



BOLYST FORPROSJEKT

SLUTTRAPPORT

2010-2011

31.01.2011

Prosjekteigar: Stryn Kommune
Prosjektleiar Farmhouse AS

INNHOLD

1. BAKGRUNN FOR PROSJEKTET	3
2. ORGANISASJON	4
3. DESIGN	4
4. MÅLSETJING	5
5. METODIKK	5
6. RESULTAT	6
a. Viktige faktorar for bulyst	6
b. Visjon	7
c. Målsetting	7
d. Målgruppe	8
e. Modell – Designlandet	9
i. Design Akademi	10
ii. Design Ambassade	11
f. Samarbeid	13
g. Vidareføring av prosjekt etter pilotfase	13
7. OVERFØRINGSVERDI	14

FIGURAR

Fig. 1: Organisasjonskart	4
Fig. 2: Modell for designdriven stadutvikling	9

1. BAKGRUNN FOR PROSJEKTET

Forprosjektet vart påbegynt i september 2010, og er avslutta med reknaskap og prosjektrapport 1.februar 2011. Konkret søknad om hovedprosjekt vil bli innsendt ihht fristar for vurdering til opptak som Bulyst pilotprøjekt i 2011.

Utgangspunktet for prosjektidéen, "BuiStryn – Designlandet", er eit ønske om å fremje design som strategisk verktøy for stadutvikling. Vi vil sjå på korleis bevisst bruk av design påverkar våre haldningar til bustadkommune og mulegheiter for å skape vedvarande bærekraftig utvikling.

Sidan Stryn er ein kommune med lange tradisjonar innan design, såg vi Stryn som naturleg stad for prosjektet. Vi har utvikla oss og erfart gjennom ei årrekke, og har mange suksesshistoriar å vise til innan design. I all hovudsak har disse suksesshistoriane ofte utspring i enkeltpersonar eller enkelbedrifter som har våga å tenke annleis. Kreative drivkrefter som tør å satse. Eit lokalsamfunn blir det det er nettopp fordi nokon vil meir enn andre.

Ein kan vel også seie at ein kan spore ei næringklyngje innan design i Stryn, med ein spirit som har forsterka seg til noko utenom det vanlege. Og kva om ein greier å skape noko omforenande, for å ytterlegare forsterke den gode trenden?

Vi ønsker med dette prosjektet å føre tverrfaglege erfaringar saman og finne ny kunnskap for å skape gode løysningar og alternative måtar å tenkje på for framtida.

Vi vil skape eit framtidig fundament for å ta gode strategiske valg for designdrevne utvikling. Ikkje minst ønsker vi å systematisere aktivitetar for å gi stimulans til utvikling av ei næringklyngje innan design, samtidig som vi skal ha fokus på at det prosjektet tilbyr skal vere av allmenn verdi. Kunnskap vil vere ein viktig faktor.

2. ORGANISASJON



Fig.1: Organisasjonskart

3. DESIGN

Det er viktig å presisere at det i prosjektet er fagområdet design som verktøy for samfunnsutvikling generelt som har hovedfokus, og ikke primært ei fremjing av designbransjen i Stryn – sjølv om synergiane vil vere sterke i så måte.

Vi vil ha fokus på sosial og næringmessig verdiskaping gjennom strategisk bruk av design. Designmetodikk kan nyttast av alle i svært mange samanhengar, og det er viktig å auke kunnskapen og formidle verdien av dette. Vi skal tenkje nytt, bredt og systematisk, med brukardriven fokus.

Å få nokon til å ha lyst til å bu ein stad, handlar først og fremst om å tilrettelegge på mange måtar - ikkje minst på ein visuelt god og strategisk måte. Design handlar om å skape form, funksjon og følelsar. Men det handlar også om strategisk tilrettelegging, miljøbevisstheit, estetikk, brukarvennlighet og auka marginar. Vi brenn for å skape levande bygder, og design har eit uutnytta potensiale i den forstand. Det er viktig for ein kommune å skape

konkurransemessige fortrinn med tanke på at produktet nettopp er "bolyst", med alt det måtte medføre.

Eksempel på betydninga av design, er kartlagt gjennom "Design Diagnose", ein undersøkelse foretatt av Synovate i samarbeid med Norsk Designråd i 2009. Det tydelegaste funnet her er forskjellen i innovasjonsgrad mellom bedrifter som anvender design i sine forretningsprosessar og dei som ikkje gjer det. Det viser seg at helle 69% av dei som har nytta design har utvikla nye produkt eller tjenester siste 3 år, medan kun 28% av dei som ikkje er aktive designbrukarar har gjort det same. I tillegg viser undersøkelsen at designaktive bedrifter eksporterer dobbelt så mykje. (Kilde: DIP, Designdrevet Innovasjonsprogram 2010). Dette viser at design er eit svært viktig fokusområde.

4. MÅLSETJING

Målsetjinga med forprosjektet har vore å kome fram til enighet om kva ein skal satse på i eit hovedprosjekt, kartlegge finansieringsbehov, samt framdriftsplan.

Gjennom kreative forum, workshops og anna type research, har ein fått kartlagt faktorar som er viktige for bulyst generelt. Dette har vore ein god basis for å kunne skape retning i prosjektet.

5. METODIKK

Vi har nytta kvalitativ metode for innhenting av informasjon. I og med at målgruppa har stor breidd og forprosjektet ein relativ kort tidshorisont på 5 månader, har vi sett dette som mest effektivt og fleksibelt. Det har også hatt klare fordelar, ved at ein har fått gått i dybden på ulike løysningar og fått fram tankar, erfaringar og meininger. Såleis har vi avstemt idéar og løysningar relativt raskt.

Konkret har vi jobba på følgjande vis:

- Diskusjonar innad i styringsgruppe og prosjektleiing.
- Workshop med designarar frå Farmhouse og styringsgruppe.
- Samtalar med nøkkelpersonar.
- Samtalar med andre Bolyst prosjekt; VAKN på Nordfjordeid.
- Møte med Næringsavdelinga i Fylkeskommunen.
- Interne workshops hos Farmhouse, med involvering av andre eksterne designarar.
- Kreativ idéprosess over 2 dagar med styringsgruppe og referansegruppe.
- Kreativ workshop, der det var ope for alle interesserte. 72 personar deltok, og alle fekk gruppevis kome med innspel og synspunkt.

Vidare har prosjektet sikra brei forankring gjennom involvering av ulike aktørar, som også har bidratt til å løfte prosjektet og sikre gjennomføringsvilje og -evne. Involverte i tillegg til Stryn Kommune som prosjekteigar (med deltaking frå ordførar, rådmann, planavd. og kulturavd.), er disse viktige pådrivarar; Stryn Næringshage, Farmhouse AS, Hagen AS, Fagre Stryn Aktivitetsselskap AS, Lake AS og Stryn Vidaregåande skule har også vore involvert og det kreative miljøet i Stryn har hatt mulegheit for å kome med sine innspel.

6. RESULTAT

Gjennom studiane i forprosjektet har vi fokusert på å finne ut kva som skapar bulyst i Stryn. Kva er det folk meinar er viktig for å ha lyst å bu og lyst å høyre til i kommunen. Kva er det som motiverar og engasjerar? Kvar den allereie eksisterande positive mentaliteten og den unike given kjem ifrå, ønsker vi å forske meir på gjennom eit pilotprosjekt. Det har skjedd mykje på fleire plan dei siste åra, særleg næringsmessig – men også ikkje minst mentalt. Denne mentale utviklinga i form at stor takhøgde for prøving og feiling, meiningsutveksling, støtte, aksept, toleranse og samarbeid er essensielt for skaparkrafta og må ivaretakast for framtida. Kva kjenneteiknar "the moods of Stryn"?

Forprosjektet har resultert i eit konsept som ein ønskjer å utvikle til ein modell for designdriven stadutvikling gjennom eit pilotprosjekt. Nedanfor følgjer ei utgreiing om innhaldet i konseptet.

a. VIKTIGE FAKTORAR FOR BULYST

For å skaffe oss eit utgangspunkt for utvikling av ein modell med design som virkemiddel, opererte vi i starten med opne spørsmål om kva som er viktig for bulyst generelt. Følgjande faktorar utmerka seg:

- Eit sterkt og aktivt kommunesentrums. Det er viktig å utvikle Stryn sentrum og skape meir synleg aktivitet der. Folk vil ha eit sosialt og levande sentrum, med lengre opningstider, parkområde/møteplassar og gode sentrumstilbod.
- Skape sosiale møteplassar/fellesarenaer.
- Identitet og profil.
- God næringsutvikling
- Felles arena / møteplassar
- Kultur – og fritidstilbud.
- Kafè/restaurant. Ferskvaretilbud.
- Arkitektur, estetikk, brukarvennlegheit.
- Synleggjere stor "takhøgde". At ein gledar seg over andre sin suksess. At det skal vere aksept for å prøve og misslukkast.
- Kompetansejobbar, faglege møteplassar.
- Vise at ein tar vare på merkevarene. Støtte opp om kvarandre. Vi har mange gode merkevarer å vere stolte av. På fram suksesshistoriar til inspirasjon for andre.

- Inkludere tilflyttarar. "Opne dører".
- God kommunikasjon mellom bedrifter.
- Forutsigbarheit i tilbuda, som turløyper, ski, badeplassar og andre aktivitetar.
- Vise at ein tar vare på sårbare område.
- God infrastruktur generelt.

Ikkje alt er muleg å ta tak i i eit pilotprosjekt, men i eit langsiktig perspektiv meiner vi mykje kan oppfyllast ved å skape gode synergiar.

b. VISJON

Prosjektet har ein klar visjon om "*å implementere design som strategisk verktøy for stadutvikling, og gjennom dette skape sjølvførsterkande synergiar og prosessar*".

Vi vil sjå på korleis dette kan gjere Stryn spesielt og distrikta generelt meir attraktive.

c. MÅLSETJING

LANGSIKTIG EFFEKTMÅLSETJING

Langsiktig effektmålsetjing for prosjektet:

- Design som strategisk verktøy for stadutvikling; lyst å bu, lyst å høyre til, lyst å skape, i Stryn.

Med dette vil vi ha fokus på at gjennom bruk av design som verktøy, skal ein vekkje positive stemningar i målgruppa. Ein vil få folk til å tenkje at "dette har vi lyst til, for i Stryn finst **kunnskap, ambisjonar, spirit og engasjement**".

"**Lyst å bu**" er basert på at ein vil skape tilflytting og samtidig forhindre at folk flyttar ut for godt. Identitetsstyrke og identitetstilknytning er viktige stikkord.

"**Lyst å høyre til**" går på å skape stoltheit som ein vil ta del i, både fastbuande og andre. Vi ønsker spesielt å fange opp dei som aldri kjem til å flytte til Stryn, men som likevel har ønske om å ha relasjonar til Stryn. Det er viktig å forsterke desse relasjonane. Dette kan vere Stryn sine framtidige investorar, bedriftsetablerarar, turistar, hyttebyggjarar etc som igjen vil kunne vere gode ambassadørar utanfor kommunegrensene.

"**Lyst å skape**" rettar seg både mot næringslivet og folk flest i det daglege. Fokus her vil vere å stimulere til skaparevne og skaparkraft.

DELMÅLSETNING

Vi vil skape eit pilotprosjekt med overføringsverdi, der vi med bruk av design vil fremme kunnskap om og løysningar, konsept, teknikkar for å gjere distrikta attraktive

- Skape ein overførbar modell for designdriven stadutvikling.
- Utvikle identitetsstyrke og identitetstilknytning
- Utvikle gode allmennyttige fellesprosjekt
- Nye kompetansearbeidsplassar
- Auke bedriftene si innovasjonsevne med fokus på designdriven innovasjonsmetodikk
- Auke i designdriven entreprenørskap
- Utvikle næringsklynge innan design
- Auka internasjonaliseringssgrad

d. MÅLGRUPPE

Prosjektet har eit breidt nedslagsfelt og har definert følgjande målgruppe:

- Innbyggjarar
- Studentar og elevar
- Besøkande
- Potensielle tilflyttarar
- Næringslivet
- Investorar

e. MODELL - DESIGNLANDET

Med utgangspunkt i målsettinga, skal vi skape Designlandet i Stryn. "BuiStryn - Designlandet" er vårt pilotprosjekt og skal vere ein overordna paraply for koordinering av satsningsområda i pilotfasen, som er planlagt over ein 3-års periode. Dette skal vere ein arena for designdriven distriktsutvikling gjennom kunnskap, FoU, utfoldelse og samarbeid, der vi vil dyrke fram mellromskompetanse.

Vi ser for oss ein modell der vi etablerar **Design Akademi** og **Design Arena**.

Design Akademi vil vere teoretisk retta, der kunnskap, FoU, fagseminar og spreling av resultat står i fokus.

Med meir pragmatisk tilnærming, skal **Design Arena** vere vår opne plass for kreativ utfoldelse, engasjement og utvikling. Her vil fokus vere kreative aktivitetar og opplevelsar, utvikling av fellesprosjekt, sosial nettverksbygging og næringsutvikling.

Design Akademi og Design Arena skal utfylle kvarandre og skape ambisjonar, spirit, engasjement og innovasjon.

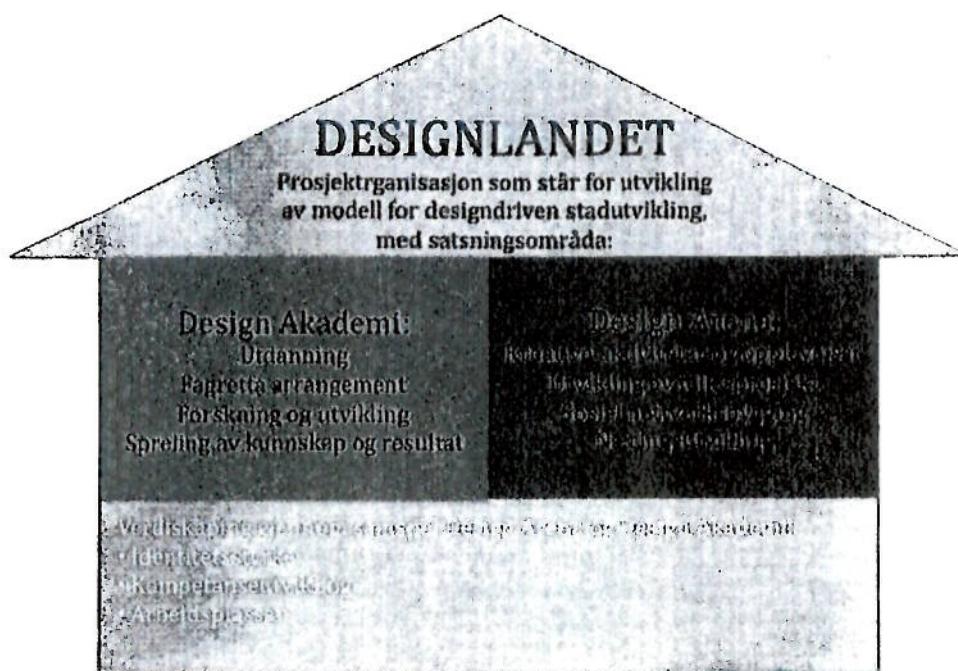


Fig. 1: Modell for designdriven stadutvikling.

Designlandet skal også ivareta interesser og vere formidlar og nettverksbyggjar. Det er viktig å fram Stryn sine verdiar og forsterke vår historie og tradisjon. Vi må ta tak i det vi allereie er gode på og utvikle dette vidare med design som strategisk verktøy.

Beskrivelse av prosjektinnhaldet:

I. DESIGN AKADEMI

Vi må utvikle god tyngde innan fagområdet Design. Vi har mykje erfaring, men treng stadig påfyll av kunnskap. Den må vere tilgjengeleg, og kunne anvendast for kompetanseheving i næringslivet og øvrige delar av samfunnet. Dette vil skape sjølvforsterkande synergiar.

Vi ønsker å få tilrettelagt for utdanning på høgskule- og/eller fagskulenivå, der tanken er å etablere dette under eit Akademi som kan innehalde bl.a.:

- Høgskuleutdanning og eller fagutdanning innen Design, knytta til ein etablert studieinstitusjon.
- Samarbeid med VAKN, Nordfjordeid sitt Bolystprosjekt, som også skal satse på høgskuleutdanning.
- Kunnskap og kompetanse frå lokale og regionale bedrifter som ressurs.
- Koble opp til fagmiljø ved dei kreative skulane NTNU, Kunsthøgskulane, Westerdals, Esmod osv.
- Nytenkande og utradisjonelt studietilbod. Utvikle ei designutdanning som er næringsretta og dermed koble designfag med økonomi, markedsføring, merkevarebygging, innovasjon og entreprenørskap etc. Her kan ein trekkje inn fagmiljø frå t.d. BI, Handelshøgskulen osv.
- Kombinerte teori med mykje praktisk og kreativt arbeid td gjennom etablering av ein designlab.
- Internasjonale ambisjonar gjennom utveksling, fagmiljø og samarbeid.
- Fagseminar, workshops, arrangement
- Samarbeid med vidaregåande nivå i regionen, om opplæring innan design.

Omfangen av eit slikt akademi må utgreiaast i eit pilotprosjekt. Til dømes om det skal vere heilårs eller halvårsstudium, eller meir kursbasert. Vi er også for oss at ein skal tilby etterutdanning, kortare kurs og workshops for bedrifter og andre som måtte ønske fagleg påfyll.

Fordelar med Design Akademi

- Ein får tilført kunnskap, og betre tilgjengeleg kunnskap
- Kompetansearbeidsplassar i det å skape utdanningstilbod i seg sjølv.
- Lokale bedrifter kan engasjerast i undervisninga

- Fagmiljø som vil vere ein ressurs i omstillingss prosessar.
- Kunnskap om innovasjon. Auka innovasjonsevne.
- Internasjonale mulegheiter med utveksling og fagsamarbeid
- Auka aktivitet i kommunen. Rundvirkningar på reiseliv, utleige etc
- Skapa eit miljø som aktivt kan vere med som støttespelarar til ulike arrangement.
- Kan skape ei stoltheit rundt akademiet/utdannelsen vår.
- Ei mulegheit for å ha noko konkret og allment å markedsføre/identifisere oss med – til og med internasjonalt.
- Kobling mellom kommunane Stryn /Eid er svært positivt, samt evt. andre aktørar.
- Studentar er synlege. Dei brukar kulturelle tilbud. Får besøk av familie og vene. Kanskje startar dei opp bedrift etter endt utdanning?
- Rekruttering

II. DESIGN ARENA

Som nemnt skal Design Arena vere ein arena for kreativ utfoldelse, engasjement og utvikling. Her ønskjer vi å satse på nokre enkeltprosjekt som gir klare synergier både lokalt og regionalt.

DESIGN STRYN - VIDAREUTVIKLING

Design Stryn - prosjektet, som er eit påbegynt samarbeid mellom rundt 30 bedrifter i Stryn kommune ønsker vi å vidareutvikle. Dette er eit design hus som vart bygd med tanke på å profilere medaktørane, som alle hadde ulik tilnærming til design, og målsetninga var auka inntjening. Alt inventaret i designhuset er produsert av bedrifter i Stryn, eller muleg å få kjøpt i Stryn. Huset på 100 kvm og 8 m høgt vart montert i forbindelse med Strynemessa 2010. Heile prosjektet var prega av stor entusiasme og enormt engasjement, og ikkje minst av eit knirkefritt samarbeid. Resultatet vart ein unik måte å presentere delar av næringslivet på.

Utviklingsbehovet for Design Stryn er stort, med tanke på at ein skal kunne etablere tjeneleg opplegg for bl.a. messedeltaking utanfor kommunegrensene. Det er også viktig å bygge vidare på det unike samarbeidet og sette det inn i etablerte former. Dette vil vere eit viktig stimuli til utvikling av næringsklynge innan design. Design Stryn vil såleis fokusere på samarbeid, nettverksbygging, faglege- og sosiale møteplassar og arrangement.

I tillegg må vegna vidare med sjølv designhuset vurderast. Det er stor vilje frå Stryn Kommune si side å finne plass til dette huset i sentrum av Stryn. Det vil vere som eit utstillings og profileringmonter for medlemsbedriftene, og ope for publikum. Men det vil også stå som eit symbol på design og samarbeid og ikkje minst den gode spirten i Stryn.

"DESIGNAMBASSADE" – HERADSHEIM

Det gamle kommunehuset i Stryn, har stått tomt mange år og ein ser det som ei fantastisk muligkeit å skape aktivitetar i dette huset som følge av BuiStryn prosjektet.

Vi ønsker å skape ein "designambassade" i Designlandet, og ser dette flotte monumentale huset midt i sentrum som ein aktuell stad for å samle aktivitetar, herunder også Design Akademiet. Framover mot oppstart av eit pilotprosjekt, vil det bli arbeidd med ein separat prosjektplan for opprustning og drift av huset. Dette eigedomsprosjektet inngår ikkje i bulystprosjektet (utanom planlegging og tilrettelegging for aktivitetar), og er heller ikkje avgjerande for utvikling av ein "designambassade". Alternativet er å bruke andre lokaler til dei ulike aktivitetane. Men det vert arbeidd hardt for at Heradsheim skal kunne bli vår fysiske ambassade for kunnskapsformidling, utfoldelse og utvikling av fellesprosjekt.

Stiftinga Heradsheim eig både huset og tomta, og sit med nøkkelen for å kunne plassere "Designhuset" ved Heradsheim. Stryn kommune er positive til dette, og vil bidra både i høve til arealplan og med den innflytelse vi måtte ha over stiftinga.

Både stiftinga, styringsgruppe for BuiStryn og Design Stryn-gruppa er positive til å ta Heradsheim i bruk. Og fordelane er mange i tillegg til å få ei storstove for design; ivaretaking av vårt mest monumentale bygg, nye næringslokale der kunnskap, samarbeid, utvikling, nettverksbygging og profilering av Stryn står sentralt.

Aktuelle aktivitetar tenkt i Heradsheim vil vere:

- Utvikling og formidling av designkunnskap og -kompetanse gjennom Design Akademiet, med alt det måtte inneholde.
- Designlab for skular, bedrifter, organisasjonar og alle som treng kreativt påfyll
- Designbasert opplevelsessenter
- Faglege- og sosiale møteplassar
- Utstilling/eksponering/showroom for våre merkevarer
- Base for felles prosjektutvikling og kreativ idèskaping

IDENTITET

Identitet og design vil vere ein viktig, kanskje den viktigaste, faktoren for auka konkurransekraft i framtida – både for bedrifter og for lokalsamfunn. Heile prosjektet vårt er klart eit identitetsprosjekt for vårt lokalsamfunn, og vi ønsker å skape ein heilheitleg identitetsprofil. Kommunikasjonsflater ein vil sjå på i dette prosjektet er web og offentleg skilting av turløyper, innfartstårar etc.

Kva er det viktigaste som trengs for gjennomføring av pilotprosjektet?

- Skape engasjement gjennom samarbeid med andre
- Vilje og uthaldenhet
- Lokal og regional forankring
- Rett person til å drifte prosjektet, med administrativ erfaring og utstrakt kunnskap om design
- Lokale støttespelarar – bedrifter og eldsjeler
- Sterkt fokus på resultata
- Finansiering

f. SAMARBEID

Det er essensielt for prosjektet å samarbeide med andre aktørar innan design lokalt, regionalt og nasjonalt. Men vi tar også sikte på å få til internasjonalt samarbeid – spesielt gjennom utdanning og fagsamarbeid.

Av regionale samarbeid har vi allereie nemnt VAKN prosjektet på Eid, der vi saman vil sjå på mulegheiter innan utdanning.

Ein annan aktør vi har vore i kontakt med er Sunnfjord Næringsutvikling, som satsar på Design Sogn og Fjordane – ei etablering av ei design happening i forbindelse med messa "Gjør din bolig bedre" i Førde. Dei har sett til Design Stryn prosjektet og ønsker å kunne bygge vidare på den positive suksessen til nytte for heile fylket. Design Stryn vil vere ein sentral aktør på Design Sogn og Fjordane, og Farmhouse AS er med i konseptutforminga.

Norsk Designråd vil vere ein naturleg samarbeidspart i eit pilotprosjekt. Med fokus på fremjing av strategisk bruk av design innan forretningsutvikling og innovasjon, vil dette heilt klart vere ein viktig støttespeler.

Andre aktuelle samarbeid eller aktørar vi ønsker å involvere er Sogn og Fjordane Fylkeskommune, Innovasjon Norge, FoU-miljø, KRD, Distriktsenteret, høgskular (ref. Design Akademi) og aktuelle kreative aktørar.

Prosjektet vil også ha fokus på å etablere internasjonalt samarbeid.

g. VIDAREFØRING AV PROSJEKTET ETTER PILOTFASE

Kommersielle aktørar må vere med i utvikling av pilotprosjektet. Desse aktørane overtar aktivitetane der det er tenleg ved pilotprosjektets slutt. Dermed sikrar ein vidareføring av prosjektet på kommersiell basis. Det vil også vere aktivitetar som kan leggast inn under virkemiddelapparatet som t.d. Stryn Næringshage.

Ein kan også etablere "mentorordning" etter endt pilotprosjekt, ved å setje saman eit team av ulike representantar, som følger opp, gir råd og motiverer til kontinuitet.

7. OVERFØRINGSVERDI

Vi har ambisjonar om å skape eit prosjekt med synergiar på fleire områder. Vi vil utvikle ein modell som kan nyttast av andre heilt eller delvis – alt etter struktur og behov.

Sjølv om Stryn, på grunn av vår næringsmessige erfaring innan design, kan ha fordelar i eit prosjekt som omfattar design, vil vi likevel fokusere på det universelle i prosjektet. Det er den overordna modellen som er viktig for overføring. Korleis ein anvender dette i praksis vil variere, då dei fleste gjerne vil gjøre sitt konsept unikt og annleis. Vår heilheitlege modell vil uansett vere allment tilgjengeleg og anvendbar såframt det ikkje kjem i strid med immaterielle rettigheter ihht Åndsverksloven.

Vi er sikre på at dette prosjektet skal ha stor nytte lokalt og nasjonalt, og vi meiner også det vil kunne ha internasjonal overføringsverdi.

Stryn, 01.02.2011

For BuiStryn – Designlandet

**Wenche Flølo, Farmhouse AS
Prosjektleiar**