



Distriktscenteret - inspirasjon til lokal utvikling



Rapport om omdømmebygging

etter 29 inspirasjonsseminar Norge rundt

haust 2009 - vinter 2010

www.distriktscenteret.no



Distriktsenteret arbeider med å hente inn, systematisere og formidle kunnskap og erfaringar om lokale utviklingstiltak.
Vi støttar og rettleier lokale initiativ og aktørar.
Senteret har også ei rolle som kompetanseorgan, rådgivar og bidragsyta overfor nasjonale, regionale og lokale styresmakter.
Direktør Halvor Holmlie leier 20 tilsette, på kontora i Steinkjer, Alstahaug og Sogndal.

Verdiar

Distriktsenteret skal i arbeidet sitt legge følgjande haldningar og verdiar til grunn:

Folkeleg
Kompetent
Engasjert

Vi møter menneske med respekt og openheit
Vi har ei brei fagleg tilnærming
Vi står fram som relevante og truverdige
Vi er entusiastiske og skapar begeistring
Vi er interesserte og inkluderande

www.distriktsenteret.no

Oppdraget frå KRD

Sommaren 2009 fekk Distriktsenteret i oppdrag frå Kommunal- og regionaldepartementet (KRD): Gjennom ein turné skulle vi auke interessa og engasjementet for å arbeide med omdømme i distriktskommunar.

"Hovudmålet er å inspirere kommunar til å sette omdømmearbeid på dagsorden, og til å kome i gang med utviklingstiltak i eigen kommune."
KRD, mars 2009

KRD valde ut rådmenn/ordførarar i distriktskommunar som den primære målgruppa. Tilbodet kunne også gjelde bygdesamfunn og regionråd. Fylkeskommunane som viktige regionale utviklingsaktørar vart kontakta i forkant av utsending av invitasjonar.

Bli inspirert, få kunnskap og nyttige råd

Etter ein omfattande inspirasjonsturné rundt om i heile landet, har vi samla nytig kunnskap, erfaringar og nettverk som vi gjerne deler med alle som har interesse for omdømmearbeid.

I denne rapporten får du innblikk i omgrepene omdømme, kvifor det er viktig å ha eit godt omdømme og korleis drive omdømmebygging. Vi fortel om kva som er blitt gjort i ulike kommunar, og om responsen frå deltakarane.

Inspirasjonsseminar

Seminaret var eit tilbod til kommunar og regionar som hadde sett omdømmearbeid på dagsordenen, og som hadde eit behov for inspirasjon, nettverk og fagleg påfyll. Fleire kommunar melder frå at dei har jobba vidare med omdømmearbeid i etterkant av seminara.



Kommunal- og regionalminister Liv Signe Navarsete var med på seminaret i Indre Østfold 5. januar 2010.

Fagfolka vi har hatt med på arbeidet er av dei fremste ekspertane på omdømmebygging i landet. Dei deler raust av sin kunnskap.

Målet med rapporten er å gi kommunar kunnskap og inspirasjon til å starte ein prosess som kan gi kommunen best mogleg omdømme. Det er ikkje luksus å arbeide for eit godt omdømme.

Omdømmebygging i norske kommunar

I samband med den nye Stortingsmeldinga om lokal vekstkrift og framtidstru, er det peika på kor viktig det er å få til ei heilskapleg og god lokal samfunnsutvikling. Det å byggje eit godt omdømme betyr mykje for kommunen sitt arbeid med lokal samfunnsutvikling og i arbeid med å fremje bulyst. **Bulystprogrammet** er eit av fleire nasjonale tiltak som vert sett i verk, og styrkinga av fylkeskommunen som regional utviklingsaktør skal vere med å bidra til dette arbeidet.

Omdømmeskulen

Omdømmeskulen skal inspirere kommunar, småsamfunn og andre til å arbeide systematisk med profilering, omdømmeprosessar og stadutvikling. Omdømmeskulen går over tre samlingar, med heimeoppgåver som skal leverast inn på andre og tredje samling. Kvar samling går over to dagar. Arbeidsforma vekslar mellom faglege innleiingar, diskusjonar, praktiske eksempel på omdømmearbeid og tid til å diskutere eigne prosjekt/erfaringar.

Kva er omdømmebygging?

Å byggje omdømme handlar om å byggje verdi. Kritiske suksessfaktorar for omdømmebygging er forankring og strategi, leiarskap, produkt/tenester, etikk og samfunnsansvar, miljø og økonomi. Skal ein byggje omdømme i ein kommune, er det difor viktig at rådmann og ordførar, men også politikarar, kjenner til kvifor eit godt omdømme er viktig. Og kva det er som driv omdømmet i positiv retning. Det igjen må påverke kvardagen i handling og ord. Å gjere dette gjennom visjon, verdiar og strategi sikrar at alle kjenner til kor ein skal og korleis ein skal jobbe for å kome dit. Ein slik prosess bør byrje med identitetsjakt; kven er vi?

"Vegen til eit godt omdømme er å prøve å vere det du ønskjer å bli oppfatta som."

Sokrates

"Viss du snakker med media første gang når du er i trøbbel, er du i trøbbel."

John Foley, merkevareekspert

Kvífor er eit godt omdømme viktig?

Omdømmet til ein kommune er summen av oppfatningane folk har av kommunen – over tid. Det handlar om å ta tak i moglegheitene for å vere ein stad der folk vil bu, som folk snakkar positivt om, som er i stadig utvikling, der næringslivet investerer og der kommunen står fram som ein attraktiv arbeidsgivar.

"Eit godt omdømme fungerer som ein magnet. Det trekker oss til den som har det."

Fombrun & van Riel – internasjonale kapasitetar i kunnskapsutviklinga om omdømme

Kva bilete får folk i hovudet når dei hører namnet på din kommune? Positivt eller negativt – eller er det fullstendig blankt? Korleis ser andre på oss? Svaret er avhengig av kven du spør og deira kunnskap og forventningar til oss.

Ein kommune eller eit lokalsamfunn som har eit godt omdømme vil styrke posisjonen sin i høve til alt og alle. Omdømmet vil gjøre det lettare å få aksept frå omgivnadane og fungere som "kollisjonspute" i ei krise. Kva med deg sjølv? Kva tenkjer du på når du hører kommunenamnet ditt?

"Et omdømme bygges i millimeter, men rives i meter."

Harald Espeland

Kva skal til for å nå målet – eit godt omdømme?

Ein kommune som vil jobbe med omdømmet sitt, må først gjere nokre strategiske val:

- Kven er vi?
- Kva er vi gode på?
- Korleis ønskjer vi å framstå for omverda?
- Kva **vil** vi? (Det eksistensielle spørsmålet.)

Det er viktig å bli samde om kva inntrykk ein ønskjer å gi. Like viktig er det å sjekke ut korleis kommunen blir oppfatta no; altså finne nullpunktet. Dette kan gjerast ved ei omdømmeundersøking, eller grundige intervju med dei ulike målgruppene. Samsvarar ikkje vår eiga oppfatning med det andre meiner, har vi ein jobb å gjere. Neste steg er å lage ein skikkeleg kommunikasjonsstrategi for kommunen.

Skriv ned utfordringane. Korleis ønskjer kommunen å bli oppfatta av grupper ein vil nå ut til; innbyggjarar, gjester, jobbsökjarar, investorar og andre? Kva tiltak må setjast i verk for å nå måla?

Det er svært viktig at denne prosessen er forankra i kommunen og i folket. Måla må setjast i lag med dei som skal "prestere", anten det gjeld godt vertskap, gode tenester eller gode produkt.

Fokus på etikk og samfunnsansvar sikrar ein god og open kultur, kunnskap om lovar og reglar og god kommunikasjon - både internt og eksternt. Dette er viktig for at tilsette skal kunne tilby så gode tenester som mogleg og for å kunne engasjere andre aktørar i kommunen som næringsliv, organisasjonar, kulturliv og innbyggjarar generelt. Alle desse er med på å påverke omdømmet til ein kommune.

Ettersom dette er eit arbeid som bør famne alle, er det nyttig med ein prosjektleiar som kan samle trådane og drive prosessane framover. Det er likevel viktig at alle er innforstått med at omdømmearbeid tek tid og betyr hardt arbeid for alle partar. Å feire nokre sigrar langsmed kan vere med å få opp entusiasmen og engasjementet.



Inspirerte kommunar:

- 1 | Lebesby/Gamvik
- 2 | Karlsøy
- 3 | Tjeldsund
- 4 | Hamarøy
- 5 | Alstahaug
- 6 | Hattfjelldal
- 7 | Lierne
- 8 | Snåsa
- 9 | Flatanger
- 10 | Fosnes
- 11 | Smøla
- 12 | Meldal
- 13 | Herøy
- 14 | Jølster



Inspirerande fagfolk:

Stine Mølstad



Brit Aagaard



Nils M. Apeland

Inger-Gunn Sande



Per Arne Tveit



Anne-Mette Hjelle



Finn Tokvam



Hårald Espeland



Askil Holm



Bygdemobilisering som omdømmebygging

Kvar einskild av oss treng positive fellesskap for å kunne trivast og yte maksimalt. Lokalsamfunnet betyr difor mykje for trivselen og bulysta. Bygder som driv aktivt utviklingsarbeid, skaper kollektiv optimisme, og optimisme tiltrekker seg gode hjelparar. Når bygdene lukkast, skaper dei lokal utvikling, men også lokalt eigarskap til eit positivt omdømme – eit rotfesta omdømme som heile kommunen kan dra nytte av.

Per Arne Tveit – bygdeentusiast med engasjement for bygdeutvikling i distrikts-Norge.

Tankar om **omdømmebygging** frå våre faglege bidragsytarar

Distriktsenteret har brukt ulike fagfolk på inspirasjonsseminara. Dette har vore nyttig på mange måtar, mellom anna har vi fått fleire innfallsvinklar til arbeidet med omdømme.

- Bruk media aktivt

Ein kommune må lage ei kommunikasjonsplattform og ein strategi: Korleis ønskjer vi å framstå? Kva slags attraksjonar har vi? Kva er vi gode på? Kva er det unike hos oss? Korleis kommuniserer vi det? Og korleis gjer vi alle innbyggjarane klar over at dei har ei veldig viktig rolle i dette arbeidet? Politikarar og kommuneleiing bør kursast i korleis dei kommuniserer, både med omverda og med media. Ikke berre når dei blir spurde, men også vere den som set dagsorden.

Inger-Gunn Sande – kreativ leiari jobber med kommunikasjon og omdømmearbeid. www.nnkom.no

Ha respekt for media

Ei kommuneleiing kan styre og forvalte omdømmet, men det er andre som eig det. Eigarane er mellom andre folk som bur i kommunen, næringsliv, nabokommunar og journalistar. Medieoppslag kan sjåast på som ein syretest på om ein kommune driv så godt og riktig som mogleg. Mediehandteringa krev kunnskap, strategi, god førebuing og respekt for den jobben media gjer. Sosiale media er viktige. Dei når nye målgrupper og engasjerer gjennom medverknad og dialog.

Anne-Mette Hjelle – tidlegare NRK-journalist, no kommunikasjonsrådgiver med erfaring i omdømmearbeid. www.annemette.no

Jakta på det unike

Omdømmebygging startar med jakta på det unike i eigen kommune. Noko kommunar har noko opplagt unikt som dei byggjer sitt omdømme utifrå. Andre må jobbe litt for å finne det unike. Kanskje finst det ein fellesnemnar i kvalitetane i lokalsamfunnet? Noko unikt som kjennteiknar arbeidsplassane, kulturtilbodet og naturopplevingane i kommunen?

Harald Espeland – med master i sosial- og samfunnspsykologi leverer han kommunikasjonsråd til omdømmebyggjarar. www.tibepr.no

Kommunikasjonerfaring i gründerarbeidet

Etter mange år som kommunikasjonsrådgivar, hadde eg ein nyttig ballast då eg skulle bygge opp ei merkevare og eit godt omdømme for solbær og Mølstad gård. Eg utvikla min eigen "solbærfilosofi" – der målet var å gjere ting enkelt, vere unik på noko og spre solbærgleder. Dette har gitt resultat, men mest inspirerande er det når min historie inspirerer andre til å sjå moglegheitene i distrikta.

*Stine Mølstad, solbærbonde og kommunikasjonsrådgivar.
www.moelstad.no*

Kommuniser dine sterke sider

Omdømmet til ein kommune er summen av oppfatningane folk har av kommunen - over tid. Skal folk i ein kommune bygge eit meir solid omdømme, må dei kjenne sine sterke og svake sider. Dei må forbetre dei svake sidene og kommunisere dei sterke sidene ut på ein synleg, ekte, open og overtydande måte.

*Nils M. Apeland – i front på omdømmebygging i Norge.
www.apeland.no*

Ungdomar som omdømmebyggjarar

Norge er i verdklassen på utdanning av kreative arbeidstakrarar. Unge idérike menneske som ønskjer å starte eigne bedrifter. Kommunane må sjå på kva dei kan gjere for dei som alt bur i kommunen. Skap ein endå sterkare grunnskule og kulturskule. Integrer organisasjonar som UKM, MOT og Ugt Entreprenørskap i arbeidet rundt verdiskaping og omdømmebygging. Kultur er den viktigaste katalysatoren i omdømmebygginga!

Askil Holm – musikar og gründer som alltid vender attende til røtene sine. www.askilholm.com

Omdømmearbeid treng positiv energi

Omdømmebygging er både systematisk, målretta arbeid og instinkt kopla med positiv energi. Om ein er aldri så systematisk og målretta, så greier ein ikkje å bygge godt omdømme utan den positive energien som må kome innanfrå.

*Marte Hallem – informasjonsrådgivar som gjennom kåseri og songar formidlar tankevekkande bidrag til omdømmebygging.
www.martehallem.no*

Gi drøymarane ein sjanse

Når den fyrste utferdstrongen er tilfredsstilt, drøymer "alle" om å vende "heim". Statistikk viser at ein av tre ynskjer å forlate storbyen til fordel for landsby- og bygdeliv. For kommunar som slit med fråflytting: Ta tak i desse drøymarane. Legg til rette ein teknologisk motorveg. Få dei "heim" og la dei etablere seg og sitt i sin "draum".

*Britt Aagaard - kommunikasjonsrådgivar med kunnskap om strategiske prosessar og omdømmeprosjekt.
www.bakommunikasjon.no*

Omdømme dynka i humor

- Gjer omgrepet "omdømme" litt mindre diffust for folk! Ved hjelp av humor kan ein dra det ned på jorda, gjere det meir handgripeleg og konkret. Eg fortel om oppveksten i ei lita bygd, som folk kan kjenne seg att i. Krydra med hendingar frå pophistoria, med gode eksempel på bra og mindre bra omdømmearbeid. Ikkje kopier andre. Dyrk det originale. Omdømmearbeid er viktig, men som alt anna; det går lettare med eit smil.

Finn Tokvam – NRK-journalist som bruker humor for å inspirere til omdømmearbeid.

Slik laga vi inspirasjonseminar

Inspirasjonsseminaret var ei programpakke på om lag tre timer; ein kulturdel, ein fagleg del og ein bokl med lokale eksempel.

I tillegg vart det laga to kortfilmar om praktisk omdømmearbeid i kommunane Sokndal og Dyrøy.

Søk: <kommunenamn, Distriktsenteret> på www.youtube.com

Programpakka vart testa på ein pilot (HAFS-regionen i Sogn og Fjordane). Tilbakemeldingar førte til småjusteringar, men mest av alt fekk vi ei stadsfesting på at vi var på rett veg.

Prosjektleiinga konkluderte med at rolla til Distriktsenteret er å vere tilretteleggjar, koplar og "visevert". Distriktsenteret hadde regien. Vi skreddarsydder programmet, og henta inn fagfolk. Etter 29 seminar er vi trygge på at denne metoden fungerer.

Vi brukte kultur og humor for å få fram verdien med å drive med omdømmebygging. Deretter var det tid for den faglege tilnærminga. Gjennom teori og eksempel, fekk deltakarane tips om korleis ein kommune kan arbeide aktivt med sitt eige omdømme.

Vellukka omdømmearbeid vart dokumentert gjennom kortfilmar. I tillegg nytta vi eksempel frå bygdemobilisering og entreprenørskap som kopla omdømmebygging til utviklingsarbeidet i kommunen.

Framgangsmåten vår

1. Alle kommunane vart invitert til inspirasjonsseminar
2. Utvalde kommunar vart kontakta av Distriktsenteret
3. Vi fann ut kva behov kommunen har, og kva vi kunne tilby
4. Lokale og regionale media vart invitert til seminaret
5. Vi skreddarsydder ei programpakke med utvalde fagfolk/inspirasjonsteam
6. Møte mellom inspirasjonsteamet og kommuneleiinga
7. Gjennomføring av seminaret med avsluttande dialog
8. Direkte evaluering gjennom spørreskjema
9. Vi sende ut referat og resultat frå evalueringa
10. Vi fylgde opp kommunane innan avtalt frist

Kva seier deltarane om inspirasjonsseminara:

"Positivt overrasket over kvalitet – er demotivert i utgangspunktet og må nok jobbes/elles mer med for å bli skikkelig inspirert."

"Levde opp til visjonen; folkeleg, kompetent og engasjert."

"Kjempebra for bygda som er i startgropa for omdømmebygging."

"Ein treng ikkje hente folk for å fortelja sjølvsagt ting, men nokre treng vel påminningar."

"Nå får jeg lyst til å bidra og håper bygdadyret er gravglagt for alltid."

"No er vi klar for på ta av."

"Vi kommunestyremedlemmer må lære oss å kommunisere."

"Får en skikkelig piff til å stå på videre."

"Må skapa samma inspirasjonsträffar på svenska sidan."

"Smilande og blide folk fra Distriktsenteret."

"Alt var bra!"

"Vi burde hatt mer tid, kanskje en hel helg."



Etter inspirasjonseminaret vart omdømmearbeid integrert i det kommunale arbeidet i Hattfjelldal. Ordførar Asgeir Almås, tilsette og politikarar har fått eit godt verktøy til vidare utvikling av kommunen.



Askil Holm inspirerte elevane på barneskulen før seminaret.

Åseral – med festivalar som verkemiddel

Åseral Ligg i indre del av Vest-Agder. 900 innbyggjarar. Profilert hyttekommune i skog- og fjellandskap. To store årlege kulturarrangement trekker mange gjester og har styrka det positive omdømmet til kommunen.

Gjennom møte med kommuneleiainga og på inspirasjonsseminaret, fekk Distriktsenteret inntrykk av ein velfungerande kommune med god infrastruktur, godt tenestetilbod og vekst i folketalet.

Utfordingane til Åseral er at kommunen ligg i randsona til den regionale arbeidsmarknaden. Næringslivet er nok einsidig, med høvesvis stor sysselsetting i primær-næringane. Kommunen er difor sårbar for endringer i landbrukspolitikken, og kan trenge tilflytting som aukar mangfaldet i den lokale arbeidsmarknaden.

For å få til slik tilflytting, må kommunen gjøre kvalitetane sine synlege på regionalt og delvis nasjonalt nivå. Her kan festivalane "Bygdeutstillinga i Åseral" med sal av kunst og kunsthandverk, som trekkjer over 3000 gjester,

og særleg Eikerapen Roots Festival med opningskonserten, "Under the Dam", vere viktige verkemiddel. Det samlar og engasjerer bygdefolket, og gjer bygda betre kjent. Dei vart også presentert på by:Larm i Oslo i 2010.

Åsdølene er klar for å jobbe med ein visjon for kommunen. Inspirasjonsseminaret i regi av Distriktsenteret er vårt naturlege avspark i denne prosessen. Rådmann Rune Stokke

Inspirasjonsseminaret fungerte som eit avspark for kommunen. I Åseral vert arbeidet med omdømmebygging kopla mot kommuneplanarbeidet. Dette vitnar om god forankring, og ein kommune som ser den langsigktige verdien av eit godt og synleg omdømme.

Kontaktperson:

Odd Helge Liestøl
Leiar av service- og reiselivskontoret
91 86 85 02
odd-helge.liestol@aseral.kommune.no

www.aseral.kommune.no

Fosnes – landet i eventyret

Inspirasjonsseminaret var eit ope møte, der rundt 40 personar frå det politiske miljøet, kommuneleiainga, næringslivet og organisasjonslivet deltok. Fleire idear vart lansert, og nokre er blitt til konkrete prosjekt: "Bulystprosjekt" med mellom anna prøvebustader og "Med jobben på flyttelasset". Kommunen samarbeider med Midtre Namdal Samkommune om oppfølging av desse ideane. Andre prosjekt er utvikling av forteljartradisjon i Fosnes, tilbod til bedrifter om å profilere seg på heimesida til kommunen, kortfilmar og ikkje minst friske oppvisjonen og hovudmåla til kommunen.

Ei av dei store utfordringane er å tenkje Fosnes kommune som ei eining, og ikkje Jøa eller Salsnes. Det har lenge vore arbeidd lokalt for å få brusamband mellom fastlandet og Jøa. Saka har skapt eit stort engasjement, utan at dei har lukkast med brusamband så langt. Ei anna utfordring er å få folk til å fokusere på ei positiv utvikling - uavhengig av om det blir bru eller ei.

"Vi kan ikkje vente til bruva kommer. Viss alle ungdommer tror at de ikkje kan flytte tilbake før bruva er på plass, blir de også gamle før vi har ei bru."

Sagt på seminaret

Landbruket er ei viktig næring. Interessa til å ta over bruk blant den yngre generasjonen er lita. Folketalet har vore synkande, og er redusert med rundt 80 personar dei siste fem åra. Men det finst absolutt lyspunkt; kommunen er oppdaga av nederlendarar som kjøper gardsbruk og etablerer seg på Jøa. Og seminaret synte tydeleg at mange vil vere med å skape eit positivt lokalt omdømme.

**Fosnes ligg i Nord-Trøndelag.
Namnet på kommunenesentret er Dun.
Identiteten til kommunen er sterkt
knytt til forfattarskapen til Olav
Duun. 670 innbyggjarar, der tre
fjerde deler er busett på øya Jøa.**

"No e æ så inspirert at æ hi fått haupin!"

Ordførar Bjørg Tingstad under oppsummeringa etter seminaret.



Kontaktperson:

Bjørg Tingstad
Ordførar
74 28 64 13
bjorg.tingstad@fosnes.kommune.no
www.fosnes.kommune.no

"Vi må huske å ta med ungdommene i det videre arbeidet. Det er de som skal skape og bringe historiene videre. 15-åringer er eksperter på kommunikasjon. De kan blogge om Fosnes så de ser det i Tyskland."

Sagt på seminaret



Jølster - heile bygda er med

I starten av 2009 sette kommunen i gang eit tilflyttingsprosjekt for å auke talet på innbyggjarar og stimulere næringsutviklinga. Same året deltok Jølster på omdømmeskulen i regi av Distriktsenteret.

Gjennom ulike prosjekt jobbar kommunen målretta med å styrke næringsutviklinga, og å få ungdom til å flytte heim. Jølster har kort veg til regionsenter både i Sunnfjord, Nordfjord og Sogn, og dermed tilgang til ein stor arbeidsmarknad. Særleg viktig for kommunen er tilboda i Førde, som ligg 40 minuttar frå Skei og 20 minuttar frå Vassenden. For Jølster kommune er det viktig å nå ut til omverda med at dei har spennande arbeidsplassar i og rundt kommunen, synleggjere kvalitetane kommunen har for gründerar og nyetableringar, samt kva forhold som gjer kommunen til ein attraktiv og god stad å busetje seg i.

Etter 29 inspirasjonsseminar rundt omkring i heile Noreg, var det Jølster kommune som fekk deltakarrekorden. 118 deltagarar på eit ope folkemøte! Jølster kommune brukte seminaret til å gi innbyggjarane inspirasjon, motivasjon og kunnskap om kvifor det er viktig å jobbe med omdømmearbeid.

"Viktig for kommunen å satse på dette, med tanke på at dei unge vel å flytte tilbake."

Sagt på folkemøtet

Før seminaret hadde tre tilsette i kommunen delteke på omdømmeskulen, og heile kommunestyret hadde hatt ein dag på skulebenken for å lære om omdømmebygging. Det vart vidare oppretta ei styringsgruppe for omdømmearbeidet, og kommunen har no tilsett ein person i 30 % stilling som prosjektleiar for kommunen sitt omdømme-prosjekt. Kommunen viser at dei jobbar strukturer, langsiktig og godt med å bygge kommunen sitt omdømme. Dei koplar omdømmearbeidet saman med andre prosjekt i kommunen. Dette er viktig om ein skal lukkast. Jølster kommune er såleis eit godt døme for andre kommunar som ønskjer å drive omdømmebygging.

Kontaktperson:

Laila Bergheim Ommedal
Prosjektansvarleg for tilflyttings- og omdømme-prosjektet
99 20 26 53
lbo@jolster.kommune.no
www.jolster.kommune.no

Jølste ligg midt i Sogn og Fjordane. 2981 innbyggjarar. Kommunesenteret Skei og den andre tettstaden, Vassenden, ligg i kvar sin ende av det tre mil lange Jølstravatnet. Mykje av busetnaden ligg langs vatnet. Folketalet har auka dei siste åra.

Tjeldsund

- mobiliserer til tusen

Mobiliseringsevna og dugnadsånden er stor.

Innbyggjarane bryr seg om det som skjer. Ordføraren og den politiske leiinga i kommunen legg ikkje skul på at dei set pris på engasementet til folk i bygda. Kvar bygd har ein eller to personar som er **bygdevertar** – på frivillig basis. Dette er folk som er involvert i det meste som skjer i bygda; dei ønskjer nye innbyggjarar velkomne, inkluderer dei, og fungerer også som kanal inn til kommunen. Dei veit kva folk er opptekne av og formidlar det til dei folkevalde.

Kommunen er den nest største arbeidsgivaren, etter Forsvaret. Det er viktig for omdømmet at folk får eit godt møte med offentleg forvaltning. Dei tilsette har vore på ambassadørkurs. Distriktsenteret meiner det er positivt og avgjerande at dei tilsette dreg i same retning, og er klar over kor viktig rolle dei har i dette arbeidet.

Kommunen valde å arrangere inspirasjonsseminaret som eit ope folkemøte. Dei rundt 100 deltakarane var alt frå elevar i tiendeklasse, som tente inn pengar til klassetur ved å ta serveringa og ungdomsrådet i kommunen, til innflyttarar, pensjonistar og bygdefolk som har levd heile livet i Tjeldsund.

Målet er å bli fleire innbyggjarar, og folketalet har auka det siste året. Tjeldsund har mange fritidsbustader, og kommunen har lukkast med å få nokre til å busetje seg permanent. Kommunen vil gjerne oppnå kontakt med dei mange studentane frå Russland og Kina som studerer ved Ingeniørhøgskolen i Narvik. Dei har starta eit



"Å jobbe saman med ungdomsrådet er viktig".

Ordførar Bjørnar Pettersen (t.h.)

prosjekt som munnar ut i "Framtidskonferansen 2025" under Tjeldsunddagane i september. Møteplassar for lokal ungdom og gjestestudentar blir skapt, og dei utanlandske blir utfordra til å meine noko om "kva ville du gjort dersom du budde i Tjeldsund?"

"Hei, har snakka med ordføreren som kunne berette at han i går opplevde noe han aldri hadde opplevd tidligere i sin ordførergjerning; han satt hele dagen og tok i mot positive telefonhenvendelser etter omdømmeseminaret."

Mail frå ein i inspirasjonsteamet etter seminar.

Kontaktperson:

Kristina Lindahl

Prosjektleiar næring og utvikling

76 91 91 05

kristina.lindahl@tjeldsund.kommune.no

www.tjeldsund.kommune.no

Tjeldsund ligg lengst nord i Nordland, og har rundt 1350 innbyggjarar. Kommunen har vore, og er i stor omstilling, men har valt å fjerne statusen "omstillingsskommune", fordi det verka passiviserande.

Lebesby

– den lystigaste brakka i leiren

Utfordringane til Lebesby er først og fremst avstands-ulemper, folkesetnad og næringsstruktur. Kommunen er sårbar for svingingar i fiskeria, og offentlege kommunikasjonar der prisnivå og frekvens blir bestemt langt utanfor kommunegrensene. På den andre sida har Lebesby vesentlege kraftinntekter både frå vasskraft og vindmøller. I tillegg har Hurtigruten daglege stopp, noko som gir grunnlag for reiselivsaktivitet.

Kyst- og fjordkommune som grensar opp til Nordkapp i Midt-Finnmark. 1345 innbyggjarar, rundt 1000 bur i kommunenesentret Kjøllefjord, dei andre er spreidd over åtte grender. Verdas nordlegaste bjørkeskog ligg i Lebesby.

"Seminaret har vært en god utnyttelse av statlige midler overfor distriktskommunene i sør og nord."

Ordførar i Lebesby, Stine Akselsen, til Nationen, 17. februar 2010.

Hurtigruten. Chrisfestivalen er ei årleg kulturhending som trekker mange utflyttarar heim til stemnemøte med heimstaden.

Ei målretta ungdomssatsing skjer i samarbeid med nabokommunen Gamvik. Dette samarbeidet har full støtte frå Finnmark fylkeskommune. Dei siste åra har kommunen hatt ein liten netto folketalsvekst. Denne skuldast tilflytting og førebels ikkje fødselsoverskot. Gjennom informasjonsbladet På Norskstoppen prøver kommunen å forsterke dei synlege og positive utviklingstrekkja. Dei har eit reflektert forhold til omdømmebygging, og satsar tydeleg på å framstå som den lystigaste brakka i leiren. Eller som ordførar Stine Akselsen seier det på kommunen sine heimesider, etter at påskeferien i år var avslutta:

"Tilbakemeldingene fra de fleste er at de synes det er artig å være hjemme, og at kommunen og folket innbyr til trivsel."



Ordførar Stine Akselsen saman med heimflytta Frank Axelsen og familien.

Kommunen har valt å jobbe med dei positive utfordringane. Dei har satsa på ein synleg utviklingsetat som spenner over alt frå ungdomsarbeid til kultur og næringsutvikling. Dialogen med næringslivet verkar til å vere god. I sommarsesongen greier Kjøllefjord Kystlag på Foldalbruket å ha daglege omvisningar til turistar på

Kontaktperson:

Hege Johansen
Utviklingsleiar
78 49 95 73
Hege.johansen@lebesby.kommune.no
www.lebesby.kommune.no

Nordre Land - med ekte landsbyliv

Nordre Land har sett eit sterkt fokus på landsbyliv, og det har resultert i at Dokka er den første offisielle landsbyen i Noreg. Det er mange landsbyar i Noreg, men det er framleis for få som bruker det medvite i utvikling av staden og i samband med næringsutvikling. Dei meiner at det å byggje på sær preg er det som kan få fastbuande og potensielle tilflyttarar til å sjå verdien av eit liv i Dokka og resten av kommunen.

"Ekte landsbyliv" er eit prosjekt som Nordre Land kommune står bak, saman med Landsbylauget BA (eit samvirke for næringsdrivande innafor handel, service, handverk, industri og reiseliv i Dokka og i distriktet) og Landsbyen Næringshage AS. Det er viktig at det er fleire enn kommunen som eig prosjektet - både for å lukkast med gjennomføringa og skape resultat. I tillegg er det viktig at innbyggjarane oppfattar staden sin slik han blir profilert.

"Inspirasjonsseminaret vart ein "kick-off" for rekruttering til landsbyrådet. Difor eit strategisk viktig tidspunkt for oss."

Stine Røen

Kommunen har sterkt fokus på koplingane mellom sentrum og periferi. Her har dei oppretta eit landsbyråd som er med å styrke arbeidet, og ikkje minst synleggjere det store engasjementet ein har i kommunen. Landsbyrådet er eit ope møteforum, der alle som vil kan delta. Rådet er referansegruppe for prosjektet. Det er over 160 lag og foreiningar i kommunen, noko som gjer at det er mange alternativ for aktivitet. Det lettar også integrering av nye innflyttarar til kommunen.

Nordre land var med på omdømmeskulen 2009. Både ordførar, prosjektmedarbeidar i kommunen og næringshagen har vore med på arbeidet. På inspirasjonsseminaret var det godt

Nordre Land kommune ligg "midt i Oppland" og har 6680 innbyggjarar. Rundt 3000 bur i tettstaden Dokka. Dei satsar på ekte landsbyliv i sentrum, med sterkt forankring til utkantane i kommunen.

"Den nytilsette prosjektleiaren var deltakar på seminaret den 9. november, og bestemte seg for å søkje jobben etter seminaret." Stine Røen

frammøte, og inspirasjonstemaet kunne vere med å fylle ut og stadfeste det viktige arbeidet som kommunen no er i gang med rundt omdømmebygging.

Kontaktperson:

Stine Røen
Næringsrådgivar i Nordre Land kommune
41 43 26 78
stine.roen@nordre-land.kommune.no
www.nordre-land.kommune.no

Per Rognerud frå næringshagen, Stine Røen og ordførar Liv Solveig Alfstad ynskjer velkommen til Nordre Land.



Media med ris & ros

I samband med inspirasjonsseminara hadde vi dialog med lokale, regionale og nasjonale media.

Sogn Avis, 21. november 2009

Nyhende

Inspirerte politikarar til omdømmebygging

Distriktsenteret på turné

Felies profilering

Etterlyser mer Joralf-satsing

Snåsa kommune bar bli flinkere til å utnytte Joralf-effekten, var det klare rådet som ble gitt under en seminar om omdømmebygging på Snåsa Hotel tirsdag kveld.

AV JON AGE FISKUM

PUBLISERT: 18.03.2010 kl. 07:45 Endret: 18.03.2010 kl. 07:48

TIPS OSS **KLIKK HER**

NYHOLDING: Omdømmebygger Anne-Mette Hjelle (til venstre) og terrorkryper Torbjørn Særenes ved Distriktsenteret hadde noko å fortelle om omdømmebygging til prosjekter for Nyksaing i Snåsa, Kråkm Landsting og ordfører Viggo Hulset Bæbo.

AV JON AGE FISKUM

PUBLISERT: 18.03.2010 kl. 07:45 Endret: 18.03.2010 kl. 07:48

TIPS OSS **KLIKK HER**

Inspirasjonsseminaret var et lørdag i et meir stativt samarbeidsprosjekt under mottot

Sogn Avis, 17. februar 2010

Birkenes Avis

Omdømmebygging i høysetet

VÆR DE VELKJENTE MØTEPLASS

VÆR OG VEL: Gerd Inger Engedal og Atle Træde (t.h.) tilbyr omdømmebygging i praktisk praksis, og at Nils Apeland som leder SIAA, sammen med producent på Raykjanes, har fått oppdraget til å produsere et program om det er tilgjengelig.

VV-LEDER: Lotte av Veggli og Ve og Vil, Gerd Inger Engedal og Atle Træde tilbyr omdømmebygging i praktisk praksis, og at Nils Apeland som leder SIAA, sammen med producent på Raykjanes, har fått oppdraget til å produsere et program om det er tilgjengelig.

OVERGREKTELSE: Atle Træde (t.h.) tilbyr omdømmebygging i praktisk praksis, og at Nils Apeland som leder SIAA, sammen med producent på Raykjanes, har fått oppdraget til å produsere et program om det er tilgjengelig.

Apeland kan dette være ved å være åpen, ekte, konsistent, emneledes og synlig.

«Felles tru på no unika»

Som et friskt part med en spesiell foredragshåndkunst i Hønefoss, Henningsvær og Lærdal, er de også interessante innslag med god blanding av kaker, sang og gode historier, som man kan si hadde et skikkelig på onsdagene. Hennes innslag

JØLSTER: Line Seim er tildelt som projektleiar for omdømmebygging i Jølster kommune.

Prosjekta hadde avgjort i år med åpningssymposium på Sikt Hotel i Jølster Distriktsenteret i kommunen.

«Vi er svært glade for at vi har Line på plass. Vi mange spørsmål om hvordan man korleis skal til å legge arbeidet ut, sier prosjektleiar Laila Blæthing.

Ommeddal i ein uttal.

«At Jølster-namnet har ein positiv klang hjå folk gjennom landet, og at det er noko vi ofte blir sjist gjennomkastne på. No er det også det flotte oppslaget i pressemeldinga dei hadde intervjuet tonn engasjerte frå Sogn og Fjordane som var til stede her natt til fredag, legg Ommeddal.

Ommeddal bedømt skal koplast opp mot felles andre tilskil, men om anna tilflyttingsspesialitet under leding av Silja Juklestad med på mota.

JØLSTER AMBASSADØR: Line Seim tok denne veka til i 50 prosenter jobben med studiar for omdømmebygging i praktisk praksis til å bærekraftig utdanning i historie- og kulturtar. Arkivfoto: Stein Heggheim

Firda, 20. februar 2010

Trønder-Avisa, 18. mars 2010

Før:

"Skeptisk til omreisende konsulenter"

"Det kommunen bør ha fått nok av er omreisende predikanter som påberoper seg å kjenne bedre til virkeligheten i Hattfjelldal enn kommunens innbyggere selv.

Men vi håper gjenreisinga i Hattfjelldal blir en suksess. Det fortjener innbyggerne i kommunen. Og så tillater vi oss å være grunnleggende skeptisk til omreisende konsulenter og rådgivere.

Leiar i Helgeland Arbeiderblad,
28. oktober 2009



Ble inspirerte

DOKKA: Nordre Land kommune har ambisjoner om å bli et fyrtårn innen næringsutvikling, et sted med sterk identitet, og godt omdomme.

Geir Hørling
et høst ble Dokka den største landsbyen i Norge. Med denne statens bønner, vil de utvikle hele kommunen. Samarbeidspartnere Landbruks- og næringsdepartementet og Miljøbyrådet er medarbeidere på et inspirerende landbruksskole under høstkveld

V) har fått Distriktsenteret i Steinkjer. De har med seg ikke som har lykkes med næringsskaping og samfunnsbygging. Vi ønsker også, og fikk dem hit uten at det var noe av øre, sa rådmann Jarle Skekestad.

Oppland Arbeiderblad, 12. november 2009

Etter:

"- Dette er Drømmmedalen!"

"Grav ned hele Terra-spøkelset. Jeg kunne godt tenke meg å flytte til Hattfjelldal. Etter å ha vært her i to dager, kan jeg godt si det er en drømmedal." Sa Askil Holm, og ordførar Asgeir Almås fekk sleppe til med alt han var stolt av i kommunen.

Helgeland Arbeiderblad, 29. oktober 2009



"Tilslørte bondepiker" er eit vakkert namn. No har dette namnet fått ny aktualitet gjennom vårt nye sesam-sesam i distrikts-politikken: Omdømbebygging som er eit virvar av samrøring, utan klare og avgrensande definisjonar, og som alle kan synsa litt omkring, frå kommunikasjonsrådgjevarar til statstilsette Distriktscenterutviklarar eller "tilslørte bondepiker".

Johs. B. Thue, kronikk Sogn Avis, 11. februar 2010

Ei reise i omdømmebygging



Inspirasjonsteamet til Distriktsenteret saman med eksterne samarbeidspartnærar.

Omdømmearbeid må forankrast både på toppen i kommunaleiinga og på grasrota ute i lokalsamfunna. Då får ein med mange gode ambassadørar og skapar slitestyrke.

Det er viktig å ta debattane. Eit godt omdømme utan demokrati er utenkjeleg.

Vi har opplevd eit stort engasjement gjennom inspirasjonsseminara, og ser ingen grunn til at engasjementet skal slokne i tida som kjem. Distriktsenteret skal gi inspirasjon til lokal utvikling. Eit godt omdømme er ein suksessfaktor for å lukkast med dette.

Roar Werner Vangsnæs, prosjektleiar

Vart du inspirert til å ta kontakt?

www.distriktsenteret.no eller ring 48 16 82 80