

# Sluttrapport

---

For, av og med ungdomen!



*Figur 1 Foto: Ingeborg Hauge Vindedal*

Denne rapporten er ein ferdigrapport for prosjekt kulturbasert entreprenørskap – for, av og med ungdomen. Rapporten oppsummerer prosjektet og ser på måloppnåing og erfaringar som kan vere nyttig læring for andre prosjekt.

## Innhold

1) Bakgrunn .....	2
(2) Organisering .....	3
(3) Delprosjekta .....	3
(3.1) Arbeid .....	4
(3.1.1) Sumarjobbprosjektet .....	4
(3.1.2) Guiding .....	4
(3.1.3) Ambassadørordning .....	5
(3.1.4) Ungdom og entreprenørskap .....	5
(3.2) Arrangement .....	6
(3.2.1) Jordeplerock .....	6
(3.2.2) Onsdagskonsertar .....	9
(3.2.3) Temakveld for ungdom .....	10
(3.3) Attraktivitet .....	11
(3.3.1) Lokalmat .....	11
(3.3.2) Stogg handelslekkasjen .....	11
(3.3.3) Lærdal den digitale bygda .....	12
(3.3.4) Omdømmebygging .....	12
(4) Gjennomføring av prosjektet .....	14
(5) Vidareføring .....	14
(6) Erfaringsformidling .....	15
(7) Måloppnåing .....	15
(8) Rekneskap .....	16

### 1) Bakgrunn

Lærdal ungdomsråd har vore eit aktivt ungdomsråd med interesse for moglegheiter og utvikling i Lærdal kommune. Rådet registrere store utfordringar då prosjektet vart starta i 2011, særleg med tanke på den trugande situasjonen rundt arbeidsplassane i kommunen.

Mange distriktskommunar slit med å få ungdomen attende til bygda. Lærdal er ikkje noko unntak her. Hovudutfordringa ligg i at ungdomen må ut av distrikta for å ta høgare utdanning, og fører då til at dei med høgare utdanning ofte vert busett i meir tettfolka område.

Ungdomsrådet såg utfordringane i bygda som store og ynskte å ta tak i desse. Det vart difor starta eit prosjekt som i september 2011 vart tildelt bulystmidlar frå kommunal- og regionaldepartementet. Desse midlane skulle nyttast til å gjera Lærdal til eit meir spanande, attraktivt og levedyktig lokalsamfunn.

Det spennande med prosjektet var at dette var heilt og fullt eit ungdomsprosjekt. Både utforminga, gjennomføringa og målgruppa var ungdomar. Dette vart sett på som heilt unikt i landssamanheng.

## **(2) Organisering**

Prosjektet vart starta opp ved årsskiftet 2011/2012. Fyrste møte i styringsgruppa vart avhalde 22. desember 2012.

Prosjektet har vore organisert med ei styringsgruppe som øvste styringsorgan. Prosjektansvarleg har vore leiar i styringsgruppa og vart utnemnt av administrasjonen i Lærdal kommune som deira representant.

Under styringsgruppa har det vore ein prosjektadministrasjon med prosjektleiar, prosjektsekretær og tre delprosjektleiarar. Heile prosjektadministrasjonen har arbeida "gratis" som ein del av arbeidstimane som måtte gjennomførast som eigendel.

Følgjande personar har delteke i dei ulike posisjonane:

Prosjektleiar: Helge Evensen Bjørkum

Prosjektansvarleg: Helene Maristuen

Prosjektsekretær: Anna Gjesdal

Delprosjektleiar: Maritha Tønjum Skjerdal

Delprosjektleiar: Stian Offerdal Vatlestad

Delprosjektleiar: Aurora Hellandsjø Lysne

Styringsgruppa: Helene Maristuen, Per Åke Evjestad, Gunn Beate Sjøthun, Synnøve Askeland og Emil Skårheim.

## **(3) Delprosjekta**

Prosjekt kulturbasert Entreprenørskap hadde tre hovudsatsingsområde: Arbeid, Arrangement og Attraktivitet. For å få fokus på kvart enkelt område vart dette tre naturlege delprosjekt med kvar sin leiar.

## (3.1) Arbeid

### (3.1.1) Sumarjobbprosjektet

Det er store utfordringar med å halda ungdomen i distrikta. Mange vel å reisa til dei større byane for å ta høgare utdanning, og dette er sjølvst bra. Utfordringa ligg i å få dei attende etter endt utdanning. Prosjektet meinte at ei av utfordringane låg i å få ungdomen attende i sumarane. Med lite tilgjengelege sesongarbeidsplassar blir ungdomen verande i byen. Det å arbeida for å få dei heil på sumaren vart difor viktig for at kjærleiken til heimstaden skulle bli verande.

Sumarjobbprosjektet var eit av dei tiltaka som vart sett i gang. Prosjektet si heimesida vart nytta som ei plattform for ein sumarjobbportal. Delprosjektlear for arbeid arbeida opp mot lokale verksemder for at sumarjobbar skulle bli utlyst her. På denne måten vart det etablert ein felles plattform der arbeidstakarar og arbeidssøklarar kunne møtast.

Plattformen fungerte nokså greitt, men ei stor utfordring låg i å få verksemdene til å lysa ut sine stillingar. Mange stillingar vert tilsett gjennom eksisterande nettverk og vart difor ikkje tilgjengelege på den opne marknaden. Berre større verksemder som kommunen og Lærdal sjukehus lyste ut sine stillingar internt.

**Konklusjon:** For å etablere ein velfungerande plattform for utlysing av sumarjobbar krevst store mengder arbeid med koordinering, særskild opp mot dei ulike verksemdene. For at ei slik plattform skal fungera optimalt, må den også vera så fleksibel at både utlysing av stillingane og søking på dei kan gjerast på sida utan bruk av e-post eller redirigering til andre sider. Prosjektet er viss på at med nok ressursar tilgjengeleg og eit langsiktig arbeid (over fleire år) kunne ei slik plattform vore nyttig både for arbeidsgjevarar og potensielle arbeidstakarar.

### (3.1.2) Guiding

Guidingprosjektet vart starta med tanke på å etablere fleire sumarjobbar i Lærdal. Kommunen er ein stor turriskommune i Fjord-Noreg med store kulturelle og naturlege verdiar. Gamle Lærdalsøyri, Borgund Stavkyrkje, Kongevegen over Filefjell, Norsk Villakssenter, landbruket og fjorden er berre nokre av turistattraksjonane i kommunen.

Gamle Lærdalsøyri er eit verneområde mist i Lærdal sentrum med 171 verna bygningar frå 17- og 1800talet. Området framstår som ein kulturhistorisk juvel og kan i høgste grad samanliknast med t.d. brygga i Bergen eller Bergstaden Røros. Området har stort potensiale for komersiell aktivitet knytt til guiding og turisme og prosjektet såg på dette som ei moglegheit til etablering av fleire sumarjobbar.

I samarbeid med prosjektet Berekraftpiloten Lærdal vart prosjektet sett i gang. Berekraftpiloten leia arbeidet og tok hand om utvikling av sjølv konseptet. Dette vart vellukka og sumaren 2013 var fyrste sesong med guiding i gamle Lærdalsøyri. Dette skapte fire sumarjobbar i Lærdal.

**Konklusjon:** Prosjektet fungerte godt. Takka være berekraftpiloten vart det utarbeida eit godt konsept og marknadsført på ein god måte for både turoperatørar og vanlege reisande. Prosjektet lever den dag i dag. Ein konkret spin off er opprettinga av selskapet Lærdal Guiding AS som vidarefører og vidareutviklar prosjektet.

### (3.1.3) Ambassadørordning

Levedyktige lokalsamfunn er avhengige av samarbeid og samhandling mellom mange lokale aktørar for å kunne tilby eit godt og heilheitleg produkt både til verksemder, privatpersonar og gjester. Tanken bak prosjektet var å sørjja for at dei lokale har nok kunnskapar om si eiga bygd og det samfunnet dei lev i til at dei kan vere gode ambassadørar for kommunen. Gjennom informasjon og kursing i kva Lærdal har å tilby til både tilflyttarar, nyetableringar og turistar kan kvaliteten på lokalsamfunnet og det heilheitlege reiselivsproduktet hevast.

I det prosjektsøknaden vart skriven var tanken at prosjekt kulturbasert entreprenørskap, i lag med Innovasjon Norge, Lærdal kommune og andre relevante aktørar kunne køyre eigne kurs i lokalkunnskap, vertskap og medmenneskelege relasjonar. Utover i prosjektet vart det teke ei vurdering av stoda og planane nedjustert noko. Prosjekt kulturbasert entreprenørskap hadde allereie køyrt fleire konferansar og møter med utvikling av kommunen som tema og informasjon om prosjekt som pågår. Parallelt med dette starta Lærdal kommune eit prosjekt med etablering av ein eigen næringsorganisasjon og Nærøyfjorden Verdsarvparken hadde kurs i vertskapsrolla og informasjon om regionen sine reiselivsprodukt. Det vart difor teke ei vurdering på at ein ikkje skulle gjennomføre fleire kurs enn det tilbodet som allereie eksisterte, fordi sumen av desse utgjorde i stor grad det prosjektet handla om. Det vart likevel gjort løpande vurderingar om vegen vidare.

**Konklusjon:** Samarbeid mellom ulike utviklingsaktørar er viktig og kan føra til at til prosjekta utfyller kvarandre. Dette prosjektet synte tydeleg samanhengen mellom lokalsamfunnsutvikling retta mot innbyggjarane (prosjekt kulturbasert entreprenørskap), reiselivsutvikling (berekraftpiloten) og næringsutvikling (Lærdal kommune). Sjølv om prosjektet ikkje vart gjennomført i den opprinnelege forma er me visse på at Lærdal som stad tente på samarbeidet som aktørane synte.

### (3.1.4) Ungdom og entreprenørskap

Ungdom og entreprenørskap var ikkje sett opp som eit eige prosjekt, men var likevel ein naturleg del av det Kulturbasert Entreprenørskap skulle arbeida med. Etter kvart som dette vart ein viktig del av, vart det definert som eit eige underprosjekt under delprosjekt arbeid.

I fyrste omgang var



Figur 2 Entreprenørskaps- og karrieremesse i Lærdal. Foto: Maritha Tønjum Skjerdal

prosjektadministrasjonen i Kulturbasert Entreprenørskap, som alle hadde erfaringar frå entreprenørskapsarbeid og gründerverksemd frå tidlegare, ein del av undervisningsopplegget ved skulane i Lærdal. Gjennom vårt eige opplegg for motivering og auka kreativitet vart det utvikla ulike forretningsidear på ungdomsskulane i kommunen. Desse prosjekta vart det jobba vidare med som eit samarbeidsprosjekt mellom den enkelte elevbedrifta, skulen og Kulturbasert Entreprenørskap. Prosjektadministrasjonen fungerte som rådgjevarar og støttespelarar, og kunne hjelpa verksemdene med registrering og etablering.

I forlenginga av prosjektet vart det også arrangert karrieremesse ved Lærdalsøyri skule for alle skulane i bygda. Denne var delt i tre deler, ein entreprenørskapsdel, ein inspirasjonsdel og ein næringslivsdel. I entreprenørskapsdelen fekk dei ulike elevbedriftene syna kvarandre og lokalt næringsliv med kva og korleis dei hadde arbeida. I inspirasjonsdelen var det ulike føredragshaldarar som med sine erfaringar inspirerte elevane, og i næringslivsdelen fekk elevane møta dei lokale verksemdene for å høyra kva karrieremoglegheiter som var i kommunen. Det var om lag 100 elevar og 20 verksemder tilstades.

Tilbakemeldingane frå elevar, lærarar og næringslivet var gode, og året etter vart det arrangert ei større entreprenørskapsmesse for heile Sogn i Lærdal. Denne var i regi av Sogn Regionråd.

Som ein del av dette prosjektet hadde prosjektleiar og delprosjektleiar for arbeid ei særleg rolle knytta opp mot «vanlege» verksemder (les: enkeltpersonforetak/aksjeselskap/delt ansvar m.m.). Det vart starta eit enkeltpersonforetak og eit aksjeselskap av ungdom i Lærdal der prosjektet var rådgjevarar på vegen.

**Konklusjon:** Arbeid med entreprenørskap er viktig og svært konstruktivt. Gjennom målretta fokus på inspirasjon og kunnskapsformidling kan mange ungdomar lukkast på vegen mot si eiga verksemd. Det å skapa sitt eige prosjekt, arbeida mot eit mål og deretter sjå at det lukkast kan gje glede og motivasjon hjå mange. Det ideelle med entreprenørskap er at ungdomane sjølv set premissane. Dei kan arbeida med det dei sjølv ynskjer og på denne måten vert også produktiviteten større.

Entreprenørskapsmessa fungerte ideelt og gjorde at næringslivet fekk augo opp for kva ungdomane i Lærdal står for av ressursar, medan elevane fekk eit innblikk i kva karrieremoglegheiter som finnast i ei elles lita bygd.

## **(3.2) Arrangement**

### **(3.2.1) Jordeplerock**

Det største underprosjektet i prosjekt Kulturbasert Entreprenørskap var etableringa av festivalen Jordeplerock.

Bulyst og lokal livskvalitet er avhengig av mange faktorar. Kultur er ein av dei viktigaste, og eit vidt begrep som inneheld alt frå historie og bygningsvern til musikk og kunst.



*Figur 3 Frivillige under Jordeplerock 2013. Foto: Odd Helge Brugrand*

Ungdomen i Lærdal hadde eit stort ynskje om ein større, årleg, kulturfestival. Dei seinaste åra fram mot starten av prosjektet hadde festivallivet skote fart i heile landet og så godt som alle kommunar hadde ein form for festival av ulik storleik og karakter. Prosjektlear uttalte at «alle kommunar med respekt for seg sjølv har ein festival og ei fontene», og med dette meinte ein at slike arrangement er eit viktig bidrag til sjølvkjensla og stoltheit over eigen kommune. Ikkje fordi ein festival i seg sjølv gjer ein stolt, men fordi slike arrangement samlar bygda til dugnad og felles innsats for å få til eit stort og flott arrangement.

Val av namn og tema vart gjort etter ei idemyldring rundt prosjektet. «Jordeple» er eit gammalt og lokalt

uttrykk for potet, noko det vert dyrka mykje av i Lærdal. Lærdal er ein stor jordbrukskommune og lokalbefolkninga generelt er stolte over jordbrukstradisjonane og det nyskapande arbeidet til Lærdal Grønt når det gjeld produktutvikling. Å etablera ein festival i landbrukets ånd var lurt både med tanke på lokal forankring og omdømmebygging, som i sin tur er viktig for foreninga sin økonomi.

Utarbeiding av ein tydeleg og kommunikasjonsriktig grafisk profil var eit av dei fyrste tinga som vart gjort. Dette fordi det var viktig for omdømmebygginga og marknadsføringa av festivalen å ha ein heilheitleg profil som kommuniserte verdiane og identiteten til festivalen og bygda generelt. Samstundes var det viktig at den var moderne. Valet fall difor på ein lilla farge med ivrige festivaldeltakarar under eit typisk vestlandsfjell og eit jordeple i rampelyset.

Den fyrste utfordringa ein møtte på i etableringsfasen var val av organisasjonsform. Lærdal kommune er prosjekteigar for prosjekt Kulturbasert Entreprenørskap, men det er på ingen måte naturleg for ein kommune å arrangere festival. Etter nøye gjennomgang av ulike alternativ og etter diskusjonar med både kommuneleiing, styringsgruppa og jurist vart det i februar 2013 stifta ei foreining med namnet «Jordeplerock».

Prosjektlear Helge Evensen Bjørkum vart tilsett som dagleg leiar i foreninga, medan Anna Gjesdal, Gunn Beate Sjøthun, Maritha Tønjum Skjerdal og Synnøve Askeland vart sittande i styret. Jan Geir Solheim, som også er ordførar i Lærdal, vart styreleiar. Vidare vart Stian Offerdal Vatlestad og Aurora Skjerdal ein del av leiinga i festivalen, og Torgeir Skjerdal kom inn framfor festivalen i 2014.

Foreninga er ei sjølvstendig juridisk eining og arbeider deretter. Det vart lagt føringar frå prosjektet som vilkår for utbetaling av dei midlane som var budsjettert til festivalen.

Mange av dei som vart knytta til foreninga Jordeplerock var også med på studietur gjennom prosjekt Kulturbasert entreprenørskap i 2012. Det vart då arrangert studietur til Midnattsrocken i Lakselv i Porsanger kommune (Finnmark), ei bygd som har mange likheitstrekk med Lærdal. Midnattsrocken vart starta for fleire tiår sidan og har i dag imponerande 15 000 besøkande, i ein kommune med berre 4 000 innbyggjarar. Prosjektet Kulturbasert Entreprenørskap vart svært godt teke i mot og gjeve eit innblikk i alle deler av det å arrangere ein festival – frå booking av artistar og rigging av scene til oppsetjing av camp og mat- og drikkeservering. Opphaldet gav eit innblikk i arbeidet som føregjekk bak scena så vel som framfor, og gav mykje ny kunnskap, inspirasjon og lærdom for framtida.



*Figur 4 Ivrige publikumarar høyrer DJ Broiler på Jordeplerock 2013.  
Foto: Odd Helge Brugrand*

Fyrste festivalen gjekk av stabelen 28.-30. juni 2013 i Lærdal sentrum. Styret i foreninga hadde arbeida kontinuerleg sidan stiftinga i februar med å få festivalen på føtene, og det var gledeleg då heile 830 gjester tok turen innom. DJ Broiler og Gunslingers var dei store trekkplastera, medan også mindre lokale band fekk syna seg fram frå den store festivalscena. Dette var noko av tanken med festivalen, at også lokale kulturutøvarar skulle ha ein stad å syna seg fram for eit stort publikum.

Foreninga innhenta midlar frå sponsorar, offentlege og privare støtteordningar og hadde inntekter på billettsal og servering inne på festivalområdet, i tillegg til dei midlane som kom frå bulystprosjektet.

Foreninga analyserte festivalmarknaden og konstaterte at å etablere seg her vil vera tøft. Særleg med tanke på at den totale publikumsmassen over lengre tid har vore stabil, medan talet tilbydarar hadde auka betrakteleg. Det vart laga ein treårsplan for å kunne opparbeide ein bærekraftig økonomi, der ein skulle bli mindre avhengig av tilskot og overleve på dei produkta ein sjølv har å tilby både bedriftsmarknaden og forbrukarmarknaden.

Fyrste driftsår synte eit rekneskapsmessig underskot på NOK -5000 kroner. Dette vart sett på som eit relativt godt resultat sett ut ifrå store oppstartskostnader der bl.a. utarbeiding av ein heilheitleg grafisk profil var ei stor utgift.

Andre driftsår byrja i 2014, og i tråd med økonomiplanen for opparbeiding av ein stabil økonomi vart det tildelt mindre offentlege tilskot og sal av foreninga sine egne produkt var



ein større del av inntektskilda. Årsrekneskapet er førebels ikkje klart, men billettinntektene er større og kombinert med lægre driftsutgifter tyder dette på at planen ser ut til å fungere. Besøkstalet vart auka frå 830 besøkande fyrste året til 887 besøkande andre året.

Tilbakemeldingane frå publikum og artistar er utelukkande gode. Publikum trivast godt på festivalen, og seier dei vil anbefala denne til andre. Dette er svært god marknadsføring og er meir verdt enn den marknadsføringa foreninga sjølv betaler for. Artistane har også hatt gode opplevingar, og fleire av artistane som var til stades i 2014 hadde høyrte om oss frå artistar som vitja oss i 2013.

Det er eit stort apparat som vert sett i verk dagane før festivalen. Blant anna er det over 70 frivillige som på ulikt vis bidreg i planlegginga og gjennomføringa av festivalen. Dette dreier seg om alt frå matlaging, rigging av scene og telt til vakthald, reinhald og billettsal. Det har ikkje vore særleg utfordrande å skaffe frivillige, noko me tolkar positivt. Det betyr at lokalsamfunnet stiller opp for å få festivalen til å gå rundt, og at

mange ser glede i å leggja ned dugnadsarbeid i arrangementet. Dette var noko av målsetjinga, nettopp å få lokalsamfunnet til å kjenna stoltheit og glede over å vera med å arrangera eit slikt kulturtilbod. Til saman er det lagt ned over 1000 timar av frivillige på dei to arrangementa.

Jordeplerock lever vidare i beste velgåande gjennom foreninga Jordeplerock. Denne vil halde fram med sitt arbeid sjølv om prosjekt Kulturbasert Entreprenørskap no vert avslutta.

**Konklusjon:** Etableringa av festivalen Jordeplerock har ført til at Lærdal har fått eit nytt og ettertrakta kulturtilbod med lokal forankring. Det er etablert ein uavhengig driftsorganisasjon som arbeider vidare med festivalen etter prosjektets slutt, og den lokale forankringa er sterk. Foreninga Jordeplerock er eit konknret resultat av prosjekt Kulturbasert Entreprenørskap. Det opplevast stor dugnadsinnsats som tyder på at lokalbefolkninga er interessert i festivalen. Foreninga har etablert rutinar og planar for vidare god og stabil drift. Årsrapport for 2013 er vedlagd dette dokumentet.

### (3.2.2) Onsdagskonsertar

Dette prosjektet var tenkt som ei vidareføring av eit kulturtilbod som allereie var sett i gang av Lærdal kommune si eining for kultur og formidling. Det hadde i mange år vore arrangert



Figur 5 Eva Weel Skram under Jordeplerock 2015. Foto: Odd Helge Brugrand

konserter på sumarstid på utescena i Kvammegården. Dette prosjektet vart ikkje arbeida vidare med då kulturavdelinga heldt fram med tilbodet. Det vart også utvida til nokre arrangement på vinterstid der det nye kulturhuset vart nytta.

**Konklusjon:** Prosjektet er godt og viktig for det alminnelege kulturlivet. Det gjev lokale utøvarar høve til å syna fram sine talent og gjev befolkninga i kommunen eit regelmessig kulturtilbod. Kulturavdelinga, som eit naturleg kontaktpunkt mellom det offentlege og kulturlivet, er ein ideel arrangør av slike konsertar.

### (3.2.3) Temakveld for ungdom

Ungdomen i Lærdal har eit godt kulturtilbod innanfor kultur- og musikkskule samt idrettsaktivitetar. Det er likevel mangel på lågterskeltilbod som ikkje inkluderar idrett eller musikk. Temakveld for ungdom var difor tiltenkt som heilt uformelle tilbod, hovudsakleg på kveldstid og i helgene, der ungdom samlast for å gjennomføra temabaserte aktivitetar. Dette er også viktig for å gje eit tilbod i dei tidsromma som er mest utsett for uteliv og rus.



Figur 6 Temakveld for ungdom i 2012. Foto: Aurora Hellandsjø Lysne

Det vart difor arrangert ulike temakveldar, bl.a. i kulturhuset og i samband med dei årlege Lærdalsmarknadane. Alt frå grilling til filmframsyning var aktivitetar desse kveldane. Opplegget fungerte godt og det var på det meste 60 ungdomar til stades.

Temakveldane vart gjennom prosjektperioden arrangert av prosjekt Kulturbasert

Entreprenørskap. Målet var at desse kveldane skulle leva vidare etter at prosjektet var over, då utan støtte og på ein meir «kommersiell» basis. Foreninga Jordeplerock har no teke over dette prosjektet og planlegg å arrangere enkelte temakveldar utover vinter- og vårhalvåret. Dette er dei årstidene der ein ser behovet for slike arrangement som størst.

**Konklusjon:** Temakveld for ungdom er eit populært og levedyktig lågterskeltilbod som kan omfatta alle aldersgrupper. Arrangementa kan nyttast som ein sosial møtestad og samtidig vera ein arena for å ta opp spørsmål knytt til lokalsamfunnsutvikling og lokal livskvalitet, der ungdom kan seie sine meiningar i ein arena dei er trygge på og der tilhøva er lagt til rette for ungdom. Slike arrangement er difor viktig og ert vidareført gjennom foreninga Jordeplerock.

### (3.3) Attraktivitet

#### (3.3.1) Lokalmat

Lærdal er ein kommune med store avlingar av frukt, grønsaker og bær. Dette er også mange av kommunane i regionen Sogn, som Lærdal er ein del av. Kommunane har fantastiske råvarer som vert dyrka i umiddelbar nærleik, og dette er noko lokalbefolkninga bør nytta seg meir av for auke verdiskaping.

Fokus på lokalmat har vore viktig gjennom heile prosjektet. På våre heimesider og facebooksider vart det med jamne mellomrom publisert oppskrifter på enkel og sunn mat som kunne lagast av lokale råvarer. Prosjektet har også heile tida hatt fokus på dette gjennom sine egne arrangement.

Det aller viktigaste lokalmatprosjektet var i samband med utarbeiding av Jordeplerock sitt konsept. Namnet på festivalen i seg sjølv legg forventingar til matsserveringa. På festivalen vert det berre servert mat som er basert på poteter frå Lærdal. Alle mat er dessutan frå regionen Sogn. Eit eksempel på dette er t.d. bakte poteter med heimelaga kryddersmør, eller heimelaga potetmos med villtkarbonader frå Haugen Gardsmat. Festivalen hadde ein godt utarbeida meny og hausta mykje skryt både for smak og lokalmatkonseptet. Denne fekk nok også mange til å sperre opp augo for kva ein kan produsere av lokale råvarer.

Vidare har prosjektet på alle tilstellingar med eksterne deltakarar vore konsekvente på bruk av lokalmat. Avsparkskonferansen som vart avholdt i desember 2011 for å spreia informasjon om prosjektet og andre relevante utviklingsprosjekt, hadde ein stor meny av lokalprodusert mat, som i sin tur var servert av ein lokal restaurant. Dette gjev ein viktig signaleffekt til deltakarane og er i tillegg god marknadsføring for kommunen og våre produsentar.

Det er gledeleg å sjå at lokal mat har teke meir og meir plass i det offentlege, og Lærdal har no fått sin eigen matfestival «Smak av Sogn». Denne vert arrangert årleg saman med haustmarknaden siste helga i september.

**Konklusjon:** Bruk av lokal mat er svært viktig for både marknadsføring og bevisstgjerung. Det har vorte eit større fokus på lokal mat i lokalsamfunnet og fleire arrangement nyttar no dette bevisst. Me reknar prosjektet som vellukka og er trygge på at det vil bli auka bruk av lokal mat framover.

#### (3.3.2) Stogg handelslekkasjen

Det er ein kjent sak at lokalt næringsliv kan ha utfordringar med å oppretthalda eit «akseptabelt» tilbod til lokalsamfunnet. Dette skapar eit problem fordi det resulterer i at mange reiser til større stader for å gjere innkjøp. Dei lokale forretningane får då for låg inntening og kan ikkje utvida sitt tilbod.

Dette prosjektet var tenkt som eit samarbeid mellom prosjekt Kulturbasert Entreprenørskap og handelsgruppa i Lærdal. Tanken var at Kulturbasert Entreprenørskap skulle gjera ei

omfattande marknadsundersøking blant ungdomen i Lærdal for å høyra kva dei sakna i forretningane og kva som skulle til for at dei tok turen innom. Ved å formidla dette vidare til handelsgruppa kunne butikkane gradvis utvida sitt tilbod mot det som var etterspurt, for deretter å bruka prosjektet sine informasjonskanalar for å treffa ungdomen direkte og på deira arenaer. Dette prosjektet lot seg derimot ikkje gjennomføra då den lokale handsgruppa ikkje synte interesse for samarbeid.

**Konklusjon:** Intensjonane bak prosjektet er dei same i dag, og målsetjinga trur vi framleis er like realistisk. Dette lot seg derimot ikkje bevise.

### (3.3.3) Lærdal den digitale bygda

Tanken bak dette prosjektet var å bruka moderne kommunikasjonsmiddel for å gjera lokalpolitiske spørsmål meir tilgjengelege og interessante for ungdomen. Det var bl.a. snakk om å senda kommunestyremøter og andre viktige lokale møter via internett.

Etter ei grundig vurdering vart det konkludert med at dette prosjektet ikkje kunne gjennomførast i den retninga det var tenkt. Sjølv om t.d. kommunestyremøte vart sendt på internett, var det likevel lite truleg at ungdomen ville sjå på dette.



Figur 7 Film frå Jordeple Film Productions. Screenshot frå YouTube.com

Prosjektet vart difor omgjort til eit prosjekt som skulle inkludera ungdomen i staden for å ha ungdom som målgruppe. Arbeidstitelen var «Jordeple film productions» og det vart kjøpt inn videokamera og eit enkelt redigeringsprogram. Ungdomen hadde sjølv råderetten over utstyret og skulle bruke dette til å laga filmar frå Lærdal. Bl.a. vart det laga film om motbakkelopet Storehaugen opp.

Film var og er eit populært arbeidsverktøy fordi ein sjølv kan regissera og setja saman ulikt innhald med levande bilder.

Film om motbakkelopet Storehaugen Opp: <http://www.youtube.com/watch?v=FKtFNyNIESY>

**Konklusjon:** Prosjektet i sin opprinnelege form vart for traust og kjedeleg. Å engasjera ungdom i sitt eige lokalsamfunn kan ikkje gjerast så enkelt som å senda møter på internett. Me meiner likevel at prosjektet fekk ei tenleg form i det reviderte konseptet. Her fekk ungdomen sjølv velja kva dei ville bruka prosjektet til, og arbeida kreativt deretter. Dette er også viktig for å gjera kvarandre merksam på kva sin finnast i eiga bygd.

### (3.3.4) Omdømmebygging

Ein viktig del av prosjektet var å kunne bidra til auka omdømme for Lærdal. Dette gjennspeglar seg inndirekte i alle deler av prosjektet, men det vart også teke opp som eit eige prosjekt. Norsk kompetansesenter for distriktsutvikling (Distriktsenteret) vart ein

støttespelar og samarbeidspartnar i dette arbeidet. Blant anna vart det gjennomført møter saman med ordførar Jan Geir Solheim og andre sentrale personar i kommunen, der ein diskuterte deltaking i eit omdømmeprojekt i regi av Distriktssenteret.

Prosjektet la også vekt på eigen omdømebygging og det vart difor utarbeida ein eigen grafisk profil for prosjektet. Denne vart gjennomgåande nytta i marknadsføring og kommunikasjon med omverda. Denne symboliserte forandring og nytenking kombinert med tradisjon og gav samstundes assosiasjonar til jordbrukskommunen Lærdal.



Figur 8 Jordeplerock sin grafiske profil. Plakat frå 2013.

Vidare vart det også gjennomført photoshoot med ein lokal kunstnar som utarbeida bilete med jordeple som tema. Eit av desse bileta kan ein sjå på framsida av denne rapporten. Desse bilete vart i stor grad nytta i kommunikasjon og marknadsføring og var å finne på presentasjonar, bannerar og heimeside. Det vart også produsert puslespel med same motiv. Dette var stilige gåver som er med å byggje kommunen sitt omdømme, og er å finna bl.a. på fylkeshuset, statens hus, kommunal- og regionaldepartementet, landbruksdepartementet, samferdselsdepartementet og olje- og energidepartementet for å nemna nokon.

**Konklusjon:** Omdømmearbeid har vore eit viktig og interessant prosjekt. Det har vore fokusert på i alle ledd og var bl.a. ein viktig del i opprettinga og drifta av festivalen Jordeplerock. Vidare vart det fokusert på dette gjennom den generelle kommunikasjonen med omverda. Prosjekt Kulturasert Entreprenørskap vekte også stor oppsikt i fagmiljø for ungdomsmedverknad, ungt

entreprenørskap og lokalsamfunnsutvikling og Lærdal vart sett

på kartet med ein festival som utelukkande vart etablert på ungdommeleg engasjement og eit ynskje om lokal verdiskaping.

#### **(4) Gjennomføring av prosjektet**

Som ei føremon for tildeling av bulystmidlar må søkjaren stilla med minst 50% eigenkapital. Som eit ungdomsprosjekt som var initiert gjennom ungdomsrådet var det ikkje mogleg for oss å yta desse midlane i reine kroner. Eit beløp tilsvarande NOK 500 000,- skulle difor setjast inn gjennom frivillig arbeid. Med ein timepris på NOK 250,- tilsvarer dette 2500 timar.

I løpet av tida som har gått frå prosjektstart i desember 2011 har det vore arbeida over 2500 timar. Ein del av dette har lege i prosjektadministrasjonen der organisering og planlegging har funne stad, men mykje av dette har vore feltarbeid og særleg knytt opp mot Jordeplerock i 2013 og 2014.

Prosjektadministrasjonen møttes kvar torsdag i nesten to år, og fekk disponera kontorlokale ved Vegstasjonen av Lærdal kommune. Dette var basen for prosjektet og også der innbyggjarane kunne møte oss.

Samarbeid med andre aktørar har vore viktig gjennom prosjektperioden. Dette fordi vi meiner at samarbeid på tvers av barnsjar og prosjekt til saman vil gjera utviklinga betre. Våre samarbeidspartnarar har vore mange, men både Lærdal kommune, Lærdal Næringsutvikling, Berekraftpiloten Lærdal, skulane, Lærdal Grønt og øvrig næringsliv bør nemnast spesielt.

#### **(5) Vidareføring**

Eit viktig mål var at mange av prosjekta skulle kunne leva vidare etter at prosjektperioden var over. Nokre av prosjekta skulle då kunne drivast kommersielt, medan andre må leva vidare på frivillig basis.

Ungdom og entreprenørskap vil leva vidare gjennom Lærdalsøyri skule.

Prosjektadministrasjonen har stilt seg til rådvelde også etter prosjektperioden for å vera delaktig i undervisning og prosjektarbeid, samt vidareføring av entreprenørskapsmessa. «Jordeple film productions» implementerast som ein del av entreprenørskapsarbeidet.

Jordeplerock er som kjent stifta som ei eiga foreining og har i dan ein uavhengig posisjon frå både prosjektet og Lærdal kommune. Foreninga har sin eigen økonomi og eit eige styret. Denne eininga vil også ta hand om «temakveld for ungdom» på kommersiell basis.

Fokus på lokalmat lever vidare gjennom foreninga Jordeplerock og matfestivalen Smak av Sogn. Kulturbasert Entreprenørskap er ikkje del av sistnemnde, men intensjonane er dei same og prosjektet er i dei beste hender.

Guidingprosjektet vil leva vidare gjennom eksterne aktørar, og det er planar om etablering av eit privat aksjeselskap for å føra dette vidare. Kulturbasert Entreprenørskap ser på dette som positivt.

## **(6) Erfaringsformidling**

Prosjektet er, som nemnt i innleiinga, eit nokså unikt prosjekt med ungdom som initiativtakar, gjennomfører og målgruppe. Prosjektet har møtt både utfordringar og positive lyspunkt på vegen, og læringa av dette er enorm. Det er i dag fokus på inkludering av ungdom i lokalt utviklingsarbeid gjennom bl.a. Norsk Kompetansesenter for Distriktsutvikling og andre relevante aktørar. Dette prosjektet er i høgste grad relevant i dette høvet.

Kulturbasert Entreprenørskap mottok i prosjektperioden mange førespurnader om føredrag og erfaringsdeling og takka ja til samtlege av desse. Dette var konferansar og møter over heile landet, og det oppfattast som positivt at prosjektet har vorte lagt merke til langt utover eigne kommunegrenser. Prosjektet er presentert på bl.a. følgjande stader:

- Norsk Bygdeforum, Fresvik
- Hovudutval for plan og næring, Sogn og Fjordane fylkeskommune
- Dyrøyseminaret, Dyrøy kommune
- Samling for ungdomspolitikarar på vestlandet, Brussel
- Kommunestyret, Lærdal kommune
- Entreprenørskapsmesse for Sogn, Lærdal
- Grundercamp for Sogn og Fjordane, Balestrand
- Ungdomspolitikarar i Hordaland, Flesland
- Aurlandskonferansen, Flåm

## **(7) Måloppnåing**

Det er i prosjektsøknaden definert fem mål med prosjektet:

- Lærdal skal vera ein stad der ungdomen trivast, er stolt over å koma frå og ein stad der ungdomen har lyst til å vera
- Lærdal skal vera eit lokalsamfunn der alle, både fastbuande, tilreisarar og tilflyttarar føler seg velkomne
- Lærdal skal vera eit attraktivt lokaliseringsval for tilflyttarar og næringsdrivande
- Stimulere til vekst i talet på kulturbaserte næringsverksemder
- Få utflytta ungdom attende til bygda

Kommunen har vore i store endringar sidan prosjektet starta i 2011, og mange gode krefter har drege i same retning. I byrjinga av 2014 vart Lærdal råka av ein storbrann som sette kommunen ut av spel i vekesvis, men like vel er positiviteten og trua på framtida tilstades.

Måla for prosjektperioden er kvalitative og kan difor vera vanskelege å måla konkret. Likevel er det gjort forsøk på å måle desse med ulik grad av hell.

Tilbakemeldingane etter Jordeplerock syner at lærdalsungdomen er glade for å ha fått eit nytt og stort kulturarrangement. Dei seier også at slike tilbod er viktige for attraktiviteten til

kommunen og at kulturtilbodet generelt er viktig for kvar ein vel å busetja seg. Dei er også glade for å ha vokse opp i trygge og gode omgjevnader og mange av dei seier at dette vil vera ein faktor den dagen det skal stiftast familie. Dette tolkar vi som at ungdomen trivast og er stolt over staden dei kjem ifrå.

Lærdal næringsutvikling har lagt ned eit stort arbeid i å auka attraktiviteten til Lærdal som etablerarstad. Dette selskapet arbeider mykje breiare mot næringslivet enn det Kulturbasert Entreprenørskap har gjort, og det er gjort utgreiingar knytt til status og vegen vidare for Lærdal som næringskommune.

## (8) Rekneskap

Rekneskapan for prosjektet er ført av Lærdal kommune og sett opp i samsvar med deira rekneskapsmodell. Denne syner eit totalt forbruk på kroner 470 676. Dei største utgiftene i rekneskapan er kostnader til konferanse og kompetanseheving fyrst og fremst for offentlegheita og aktuelle samarbeidspartnarar, men også prosjektet internt. Det vart også gjennomført studietur til Midnattsrocken i Lakselv i Porsanger kommune. Vidare er det kostnader på kjøpt av tenester som prosjektkonsulent og bistand i samband med tilflyttingshelga. Også husleige til Lærdal kommune er ein stor kostnad, samt overføringar til private som i all hovudsak dreier seg om overføringar til Jordeplerock.

	Timar	Økonomi
Lønn prosjektleiar inkl avgift	0,0	kr 242 911,00
Arbeid - Ambassadørordning	48,5	kr 37 803,00
Arbeid - Sumarjobbprosjektet	204,5	kr 19 299,00
Arrangement - Jordeplerock	4 719,0	kr 91 300,00
Arrangement - Onsdagskonsertar	24,0	kr 21 851,00
Arrangement - Kulturfestivalar	163,5	kr 111 744,00
Attraktivitet - Kulturell nettverksbygging	101,5	kr 24 312,00
Attraktivitet - Lokalmat	79,0	kr 39 881,00
Attraktivitet - Lærdal den digitale bygda	242,3	kr 19 748,00
Diverse anna	948,3	kr 22 962,00
	6 530,6	kr 631 811,00
Inntekter		kr -161 135,00
SUM prosjekt 01116		kr 470 676,00