



HADELAND

– nært og naturlig



Merkevaren Hadeland



«Hadeland – nært og naturlig» er kommunenes prosjekt

Hovedfokus på synliggjøring

Avhengig av arbeid med andre interessenter

Satse på ny næringsprofil

Bygge kjennskap til

- sentral plassering
- bokvalitet
- jobbmuligheter
- næringsmuligheter
- kulturopplevelser
- stedene



Stedsbranding



Studier viser at tilflyttingsarbeid virker ved å hjelpe folk å få, beholde eller utvikle en flyttelyst, ta en flyttebeslutning og gjennomføre en flytting.

Tilflyttingsarbeid har de siste 10-15 årene dreid seg fra utadrettede lokketilbud til innadrettede arbeidsmåter med bolyst- og stedsutvikling.

Best synlig resultat: trainee-programmer, inkluderingsarbeid og aktiv boligpolitikk

– nært og naturlig





Fem hovedstrategier

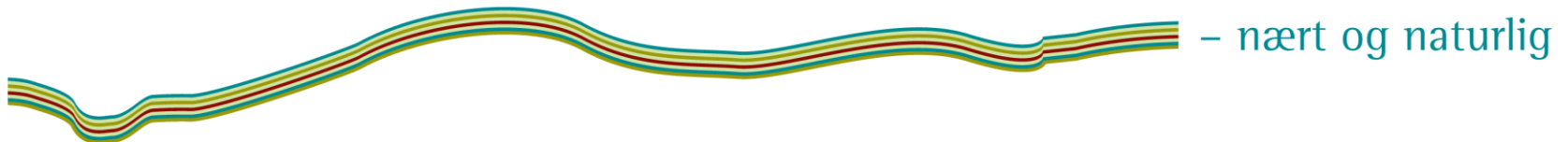
Inspirere og legge seg på minnet ved hjelp av omdømmebygging, promoteringskampanjer, annonseringer.

Informere for å bedre beslutningsgrunnlaget for flyttere med nettsider, databaser og brosjyrer.

Lage møteplasser f.eks. å arrangere eller delta på karrieremesser, treff for fraflyttede, seminarer, festivaler o.l.

Formidling/personlig veiledning som bygdelivsmeglere, kommuneverter, tilflytterkontor o.l. som kan gi tilpasset informasjon, råd og hjelp, kanskje også omvisning.

Tilrettelegging for å bedre bosettingsgrunnlaget ved å stimulere til at flere tomter, jobber og boliger blir utlyst på markedet, og til å legge til rette for fjernarbeid/stedsuavhengig arbeid og pendling.





HADELAND

Regionrådet for Hadeland

Attraktive steder



Et alternativ i
Osloregionen

Sentral plassering

Bokvalitet
Rom for utvikling
Tid til hverdagsliv

Mobile
arbeidstakere

Et næringsliv i
bevegelse

Nært naturen
Nær Oslo

Foto: Jan Tore Øverstad

– nært og naturlig

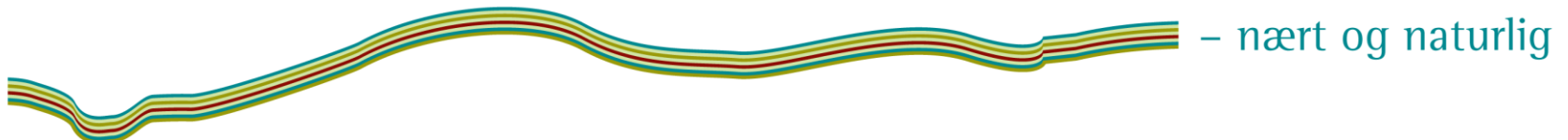


Satsing på tilflyttingsarbeid

Et godt kunnskapsgrunnlag må ligge i bunnen for planer, strategier og valg av treffsikre tiltak. Det handler om å være bevisst på egne muligheter, begrensninger og handlingsrom i det lokale samfunnsutviklingsarbeidet

Analyser og prognoser gir kommuner kunnskap som bidrar i samfunnsutviklingsrollen, fordi analysene gir innsikt i handlingsrom og peker på områder for tiltak.

Dette omfatter innsats rettet mot: Arbeidsmarked og næringsutvikling, boliger og bomiljø, fysiske stedskvaliteter, kultur- og fritidstilbud, møteplasser, informasjon og veiledning, omdømme, fysisk og digital infrastruktur mm





HADELAND

Regionrådet for Hadeland

Tett på Oslo



Vår Oslo-undersøkelse fra 2013 viste at Oslo-folk som vurderte å flytte ut av byen, ikke hadde Hadeland på radaren.

Derfor ble det viktig å fortelle at Hadeland er tett på Oslo.

Oslo-folk var også tvilende til muligheten for å finne jobb på Hadeland.

Et grep har derfor vært å vise frem ledige jobber og arbeidsgivere som er villig til å satse på deg.

Foto: BT. Stokke

– nært og naturlig



HADELAND

Regionrådet for Hadeland

Næringsprofil



I forlengelsen av dette har vi også profilert Hadeland som et godt sted for næringsutvikling med kort vei til beslutninger og regulerende myndigheter, samt tilgang på stabil arbeidskraft.

Vi har startet ny innholdsproduksjon for å fokusere mer på en ny næringsprofil for Hadeland når denne er klar.

Foto: BT. Stokke



– nært og naturlig



HADELAND

Regionrådet for Hadeland

Kultur og opplevelser



Vi har også kjørt kampanjer rundt opplevelser, dagsturisme, kultur, lokalmat, friluftsliv etc., delvis for å styrke Hadeland som destinasjon og delvis for å vise det brede tilbudet til dem som bosetter seg her.

Vi har hatt internasjonal kampanje med Oslo Brand Partner med Gran og Operafest Røykenvik for Greater Oslo.

Foto: BT. Stokke



– nært og naturlig



HADELAND

Regionrådet for Hadeland

Skape positiv effekt



Foto: BT. Stokke

Kampanjer



7 500 000 visninger

Nettsider

65 000 besøk

@regionhadeland

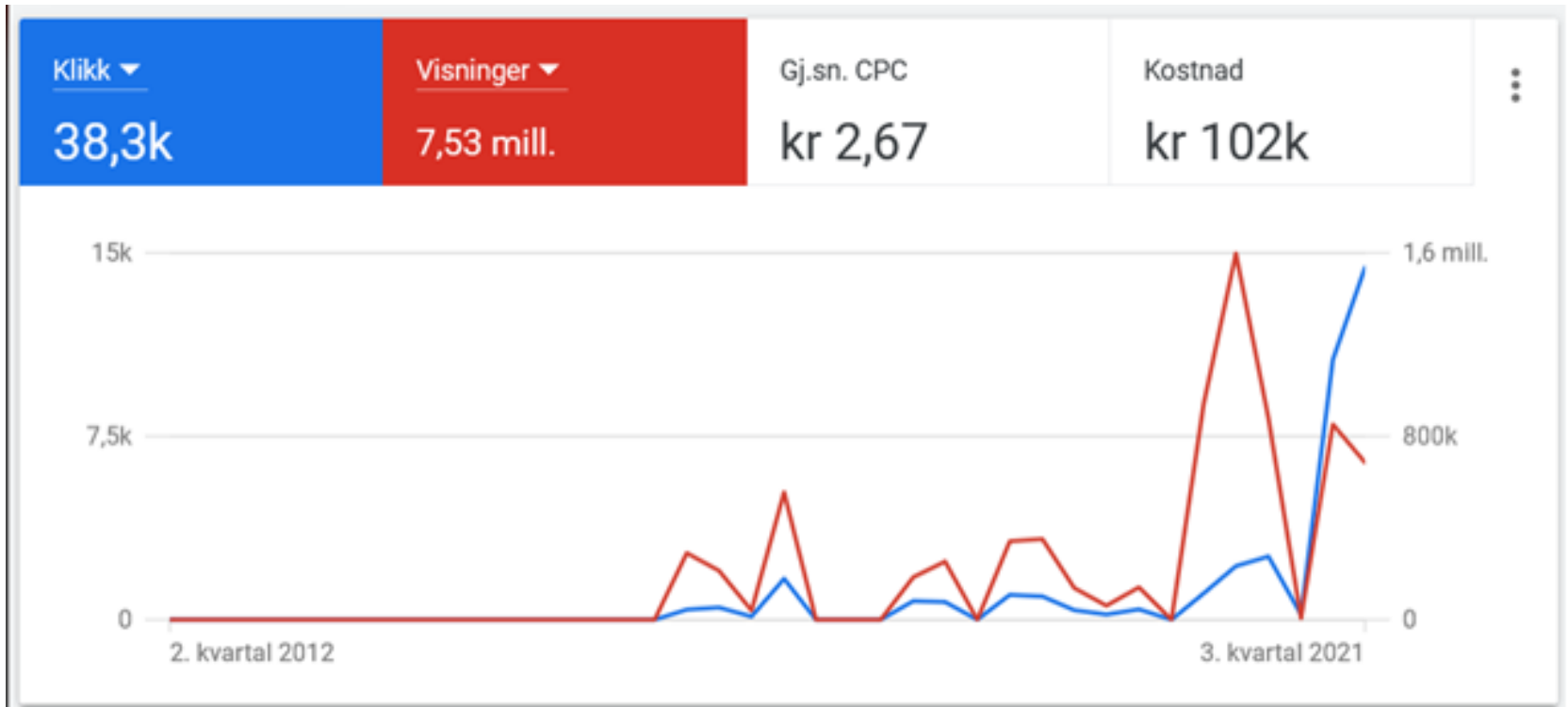
4580 følgere på FB


4420 liker siden

@regionhadeland

750 følgere på Instagram

– nært og naturlig



 – nært og naturlig



HADELAND

Kampanjer - oppsummert

2015 Finn.no - bannerannonsering på jobb og boligsøk

467 000 visninger

2016 Temabasert (display), søkeord (Google), retargeting og Facebook

535 000 visninger. 1743 klikk

2017 Temabasert (display), søkeord (Google) og retargeting.

540 000 visninger, 1628 klikk

2018 Temabasert (display), søkeord (Google) og retargeting.

781 000 visninger, 2498 klikk

2019 Temabasert (display), søkeord (Google) og retargeting.

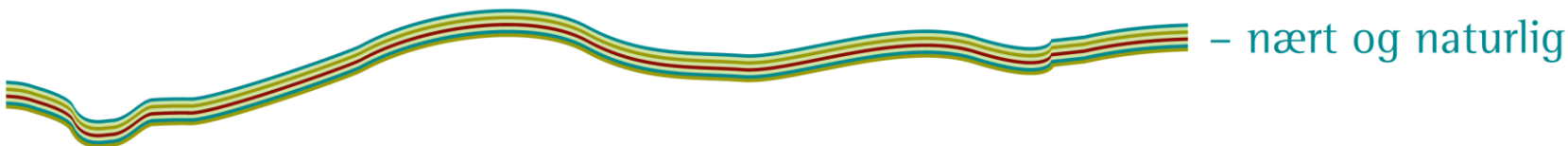
691 812 visninger, 1975 klikk

2020 Temabasert (display), søkeord (Google) og retargeting.

3 416 891 visninger, 5853 klikk



Regionrådet for Hadeland





HADELAND

Fersk forskning



Regionrådet for Hadeland

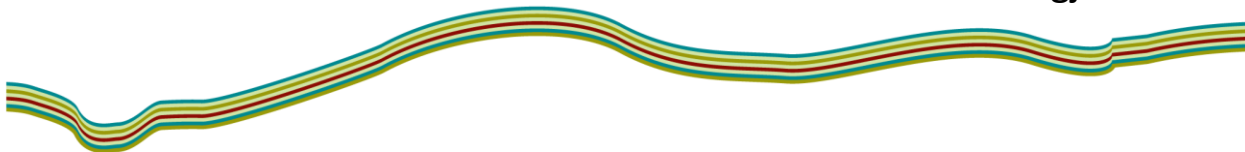


I en ny kartlegging av den kommunale næringsutviklingsrollen i distriktskommuner vurderer kommunene selv attraktivitetstiltak som den viktigste oppgaven i kommunens næringsrettede innsats, med arealplanlegging og bredbåndsutbygging på de neste plassene.

En foreløpig evaluering viser at vi jobber veldig riktig med tilflyttingsarbeid i Hadeland når vi ser på distriktssenterets oppsummering av eksisterende kunnskap om tilflyttingsarbeid, men vi må ha mer fokus på arbeid og næringsmuligheter.

Vi må gjøre mer av det vi gjør.

– nært og naturlig





Prosjektmandat 2021



Visjon:

En attraktiv region for den som vil leve i takt med naturens bæreevne

Misjon:

Positiv tilflytting. Tiltrekke og bli værende

Hovedmål:

Bygge kjennskap til Hadeland. Formidle en jevn strøm av innhold som synliggjør hadelandsregionens fortrinn gjennom arbeid med interessenter. Gjenta budskapet

Målgrupper:

Barnefamilier 25 – 45
Etablerere 35+
Bedrifter

Kommunikasjonsmålgruppe:

Hadelandsambassadører

– nært og naturlig



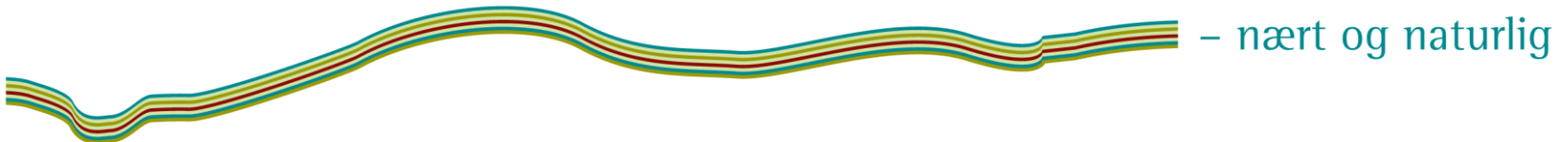
HADELAND

Regionrådet for Hadeland

Tiltak / prosjekter 2021



- Hva vil du Hadeland? FB kampanjer, bannerannonser, targeting, søkeord, nettside, landingssider
- Egne næringskampanjer
- Film- og bildebank, presentasjonsmal, dokumentasjon av prosjekter, arbeidsverktøy
- SOME-prosjekt, bildeportefølje med tekst og tags, effektmåling
- Næringsssamarbeidet i Osloregionen (tidligere PVK)
- Søknader



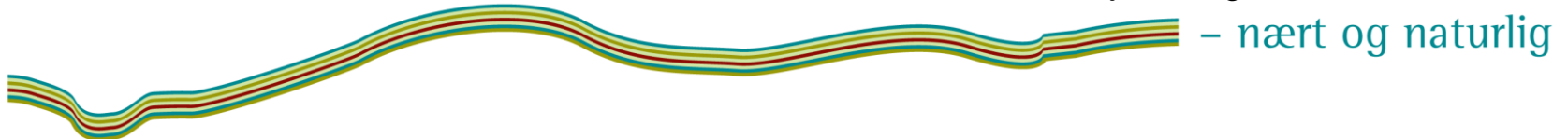
– nært og naturlig



Tiltak / prosjekter 2022



- Nytt kunnskapsgrunnlag med evaluering av 10 år, kvantitative spørreundersøkelser og kvalitative dybdeintervjuer på egen befolkning, bedriftsledere, potensielle målgrupper
- Ny næringsprofil på bakgrunn av næringsstrategi og regionsamarbeid
- Ny kommunikasjonsstrategi for 2023-2028
- Kulturkraft Hadeland – arrangørsamarbeid for stedsbranding
- Internasjonal markedsføring
- Verdikalkulator arrangement med Innovasjon Norge



- nært og naturlig



Hva er effekten av tiltaket



Foto: Jan Tore Øverstad

«Det er viktig, om enn selvsagt, å presisere at det er svært vanskelig å måle effekter av slik innsats, fordi det er så mange krefter i spill samtidig, og at det er begrenset hvor mye en enkelt kommune kan påvirke flyttebeslutninger.

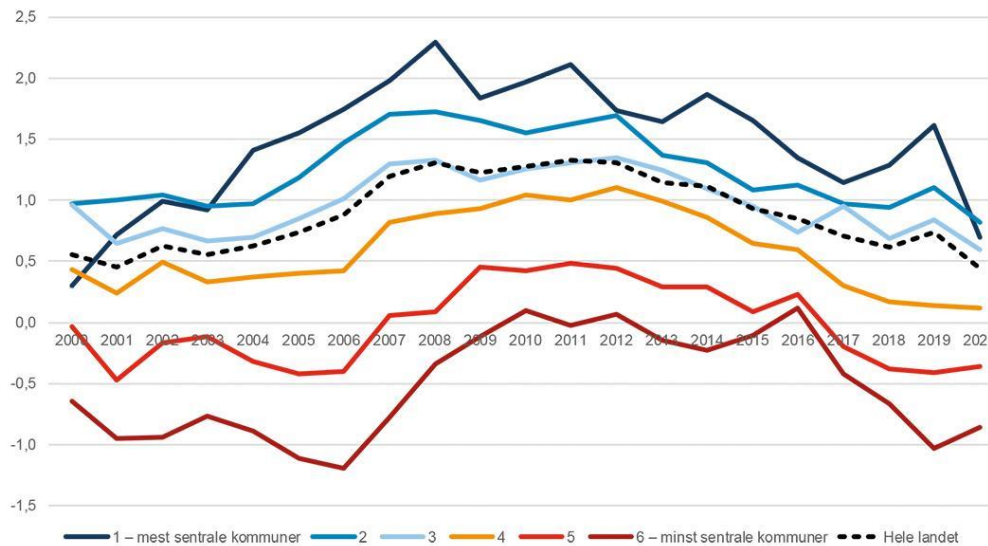
Kommuner og regioner kan i begrenset grad påvirke netto befolkningsutvikling – men de kan i noen grad påvirke indirekte, gjennom lokalt utviklingsarbeid med mål om å styrke attraktiviteten til kommunen/regionen.»

Distriktsenteret, notat til demografiutvalget

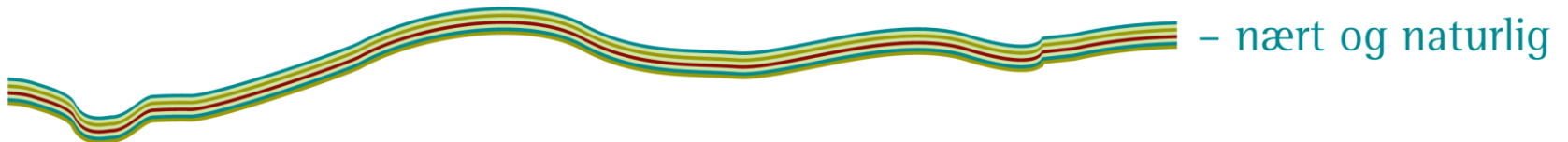
– nært og naturlig



Befolkningsvekst etter sentralitet 2000 - 2020



Kilde: SSB (tabell 07459), Beregninger: KMD.

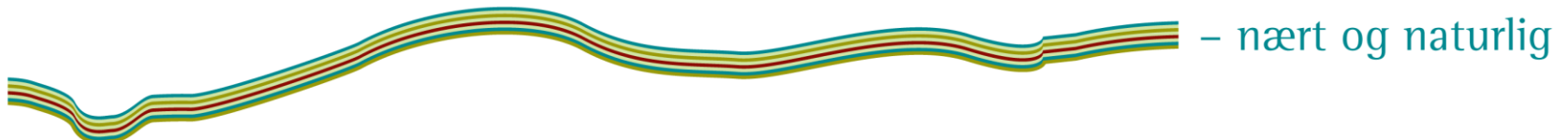


– nært og naturlig



Mulighetsvindu

- Det forventes en halvering befolkningsveksten på rett under 10 % de siste 10 årene til under 5 % vekst i perioden fra 2021-2031
- Mer nedgang i sentrale kommuner, mens mindre sentrale kommuner har lenge ligget stabilt på en prosentvis nedgang
- Koronasituasjonen har gjort desentralisert jobbing mer aktuelt enn noen gang – og kanskje kan erfaringene gjennom denne perioden gi en ny basis for en systematisk, nasjonal satsing på spredning av kompetansearbeidsplasser og distribuerte løsninger, i både offentlig og privat sektor.
- Arbeid er den viktigste årsaken til at folk flytter, men kvaliteter ved stedet, familie og nettverk har i tillegg betydning for både flyttebeslutninger og beslutninger om å bli boende



– nært og naturlig



Suksessfaktorer i kommuner som tørr å satse:



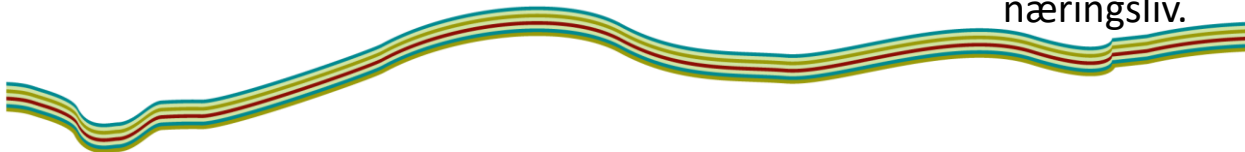
Kommunens og lokalsamfunnets evne til å engasjere og mobilisere næringsliv og innbyggere til felles innsats.

Kort vei mellom ideer og beslutninger

Enkeltpersoners initiativ og gjennomføringskraft, både i næringsliv og sivilsamfunn, men også ordførere, rådmenn og kommunale ledere.

Kommuneorganisasjon som i samarbeid med sitt næringsliv evner å raskt gripe mulighetene som byr seg, for en ny etablering eller utvikling i eksisterende næringsliv.

– nært og naturlig

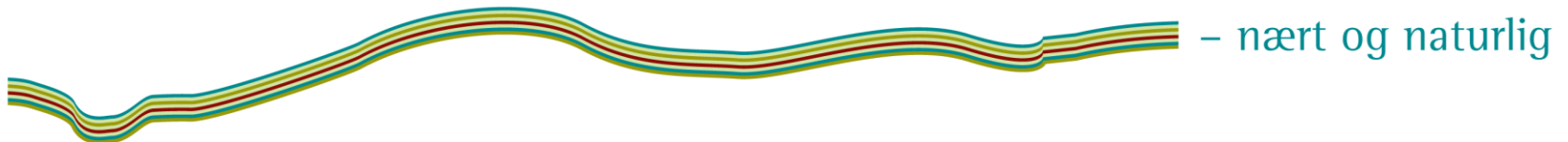




Ingen fasit, ingen garanterte resultater



- Tilflyttingsarbeidet må bygge på analyser og kunnskap om eget sted og regionen sitt reelle behov for arbeidskraft.
- Legge til rette for både arbeid og fritid
- Hva viser vi fram, landlig idyll eller utviklingsmuligheter
- Sammenheng med annet utviklingsarbeid
- Ta vare på de som kommer, fremfor lokketilbud for hjemflyttere
- Tilrettelegging for god boligpolitikk
- Kommunen kan ikke gjøre jobben alene
- Samarbeid med næringsliv, frivillighet og innbyggere
- Involvere målgruppen og jobber på tvers av sektorer og organisasjoner
- Ambassadører og vertskap
- Troverdige kommunikasjoner





HADELAND

Regionrådet for Hadeland

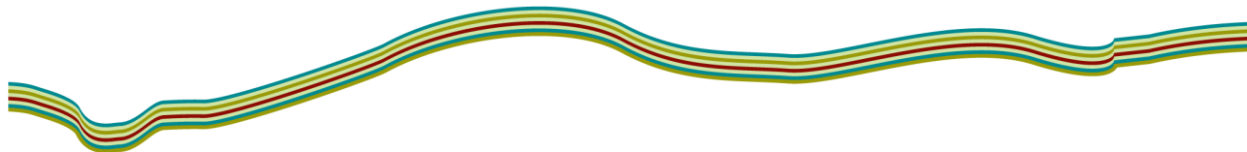


Følg oss og lik oss @regionhadeland



HADELAND

En del av
Osloregionen



– nært og naturlig