

## Søknad

<b>Søknadsnr.</b>	2013-0006	<b>Søknadsår</b>	2013	<b>Arkivsak</b>
<b>Støtteordning</b>	Bolyst 2013			
<b>Prosjektnavn</b>	Midt i Leia - Fra skjebnetru til opptur på Leines			

### Kort beskrivelse

Prosjektet handler om sosial bærekraft og synliggjøring. Her vil vi – gjennom solid forankring, idéutvikling, gjennom energi, inntrykk og uttrykk, gjennom gode verktøy, gjennom indre og ytre kommunikasjon – utvikle en lokal identitet og en ytre synliggjøring av at vi er ei bygd på opptur, at vi er eksklusiv og at her er mange flere muligheter enn begrensninger. Etter tre år skal minst 15 unge familier være flyttet til Leines, og det er bare begynnelsen..... Dette er vår prosjektidé!

### Prosjektbeskrivelse

Leines er et flott sted å bo! Her har vi alle de kvalitetene som hører med "livet på bygda", med nærhet til flott natur, fravær av trengsel, kø og forurensing, et sammensatt og inkluderende lokalsamfunn og flere organiserte lag og foreninger. Daglige hurtigbåavganger knytter Leines effektivt opp mot Bodø, med bredt kultur- og handelstilbud, næringsliv og flyplass. På Leines kan man bo godt enten man er ansatt i en av Steigens virksomheter, jobber for seg selv, pendler til Bodø eller turnuspendler. Vi har gode forutsetninger for næringsetableringer, med tilgjengelige landarealer, rik tilgang på naturressurser og god kommunikasjon. Det meste ligger til rette for at Leines skal kunne gå en lys fremtid i møte.

Allikevel opplever vi at virkeligheten innhenter oss, og den overliggende fremtidsroen, som er så viktig for utvikling i bygda, begynner å svikte. Grunnlag for skole og barnehage er i stadig nedgang, og kutt i kommunale goder er stadig oppe som mulig tiltak i politiske prosesser. Foreslåtte løsninger omtales av flere som utsettelse på veien mot "den veien det går".

Det finnes også mange myter om folket og livet på bygda, og disse får stadig næring i media med informasjon om dyster utvikling i distrikts-Norge. Når man stadig blir eksponert for saker om nedadgående folketall, forgubbing, kompetanseflukt og manglende tilbud til kvinner og ungdom, dårlig kommuneøkonomi og mangel på boliger og arbeidsplasser – så begynner man til slutt å tro på det selv også. Fremtidsro blir til skjebnetru, og det hele blir bare et spørsmål om tid for "det er jo den veien det går". Frykten for avfolkning og forgubbing kan bli en selvoppfyllende profeti, dersom det ikke tas grep for å styrke folketrua.

Våren 2012 publiserte Distriktssenteret en studie, gjennomført av Telemarksforskning, som skulle identifisere hva som kjennetegner suksessrike distriktskommuner med vellykket næringsutvikling og befolkningsvekst. Her oppsummeres det blant annet med: "Suksess handler vel så mye om egenskaper ved enkeltpersoner og kvaliteten på samhandlingen mellom personer på tvers av både kommunal-, privat- og frivillig sektor. Det handler om tillit og handlingsrom for ildsjeler med forandringsevne, om en offensiv utviklingskultur og stedets ånd. Og det handler om fleksible

organisasjoner og åpne samfunn som evner å gripe de gode anledninger som byr seg.”

Unge som har etablert seg i Steigen forteller at de har opplevd undring fra lokalbefolkningen over at man ønsker å bosette seg her. Vårt prosjekt har som mål å stimulere fremtidstro og optimisme, slik at nyetablerte skal oppleves som privilegerte. Lokalbefolkningen skal være bygdas beste utviklere og ambassadører, og det skal tilrettelegges for effektiv informasjons-formidling og markedsføring.

Fokus i vårt prosjekt kan deles inn i en intern og en ekstern dimensjon:

Den interne dimensjonen skal ha fokus på bygdas identitet, fremtidstro og utviklingskultur. Dybdeintervjuer skal avdekke kjerneverdier som settes høyest ved livet på Leines, fordelt på alder og kjønn. Vi skal kartlegge Leines identitet, muligheter og utfordringer. Denne innsikten danner grunnlaget for målrettede aktiviteter videre i prosjektet, både internt og eksternt.

Vi skal skape kreative møteplasser, både fysiske og digitale, og en kultur som evner å gripe de gode mulighetene som oppstår her. Vi stimulerer til aktiviteter som fremmer befolkningens trivsel og bevissthet om alt det positive ved å bo her.

Den eksterne dimensjonen skal ha fokus på informasjonsflyt og synliggjøring av Leines identitet, forutsetninger og verdier. Her skal Leines' attraktivitet formidles til omverden og til bygdas egen befolkning, og relevant informasjon skal gjøres lett tilgjengelig.

Den eksterne dimensjonen skal også bidra til å synliggjøre etterspørsel i Leines fra bygda og omverdenen, og dermed gi bedre grunnlag for markedsmessige vurderinger knyttet til etableringer og investeringer i f. eks. boligutbygging.

## Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	Leines Grendelag	Helnessund 8285 LEINES	95278400
Kontakt- person	Bente Aasjord	Helnessund 8285 LEINES	95278400
Prosjekt- leder	Arild Juul	Helnessund 8285 LEINES	92032250

### Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

Leines Grendelag mottok desember 2012 delfinansiering av kr 100 000 fra Nordland Fylkeskommune til gjennomføring av forprosjekt for prosjektforberedelser og utarbeidelse av søknad til bolystmidler 2013.

## Spesifikasjon

### Bakgrunn

Innledning / bakgrunn ligger som vedlegg:

Da vi utarbeidet søknaden, var vi desverre ikke oppmerksom på at det var en øvre grense på hvor mange tegn vi kunne fylle inn i denne rubrikken. Dette skyldes en misforståelse fra vår side, i vår dialog med Nordland Fylkeskommune der vi hadde oppfattet at det ikke var slike begrensninger. Få timer før søknadsfristen gikk ut og vi skulle fylle søknaden inn her, ble vi oppmerksomme på denne begrensningen. Vi måtte derfor plassere det vi hadde skrevet på dette punktet som et vedlegg. Vi beklager dette så mye, men det var det eneste vi kunne gjøre. Håper dere ser med velvillighet på dette.

## **Prosjekt mål**

Hovedmål:

Prosjektet skal snu negativ framtidstro og befolkningsutvikling og skape ny, selvforsterkende vekst på Leines. Før prosjektperioden er omme, skal Leines ha en tilvekst på 15 nye barnefamilier. Indikator på måloppnåelse: Antall tilflyttede familier.

Prosjektet skal utvikle kunnskap, metoder og verktøy som kan anvendes også for andre småsamfunn i og utenfor Steigen. Indikator for måloppnåelse: Senter for Kunnskap og likestilling (KUN) vil bli engasjert for å følge prosjektet og dokumentere prosess, metoder og verktøy i prosjektet. Prosjektet vil måle antall henvendelser fra andre småsamfunn som ønsker å få tilgang til dokumentasjon fra prosjektet (kunnskap, erfaringer, metoder og verktøy).

Delmål

Prosjektet skal involvere og engasjere befolkningen på Leines, og bygge opp under og videreutvikle bygdas verdier og identitet.

Indikatorer for måloppnåelse: Involvering blant bygdas lag og foreninger i prosjektets aktiviteter, samt spørre/intervjuundersøkelse av innbyggerne ved prosjektets begynnelse og slutt.

NRK eller en annen stor TV-kanal lager en dokumentar/reality fra prosjektet.

Indikator for måloppnåelse: Lykkes /lykkes ikke.

Prosjektet skal øke interessen for og oppmerksomheten om Leines både i og utenfor bygda. Indikator for måloppnåelse: Antall treff på Google ved søk på Leines/Helnessund (søkerordet er definert mtp å unngå andre steder som også heter Leines)

## **Forankring**

Lokalbefolkning:

Med Grendelaget som paraplyorganisasjon for alle lag og foreninger på Leines, er prosjektet i utgangspunktet forankret i bygda. Men en reell forankring forutsetter at bygda har et eierskap til prosjektet som innebærer at innbyggerne og de lokale lag og foreninger er viktige drivere i prosjektet.

Prosjektet er allerede presentert for bygdas innbyggere ved et folkemøte med godt og engasjert oppmøte 4. mars, hvor vi også fikk mange gode innspill (se vedlagte ordskyer).

Steigen kommune:

Politisk ledelse i kommunen har vært med fra starten av forprosjektet og gjennom

møter/telefonmøte, og en politisk uttalelse om at de støttet forprosjektet (se vedlegg). Kommunestyret i Steigen har også enstemmig vedtatt en garanti om delfinansiering av egenandel på inntil 150 000 kr pr år i tre år (se vedlegg).

Nordland Fylkeskommune:

Siden vi startet prosessen har fylkeskommunen vært en nyttig sparringspartner og det håper vi også i fortsettelsen!

Fylkeskommunen støttet oss dessuten med kr 100 000 i delfinansiering av forprosjektet, og ved innvilgelsen av et evt hovedprosjekt håper vi også på fylkeskommunens støtte.

Referansegruppe:

For å sikre at prosjektarbeidet har en sterk faglig, kommunal og lokal forankring vil vi etablere en referansegruppe som vil følge prosjektarbeidet og gi råd og innspill og være et nyttig nettverk underveis. Vi ser for oss at gruppen vil bestå av (flertallet av disse er spurt og har bekreftet at de vil delta):

- Steigen kommune
- Steigen Næringsforum
- Leines Idrettslag
- KUN Senter for kunnskap og likestilling, Maria Almli
- Kajakkinstruktør "Rett kjøp" v Sigurd Schultz
- Folkehelsekoordinator i Steigen, Maria Johansson
- Ildsjet i Steigens Kulturliv, Ann Merete Willumsen
- Ildsjet i friluftsliv, Alf Martin Brennvik
- Ildsjet "LÅVE", Lillian Selvik
- Arkitekt Rannveig Landrø

### **Prosjektorganisering**

Styret i Leines Grendelag er prosjektets styringsgruppe.

Grendelaget har nedsatt en arbeidsgruppe, som vil være sentral i gjennomføringen av prosjektarbeidet:

Prosjektansvarlig:

Bente Aasjord – Styreleder i Leines Grendelag: Statsviter, forsker og spesialrådgiver. Opprinnelig Leinesværing - tilbakeflyttet i 1992. Digital nomade ansatt ved Fagforbundets hovedkontor i Oslo, med nordområdepolitikk som arbeidsfelt. Etablerte og bygget opp Naturvernforbundets Barentshavskontor fra 1987 som hun i 1992 flyttet til Steigen. Var sentral i utviklingen av prosjekt "Bærekraftig lokalsamfunn" 1996-99. Driver eget firma som skribent og foredragsholder og sitter på et stort nettverk.

Prosjektleder:

Arild Juul – Siviløkonom som flyttet fra Oslo til Leines sommeren 2009. Markedskonsulent i eget selskap; Warp Marketing AS, med prosjektledererfaring fra en rekke prosjekter innen destinasjonsutvikling og reiseliv. Jobber også som daglig leder i turist-virksomheten Helnessund Brygger AS, med løpende erfaring i å markedsføre Leinesområdet utad. Relevant erfaring med

strategi- og prosjektarbeid også fra tidligere markedssjefs-stillinger i Orkla og Color Line gjennom mange år.

Prosjektgruppedeltaker:

Vidar Johansen – Initiativtaker til prosjektet, nylig tilflyttet Steigenpatriot, og ”digital nomade” som har tatt med seg sitt eget designbyrå, V design AS, fra Bodø til Leines. Sterk kompetanse innen design og visualisering, med større nasjonale kunder som Avinor, Elkjøp og iTet. Fersk erfaring i å vurdere Leines ”utenfra”.

### **Samarbeidspartnere**

Prosjektet samarbeider med:

Senter for Kunnskap og likestilling - KUN

Bidrar med følgeforskning, samt til kunnskapsinnhenting og -analyse i prosjektets innledende og avsluttende faser.

Steigen Næringsforum

- Bidrar som samlende organ ifm. undersøkelser og tiltak rettet mot næringslivet i Steigen.

Lag og foreninger på Leines

- Sentrale drivere av prosesser, og frivillige til gjennomføring av aktiviteter ifm. prosjektet.

Arkitekt Rannveig Landrø

- Rådgiver ifm. planlegging av sentrumsutvikling i Leines (Helnessund)

Steigen Kommune

Delfinansierer prosjektets egenandel, og er positivt deltakende i prosesser gjennom sparring og kompetansebidrag. Bidrar også til spredningseffekt, gjennom å se prosjektet i relasjon til andre småsamfunn i Steigen, og inn mot regionen forøvrig.

Nordland Fylkeskommune

- Delfinansierer prosjektets egenandel, og følger prosjektet tett i gjennomføringsfasen.

### **Aktiviteter**

Om prosessen

Prosjektet er en dynamisk og kreativ prosess som vektlegger lokal involvering og forankring. Som vi erfarte i pilotprosjektet Leines var arena for på 1990-tallet, forutsetter dette at de involverte må oppleve eierskap og høy delaktighet i å drive fram prosjektet. Aktivitetene i denne fasen kan derfor ikke være ferdigspikret. På denne bakgrunn har vi nøydd oss med å lage en førende ramme, som viser prosjektets struktur der det framgår hvordan vi tenker og hva vi vektlegger.

Vi har valgt å dele prosjektets aktiviteter i en intern og en ekstern dimensjon. I henhold til det vi har sagt ovenfor og i innledningen til søknaden, er ikke listen over aktiviteter utfyllende. Blant annet er vi svært opptatt av at prosjektet har et sterkt fokus på kjønn og ungdom. Dette vil bli ivaretatt når prosjektet er i gang og prosessen ferdigstilles.

Den interne dimensjonen rommer aktiviteter som foregår lokalt, og som har som målsetning å bevisstgjøre og motivere til å jobbe sammen for å gjøre Leines til ei bygd på opptur. Dette omfatter følgende aktiviteter:

- Å fange stedets identitet
- Lokal involvering og driv
- Bruke og utvikle lokale møteplasser

Den eksterne dimensjonen rommer aktiviteter rettet både mot omverdenen og i "randsonen" der bygda møter omverdenen. Her planlegger vi følgende aktiviteter:

- Bygge "Leines i skyen"
- Møteplasser
- Markedsføring
- Mediestrategi
- Fadderordning

En nærmere beskrivelse av aktiviteter og prosesser i prosjektet ligger som vedlegg, grunnet størrelsesbegrensninger i gjeldende rubrikk (ref. nærmere forklaring under "Bakgrunn").

### **Målgrupper**

Prosjektets interne og eksterne dimensjoner henspeiler i stor grad til hvilke målgrupper vi søker å nå:

Aktivitene i den interne dimensjonen er direkte myntet på befolkningen på Leines. Her skal vi utvikle stedets kultur og fremtidstro, og skape en positiv, lokal bevegelse som er drevet av folket selv. Dette skal imidlertid bidra til at Leines fremstår som mer attraktiv sett fra omverden, med økt bærekraft og flere muligheter. På den måten kan vi derfor også si at den interne dimensjonen indirekte også har en ekstern målgruppe.

Den eksterne dimensjonen, som fokuserer på å kommunisere Leines utad, har til hensikt å øke kjennskapen til, og interessen for bygda. Prosjektets hovedmålsetting er direkte koblet opp mot å tiltrekke barnefamilier / unge familier til Leines, så disse vil være en naturlig målgruppe vi skal henvende oss til.

Vi er også oppmerksomme på tendensen mot at unge kvinner gjerne trekker mot sentrale strøk, og vil ha fokus på at Leines fremstår som attraktiv hos denne målgruppen. Også ungdom vil få særlig fokus, da dette er en sentral målgruppe for kommende bosetting, og det i dag er mangel på tilbud som i stor grad tvinger disse til å flytte ut av bygda.

### **Resultat**

Kunnskapsinnhenting som skal gjennomføres innledningsvis i prosjektet, skal resultere i et gjenkjennelig bilde av Leines' identitet og kjerneverdier, og en analyse av bygdas styrker, svakheter, muligheter og trusler. Analysen skal være brutt ned på segmenter i befolkningen, basert på kjønn, alder og livssituasjon.

Presentasjon av analyseresultater fra kunnskapsinnhenting skal resultere i kvalitetssikring av

analysens funn, og økt engasjement om prosessen og prosjektets målsettinger hos lokalbefolkning, næringsliv og kommune.

Aktivitetene knyttet til intervju av næringslivsledere, og næringskonferanse skal resultere i en oversikt over tilgjengelige muligheter for arbeidsplasser og næringsutvikling i Steigen, og et næringsliv som er mer orientert mot utvikling og formidling av slike muligheter.

Aktiviteten knyttet til planarbeid for sentrumsutvikling i Helnessund skal være en kreativ møteplass i seg selv, og resultere i en konkret plan for sentrumsutvikling i Helnessund.

Aktiviteter knyttet til kulturelle arrangementer skal resultere i økt oppmerksomhet rundt Leines og Steigen, og bidra til lokal stolthet, engasjement og trivsel.

Etablering av Leines i Skyen skal resultere i tilgjengeliggjøring av relevant informasjon for potensielle tilflyttere, økt synlighet av Leines, og eksponering av bygdas attraktivitet, muligheter, tilbud og aktiviteter – både overfor bygdas egen befolkning og for omverden.

Aktiviteter knyttet til kommunikasjon og synliggjøring skal resultere i økt trafikk til web-portalen Leines i Skyen, gjennom å vekke ny interesse for bygda.

### **Effekter**

Prosjektets hovedmål om å skaffe 15 nye barnefamilier til bygda ila. 3 år skal være et resultat av en selvforsterkende utvikling. Denne tilveksten skal således være et vitnemål om at Leines har klart å bli en bygd på opptur, som har gjort seg synlig og attraktiv for et omkringliggende marked.

For å klare en slik snuoperasjon, holder det ikke å bare involvere og engasjere befolkningen i prosjektarbeidet. Det er befolkningen som må drive prosjektet fremover i en samlet bevegelse, og i nært samspill med næringsliv og kommune. Prosjektledelsens viktigste rolle er å stimulere til, og tilrettelegge for denne bevegelsen.

Økt interesse og tilflytting stimulerer boligbygging og styrking / etablering av infrastruktur, som igjen bidrar til å skape ytterligere interesse. Her ligger det store effektmålet med prosjektet, hvor vi skal snu en negativ utvikling og folketro, og skape en selvforsterkende vekst på Leines. Selv om vi ikke igangsetter konkrete aktiviteter for å skaffe nye boliger og arbeidsplasser til Leines, vil dette derfor allikevel være en indirekte effekt av prosjektet som vi vil stimulere gjennom kontakt mot kommune og potensielle investorer.

Erfaringer vi høster fra dette prosjektet, hvor vi primært tar tak i "myke verdier", som stedets ånd, utviklingskultur og synliggjøring av bygda, vil kunne ha stor overføringsverdi til sammenlignbare samfunn med tilsvarende utfordringer. Vi velger ikke å bygge hus, for så å fylle dem – vi velger å synliggjøre muligheter og skape interesse og etterspørsel, for å stimulere til etablering. Vi tar tak i det vi kan gjøre noe med selv – nemlig oss selv – og gjennom synliggjøring av plassen vår er vi sikre på at vi vil kunne skape ny interesse og vekst.

## Tids- og kostnadsplan

### Tidsplan

Konkret milepælsplan ligger som vedlegg

Som tidligere forklart, legger vi opp til en prosess som skal basere seg på kunnskap innhentet i tidlige fase i prosjektet, i tillegg til at vi vektlegger involvering av lokalsamfunnet i kreative prosesser underveis.

I vedlagte fremdriftsplan har vi tidfestet de aktivitetene vi allerede kjenner til, og estimert tid og varighet for prosessen vi skal gå inn i og påfølgende aktiviteter.

### Kostnadsplan

Tittel	2013	2014	2015	2016	2017	SUM
Kreative prosesser / konferanser / møteplasser	100 000	200 000	150 000			450 000
Kunnskapsinnhenting / analyser	200 000	50 000	200 000			450 000
Lønn prosjektleder / administrasjon	200 000	200 000	200 000			600 000
Media- og markedskommunikasjon	250 000	300 000	300 000			850 000
Planarbeid sentrumsutvikling Helnessund	50 000	50 000				100 000
Utvikling og drift - Leines i Skyen	200 000	200 000	150 000			550 000
<b>Sum kostnad</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>	<b>1 000 000</b>			<b>3 000 000</b>

### Finansieringsplan

Tittel	2013	2014	2015	2016	2017	SUM
Egeninnsats (400 t á kr 250 pr år)	100 000	100 000	100 000			300 000
Kommunal- og regionaldepartementet	1 500 000					1 500 000
Nordland Fylkeskommune	750 000					750 000
Steigen Kommune	150 000	150 000	150 000			450 000
<b>Sum finansiering</b>	<b>2 500 000</b>	<b>250 000</b>	<b>250 000</b>			<b>3 000 000</b>

### Geografi

1848-Steigen

### Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
--------------	--------------	------



Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
Vedl 1 - Bakgrunn for prosjektet.pdf	193 295	08.03.2013
Vedl 2 - Aktiviteter, nærmere beskrivelse.pdf	89 301	08.03.2013
Vedl 3 - Prosjektplan.pdf	215 197	08.03.2013
Vedl 4 - Ordførerens støtte.pdf	62 245	08.03.2013
Vedl 5 - Protokoll Kommunestyrevedtak 2-13 om støtte til Bolyst Leines.pdf	11 675	08.03.2013
Vedl 6 - Ordsky fra Folkemøte - Det beste ved å bo på Leines.pdf	180 254	08.03.2013
Vedl 7 - Ordsky fra Folkemøte - Leines om 5 år.pdf	163 734	08.03.2013
Vedl 8 - CIRKUS DE JAZZ prosjektbeskrivelse.pdf	398 379	08.03.2013