

# Utveckling Nordmaling

## - delrapport



NORDMALINGS KOMMUN



NORDMALINGS KOMMUN

<b><i>Inledning</i></b> .....	<b>4</b>
<b><i>Bakgrund</i></b> .....	<b>4</b>
Med avstamp i vision 2010 .....	4
Organisation och kommunikation .....	5
<b><i>Genomförande</i></b> .....	<b>5</b>
<b>Gemensamt mål och tidsplan</b> .....	<b>5</b>
Mål .....	5
Tidsplan .....	5
<b>Avgränsning</b> .....	<b>6</b>
<b>Utgångspunkter</b> .....	<b>7</b>
Arbeta genom eldsjälar .....	7
Bygga stolthet - identitet.....	7
Mötesmetodik.....	9
<b><i>Plattformer</i></b> .....	<b>9</b>
<b>Identitetsgruppen</b> .....	<b>9</b>
<b>Näringslivsutveckling</b> .....	<b>11</b>
Näringslivsträffar och utbildningar .....	11
Turism .....	12
Storföretagare .....	13
Handelsutveckling .....	13
<b>Bygdeutveckling</b> .....	<b>15</b>
<b>Ungdomar</b> .....	<b>16</b>
<b>Byarundor</b> .....	<b>17</b>
<b><i>Marknadsföring</i></b> .....	<b>17</b>
Generellt.....	17
Strategi turism.....	18
Strategi - annonsering.....	19



# Inledning

Utveckling Nordmaling initierades av utvecklingsrådet i maj 2009. Det utgör en paraplyenhet och en arbetsmetod för samordning av insatser som för oss närmare vision 2010.

Denna delrapport är tänkt att berätta vad som hänt under paraplyet Utveckling Nordmaling hittills. Syftet med rapporten är att informera och engagera än fler människor i utvecklingsarbetet. Viktigt att notera är att det arbete som utförs i Utveckling Nordmaling inte ersätter ordinarie verksamhet och när vi i rapporten talar om exempelvis marknadsföring och turism så omfattar det inte ordinarie arbetet med dessa frågor.

## Bakgrund

### Med avstamp i vision 2010

#### *Vår Vision*

*Nordmaling är den attraktiva boende- och etablerings-kommunen mellan städerna, där natur, hav och landsbygd är tillgångar för människans avkoppling och rekreation, och där medborgarnas och näringarnas behov, krav och förväntningar tillgodoses i dialog och samverkan.*

#### *Vår profil*

*Nordmaling skall kännetecknas av*

- öppenhet och omtanke i relationer och kontakter*
- tillmötesgående i dialogen, med fokus på möjligheterna*
- nya, utvecklade och alternativa samverkansformer*
- delaktighet och engagemang i ansvar och genomförande*

#### Vision 2010

Vision 2010 uttrycker den politiska viljan för vår kommun och beskriver Nordmaling som den attraktiva boende och etableringskommunen. Målet är med andra ord att människor i Nordmaling ska trivas att bo här medan fler individer och företag ska vilja flytta in. Utveckling Nordmaling arbetar för att genom aktiviteter komma närmare vision 2010.

När profilen beskrivs i visionsdokumentet så ligger fokus på öppenhet, dialog, samverkan, delaktighet och engagemang. Dessa ord har varit utgångspunkten när Utveckling Nordmaling valt metod. Tanken har varit att bli den attraktiva boende och etableringskommunen där folk tycker om att bo genom att involvera så många människor som möjligt i utvecklingsarbetet. Det är Nordmalingborna



som vet vad som är bra och vad som behöver förbättras. Utveckling Nordmaling erbjuder plattformar för samverkan.

## Organisation och kommunikation

Utveckling Nordmaling inrättades av Utvecklingsrådet i maj 2009 men leds av kommunstrategen vid kansliet. Vid varje rådsmöte återrapporteras vad som hänt i grupperna. Allt material runt Utveckling Nordmaling (hädanefters UN) finns på kommunens hemsida. Minnesanteckningar, planer, mötesdatum etcetera. Inför mötena annonseras i annonsbladet, på kommunens hemsida, i Näringslivsnytt<sup>1</sup> samt via maillistor<sup>2</sup>. Från början annonserades också i VK och VF för att alla skulle känna till att de var välkomna på träffarna. Träffarna arrangeras varierande som frukostmöten, lunchmöten och kvällsmöten så att alla ska ha möjlighet att finnas med. Kommunen har också gett sig in på Facebook för att småbarnsföräldrar och ungdomar ska ha möjlighet att finnas med i diskussioner. Idag har kommunen 120 vänner på Facebook. Vidare har Kommunstrategen på begäran presenterat arbetet i olika sammanhang. Hen<sup>3</sup> har bland annat varit till Rotary, Studieförbundet, Folkpartiet och på Kommunfullmäktige. Vidare träffar strategen återkommande samarbetspartners så som Företagarna västerbotten, Handelskammaren, Svensk handel, Studieförbundet med flera.

## Genomförande

### Gemensamt mål och tidsplan

#### Mål

Det gemensamma målet för alla eldsjälarna som UN understödjer ska vara att bidra till förverkligandet av vision 2010. Med andra ord ska det bidra till att fler människor och företag ska vilja flytta in, ett första steg i detta är att de människor som bor här idag ska trivas och tala väl om kommunen.

#### Tidsplan

Det är bara ett år kvar till 2010, året då visionen ska vara uppnådd. Denna deadline sammanfaller mer eller mindre med en annan stor händelse i Nordmalings kommun, nämligen invigningen av Botniabanan. Här har Nordmaling kommun en oerhörd dragkraft som UN ämnar ta tillvara. Saker ska åstadkommas innan den 28 augusti 2010 – datumet för invigningen. Den dagen

<sup>1</sup> Kommunens näringslivsbrev. Det går ut per post till 715 registrerade bolag i kommunen och läggs ut på hemsidan.

<sup>2</sup> Dels finns en maillista som administreras av Vallen-it, dels har kommunstrategen byggt upp en egen lista med företag som hen varit i kontakt med.

<sup>3</sup> Orden han och hon är konsekvent ersatta med ordet hen. Funder över vad det betyder för dig att inte veta vilka kön personen det talas om har. Är det viktigt att veta? Varför/varför inte?

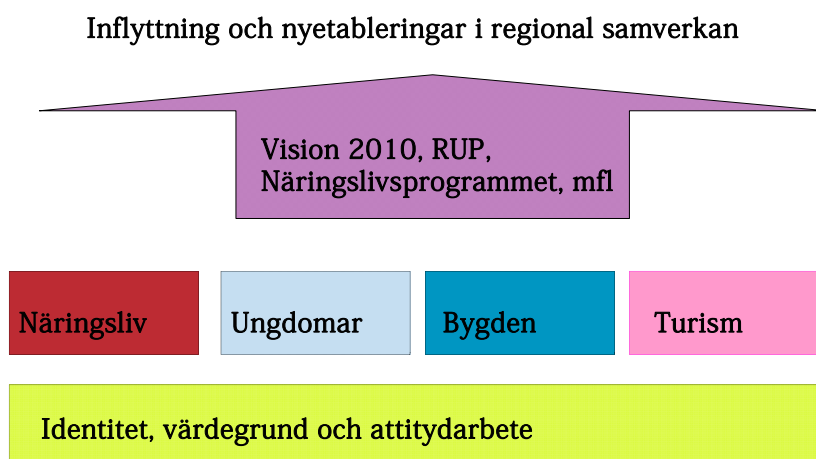


firar alla engagerade i UN de framgångar man nått, samtidigt som de nya tågen börjar rulla och därigenom skapar en "Region Botnia" mellan Umeå och Örnsköldsvik med Nordmaling i centrum.

## Avgränsning

Utveckling Nordmaling (hädanefter UN) arbetar med frågor som för oss närmare visionen men det är skillnad på det och att ansvara för att visionen uppnås. I ett kommunalt arbete där man sätter medel till de verksamheter man drar igång så styrs verksamheten ofta genom att varje enhet får ett antal mål med en budget kopplad till. Målen ska sedan brytas ner i en handlingsplan/aktivitetsplan och åiterrapporteras till den politiska ledningen. På detta sätt kan man inte arbeta när man baserar arbetet på ideell arbetskraft och sökta projektpengar. UN stöttar endast upp initiativ som på något sätt bidrar till de politiska målen, men har inte (så som en förvaltningsenhet) ansvaret för att uppfylla de mål och visioner man arbetar mot.

UN arbetar samordnande. För att få en tydligare bild av vad vi arbetar med och vad vi inte arbetar med kan man visa nedanstående bild.



Utifrån målet, inflyttning och nyetableringar, så arbetar UN med utveckling inom ovanstående rubriker: Näringsliv, Ungdomar, Bygd och Turism<sup>4</sup> samt med det grundläggande attitydförändrande arbete som allting vilar på. Det innebär att UN inte självklart arbetar med utveckling av den kommunala förvaltningen.

<sup>4</sup> Dessa områden/plattformar är inte statiska och kan förändras. De ger dock en bild av verksamheten som den bedrivs idag. Läs mer på sidan 9.



Utveckling Nordmaling är i princip helt finansierat av EU medel och utgör ett komplement till den ordinarie verksamheten – det är inte tänkt att ersätta den.

I de fall där det behövs så utgör UN värd för projekt, ibland finansierade av EU medel<sup>5</sup>, ibland finansierade av näringsliv eller kommun. För att projekt ska bedrivas under paraplyet Utveckling Nordmaling har vi ställt upp vissa krav:

1. Projektet måste bidra till uppfyllandet av visionen, inflyttning och/eller nyetableringar.
2. Projektet ska vara förankrat och helst initierat från medborgare eller näringsliv i de olika utvecklingsgrupperna.
3. Projektet måste vara ett reellt projekt, det vill säga inte ersätta ordinarie verksamhet.
4. Innan projektet söks måste det finnas en plan för vad som händer efter projekttiden. Är det en tidsbegränsad insats eller ska något tas över av ordinarie verksamhet efter projekttiden?

## Utgångspunkter

### Arbeta genom eldsjälar

Hur ska vi kunna åstadkomma något konkret innan den 28 augusti 2010?

Valet av genomförandemetod har varit att samordna och haka på de initiativ och insatser som redan är igång. Nordmalings kommun är rik på eldsjälar, människor som verkligen brinner för kommunen och vad som finns att erbjuda här. Dessa eldsjälar sitter dock ofta ganska ensamma och arbetar med utveckling helt ideellt. UN försöker på olika sätt hitta dessa eldsjälar och stötta dem i genomförandet av sina idéer. Ofta behöver man hjälp med samordning samt resurser för genomförande. UN har de kontakter som krävs för samordning och att söka medel när det behövs. Tanken är att engagera så många som möjligt genom att erbjuda plattformar inom olika områden.

### Bygga stolthet - identitet

En viktig grund för UN är det som kallas Identitetsarbete. Begreppen identitet, värdegrund och kultur är i dessa sammanhang sammanfogat till att endast kallas "Identitet". Tanken är helt enkelt att arbeta med att bygga en stolthet för att komma från Nordmaling. Vad skulle få dig att sätta upp ett klistermärke med "*Ambassadör för Nordmaling*" på din bil?<sup>6</sup>

<sup>5</sup> I kommunens näringslivsprogram står att vi: Aktivt ska samverka med berörda aktörer när möjlighet ges till EU-stöd för utvecklingsprojekt inom kommunen och regionen. (Näringslivsprogrammet 2004:5)

<sup>6</sup> Idag finns ett antal individer utsedda till ambassadörer för kommunen och som en del i arbetet med Utveckling Nordmaling ses organisationen med ambassadörer över. Vad är egentligen en ambassadör? Vem kan vara en ambassadör?



I Skellefteå kommun har man bedrivit ett oerhört aktivt värdegrundsarbete mot sina nästan 8000 anställda. Detta arbete tog sin utgångspunkt i en medarbetarenkät där man frågade sina anställda ”*skulle du rekommendera andra att arbeta i Skellefteå kommun?*”. De flesta svarade NEJ. Sedan frågade man ”*kommer du själv att arbeta kvar om 3 år?*” och de flesta svarade JA. Här finns ett värdegrundsproblem. Är de anställda glada över att arbeta för Skellefteå kommun eller inte? Varför arbetar man kvar om det är så hemskt? Eller är det kanske inte lika hemskt som man är van att säga?



I Nordmaling har vi inte gjort en enkät till alla medborgare men på hemsidan har vi ställt frågan ”Är du stolt över att bo i Nordmalings kommun?” Av resultaten, den 7/12 2009, kan man konstatera att ungefär hälften av de som bor i kommunen är stolta medan den andra hälften inte är det. Även här kan man känna att det finns en värdegrundsfråga att arbeta med. Varför är hälften av de som bor här inte stolta och på

vilket sätt påverkar det deras sätt att tala om/marknadsföra kommunen?

I början av hösten 2009 åkte Utveckling Nordmaling på byamöten och träffade 100-tals människor för att diskutera identitet, stolthet och generellt engagera för utvecklings arbete. Den bild som kom växte fram var att människor generellt tycker om att bo i den by där de bor men är inte särskilt stolta över att bo i Nordmaling. (Läs mer på sid.17)

Det som idag marknadsförs med Nordmaling är att vi är centrum mellan städerna, har vacker natur och hav – men är det den enda vi är? Och vad händer om det Nordmalingbor säger går i stil med ”*vi har vacker natur men annars är allt dåligt?*” Tanken med Identitetsarbetet är att komma under ytan och fundera över vad som finns på djupet att vara stolt över. Vänliga människor, en intressant historia och så vidare. Nordmalingborna måste känna att det bedrivs ett aktivt arbete med att arbeta bort det man inte är stolt över och ett aktivt arbete med att alla ska känna till sådant som är bra.

Spaningsgruppen var en grupp som tillsattes av Utvecklingsrådet och som under 2007/2008 sammanställde vilka trender man såg i kommunen. Man identifierade en stark jantelag, ökad främlingsfientlighet med mera. Att arbeta med dessa frågor är en del av att bygga identitet, att känna att man arbetar mot det man inte tycker om.

Det finns många exempel på vad ett aktivt identitetsarbete kan innebära och resultera i. När man byggde Öresundsbron så bedrev konsortiet ett arbete under många år med att bygga regionen. Man lyfte fram en gemensam historia och vad



man var bra på i Öresundsregionen – idag pratar alla som om regionen alltid funnits. Resultatet av detta arbete har också varit massivt. Exempelvis har Malmö ökat så väl turism som befolkning och även näringslivet meddelar att man förbättrat sina affärer.

## Mötesmetodik

Näringslivsgruppen, Handeln och Bygden har arbetat enligt en särskild metod. Metoden har gått ut på att man listat viktiga områden, både sådant som de närvarande tycker är dåligt i kommunen men även tankar om sådant man vill göra för att förbättra, realistiska samt visionära. Alla idéer kommer upp i tabellen men när en idé står där så går man över till höger spalten och pratar genomförande. Många punkter valde gruppen helt enkelt att släppa eftersom att det fanns andra som ansvarade eller för att man inte såg något man kunde göra åt saken. Detta sätt att arbeta minimerar risken för att fastna i ”gnäll” samtidigt som allting som sägs faktiskt behandlas.

# Plattformer

Tanken med plattformer är att engagera så många människor som möjligt inom olika områden. Om rubriken är för bred så är det svårt att få folk att känna sig träffade. Att kalla till ett möte för dem som är intresserad av att utveckla kommunen gör att väldigt få kommer. Istället initierades fyra plattformer: Identitet, Näringsliv, Handel och Bygdeutveckling. Dessa plattformer kom dock att utvecklas och förändras och när denna rapport skrivs så har plattformerna ändrats till Identitet, Näringsliv, Ungdomar och Bygd med olika undergrupper. När människor som har idéer kontaktar UN så försöker vi agera genom att hitta fler med samma tankar och bilda en grupp. Plattformerna kommer att fortsätta ändras och utvecklas, med grundtanken att fånga upp människors engagemang fungerar inte statiska låsta gruppbyggnader. Nämnas bör också att UN i dessa fall agerar reaktivt. När det finns ett engagemang så ska det tas tillvara men UN ansvarar inte för att skapa grupper som passar alla, initiativet ska komma underifrån.

Nedan går vi igenom vad som hänt inom de olika områdena.

## Identitetsgruppen

Identitetsgruppen skiljer sig från de andra grupperna. Den är öppen för alla intresserade men är tänkt att bestå av en styrgrupp som planerar identitet/värdegrund/kulturarbete för alla medborgare i Nordmalings kommun (läs mer på sidan 7). Det är också på identitetsarbetet som det andra arbetet i UN vilar.



Gruppen träffades första gången den 2 juni 2009. Närvarande var 8 personer från utvecklingsrådet, däribland kommunalrådet, samt kommunstrategen. På mötet beslutade man att projektledaren skulle åka runt i byarna och prata om vad som menades med identitet/värdegrund/kultur samt diskutera hur Nordmalingborna såg på sin egen identitet – vad är det, vad är bra och vad är dåligt. (Läs mer under rubriken Byamöten sidan 17.) Detta var också ett sätt att engagera fler eldsjälur.

Utifrån vad som kom fram på byamöterna har gruppen beslutat att det finns tre frågor som berör identitet och som är särskilt viktiga att arbeta med.

1. Mediebilderna av Nordmaling.
2. Jantelagen.
3. Känslan av ”vi och dom” mellan byarna och centralorten.

Gällande mediebilderna så har en student sedan i oktober arbetat med att gå igenom allting som är skrivet om Nordmaling sedan ett år tillbaka. Hen kodar materialet inom olika rubriker så som politik, skola, äldreomsorg med mera. Sedan kodar hen utifrån om det är en positiv eller negativ bild som ges. Hen kommer även att göra en jämförelse med några kranskommuner och uppsatsen ska vara klar i januari. Under våren kommer hen att praktisera för kommunen och åka runt för att hålla seminarium och diskussioner runt mediebilderna samt mediekontakter och hur man kan hålla dem.

Gällande Jantelagen så krävs ett djuplodat kvalitativt arbete. Det handlar om ett attitydarbete för en hel kommun och har, vad vi vet, inte gjorts förut. I samarbete med lokala föreningar så kommer vi att arrangera kulturaktiviteter som lyfter Jantelagen, Främlingsfientlighet, Jämställdhet, Stolthet med mera. Efter föreställningen, som kan vara allting från stand up comedy till teater och musik så arrangeras ett diskussionscafé där de närvarande får ta en kopp kaffe och diskutera om man känner igen sig i den bild som föreställningen målat upp. I detta arbete finns även ett samarbete med Umeå universitet och studenter som läser på Kulturanalysprogrammet. För att kunna driva detta arbete i ganska stor omfattning har UN sökt och beviljats 600 000 kronor i EU medel för att anställa en projektledare. (Se bilaga 1 för projektplan)

Arbetet med ”vi och dom” känslan är det som i skrivande stund kommit minst långt. Delvis kommer det att ingå i projektledarens arbete med Jantelagen eftersom att frågorna går ihop. Men man måste också arbeta explicit med frågan. Genom att lära sig vad som skapar en gemenskap och hur den ofta skapas mot ”dom andra” så kan man förstå såväl konflikten by - samhälle som svensk – invandrad eller kvinna – man.



## Näringslivsutveckling

Näringslivsgruppen är tänkt som en plattform för alla som är intresserade av att arbeta med näringslivsutveckling. Gruppen har träffats två gånger, den 9 juni och den 27 augusti. Vid det första mötet så la man upp ett kompetensutvecklingsschema för näringslivet i Nordmaling. Ett antal utbildningar planerades tillsammans med Företagarna Västerbotten och hålls i Nordmaling. Utbildningarna är gratis för företagen och finansieras av EU medel från Nordmalings kommun samt Företagarna Västerbotten. (läs mer nedan på sidan 14)

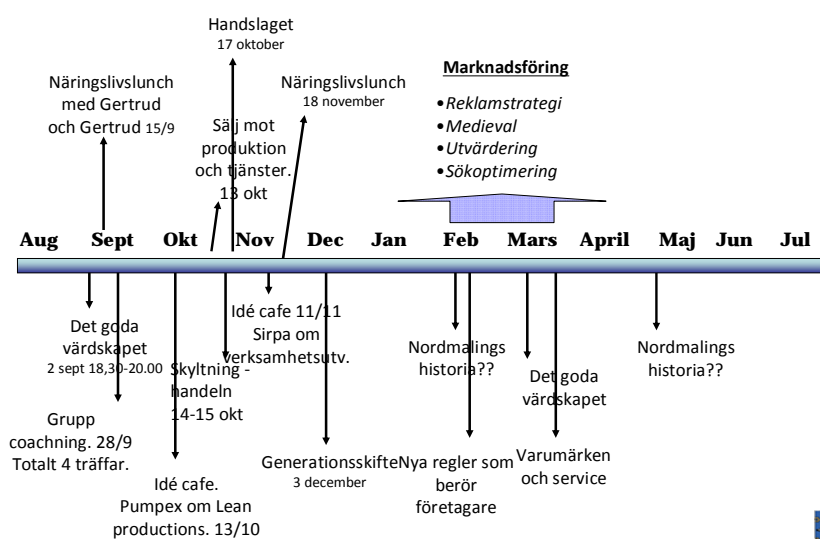
Det har varit svårt att få folk att komma på träffarna med rubriken "Näringslivet". 11 personer har anmält intresse och finns med i dialogen men området Näringsliv är väldigt spretigt och det är svårt för företagen att avsätta tid till generella diskussioner. Med denna utgångspunkt beslutade gruppen på mötet den 27 augusti att istället, utifrån det behov som fanns, kalla till möten kring mer specifika frågor. Rubrikerna som hittills utkristalliserat sig är: turismutveckling, storföretagare och handel som har varit igång sedan start men nu organiseras under rubriken Näringsliv.

Förutom dessa träffar så arrangerar UN näringslivsluncher, idécafeer och utbildningar – alla tänkta att vara plattformar där företagen kan hitta samarbete kring gemensamma frågor. Nedan går vi kort igenom vad som hänt inom de olika rubrikerna.

## Näringslivsträffar och utbildningar

Nedan är en översiktlig bild av arrangemang som varit och som planeras.

### Sammanställning träffar handel/näringsliv



Åtta tjänsteföretag har genomgått en coachning-utbildning tillsammans vilket identifierat samverkansformer. Man arbetar nu tillsammans med UN och försöker hitta möjlighet att bilda en form av centrum grupp. Kan jämföras med en mindre variant av Umeå C eller Centrum för Samverkan i Örnsköldsvik, här kommer dock hela kommunen att vara i fokus. David Widén, centrumledare för Cesam i Örnsköldsviks kommun var i Nordmaling i september och presenterade hur de arbetat. Vi har mycket att lära där.

Vidare har UN arrangerat ett antal träffar för Näringslivet i stort där man under en lunch kan komma och nätverka samt lyssna på ett intressant föredrag. Den 15 september var kommunikationsbyrån Gertrud och Gertrud i Nordmaling och pratade om olika sätt att möta lågkonjunkturen. Den 17 september var Kogertek här och pratade om effektivare produktion, Lean production.

Parallellt med dessa träffar arrangeras också så kallade idécafeer där lokala företagare med goda exempel får berätta om hur de jobbar för andra företagare. Till dessa träffar inbjuds även politiker och tjänstemän från kommunen. Den första träffen var den 13 oktober då Pumpex berättade om Lean Production.

Möten planerade under 2010 har bara datum ännu. Sådär ser det preliminära schemat ut:

Datum	Rubrik	Föreläsare
1 feb	Lunch <i>Kompetens för företagen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• AF</li> <li>• Sociala</li> <li>• Skolan</li> </ul>
1 mars	Idécafe	
???	Skogsmässa?	
12 april	Lunch	
10 maj	Idécafe	
7 sept	Lunch	
4 oktober	Idécafe	
1 nov	Lunch	
6 dec	Idécafe	

## Turism

Turismgruppen träffades första gången den 22 september, ett fantastiskt bra möte med ett 20 tal intressenter närvarande. De saker som framkom efter mötet var att:

- Ha ett nytt möte den 26 januari.
- UN tar fram ett utbildningspaket för turistföretagare med fokus på webbsälj, goda värdskapet, historia etcetera.
- UN sätter samman en grupp med intressenter som är intresserade av att samarbeta kring logistiken runt Botniabanan. Mötet blir den 12 januari.
- UN skriver en ansökan till jordbruksverket för att utveckla en resebyråfunktion med lätt bokning via webben. Affärsmässigt, det ska gå



tjäna pengar på att jobba med detta. Gruppen får ta del av ansökan till mötet i januari.

## Storföretagare

I Nordmaling finns ett antal större företag som uttryckte intresse av att träffas och diskutera samarbeten. Gruppen träffades första gången den 19 november och bestod av Olofsfors AB, Abs Pumpex och SCA. Masonite anmälde förhinder men var inbjudna och skickade med samsarbetsområden man var intresserade av. Gruppen diskuterade samverkan genom att kompetensutveckla personal så att de fick en breddkompetens och möjliggör samordning av personal mellan varandra. När Olofsfors har en nedgång finns möjlighet att hyra ut personal till Pumpex etcetera. Vidare pratade man om hur man kunde förbättra praktikplatser.

Nästa gång träffas gruppen den 21 januari och innan dess ska alla ha sammanställt vilka tjänster/funktioner man kan tänka sig samordna. UN skickade ut en mall att fylla i och sammanställer resultat. Vidare arrangerar UN en näringslivslunch 1 februari med fokus "Kompetens för företagen" där praktikanter och långsiktig kompetensförsörjning diskuteras.

## Handelsutveckling

15 lokala handlare har engagerat sig i utvecklingsarbete specifikt för handeln. Svensk Handel är en aktiv samarbetspart i detta och gruppen har träffats den 18 maj, den 22 april samt två gånger i december. Precis som näringslivet i stort har man lagt upp ett kompetensutvecklingsschema med såväl marknadsföring som skyltning och liknande. I denna grupp har man också diskuterat vikten av att handlare känner till traktens historia och utövar ett gott värdskap. Att inrätta en utbildning i Nordmalings historia diskuteras med Olofsfors bruk och en första utbildning i *Det goda värdskapet* genomfördes den 2 september med ett 10 tal deltagare. Arbetet med utbildning i historia drivs vidare i samarbete med västerbottens museum och engagerade studieförbund.

Fysisk miljö har diskuterats fram och tillbaka och så även gemensamma öppettider. En annan diskussion har varit skyltar och på vilket sätt man kan få människor som reser förbi på E4 att svänga av vägen och åka in till Nordmaling. Ett förslag lades fram om att ha digitala informationsskyltar i kommunen. Handlarna menade att det viktiga vore att platser där mycket folk rörde sig hade skyltar som visade vad som fanns i resten av samhället. Resecentrum, Campingen, Olofsforsbruk, Häggströmsmodehus, Ica, Konsum, Kommunhuset och Glesbygdsbutiker diskuterades. På dessa skyltar kan sedan reklam från hela samhället visas.

UN har begärt in offerter på digitala skyltlösningar och det visade sig att för 3850 kronor i månaden så kan vi leasa 11 40 tums LCD skärmar. För ytterligare 1300 kronor i månaden får vi digitala vägs skyltar. Varje handlare kan för 350



kronor i månaden välja att ha en egen skylt i sin butik. UN lämnade den 6 januari in ett politiskt förslag på kostnader och möjliga administrationslösningar. Om politikerna ställer sig bakom idén så inleds diskussionen med nämnda butiker/platser om de vill ha en skylt hos sig.

#### **Det goda värdskapet – Alla medborgare**

Den 2 september klockan 18.30-20.00 i församlingsgården, Nordmaling	Sambandet mellan värdskap och framgång är tydligt. Dessa platser lockar till sig människor som trivs där och vill återkomma. Det gäller även företag som utövar värdskap och som får mer framgångsrika medarbetare, som lockar till sig talangerna och som skapar mer värde för sina medarbetare och för sina samarbetspartners. Viktigt är att vara uthållig och arbeta långsiktigt för att skapa en välkomnande plats och atmosfär.
Sista anm. 19 sept.	Ett 10 tal deltagare.

#### **Grupp coaching – Näringsliv och handel (max 8 företag)**

Prel. datum 28/9, 5, 12 och 19/10 kl. 18.30-20-30. 4 träffar 2 timmar per gång. Plats och datum meddelas senare på <a href="http://www.nordmaling.se">www.nordmaling.se</a> .	Genom samarbete under professionell ledning stärks du i ditt företagande.
Sista anm. 14/9	8 lokala företag deltog (max antal) och var oerhört nöjda med utbildningen som även gett fortsatta samverkansgrupper.

#### **Skyltning och säljutbildning - Handeln**

Start 13 oktober 09.00-17.00 samt 14-15 okt kreativ feedback, församlingsgården i Nordmaling.	Föreläsning gällande skyltning samt hur man arbetar med merförsäljning, hur man bygger långsiktiga relationer till kunden, olika kundtyper och säljarens roll. Alla som är med på föreläsningen får en kreativ feedback på plats i sin butik.
29/9 sista anm	16 lokala företag som efter utvärderingen var mer eller mindre lyriska över hur mycket kursen gett. Särskilt uppskattade man den personliga feedbacken och mystery shopper besök. Många började göra om din butik omedelbart efter kursen.

#### **Generationsskiftning – Alla intresserade**

3 december klockan 18.30-20.00 i församlingsgården, Nordmaling	Hur tänker vi gällande generationsskifte på våra arbeten och våra affärsverksamheter? Kommer företaget att gå omkull när 40-talisterna får i pension?
Sista anm. 19/11	Ett 10 tal deltagare.

#### **Marknadsföringsutbildning – Handel och Näringsliv**

Februari-mars 2010 plats och datum uppdateras närmare.	Utbildningspaket med fantastisk föreläsare innehållande: reklamstrategi, medieval, utvärdering, sökoptimering.
--	--



**Varumärke och service – Handel och Näringsliv**

Mars 2010, plats och datum meddelas senare på <a href="http://www.nordmaling.se">www.nordmaling.se</a> .	Det är viktigt att jobba strategiskt med ditt varumärke för att skapa och hålla liv i den bild som du vill ge av ditt företag. Föreläsningen kommer att ge dig konkret kunskap om vad man ska tänka på, vilka steg man bör ta och hur man kan utveckla sitt varumärke vidare både för dig som person och för ditt företag.
--	--

## Bygdeutveckling

Arbetsgruppen för bygdeutveckling är den största gruppen och består av 17 mycket aktiva personer. Gruppen har träffats ett antal gånger och tagit fram ett antal förslag. Under dessa möten diskuterades bland annat byautvecklingsplaner och vikten av dessa. Som ett resultat av dessa diskussioner så beslutade Kommunfullmäktige den 26 oktober att ge ett stimulansbidrag för byautvecklingsplaner om 5000 kronor per godkänd plan och kriterium för detta togs fram inom UN. För att stimulera framtagandet av byautvecklingsplaner så följde Matz Johansson från Utvecklingsrådet med kommunstrategen på byarundan (se sidan 17).

Bygdeutvecklingsgruppen har också diskuterat liknande frågor som identitetsgruppen gällande jantelag och vikten av att vara stolt. Vidare har man lyft vikten av glesbygdsbutiker och service ute på landsbygden. Som ett resultat av dessa diskussioner har kommunstrategen sökt medel inom landsbygdsprogrammet för att ytterligare utveckla glesbygdsbutikerna till servicepunkter. Den kursiva texten är den sammanfattande målbeskrivningen av projektet som i januari beviljades medel på 1 000 000 kronor för att anställa en projektledare. (Se bilaga 2)

*Tänk er en glesbygdsbutik som inte bara försöker överleva utan erbjuder samhället ovärderlig information. En butik som inte bara erbjuder försäljning utan utgör navet för sociala träffar, söndagsfikat, studieförbundens utbildningar, idrottsföreningarnas träffpunkt, pensionärernas utflyktsmål och så vidare. I butiken finns inte bara information och blanketter runt statlig och kommunal verksamhet utan även kunskapen om hur dessa hanteras. Tänk er en butik som inte bara erbjuder turistiska broschyrer utan även personal som berättar om bygdens historia och hänvisar turister runt, arrangerar guidningar och stöttar lokala turistföretagare. En lokal som ger samhällsinformation via digitala skärmar och erbjuder möjligheter att handla på distans samt beställa på Internet. En knypunkt med aktiviteter och kunskap – servicepunkten.*

Vidare diskuterar gruppen nedskräpning i kommunen och att det finns ett problem med attityder till detta i Nordmaling. Även detta kommer nog att utmynna i ett politiskt förslag gällande attitydförändrande arbete i skolan etcetera.



En annan stor fråga har varit skyltar vid E4 samt skyltning. Gruppen tycker att det vore spännande att få fram en digital lösning. Även detta kommer att bli ett politiskt förslag. (Se sidan 14 för mer information.)

## Ungdomar

Arbetsgruppen som heter "Ungdomar" tillkom sent under projektet och hade sitt första möte den 3 december 2009. UN har under lång tid funderat på hur man kan nå ungdomar och den ursprungliga tanken var att inte skilja ut frågan om ungdomar från de andra utan integrera olika åldersgrupper i de olika arbetsgrupperna. Ungdomar är dock en specifik grupp med specifika villkor, de kan inte träffas under dagtid och har dessutom överlag inget större intresse för allmänna bygdeutvecklingsfrågor, företagsfrågor etcetera. Det finns behov av en särskild plattform.

UN har kommit i kontakt med olika aktörer som arbetar med ungdomsfrågor och med ovanstående bakgrund kallades dessa till ett möte den 3 december. Närvarande var studieförbunden<sup>7</sup>, Ungdomsgården, Skolan, Biblioteket, Atlas, Sociala och Kommunen. Även kyrkan var inbjuden men kunde inte närvara. Detta var det första mötet och till nästa möte, som sattes till den 19 januari går en öppen inbjudan ut via annonsbladet och hemsidan så att vi inte missar någon.

Det gruppen kom fram till det första mötet var:

Målgrupp ungdomar: 13 – 26 år

1. Skrivelse till politikerna om att göra en ungdomssatsning, ungdomsråd etcetera. Det ska finnas ett politiskt beslut sedan ca 10 år tillbaka om att det ska finnas ett sådant råd. UN tar fram ett underlag.
2. Söka medel för ett projekt som bygger på empowerment och företagsamhet delfinansierat av företag. UN tar fram ett underlag.
3. Britt kontaktar Öviks KomTek och frågar om några av oss får göra ett studiebesök.

Vi diskuterade att lägga upp ett förslag på en satsning mot att bli ungdomskommun exempelvis 2013. Det är en politisk fråga men gruppens uppfattning var att med en strategisk plan för ungdomar mot ett gemensamt mål kan man komma oerhört långt.

<sup>7</sup> Studieförämjandet fanns inte med på första mötet men kommer att finnas med i arbetet framgent.



## Byarundor



Det var generellt en mycket bra uppslutning på byamötena. Mellan 10-30 personer dök upp på varje träff och diskussionerna gick varma. Det fanns ett stort intresse av att diskutera just Nordmalings identitet, vad Nordmaling borde vara och inte. Genomgående var åsikten att

man var stolt över den by man bodde i men inte särskilt stolt över Nordmaling kommun. Det fanns en stor oro över att Nordmaling har en negativ mediebild – detta kom fram väldigt starkt på samtliga möten. Upplevelsen är att det enda som skrivs om Nordmaling är negativt och att man därmed inte är stolt över sin kommun.

Det man är stolt över handlar om trygghet, natur, närhet, historia, trevliga människor etcetera. Nästa steg gällande det som kom fram arbetas med inom identitetsgruppen och bygdegruppen. Mer information om byamötena finns på kommunens hemsida under rubriken ”utvecklingsarbete”.

## Marknadsföring

### Generellt

Marknadsföring är en genomgående fråga i de olika grupperna, det intresserar verkligen ALLA. I maj när UN startade så handlade diskussionen huvudsakligen om att kommunen måste marknadsföra hela Nordmalings kommun bättre på en mängd olika områden. Som nämnt under rubriken identitet (se sidan 8) marknadsförs idag Nordmaling med att vara centrum mellan städerna, vacker natur och hav. Efter långa diskussioner i grupperna så tänkte man om och menade att marknadsföring måste komma under ytan och fundera över vad som finns på djupet att vara stolt över. VAD är det egentligen vi marknadsför? Vad hjälper det att marknadsföra en vacker miljö om människor som bor här uttrycker att det inte är trevligt att bo här? Dessa frågor arbetar vi med inom alla grupper men tydligast inom Identitetsgruppen.

Grunden är att Nordmalingborna måste känna sig stolta över att bo i kommunen, annars skrämmer man bort potentiella nya medborgare. Det djuplodade arbetet med detta bedrivs under rubriken Identitetsarbete (se sidan 8). Intressant att notera är hur den allmänna uppfattningen är att kommunen har en oerhört dålig mediebild. Om kommunen har en dålig mediebild eller inte undersöks nu rent statistiskt (läs mer på s. 10), men vad som är viktigt är att



medborgare känner en stolthet över kommunen och en möjlighet att påverka media. Tänk om alla medborgare var stolta och skickade pressreleaser med allt positivt som de gjorde? Vilket genomslag! Det går inte att jämföra med annonskostnader.

Förutom ovanstående insatser så arbetar UN med tre olika målgrupper så som

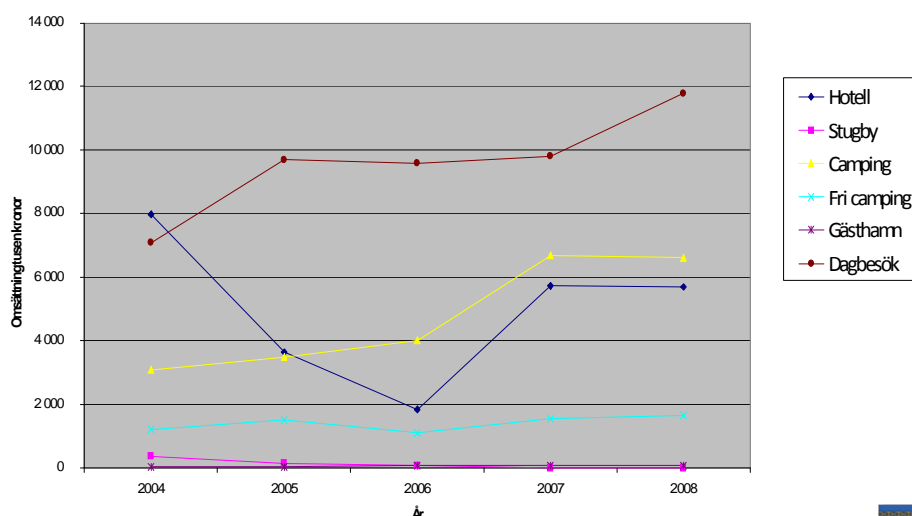
	Strategi - turism	Kampanj	Återkommande
<b>Målgrupp</b>	Dagsturister	Utflyttade 25-35 år	Boende
<b>Budskap</b>	Åk in till samhället	Livskvalitet	"Vi gör saker" Information
<b>Kanaler</b>	Digitala skyltar	Utskick utflyttade	Annonsblad Nyhetsbrev Hemsida

det finns beskrivet nedan.

## Strategi turism

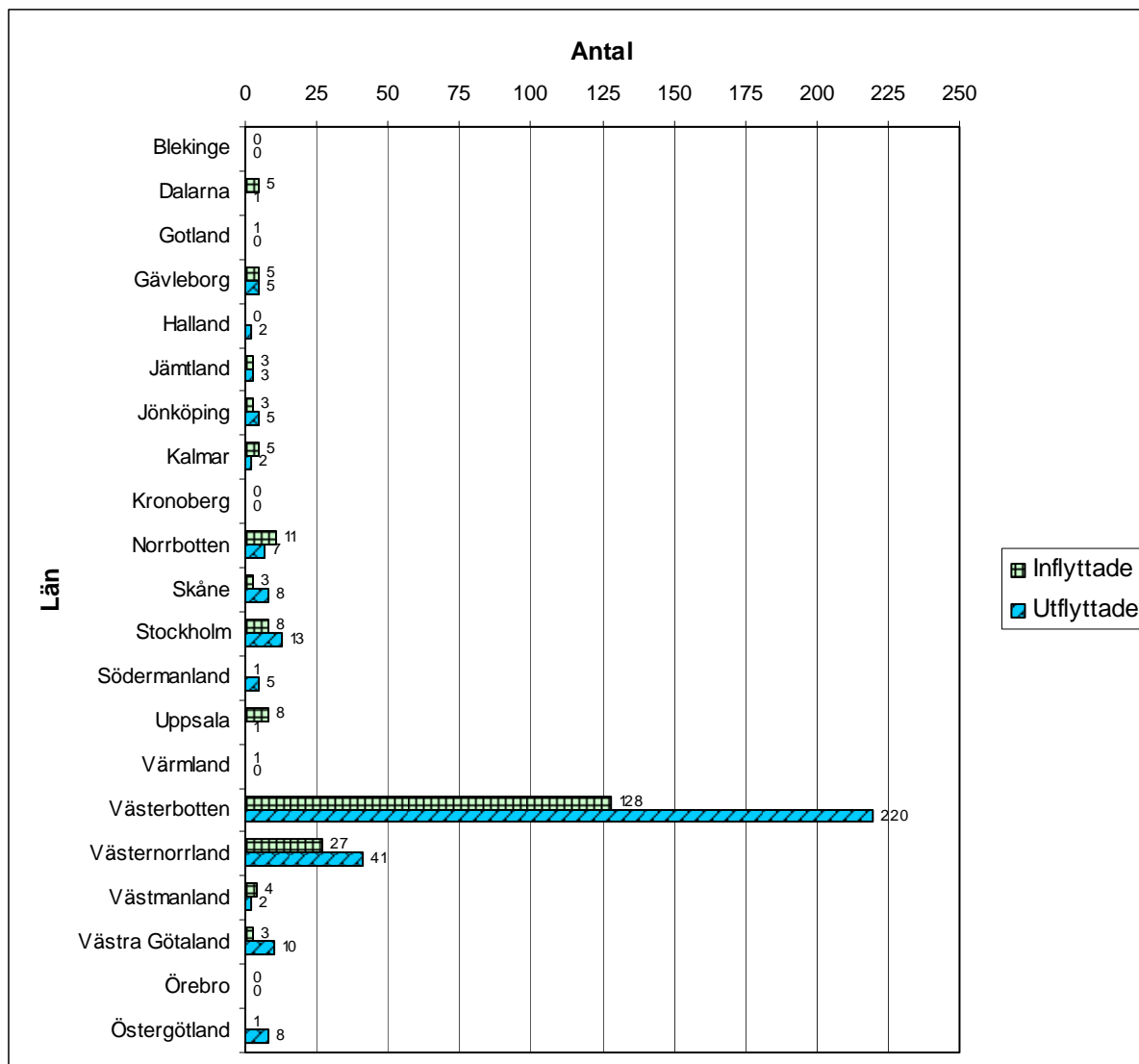
Gällande turism så utgör 34% av vår totala turism genomfartsresenärer, personer som bara åker förbi, tankar, köper mat och åker vidare.<sup>8</sup> En strategi är att försöka få dessa personer att åka in till samhället eller i alla fall se något som de tycker att det är värt att komma tillbaka för vid ett senare tillfälle. Ett sätt att göra detta är att utveckla strategiska platser såsom Campingen, Häggströmsmodehus, Resecentrum, Statoil, Olofsfors bruk med flera så att där finns exempelvis digitala skärmar som informerar om att det finns något att åka in till. Även skyltarna vid E4:an bör utvecklas mot detta syfte. Utveckling Nordmaling går in med ett politiskt förslag gällande att leasa digitala skärmar till E4, till de strategiska platserna samt till glesbygdsbutikerna.

### Omsättning, turism Nordmaling



## Strategi - annonsering

Utveckling Nordmaling har haft som strategi att gå ut med annonser (finansierade av EU medel) i syfte att internt informera om möten men samtidigt externt visa att det händer saker i kommunen. Samtidigt har UN arbetat för att få kontakter med media och skicka pressreleaser. Det verkliga arbetet med marknadsföring är dock samordningen av näringslivet och det djuplodade arbetet med stolthet och mediekontakter genom exempelvis utbildningar i Public relations i syfte att få positiva nyheter på redaktionellt utrymme.



Figur 38. Antalet inflyttade respektive utflyttade till/från Nordmalings kommun år 2008 uppdelat på län.

Som det framgår i ovanstående diagram så byter Umeå regionens kommuner människor med varandra. Vi konkurrerar om samma individer och alla lägger ner medel på att annonsera i lokaltidningar. 60 procent av inflyttning till



Nordmaling kommer från Västerbotten. Tillsammans med informatören i kommunen har Utveckling Nordmaling diskuterat andra möjligheter och konstaterat att en inflyttningskampanj riktad mot personer i barnafödande ålder som flyttat från Västerbotten till södra Sverige vore en smartare satsning. Ett utkast till en sådan kampanj håller på att tas fram.





# Projektplan

## -Jantelagen- Samverkan och tillväxt

### Sammanfattande projektbeskrivning

Nordmaling kommun satsar på att gå från en kommun med stark Jantelag till en innovativ tillväxtkommun. Syftet med projektet är att arbeta för ökad diversifiering hos företagen samt ett ökat arbetskraftsutbud genom att påverka attityder i Nordmalings kommun. Genom samverkan mellan företag och företagsfrämjande aktörer kommer ett aktivt värdegrundsarbete att bedrivas under ett års tid. Målet är att fler innovativa och diversifierade idéer ska våga komma till uttryck hos existerande näringsliv och medborgare samt hos externa entreprenörer. Tanken är att efter projektet åka runt i andra kommuner i västerbotten och dela med oss av erfarenheten.

### Bakgrund

Nordmaling kommun har initierat ett offensivt och innovativt arbete under rubriken Utveckling Nordmaling. Detta arbete syftar till att bygga plattformar för samverkan mellan företag, föreningar och andra intressenter. Snabbt visade det sig att det fanns en mängd idéer hos företagen och föreningarna om vad man skulle vilja göra. En av de stora sakerna man oroade sig för var att det finns en stark Jantelag där allting som är normbrytande eller risktagande motarbetas. När modet att synas och sticka ut saknas så genereras dessutom en negativ mediebild där kommunen framstår som bakåtsträvande och på väg att urholkas. I USA har man sett en direkt koppling mellan delstater med öppet homosexuella och företagande. Detta beror inte på att homosexuella skulle starta företag i högre utsträckning än andra, men i ett samhälle med tillåtande attityd (där många homosexuella vill bosätta sig) är företagandet också mycket högre.

Jantelagen gör att nya idéer trycks ner, innovativa personer aldrig får en chans och om du inte passar in i gängse normer gör trycket från omgivningen att du stannar där du är. Hur ska kvinnor våga starta bilverkstad, män arbeta inom äldreomsorgen och personer med utländsk bakgrund någon annanstans än pizzerior om ramarna i samhället där man lever är för snäva? Hur ska företag i Nordmaling kunna få den bästa kompetensen om varje verksamhet begränsas av ett visst arbetskraftsutbud baserat på fördomar?

### Syfte

Syftet med projektet är att skapa ett öppnare mer tillåtande klimat genom att på ett djuplodat sätt förändra attityder som agerar tillväxthämmande.



## Mål

Det övergripande målet är att fler innovativa företag ska etableras genom att skapa en mer tillåtande attityd. Vidare är målet att arbetsgivare och arbetstagare ska kunna se bortom sina egna fördomar och därigenom bredda arbetskraftsutbudet. Sättet vi vill åstadkomma detta på handlar om att människor i grunden ska ändra sina attityder och våga sticka ut och vara annorlunda. Den tid som projektet sträcker sig, ett år, gör troligtvis inte utslag i vilka typer av företag som startas och inte heller för mer diversifierade arbetsplatser. De resultaten kommer troligtvis en eller ett par år senare. Några kvantitativa mål att följa upp:

- Minst 10 kulturaktiviteter direkt kopplat till arbetet med Jantelagen och entreprenöriellt tänkande under 2010.
- På ovanstående träffar ska i snitt 30 personer per träff delta.
- Av deltagarna ska följande kategorier finnas representerade: existerande företag, medborgare, kvinnor och män,
- personer med utländsk bakgrund, byar, centralort, ungdomar och äldre.
- Individ sammansättningen av alla 10 kulturaktiviteter ska motsvara sammansättningen i Nordmalings kommun.

## Målgrupp

Målgruppen är företag och medborgare i Nordmalings kommun. Särskilt intressanta är personer som i det tysta överväger att starta eget men inte vågar. Aktiviteterna kommer att sättas samman för att när året är slut ha involverat de grupper som Nordmaling kommun består av.

## Projektorganisation

### *Projektledaren*

En projektledare kommer att anställas och arbetsledas av kommunstrategen vid kansliet. Projektledaren kommer att vara ansvarig för att driva projektet framåt, samordna studenter, föreläsare och aktiviteter. Projektledarens huvudsakliga ansvarsområde blir att planera och genomföra aktiviteter som främjar syftet. Det handlar alltså om att hitta föreläsare och aktiviteter. Det är därför av yttersta vikt att personen som rekryteras förstår frågorna om attitydförändringar och hur ett sådant arbete kan bedrivas på ett djuplodat sätt. Troligtvis är han eller hon akademiskt skolad inom sociologi, kulturanalys, etnologi, social psykologi eller liknande. Projektledaren kommer också att få som uppgift att hitta på ett "belöningsystem" för personer som går på många aktiviteter.

### *Identitetsgruppen*

Vidare finns en arbetsgrupp kopplad till projektledaren, gruppen kallas Identitetsgruppen och arbetar med att bygga en stolthet för Nordmaling där detta projekt är en del. Identitetsgruppen är en arbetsgrupp inom projektet Utveckling Nordmaling och består av Kommunalrådet, kommunstrategen,



företagare och medborgare med intresse för dessa frågor, totalt 8 individer. De kommer inte att styra projektledaren men eftersom att projekt Samverkan och tillväxt arbetar med liknande frågor som Identitetsgruppen utgör gruppen ett naturligt bollplank och en möjlighet till strategisk långsiktig förankring i kommunen.

### *Samverkansgruppen*

Projektledaren kommer att ha en egen samverkansgrupp, han/hon kommer att behöva några individer med lokal förankring att bolla frågor med allt eftersom projektet fortskrider. I en sådan samverkansgrupp bör män och kvinnor, föreståndaren för entreprenörscentrum, några företagare, någon ung och någon äldre samt Nordmaling musik och teaterföreningen finnas med. Tanken är att projektledaren inte ska vara helt ensam utan kunna bolla idéer mot olika målgrupper samt att få hjälp av lokala föreningar med lokaler, hur information bäst sprids, när det är älgjakt och så vidare.

## Arbetsätt och verksamhetsbeskrivning

Tanken är att under 2010 arrangera olika aktiviteter som lyfter frågor om Jantelagen, att våga vara annorlunda och sticka utanför de normer som samhället satt upp. Till dessa aktiviteter inbjuds såväl existerande näringsliv som befolkningen i allmänhet. Exempel på frågor som hanteras:

- Hur lätt är det att våga starta eget och kanske misslyckas i ett mindre samhälle?
- Vågar man lansera sin affärsidé eller blir man förlöjligad för den?
- Att som kvinna ge sig in i en mansdominerad sfär, skrattar folk då?
- Kan jag som man med utländsk bakgrund satsa på ansiktsbehandlingar, eller är pizzerior det enda jag kan driva?
- Etcetera.

Efter varje aktivitet hålls ett diskussionscafé/seminarium<sup>1</sup> som studenter från Umeå universitets kulturanalysprogram arrangerar som en del i sin utbildning. Exakt vilka aktiviteter som ska planeras och genomföras kommer att vara projektledarens huvudsakliga arbetsuppgift, det är därför av yttersta vikt att personen som rekryteras förstår frågorna om attitydförändringar och hur ett sådant arbete kan bedrivas på ett djuplodat sätt.

Tanken är att hitta aktiviteter som både engagerar folk att komma men också lyfter svåra frågor. Olika aktiviteter kan ha olika målgrupper. Förhoppningen är ju att hitta ”dolda entreprenörer” men även att nå så många som möjligt för att få en öppnade attityd i hela kommunen. För att nå så många som möjligt måste man dock tänka målgrupp och projektledarens uppdrag kommer att handla om att sätta ihop ett program där några aktiviteter framförallt når ungdomar, andra

---

<sup>1</sup> Jag använder café och seminarium simultant. Tanken är helt enkelt att fika och diskutera, vissa tillfällen kommer att vara mer styrda och andra mer informella.



äldre, några når kanske huvudsakligen kvinnor och andra män. Totalt sett ska dock samhället återspeglas i vilka som varit på aktiviteter under året.

För att förtydliga hur vi tänker ger jag några exempel, men det är fortfarande projektledaren som kommer att planera och sätta samman programmet.

- Claes Smith/Sara Lund är en föreläsare som engagerar genom att på ett humoristiskt sätt prata om ledarskap och att bryta mor normer. Claes är VD på slakthuset i Stockholm, en finkulturellt mycket normativ miljö och för några år sedan kom han ut som transvestit. Hans föreläsning lyfter allting från ledarskap till vänskap och han fokuserar hela tiden på hur strikt vårt samhälle är för hur man får vara och inte får vara samt hur begränsad det gör oss.

Efter Claes föreläsning får de som kommit stanna på en kopp kaffe och diskutera hur det berör en själv. Vad känner man när man hör Claes prata? Vad tänker man? Är den bild han målar upp ovanlig? Hur fördomsfulla är vi själva? Vad har vi lärt oss av Claes berättelse?

- Idé laboratoriet i Malmö. Föreläser kring innovativa processer, hur kan man skapa ett rum med ett klimat där det är okay att tänka och tycka utanför normerna i rummet? De brukar ta som exempel att om en idé börja utanför gränserna för vad som är möjligt och sedan lägger man ”realismens lager” ovanpå så hamnar man snart inom ramarna igen.

Efter deras föreläsning kan man tänka sig att diskussionen efteråt skulle vara ett praktiskt exempel. De skulle jobba med de som var där för att få dem att tänka annorlunda runt ett ämna. Kanske utveckling an Nordmaling kommun?

- Per Frankelius, Örebro universitet. Pratar om värdeskapande möten, hur olika åsikter som möts är det som skapar innovativa miljöer och hur detta har varit en sanning genom historien.

Efter hans föreläsning skulle diskussionen handla om vilka värdeskapande möten vi har, hur olika åsikter som faktiskt får komma till tals vid ett möte och vart ”gränsen går”.

Kontakter med företag och föreningar är initierade och så även ett samarbete med studenter vid Umeå universitet. Studenterna kan vara involverade på tre olika nivåer, och vi ämnar nyttja samtliga, (1) som examensjobbare (2) som en del i sin utbildning i planering av diskussionscaféer och (3) i utvärderingen. En realitet när man arbetar med studenter är dock att de går sin utbildning i första hand och de går inte arbetsleda som en anställd, det innebär att man måste anpassa deras del i projektet efter deras intresse i första hand.



Diskussioner har förts med prefekt Bo Nilsson på kultur och medievetenskaper vid Umeå universitet. Han ställer sig mycket positiv till att studenterna inom ramen för sin utbildning skulle få arbeta med praktiska uppgifter. Ett mail skickades ut till samtliga studenter på den senare delen av programmet och kommunen har träffat två av dem som direkt anmälde intresse. Eftersom att stora delar av projektet kommer att utföras under hösten 2010 kommer dock projektledaren att besöka även andra årgångar på kulturanalysprogrammet för att involvera ytterligare studenter. Även etnologi- och sociologistudenter skulle vara intressanta för projektet.

Tanken är att studenterna med sin teoretiska kunskap ska arbeta med utformning och sammanställning av utvärderingar samt utformning av diskussionsfrågorna efter föreställningen. Institutionen har uttryckt önskemål om att de studenter som engagerar sig ska få finnas med i planeringen från början så att de kan lära sig och tycka till om helheten.

Vi kommer även att lägga ut en förfrågan på examensjobb.nu om att få studenter som skriver uppsatser i ämnet, då kan man på ett djuplodat sätt få analyser om jantelagen kopplat till företagsamhet samt någon som följer hela projektet och utvärderar med kvalitativt.

## Aktiviteter

- Rekrytera projektledare troligtvis är han eller hon akademiskt skolad inom sociologi, kulturanalys, etnologi, socialpsykologi eller liknande.
- En tydlig samverkansgrupp mellan företag, företagsfrämjande aktörer och föreningar tillsätts. Samverkansgruppen blir en form av referensgrupp för projektledaren så att han/hon får en direkt koppling till "verkligheten" i Nordmaling.
- Planera minst 10 kulturaktiviteter som på olika sätt lyfter frågorna ovan. Det kan handla om musik, teater, stand up comedy eller annat som intresserar företagen samt allmänheten för frågorna. Varje aktivitet avslutas med ett diskussionsseminarium.
- Planera föreläsningar som breddar kunskapen om de normer som begränsar vårt beteende.
- Noggrann utvärdering och uppföljning av såväl respektive arrangemang som projektet i sin helhet.
- Rapportskrivning och presentation av resultat.

## Resultatspridning

Detta arbete kommer att vara en del av projektet Utveckling Nordmaling. Allt material som produceras inom projektet presenteras på kommunens hemsida. Vidare kommer projektledaren att författa en rapport där såväl den teoretiska som faktiska problembilden beskrivs och följs upp. Vidare ska rapporten innehålla en checklista med de lärdomar som dragits under arbetet med



projektet – så att kunskapen går att ta med sig till andra kommuner. Denna rapport trycks, presenteras på hemsidan, för politiker i kommunen och för andra som uttrycker intresse.

## Projektavgränsning

Projektet utgör varken ett kulturprojekt eller ett starta eget projekt. Syftet är inte generellt kulturaktiviteter utan direkt med aktiviteter kopplat till jantelag, entreprenöriellt tänkande och diskussioner. Fokus ligger på att få fler att våga, det mer djuplodade arbetet med att våga tänka tanken att sticka ut och bryta mot normen. Inte information och inspiration om att ”starta eget”.

## Kopplingar till andra projekt/insatser

Utveckling Nordmaling är ett utvecklingsprojekt som bedrivs av Nordmalings kommun. Projektet syftar till att på olika sätt öka inflyttning och nyetablering. Utveckling Nordmaling har initierat denna ansökan och kommer att samarbeta mycket nära inte minst för att kommunstrategen leder Utveckling Nordmaling. Inom detta projekt finns de nära kontakterna med såväl medborgare som företag vilket underlättar såväl inbjudningar till arrangemang som målgruppsanalyser och långsiktig förankring samt hållbarhet.

Projekt 4K handlar om utveckling av näringslivet och är ett nära samarbete mellan Umeå kommuns kranskommuner. I detta samarbete genereras mycket kunskap om företag och företagande. Näringslivschefsgruppen är intresserad av vilka effekter som detta projekt kan tänkas ha och en kontinuerlig återrapportering kommer att ske via kommunstrategen.

Vidare finns i Nordmaling ett Entreprenörs Centrum som arbetar med rådgivning och start av egen verksamhet. Förhoppningen är att verksamhetsledaren för Entreprenörscentrum ska finnas med i samverkansgruppen så att erfarenheterna kring vilka som startar eget och vilka som inte gör det tas tillvara i det praktiska arbetet.

## Uppföljning/Utvärdering

Projektet handlar om att människor i grunden ska ändra sina attityder och våga sticka ut och vara annorlunda. Den tid som projektet sträcker sig, ett år, gör troligtvis inte utslag i vilka typer av företag som startas och inte heller för mer diversifierade arbetsplatser. De resultaten kommer troligtvis en eller ett par år senare. Trots detta har vi ett antal saker vi ämnar mäta.

Trots insikten om hur länge det tar att förändra attityder så ämnar vi mäta vilka kategorier av företag som startades i kommunen 2007, 2008, 2009 och 2010 samt av vem. En akademisk bakgrund gällande vilka företag som traditionellt bedrivs av män/kvinnor, invandrare/svenskar görs i projektets inledning, mot denna



bakgrund kopplas sedan statistik om startade företag. Att mätningen görs över fyra år beror på att vi vill ha en bild av vad som är tillfälligheter respektive vad som kan vara en effekt av projektet.

Det resultat som vi förväntar oss kunna mäta, trots svårigheter förenat med det, är om de individer som vi arbetar mot, företag och medborgare, förflyttar sig i tanken i och med de aktiviteter vi genomför. Innan varje aktivitet får de besvara en enkät som berör de frågor som kvällen behandlar. Tänk till exempel att vi har en föreläsning om Jantelagen, att våga vara annorlunda och sticka ut, då besvarar alla en enkät med värderingsfrågor innan föreläsningen. Svartalternativen är en linje där 10 är instämmer helt och 0 är instämmer inte alls. Frågorna måste utvecklas av projektledaren men skulle kunna vara i stil med:

- ”Din närmsta manliga vän funderar på att öppna en skönhetsalong i Nordmaling, du känner dig glad för att han verkar ha hittat vad han vill göra” *Instämmer helt ----- Instämmer inte alls.*
- ”En mycket nära vän har just fått fast jobb på sågen i Rundvik men bestämt sig för att säga upp sig och börja plugga etnologi, du tycker att han är galen så som arbetsmarknaden ser ut” *Instämmer helt ----- Instämmer inte alls.*
- ”Din dotter börjar data en man som är djupt troende muslim, du känner en viss oro eftersom att det handlar om en helt annan kultur.” *Instämmer helt ----- Instämmer inte alls.*

Genom att låta samma individer bevara samma enkät efter föreläsningen och diskussionscaféet så kan man se om de ändrat sitt sätt att se på saker.

Alla som går på en aktivitet få lämna sin e-post och de kommer att få svara på en övergripande enkät som berör dem själva vid anmälan samt en enkät vid årets slut. På så sätt kan vi se om de som svarar ger andra svar om de gått på fler aktiviteter, eller endast ett fåtal. De stora utslagen följs upp av kvalitativa intervjuer.

Resultaten sammanställs och analyseras i rapporten. Kopplingar görs även till aktuell forskning i ämnet.

## Tid- och aktivitetsplan för projektet

Tidsplanen är att tillsätta en projektledare från och med 1 februari 2010 till 31 januari 2011.

### Projekt Samverkan och Tillväxt

2 008

#### Egen Personal

Löner, projektledare	24 000/mån. 12 mån	432 000
----------------------	--------------------	---------



<b>Summa egen personal</b>	<b>432 000</b>
<b>Extern personal</b>	
Aktiviteter	50 000
Föreläsare	20 000
<b>Summa extern personal</b>	<b>70 000</b>
<b>Lokalkostnader</b>	
Kontor, projektledare	10 000
<b>Summa lokalkostnader</b>	<b>10 000</b>
<b>Övriga kostnader</b>	
Kontorsmaterial	5 000
Tele, porto etc.	24 000
Logi, konf.avg., flyg etc.	29 000
Information, marknadsföring	10 000
Dator etcetera	20 000
<b>Summa övriga kostnader</b>	<b>88 000</b>
<b>Summa totalt</b>	<b>600 000</b>

## Tid- och aktivitetsplan

Aktivitet	Startdatum	Slutdatum
Rekrytering av projektledare. Tjänsten tillsatt 1 februari.	2010-01-01	2011-02-01
10 kulturaktiviteter med avslutas med ett diskussionsseminarium.	2010-02-01	2010-12-01
Annonsering	2010-01-01	2011-01-01
Tillsättning av samverkansgrupp	2010-02-01	2010-03-01
Planerings av kulturaktiviteter och samarbete med Umeå universitet	2010-02-01	2010-03-01
Utvärdering av projektet och rapportskrivande	2010-10-01	2010-12-23

Har offentligt stöd tidigare beviljats: Nej

Om Ja, ange finansiär och belopp:

Upphandlande enhet: Ja

Firmatecknare: Ingemar Sandström

## Finansieringsbudget

Finansiering	Finansiär - Löpnr.	År1	Totalt
Projektmedel	9999999999	450 000	450 000
Offentlig kontantfinansiering	Nordmalings kommun	150 000	150 000



Totalt		600 000	600 000
--------	--	---------	---------

Stödandel av totala kostnaden: 75.0

Stödandel av faktiska kostnaden: 25.0

Momsredovisning = Ja

## Indikatorer

Indikatorer (kvinnor/män)

Indikator	Start - Kvinnor	Start - Män	Start - Total	Förv res - Kvinnor	Förv res - Män	Förv res - Total	Utfall - Kvinnor	Utfall - Män	Utfall - Total
	150	150	300						

Ange förväntat resultat för följande indikator Antal Deltagande organisationer:

30

### Horisontellt mål - Folkhälsa: Påverkar inte folkhälsan

Beskrivning: Jag kan inte se att det skulle påverka folkhälsan mer än att folk våga vara sig själv i högre utsträckning och därför kanske mår mentalt bättre.

### Horisontellt mål - Integration: Bidrar till att förbättra integrationen

Beskrivning: Arbetet syftar direkt till att bryta mot normer och våga vara annorlunda. Det ska på en djuplodad nivå skapa förutsättningar för integration. Om jag förstår vad det innebär att sticka ut, att vara annorlunda, att bryta mot normen så kommer jag inte bara att våga mer jag kommer också att se annorlunda på mina medmänniskor som sticker ut på olika sätt.

### Horisontellt mål - Jämställdhet: Bidrar till att förbättra jämställdheten

Beskrivning: Arbetet syftar direkt till att bryta mot normer och våga vara annorlunda. Det ska på en djuplodad nivå skapa förutsättningar för män i kvinnodominerade yrken och för kvinnor i mansdominerade och på så sätt bredda rekryteringsbasen.

### Horisontellt mål - Miljö: Påverkar inte miljön

Beskrivning: Efter som att arbetet är med attityder och att bryta mot normen finns ingen direkt påverkan på miljön. Däremot kan det indirekt påverka miljöarbetet positivt miljö handlar



väldigt mycket om attityder och i ett aktivt arbete med normer och attityder blir miljö ofta ett exempel på hur man kan arbeta.

**Kommentar till indikatorer:** Det var oerhört svårt att skriva indikatorer till detta projekt. Vi förväntar oss att arbetskraftsutbudet ska öka genom att fördomarna minskar och vi förväntar oss att fler företag ska starta. Detta är dock på oerhört lång sikt, attityder förändras inte samma dag. Även om vi naturligtvis kommer att utvärdera och mäta vad som händer så förväntar vi oss inte utslag i statistiken efter ett år. Vidare arbetar vi aktivt med att de grupper som finns i Nordmaling också ska finnas representerade i de aktiviteter som vi arrangerar. Därav indikatorn om antal kvinnor/män, fördelningen av deltagande kvinnor/män får inte vara större än 60/40.

### Effekter på sikt

Ökade nyetableringar, en mer tillåtande attityd, ett bredare arbetsmarknadsutbud. Vi tar idag inte tillvara de resurser som finns i Nordmaling. Genom att arbeta med att luckra upp normen kommer arbetsmarknadsutbudet att öka. Vidare är målet att den spontana reaktionen "det kommer aldrig att gå" och "tro inte att du är nått" ska arbetas bort vilket kommer att öka antalet företag som startar. I USA har man sett en direkt koppling mellan delstater med öppet homosexuella och företagande. Detta beror inte på att homosexuella skulle starta företag i högre utsträckning än andra, men i ett samhälle med tillåtande attityd (där många homosexuella vill bosätta sig) är företagandet också mycket högre.

### Verksamhet efter projektiden

Kommunen räknar med att fortsätta planera aktiviteter i samma anda, särskilt om resultaten visar sig bli goda. Utan en projektledare kan aktiviteterna inte bli lika många och omfattande men med ett utvecklat tänk och arbetssätt samt utvärderingar som pekar på vad som ger genomslag och hur räknar vi med att fortsätta arbetet även efter projektet slut. Vi agerar gärna gott exempel i olika sammanhang och berättar om vad som fungerat och vad som inte fungerat. Om utfallet blir bra kan även näringslivet tänkas vara med och sponsra arbetet.

### Resultat efter projektiden

När projektet är slut så är förhoppningen att minst 300 personer ska ha varit involverade (minst 30/föreställning) och att dessa individer verkligen ska ha tänkt till och förflyttat sig i tanken. Om några företagsledare i Nordmaling börjar ifrågasätta sina egna fördomar och anställa normbrytande så har vi kommit långt. Om några medborgare plockar upp de där idéerna om att starta eget som de lagt på hyllan så är vi oerhört tacksamma.

Som sagt så kommer alla som går på en aktivitet att få lämna sin e-post och de kommer att få svara på en övergripande enkät som berör dem själva vid anmälan samt en enkät vid årets slut. Det vi ämnar mäta med de övergripande enkäterna är om personerna som deltagit på något sätt faktiskt har "flyttat sig i tanken". Svarar de annorlunda på värderingsfrågorna efter att de varit med på



aktiviteterna? Personer som verkar ha förflyttat sig långt kan följas upp med kvalitativa intervjuer för att se hur det faktiskt har påverkat deras beteende. Har de anställt annorlunda? Startat ett företag? Etcetera. Dessa individer kan också användas som goda exempel under de Idecaféer som kommunen arrangerar med jämna mellanrum under året. Under en frukost får lokala företagare berätta om något de gjort som de är särskilt stolta över och så bjuds företagare och kommunala politiker och tjänstepersoner in.

## Bilagor

Medfinansieringsintyg, intyg som styrker firmatecknare samt fullmakt inskickat.



# Projektplan

## -Servicepunkter-

### Sammanfattande projektbeskrivning

*Tänk er en glesbygdsbutik som inte bara försöker överleva utan erbjuder samhället ovärderlig information. En butik som inte bara erbjuder försäljning utan utgör navet för sociala träffar, söndagsfikat, studieförbundens utbildningar, idrottsföreningarnas träffpunkt, pensionärernas utflyktsmål och så vidare. I butiken finns inte bara information och blanketter runt statlig och kommunal verksamhet utan även kunskapen om hur dessa hanteras. Tänk er en butik som inte bara erbjuder turistiska broschyrer utan även personal som berättar om bygdens historia och hänvisar turister runt, arrangerar guidningar och stöttar lokala turistföretagare. En lokal som ger samhällsinformation via digitala skärmar och erbjuder möjligheter att handla på distans samt beställa på Internet. En knytpunkt med aktiviteter och kunskap – servicepunkten.*

Den kursiva texten är en bra beskrivning av vart vi vill med projektet. Projektets syfte är att skapa en levande landsbygd med den bästa servicenivån i länet. Genom att hitta nya innovativa samarbeten och möjligheter ska det inte spela någon roll för servicen om man bor i Norrfors eller centrala Nordmaling.

### Syfte

Projektets syfte är att utveckla kommersiell service för att skapa en levande landsbygd med den bästa servicenivån i länet. Genom nya innovativa samarbeten och möjligheter ska det inte spela någon roll för servicen om man bor i Norrfors eller centrala Nordmaling.

### Mål

Det övergripande målet är att skapa en levande landsbygd, vilket i förlängningen, handlar om inflyttning eller i alla fall minskad utflyttning från landsbygden. Det är som projektet pågår kommer troligtvis inte inflyttningssiffrorna att hinna påverkas. I första hand hoppas vi på följande mätbara effekter:

- Samtliga personal i våra glesbygdsbutiker vid årets slut ha gått utbildningar om Nordmalings turism om det goda värdskapet samt ha grundläggande kunskap om alla blanketter de hanterar.
- Ett fungerande samarbete mellan försäkringskassa, skatteverket, kommunen och butikerna ska ha utvecklats.
- Minst 4 butiker ska ha skrivit servicepunktavtal med kommunen.
- Besöken i affären ska öka med 5%.



## Målgrupp

Den primära målgruppen som projektet arbetar mot är personal samt ägare av glesbygdsbutiker och byaföreningar. Som samverkanspartners utgör även arbetsförmedlingen, försäkringskassan, apoteket, posten med flera målgrupper.

De som särskilt ska gynnas av projektet är dock den sekundära och mycket större målgruppen ”boende på landsbygden”.

## Projektorganisation

### *Projektledaren*

En projektledare kommer att anställas och arbetsledas av kommunstrategen vid kansliet. Projektledaren kommer att vara ansvarig för att driva projektet framåt, kontakta aktörer, upparbeta samarbeten, sätta samman utbildningar och så vidare. Det är därför av yttersta vikt att personen som rekryteras är självständig och drivande.

### *Bygdegruppen*

Vidare finns en arbetsgrupp kopplad till projektledaren, gruppen kallas Bygdegruppen och arbetar med att på olika sätt utveckla Nordmalings bygden, där detta projekt är en del. Bygdegruppen är en arbetsgrupp inom projektet Utveckling Nordmaling och består av representanter från byaföreningar, studieförbund och andra med intresse för dessa frågor, totalt 17 individer. De kommer inte att styra projektledaren men eftersom att projekt Servicepunkter arbetar med liknande frågor som Bygdegruppen utgör gruppen ett naturligt bollplank och en möjlighet till strategisk långsiktig förankring i kommunen.

## Arbetsätt och verksamhetsbeskrivning

Det som krävs för genomförandet är huvudsakligen personella resurser som kan upparbeta kontakter mot butiker, näringsliv, föreningar och myndigheter. De områden som nämns ovan kommer säkerligen att utvecklas och utvidgas i kontakt med intressenter. Vidare krävs utbildning för butikspersonal, utveckling av logotyp och skyltar ersättning till butikerna för att de tar på sig uppdraget. Ersättningen till butikerna tas efter projekttiden över av kommunen.

Projektledarens första uppdrag blir att kontakta de butiker och föreningar som idag är servicepunkter och intervjua dem om hur de ser på sitt uppdrag samt hur uppdraget skulle kunna utvidgas. Sedan fortsätter projektledaren med att under ett par dagar intervjua kunder i butikerna för att få en bild av vilka servicefunktioner man idag åker in till Nordmaling för samt vad man kan tänka sig göra på plats. Han/hon undersöker specifikt intresset för att arrangera utflykter och liknande arrangemang till butikerna samt möjligheter att digitalisera beställning av varor etcetera.

Resultaten av miniundersökningen sammanfattas och en lista på möjliga utvecklingsmöjligheter sammanställs. Listan bollas med kommunledningen och sedan inleder projektledaren kontakt med de medaktörer som visat sig relevanta i förundersökningen.



Gällande utbildning så samordnar projektledaren de aktörer som blir relevanta i en utbildningsdag eller liknade. Han/hon syr också ihop en utbildning specifikt om Nordmalings turistiska möjligheter och historia. Vidare administrerar projektledaren framtagandet av en speciell logotyp för servicepunkterna.

## Resultatspridning

Förutom presentation av resultaten i en rapport som sprids via elektroniskmedia och förhoppningsvis redaktionellt utrymme i lokalpressen så räknar vi med att projektledaren ska åka runt i kranskommunerna till Umeå för att berätta hur arbetet fungerat. Det finns liknande behov i de flesta av kransarna och vi är övertygade om att ett initiativ som detta verkligen skulle engagera.

## Projektavgränsning

Projektet är inte ett stöd till butikerna utan ett stöd till människor boende på landsbygden med målet att öka inflyttning. Det är viktigt att skilja dessa två åt eftersom att butikernas önskemål och visioner inte alltid sammanfaller med kundernas. Syftet – att landsbygden ska leva måste vara tydligt.

## Kopplingar till andra projekt/insatser

Utveckling Nordmaling är ett utvecklingsprojekt som bedrivs av Nordmalings kommun. Projektet syftar till att på olika sätt öka inflyttning och nyetablering. Utveckling Nordmaling har initierat denna ansökan och kommer att samarbeta mycket nära inte minst för att kommunstrategen leder Utveckling Nordmaling. Inom detta projekt finns de nära kontakterna med såväl medborgare som företag vilket underlättar såväl inbjudningar till arrangemang som målgruppsanalyser och långsiktig förankring samt hållbarhet.

## Uppföljning/Utvärdering

Projektledaren kommer att följa hur många besökare butikerna har och om besöken ökar när fler aktiviteter tillkommer. Vidare kommer han/hon att titta på hur nöjda kunderna är med den service som erbjuds.

## Tid- och aktivitetsplan för projektet

Projektet sträcker sig från januari 2010-december 2010.

## Aktivitet Startdatum Slutdatum Kostnad

Aktivitet	Startdatum	Slutdatum	Kostnad
Rekrytering av projektledare	100101	100131	10 000 kr
Beställning av logotyp förslag	100201	100228	25 000 kr
Kontakt med butikerna	100201	100215	Projektledarens tid.



Tryck av servicepunkt skyltar	100301	100315	20 000 kr
Miniundersökning	100210	100228	Projektledarens tid.
Upparbetning av kontakter med aktuella parter	100301	100530	Projektledarens tid.
Utbildning för butiksinnehavare och byaföreningar	100801	100930	Projektledarens tid samt utbildningskostnader. 60 000
Köp av tjänst webbutveckling	100601	100830	Kön av webbkonsult. 70 000
Rapportskrivning och utvärdering av insatser.	101101	111130	Projektledarens tid.
Presentation av slutsatser i olika sammanhang.	101201	111231	Projektledarens tid.

## Kostnadsbudget

### Projekt Servicepunkter

**2 008****Egen Personal**

Löner, projektledare inkl sociala avgifter

25 000/mån. 11 mån

412 500

**Summa egen personal****412 500****Extern personal**

Utbildning

60 000

Utveckling av webbfunktioner

70 000

Framtagning av logotyp

25 000

**Summa extern personal****155 000****Lokalkostnader**

Kontor, projektledare

30 000

**Summa lokalkostnader****30 000****Övriga kostnader**

Ersättning till butikerna

250 000

Kontorsmaterial

20 000

Tele, porto etc.

25 000

Logi, konf.avg., flyg etc.

40 000



Information, marknadsföring	37 500
Dator etcetera	30 000
<b>Summa övriga kostnader</b>	<b>402 500</b>
<b>Summa totalt</b>	<b>1 000 000</b>

## Finansieringsbudget

Jordbruksverket	500 000
Länsstyrelsens extra medel	500 000
<b>Totalt</b>	<b>1 000 000</b>

## Indikatorer (kvinnor/män)

Idag är 4 män och 2 kvinnor involverade som servicepunkter.

## Indikator Förv res - Kvinnor Förv res - Män Förv res – Totalt

Se ovan.

## Konsekvenser för miljön

Idag spenderar boende ute i Nordmalings kommun oerhört mycket tid i bilen för att komma åt de grundläggande servicefunktionerna. Med denna lösning skulle bilkörande minska och positiva effekter på miljön kunna uppnås.

## Konsekvenser för jämställdhet

Inga direkta jämställdhetseffekter kommer av projektet.

## Konsekvenser för integration

Inga direkta integrationseffekter kommer av projektet.

## Konsekvenser för folkhälsa

Äldre människor som inte länge kan åka in till samhället med samma lätthet som förut får genom servicepunkterna möjlighet att klara sina egna göromål. Vidare finns möjligheten att träffa andra människor, göra aktiviteter kopplat till butikerna etcetera. Oerhört viktigt för denna målgrupp.

## Kommentar till indikatorer

...

## Effekter på sikt

På sikt hoppas vi öka inflyttningen till Nordmalings kommun.



## Verksamhet efter projekttiden

Efter projekttiden ämnar kommunen fortsätta nyttja glesbygdsbutiker och föreningar som servicepunkter. Vi har redan utan projektets hjälp påbörjat detta och kommer även att fortsätta, då förhoppningsvis med större omfattning.

## Resultat efter projekttiden

Vi hoppas att när projektet är slut så har vi fem väl utvecklade servicepunkter i kommunen och den bästa servicen i länet.

## Bilagor

BILAGA 1: Medfinansieringsintyg.

BILAGA 2: Specifikation över kostnadsslagen Externa tjänster och Övrigt. Skicka gärna in med e-post.

BILAGA 3: Intyg som styrker firmatecknare. Avser ideella föreningar, ekonomiska föreningar och alla offentliga aktörer. Skicka in original, eller vidimerad kopia, per post.

BILAGA 4: Eventuell fullmakt. Krävs om personen som innehar certifikatet inte är firmatecknare. Skicka in original per post.

BILAGA 5: Intyg från Skatteverket som styrker momsplikt. Övriga bilagor som kommer att skickas in