

Søknad

Søknadsnr.	2013-0020	Søknadsår	2013	Arkivsak
Støtteordning	Bolyst 2013			
Prosjektnavn	Bolyst og blilyst i Sigdal 2013			

Kort beskrivelse

Det er viktig å få flere til å ta et aktivt valg om at de vil bo og bli i Sigdal - at de er trygge på at det gir god kvalitet for familielivet. Sigdal har hatt et svakt synkende folketall de siste tiårene. Boligmarkedet er i utakt i forhold til priser, og det blir bygd få hus, selv om behovet er der. Bolyst er viktig for å velge Sigdal, mens blilyst er viktig for å styrke troen i det avgjørende valget om å slå seg til et sted. Bolig, inkludering og fremheving av "Sigdalskvaliteten" er stikkord.

Prosjektbeskrivelse

Sigdal kommune vil gjennom dette prosjektet sette fokus på utfordringene kommunen har med et synkende innbyggertall, og aktuelle tiltak for å imøtekomme og endre på dette.

Gjennom prosjektet Bo- og blilyst i Sigdal 2013 vil vi i Sigdal kommune sette fokus på følgende tre hovedfelt:

- Boligmarkedet
- Inkludering
- Sigdalskvaliteten

Det er et mål å øke innbyggertallet ved å synliggjøre de gode kvalitetene og få flere til å velge boligmarkedet i Sigdal. Det er like viktig å sikre innbyggertallet ved å skape blilyst, trivsel og stolthet for de som bor her for at de skal bli boende.

Det ble utarbeidet en prosjektbeskrivelse for et tilflyttingsprosjekt våren 2012, på bakgrunn av et kommunestyrevedtak i desember 2011. Årets søknad er en oppdatering av denne basert på nye behov. I forkant av denne søknaden har vi blant annet hatt en workshop hvor representanter fra kommunen, ungdomsrådet, privat næringsliv, og lag og foreninger var representert. Her ønsket vi å få frem tiltak på hva som må til for å øke Sigdals bo- og blilyst. I arbeidet med denne workshopen har vi blant annet landet på målgrupper som Sigdal ser det som viktig å rette tiltakene mot. Dette er ungdom og innflyttere generelt, og arbeidsinnvandrere og flyktinger spesielt. Overbyggende tiltak vi mener det er viktig å jobbe med for å imøtekomme disse er de ovennevnte punktene; boligmarked, inkludering og "Sigdalskvaliteten."

Sigdal ønsker å utvikle boligmarkedet, gjennom markedsføring av private og kommunale boligtomter, bolighus og småbruk, samt utvikle flere boenheter i sentrum, for å gjøre det mer attraktivt som bo og næringsområde. Vi vil dermed kunne tilby en boform for personer som trives best i et større fellesskap, og samtidig frigjøre eiendommer for livsstilflyttere som ønsker større tomter og

landlige omgivelser.

Ungdommen vår utgjør en særskilt ressurs som det gjelder å ta vare på – de er vår fremtid! I prosjektet ønsker vi å arbeide med tiltak som gjør at ungdommen etter endt utdanning velger å flytte tilbake til bygda. Hva skal til for at de finner hjembygda attraktiv å flytte tilbake til? Det samme gjelder generell innflytting til kommunen. For disse gruppene må vi få synliggjort kvalitetene Sigdal har å by på, samtidig som vi må sørge for at de blir tatt godt imot - inkludering.

Andelen arbeidsinnvandrere utgjør en stor prosent av tilflytterne til kommunen og er også en viktig ressurs vi ønsker å ta vare på. De kjøper ofte bolig og hele familien kommer etterhvert flyttende. Inkludering i lokalsamfunnet er her den største utfordringen. Kommunen er per i dag ikke lovpålagt for eksempel språkkurs til arbeidsinnvandrere innen EØS-området. Mange i denne gruppen lærer ikke norsk. Et felles språk er ofte nøkkelen til god inkludering i lokalsamfunnet. I andre kommuner, jf. f. eks. Distriktssenteret.no sine eksempler, ser vi at ved å arrangere språk- og kulturkurs for denne gruppen, i samarbeid med blant annet lag og foreninger, inkluderes de bedre i lokalsamfunnet. Sjansen for et de blir boende er med det betydelig større. For flyktninger er det allerede en bedre oppfølging av gruppen, en oppfølging som også er lovpålagt. De har blant annet tilbud om språkkurs.

Sigdal kommune vil legge bedre til rette for at denne gruppen kan bli boende etter endt introduksjonsperiode. Bedre inkludering i lokalsamfunnet kan være svaret, men vi ser at muligheter i bo- og arbeidsmarkedet også er en viktig innsatsfaktor.

Aktivt arbeid med Sigdal som merkevare, eller det som er kalt Sigdalskvalitet i gjeldende kommuneplan, ser vi på som et overordnet og viktig tiltak for å skape nettopp bo- og blilyst i området vårt. Hvorfor skal folk ønske å flytte til, og bli boende, i Sigdal om de verken har hørt om stedet eller ikke kjenner det som et positivt sted med mange muligheter? Når vi arbeider med Sigdalskvaliteten ser vi det som viktig og riktig å starte med oss selv. Hvordan presenterer vi oss for eksempel på våre nettsider, hvordan vinkles Sigdal i lokale, regionale og nasjonale mediaoppslag og hva slags vertskap er vi? Både for hverandre, innad i bygda, og for de som kommer utenfra som tilflyttere eller besøkende. I tillegg til å jobbe med vertskapsrollen og selvbilde/merkevarebygging kan her nevnes møteplasser som et viktig tiltak for å skape et godt miljø i kommunen. Å skape nye møteplasser er et av tiltakene i prosjektet som vi ser på som viktig for å inkludere målgruppene ungdom, generelle innflyttere, arbeidsinnvandrere og flyktninger. Innhold og samhandling blir her viktige faktorer.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	Jens Sveaass Org.nr:964962766	Kommunehuset 3350 PRESTFOSS	99093116
Kontakt- person	Jens Sveaass	Kommunehuset 3350 PRESTFOSS	99093116
Prosjekt- leder	Teknisk sjef Johannes Michielsen, ny PL v oppstart	-	-

Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

Sigdal kommune har sammen med 11 andre kommuner i Buskerud vært med i samarbeidsprosjektet "Lys i alle glas." Prosjektet fikk 800 000 kr i småsamfunnsmidler i 2008 og 2009. Buskerud Fylkeskommune har også støttet Lys i alle glas med kr 500 000 i 2008-2011.

Th. Kittelsens rike var et pilotprosjekt innen kultubasert næringsutvikling som fikk 700 000 kroner fra KRD i 2009.

Erfaringer fra disse to er tatt med i grunnlaget for denne søknaden.

Spesifikasjon

Bakgrunn

Sigdal ligger sentralt til på Østlandet, og fra de sørligste områdene i kommunen når man hovedstaden på en time og et kvarter. Det er mange som ønsker seg mer romslige oppvekstvilkår for barn, og det finnes en del livsstiltilflyttere som gjerne kunne valgt Sigdal. Prosjekter som "Lys i alle glas" og "Th. Kittelsens rike" viser at det er interesse for Sigdal og at folk gjerne vil bo her. Det viser seg at personlig kontakt og direkte oppfølging virker og skaper resultat, men det er tidkrevende og krever bevisst prioritering av tid og et godt vertskap i kommunen. Når potensielle innbyggere blir sett og inkludert, så føler de seg velkommen og velger Sigdal på vertskap, og ikke bare på grunn av natur.

Bakteppet for Sigdal kommunes søknad er en nedgang eller stillstand i folketallet de siste 60 årene. Per i dag har kommunen et innbyggertall på 3538 innbyggere. De siste årene har nedgangen flatet ut.

Boligmarkedet

Det har lenge vært snakk om at boligmarkedet i Sigdal behøver et klart løft i form av markedsføring av området. Dette er nødvendig for å øke innbyggertallet, men det har ikke vært en konkret plan for arbeidet. Det er også enighet om at det må bygges flere boliger og det vil bli igangsatt et eget arbeid i teknisk etat, med fokus på å øke muligheten for boligbygging i kommunen.

Det er mangel på boliger, og selv om det finnes tomter, er det viktig at folk er sikre på sine valg om å bosette seg her. Prisnivået gjør at man tar en viss risiko, da man ikke på samme måte som i andre mer sentrale strøk kan forvente å få igjen investeringen, om man velger å selge. Det må søkes etter tiltak og grep som gir en sunn, positiv utvikling i boligmarkedet. Det er positivt om man får en god miks av aktører som investerer i boligmarked med tanke på økonomisk gevinst, kombinert med de som bygger for å bo, mer uavhengig av økonomisk, kalkulerbar risiko. Derfor er det viktig å synliggjøre kvalitetene i lokalsamfunnet på en best mulig måte.

Sigdal kommune har visjonen "I Sigdal kan du skape no' sjøl." Det skjer mye positivt i kommunen og markedsføring er noe man må jobbe med for å synliggjøre Sigdal på en bedre måte. Kommunestyret vedtok i forbindelse med budsjettsakene i desember 2011 og 2012, at de ønsker nå å sette i gang et tverrpolitisk arbeid for bedre å markedsføre kommunen. Dette sammen med den kommende revidering av kommuneplanen kan bidra til en god forankring av arbeidet hos innbyggerne.

Forslag til virkemidler for å nå målet er å spille på Sigdalskvaliteten, inkludering og det at vi har blitt et lokalsamfunn med MOT.

Prosjektet ønsker å bevisstgjøre folk på Sigdalskvaliteten. Under workshopen som ble arrangert i forkant av denne søknaden, var nettopp Sigdalskvaliteten og inkludering tiltak vi mente var viktig for å imøtekomme utfordringene i boligmarkedet. Hva ligger i dette? Sigdal har, i samarbeid med de andre kommunene i Midt-Buskerud, markedsført seg gjennom filmen "Ta tiden tilbake." Denne tittelen mener vi er talende for en livsstil vi har i Sigdal og omegn. Vi befinner oss i landlige omgivelser ikke langt fra mer urbane strøk. Nærheten til naturen og plass til å utfolde seg er sentralt. I Sigdal mener vi at vi kan by på mange av de tradisjonelle verdiene, som gjestfrihet og nære tette lokalsamfunn som bryr seg om enkeltmennesket. Sigdalskvaliteten er en merkevare vi ser som sentralt å markedsføre, men det handler også om å bevisstgjøre egne innbyggere på denne kvaliteten ved det samfunnet vi lever i. Vi har alle et ansvar som vertskap for oss selv og nyankomne. Sigdalskvaliteten og markedsføringen av denne skal bidra til å skape mer bolyst i Sigdal, men det er likeså viktig for å skape blilyst. Det handler om inkludering og å skape møteplasser for nye og etablerte innbyggere.

Samarbeid med Ungdom og MOT

Det er et klart politisk mål i Sigdal å ha et aktivt lokaldemokrati og engasjert ungdom. Kommunen deltok i prøveprosjekt med stemmerett for 16-åringer i 2011. Det er prioritert midler til Barn og Unges kommunestyre (BUKS) og kommunene har gjennom flere år hatt et aktivt ungdomsråd. I april 2011 vedtok "Barn og Unges kommunestyre" - BUKS at Sigdal skal bli et lokalsamfunn med MOT. Kommunestyret fulgte opp med tilsvarende vedtak i mai 2011. Dette innebærer konkrete forpliktelser og planer for å arbeide med disse temaene i hele lokalsamfunnet, og arbeidet forankres på ordfører- og rådmannsnivå.

MOTs visjon er å bidra til et varmere og tryggere oppvekstmiljø. MOT ønsker å bevisstgjøre ungdom til å ta egne valg som gjør at de mestrer livet, styre deres mot til å ta vare på seg selv og andre, og å drive holdningsskapende arbeid med fokus på verdier, valg og tro på egne krefter. Det var en felles "kick off" i Sigdal 26. mars 2012, der næringslivet var involvert, og bedt spesielt om å møte. Lokalsamfunn med MOT er en modell for å nå best mulig inn til ungdom og voksne med MOTs filosofi og budskap. MOT verdiene skal gjennomsyre hele lokalsamfunnet. De viktigste elementer i modellen er forankring hos toppledelsen i lokalsamfunnet og på skole, lokale MOT-team som deler kunnskap og inspirasjon, samt MOT som en rød tråd på ungdommens arena.

Når Sigdal kommune nå også skal i gang med egen merkevarebygging av Sigdalskvaliteten og å "få mer stolte innbyggere," så er MOT en fin måte å få en rød tråd i arbeidet, samt en viktig måte å involvere ungdommen på. MOT kan bidra til at vi tør å være åpne og inkluderende, og til å involvere nye innbyggere når det er aktuelt. Samtidig som det handler om at folk som kommer utenfra for å bo skal trives og bli bofaste.

Prosjekt mål

Hovedmålet er å øke skape blilyst og bolyst i Sigdal. Trivsel, stolthet og begeistring er med på å skape lokal utvikling, og et konkret mål er å få 60 nye innbyggere innen 2015.

Boligmarkedet - Markedsføring

Delmål 1: Prosjektet skal bidra til at private tomtetilbydere og Sigdal kommune får markedsført sine byggeklare tomter på en ny og bedre måte. Det skal synliggjøre leiligheter i sentrum og motivere til planer for flere. Dette for førstegangsetablerere og 55 + som vil selge eneboligen og flytte til sentrum. Det frigjør boliger for andre. Det er også et mål at 55 + kan flytte på hytta og nyte det gode liv i Sigdal på den måten.

Konkret mål: Tomter fra Sigdal er synliggjort i minst to nye medier, 5 tomter skal være solgt innen 2015 og 5 nye leiligheter skal være bygd i sentrum. 5 hytter skal også være tatt i bruk som bolig.

Delmål 2: Det skal jobbes aktivt med nettsider i kommunen. Sigdal kommune eier to aktive nettsteder; www.sigdal.kommune.no og www.sigdal.no. Den siste driftes av Næringslivet via Buskerud Næringshage. I tillegg ønsker Sigdal og Eggedal Turistservice ny nettside. Det skal avklares rollefordeling og innhold på de enkelte nettsidene, og det skal gjøres et felles arbeid for å «løfte innholdet». Bedre samhandling kan sørge for utveksling av informasjon. Sidene må også linkes bedre mot sosiale medier som facebook og twitter.

Nettsida sigdal.no skal være næringslivet sin side som bidrar til å synliggjøre behovet for arbeidskraft, og gjør det lettere for nye innbyggere å skaffe seg arbeid.

Konkret mål: Innen 2015 skal det være to nye og oppdaterte nettsider som synliggjør Sigdal sine kvaliteter.

Delmål 3: Bli bedre på å nå ut via sosiale medier. Sigdal kommune har en facebook-side med 515 "likes", men det er liten aktivitet der. Opprette muligheter for å synliggjøre lokale blogg-innlegg via eksisterende nettsider. Samarbeid med elever som har valgt skoleavis som valgfag.

Konkret mål: Oppnå minst 1000 "likes" og mål om et par saker i uka. Engasjere/motivere minst 5 stk til å skrive om det gode liv i Sigdal.

Delmål 4: arrangere fotokonkurranse i samarbeid med MOT, Ungdomsrådet og 4H. Bildene skal vise fram Sigdal fra ulike sider, bl.a. slik ungdom ser det. Sigdal kommune er arrangør, og bildene som kommer inn kan brukes til markedsføring i kommunen.

Konkret mål: 100 flotte bilder som kommunen kan brukes på nettsider, til markedsføring, i presentasjoner m.m.

Inkludering - møteplasser

Delmål 5: Bidra til å skape gode møteplasser for nye og gamle innbyggere.

Det skal skapes eller forsterkes flere åpne møteplasser pr år, der det gjøres ekstra tiltak for å legge til rette for at ungdom, tilflyttere; spesielt innvandrere, og bygdefolk kan treffes. Samarbeide med Kunstnerdalen Kulturmuseum(KKM), lokale lag og foreninger. Slike møteplasser vil også skape positivt fokus på Sigdal. Det er lettere å involvere både ungdom og tilflyttere på slike konkrete aktiviteter.

Eksempler kan være:

En ny vri på UKM (Ungdommens kulturmønstring) der MOT bidrar til et bredere program og engasjement.

- Den tradisjonelle byggedagen i regi av Sigdal museum med 20-30 lag og foreninger involvert. Uformelle Quiz-kvelder i samarbeid med lag og foreninger for å bygge teamfølelse mellom bygdelag og bygge på lokalkunnskap, samtidig som man lærer noe nytt.

- Enkle debattkvelder – på tvers av lag og foreninger – ta opp ulike tema, gjerne satt på spissen.

- Temamøter i regi av KKM, lag og foreninger eller FAU på skolene.

Sangens og musikkens dag; utdødd arrangement som foreningslivet har ønsket å blåse liv i igjen en med nytt navn og nye muligheter.

- Kulturprogram ved større idrettsarrangement.

Jente og guttekonferanser i samarbeid med BUKS, helsestasjonen, MOT og Norske kvinners Sanitetsforening sitt lokallag i Sigdal – etter mal fra andre. Tema er «Våg å være». Integrering og samhandling mellom ungdom fra ulike kulturer er målet.

Konkret mål: Arrangere minst 3 internasjonale dager/kvelder i samarbeid med lag og foreninger. Få til økt samarbeid og engasjement på minst 3 årlige arrangement. Ulike lag og foreninger, slik som Soroptimistene, Bygdekvinnelaget m.m. er faddere/mentorer for arbeidsinnvandrere og andre innflyttere. Gjennom møteplasser kan man også kartlegge behovet for språkkurs for innflyttere med utenlandsk bakgrunn.

Delmål 6: Ungdomsrådet og BUKS (Barn og unges kommunestyre) skal være utdannet i MOT verdiene, slik at de kan bidra til å gi de voksne innspill på god samhandling med hverandre og nye innbyggere. Det vil igjen bidra til at Sigdal kan bli gode på omdømmebygging og vertskapsrolle. Mål om at ungdom blir stolte av heimkommunen og bli gode forbilder på hvordan vi tar imot alle typer innflyttere på en god måte. Dette kan måles ved å se om ungdom flytter tilbake.

Konkret mål: Alle 21 i kommunestyret deltar på et inspirasjons- og forankringsseminar i starten. I løpet av prosjektperioden skal de ha deltatt på MOT-arrangement eller fått inspirasjon av ungdom som har blitt utdannet gjennom MOT. Målet er at politikere også er gode forbilder. Et samarbeid med lag og foreninger vil styrke disse arrangementene, da man møtes på tvers.

Delmål 7: Buskerud Næringshage og de tre forretningsnettverkene i kommunen: Sigdal Industriforening, Prestfoss Handelsforening og Sigdal og Eggedal Turistservice skal kjenne til MOT, de skal ha involvert ungdom i arbeidet sitt, og de skal ha deltatt og/eller bidratt på årlige møteplasser der omdømmebygging er tema. Vi har ungdom med MOT, vi bør også ha gode voksne forbilder.

Delmål 8: Viktige møteplasser kan også være kurs og møter som har omdømmebygging og bosetting som tema. Sigdal har dialog med prosjektet «Framtidsbygda» og de ønsker å få med seg kompetansehevende samlinger som kan gi inspirasjon til bærekraftig boligbygging. Sigdal er også med i Buskerud Fylkeskommune sitt prosjekt «Velkommen til oss» som er for kommuner med nedgang i folketallet. Målet er at prosjektgruppa og andre ressurspersoner skal ha ressurser til å delta på slike kompetansehevende samlinger, og bygge samarbeid med andre som jobber med samme tema.

Delmål 9: Kommunen skal i gang med en kommuneplanprosess og det skal arrangeres folkemøter. MOT kan være en rød tråd, og man kan bruke anledningen til å sette fokus på prosjektmålene. Omdømmebygging og inkludering av nye innbyggere bør være en viktig del av prosessen.

Sigdalskvaliteten - merkevarebygging

Delmål 10: Minst 30 ansatte i kommunen, servicebedrifter og frivillige organisasjoner skal årlig ha deltatt på vertskapskurs. Enten vertskapskurset til Innovasjon Norge " Det gode vertskap" eller "Flink med folk" el. Et fokus på verskapsrollen vil bevisstgjøre oss på hvordan vi omgås hverandre, og hvordan vi inkluderer de nye. MOT er også med på å bevisstgjøre oss på dette.

Delmål 11: Det skal lages en enkel media og kommunikasjonsplan for kommunen som bygger på den informasjonsplanen de har. Den må være realistisk ut fra trange kommunebudsjetter, men en plan vil bidra til bredere forankring og engasjement. Konkrete tiltak kan være felles mediakurs for politikere, organisasjonslivet og bedriftsledere. Det settes konkrete mål om 2 positive oppslag om Sigdal i nasjonale medier og 5 årlige oppslag i regionale medier.

Delmål 12: Vurdere om Prestfoss sentrum skal bli medlem av det nasjonale Landsbynettverket. Samarbeidsaktiviteter med Krøderen sentrum, Krødsherad kommune. Fordelen med å samarbeide med andre lignende tettsteder er fora for erfaringsutveksling, nettverk, sentrumsutvikling, attraktivitet.

Delmål 13: Oppfylle en «ungdoms drøm». Gjennom samarbeid mellom KKM, Kulturskolen og MOT kan man f.eks., få spille inn en CD eller ha konsert for klassen/skolen. Bruke fasilitene med lydstudio, Black Box m.m. på Sigdal museum. Eller rett og slett ta et klatrekurs i Andersnatten. Næringslivet har allerede startet en stafett for å lage et drømmefond for å kunne oppfylle slike drømmer.

Konkret mål: en drøm kan oppfylles hvert år – og vise at det «umulige kan bli mulig».

Forankring

I denne bo- og billystsøknaden sammenfattes en rekke vedtak og strategier gjeldene for Sigdal kommune:

Forankring og målsetting i politisk ledelse

Følgende ble enstemmig vedtatt i budsjettsaken for 2013, på møtet i Kommunestyret den 21.12.2012:

"Det settes i gang arbeid med et offensivt og framtidsretta prosjekt for markedsføring av kommunens mange gode kvaliteter. Målet må bl.a. være å gjøre kommunen mer kjent utad, gjøre innbyggerne mer stolt av egen kommune og øke innbyggertallet fram mot 2020. I første omgang utarbeides det grunnlag for å søke fylkeskommunalt og statlig støtte til prosjektet. "

Et omtrent likelydende vedtak ble gjort i budsjettsaken for 2012, vedtatt 16. desember 2011.

Arbeidet er med disse to KS-vedtaket forankret hos politikerne, og de vil være aktive

samarbeidspartnere i prosjektet. De ble bedt med på work shop i januar 2013 for å legge grunnlaget for årets søknad.

På møtet 21. desember 2012 ble det også gjort et vedtak om "Boligmarkedet" i budsjettsaken: Det tas initiativ overfor private grunneiere med tanke på å få i gang arbeid med nye boligfelt i nedre del av kommunen og i Prestfoss. I arbeidet vurderes et eventuelt samarbeid med private grunneiere om utbygging, jf. vedtak i kommunestyret ved budsjettbehandling i 2010 og 2011. Sak legges fram for kommunestyret 1. halvår 2013.

I tillegg gjelder følgende planer for Sigdal:

I Regional planstrategi for Buskerud 2009-2012 er et av fokusområdene utvikling av levende byer, tettsteder og distrikt. Det skal skapes bærekraftige lokalsamfunn med offensiv satsing på bl.a. næringsutvikling, kompetent arbeidskraft, kultur, barn og unge.

Kommunestyrevedtak 19. mai 2011 (samt Ungdomsrådet og BUKS) om å bli et "Lokalsamfunn med ed MOT. Se mer på www.MOT.no

- Kommunestyrevedtak om nettsider 17. juni 2011.

Kommunestyrevedtak om utviklingsavtale mellom Buskerud Næringshage og Sigdal kommune (7. april 2011 og formannskapet 8. mars 2012).

- Gjeldende kommuneplan med mål om 4000 innbyggere i 2020.

Totalt sikrer disse en dyp forankring innad i kommunen. I tillegg sikrer de ovennevnte strategier og vedtak at det er startet en rekke pågående aktiviteter i en rekke lag og foreninger, på barne- og ungdomsskolen samt pågående prosjekter ol. Dette skal sikre en bred forankring i kommunen og legger grunnlaget for å få til et engasjement rundt dette.

Samarbeidspartnere som er involvert og forespurt er Kunstnerdalen kulturmuseum som har avdelinger både i Sigdal og Krødsherad. Buskerud Næringshage som har hovedkontor i Sigdal. Samt lag og foreninger, spesielt Soroptimistene, Bygdekvinnelaget og representanter for idrettslag.

Prosjektorganisering

Prosjektet blir organisert etter prosjektledermodellen PLP. Det er samme prosjektledermodell som Innovasjon Norge benytter i sine prosjekter. Dette skal bidra til å kvalitetssikre prosjektprosessen samt framdriften i prosjektet.

Sigdal kommune er A-prosjekteier og oppdragsgiver. Rådmannen vil være prosjektansvarlig (PA), og det utnevnes en egen styringsgruppe der også aktuelle B-prosjekteiere; som Ungdomsrådet, Sigdal industriforening, Sigdal og Eggedal Turistservice samt representanter for lag og foreninger (idrettsrådet ol.) er med.

Det leies inn en egen prosjektleder. Denne bør ha ansvaret for forankring og framdrift av arbeidet samt ha deltidsressurser til dette. Det er imidlertid viktig at ressursene fordeles på personer i et team som kan bistå til arbeidet underveis. Dette bidrar til at de gode prosessene fortsetter etter at Bo og billyst-prosjektet er avsluttet. Arbeidet blir forankret i flere etater i kommunen, også dette gir større

muligheter for varige resultater etter prosjektslutt.

Det vil være hensiktsmessig med egne undergrupper under de forskjellige hovedaktivitetene. For eksempel bør det være en egen gruppe for nettside-arbeidet.

Blant representantene som velges over, kan det gjerne være noen som er tilbakeflytter eller livsstilflytter og som dermed representerer denne målgruppen. Det samme gjelder innvandrere- og flyktningemålgruppen.

Styringsgruppe - Forslag til representanter fra:

- Formannskapet. Ordfører Kari Ask er et naturlig valg som leder av styringsgruppen.
- Ungdomsrådet
- Sigdal og Eggedal Turistservice
- Sigdal Industriforening

Samarbeidspartnere

Aktuelle personer fra administrasjonen i kommunen blir sentrale personer i arbeidet med prosjektet. Disse vil spille på lag med en rekke aktører og samarbeidspartnere koblet mot:

1) Tidligere prosjekter hvor Sigdal kommune er eller har vært involvert:

Det er ønskelig at det jobbes videre med konkrete aktiviteter basert på erfaringer i prosjekter som:

- Omstillingsarbeidet i Sigdal
- Lys i alle glas
- "J elsker Sigdal" - et samarbeid mellom Ungdomsrådet, Sigdal kommune og Buskerud Næringshage.
- Th. Kittelsens rike - pilot for kulturbasert næringsutvikling.

Kommuneplanarbeidet i Sigdal – forrige runde hadde god erfaring med forankring og involvering av av innbyggere i ulike temagrupper.

sigdal.no – som ikke er et prosjekt lenger, men som er en varig nettside som næringslivet i bygda da holder i gang.

"Velkommen til oss" er et prosjekt i regi av fylkeskommunen hvor boligetablering og tilflytting står år på agendaen.

2) Pågående aktiviteter:

Det er viktig at aktørene i bolystprosjektet samspiller med de som leder konkrete aktiviteter og prosjekter som er på gang nå, slik som:

- MOT – Sigdal er en MOT-kommune
- revidering av kommuneplanarbeidet
- nye nettsider for Sigdal kommune
- Ungt Entreprenørskap i samarbeid med lokalt næringsliv.

For å konkretisere kan vi her trekke frem noen av de sentrale samarbeidspartnerne som vil fungere som prosjektmedarbeidere i team:

Noen fra administrasjonen i kommunen; Kultur og ungdomsleder Hilde Teksle Gundersen og /eller er representant fra teknisk etat.

- MOT-koordinator Jeanette Ringvoll Wærsted.

- Aktør fra Ungdomsrådet eller ungdomsarbeidet i Sigdal.

Representant fra lag og foreninger, f.eks. fra Bygdekvinnelaget, Soroptimistene og/ eller fra fra Kunstnerdalen Kulturmuseum.

Samarbeidspartnere som er involvert og forespurt er Kunstnerdalen kulturmuseum (KKM), som har avdelinger både i Sigdal og Krødsherad. Buskerud Næringshage som har hovedkontor i Sigdal. Samt lag og foreninger, spesielt Soroptimistene, Bygdekvinnelaget og representanter for idrettslag.

Aktiviteter

Under følger stikkordsmessig prosjektets hovedaktiviteter. Se dessuten under mål og delmål for mer utfyllende detaljer.

HA 1: Igangsetting av prosjektet

Fullfinansiering, forankring, engasjere prosjektleder.

HA 2: Prosjektledelse

Pådriver og bindeledd mellom aktivitetene.

Boligmarkedet

HA 3: Markedsføring av bomuligheter i Sigdal, særlig bør byggeklare tomter og sentrumsnære leiligheter synliggjøres bedre. Jfr. delmål 1 og 2.

HA 4: Nettsider og sosiale medier

Oppgradere og bedre samhandling på de eksisterende nettsider; sigdal.kommune.no, sigdal.no og nettsiden til Sigdal og Eggedal Turistervice. Få opp aktiviteten på sosiale medier og samhandling om informasjon fra nettsidene. Få fram gode historier og muligheter innen Bolyst i Sigdal. jfr. delmål 2 og 3.

HA 5: Arrangere fotokonkurrans

Engasjere innbyggerne i kommunen, vise fram og sette fokus på det positive i kommunen, opprette en bildebank til bruk for markedsføring av kommunen. jfr. delmål 4.

Inkludering - møteplasser

HA 6: Møteplasser

Skape møteplasser mellom nye og gamle innbyggere, samarbeid lag- og foreninger. Ungdomsrådet og kommunen er i gang med et praktisk prosjekt for å utvikle en fysisk møteplass ved Ungdomsskolen. Denne blir sentral.

Eks.: Internasjonal dag, sangens og musikkens dag, språkkurs, sentrumsutvikling, se på mulighet for Landsbynettverk. jfr. delmål 5.

HA 7: Ungdom og MOT

Holdningsarbeid i organisasjonslivet og næringslivet ved hjelp av MOT som verktøy, møteplasser for ungdom. Henger også tett sammen med HA 6 generelt. jfr. delmål 5, 6 og 7. Samt delmål 13 om å oppfylle en "ungdoms drøm".

HA 8: Samhandling med andre prosjekt - Folkegrupper i kommuneplanarbeidet

Det kommende arbeidet med kommuneplan og involvering via work shops kan gi rom for å ta opp temaene i dette prosjektet, for å nå ut til et bredt lag av befolkningen. Gjennom prosjektet bør det være rom for samhandling med andre prosjekt som har bolyst og boligbygging som tema, bl.a "Velkommen til oss" Krødsherad kommune og Landsbynettverket. Jfr. delmål 8, 9 og 12.

Sigdalskvaliteten - merkevarebygging

HA 9: Vertskapsrolle

Vertskapskurs og MOT inn i lag og foreninger. Både innbyggere og ansatte skal være stolte av Sigdalskvaliteten og yte et godt vertskap - innad og utad.- jfr. delmål 10.

HA 10: Media og kommunikasjonsarbeid

Arrangere mediekurs, jobbe aktivt for positiv presseomtale regionalt og nasjonalt, markedsføring av Sigdals kvaliteter. - Henger sammen med markedsføring og HA 4. Jfr. delmål 11, samt delmål 2 og 3

HA 11: Synliggjøring av resultat

lage og bruke en kommunikasjonsplan for kommunen - gjerne i samarbeid med lag og foreninger. Feire de tingene vi er gode på - vise begeistring for det vi er stolt av og som er ekte. Vi ønsker å få frem de gode omtalene fra alle gode saker, om det er kommunen eller andre som har initiert det.

HA 12: Videreføring og sluttrapport.

Sørge for god forankring av videre arbeid og levere en veldokumentert sluttrapport.

Målgrupper

De primære målgruppene for prosjektet er:

- 1) Ungdom
- 2) Arbeidsinnvandrere
- 3) Flyktninger
- 4) Innflyttere
- 5) Innbyggerne i Sigdal (primært via lag og foreninger)

Som nevnt tidligere ønsker vi å jobbe med hvordan vi kan få ungdom som er ferdig med sin utdanning til å flytte tilbake til bygda. For arbeidsinnvandrere og flyktninger handler det primært om hvordan vi kan få disse gruppene til å bli boende. Det samme gjelder innbyggerne vi allerede har. Vi må jobbe for et inkluderende samfunn for alle grupper ønsker å bo og bli i Sigdal.

Resultat

HOVEDMÅL:

Økt bolyst og blilyst i Sigdal gjennom trivsel, stolthet og begeistring. Folketallet skal ha økt med 60 nye innbyggere innen 2015.

DELMÅL:

21 politikere i kommunestyret, 19 i Barn og Unges kommunestyre, 7 i Ungdomsrådet, 3 forretningsnettverk + + skal være skolert i MOT og engasjert i denne «dugnaden» for Sigdalskvaliteten og markedsføring. Dette skal være med å motivere fram de grunnleggende verdiene, og bidra til mer samhold og samarbeid mellom de ulike aktører som skal være med. 30 personer skal årlig bli skolert i vertskapsrollen. Kurs i dette arrangeres i samarbeid med aktuelle bransjeforeninger, kommuner eller nettverk. Studietur gjennomført til andre lokalsamfunn med MOT 5 møteplasser skal være arrangert årlig, der MOT, omdømmebygging og Bolyst er deler av temaet (det kan være temamøter for FAU på skolene, UKM, folkemøter i forbindelse med kommuneplanarbeidet, ny vri på Bygdedagen m.m.)

5 etablerte møteplasser skal være forsterket, og 5 nye møteplasser skal være etablert for å se «nye grupper» i samfunnet som ikke blir involvert i de etablerte møteplassene. Dette kan være av møteplassene nevnt i punktet over, eller nye initiert av ulike grupper. Dette synliggjør et bredt engasjement.

Nye nettsider både for Sigdal kommune, og en ny giv for sigdal.no er realisert. 70% av Næringslivet i kommunen skal være med på sigdal.no.

1000 følgere skal delta i sosiale medier for Sigdal

100 bilder etter en fotokonkurranse i samarbeid med ungdom har bidratt til minst.

2 nasjonale oppslag i prosjektperioden (også i nisjemedier) og 5 regionale oppslag pr år der Sigdal som et positivt samfunn blir beskrevet eller de gode historiene bli fortalt

Innsatsfaktorer (Tid og engasjement fra ungdom, politikere og andre bevisste innbyggere. Samt ressurser nok til å bistå enkelttiltak og aktiviteter)

--> Aktiviteter (MOT-engasjement, kurs, møteplasser, mediaarbeid. fotokonkurranse m.m.)

--> Produkter/tjenester (nye nettsider, møteplasser, bilder m.m.)

> Brukereffekter (flere på arrangement og dugnader, opplevelse av bedre vertskap i kommunen en som igjen skaper trivsel og involvering

--> Samfunnseffekter (flere innbyggere, mer stabil arbeidskraft, flere bygger hus – som igjen gir behov for arbeidsplasser. Mål om å se resultater fra tidligere prosjekt i relasjon til hverandre og ønske om å videreføre gode prosesser. Hvis målet nåes, kan det gi effekter for andre kommuner som trenger kompetanse i å samhandle mellom ulike prosjekter.

Effekter

* Tallet på innbyggere vil være det mest målbare og håndfaste for å se om man har oppnådd sine mål.

* Tilgang til mer stabil arbeidskraft for bedriftene (noe som er et uttalt ønske). Økt trivsel og inkludering av tilflyttere kan bidra til at de blir værende her.

* Utvikle Sigdalskvaliteten (ref. kommuneplanen) og bidra til at folk flest står for den og er stolte over å være fra Sigdal. Møteplasser, gode samtaler, diskusjoner og positive mediaoppslag bidrar til dette.

* Ungdom er bevisste på hva «Sigdalskvalitet» er, og er stolte nok over det til å komme tilbake her for å bo. Dette er målbart på innbyggertallet. En følelse av en god oppvekst er viktigste moment for

måloppnåelse.

* Flere møteplasser bidrar til økt trivsel for nye innbyggere som kommer hit, også fremmedkulturelle, som igjen bidrar til at de blir boende.

*Å ha skapt positive møteplasser, hendelser og uttalelser fra stolte innbyggere bidrar til et bedre omdømme for Sigdal

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Sommer 2013 - igangsetting; finne en prosjektleder og avklare styringsgruppe

MILEPÆL 1 - har vi fullfinansiering til å sette i gang prosjektet

Høst 2013 - oppstartsseminar og enige om en prosjektplan. noen møteplasser og arbeid med markedsføring blir igangsatt.

2014 - planlegging og gjennomføring av flere møteplasser, markedsføringstiltak og hovedaktiviteter

MILEPÆL 2 - er vi på riktig spor - følger vi planen og prosjekteiernes behov?

2015 - gjennomføre planlagte tiltak, sikre videreføring av gode tiltak i samarbeid med administrasjonen, lag og foreninger

MILEPÆL 3 - hvordan sikre bolyst og blilyst på veien videre?

Høst 2015 - avslutningsseminar - oppsummering og evaluering.

Kostnadsplan

Tittel	2013	2014	2015	2016	2017	SUM
Boligmarkedet - markedsføring, synliggjøring	150 000	200 000	100 000			450 000
Igangsetting, forankring	70 000					70 000
Inkludering -møteplasser, MOT, sentrumsutvikling	200 000	200 000	200 000			600 000
Prosjektledelse	100 000	100 000	100 000			300 000
Samhandling m kommuneplanarbeid og andre prosjekt	50 000	50 000	50 000			150 000
Sigdalskvaliteten-vertsskapsrolle, bevisstgjøring	100 000	200 000	150 000			450 000
Veien videre, avslutning og sluttrapport			80 000			80 000
Sum kostnad	670 000	750 000	680 000			2 100 000

Finansieringsplan

Tittel	2013	2014	2015	2016	2017	SUM
Buskerud fylkeskommune	450 000					450 000
Buskerud Næringshage	25 000	25 000	25 000			75 000
Kommunal- og regionaldepartementet	900 000					900 000
Kunstnerdalen Kulturmuseum	25 000	25 000	25 000			75 000
Sigdal kommune	200 000	200 000	200 000			600 000
Sum finansiering	1 600 000	250 000	250 000			2 100 000

Geografi

621-Sigdal

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato