



## Grenserådet

- et utviklingsforum for Rømskog, Marker og Aremark

Til rådets medlemmer

Ørje 2013-12-05

### Innkalling til møte i grenserådet

**Tid:** tirsdag 10. desember kl 09.00 – 12.00

**Sted:** Marker Rådhus, kommunestyresalen

<b>Innkalles:</b>	Rømskog	Aremark	Marker
	Kari Pettersen	Geir Aarbu	Kjersti Nythe Nilsen
	Jeanette Myrvold Jansson	Harald Nilsen	Runar Kasbo
	Nils Nilssen	Tore Johansen	Sten M Henningsmoen
	Anne Kirsti Johnsen	Jon Fredrik Olsen	Espen Jaavall

### Saker til behandling

---

#### 24/13 Bolyst

---

Det er tidligere orientert om søknad om midler til et nytt Bolyst-prosjekt. Prosjektet er fullfinansiert som omsøkt, men det må søkes midler årlig til fylkeskommunen.

Alle kommunene har behandlet og vedtatt å delta i det nye prosjektet.

Rådmennene fikk på forrige møte i grenserådet oppdraget med å organisere og utforme prosjektets detaljinnhold i forhold til søknaden.

Espen Jaavall orienterer.

Sluttrapport fra gjennomført prosjekt vedlegges.

---

#### 25/13 Møteplan 2014

---

Det foreslås møter i grenserådet følgende datoer i 2014

7. februar	Aremark
16. mai	Rømskog
5. september	Marker
28. november	Aremark

Tidspunkt for møtene er 09.00 – 12.00



På bakgrunn av gjennomførte analyser og strategisamling har regionalparkrådet nå vedtatt sin første strategiplan. Oppsummert er innholdet slik

*”Regionalparken vil som det framgår av denne strategiplanen i første treårsperiode ha fokus på følgende strategier:*

**Merkevare**

- Forankre merkevaren Haldenkanalen
- Bygge en samlende identitet basert på felles historie
- Aktiv informasjon, kommunikasjon og markedsføring

**Opplevelsesnæring**

- Bidra til å skape flere attraktive produkter
- Styrke kompetanse
- Benytte Haldenkanalens artsmangfold som grunnlag for verdiskaping
- Utnytte Fredriksten festnings markedsposisjon
- Utrede forbindelsen Haldenkanalen-Dalslands kanal

**Stedsutvikling**

- Bygge fellesgoder og god infrastruktur
- Øke tilgjengelighet og knytte sammen møteplasser

**Primærnæring**

- Mobilisering i forhold til etablering av nye bygdenæring
- Aktivisere regionen i forhold regional matkultur
- Etablere samarbeid for god landskapspleie
- Bidra til økt verdiskaping i forhold til jakt og fiske

*Regionalparken vil i det innledende arbeidet konsentrere seg særlig om følgende geografiske fokuspunkter; Ørje, Skulerud, Rømskog, Strømsfoss og Tistedal.*

På bakgrunn av vedtatt strategiplan utarbeides det nå handlingsplan og budsjett. Styremøte som skal behandle forslaget har møte 9. desember, slik at innspill bør gis direkte til regionalparkstyret eller daglig leder før dette tidspunktet. Grenserådet vil orienteres om styrets behandling.

På forrige møte i grenserådet presenterte Erik Vitanza seg for kommunene. I ettertid har han gjort seg bedre kjent med ansatte og med geografien i regionen. Han har nå laget et utkast til planprogram for gjennomføring av en felles planprosess for revidering av kommuneplanene.

Det er en målsetting å få vedtatt planprogrammet så fort som mulig på nyåret, og legge det ut til offentlig ettersyn. Planprosessen er planlagt med vedtak av nye kommuneplaner 2015, forhåpentligvis første halvår.

I innledningen på planprogrammet er gitt en kort oppsummering:

*”Kommunene Rømskog, Aremark og Marker skal utarbeide Kommuneplan i felleskap. Dette dokumentet skal sette rammene for arbeidet med og er således en oppstart av arbeidet med Kommuneplanen(e). Hensikten er å informere om hvordan planprosessen er tenkt*

*gjennomført, hvordan medvirknings- og informasjonstiltak er tenkt ivaretatt og hvilke utredninger som skal legges til grunn for vedtak av endelig plan; en plan for arbeidet frem til vedtatt Kommuneplan.*

*Kommuneplanen består av en samfunnsdel og en arealdel, der samfunnsdelen legger føringer for arealdelen. Plan- og bygningsloven krever at det utarbeides planprogram, både for samfunnsdelen og arealdelen av kommuneplanen. Dette planprogrammet gjelder samfunnsdelen og arealdelen samlet.*

*Planprogrammet er lagt opp som følger:*

- 1. Innledning, rammebetingelser, fremdrift og arbeidsmetoder for kommuneplanarbeidet*
- 2. Samfunnsdelen*
- 3. Arealdelen*

*Planprogrammet skal:*

- 1. Gjøre rede for formålet med planarbeidet*
- 2. Gjøre rede for planprosessen med organisering, frister og deltagere*
- 3. Vise opplegget for medvirkning, spesielt i forhold til grupper som antas å bli særlig berørt*
- 4. Vise hvilke alternativer som vil bli vurdert*
- 5. Vise behovet for utredninger.*

*Planprogrammet bygges opp etter planloven, og skal referere til nasjonale og regionale føringer, samt andre forutsetninger som vil ha betydning for arbeidet med Kommuneplanene. Forslag til planprogram sendes på høring og legges ut til offentlig ettersyn samtidig med varsling av planoppstart (§4-1)."*

I planprogrammet sies det noe om behovet for eksterne analyser og rapporter som grunnlag for arbeidet. Mye av dette har vi allerede, og Erik Vitanza vil kunne gjøre mye av jobben. Kostnadene for eksterne analyser og prosessledelse er anslått til kr 150 000. I tillegg vil kommunene måtte påregne kostnader til kartproduksjon. Det er mulig å søke eksternt finansiering av deler av beløpet i fylkeskommunen. Søknadsfristen er 16. desember.

Grenserådet gis mulighet til innspill på programmet før det tas til behandling i den enkelte kommune. Erik Vitanza deltar på møtet.

---

## **28/13 Utviklingsavtale for grensekommunene - status**

---

Ny utviklingsavtale mellom fylkekommunen og de tre grensekommunene er behandlet og godkjent i den enkelte kommune. Tidligere utviklingsavtale for grensekommunen er delt i to

- Utviklingsavtale for grensekommunene; administreres av fylkeskommunen
- Utviklingsmidler grenserådet; administreres av

## Status Utviklingsavtale:

		fylkeskommunale (KRD) midler	kommunale midler	totalt	
<b>inntekter 2013</b>		kr 2 400 000,00	kr 1 480 000,00	kr	<b>3 880 000,00</b>
bevilgninger før 01.06.2013					
	Planstrategi	kr 50 000,00	kr 50 000,00	kr	100 000,00
	Skjer i-, utvikling av app	kr 50 000,00	kr 50 000,00	kr	100 000,00
	AG, regionalparkdel	kr 75 000,00	kr 75 000,00	kr	150 000,00
bevilget 28.06.2013					
	DS Turisten	kr 67 500,00	kr 67 500,00	kr	135 000,00
	Grensemessa 2013	kr 300 000,00		kr	300 000,00
	Bolyst	kr 200 000,00		kr	200 000,00
<b>totalt benyttet</b>		kr 742 500,00	kr 242 500,00	kr	<b>985 000,00</b>
<b>disponibelt pr. 01.08.13</b>		kr 1 657 500,00	kr 1 237 500,00	kr	<b>2 895 000,00</b>
søknader til 12.08.2013					
	Regionalpark Haldenkanalen	kr 1 000 000,00		kr	1 000 000,00
	Opplevelser 2013	kr 600 000,00	kr 200 000,00	kr	800 000,00
<b>totalt</b>		kr 1 600 000,00	kr 200 000,00	kr	<b>1 800 000,00</b>
<b>eventuell rest</b>		kr 57 500,00	kr 1 037 500,00	kr	<b>1 095 000,00</b>

## Status Utviklingsmidler grenserådet:

	Tilførte midler	Bevilgning	Disponibelt
Overførte midler fra 2012	730 000		730 000
Kommunemidler 2013	750 000		1 480 000
DS Turisten		67 500	1 412 500
Opplevelser 2013		200 000	1 212 500
Formannskapetstur Latvia		100 000	1 112 500

Midler fra dette fondet benytter grenserådet som det selv vil, uten føringer fra fylkeskommunen, men en del av det er forutsatt benyttet som medfinansiering til prosjekter som finansieres over utviklingsavtalen.

Midler fra utviklingsavtalen må nå kommunene søke på. Kommunene kan ikke søke enkeltvis, men skal samordne aktivitetene og søknadene gjennom grenserådet. Midlene er i hovedsak ment til å finansiere aktiviteter som bygger opp under satsingen i regi av regionalparken. Det vil si vi kan søke på tiltak som omfattes av strategiene som regionalparken har vedtatt. Søknadene skal utformes etter tidligere vedtatt mal, og det kan dekkes inntil 50% av total kostnad. Grenserådet bør gi føringer slik at søknader kan forberedes til neste møte i grenserådet.

## 29/13 Fornyingsmidler

Fylkesmannen avsetter hvert år midler til fornyingsprosjekter i kommunene, ca 10 mill pr år. Mer enn halvparten går til interkommunale prosjekter. Kommunene står fritt til å søke prosjekter som bidrar til utvikling og fornying av tjenestetilbudet i kommunen og til å utvikle samarbeidstiltak. Grensekommunen har tidligere fått midler til flere prosjekter.

Forslag til eventuelt nye prosjekter må drøftes.

## 30/13 Inn på tunet - mobiliseringsprosjekt

Det er gjennomført et mobiliseringsprosjekt finansiert av Utviklingsavtalen og Innovasjon Norge. Hensikten med prosjektet har vært å få fram flere tilbydere i våre tre kommuner og

bevisstgjøre kommunene i forhold til kjøp av slike tjenester.

Prosjektet har vært delt i to faser med en innledende del hvor informasjon og motivasjon var det viktigste, og så en oppfølgende del som har gått mer ut på å gi kompetanse til de som ønsker starte slik virksomhet.

Det har vært bra oppslutning om de arrangement vi har stått for, og prosjektet har konkret resultert i to prosjekter i hver av de tre kommunene. 5 av disse har søkt finansiering hos Innovasjon Norge. 4 er innvilget og en er til behandling.

Det er ønskelig å videreføre prosjektet innen økonomiske rammer i eksisterende prosjekt, for å kunne tilby individuell planlegging og rådgivning hos den enkelte aktør. Prosjektet er gjennomført i nært samarbeid med Fylkesmannen i Østfold, og Indre Østfold Utvikling IKS har vært innleid prosjektleder. Sluttrapport er vedlagt. Det er disponert omkring halvparten av prosjektets totale budsjett.

---

### 31/13 Avisa Grenseland – eventuell videreføring

---

Avisa Grenseland har eksistert i 6 år, de siste med utgivelse nesten hver måned. Finansieringen av avisen har variert noe, fra fullfinansiering gjennom utviklingsavtalen i starten, til delvis annonsefinansiering de siste årene. I 2013 er avisen finansiert slik

- Tilskudd fra utviklingsavtalen                      kr 400 000
- Ekstrabevilgning knyttet til regionalparken      kr 150 000
- Kjøp av annonser fra kommunene                  kr 100 000
- Annonsealg    kr 350 000

Avisen er svært godt mottatt, og er viktig i forhold til å skape identitet og samhold i regionen. Dette har vært viktig, siden de tre kommunene ellers er knyttet til hver sine lokalaviser.

Kommunenes engasjement i forhold til omdømmearbeidet og Bolyst-prosjektet, gjør at avisen fortsatt vil være viktig. Avisen er en viktig formidler av gode nyheter i grensekommunene, samt en viktig informasjonskanal om aktiviteter og arrangement, og også øvrig kommunal info.

Grenseland Media as ønsker å strekke seg langt for å fortsette med utgivelsen av avisen, hvis det kan tenkes et opplegg som gjør at de ikke taper penger utgivelsene. Øyvind Ottersen mener imidlertid at det er viktig at det utgis minst 10 nummer pr år.

Grenserådet har tidligere uttalt at avisen er viktig for regionen, og viktig i forhold til den videre utviklingen. Rådet har imidlertid vært innstilt på at det kanskje ikke er mulig å gi ut et så stort antall nummer hvert år, og har forslått 6 nummer, og i tillegg et sommernummer.

Regionalpark Haldenkanalen vurderer også ulike former for informasjonsspredning og har uttalt at en avis kan være riktig å satse på. Det er drøftet med Grenseland Media om Avisa Grenseland kan dekke et større område og eventuelt endre noe profil, slik at det kan bli et nyhetsmagasin for hele regionalparkens område, men med omtrent samme innhold. Det er i første omgang distribusjonen som er en utfordring i forhold til en slik løsning, da antall husstander i Halden og Aurskog-Høland gjør at opplaget må mangedobles. Eventuelt må en gjøre et utvalg geografisk. Regionalparken har ikke gitt noen tilbakemelding på om det er aktuelt med et samarbeid.

Forslag til finansiering	
Kommunene	kr 200 000
Grenserådet, utviklingsmidler	kr 250 000
Regionalparken	kr 250 000
Sum	kr 700 000

---

### 32/13 Familiepark – presentasjon av utredning (kl 11.00)

---

Med utgangspunkt i engasjementet i regionen knyttet til Stubbefolket og Gråtass er det bedt om en utredning for å se om det er grunnlag for etablering av en familiepark/aktivitetspark. Det meste av aktivitetene har til nå vært i Strømsfoss og området rundt, og det er drøftet en slik etablering her eller i nærheten. Husborn i Marker har blant annet vært nevnt som et alternativ. Det samme er en lokalisering på riksgrensen.

Det er gjennomført en utredning på oppdrag fra Opplev Grenseland as. Utredningen er i sin helhet finansiert med midler fra Innovasjon Norge.

Ann Kristin Glenster vil presentere sin rapport og anbefalinger.

---

### 33/13 Status skiltprosjekt

---

Gjennom utviklingsavtalen er det bevilget penger til gjennomføring av et skiltprosjekt for å forbedre informasjon og tilgjengelighet i grensekommunene. Prosjektet har hatt tre hoveddeler

1. Skilter som Statens vegvesen har ansvar for
2. Informasjonsskilter
3. Skilting av turstier

#### **Skilter som Statens vegvesen har ansvar for**

Prosjektet har hatt en mindre rolle i forhold til dette, men likevel tatt det med som en del av prosjektet. Dialogen har vært direkte mellom kommune og Statens Vegvesen. Alle tre kommuner har sendt oversikt til SV om ønsket skilting. Skilting er gjennomført i Aremark og Rømskog, mens det i Marker ikke er kommet opp nye skilter ennå.

#### **Informasjonsskilter**

Det er nedsatt en skiltgruppe bestående av kultursjefene i de tre kommunene, samt prosjektleder og sekretær for grenserådet. Målsettingen var å få fram maler for ønsket skilting og sette opp informasjonsskilter ved

- kommunegrensene/innfart til kommunene
- i sentrum
- ved attraksjoner og besøksmål

Byline har designet skiltene etter at kommunene selv har tatt fram innhold etter en vedtatt mal. Det er gjort avtale med Hans Martin Løhren om oppsetting av skiltene. Foreløpig er det satt opp ett visningsskilt i Strømsfoss, mens alle skiltene nå er ferdig til produksjon. Skiltene vil vises på møtet. Følgene skilt vil bli satt opp:

	Aremark	Marker	Rømskog
Ved kommunegrense	3	2	2
Ved kommunesenter	2	2	1
Severdigheter	6	3	4
Sum	11	7	7

### Skilting av turstier

Det er valgt to turstier i hver kommune for skilting. Skilting skal gjøres etter DNT-norm og den nye Merkehåndboka. Etter litt fram og tilbake ble Neverstua valgt som leverandør av skiltene. En sti i Marker er «prøvemerket» for å se om det tilsvarte forventningen. Oversikt over skiltbehov er utarbeidet i alle kommuner og bestilling, produksjon og oppsetting gjøres fortløpende. Det er i denne sammenheng gjort avtaler med «skiltgrupper» i hver kommune, som hver godtgjøres med kr 10.000 pr kommune for oppsetting og vedlikehold.

---

## 33/13 Saker til drøfting og orientering

---

Ingen saker er innmeldt





## Sluttrapport Bolyst-prosjektet (15.08.2011 – 31.12.2013)

HOVEDAKTIVITET	MÅL	RESULTAT
HA 1 - Forankring	Prosjektet skal forankres i administrativ og politisk ledelse i de tre kommunene. Det er også en vesentlig oppgave å forankre Bolyst i lokalbefolkningen.	<p>Prosjektleder har orientert de tre kommunestyrene. I Rømskog er dette gjort på Politisk dag flere ganger. I Aremark har det vært en orientering på kommunestyremøte samt på et politisk verksted hvor utvalgslederne deltok. I Marker har det vært en orientering på et kommunestyremøte. I tillegg har Bolyst vært tema på deler av et seminar hvor alle tre formannskapene deltok. Kommunenes styringsgrupperepresentanter eller kontaktpersoner har i varierende grad også holdt kommunestyrene oppdatert.</p> <p>Virksomhetslederne i Marker er orientert to ganger. I de to andre kommunene har prosjektleder stort sett orientert virksomhetslederne enkeltvis.</p> <p>Prosjektet er forsøkt forankret i lokalbefolkningen gjennom lokalmediene. Totalt har det siden oppstart vært ca 70-80 avisartikler fordelt på de fire lokalavisene, flere innslag på NRK Østfold og lokalradioen samt jevnlig oppdateringer på prosjektets facebook-side. Møter med lag og foreninger, samt en gruppe av ildsjeler i hver av kommunene har også vært en viktig del av forankringen. Flere av tiltakene/arrangementene har også vært med på å forankre prosjektet.</p> <p>Næringslivet er orientert ved at prosjektleder har deltatt på næringslivsfrokoster i hver kommune. I tillegg har det vært møte med handelsstanden i Marker.</p> <p>Vurdering: Forankring av prosjektet har vært et hovedmål gjennom hele perioden, og vi har lyktes til en viss grad. Det burde nok vært jobbet mer direkte mot kommunestyrene slik at politikerne hadde hatt en mer bevisst rolle i forankringsprosessen ut mot innbyggerne.</p>
HA 2 - Organisering	Organiseringen skal bygge videre på det samarbeidet som er etablert i de tre	<p>Styringsgruppa har hatt møte ca en gang i kvartalet. Møtene er fordelt jevnt mellom de tre kommunene.</p> <p>Prosjektleder har hatt en fast dag i uka i hver kommune. Da gjennomføres det møter med kommunens kontaktperson/er. Det har også vært en del fellesmøter med de tre kontaktpersonene.</p>

	<p>kommunene, der en styringsgruppe med representanter også fra regionale myndigheter og Marker Sparebank sørger for framdrift og innhold i arbeidet.</p>	<p>For å holde aktivitetsnivået oppe og øke gjennomføringsevnen ble det etablert en Bolystgruppe i hver kommune. Den består av ordfører, rådmann, styringsgrupperepresentant, kontaktperson, prosjektleder og i noen tilfeller flere personer. Disse har vært avhold ca en gang i måneden. I Marker og Rømskog har dette fungert svært bra. Det har vært mer variert i Aremark.</p> <p>Vurdering: I de kommunene de månedlige Bolyst-møtene er gjennomført etter planen har det blitt satt i gang og gjennomført flere tiltak. Erfaringen tilsier at en engasjert ordfører og/eller rådmann er en nøkkelfaktor for å lykkes i et prosjekt som Bolyst.</p> <p>Sånn i ettertid hadde det nok vært en fordel og kjørt faste (månedlige) møter med kontaktpersonene. Disse møtene har i prosjektet blitt gjennomført "ved behov".</p>
HA 3 – Målgrupper	<p>Definere målgrupper og innhente informasjon om disse.</p>	<p>Prosjektet har definert følgende målgrupper: lokalbefolkningen, tilflyttere, utflyttere, hytteeiere, distrikts-tilflyttere.</p> <p>Det er siden sommeren 2011 abonnert på lister fra Skattedirektoratet over innflytterne; navn, hvor de flytter fra og alder. Listene kommer en gang i kvartalet. Det er gjort en innsats for å innhente epost-adresser til de som har flyttet ut. Fra 2012 er det også abonnert på utflytterlister. Når det gjelder hytteeiere har kommunene navn og adresser på disse.</p> <p>Vurdering: Svært relevante målgrupper.</p>
HA 4 – Innflyttere	<p>Ta i mot tilflyttere på en hyggelig og profesjonell måte.</p>	<p>Det er utarbeidet velkomstpermer på norsk og engelsk i den enkelte kommune. Den inneholder nyttig informasjon for dem som ikke kjenner kommunen. Det sendes ut et velkomstbrev fra ordfører en gang i kvartalet (når flyttelistene mottas). Her blir det opplyst om at de kan hente velkomstperm, kinobilletter og tusekk med diverse innhold på Servicetorget eller biblioteket.</p> <p>Det har vært gjennomført tilflyttertreff i alle tre kommunene og et felles for de tre kommunene. Sistnevnte var en julefest for de som har flyttet hit gjennom et tidligere prosjekt, Placement (nederlandere og tyskere). Det har vært veldig gode tilbakemeldinger på både velkomstpermene og tilflyttertreffene. Alle tre kommunene har planer om å videreføre tilflyttertreffene etter at nåværende Bolyst-prosjekt er over.</p> <p>Vurdering: Det er lagt ned mye arbeid på dette området, og det er laget rutiner for hvordan innflyttere blir ønsket velkommen. Ansvaret for dette er flyttet til hver enkelt kommune (servicetorgene/frivilligsentral), og denne</p>

		ordningen fungerer fint.
HA 5 - Kompetanse	Heve kompetansen til de deltagende kommunene og prosjektleder.	<p>Prosjektleder har vært i kontakt med andre som har gjennomført tilsvarende prosjekt for å innhente deres erfaringer. I tillegg har det vært deltagelse på aktuelle kurs og konferanser.</p> <p>Kontaktpersoner og andre som er tilknyttet prosjektet har deltatt på kurs og konferanser for å heve kompetansen omkring bolyst-relaterte temaer.</p> <p>Det er gjennomført et facebook-kurs for aktuelle ansatte i de tre kommunene samt Regionalpark Haldenkanalen.</p> <p>Vurdering: Stort sett nyttig og inspirerende.</p>
HA 6 – Portal og sosiale medier	Etablere en "flytte"-portal som beskriver Grenseland på en attraktiv og informerende måte for folk som vurderer å bosette seg i regionen.	<p>Det er etablert en egen portal i prosjektet – boigrenseland.no. Den er bygget opp omkring temaene bo, jobbe og oppleve. Det er benyttet mange bilder og lite tekst, men med hyppige linker til aktuelle områder på kommunenes egne hjemmesider. Siden finnes på norsk, engelsk og nederlandsk.</p> <p>Det er opprettet en egen facebook-side: bolyst i grenseland. Her legges det hyppig ut informasjon om prosjektet i tillegg til relevante nyheter og arrangement som skjer i Grenseland-regionen.</p> <p>Vurdering: Gode tilbakemeldinger på hjemmesiden og facebook. Facebook oppdateres jevnlig.</p>
HA 7 - Stedsutvikling	Se på muligheter for å etablere flere møteplasser og boalternativ.	<p>Boligsituasjonen er en stor utfordring i alle tre kommunene. I Marker er det private initiativet langt større enn i nabokommunene, men også her (Ørje sentrum) er det behov for flere leie-alternativ. Bolyst-gruppa i Rømskog har siden høsten 2011 jobbet for å bygge et leilighetsbygg med seks leiligheter i Rømskog, og har blant annet vært i tett kontakt med Sarpsborg og omegn boligbyggelag (SOBBL). Kommunen ønsker å kjøpe tre av leilighetene, noe som betyr at SOBBL starter byggingen.</p> <p>Bolyst har også tatt initiativ til et tilsvarende prosjekt i Aremark, men der ønsker man å vente til sentrumsplanen er på plass.</p> <p>En skatepark ble åpnet i Marker i mai 2013. Bolyst har jobbet tett med skaterne og kommunen for å realisere parken. Bolyst har hatt ansvaret for kartlegging og planlegging, mens kommunen har vært ansvarlig for den praktiske gjennomføringen sammen med firmaet som vant anbudet.</p>

		<p>I august 2013 åpnet også en ny lekeplass i Marker, rett ved skateparken. Det var samme arbeidsfordeling her; Bolyst gjorde kartleggings- og planleggingsarbeidet, mens kommunen og firmaet som vant anbudet hadde ansvar for byggingen. Kommunen finansierte begge stedene med egne midler og nærmiljømidler fra Østfold Fylkeskommune.</p> <p>I Rømskog har en ildsjel tatt initiativ til å lage en tur- og kultursti langs Tukuelfva som renner gjennom kommunen. Bolyst har vært med i etableringsfasen for å sette sammen de rette folkene. Kulturlederen i kommunen vil sammen med ildsjelen holde tak i dette prosjektet og sørge for fremdriften.</p> <p>Vurdering: Det er viktig å få på plass synlige tiltak. Arbeid innenfor stedsutvikling er en prosess som tar tid, så det gjelder å være tålmodig. Gledelig å se at skateparken og lekeplassen blir svært mye benyttet og det er mange hyggelige tilbakemeldinger fra de som bruker dem.</p>
<p>HA 8 – Markedsføring og profilering</p>	<p>Gjøre Grenseland kjent slik at folk får et positivt inntrykk av regionen.</p>	<p>Statistikk over de som flytter til de tre kommunene viser ikke overraskende at den største andelen kommer fra nabokommunene. Dette er spesielt tilfelle for Rømskog og Aremark. Marker tiltrekker seg i noe større grad tilflyttere fra større deler av landet. Potensialet i de nærliggende kommunene er likevel mye større, og kjennskapet til vår region er nok fortsatt relativt begrenset. Dette er derfor viktige nedslagsfelt for økt oppmerksomhet.</p> <p>Styringsgruppa har besluttet å prioritere nettbasert/digital markedsføring. Prosjektleder har utarbeidet en kommunikasjonsplan for dette som er vedtatt i styringsgruppa. Hovedmålet er økt trafikk på hjemmesiden og flere relevante «likere» på facebook. Bolyst har benyttet et byrå til dette. Facebook har i kampanjeperioden (1.10-31.12.2013) økt antall likere fra 290 til ca 1100 (pr 1 des). Det er fortsatt en måned igjen av kampanjen. Om antallet stiger i samme takt som det har gjort hittil vil antall likere på facebook være rundt 1400-1500 innen nyttår. Trafikken på hjemmesiden har også økt vesentlig etter at vi startet markedsføringen på søkemotoren Google rettet mot aktuelle målgrupper.</p> <p>Artikler i lokalavisene er med på å profilere regionen, fordi disse avisene har et nedslagsfelt som dekker alle omkringliggende kommuner. Positiv medieoppmerksomhet er derfor en viktig, og gratis form for, markedsføring. Totalt har det vært omkring 70-80 artikler i disse avisene (Indre Akershus Blad, Smaalenene, Halden Arbeiderblad, Avisa Grenseland). Ved flere anledninger har det også vært innslag på NRK Østfold.</p> <p>Det er gjennomført større arrangement for å synliggjøre Grenseland. "Ørje store fiskepris" og Vårmonstringen i Aremark. Begge ble arrangert i 2012 og 2013, og skal også gjennomføres i 2014. Disse arrangementene fungerer både som profilering og som en sosial møteplass for lokalbefolkningen.</p>

		<p>Bolyst har vært med å utvikle «Skjer i» sammen med en lokal utvikler. Det er en app og webtjeneste som viser hva som skjer i ditt nærmiljø – på pcen eller direkte på mobilen. Skjer i er integrert med kommunenes hjemmesider. Tjenesten er gratis for innbyggerne og gratis for lag og foreninger som ønsker å profilere sine arrangement. Mer om skjer i på <a href="http://www.skjer-i.no">www.skjer-i.no</a>.</p> <p>Vurdering: Medieomtale i lokalavisene er svært viktig, fordi avisene har nedslagsfelt i Grenselands omkringliggende kommuner. Statistikken viser at det er fra disse kommunene tilflyttingen er sterkest. Fremover bør man fortsette å satse på en miks av medieomtale, arrangement «litt utenom det vanlige» og tilstedeværelse på digitale kanaler for å synliggjøre Grenseland best mulig. Det skjer mye i grensekommunene. Det er derfor viktig at lag og foreninger benytter «Skjer i» til å synliggjøre sine aktiviteter.</p>
HA 9 - Treff for utflyttere	Skape nysgjerrighet å invitere utflyttere og andre interesserte til å oppleve hva regionen har å by på.	<p>Rømskog har arrangert to treff for folk som ikke bor i kommunen. Et rent romjultreff for utflyttere på kommunehuset. Kun fire personer deltok.</p> <p>Rømskog arrangerte også en samling for folk utenfor kommunen på Spa-hotellet. Målet var å vise hva Rømskog har og by på. Mange av de fremmøtte (ca 40) kom av nysgjerrighet. Mange positive tilbakemeldinger etter arrangementet. Det var også planlagt en kanotur med samme formål. Den er flyttet til våren 2014.</p> <p>Vurdering: Rene utflyttertrefteff har lite for seg. Utflytterne kan imidlertid inviteres til mer åpne arrangement, slik som på Spa-hotellet i Rømskog eller kanoturen.</p>
HA 9 - Ungdom	Ungdommene skal ha et godt inntrykk av kommunen og være stolte av hjemstedet sitt.	<p>Ungdom er en viktig gruppe, fordi mange av dem reiser ut for å studere. Hvilke opplevelser de selv har hatt under oppveksten er svært viktig at flere årsaker. Det påvirker hva de forteller om egen kommune til andre og i hvilken grad de synes det er aktuelt å flytte tilbake.</p> <p>Sommeren 2012 ble det arrangert en felles familie- og ungdomsfestival for de tre kommunene, initiert av ungdomsrådet i Marker. Ungdommer fra Aremark og Rømskog var ønsket som med-arrangører, men kun Aremark deltok. Det var heller ingen ungdommer fra Rømskog på selve arrangementet. De har fokus mot Bjørkelangen pga skolegang der fra 8. klasse.</p> <p>Det er gjennomført møter med ungdomsrådene i Marker og Rømskog. I planleggingsarbeidet med skateanlegget i Marker var det tett dialog med skatemiljøet i kommunen.</p> <p>Vurdering:</p>

		<p>En svært viktig målgruppe som det bør jobbes mer mot fremover. I det kommende Bolyst-prosjektet for 2014 og 2015 er ungdom det viktigste satsingsområdet.</p>
HA 10 - Integrering	<p>Jobbe for å integrere utenlandske tilflyttere.</p>	<p>Alle tre kommunene opplever økt tilflytting av folk fra utlandet, både tidligere flyktninger og arbeidsinnvandrere. Svært mange av disse har manglende eller begrensede norskkunnskaper.</p> <p>Bolyst startet med norskkurs våren 2012 og har i løpet av prosjektperioden gjennomført sju kurs. Totalt har 100 deltagere gjennomført norskkurset. Høsten 2013 la vi et av kursene på dagtid. På dette kurset har det vært 9 kursdeltagere, noe vi anser som bra.</p> <p>Kurset er viktig ift språket men også med tanke på å bygge opp et kontaktnettverk. Prosjektleder har kalt inn de tre rådmennene for å diskutere hvordan språkundervisning kan implementeres i den kommunale driften.</p> <p>95 prosent av deltagerne bor i Marker. Prosjektleder har laget et notat med forslag om at norskkursene løftes ut av Bolyst og at Marker kommune overtar ansvaret, og at de tilbyr Rømskog og Aremark kommune å kjøpe plasser ved behov. Det blir en egen sak i kommunestyret tidlig i 2014.</p> <p>Det ble arrangert julefest for nederlendere og tyskere som har kommet til regionen via Placement-prosjektet.</p> <p>Vurdering: Språkkursene har fått svært positive tilbakemeldinger. Det er et stort behov for norskopplæring fordi kommunene opplever en økt tilflytting av personer uten eller svært mangelfulle norskkunnskaper. Dette gjelder både voksne og barn. Barn som ikke kan norsk når de begynner på skolen krever store ressurser.</p>
HA 11 - Hytteeiere	<p>Informere hytteeierne og gi dem mulighet til å komme med tilbakemeldinger.</p>	<p>Hytteeierne er viktig for alle tre kommunene. Både i form av at de legger igjen penger i bygda og at de kan være med å snakke positivt om stedet. I noen tilfeller velger de også å flytte til sin hyttekommune.</p> <p>Rømskog har gjennomført informasjonsmøte for hytteeierne både 2012 og 2013, med positive tilbakemeldinger. Marker og Aremark har valgt å utsette informasjonsmøte pga vindmølledebatten.</p> <p>Kommunene informerer i ulik grad hytteeierne i forkant av sommersesongene; brev med brosjyrer, via facebook og kommunenes hjemmesider.</p> <p>Vurdering: Hytteeierne er viktige for de tre kommunene. Det virker fornuftig å videreføre de aktivitetene som de har i dag.</p>

<p>HA 13 – Kommunal drift</p>	<p>Implementere aktuelle tiltak i den kommunale driften, slik at de videreføres etter prosjektets slutt.</p>	<p>Sammen med kontaktpersonene i hver av de tre kommunene har vi gått gjennom de ulike tiltakene som er utviklet/gjennomført i Bolyst. Vi har vurdert i hvilken grad de skal integreres i den kommunale driften etter prosjektets slutt.</p> <p><i>Velkomstpermen</i> Den er allerede integrert i kommunene. Ansvaret ble overført til servicetorgene i 2012. Denne ordningen fungerer fint.</p> <p><i>Tilflyttertreff</i> Det er opp til hver enkelt kommune i hvilken grad de ønsker å videreføre dette. Alle tre kommunene signaliserer at dette er noe de ønsker å videreføre.</p> <p><i>Norskkurs</i> Det lages en egen sak om videreføring av norskkursene. Den skal opp i kommunestyret i Marker i begynnelsen av 2014. Det anbefales at de andre kommunene kan kjøpe plasser hos Marker ved behov om de ønsker dette.</p> <p><i>«Vårmønstring»</i> Det er opp til Aremark kommune om de ønsker å videreføre arrangementet. De signaliserer at de ønsker å videreføre dette. Gjennomføres 10. mai 2014.</p> <p><i>”Ørjes store fiskepris”</i> Det er opp til Marker kommune om de ønsker å videreføre arrangementet. De signaliserer at de ønsker å videreføre dette. Gjennomføres siste søndagen i vinterferien 2014.</p> <p><i>Leiligheter i Rømskog</i> Rømskog kommune overtok ansvaret for dette i 2012.</p> <p><i>Tursti i Rømskog</i> Bolyst har hatt ansvaret for å etablere en ”arbeidsgruppe”. Kommunen (kulturleder) har ansvar for fremdrift, sammen med ildsjelen som tok initiativ til turstien.</p> <p><i>Hyttemøter</i> Det er opp til hver enkelt kommune om de ønsker å videreføre dette (har vært gjennomført før Bolystprosjektet også).</p>
-------------------------------	--	---

«Skjer i»

Løftes ut av Bolyst når inneværende prosjekt er over. Representanter fra de tre kommunene blir med i en utviklingsgruppe som ledes av utvikleren (Magne Westlie).

## Oppsummering

Rapporten har tatt utgangspunkt i de hovedaktivitetene og målene som er vedtatt i prosjektplanen. Prosjektleder har også hatt et årlig evalueringsmøte med de personene i hver kommune som har jobbet tetttest med prosjektet.

Ut i fra de resultatene som er oppnådd i prosjektperioden og det arbeidet som er gjort ligger dette innenfor prosjektets hovedaktiviteter og mandat som er vedtatt i prosjektplanen.

## Økonomi:

Budsjett	2011	2011	2013	Sum	Regnskap
Lønn	200 000	450 000	450 000	1 100 000	1 518 838
Sosiale kostnader	60 000	135 000	135 000	330 000	401 024
Reisekostnader	15 000	30 000	30 000	75 000	107 288
Kontorutgifter	5 000	10 000	10 000	25 000	18 798
Inventar og utstyr	5 000	10 000	10 000	25 000	25 059
Innflytterarrangementer		50 000	50 000	100 000	57 371
Tilflytterservice/kontor	25 000	45 000	45 000	115 000	313 405
Kurs og kompetanseoppbygging	50 000	50 000	50 000	150 000	14 350
Portal og sosiale medier	50 000	70 000	80 000	200 000	355 955
Stedsutvikling og boformer	120 000	200 000	200 000	520 000	170 563
Profilering og markedsføring	320 000	50 000	40 000	410 000	
Arbeidsinnsats fra kommunene	50 000	100 000	100 000	250 000	250 000
<b>Sum</b>	<b>900 000</b>	<b>1 200 000</b>	<b>1 200 000</b>	<b>3 300 000</b>	<b>3 307 945</b>

## Kommentarer:

I lønn og sosiale kostnader inngår også kostnadene til lærerlønninger i forbindelse med språkkursene som er gjennomført og er således ikke bare prosjektledelse.

Kostnader til "Portal og sosiale medier" og "Profilering og markedsføring" er slått sammen.



# **FELLES PLANPROGRAM**

**GRESEKOMMUNENE Rømskog-Aremark-Marker**

**Samfunnsdel og Arealdel**

# Innhold

## 1 Innledning

1.1	Bakgrunn.....
1.2	Forutsetninger og føringer i planarbeidet.....
1.3	Føringer i Plan-og Bygningsloven.....
1.4	Felles rullering.....
1.5	Sammen om planprosessen.....
1.6	Status for kommuneplanleggingen i regionen.....
1.7	Organisering.....
1.8	Fremdrift og frister.....
1.9	Medvirkning.....

## 2 Samfunnsdelen

2.1	Regionale perspektiver
2.2	Hovedutfordringer for RAM-kommunene.....
2.2.1	Befolkningsgrunnlag, kompetanse, næringsutvikling og attraktivitet.....
2.2.2	Kulturliv, tjenestetilbud, by- og tettstedsutvikling.....
2.2.3	Samferdsel, transport og infrastruktur.....
2.2.4	Oppvekst, levekår og folkehelse.....
2.2.5	Bærekraftig utvikling.....
2.3	Planlagte utredninger.....
2.4	Alternativer.....
2.5	Ressursbehov.....

## 3 Arealdelen

3.1	Regionale perspektiver.....
3.2	Felleselementer ved arealdelen.....
3.3	Innspill til arealdelen.....
3.4	Konsekvensutredninger.....
3.5	Kartlegging av kommunenes boligområder.....
3.6	Jordvern.....

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn

Kommunene Rømskog, Aremark og Marker skal utarbeide Kommuneplan i felleskap. Dette dokumentet skal sette rammene for arbeidet med og er således en oppstart av arbeidet med Kommuneplanen(e). Hensikten er å informere om hvordan planprosessen er tenkt gjennomført, hvordan medvirknings- og informasjonstiltak er tenkt ivaretatt og hvilke utredninger som skal legges til grunn for vedtak av endelig plan; en plan for arbeidet frem til vedtatt Kommuneplan.

Kommuneplanen består av en samfunnsdel og en arealdel, der samfunnsdelen legger føringer for arealdelen. Plan- og bygningsloven krever at det utarbeides planprogram, både for samfunnsdelen og arealdelen av kommuneplanen. Dette planprogrammet gjelder samfunnsdelen og arealdelen samlet.

Planprogrammet er lagt opp som følger:

1. Innledning, rammebetingelser, fremdrift og arbeidsmetoder for kommuneplanarbeidet
2. Samfunnsdelen
3. Arealdelen

Planprogrammet skal:

1. Gjøre rede for formålet med planarbeidet
2. Gjøre rede for planprosessen med organisering, frister og deltagere
3. Vise opplegget for medvirkning, spesielt i forhold til grupper som antas å bli særlig berørt
4. Vise hvilke alternativer som vil bli vurdert
5. Vise behovet for utredninger.

Planprogrammet bygges opp etter planloven, og skal referere til nasjonale og regionale føringer, samt andre forutsetninger som vil ha betydning for arbeidet med Kommuneplanene. Forslag til planprogram sendes på høring og legges ut til offentlig ettersyn samtidig med varsling av planoppstart (§4-1).

## 1.2 Forutsetninger og føringer i planarbeidet

Departementenes viktigste sentrale føringer med relevans for kommuneplanarbeidet framkommer i:

- Plan- og bygningsloven (2009)
- Naturmangfoldloven
- St.meld. nr. 35 (2012-2013)
- St.meld. nr. 26 (2006-2007) Regjeringens miljøvernpolitikk og rikets miljøtilstand
- St. meld. nr. 21 (2011-2012) Norsk klimapolitikk
- St. meld. nr. 34 (2006-2007) Norsk klimapolitikk
- St. meld. nr. 23 (2001-2002) Bedre miljø i byer og tettsteder
- St. meld. Nr. 39 (2000-2001) Friluftsliv – Ein veg til høgare livskvalitet
- St meld nr. 26 (2001-2002) Bedre kollektivtransport
- Forskrift om rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre ved kongelig resolusjon av 27. juni 2008
- Rikspolitiske retningslinjer for å styrke barn og unges interesser i planleggingen
- Rikspolitiske retningslinjer for vernede vassdrag
- Rikspolitiske retningslinjer for samordnet areal- og transportplanlegging
- Statlig planretningslinje for klima- og energiplanlegging i kommunene
- Nasjonal transportplan 2014-2013
- Nasjonale forventninger til regional og kommunal planlegging (juni 2011)

#### Regionale viktige føringer med relevans for kommuneplanarbeidet framkommer i:

- Regional planstrategi for Østfold 2012-2015
- Fylkesplan for Østfold - Østfold mot 2050
- Regional transportplan for Østfold mot 2050
- Regional plan Vindkraft i Østfold
- Regional plan for folkehelse i Østfold 2012-2015
- Regionalplan Fysisk aktivitet 2011-2014
- Kulturminneplan for Østfold 2010-2022
- Regionalplan kultur 2010-2013
- Fylkesdelplan barn og unge, vedtatt 2009
- Forvaltningsplan Glomma – Oslofjord, vedtatt 2009
- Kystsoneplan for Østfold, vedtatt 2006

Det skal legges vekt på å oppnå gode regionale helhetsløsninger på tvers av kommunegrensene. I tillegg skal tematiske planer utarbeidet av Østfold fylkeskommune ligge til grunn for arbeidet.

#### Kommunale føringer med relevans for kommuneplanarbeidet framkommer i:

- Felles kommunal planstrategi for Rømskog, Marker og Aremark kommuner
- Strategisk næringsplan for indre Østfold
- Statuskart for arealer faktisk tatt i bruk i tettstedene pr 01.01.2011, utarbeidet som del av arealregnskapet for kommunene i Indre Østfold.
- Haldenvassdraget Regionalpark - Charter

#### Viktige arenaer og partnere for arbeidet med kommuneplanarbeidet vil være:

- Grenserådet
- Indre Østfold regionråd
- Regionalpark Haldenvassdraget
- Grensekomiteen Värmland – Østfold

### 1.3 Føringer i Plan- og bygningsloven

Plan- og bygningsloven gir en rekke føringer for planarbeidet i kommunene. Kommuneplanen er kommunens overordnede styringsdokument, og består av en samfunnsdel og en arealdel.

Loven stiller krav om planprogram for alle kommuneplaner, både for samfunnsdelen og arealdelen. I Plan- og bygningsloven poengteres kommunenes samfunnsutvikleransvar og forholdet mellom de ulike delene av kommunens planhierarki. Det stadfestes at kommuneplanen skal ha en handlingsdel som angir hvordan planen skal følges opp de fire påfølgende år eller mer. Økonomiplanen kan inngå i handlingsdelen. I § 11-2, om kommuneplanens samfunnsdel, står det:

*Kommuneplanens samfunnsdel skal ta stilling til langsiktige utfordringer, mål og strategier for kommunesamfunnet som helhet og kommunen som organisasjon. Den bør inneholde en beskrivelse og en vurdering av alternative strategier for utviklingen i kommunen. Kommuneplanens samfunnsdel skal være grunnlag for sektorenes planer og virksomhet i kommunen. Den skal gi retningslinjer for hvordan kommunens egne mål og strategier skal gjennomføres i kommunal virksomhet og ved medvirkning fra andre offentlige organer og private. Kommunedelplaner for temaer og virksomhetsområder skal ha en handlingsdel som angir hvordan planen skal følges opp de fire påfølgende år eller mer. Handlingsdelen skal revideres årlig.*

#### **Plan- og bygningslovens formål**

Plan- og bygningsloven regulerer forvaltningen av arealressursene i kommunene. I lovens formålparagraf (§ 2) heter det blant annet:

”Planlegging etter loven skal legge til rette for samordning av statlig, fylkeskommunal og kommunal virksomhet og gi grunnlag for vedtak om bruk og vern av ressurser, utbygging samt å sikre estetiske hensyn. Gjennom planlegging og ved særskilte krav til de enkelte byggetiltak skal loven legge til rette for at arealbruk og bebyggelse blir til størst mulig gagn for den enkelte og samfunnet. Ved planlegging etter loven her skal det spesielt legges til rette for å sikre barn gode oppvekstvilkår.”

Loven skal sikre både en riktig bruk og et riktig vern av arealene.

#### **Kommunen som planmyndighet**

Kommunen er i henhold til plan- og bygningsloven forpliktet til å drive løpende kommuneplanlegging med sikte på å samordne den fysiske, økonomiske, sosiale, estetiske og kulturelle utvikling. Det er kommunen som ut fra en helhetsvurdering bestemmer bruk og vern av arealene innenfor kommunens grenser. Før kommunen foretar de endelige avveininger mellom ulike interesser, skal plan- og bygningslovens bestemmelser om samarbeid, samråd og offentlighet være fulgt. Planleggingen skal være i tråd med viktige nasjonale og regionale mål, rammer og retningslinjer. Kommunen skal videre sørge for at det foreligger et tilstrekkelig beslutningsgrunnlag før vedtak fattes.

#### **Plan og Bygningslovens omtale av Planprogram**

##### **§ 4-1. Planprogram**

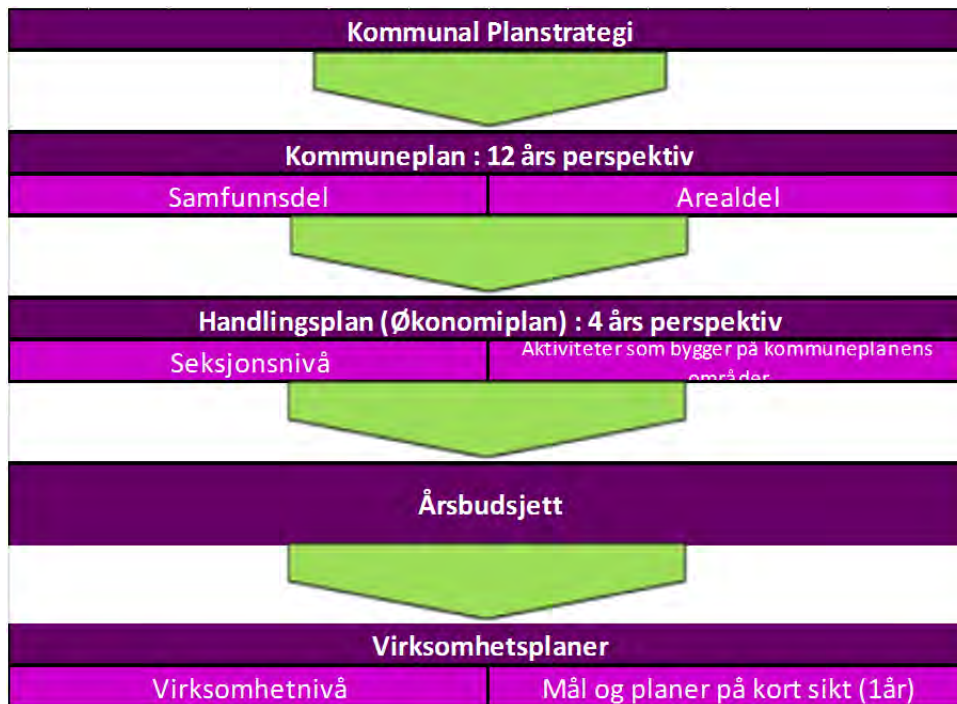
For alle regionale planer og kommuneplaner, og for reguleringsplaner som kan ha vesentlige virkninger for miljø og samfunn, skal det som ledd i varsling av planoppstart utarbeides et planprogram som grunnlag for planarbeidet.

Planprogrammet skal gjøre rede for formålet med planarbeidet, planprosessen med frister og deltakere, opplegget for medvirkning, spesielt i forhold til grupper som antas å bli særlig berørt, hvilke alternativer som vil bli vurdert og behovet for utredninger. Forslag til planprogram sendes på høring og legges ut til offentlig ettersyn samtidig med varsling av planoppstart. Planprogrammet fastsettes ordinært av planmyndigheten.

Dersom berørte regionale og statlige myndigheter på grunnlag av forslag til planprogram vurderer at planen kan komme i konflikt med nasjonale eller viktige regionale hensyn, skal dette framgå av uttalelsen til forslaget til planprogram.

Dersom planen får vesentlige miljøvirkninger i en annen stat, skal planmyndigheten sende forslag til program for planarbeidet til berørte myndigheter i denne staten til uttalelse.

Forholdet mellom kommunens ulike planer kan fremstilles i en figur:



## 1.4 Felles rullering

Kommunene har gjennom felles planstrategi og vedtak i Grenserådet og kommunestyrene bestemt at kommuneplanen i de tre kommunene skal rulleres samtidig. Kommunene har et etablert samarbeid på planarbeid. Kommunenes samarbeid er beskrevet i *Fylkesplan for Østfold mot 2050*.

Med *felles Kommuneplan* menes det at planen utarbeides med en *fellesdel* og en *individuell del* for hver kommune, og at fellesdelen og den enkeltes individuelle del behandles politisk i hver enkelt kommune. Det vil være elementer som er felles og individuelle elementer både i Samfunnsdelen og Arealdelen.

Det er to viktige grunner for å utføre dette arbeidet i felleskap:

1. Felles planprogram gjør at man kan vurdere den enkelte kommunes rolle i et større samspill, heller enn å konkurrere seg imellom. Det er nærliggende å tro at kommunene vil kunne utfylle hverandre på visse områder da de innehar forskjellige kvaliteter, styrker og svakheter.
2. Utforming av planer og bestemmelser i felleskap vil kunne redusere byråkratiet for den enkelte kommune, og gi forutsigbarhet for tiltakshavere/utbyggere på tvers av kommunegrensene.

Grenserådet vil være den naturlige arenaen for felles politiske prosesser og Haldenkanalen Regionalpark vil være naturlige arenaer for det felles arbeidet med næringsutvikling.

Det er en målsetning for kommunene å utarbeide en konsis kommuneplan, for å gjøre den tilgjengelig og anvendelig som daglig styringsverktøy. En kortversjon skal utføres i håndbok-format.

## 1.5 Sammen om planprosessen

Planarbeidet skal skje i et nært samarbeid RAM-kommunene imellom og i samarbeid med de offentlige, regionale myndigheter (fylkesmann, fylkeskommune, vegvesen og Region Indre Østfold, vannregion Glomma, NVE). På privat side er næringslivsinteresser og interesseorganisasjoner naturlige samarbeidspartnere. Internt i kommunene skal arbeidet organiseres på tvers av sektorer, og det legges opp til deltakelse fra ledere av relevante enheter i kommunene.

## 1.6 Status for kommuneplanleggingen i regionen

Kommunene har i felleskap utarbeidet *Felles kommunal planstrategi for Rømskog, Marker og Aremark kommuner*. Dette dokumentet er ferdigbehandlet i Rømskog og Marker, Aremark har foreløpig ikke ferdigbehandlet dokumentet. I tillegg har kommunene individuelle planer med varierende status, se **vedlegg 1**.

## 1.7 Organisering

Arbeidet vil være organisert som et prosjekt både i regionen og i den enkelte kommune. Grenserådet fungerer som styringsgruppe for det felles, regionale arbeidet. Det lokale arbeidet er organisert med kommunestyrene som prosjekteiere, og formannskapet i den enkelte kommune fatter vedtak. Det skal opprettes referansegrupper som representerer lokale og regionale interesseorganisasjoner, næringsliv, lag og foreninger. Disse referansegruppene kan inkludere, men er ikke avgrenset til:

Det skal, på tvers av kommunene og referansegruppene, opprettes arbeidsgrupper som skal jobbe med temaene:

- Befolkningsgrunnlag, kompetanse, næringsutvikling og attraktivitet
- Kulturliv, tjenestetilbud, by- og tettstedsutvikling
- Samferdsel, transport og infrastruktur
- Oppvekst, levekår og folkehelse
- Bærekraftig utvikling

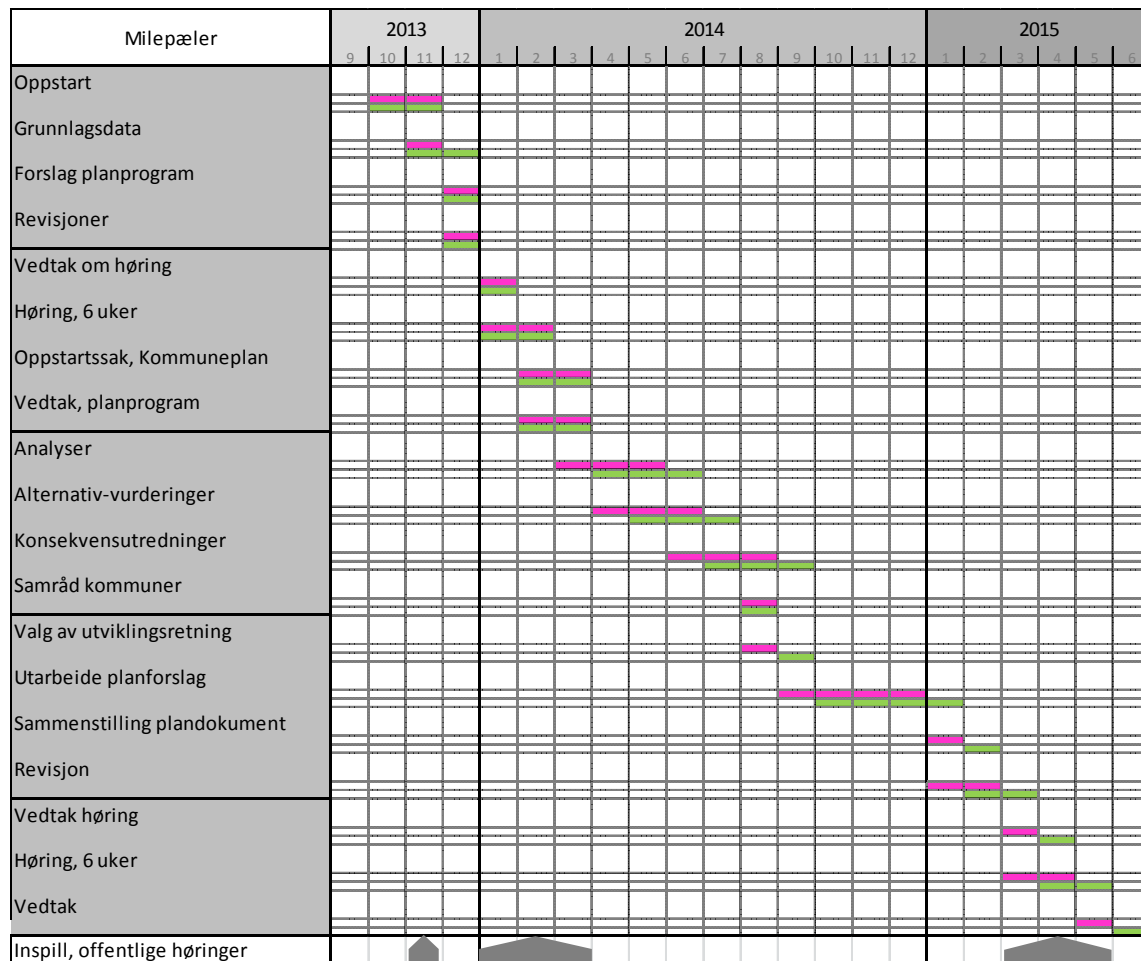
Organiseringen av det regionale samarbeidet i planutarbeidelsesfasen vil bli lagt fram i Grenserådet og vedtas av kommunestyrene etter denne høringen. Organiseringen av planarbeidet i den enkelte kommune besluttes av den enkelte kommune.

## 1.8 Fremdrift og frister

Høringsperioden for dette dokumentet er fra xxx. Desember 2013 til xxx. Februar 2014. Endelig program behandles i løpet av April 2014.

Oppstart av planarbeidet varsles nå og annonseres også felles etter at planprogram er vedtatt.

Arbeidet skal være ferdig innen utgangen av 2015, jamfør tabell nedenfor:



Figur 1: Fremdriftsplan. Rosa farge indikerer Samfunnsdel, grønn farge indikerer Arealdel

## 1.9 Medvirkning

Planarbeidet skal skje i en bred og åpen dialog med alle berørte parter og det skal legges opp til at flest mulig skal ha mulighet til å uttale seg i forbindelse med planarbeidet. Medvirkningsprosessen skal være åpen både i "produksjonsfasen" og i den formelle høringen. Det skal spesielt fokuseres på å nå spesielle grupper (barn, unge, eldre, personer med bevegelseshemning o.a.) Hver kommune vil beslutte medvirkningsopplegget konkret for sin kommune. Kanaler i en kommunikasjonsplan kan være:

- Det skal opprettes Web-løsning for informasjon og tilbakemelding
- Mulighet for å inngå i mailing-lister for de enkelte tematiske arbeidsgruppene
- Temamøter/ Workshops
- Åpne informasjonsmøter
- Særskilt opplegg mot skolene
- Oppsøkende virksomhet (stand)

Det legges spesiell vekt på oppsøkende virksomhet rettet mot barn og unge, samt unge voksne i etableringsfasen, da disse gruppene anses å spille en særdeles viktig rolle for RAM-kommunenes



fremtidige befolkningsgrunnlag. Å sikre en kritisk masse av ung befolkning vil være avgjørende også for eldres velferd i kommunene.

Det skal legges vekt på bruk av kortfattede, til dels tabloide kompendier rettet mot allmennheten. Oppsøkende virksomhet som stands og infomøter kan med fordel kombineres med enkel servering for å sikre oppmøte og sosiale rammer rund arbeidet. Kan vaffeljernet bli et viktig verktøy i medvirkningsøyemed?

# 2 Samfunnsdelen

## 2.1 Regionale perspektiver (fra Fylkesplan for Østfold, mot 2050)

Fylkesplanen er et strategisk dokument med langsiktig horisont. Den peker ut klima og folkehelse som hovedutfordringer for østfoldsamfunnet. Planen peker på tre oppfølgingsområder som skal prioriteres; Kompetanseutvikling, Fortetting, Byutvikling og Vern. Videre har den «grenseløse Østfold» som overordnet visjon. Fylkesplanen inkluderer også en areal-strategi, noe som er nybrottsarbeid på fylkesnivå.

For regionen Indre Østfold, som RAM-kommunene inngår i, legger Fylkesplanen opp til følgende strategier:

- Videreutvikle det regionale samarbeidet gjennom regionrådet og samordning av ulike virkemidler.
- Askim og Mysen fortsetter å utvikle seg som byer, og må påta seg et utviklingsansvar med regionalt omfang.
- Indre Østfold skal i løpet av 2010 framstå som et av de mest attraktive områdene utenfor Oslo som tilflyttingsområde, og som område for etablering av næring.
- Satse på utvikling av typiske grendesamfunn og samtidig kunne tilby urbane verdier.
- Utvikle særlige tiltak i grensekommunene for å bidra til en positiv utvikling her.
- Videreutvikle det grenseregionale samarbeidet over grensa mot Sverige.

## 2.2 Hovedutfordringer i RAM-kommunene

Utfordringer for kommunene er særlig knyttet til å sikre befolkningsgrunnlag. Dette dreier seg først og fremst om å stimulere til tilbakeflytting av unge i etabler-fasen etter avsluttede studier. Det er et ønskelig for kommunenes side at unge i studiealder flytter ut for å tilegne seg kompetanse, men andelen som flytter tilbake etter avsluttede studier er for liten.

Videre peker Felles kommunal planstrategi for Rømskog, Marker og Aremark på følgende utfordringer:

- Samferdsel og infrastruktur
- By- og tettstedsutvikling
- Verdiskapning og Næringsutvikling
- Klima, natur, kulturmiljø og landskap
- Kultur
- Grunnopplæring og kompetanse
- Oppvekst, levekår og folkehelse

Disse temaene er utfordringer i seg selv men knytter seg også, i større eller mindre grad, til utfordringer rundt sikring av befolkningsgrunnlag. Særlig må næringsutvikling sies å være knyttet til befolkningsgrunnlag. Kommuneplanen tar sikte på å utrede hvilke næringer som er egnet for RAM-kommunene, samt å ta stilling til hvilke tiltak som bør iverksettes for å stimulere disse.

Det foreslås at de ovenfor nevnte punktene samt utfordringer knyttet til å sikre befolkningsgrunnlag oppsummeres i følgende tema:

2.2.1 Befolkningsgrunnlag, kompetanse, næringsutvikling og attraktivitet

2.2.2 Kulturliv, tjenestetilbud, by- og tettstedsutvikling

- 2.2.3 Samferdsel, transport og infrastruktur
- 2.2.4 Oppvekst, levekår og folkehelse
- 2.2.5 Bærekraftig utvikling

Nedenfor følger en drøfting av status og hovedutfordringer for hvert av temaene:

### **2.2.1 Befolkningsgrunnlag, kompetanse, næringsutvikling og attraktivitet**

#### **Status**

Innbyggerundersøkelser viser at RAM-kommunenes befolkning viser tilfredshet med kommunene. Kommunene scorer høyt på temaene klima, natur, landskap og levekår, og ansees å være attraktive bostedskommuner i henhold til attraktivitetsbarometeret 2011 (Telemarksforskning). Likevel har kommunene betydelige utfordringer knyttet til å tiltrekke seg bosettere i yrkesaktiv alder. Det er nærliggende å konkludere med at RAM-kommunene er attraktive som bosted, men har for lite arbeidsmarked til at familier i etableringsfasen ser det som hensiktsmessig å flytte etablere seg. Nærhet til Osloregionen og et til dels integrert arbeidsmarked med Oslo-området kan til en viss grad kompensere for dette. De fleste familier har imidlertid to arbeidstakere, og det er rimelig å forutsette at kun en av disse vil pendle, mens den andre trenger lokalt arbeid. Kommunene er omfattet av KRD's BOLYST-program, og dette bør brukes som vektstang for å styrke arbeidet med bo- og næringsattraktivitet. Plan for næringsutvikling er ikke etablert i samtlige RAM-kommuner, og dette skal inngå i kommuneplanen.

Det legges opp til store utbyggingsområder for eneboliger i RAM-kommunene. Det er imidlertid uklart om dette gjøres for å møte en etterspørsel, eller om det legges ut tomter for å tiltrekke seg tilflyttere. Det skal sorteres i sammenhengene mellom årsak og virkning i disse mekanismene, slik at man kan få et tydeligere bilde av reell etterspørsel og utbyggingsbehov.

#### **Hovedutfordringer**

For å sikre et befolkningsgrunnlag i yrkesaktiv alder i RAM-kommunene vil det være nødvendig å drive aktiv næringsutviklingspolitikk. Grundige og ærlige analyser av hvilke næringer man kan forvente at etablerer seg i kommunene er nødvendig. Analysene bør inkludere region Indre Østfold og Oslo-regionen for å forstå bildet av dette som en funksjonell region med felles arbeidsmarked. Analysene bør også peke på viktige forutsetninger for etablering av næring i RAM-kommunene, og dette bør bunne ut i konkrete stimulerende tiltak fra kommunenes side. Som del av kommuneplanen skal det utarbeides en plan for næringsutvikling, og Haldenkanalen Regionalpark i samarbeid med styringsgruppa for BOLYST-prosjektet bør være sentral i dette arbeidet. Som ledd i en plan for næringsutvikling bør tiltak for kompetanseheving og etterutdanningstilbud inkluderes.

Haldenkanalen Regionalpark har følgende satsningsområder for næringsutvikling:

- Merkevarer,
- Opplevelsesnæring
- Stedsutvikling
- Primærnæring

Disse satsningsområdene vil være sentrale i Kommuneplanens omtale av næringsutvikling.

### **2.2.2 Kulturliv, tjenestetilbud, by- og tettstedsutvikling**

#### **Status**

Det offentlige tjenestetilbudet i RAM-kommunene anses å være tilfredsstillende, det er liten eller ingen ventetid for sykehjemsplasser og barnehageplasser, det finnes skolefritidstilbud og idrettshaller og sportstilbud. For hva gjelder kulturliv er det Ørje sentrum som står for hovedvekten, og det er også dette som er det naturlige sentrum i RAM-kommunene sett under ett.

Aremark og Rømskog har sine egne sentrum, men det er naturlig å forvente at disse vil ha en mer adspredt bebyggelse, og at offentlige plasser i sammenheng med disse i hovedsak vil dreie seg om møteplasser i tilknytning til samfunnsfunksjoner som nærbutikk, kirke og skole heller en tunge kulturinstitusjoner.

I tillegg er tilgang på store friluftsareal en viktig kvalitet i kommunene, noe man vil jobbe for å tilrettelegge ytterligere gjennom bl.a. arbeidet med Haldenvassdraget Regionalpark.

#### **Hovedutfordringer**

Det vil bli en utfordring for kommunene å opprettholde det eksisterende **tjenestetilbudet med** tanke på aldrende befolkning. Å tiltrekke seg unge etablerere anses som avgjørende for å opprettholde dette, og forholdet mellom gode boliger, kulturtilbud, arbeidsmarked og attraksjonskraft er viktig i den sammenhengen.

### **2.2.3 Samferdsel, transport og infrastruktur**

#### **Status**

Oppgraderingen og utbyggingen av E18 representerer den største og viktigste infrastrukturelle endringen i RAM-kommunene. Den utgjør et stort potensiale mht. å redusere avstand til Osloregionen, og griper derfor inn i spørsmål knyttet til næringsutvikling og befolkningsgrunnlag. Samtidig representerer E18 betydelige utfordringer med tanke på tungtransport, og sikre kryssinger for fotgjengere må sikres i tettstedene.

Kollektivtilbudet i kommunene er lite, med hensyn til et begrenset passasjergrunnlag og spredt bebyggelse. Det ligger imidlertid et potensiale i kollektiv transport tilrettelagt pendlere fra oppsamlingspunkter og videre til Oslo. Kommunene mangler tildels infrastrukturelle planer for vann og – og avløp, kloakkhåndtering, trafikksikkerhetsplan og plan for utbygging av internett.

#### **Hovedutfordringer**

Kommunene bør samlet vurdere potensialet for et kollektivtransporttilbud fra oppsamlingssted og videre til Oslo, og passasjergrunnlaget for et slikt tilbud bør utredes. Det skal legges en plan for intern kommunikasjon (kommunene imellom) basert på individuell transport, avløst av et kollektivtilbud til Osloregionen fra oppsamlingssteder. Kommuneplanen skal videre omfatte infrastrukturelle planer som vann og – og avløp, kloakkhåndtering, trafikksikkerhetsplan og plan for utbygging av internett.

### **2.2.4 Oppvekst, levekår og folkehelse**

#### **Status**

Kommunene har en svak overrepresentasjon av antall uføretrygdede, og har et relativt høyt sykefravær. Rømskog stiller i en særposisjon i dette bildet, da de har mindre utfordringer med sykefravær.

#### **Hovedutfordringer**

Kommunene skal i Kommuneplanen utarbeide et handlingsprogram for å få ned sykefravær og antall uføretrygdede. Spesielt skal forebyggende tiltak mot barn og unge vurderes. Det er nærliggende å knytte dette til næringsutvikling og da spesielt inkluderende arbeidsplasser. I Rømskog vil hovedutfordringene dreie seg om å holde sykefravær og antall uføretrygdede nede.

## 2.2.5 Bærekraftig utvikling

### Status

Kommunene har et høyt energiforbruk til transport per innbygger, og dette henger sammen med bosettingsmønster og høy andel pendlere.

Utbyggingsområder har relativt sett en svært lav arealutnyttelse. Dette har sammenheng med et ønske om å være attraktiv som bostedskommune, og at tomtene derfor tilpasses etterspørsel. Det skal jobbes videre med arealregnskap i kommunene, basert på retningslinjer fra regionale planer, og arealene skal revideres i henhold til dette.

Vassdraget er preget av til dels mye avrenning fra jordbruk.

### Hovedutfordringer

Kommunene skal utfordre seg selv til å redusere andelen individuell bilisme. Samtidig skal man være klar over at, gitt kommunenes bebyggelsesstruktur, er potensialet for reduksjon begrenset.

Potensialet for kollektivtransport fra oppsamlingssteder til Osloregionen skal utredes.

Arealutnyttelsen i nye utbyggingsområder skal være høyere enn dagens, uten at dette går på bekostning av kommunenes bo-attraktivitet.

Det skal utarbeides plan for reduksjon av avrenning til vassdrag fra jordbruk.

## 2.3 Planlagte utredninger

### Demografi

Som grunnlag for planarbeidet skal det innhentes statistiske data og utarbeides prognoser for befolkningsutviklingen for regionen samlet og for den enkelte kommune. Demografisk utvikling ansees å være av spesiell betydning for samfunnsutviklingen, da opprettholdelse av en ung befolkning er en utfordring for RAM-kommunene. Videre skal Kommuneplanen peke ut spesifikke tiltak i hver enkelt kommune for å imøtekomme en ønsket demografisk utvikling. Det er naturlig å vurdere samspillet mellom de tre kommunene, og hvilken rolle den enkelte kommune skal ha i dette samspillet (jf. punkt 2.6 Alternativer). Det er i dag ikke tydelig om kommunene søker å tiltrekke seg tilflyttere ved å legge ut store enebolig-tomter på markedet, eller om dette gjøres for å møte en faktisk etterspørsel. En sortering av årsaker og virkninger i disse mekanismene skal inngå i den demografiske utredningen, for å søke å forstå sammenhenger i arealstrategi og demografisk utvikling.

I utredningen knyttet til demografi og bosetting vil det jobbes tett mot Bolyst-programmet, både med analyser og vurderingen av stimulerende tiltak. Næringsutvikling anses å være avgjørende for å oppnå en ønsket demografisk utvikling, og utredninger knyttet til dette bør sees i sammenheng med demografisk utredning.

### Næringsutvikling og konkurransefortrinn

Kommunene skal lage en felles næringsplan med særlig fokus på virkemidler for stimulering av dette. Igjen vil det være relevant å vurdere samspillet mellom kommunene og den enkeltes rolle i dette samspillet. Næringspotensialet i RAM-kommunene skal analyseres, med sikte på å identifisere de karakteristika som kjennetegner næringer med som kan trives i RAM-kommunene. Disse karaktertrekkene skal deretter benyttes som grunnlag for å definere et sett med tiltak og virkemidler for å stimulere de aktuelle næringene. I kort format:

- 1: Hvilke næringer er det som trives (og kan komme til å trives) i RAM?
- 2: Hvilke forhold er det som gjør at de trives?
- 3: Hvordan kan man ytterligere styrke disse forholdene?

På bakgrunn av dette er det også naturlig å spørre seg hvilke næringer man ønsker seg, men ikke har i dag, og hvilke forhold som må ligge til rette for å tiltrekke seg nettopp disse. Hvilke konkurransefortrinn og eventuelt konkurranseulemp(er) er RAM-kommunene i besittelse av?

Satsningsområdene definert av Haldenkanalen Regionalpark er:

**Merkevare, Opplevelsesnæring, Stedsutvikling og Primærnæring**

En videre konkretisering av disse temaene og arbeidsmetode skal defineres i kommuneplanene.

### Fysisk miljø

Det skal utarbeides holistiske analyser for de tre kommunene samlet, med sikte på å få et bilde av potensialet i disponering av areal sett under ett. Det er nærliggende å anta at potensialet for byutvikling, transformasjon og fortetting vil være forskjellig i de tre kommunene, og at valg av typologi for eventuell utbygging derfor bør variere. De individuelle arealplanene skal lene seg på disse analysene. Videre skal det, på lokalt nivå, utarbeides en plan for bruk av stedsanalyser i utbyggingsområder.

### Risikoanalyse

Det er behov for å lage en felles Risiko- og sårbarhetsanalyse for RAM-kommunene for temaer som er felles (Større ulykker, flom, akutt forurensning og lignende).

## 2.4 Alternativer

Når det gjelder å vise hvilke alternativer som vil bli vurdert i kommuneplanens samfunnsdel vil vi bruke scenarier. Scenarier er i seg selv "fremtidsbilder" – dvs. bilder og fortellinger om hvordan samfunnet er på et gitt framtidig tidspunkt. I Scenarier får vi *alternative* fortellinger om *mulige* framtider, som et resultat av trender og drivkrefter man kan se i dagens virkelighet, og trender og drivkrefter det synes rimelig å regne med framover.

Kommuneplanen tar sikte på å drøfte utviklingsscenarier for de tre kommunene sett i sammenheng, med vekt på samspillet mellom de tre og hvilke roller den enkelte kommune kan påta seg i dette samspillet. Det vil søkes om regionale utviklingsmidler for å gjennomføre et scenarioprojekt.

I scenarioprojektet er også selve prosessen viktig. Deltakelse i en scenarioprosess kan gi deltakerne økt erkjennelse av at ulike veivalg i dag, gir ulike utviklingsbaner. Dette er spesielt viktig ved oppstarten av en planprosess som kommuneplanens samfunnsdel. Denne økte erkjennelsen kan dermed utnyttes kollektivt, i planprosessen. I vårt perspektiv er det også av betydning at en felles scenarioprosess med våre to byer vil kunne bidra til en styrket forståelse av at noen utfordringer krever samordnede løsninger.

Som grunnlag for rulleringen av kommuneplanene for Rømskog, Marker og Aremark kommuner, ligger Fylkesplanen slik vedtatt i mars 2009. Utover denne er ingen alternativ pekt på eller for så vidt utelukket i denne fasen. Kommunene ønsker innspill til alternative løsninger og tiltak som kan høre hjemme i en langsiktig plan for regionen eller kommunene.

## 2.5 Ressursbehov

Kommuneplanarbeidet vil kreve en god del interne ressurser. I tillegg kommer kostnader forbundet med å holde informasjonsmøte, høringsmøte, arrangere to store samlinger, kunngjøring og opptrykk av planen med videre. Det er ønskelig med ekstern bistand til prosessledelse i de to samlingene, men dette er også et kostnadsspørsmål. Det er viktig at medlemmene i kommuneplangruppen får frigjort tid til å arbeide fram kommuneplanen i tråd med den skisserte framdriftsplanen.

Det må avsettes midler til gjennomføring av planarbeidet i praksis, slik at det blir mulig å arrangere samråd, fortrinnsvis med eksternt innleid prosessbistand.

# 3 Arealdelen

## 3.1 Regionale perspektiver (fra Fylkesplan for Østfold, mot 2050)

Fylkesplanen inkluderer en areal-strategi, noe som er nybrottsarbeid på fylkesnivå. Fylkesplanens arealstrategi for region Indre Østfold legger opp til at man jobber for å forsterke dagens trend med gradvis økende tetthet i regionen. Ved rullering av kommuneplanene i Indre Østfold må derfor kommunene vesentlig redusere tettstedsarealene i forhold til vedtatte kommuneplaner.

## 3.2 Felleselementer ved arealdelen

Selv om kommuneplanens arealdel skal være individuell for de tre kommunene vil det være naturlig at de har prosessuelle likhetstrekk. I tillegg er det avgjørende at overordnede strategiske valg fra den felles samfunnsdelen følges opp og manifesteres i den enkelte kommunes arealdel.

## 3.3 Innspill til arealdelen

Det legges i tillegg opp til at private forslagsstillere innenfor gitte frister kan fremme innspill til kommuneplanens arealdel. Mal for hvilke krav som stilles til private arealinnspill er **vedlagt planprogrammet**. I tillegg skal det utarbeides bestemmelser eller retningslinjer for hvordan innspill som kommer inn utenom ordinær rullering av kommuneplanen skal håndteres. Ved vedtatt planprogram og varsel om oppstart for Kommuneplanene vil det distribueres et skjema for arealinnspill og veileder for slike innspill.

## 3.4 Konsekvensutredninger

Områder som blir foreslått til utbyggingsformål i kommuneplanens arealdel, omfattes av forskrift om konsekvensutredninger i plan-, og bygningsloven. Konsekvensutredningen skal sikre at hensyn til miljø og samfunn blir tatt i betraktning. Etter utløpt frist for arealinnspill vil det bli gjort en vurdering av alle innspill og virkningene av de samlede foreslåtte arealbruksendringene. Forslagstillers opplysninger gitt i arealinnspill vil danne grunnlag for kommunens samlede konsekvensutredning. Forslagstiller har ansvar for å gi relevant, faktabasert informasjon. Kommunene har ansvar for å kvalitetssikre disse. |

Arbeidet med scenarioer fra Samfunnsdelen (ref. 2.4) og valg av utviklingsretning vil være dikterende for arealdelen av kommuneplanene. Scenariene skal peke på en potensiell langsiktig utvikling. Valg av utviklingsretning vil derfor kunne være med på å definere behovet for



konsekvensutredninger for å kvalitetssikre at den valgte utviklingsretningen gir de resultatene man har forventet.

### **3.5 Kartlegging av kommunenes boligområder**

Det vil bli utarbeidet en kartlegging av eksisterende og planlagte og regulerte og uregulerte boligområder i de tre kommunene samlet sett. Kartleggingen er ment å være et hjelpemiddel i vurderinger og beslutninger knyttet til videre utbygging i kommunen, herunder vurdering av nye arealinnspill til kommuneplanen. Det skal utarbeides et sett kriterier for å vurdere utbyggingspotensiale. Disse kriteriene kan dreie seg om skolekapasitet, infrastruktur, kollektivakser og jordvern.

### **3.6 Jordvern**

Det skal i kommuneplanen defineres en generell jordvernsstrategi for de tre kommunene. Jordvern må sies å være spesielt relevant for RAM-kommunene, da jordvernsinteresser griper inn i sentrale områder i kommunene. Et avklart forhold til jordvern basert på lokale forutsetninger og utfordringer er derfor nødvendig.



**HALDENKANALEN**  
Regionalpark

*Strategiplan 2014-2016*

## Innholdsfortegnelse

Faktainformasjon .....	3
(KAP 1) Om Regionalpark Haldenkanalen .....	4
Regionalparkens geografiske område .....	4
Regionalparkens arbeid .....	5
(KAP 2) Mål og premisser for arbeidet .....	7
Visjon .....	7
Formål .....	7
Mål .....	8
Innsatsområder .....	9
Hovedstrategier .....	9
Faktorer som er avgjørende for gjennomføringen .....	10
(KAP 3) Regionalparken som organisasjon .....	11
Samarbeidsavtale mellom kommunene 2010-2020 .....	11
Organisasjonens oppbygning .....	11
Regionalparkadministrasjonen .....	12
Regionalparkens rolle .....	12
Nettverk og samarbeid .....	13
Økonomi .....	13
(KAP 4) Strategier for innsatsområdene 2014-2016 .....	15
A. Merkevaren Haldenkanalen .....	15
B. Utvikling av opplevelsesnæringene .....	17
C. Stedsutvikling .....	19
D. Primærnæring .....	20
Vedlegg: Oppsummering av analyser og anbefalinger .....	22



Foto: Vidar Østenby

Rødenessjøen

## Faktainformasjon

**Haldenvassdraget** er en rekke avlange innsjøer forbundet av elver og kanaler øst i Østfold og Akershus, nær grensa mot Sverige. Kilden er Flolangen som ligger sør for Årnes i Nes kommune i Akershus og utløpet er i Iddefjorden i Halden. Vassdraget har en total lengde på 149 km og et samlet nedbørsfelt på 1 588 km<sup>2</sup>.

Haldenvassdraget består av store grunne innsjøer. Fra nord mot sør heter sjøene Flolangen, Floen, Bjørkelangen, Botnersjøen, Fossersjøen, (sideinnsjøene Setten, Mjermen og Øgderen), Skulerudsjøen, Rødenessjøen, Øymarksjøen, Aremarksjøen, Aspern og Femsjøen. Sjøene er forbundet med korte elvestrekninger.

Vassdraget var tidligere en viktig ferdsels- og fløtningsvei. Flere sluser og kanaler ble bygd for å lette transporten i vassdraget. I Stenselva mellom Aspern og Femsjøen ligger Brekke sluser, Nord-Europas høyeste, og de nå neddemte slusene ved Krappeto. Lenger nord ligger slusene Strømsfoss og Ørje. Den kanaliserte delen av Haldenvassdraget, hvor man kunne slepe tømmer og ferdes med båt, kalles Haldenkanalen.

**Haldenkanalen** er den eldste av Norges to kanaler med sluser, og ble bygget for å tjene tømmerfløtingen mellom Skulerud, endestasjonen på Urskog-Hølandsbanen, og Tistedalen. Kanalen muliggjorde raskere transport av tømmer fra de store skogene på norsk og svensk side av grensen til treforedlingsanleggene i Halden. Fra 1877 da Brekke sluser var gjenoppbygd har kanalen vært i sammenhengende drift til tømmertransporten opphørte i 1982. Kanalen ble konstruert av Engebret Soot.

Haldenkanalen ble tidlig et attraktivt besøksmål for Oslo-regionen. I årene etter siste krig, da privatbilismen var lite utbredt, var en rundreise for Oslo-folk med tog Oslo-Halden/Tistedal, dampskipet DS «Turisten» til Skulerud, den smalsporede «Tertitten» til Sørumsand og tog tilbake til Oslo en populær dagstur.

**Regionalpark Haldenkanalen** vil videreutvikle kanalen og de omkringliggende landskapsområdene. I dette innbefattes ikke bare områdene med direkte tilknytning til vassdraget, men hele området som omfattes av de fem kommunene. Når det i strategidokumentet er uttrykt «langs kanalen» er det ment hele dette området. Her inngår også Rømskog kommune, som ikke tidligere hadde hovedkanalen som viktigste ferdselsåre, men hvor vassdraget likevel hadde stor betydning for fløtningen gjennom de svenske vannveiene og deretter via kanalen på Otteid og videre til Halden.

Kommune	Skogareal daa	Jordareal daa	Innbyggere pers	Totalareal km <sup>2</sup>	Hytter antall
Aurskog- Høland	670 000	96 500	15 260	961	968
Rømskog	129 000	2 700	691	183	124
Marker	274 000	36 100	3 587	413	541
Aremark	229 400	19 500	1 425	319	664
Halden	412 000	63 000	29 880	624	1 728
<b>Sum</b>	<b>1 714 400</b>	<b>217 800</b>	<b>50 843</b>	<b>2 500</b>	<b>4 025</b>

Kilde SSB. Antall hytter pr 2010, alle andre tall pr 01.01.2013

## (KAP 1) Om Regionalpark Haldenkanalen

Regionalpark Haldenkanalen (RH) ble etablert i 2012. Partnere er Aurskog-Høland, Rømskog, Marker, Aremark og Halden kommuner samt Østfold og Akershus fylkeskommuner.

Målet med regionalparken er å få til en langsiktig utvikling som skal gi økt verdiskaping og bolyst i lokalsamfunnene langs kanalen. Utgangspunktet er at Haldenkanalen og områdene rundt har en rekke konkurransefortrinn. De viktigste er enkel tilgang til uberørt natur og nærhet til befolkningskonsentrasjoner, samt nærhet til en sterk konsentrasjon av bedrifter og organisasjoner. Også nærhet til svenskegrensen og samarbeidet over grensen er å betrakte som konkurransefortrinn for regionen.

En regionalpark er regionenes egen utviklingsstrategi, basert på "nedenfra-opp-initiativ". Målet er å skape en balanse mellom bruk og vern. Det å beskytte natur- og kulturverdier, og samtidig møte behovene til lokalbefolkningen gjennom bærekraftig bruk, foredling og utvikling av verdiene. Regionalparkarbeidet tar utgangspunkt i EU's landskapskonvensjon og er i Norge samordnet gjennom organisasjonen Norske Parker.

Rammene for arbeidet i Regionalpark Haldenkanalen legges av:

- Nasjonale føringer (Norske Parker og KRD)
- Charter - vedtatt for 10 år av eierne
- Strategiplan – 3-årsplan som vedtas av regionalparkrådet og evalueres hvert 3. år
- Handlingsplan med budsjett – vedtas årlig av styret og rapporteres årlig

Regionalparken har en vedtatt grunnfinansiering på kr 2,5 mill pr år. I tillegg søkes det prosjektfinansiering på et tilsvarende beløp, slik at budsjettert ramme pr år er ca 5 mill. Arbeidsinnsats fra kommuner og næringsdrivende kommer i tillegg.

### Regionalparkens geografiske område

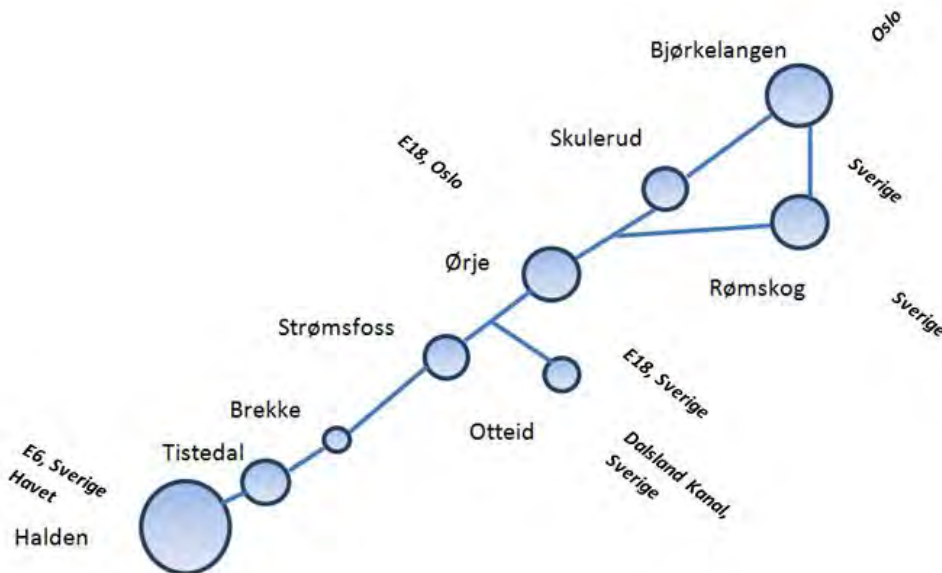
Regionalparken omfatter de fem kommunene som ligger i to fylker. Den har fått navn etter det kanaliserte vassdraget som forbinder Indre Akershus med havet i Østfold. I dag er kanalen en vannvei mellom Skulerud i Høland og Tistedal i Halden. Vannveien knytter de stor innlandsområdene til havet, selv om det ikke er en forbindelse farbar for båter.

Historisk henger kanalen nøye sammen med de store skogsområdene langs grensen, som i århundrer har levert tømmer til videreforedling og eksport via Halden. Tistedal og Halden var blant Norges aller første industristeder, og sto for en betydelig del av eksporten før dampmaskiner og elektrisitet ble innført. Dette var bare mulig ved å utvide tilgangen til tømmer etter hvert som skogen nær kysten ble uthogd. Den omfattende kanaliseringen av vassdraget ble påbegynt midt på 1800-tallet, og gjorde at områder helt opp mot Hedmark ble knyttet til det som i dag er regionalparkens område. Også Rømskog og Setskog ble knyttet opp mot vassdraget ved at tømmeret ble fløtet via Sverige og dratt et lite stykke over land ved Otteid i Marker, før det igjen ble fløtet det

siste stykket til Halden. Mange av kulturminnene i regionalparken er knyttet til hogst, fløting og utnyttelse av trevirket.

En annen viktig del av historien er knyttet til grensen mot Sverige. Da Bohuslän gikk tapt i 1658, ble Halden grenseby og fikk sine sterke befestninger, særlig på Fredriksten. Fra denne tiden og helt fram til unionsoppløsningen i 1905 ble det anlagt en rekke grensebefestninger. Også under okkupasjonen 1940-45 var grenselandet arena for mye minneverdig aktivitet.

Regionalparken har tatt navn etter Haldenkanalen, fordi dette er det mest storslagne kulturminnet i området, og arena for mye spennende aktivitet. Under denne merkevaren hører også de andre aktivitetene i området hjemme, også de som ligger et stykke borte fra selve kanalen og vannstrengen. Regionalparken omfatter et geografisk avgrenset landskapsområde med felles kultur og identitetsgrunnlag, og med et stort potensial til verdiskapende aktivitet på dette grunnlag. Dette beskrives grundig i landskapsressursanalysen.



## Regionalparkens arbeid

Regionalparken vil som det framgår av denne strategiplanen i første treårsperiode ha fokus på følgende strategier:

### Merkevare

- Forankre merkevaren Haldenkanalen
- Bygge en samlende identitet basert på felles historie
- Aktiv informasjon, kommunikasjon og markedsføring

### Opplevelsesnæring

- Bidra til å skape flere attraktive produkter
- Styrke kompetanse
- Benytte Haldenkanalens artsmangfold som grunnlag for verdiskaping
- Utnytte Fredriksten festnings markedsposisjon
- Utrede forbindelsen Haldenkanalen-Dalslands kanal

### Stedsutvikling

- Bygge fellesgoder og god infrastruktur
- Øke tilgjengelighet og knytte sammen møteplasser

### Primærnæring

- Mobilisering i forhold til etablering av nye bygdenæring
- Aktivisere regionen i forhold regional matkultur
- Etablere samarbeid for god landskapspleie
- Bidra til økt verdiskaping i forhold til jakt og fiske

Regionalparken vil i det innledende arbeidet konsentrere seg særlig om følgende geografiske fokuspunkter; **Ørje, Skulerud, Rømskog, Strømsfoss og Tistedal.**

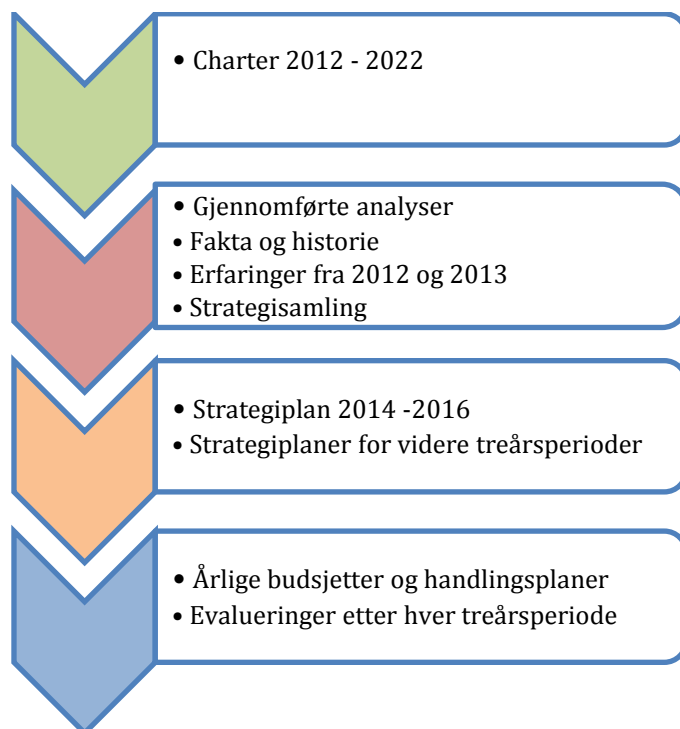
Vi vil ta utgangspunkt i det samarbeidet som allerede er opparbeidet og bidra til at samlet resultat blir bedre. Det skal utarbeides konkrete handlingsplaner for hvert av disse stedene, der de valgte strategier blir tatt hensyn til og konsentrert geografisk. En slik plan vil beskrive det som er og de kvaliteter som finnes, skissere nye tiltak og foreslå handlingsplan.

En sterk merkevare for opplevelser og produkter som selges med kanalen som bakteppe og en langsiktig satsing på stedsutvikling, opplevelsesnæring og primærnæring, skal gjøre Haldenkanalen en av de mest lønnsomme og trivelige regioner i Norge!



## (KAP 2) Mål og premisser for arbeidet

Dette er regionalparkens første 3-årige strategiplan. Nedenfor gjennomgås kort de viktigste føringene for planen. Charteret har målformuleringer for det enkelte innsatsområde og målene for strategiperioden er formulert med utgangspunkt i disse. De valgte strategier bygger på analysene som er utarbeidet. Innholdet under noen av overskriftene<sup>1</sup> er utarbeidet i samarbeid med aktørene i regionen gjennom strategiprosessen. Strategien bygges på det 10-årige charteret og legger rammene for en treårsperiode i første omgang. I tillegg utarbeides årlige handlingsplaner og budsjett.



### Visjon

***Langs Haldenkanalen er det et lønnsomt næringsliv og et rikt kulturliv, basert på naturen, spisset kompetanse og småsteder hvor folk ikke bare bor, men lever!***

### Formål

Formålet med Regionalpark Haldenkanalen er å skape økt samarbeid om ivaretagelse og utvikling av natur- og kulturverdier langs Haldenkanalen. Dette som grunnlag for nærings- og stedsutvikling.

Dette betyr at vi i regionen ønsker større aktivitet, mer besøk, flere bedrifter og økt bolyst basert på de natur- og kulturverdiene vi har.

<sup>1</sup> Viktige begreper, grunnleggende tilnærming, regionalparkens rolle og kritiske suksessfaktorer



## Mål

Mål for arbeidet i Regionalpark Haldenkanalen er:

1. Bidra til å skape samarbeidsplattformer mellom alle interessenter i utvikling av opplevelsesnæringene og stedsutvikling langs Haldenkanalen
2. Bidra til lokal medvirkning i forhold til ivaretagelsen og videreutviklingen av natur- og kulturverdier som grunnlag for opplevelsesproduksjon
3. Bidra til ivaretagelse og videreutvikling av særpregede natur- og kulturverdier, samt sørge for utvikling av kommersielle tilbud med basis i disse
4. Bidra til bærekraftig verdiskaping

I samarbeid med aktørene i regionen har styret for Regionalparken valgt følgende tilnærming:

- Oppdraget handler først og fremst om å få flere mennesker inn i området, og til å benytte tilbudene, - både lokalbefolkning og besøkende
- Tilnærmingen gjør at reiseliv og opplevelsesnæringer blir viktig. Det er sammenheng mellom målene «et godt sted å bo» og «et godt sted å besøke», og utvikling av fellesgoder blir hensiktsmessig og effektivt i forhold til verdiskapingen, jmf rapporten fra Telemarksforskning «Duett eller duell»
- Oppgaven blir å tenke på Regionalpark Haldenkanalen som et **opplevelsesrom**; en må tenke helhet og utvikle tilbud både langs kanalen og på vannet, både i kanalens nærhet og i andre deler av de kommunene som er med
- Regionalpark Haldenkanalen og de offentlige aktørene skal legge forholdene til rette for økt virksomhet, og skape oppslutning om planer og tiltak. Aktørene må selv ta ansvar for sin virksomhet
- Etterspørselen etter tilbud i området er for lav i dag. Regionalparken Haldenkanalen må sammen med aktørene styrke attraksjonskraften og øke forventningene i markedet

### Viktige begreper

- Bærekraft er definert som å ivareta både natur/kultur/miljø, lokalsamfunn og økonomi. Dette betyr at man må balansere disse ulike interessene i alle tiltak, noe som er utfordrende, men en viktig impuls til nyskaping og utvikling
- Verdiskaping - i forbindelse med Regionalparken benyttes begrepet primært om økonomisk verdiskaping
- Stedsutvikling og reisemålsutvikling – begge deler handler om tilrettelegging på stedsnivå. Reisemålsutviklingen er imidlertid rettet mer spesifikt mot de tilbudene og den delen av stedet/lokalsamfunnet som er viktige for de tilreisende og for å kunne utvikle et bærekraftig reiseliv
- Opplevelsesnæring er produksjon av varer og tjenester som gir opplevelse i en eller annen form

## Innsatsområder

Regionalparken Haldenkanalen har valgt følgende innsatsområder for sitt arbeid:

- merkevarebygging
- opplevelsesnæringen
- stedsutvikling
- primærnæringen

## Hovedstrategier

Hovedstrategiene for Regionalpark Haldenkanalen er å:

- utvikle en sterk felles identitet og merkevare
- forankre utviklingsarbeidet i lokal forvaltning og i det lokale næringslivet
- utvikle et rikt reiseliv og kulturtilbud
- oppnå resultater gjennom samarbeid på tvers av kommune- og fylkesgrenser, og mellom næringer og sektorer

## Kunnskap og underlagsmaterieil

I tillegg til de nasjonale føringene foreligger det en rekke dokumenter som har tjent som underlagsmaterieil for strategien. De viktigste er:

- Charteret (samarbeidsavtale) for perioden 2012-2022
- Landskapsanalyse (Aurland Naturverkstad)
- Næringsanalyse (Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning)
- Merkevarestrategi (Odin Media)
- Oppsummering av strategisamling (Mimir as)
- Oppsummering og erfaringer fra 2012 og 2013



## Faktorer som er avgjørende for gjennomføringen

Faktorene beskrevet nedenfor vil være avgjørende for hvordan startegien lykkes og hvilken tyngde regionalparken får som organisasjon.

Risikofaktor	Beskrivelse	Handling
Struktur	<ul style="list-style-type: none"> <li>- stor mengde forskjellige prosjekter og aktiviteter som trenger å koordineres kan både av kommunene og aktørene oppleves vanskelig å forholde seg til</li> <li>- manglende tydelighet i strategiene kan vanskeliggjøre resultatoppnåelse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konsentrasjon om få, men tydelige innsatsområder</li> </ul>
Samarbeid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- regionalparken kan oppfattes som en konkurrent i forhold til oppgaver, finansiering og oppslutning fra bedriftene</li> <li>- samarbeid er avgjørende for felles målforståelse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- en rolleavklaring som gir klar ansvarsfordeling mellom regionalparken, destinasjonsselskapene og andre aktører</li> </ul>
Forankring	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jobbingen må ha politisk og administrativ forankring i kommunene</li> <li>- forankring må føre til forpliktelse i forhold til ressurser</li> <li>- manglede forankring gir dårlig oppslutning og vilje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prioritere dialog med kommunene, på alle nivåer</li> <li>- avklare økonomisk forpliktelse og vilje til innsats</li> <li>- tydeliggjøre arbeid og resultater for næringsdrivende, innbyggere og hytteeiere</li> <li>- må forankres hos de innbyggere, næringsdrivende, hytteeire, lag og foreninger</li> </ul>
Organisering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- arbeidet må organiseres slik at det ivaretar både nærheten til brukerne og kravet til samarbeid med de øvrige aktører</li> <li>- koordinering og rolleavklaring i forhold til aktivitetene blir svært viktig</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- utarbeide tydelig organisasjonsplan og rollefordeling</li> </ul>
Informasjon	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aktørene må gis tilfredsstillende informasjon om arbeidet og det må kunne vises til resultater både på kort og lang sikt</li> <li>- positiv markedsføring må etterstrebes</li> <li>- felles identitet, samhold og stolthet er en forutsetning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kommunikasjonsplan</li> <li>- vise fram konkrete resultater</li> <li>- ambassadørprogram og informasjonsaktiviteter</li> </ul>
Ressurser	<ul style="list-style-type: none"> <li>- både økonomien i selve regionalparken og tilgangen på økonomisk virkemidler til tiltak vil være viktige elementer for å lykkes</li> <li>- kommunenes økonomi vil kunne påvirke deltakelse og engasjement og samtidig gjøre forutsigbarheten dårlig</li> <li>- administrasjon med tilpasset størrelse og kompetanse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisasjonen må vise resultater ut fra den til en hver tid tilgjengelige ressurstilgang.</li> <li>- endre ambisjonsnivået og antall satsingsområder</li> <li>- drive påvirkning for å vise behovet av regionalparken</li> </ul>
Resultater	<ul style="list-style-type: none"> <li>- manglende resultater som gir liten entusiasme og oppslutning</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- må sikres et minimum av salgbare produkter av god kvalitet</li> <li>- Synlige tilretteleggings- og skjøtselstiltak/fellesgoder</li> <li>- Store ambisjoner</li> </ul>

## (KAP 3) Regionalparken som organisasjon

### Samarbeidsavtale mellom kommunene 2010-2020

Charteret for Regionalpark Haldenkanalen er en 10-årig plan for lokalsamfunnsutvikling for området som inngår i samarbeidet. Regionalpark Halden skal legge til rette for en langsiktig og målrettet steds- og næringsutvikling bygd på regionens natur- og kulturverdier.

Prinsipper for organisering av Regionalpark Haldenkanalen:

- Bygge på en videreutvikling av det samarbeidet som er etablert gjennom Haldenvassdragets Kanalselskap
- Sikre politisk innflytelse og skape engasjement.
- Etablere forpliktende samhandlingsarenaer og avtaler med næringslivet og aktuelle organisasjoner
- Sikre god kobling til det utviklingsarbeidet som foregår i kommunene
- Bygge nettverk på fylkesnivå og nasjonalt
- Være beslutningsdyktig
- Være fleksibel og omstillingsdyktig
- Ha kompetanse og økonomi som RH til en attraktiv og foretrukket samarbeidspartner

### Organisasjonens oppbygning



## Regionalparkadministrasjonen

Prosjektleder/koordinator er ansatt i regionalparkadministrasjonen. For øvrig vil prosjektadministrasjonen bestå av ressurser i kommunene/prosjekter som i dag naturlig har som arbeidsområder nærings- og stedsutvikling langs Haldenkanalen.

Regionalparkens viktigste oppgave vil være å koordinere og synliggjøre, markedsføre og bidra til å videreutvikle det som er felles ressursgrunnlag og særpreg. Parken skal også være en tilrettelegger for tiltak rettet mot steds- og næringsutvikling, landskapsskjøtsel, bolyst osv. Administrasjonen skal koordinere og stimulere til tiltak som bygger oppunder dette.

Regionalparkadministrasjonen må sikres nødvendige administrative og økonomiske ressurser for å gjennomføre de tiltak som styret vedtar. Tilstrekkelige ressurser vil være avgjørende for å oppnå resultater. Styret utarbeider et ansvars- og delegeringsdokument knyttet til gjennomføring av handlingsplanene.

## Regionalparkens rolle

Regionalparkens rolle kan oppsummeres slik:

- Gjøre kanalen og regionalparkområdet mer attraktivt gjennom systematisk merkevarebygging knyttet til kanalen som fyrtårn – slik at aktørene kan drive markedsføring og salg av konkrete tilbud mer effektivt, og innbyggerne bli mer stolte av regionen
- Bidra til utvikling av reiselivsmessig god infrastruktur og sammenheng i tilbudene knyttet til kanalen
- Bidra til å utvikle andre fellesgoder som enkel tilrettelegging og skjøtsel for ferdsel i naturen med bl.a. skilting og merking for vandring, sykling, rulleski og ferdsel på vann (jmf. [www.merkehandboka.no](http://www.merkehandboka.no)). Videre kompetanse, kvalitetssikring, informasjon med mer. Dette skjer i samarbeid med kommuner og andre aktører.
- Skape muligheter for og oppslutning om samarbeid mellom aktørene – dvs tilrettelegge, skape møteplasser og tilføre kompetanse
- Sikre helhet og tyngde for bærekraftig utvikling langs kanalen, gi kommunene og aktørene tyngde overfor myndigheter og andre bidragsyttere til regional utvikling.
- Legge til rette for at resultater i størst mulig grad oppnås gjennom andre
- Skaffe økonomiske virkemidler gjennom private og offentlige ordninger innenfor parkens virkeområde

## Nettverk og samarbeid

### Strategier for administrasjon, nettverk og samarbeid:

- Regionalpark Haldenkanalen skal ikke overta innsats og prosjekter fra andre, men fungere som en kompetansebank og koordinator slik at en reduserer dobbeltarbeid og får bedre resultater.
- Destinasjonsselskapene og øvrige kompetansemiljøer skal benyttes aktivt i gjennomføring av prosjekter og aktiviteter i regi av regionalparken
- Samarbeidet mot Sverige skal videreutvikles for å dra nytte av de tilbud og den markedsadgang som regionen på svensk side har, samt den mulighet som dette gir til finansiering gjennom Interreg og EU
- En viktig oppgave er å skaffe ekstern finansiering til ulike tiltak for å fremme parkens hovedmål om økt besøk og verdiskaping
- Regionalpark Haldenkanalen skal samarbeide aktivt med andre regionalparker og med Norske Parker som paraplyorganisasjon
- Etablere samarbeid og utvikle felles prosjekter med kompetansemiljøer innen relevante fagområder (eks. UMB, HiØ, OFF, STØ). Benytte studentoppgaver som kilde til ny kunnskap og økt kapasitet i egen organisasjon

#### Viktige samarbeidspartnere

- Destinasjonsselskapene
- Utmarksavdelingen for Akershus og Østfold
- Haldenvassdragets Kanalselskap
- Haldenvassdragets Brugseierforening
- Vannområde Haldenvassdraget
- Østfold Reiseliv
- Lokale og regionale prosjekter og programmer
- Næringsorganisasjoner
- Lag og foreninger

## Økonomi

Regionalparken har en vedtatt grunnfinansiering på kr 2,5 mill pr år.

Finansiering	År 1	År 2	År 3
Halden	350 000	350 000	350 000
Aremark	250 000	250 000	250 000
Marker	250 000	250 000	250 000
Rømskog	150 000	150 000	150 000
Aurskog-Høland	250 000	250 000	250 000
Akershus fylkeskommune	250 000	250 000	250 000
Østfold fylkeskommune	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Øvrig off støtte, bl.a. KR, IN, MD	2 500 000	2 500 000	2 500 000
<b>Sum</b>	<b>5 000 000</b>	<b>5 000 000</b>	<b>5 000 000</b>

I tillegg søkes det prosjektfinansiering på et tilsvarende beløp, slik at budsjettet ramme pr år er ca 5 mill. Arbeidsinnsats fra kommuner og næringsdrivende kommer i tillegg.

### Strategier for økonomi

- Styret vedtar årlig budsjett og handlingsplaner ut fra tilgjengelige ressurser
- Regionalparkens administrasjon skal ha god kjennskap til de finansieringsmuligheter som finnes i forhold til aktuelle utviklingsprosjekter  
Parken skal aktivt søke prosjektfinansiering der det er mulig, nasjonalt og internasjonal (Aktuelle kilder kan være Innovasjon Norge, fylkesmannen, Interreg, EØS-midler, utviklingsavtale, regionalt partnerskapsfond, ulike departement mm)
- Regionalpark Haldenkanalen skal til en hver tid ha prosjekter som gir god uttelling i det nasjonale verdiskapingsprogrammet for lokale og regionale parker

#### **Merkevarestrategi**

Det er utarbeidet en merkevarestrategi som sier at regionen spesielt skal utvikle produkter og konsepter til dem som ønsker «aktive naturopplevelser», «kulturell utforskning», «kulturell underholdning», «tid med hverandre», «i ett med natur og kultur»

#### **FORDELER**

Tid med hverandre, opplevelser nære på naturen, rikere kulturopplevelser

#### **VERDIOPPLEVELSE**

Får meg til å føle frihet, glede, tilhørighet og samhold.

#### **MERKEPERSONLIGHET**

Ekte, positiv, inkluderende, mangfoldig, raus, livsnerve.

#### **ESSENS**

Fordi engasjerte folk tilbyr opplevelser som *setter positive spor*

Disse prioriteringene og verdiene legges til grunn for både profilering, utviklings- og opplæringstiltak slik at man sikrer at kundens opplevelser er i tråd med, eller helst overgår, forventningene.

## (KAP 4) Strategiplan for innsatsområdene 2014-2016

Målene for det enkelte innsatsområde er beskrevet i charteret. Strategiplanen sier hva vi skal gjøre for å oppnå målsettingene. En strategi er en plan av handlinger med den hensikt å nå et spesifikt mål. Strategiene handler mer om hva som skal gjøres enn om hvordan noe skal gjøre. Hvordan og i hvilket økonomisk og personellmessig omfang det skal utføres, vil framgå av de årlige handlingsplanene. Her vil og også indikatorer på måloppnåelse beskrives.

*I den første strategiperioden har vi valgt å prioritere utvikling av opplevelsestilbud og fellesgoder. Det vil si at arbeidet for innflytting og styrking av øvrig næringsliv først kan trappes opp noe senere i parkens tiårige planperiode. Den tradisjonelle delen av primærnæringen prioriteres heller ikke i den første perioden, men i neste.*

Det prioriterte markedet vil i første omgang være nærområdene, det vil si områder som ligger innenfor 1,5 times biltur fra regionen.

Disse valgene vil imidlertid ikke være til hinder for at regionalparken i særskilte tilfeller kan engasjere seg utenfor disse avgrensningene.

Nedenfor gjennomgås strategiene for hvert enkelt innsatsområde:

### A. Merkevaren Haldenkanalen

#### Mål for strategiperioden:

Haldenkanalen skal fremstå som en sterk merkevare som skaper felles identitet i hele regionen.

- Etablere et solid og markedsbasert fundament for merkevaren Haldenkanalen
- Styrke attraksjonskraften til Haldenkanalen som arena for opplevelser, og utnytte alle muligheter for å forbedre de tilbud opplevelsesnæringen og andre langs kanalen med troverdighet kan levere
- Få fram de felles kjennetegn og utviklingsmål for områdene ved Haldenkanalen og tydeliggjøre hvilke behov i markedet vi skal tilfredsstille
- Få innbyggere, markedsaktører og myndigheter til å identifisere seg med merkevaren Haldenkanalen, og benytte den i markedsføring og kontaktarbeid

Innsatsområdet merkevarebygging er ikke bare et eget innsatsområde, men også et paraplyområde som går inn i alle de andre innsatsområdene. Det er vurderes som meget viktig å prioritere det høyt i oppbyggingsfasen av Regionalpark Haldenkanalen.

#### Strategier knyttet til innsatsområdet

##### 1. Forankre merkevaren Haldenkanalen

Legge til rette for og skape oppslutning om utstrakt bruk av merkevaren Haldenkanalen og formidle dette til andre, og gjennom det skape tilhørighet og stolthet. Skape et godt forhold til innbyggerne gjennom lokal forankring. Gi aktørene et godt grunnlag for



samarbeid, som gir troverdighet og tyngde. Dette må gjøres systematisk gjennom informasjonsmøter, arrangement og andre tiltak. Vi vil involvere lokalbefolkningen gjennom en kampanje med tittelen «Kanalen vår»

## **2. Bygge en samlende identitet basert på felles historie**

Sammenstilling av eksisterende dokumentasjon i form av tekst, bilder, illustrasjoner, lyd og film, samt produksjon av nytt materiell der det er nødvendig. Bruke felles lokal og regional historie til å bygge samlende identitet; vassdrags- og kanalhistorie, grense- og krigshistorie. Utvikle skolepakker for skolene i regionalparken. Tilby aktiviteter til barnehager i regionalparken

## **3. Aktiv informasjon, kommunikasjon og markedsføring**

Som grunnlag for videre markedsføring og gjennomføring av tiltak utarbeides en *Kommunikasjonsplan* som viser hvordan Regionalpark Haldenkanalen skal profilere seg innad og utad, hvilke ulike tiltak som bør gjøres (arrangement) og hvilke ulike kanaler som skal benyttes til informasjon og markedsføring. Regionalpark Haldenkanalen skal settes på kartet slik at næringsaktørene gis mulighet for vekst og utvikling og kanalen får en sterkere stilling i folks bevissthet.



## B. Utvikling av opplevelsesnæringene

### Mål for strategiperioden:

Regionalparken skal bidra til at det utarbeides sterke produkter som kan fremstå som fyrtårn for regionen. Regionalparken skal legge til rette for at nye og eksisterende tilbydere får dekket sitt behov for kompetanse og gis tilgang til markedskanaler som kan øke etterspørselen.

### Strategier knyttet til innsatsområdet:

#### 1. Bidra til å skape flere attraktive produkter

Regionalparken skal ta en ledende rolle i utvikling av nye tilbud og være en pådriver for å gjennomføre arbeidsmøter og utviklingstiltak. Regionalparken skal etableres som en attraktiv samarbeidspart for aktørene, men som setter krav til aktørene. Kvalitativt gode opplevelsestilbud skal stimuleres og premieres. Regionalparken skal kunne ha mulighet til å kvalitetssikre de tilbud som inngår i parken slik aktørene og deres produkter hever merkevaren.

Med utgangspunkt i regionens fortrinn, bidra til å utvikle konkrete produkter og produktpakker i forhold til utvalgte markedssegmenter (gjelder både nye og eksisterende):

- med utgangspunkt i barn/familie
- med utgangspunkt i passasjerbåttrafikk
- naturbaserte aktiviteter som jakt, fiske, sykling, vandring, padling
- tematiserte opplevelser knyttet til livsstil og kultur som helse, mat, kunst osv

Regionen trenger et minimum av bookbare og forutsigbare helårsprodukter av høy kvalitet. Regionalparken skal bidra til at produkter kvalitetsmerkes og at de aktører som ønsker å satse blir gitt forutsetninger for det. Utviklingen må gjøres av eller i nært samarbeid med destinasjonsselskapene.

#### 2. Styrke kompetanse

Vi skal utarbeide og gjennomføre et kompetanseprogram som bidrar til profesjonalisering av regionens aktører. Tilbyderne av opplevelser må få nødvendig kompetanse for å bygge gode produkter. En viktig oppgave er å motivere for godt vertskap, eierskap og tilhørighet. Kompetanseoppbygging er ett av regionalparkens hovedinnsatsområder. Regionen skal tilby kvalitativt gode produkter av profesjonelle aktører. Regionen skal fremstå med attraktive opplevelser, godt vertskap og høy gjestetilfredshet. Dette vil for eksempel vil kunne gjøres med utgangspunkt i Haldenskolen eller tilsvarende.

#### 3. Benytte Haldenkanalens arts mangfold som grunnlag for verdiskaping

Det store arts mangfoldet i regionen skal benyttes som ett av utgangspunktene for kommersielle produkter for innbyggere, tilflyttere, hytteeiere og besøkende. Vi vil satse på opplevelser gjennom læring, dvs bruke forskning og undervisning innen biologisk mangfold og vannforvaltning som grunnlag for opplevelser og verdiskaping. De naturgitte forutsetningene som finnes i vassdrag og våtmarksområder skal utnyttes bedre. Regionen har en mengde naturreservat som kan benyttes i denne sammenheng.

Ørje Brug og Kanalmuseet vil være ett av de naturlige utgangspunktene for å slik utvikling.

#### **4. Utnytte Fredriksten festnings markedsposisjon**

Vi vil bruke Fredriksten Festning i et aktivt arbeid med merkevarebygging og produktutvikling av kanalen, og lage forslag for å markedsføre regionalparkområdet overfor flest mulig besøkende til Fredriksten. Presentere festningen som del av regionalparken i merkevarebyggingen. Bruke samarbeidsplattformen til å lage opplevelsespakker der arrangementer på festningen knyttes sammen med andre tilbud langs kanalen.

#### **5. Haldenkanalen-Dalslands kanal**

Det er tidligere gjort flere utredninger om mulighetene for å kytte sammen Dalslands Kanal og Haldenkanalen via en eller annen transport mellom Østre og Vestre Otteid. Dette vil kunne ha positive effekter for begge kanaler med hensyn til kundegrunnlag og gode produkter. Regionalparken vil sammen med Kanalselskapet søke samarbeid mot svensk side for å kunne få en endelig avklaring av disse mulighetene og hva som skal til for en eventuell realisering.



## C. Stedsutvikling

### Mål for strategiperioden:

Med utgangspunkt i felles historie og identitet skal fellesgoder og infrastruktur utvikles på en måte som øker stedenes attraksjonskraft for besøkende og beboere i regionen. Innfallsportene til området prioriteres i denne sammenheng.

### Strategier knyttet til innsatsområdet:

#### 1. Bygge fellesgoder og god infrastruktur

Vi vil kartlegge og utvikle opplevelsesmessig infrastruktur rundt kanalen – i samarbeid med relevante samarbeidspartnere.

Fellesgoder skal utvikles i samarbeid med kommuner og andre aktører. Med fellesgoder mener vi

- Vertskapsfunksjoner (turistinfo, kart, skilt, guider, mm.)
- Badeplasser og strender
- Atkomst og parkering
- Sykkelstier, tur- og skiløyper
- Naturbaserte utsiktspunkter og attraksjoner
- Forskjønnelse, estetikk og arrangementer
- Internbusser, båt/padle/sykkel-busser
- Tilrettelegging for møter med lokal kultur
- Kompetanse- og kvalitetsforbedringer
- Enkle aktiviteter som ikke er lønnsomme

#### 2. Øke tilgjengelighet og knytte sammen møteplasser

Tiltakene samlet skal bidra til godt samhold og lokal forankring i arbeidet med identitetsbygging . Dette vil gi oss gode lokale ambassadører for Regionalparkområdet. Vi vil bidra til å utvikle attraktive tettsteder som grunnlag for opplevelsesnæring og bolyst.

Det skal utvikles et antall *signalarrangement* som vil kunne gi positiv oppmerksomhet og økt attraksjonskraft. Det skal satses på noen nærmere identifiserte innfallsporter både for lokalbefolkning og tilreisende. Vi må avklare hva disse stedene skal bli gode på. Det må gjøres kvalitetsvurderinger som kan avdekke mangler ift hvordan vi ønsker at disse stedene skal fremstå. En hovedoppgave for regionalparken vil være å styrke attraktiviteten og fjerne manglene i levende miljøer med attraksjoner og møteplasser.

## D. Primærnæring

### Mål for strategiperioden:

Primærnæringen skal bevisstgjøres i forhold til dens rolle som opplevelsesleverandør med mulighet for økt verdiskaping for hele regionen

### Strategier knyttet til innsatsområdet:

#### 1. Mobilisering i forhold til etablering av nye bygdenæringer

Mange opplevelsestilbud er knyttet til gårdsbruk. Det bør stimuleres til videreutvikling av disse produktene og utvikling av nye. Spesielt knyttet til naturbaserte opplevelser og overnatting er det muligheter for flere produkter.

#### 2. Aktivisere regionen i forhold regional matkultur

Samarbeid med fylkesmannen knyttet til Regional Matkultur. Vi vil oppfordre aktører til å benytte lokale produkter og lokale produsenter. Nettverk for lokalmat.

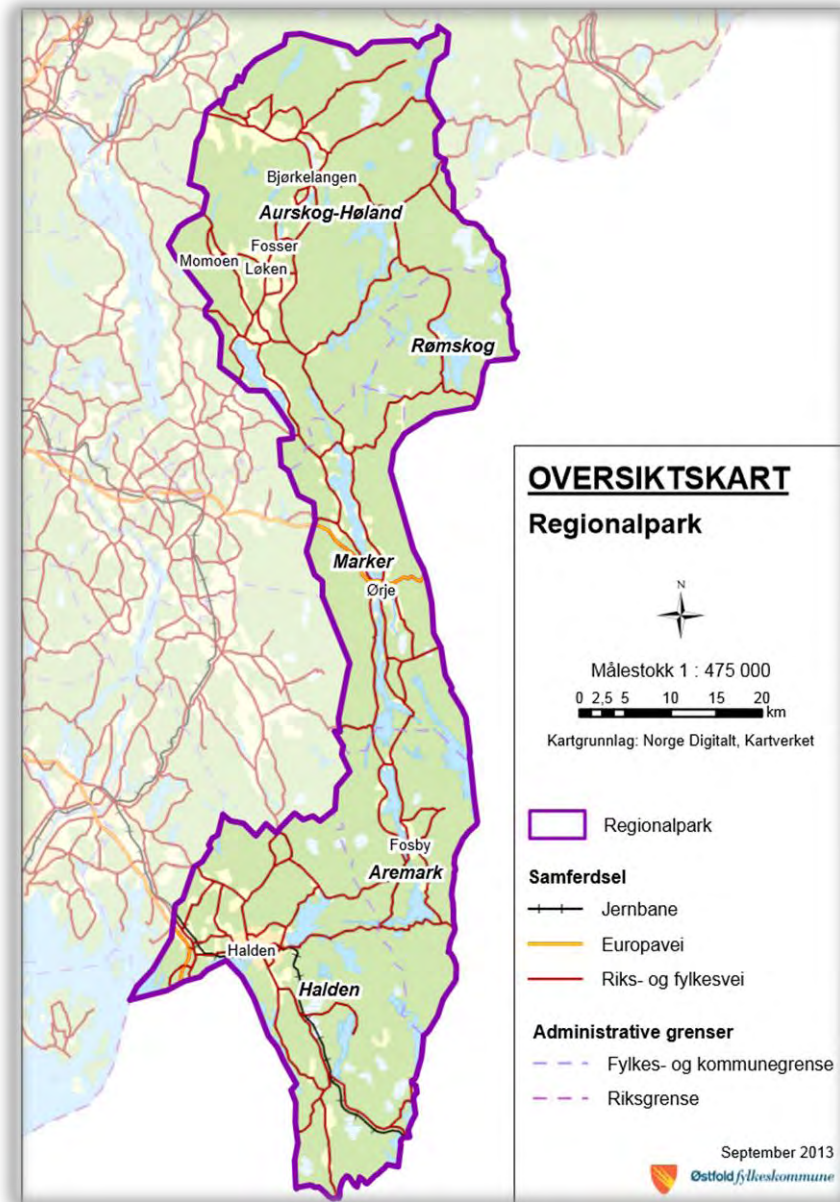
#### 3. Etablere samarbeid for god landskapspleie

Kulturlandskapet er utgangspunktet for de fleste opplevelser. Kanalens synlighet fra veien er avgjørende. Etablering av stimulerende tiltak og ordninger for rydding langs veier skal prioriteres, slik at en oppnår et mer åpent landskap. Regionalparken vil søke samarbeid med veimyndighetene, landbruksnæringen, landbruksmyndighetene, miljømyndighetene og andre for å lansere et nasjonalt pilotprosjekt for landskapspleie og redusert avrenning i vårt område

#### 4. Bidra til økt verdiskaping i forhold til jakt og fiske

Med utgangspunkt i etablerte salgskanaler for fisketurisme, bidra til å utvikle flere produkter av god kvalitet, og vurdere mulighetene for bruk av jaktressursene på samme måte.





## Vedlegg: Oppsummering av analyser og anbefalinger

Innsatsområde	Merkevare	Opplevelsesnæring	Stedsutvikling	Primærnæring
<p><b>Næringsanalyse</b></p> <p><b>Norsk institutt for landbruks-økonomisk forskning</b></p>	<p>Bygg videre på den sterke fellesskaps- og dugnadsånden som bla finnes i lag og foreninger.</p> <p>Bygg en samlende identitet ved å sette fokus på lokal/regional historie i form av felles krigs-, grense- og kanal/vassdragshistorie.</p> <p>Bruke lokale kjendiser og idrettsfolk som ambassadører som snakker varmt om regionen</p>	<p>Regionen har noen unike kvaliteter som ikke kan kopieres av andre; som Fredriksten festning, kanalen med sluser, båttur i skogen, dampbåt-miljø og lokal/region-historie knyttet til kanal-, vassdrag, grense- og krigshistorie.</p> <p>Gjennom å inngå en allianse og samarbeid med Fredriksten festning er det gode muligheter for å friste for eksempel 10 000 av de årlig 300 000 besøkende på festningen til å avlegge minimum et dagsbesøk langs Haldenkanalen.</p> <p>Sats på utvikling av helhetlige pakker i forhold til annonsering, aktiviteter, overnatting, bespisning og handel.</p> <p>Utnytt de naturlige inngangsporter til regionen for å "kanalisere" turister inn i regionalparken.</p> <p>Potensialet til Fredriksten festning Lage rutiner for å markedsføre regionalparken overfor flest mulig besøkende til Fredriksten</p>	<p>Tidligere undersøkelser viser at regionen har stor attraktivitet som bosettingsområde for det urbane Østlandet. Derfor må det iverksettes markedsføring og tiltak innen regionen som boområde, med fokus på de gode oppvekstvilkårene</p> <p>Øke andel tilgjengelige boliger i regionen, det må være variasjon både med hensyn på type boliger, beliggenhet og pris for å tilgodese ulike boliggrupper.</p> <p>Satse på å videreutvikle Bolyst-prosjektet, utvikle til tak som Prøvebo, samt vurdere tiltak som for eksempel bostøtte</p> <p>Sørge for gode fritidsmuligheter. Herunder tiltak for ungdomsmiljø, for eksempel a la Ungdomshuset i Marker.</p>	<p>Få satser på tilleggsnæringer som reiseliv og nisje/småskala matproduksjon. Utnytt alle muligheter for støtte til nettverk på området gjennom f eks Innovasjon Norge.</p> <p>Etabler en gruppe i regionalpark-regi som kobler reiseliv, opplevelse og småskala matproduksjon.</p> <p>Se på muligheter for utnyttelse av skog og trevirke, gjerne i samarbeid med arkitekter og designere. Herunder vri landbruk- og skogbrukslag mer i retning av kvalitet.</p> <p>Identifiser erfaringer hos unge engasjerte bønder i produsentmiljøet for gris og kylling.</p> <p>Sørg for å koble på Fylkesmannen i Østfold og Akershus sine landbruksavdelinger og andre nettverk som for eksempel Norsk Gardsmat, Regional matkultur Akershus og Østfold, Hanen, Bondens Marked og Guldkorn i Østfold.</p>

Innsatsområde	Merkevare	Opplevelsesnæring	Stedsutvikling	Primærnæring
Landskaps-ressursanalyse	Tydelig utviklingspotensial	Haldenkanalens arts mangfold	Fellesgoder og infrastruktur	Jordbruk og lokal mat
	Markedsføring	Opplevelser	Tilgjengelighet og sammenknytting av møteplassene	Ett av Norges beste jordbruksområder
Aurland Naturverkstad	"Haldenkanalen - et eldorado for naturinteresserte!"	<ul style="list-style-type: none"> <li>– verdi for innbyggere, tilflyttere og tilreisende</li> <li>– satsing på forskning og undervisning innen biologisk mangfold og vannforvaltning</li> </ul>	Underbygging av helheten i regionalparken	Spesielle mattradisjoner i forhold til fjærkre
	Merkevarebygging		<p>Tilrettelegging av vei- og stinett</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Skogsbilveier med høy standard</li> <li>– Svakheter i manglende merking og skilting</li> <li>– Riktig balanse i tilrettelegginga</li> </ul> <p>Møteplassene</p> <p>Møteplasser er steder der en opplever kulturen, kan benytte seg av servicetilbud, som er attraktive for innbyggere og gir "trivsel i hverdagen"</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Steder der merkevaren kan tre tydelig fram visuelt, og gjennom vertskap og service</li> <li>– For å nå målet: felles strategi for besøksopplevelse og formidling</li> </ul>	<p>Regionalparken - fasilitator for</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Nettverk</li> <li>– Kultur</li> <li>– Ressurser til felles markedsføring</li> </ul> <p>Skogbruk og innovasjon</p> <p>Skog og tradisjoner for skogsdrift og produksjon av trevirke – viktig ressurs</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Muligheter innen design, arkitektur og konstruksjon</li> <li>– Muligheter innen utvikling av produksjonsutstyr</li> <li>– Koble forsknings- og undervisningssektoren med innovativ næringsutvikling</li> </ul>



Innsatsområde	Merkevare	Opplevelsesnæring	Stedsutvikling	Primærnæring
<b>Mimir – oppsummering av strategi-samling</b>	Merkevarebygging av kanalen – slik at aktørene kan drive markeds-føring mer effektivt	Mobilisere og fasilitere prosesser – dvs tilrettelegge, skape møteplasser, tilføre kompetanse	Utvikle kanalmessig infrastruktur rundt kanalen – i samarbeid med Kanalselskapet	
	Sikre helhet og tyngde – sikre en helhetlig utvikling langs kanalen, gi kommunene og aktørene tyngde ift virkemiddelapparat og premissleverandører	Utvikle kompetanse og arenaer  Vurdere hvilken kompetanse og hvilke nettverk som er nødvendig for å få til et opplevelsesmessig løft	Utvikle andre fellesgoder (skilting, merking, sykkelstier, rulleskiløyper, men også kompetanse, kvalitetssikring med mer) – i samarbeid med kommuner og andre aktører	Identifiser viktige innfallsporter og opplevelsesområder:
	Utvikle et mobilisering /ambassadørprogram for lokalbefolkningen «Vår kanal»	Lage arenaer og tiltak for å få til dette.	Identifisere innfallsporter både for lokal befolkning og tilreisende.	Avklare hva de ulike innfallsportene kan bli gode på, i et opplevelsesperspektiv.
	Bidra til ett fyrtårnsarrangement som setter Haldenkanalen på kartet på en ny måte		Få frem «Mangellappen» ift hvordan vi ønsker at disse stedene skal fremstå	

## Oppsummering og anbefaling videre IPT – løft 2012/13

- |  |        |
|--|--------|
| 1. <b>Bakgrunn:</b> Hvorfor prosjektet?    | Side 1 |
| Godt produkt – liten kjøpsvilje            | Side 2 |
| Ikke for alle                              |        |
| Hvem gjør hva?                             |        |
| 2. <b>Oppsummering:</b> Hva er gjort?      | Side 3 |
| 3. <b>Resultat:</b> Hva oppnådde vi?       | Side 4 |
| Bedre forutsetninger                       |        |
| Økt bevissthet om selv å ta en aktiv rolle |        |
| 4. <b>Anbefalinger videre:</b> Hva nå?     | Side 5 |
- 

### 1. Bakgrunn, hvorfor prosjektet?

Utdrag fra Prosjektskisse:

«De tre kommunene Aremark, Marker og Rømskog ble ansett å ha et stort behov for å kunne utvikle Inn på tunet-tjenester. Kommunene har bare en håndfull aktive tilbydere i dag. Disse kommunene ønsker å gjennomføre et prosjekt for å kartlegge og motivere potensielle aktører innenfor Inn på tunet, samt kartlegge de tre kommunenes egen bruk av slike tjenester og foreslå modeller for videre samarbeid. En del av prosjektet vil også være å vurdere muligheten for å etablere et hovedprosjekt med sterkere satsing på enkelte tilbydere eller elementer.

Med utgangspunkt i overnevnte projektskisse, inngikk Østfold Bedriftsenter avtale med Marker kommune september 2012 om et prosjektlederansvar for følgende oppdrag:

- Mål 1: Å skaffe oversikt over eksisterende tilbydere i de tre kommunene
- Mål 2: Å skaffe en oversikt over potensielle Inn på Tunet tilbydere samt å iverksette enkle tiltak for å motivere disse
- Mål 3: Å øke bevisstheten for kjøp av IPT tjenester hos de tre kommunene

I samråd med prosjekteier Marker kommune ble varighet for oppdraget definert til februar 2013.

#### **Godt produkt – liten kjøpsvilje**

For å nå målet om å motivere potensielle tilbydere, må status for dagens IPT-situasjon kartlegges. I den anledning ble råd, tips og veiledning innhentet fra eksterne aktører:

- Østfold Bondelag: Anne Guro Syversen
- IPT Østfold: Kristine Bergquist
- IPT koordinator hos Fylkesmannen i Østfold: Hege Aae
- IPT tilbydere i grensekommunene: Kristine Bergquist og Niels Langhoff.
- IPT tilbydere utenfor grensekommunene: Bente Vereide, Langholen Gård i Trøgstad

Jo flere innspill som ble innhentet i prosjektet, jo tydeligere ble virkelighetsbildet: behovet for IPT er stor, men dagens tilbydere har store utfordringer med å skaffe kjøpere. Kjøpsviljen er ikke tilstrekkelig tilstede, og kjøpernes budsjetter er hovedbegrensingen. Fra år til år, kommer

spørsmålet hos kjøper – er det penger i år til skoleskyss, eller penger til tilbudet i seg selv? Denne usikkerheten må man som tilbyder må leve med, og dette gjør IPT til en lite forutsigbar næring.

## Hvem gjør hva?

**Østfold Bondelag (ØB):** Har hatt et 3- årig IPT- prosjekt, som nå er avsluttet. Målet har vært å skape et nettverk for potensielle tilbydere i Østfold og kartlegge tilbydere. ØB har nå en liste med i overkant av 20 tilbydere fordelt over hele Østfold. I tillegg har vi en liste over interesserte hvor det befinner seg i underkant av 30 potensielle IPT-tilbydere i Østfold.

**Fylkesmannens landbruksavdeling:** Jobber med utviklings- og tilretteleggingstiltak for å få flere Inn på tunet-tiltak i Østfold. For eksempel kurs, konferanser og å skape ulike møteplasser. Samarbeider med ulike kjøpergrupper, Østfold Bondelag, Innovasjon Norge m.fl. Ring gjerne for en prat om du er interessert i å starte med IPT.

**Inn på tunet Østfold:** Interesseorganisasjon for etablerte IPT-tilbydere i fylket. Har ligget litt i dvale, men prøver å få opp aktivitetsnivået igjen. Har ingen godkjenningsmyndighet.

**Matmerk:** Har ansvar for offentlig godkjenning og oppfølging av IPT-tilbydere. Er i dag 4 stk offentlig godkjente tilbydere i Østfold, ingen i grensekommunene eller Indre Østfold. Vil du bli en offentlig godkjent IPT-tilbyder, får du KLS- revisor på besøk, som tar utgangspunkt i Standard 11.

**Nav:** Har tilbudet Grønt arbeid-tiltak (samarbeid NAV og tiltaksbedrift som Innovi og ASVO). Aktuelle brukere: Dagtilbud yngre personer med demens/ personer med psykiske lidelser og/eller rusproblemer/ skoleelever med spesielle utfordringer/ innvandrere/integrering/ psykisk utviklingshemmede. De eksisterende Grøntarbeid-plassene NAV har i Østfold, er Fretex har 10 plasser på Dillingøy Våler, Delta har 10 plasser på Skjeltorp, Sarpsborg og ASVO har 10 plasser på Blixland, Hobøl

## 2. Oppsummering: Hva er gjort?

**Følgende tiltak er gjennomført for å nå mål nr:**

- *Mål 1: Å skaffe oversikt over eksisterende tilbydere i de tre kommunene*
- *Mål 2: Å skaffe en oversikt over potensielle Inn på Tunet tilbydere samt å iverksette enkle tiltak for å motivere disse*

Når	Hva	Hvor	Mål
15.11.12	Arrangere et bredt, generelt info-møte	Marker	Hva er IPT? En tilbyder forteller
19.11.12	Arrangere et bredt, generelt info-møte	Aremark	Hva er IPT? En tilbyder forteller.
20.11.12	Holde innlegg på årsmøte til Rømskog Bondelag	Rømskog	Hva er IPT? Prosjektleder forteller.
25.-26.01.13	Arrangere IPT: Oppstarts-kurs	Rømskog	Hva må til for å starte med IPT? Innleid kursholder.
28.01.13	Informere om IPT-fagtur	Mail	Spre aktuell IPT info
07.02.13	Informere om IPT-KSL standardkurs på Hvam	Mail	Spre aktuell IPT-info
12.03.13	Sende ut spørreundersøkelse	Mail	Kartlegge behov for bistand videre
03.04.13	Arrangere fag-møte	Marker	En tilbyder forteller om muligheter og begrensninger.

### Kartlegge:

Oversikt over deltakelsen på de ulike tiltakene, listen viser dermed resultat av kartlegging over potensielle aktører.

	Navn 1	Kommune	Status	Info-møte	Kurs	Fagkveld
1	<b>Kristine Bergquist</b>	<b>Marker</b>	<b>Har tilbud i dag</b>	x		X
2	Thomas Kragtorp/ Bakketun	Rømskog	Vurderer oppstart	X		X
3	Leon Sørensen	Marker	Vurderer oppstart	x		X
4	Trine Ulsrød	Aremark	Planlegger oppstart	x	X	X
5	Hanne Margrete Habel	Marker	Vurderer oppstart	x	x	X
6	Jane Henningsmoen	Marker	Vurderer oppstart		x	X
7	Anne og Tor Harald Rørvik	Marker	Vurderer oppstart		x	X
8	Øygun og Lars Stjerne Nodeland	Aremark	Vurderer oppstart	x	x	
9	Runar Solheim/ Lena Engen	Marker	Vurderer oppstart	x	x	
10	Gabriel Grini/Kari Krog	Marker	Vurderer oppstart	x	x	
11	Eldbjørg Solerød	Marker	Vurderer oppstart	x	X	
12	Thor Amund Halvorsrud	Marker	Vurderer oppstart	x	x	
13	Nina Krafft Skolleborg	Aremark	Vurderer oppstart	x	x	
14	<b>Benedicte Bakken/ Langhoff</b>	<b>Aremark</b>	<b>Har tilbud i dag</b>	x		x

### Motivere:

Det er bred enighet om at IPT er en bransje med lite forutsigbarhet og stor risiko. Skal man lykkes som IPT-tilbyder må man «være rette typen». Man må:

- ville det meget sterkt
- være bedriftsleder
- være en dyktig forhandler
- være aktiv lobbyist og ambassadør for sitt tilbud
- være en offensiv selger
- holde ut med lite forutsigbar hverdag
- ha et grunnleggende ønske om å ha en levende gård, og en motivasjon i merverdien som blir skapt på tunet, ut over kronene.

-Jeg hadde en bruker som sluttet pga. kommunens kutt i transport.  
Sagt av eksisterende tilbyder

Er det ikke «full score» på disse punktene hos tilbyderes som person, er det lite trolig at man vil lykkes. Via infomøte, oppstarts kurs og fagkveld, ble det dermed viktig for prosjektet å ikke utelukkende motivere gårdeiere til å bli en tilbyder, men å gjøre de skodd til å ta valget om de i det hele tatt vil satse på bli en IPT-tilbyder eller ikke. Med fokus på å formidle realismen og utfordringene i IPT-næringa, har prosjektet jobbet for å motivere de rette personene til å satse, og med det, samtidig jobbet for å forhindre at personer som ikke har forutsetningene nevnt over satser, risikerer – og taper.

Som ett av flere ledd i å motivere de gårdeierne som har forutsetninger for å lykkes, trekker vi frem råd, anbefalinger og erfaringer fra innleid foredragsholder og IPT tilbyder Bente Vereide som driver Langholen Skolegård i Båstad.

Hun har i dag 6 elever i alderen 8- 16 år, fordelt på 5 elever tir, 4 elever onsdag, 4 elever torsdag og 1 elev fredag. Gårdsleie pr elev. 320,- pr elev, pr dag. Landbrukskontoret bistod i prissetting. Bentes visjon er at hver og en bruker skal bli best mulig egnet til å ta vare på seg

selv. Bente har tatt initiativ til et interkommunalt samarbeid, for å styrke og effektivisere logistikken, og for å få mer ut av kommunenes IPT-kroner. Samarbeidet omhandler felles skyssordning, sammensetning av elever i grupper og ppt-tjenesten. Har med assistenter. 4 dager i uka. 3 assistenter har hver sin dag. Disse er koblet direkte opp mot elevene, men hun selv har det pedagogiske ansvaret.

Bente er utdannet lærer og har grunnfag sosialpedagogikk, personalutvikling og ledelse, grunnleggende IT og Gården som pedagogisk ressurs som etterutdanning. Dette er 12. året som Bente har elever på gården. Bente er ansatt i Trøgstad kommune, og leier ut sin gård pr. elev. Pr. dag. HMS-ansvarlig på Trøgstad som også har ansvaret for Langholen. Bentes råd: For å lande avtaler må du ha et godt rykte, og et godt rykte må du gjøre deg fortjent til. Du må jobbe hardt!

### Følgende tiltak er gjennomført for å nå mål nr:

- Mål 3: Å øke bevisstheten for kjøp av IPT tjenester hos de tre kommunene

	<b>Kjøper dere IPT- tjenester?</b>	<b>Interessant i fremtiden?</b>
Marker – Omsorg Janne Johansen	Vi kjøper ikke noen tjenester i dag.	Ingen konkrete planer, men dette kan være av interesse.
Marker – NAV Marianne Hermanseter	Nei	Jeg tenker at dette er interessant for NAV. Vi har jo hele tiden behov for å utplassere brukere, og mange passer ikke inn på helt ordinære arbeidsplasser. Jeg ser derfor for meg at det å være på gård, kanskje jobbe med dyr osv. vil være ideelt for mange av våre brukere. Jeg kan ikke si noe om omfanget av behov nå, kommer mye an på finansieringen her, tenker jeg. Hvis vi kan bruke Inn på tunet-gårder som praksisplass, så har vi gode muligheter til å benytte oss av et ev. tilbud.
Marker – Skole May Kristin Hattestad	Skolen kjøper pr i dag ingen slike tjenester.	Det kan imidlertid være aktuelt i forbindelse med innføring av arbeidslivsfag på ungdomstrinnet eller knyttet til elever med behov for spesiell tilrettelegging.
Marker – Barnevern Jan Hårstad	Vi bruker personer til besøkshjem.	Veldig bra med mulighet for at barn kan være på gård. Vi bruker jo personer til besøkshjem og en gård kan være veldig flott. Det er dog sjelden vi betaler noe mer enn ks-sats som pr i dag er ca 4-500 i lønn pr døgn pr barn samt 230,- pr døgn i utgiftsdekning. Med den oversikten jeg har pr i dag ser jeg ikke noen aktuelle kandidater, men mulig vi kan finne noen etterhvert? Behovene varierer veldig. Er det ressurspers. så kan det være vi trenger akutt plasser for barn, men det kan være krevende. Problemet for oss er gjerne at en akutt plass blir langt unna.
Aremark – Skole Espen Jaavall	Aremark skole kjøper pr dd et lignende opplegg for en elev en dag pr uke.	Vi vil nok aldri bli noen stor kjøper av slike tjenester, men det er stor sannsynlighet for at en til to elever fra skolen vår vil kunne ha behov for et slikt tilbud en dag pr uke.
Aremark Heidi Hansen	I dag kjøper Aremark kommune; •Dagtilbud på arbeidssenter for psykisk utviklingshemmede •Dagtilbud for psykisk utviklingshemmede på gårdsbruk •Døgntilbud / avlastning for ps. utviklingshemmede	I fremtiden vil Aremark fortsatt ha behov for de tilbudene vi per i dag kjøper. I tillegg vil det være et behov for dagtilbud til hjemmeboende personer med demens, jfr demensplan 2015. Dagtilbud til personer med psykisk lidelse?

### 3. Resultat, hva oppnådde vi?

#### Bedre forutsetninger for personlig veivalg

«Alle» sitter på et produkt som de mener er bra. De som har rett i dette har produktet, men utfordringen er betalingsviljen for deres produkt. Med dette som utgangspunkt er 14 gårdeiere mobilisert, og prosjektet har gitt disse et solid grunnlag som er avgjørende når de selv skal ta valget om de vil satse eller ei, via informasjon, bakgrunnsmateriell, råd og erfaringer.

#### Økt bevissthet om å ta en aktiv rolle som tilbyder

Fra prosjektets start møtte flere gårdeiere opp men en holdning «Hvilke kjøpere kan prosjektet gi oss». I løpet av prosjektet har dette blitt vendt mer til «Nå har jeg lært hvordan jeg selv må gå frem for å selge meg inn».

En etablerersøknad er sendt inn fra hver av de deltagende kommunene. Prosjektleder mener gode resultater er oppnådd på 2 av 3 mål:

- *Mål 1: Å skaffe oversikt over eksisterende tilbydere i de tre kommunene*
- *Mål 2: Å skaffe en oversikt over potensielle Inn på Tunet tilbydere samt å iverksette enkle tiltak for å motivere disse*

- Jeg tenker at den beste løsningen for meg er å forbli ansatt på skolen, og evt. kombinere lærerjobb med IPT-tilbud. Det virker for usikkert å satse selvstendig slik markedet er i dag.  
- Sagt av potensiell tilbyder

### 4. Anbefalinger videre, hva nå?

Her skisseres 3 alternativer, som i kombinasjon eller hver for seg kan danne grunnlag for videre fremdrift. De tre alternativene gjenspeiler ulik grad av aktivitet, der alternativ 1 krever minst oppfølging og aktivitet, og alternativ 3 mest.

#### Alternativ 1. – Å sikre et minimum av oppfølging til potensielle tilbydere

##### Løpende informasjon til tilbydere:

- Inngå et uforpliktende samarbeid med Østfold Bondelag. ØB vil selv med et avsluttet IPT-prosjekt, fortsette å sende ut IPT-nyheter på mail til sitt IPT-nettverk. ØB er forespurt, og de er positive til, kostnadsfritt å inkludere aktørene fra grensekommunene i sin e-postliste. Dermed får de mobiliserte aktørene et minimum av oppdateringer via mail, om nyheter fra IPT sentralt hold, IPT Østfold og LMD, knyttet til temaer som kurstilbud, IPT-KSL, anbudsregler mm.

**Bedriftsnettverk:** Til de som utvikler tjeneste: Anbefale å bli medlem i IPT Østfold.

**Individuelt tilbud:** Bistå med søknader, til de som oppsøker landbrukskontoret.

*Organisering: IPT prosjektet avvikles, og et minimum av oppfølging sikres ved tiltakene nevnt over.*

#### Alternativ 2. – Å sikre oppfølging av potensielle tilbydere

##### Løpende informasjon til tilbydere

- Inngå samarbeid med Østfold Bondelag (ØB). Se over.

##### Utforme IPT-guide

- Guide-hefte: Hvem kan jeg kontakte i min kommune, oversikt potensielle kjøpere man kan kontakte.
- Produsere en oversikt over potensielle tilbydere og distribuere oversikt til aktuelle nøkkelpersoner (rektor, ppt, barnevern).

#### **Bedriftsnettverk**

- Til de som utvikler tjeneste: Anbefale å bli medlem i IPT Østfold.
- Til de som vurderer å utvikle tilbud: Arrangere 1 årlig fagtur/fagmøte, i samarbeid med Østfold Bondelag. Dermed sikres en direkte oppfølging av aktørene, og de er sikret en årlig treff som kan bli limet i et IPT-nettverk.

*Organisering: Et IPT hovedprosjekt opprettes, med definerte oppgaver som å gjennomføre 1 stk fagtur/møte og å produsere en IPT-guidehåndbok. IØU IKS er positiv til å ha det hele og fulle ansvar for disse oppgavene.*

**Alternativ 3.** - En aktiv rolle videre, rettet mot kjøpere og oppfølging av nettverk.

#### **Løpende informasjon til tilbydere**

- Oppsøke IPT-nyheter, og maile ut dette som nyhetsbrev til IPT- gruppa.

#### **Utforme IPT-guide**

- Guide-hefte: Hvem kan jeg kontakte i min kommune, oversikt potensielle kjøpere man kan kontakte.
- Produsere en oversikt over potensielle tilbydere og distribuere oversikt til aktuelle nøkkelpersoner (rektor, ppt, barnevern).

#### **Bedriftsnettverk**

- Til de som utvikler tjeneste: Anbefale medlemskap i IPT Østfold.
- Til de som vurderer å utvikle tjeneste: Arrangere 2 årlige fagturer/fagmøter, i samarbeid med Østfold Bondelag. Dermed sikres en direkte oppfølging av aktørene, og de er sikret to årlige treff som kan bli limet i et IPT-nettverk.

#### **Kjøpere**

- Prioritere jobbing direkte mot potensielle kjøpere. F.eks. å undersøke om det er noen av dagtilbudene via NAV som grensekommunene tilbyr som kunne vært arrangert i samarbeid med et gårdsbruk? Følge opp svar fra virksomhetsledere, da flere sier at det kan være interessant med IPT-kobling i deres virke.
- Prioritere IPT-etableringer generelt, ikke kun/nødvendigvis å jobbe mot offentlig godkjente IPT-tilbydere. En oppstart på et års tid uten sertifisering kan være nyttig læring og tilpassing av tilbudet.

*Organisering: Et IPT hovedprosjekt opprettes, med sterkere satsing på elementene nevnt over. IØU IKS er positiv til å ha det hele og fulle ansvar for disse oppgavene.*

**Prosjektleder anbefaler** at prosjekteier går for alternativ 3. for å nå det som prosjektleder mener er et mål fra prosjektskissen som gjenstår:

*Mål 3: Å øke bevisstheten for kjøp av IPT tjenester hos de tre kommunene.*

Dermed anbefales det at muligheten for å etablere et hovedprosjekt vurderes, med sterkere satsing på mål 3.

# Sluttrapport IPT - løft Grensekommunene

## - Andre prosjektperiode 2013



(foto: Ida Marie Ruud)

Første prosjektperiode:	01.02.12 – 01.02.13
<b>Andre prosjektperiode:</b>	<b>01.07.13 – 31.12.13</b>
Prosjekteier:	Grenserådet
Prosjektleder:	Indre Østfold Utvikling v/ Ida Marie Ruud
Faglig rådgiver for prosjektet:	IPT koordinator hos Fylkesmannen i Østfold, Hege Aae

### Innholdsfortegnelse:

1. Bakgrunn: Hvorfor videreføring i 2013?	Side 1
2. Tiltak: Hva er gjort?	Side 2
3. Resultat: Hva er oppnådd?	Side 3
4. Markedsanalyse fra NILF	Side 4
4.1 Tjenesteutvikling	Side 4
4.2 utfordringer hos tilbyder	Side 5
4.3 Verdikjeden	Side 6
4.4 Suksessfaktorer	Side 6
5. Konklusjon:	Side 7



## 1. Bakgrunn

Opprinnelig prosjektskisse:

«De tre kommunene Aremark, Marker og Rømskog ble ansett å ha et stort behov for å kunne utvikle Inn på tunet-tjenester (...) Disse kommunene ønsker å gjennomføre et prosjekt for å kartlegge og motivere potensielle aktører innenfor Inn på tunet, samt kartlegge de tre kommunenes egen bruk av slike tjenester og foreslå modeller for videre samarbeid.»

Første prosjektperiode gjennomførte tiltak som oppnådde god måloppnåelse innen:

- *Mål 1: Å skaffe oversikt over eksisterende tilbydere i de tre kommunene*
- *Mål 2: Å skaffe en oversikt over potensielle Inn på Tunet tilbydere samt å iverksette enkle tiltak for å motivere disse*

Etter endt prosjektperiode (februar 2013) konkluderte prosjekteier og prosjektleder (PL) med at resultatoppnåelsen for prosjektet ville bli bedre dersom man gjennomførte flere konkrete tiltak innen koblingen kjøper-tilbyder, med utgangspunkt i Mål 3:

*Mål 3: Å øke bevisstheten for kjøp av IPT tjenester hos de tre kommunene.*

I første prosjektperiode ble tydelig at kjøpers økonomi er en begrensende faktor for kobling mellom tilbyder og kjøper. Tiltakene bør derfor konsentreres om det faktum at mange aktører ser behovet for tjenestene, men disse har liten eller ingen betalingsevne/vilje. Som et ledd i dette, gav gårdeierne i prosjektet tilbakemelding om at de ønsket å bli mer kjent med hvem kjøperne er, hvordan de jobber og hvilke behov de har.

## 2. Tiltak: Hva er gjort?

Mål andre prosjektperiode:

- *Å øke bevisstheten for kjøp av IPT tjenester hos de tre kommunene.*
- *Å øke bevisstheten for kjøperens behov hos tilbydere*



**INN PÅ TUNET:** Langholen gård i Båstad er en av få som tar imot besøk.

## Fagdag om næringsutvikling i landbruket

**MARKER:** Inn på tunet er tilrettelagte velferdstjenester på gårder. Grensekommunene ønsker flere med, og inviterer til fagdag torsdag.

- Vi har et prosjekt gående, og flere bønder har vist interesse for å etablere en slik næring. Tjenesten skal gi mestring, utvikling, trivsel, og aktiviteter knyttet opp til går-

den, livet og arbeidet der. De viktigste brukerne er barn og unge, mennesker med rusproblemer, funksjonshemmede og eldre. Nå følger vi opp med ny fagdag der kjøperen av slike tjenester står sentralt, forteller Vidar Østenby, kommunalsjef i Marker.

Behovet for slike tjenester er stort. Inn på tu-

net er et næringsutviklingsprogram regjeringen startet for en del år siden som en del av jordbruksavtalen. Programmet skal skape arbeidsplasser i landbruket.

- I dag har vi kun en håndfull slike gårder i våre tre kommuner, og vi kan ønske oss flere. En av dem som kommer til Ørje torsdag er Arne Mork,

som representerer Aleris. Det er en av Norges største private helse- og omsorgsforetak. De ønsker å se på mulighetene for samarbeid i Indre Østfold, sier Østenby og legger til at alle interesserte er velkomne.

**GERD INGER ERICSON**  
gerd-inger.ericson  
@smaalenene.no  
416 62 365

### Følgende tiltak er gjennomført:

Når	Hva	Mål
Aug.- des.	Fulgte opp enkelthenvendelser fra interesserte tilbydere med informasjon og råd.	Kompetanseheving
	Bistod tilbyder med søknadsprosess (etablererstipend Innovasjon Norge)	Kompetanseheving
17.10.13	Arrangerte fagkveld med tema: Kjøper	Å øke bevisstheten rundt kjøper hos tilbydere
01.12.13	Laget oversikt over kjøpere. Oversikten inneholder kontaktinformasjon, og info om kjøper er privat/offentlig. Listen ble distribuert til tilbydere.	Å øke bevisstheten rundt kjøper hos tilbydere
01.12.13	Lager oversikt over tidligere, eksisterende og interesserte tilbydere. Listen ble distribuert til aktuelle kjøpere.	En tilbyder forteller om muligheter og begrensninger.
Nov. 2013	Lest og videreformidlet innhold i Handlingsplan IPT 2013-2017	Kompetanseheving
Nov. 2013	Lest og videreformidlet innhold i Aktør – og markedsanalyse av IPT (NILF)	Kompetanseheving
Jan/ feb. 2014	Arrangere fagkveld i samarbeid med FMLa v/Hege Aae, tema: Doffin	Kompetanseheving

## 3. Resultat: hva er oppnådd?

### Søknader om etablererstipend

I prosjektperioden har grensekommunene mottatt 5 stk. søknad om etablererstipend, fordelt på 2 i Rømskog, 3 i Marker og 1 i Aremark. Noen av disse hadde trolig blitt sendt uavhengig av prosjektet, andre vet vi er sendt direkte/indirekte som et resultat av motivasjon og kompetanseheving i prosjektet. I tillegg til dette, kjenner man til gårdeiere som er i en påbegynt søkeprosess.

### Kompetanseheving hos gårdbrukere om kjøpers behov

På fagkveld som prosjektet arrangerte 17.10, orienterte tre potensielle kjøpere om sine behov og muligheter. Det var også et bevisst valg at to var fra det offentlige (Barnevern Marker kommune og NAV Marker kommune) og en var privat (Aleris). Gjennom møtet fikk de oppmøtte (15 personer) økt kompetanse og forståelse på kjøperes rolle.

### Oppfølging av henvendelser om IPT generelt

I kraft av prosjektet har det kommet flere direkte henvendelse til prosjekteier, fra potensielle tilbydere som ønsket informasjon og råd innenfor mulig etablering av IPT-tilbud. Ved første-henvendelse, ble det ansett om nyttig at prosjektet bidro med informasjon innen elementære områder som:

- Å være IPT-tilbyder er en livstil
- Som tilbyder er du selv ansvarlig for å selge inn ditt IPT-produkt til kjøper
- Vær bevisst at det er liten grad av forutsigbarhet hos kjøper innen det offentlige

## Nettverk

I kraft av de fagmøter og kurs som prosjektet har arrangert, er det skapt nye relasjoner og nyttig kontakt mellom deltakerne. De har utvekslet erfaringer, informasjon og tips rundt sine fellesinteresser. Ved hver samling har det pågått mange parallelle møter i forkant og etterkant av det ordinære programmet, der planlegging og erfaringsutveksling har stått sentralt. Selv om prosjektet anses som ferdig gjennomført og nå avvikles, kan relasjoner, kontakter og kompetanse etablert i kraft av prosjektet føre til videre resultater.

## Kompetanse hos prosjekteier og PL om IPT sett i nasjonal sammenheng.

Prosjektleder anså det som nyttig og nødvendig å se IPT i en større sammenheng enn grensekommunene. Dette av flere grunner:

- Hva gjøres av tiltak andre steder i landet for å etablere flere tilbydere?
- Hva gjøres av tiltak for å øke kjøpsviljen/evnen hos kjøpere?

Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) har utført en aktør- og markedsanalyse av Inn på tunet-tjenester på oppdrag fra Matmerk. Målet var å kartlegge de involverte aktørene og markedet for å kunne vurdere potensial og hindringer og rapporten var innspill et til handlingsplan for IPT 2013 – 2017.

## 4. Markedsanalyse fra NILF

Her følger utdrag og oppsummering fra rapporten nevnt over:

### 4.1 Tjenesteutvikling

Etterspørselssiden er åpen, gjennomgående positiv, men samtidig passiv og avventende. Det anses at etterspørselssiden ikke er helt klar for å utnytte konseptet og at det bør etableres en felles arena mellom kjøper og tilbyder, for *utvikling* av selve tjenesten. Velferdssektoren i Norge må søke grunnlag for mobilisering av nye ressurser for innovativ tjenesteutvikling.

Samfunnsutviklingen fører til behov for både nye tjenester og nye tjenestearenaer. Dette er *det* som bør drive utvidelsen av IPT-tilbud. Sentrale myndigheter må ta samfunnsutviklingen inn over seg og skape de riktige rammebetingelsene for utviklingen av de nødvendige tjenestene. Rammebetingelser består av lover og regler, bevilgninger, strukturer og politiske mål og retningslinjer som påvirker tjenesteytingen.

Kommunene etterlyser økonomisk handlingsrom for å ta i bruk Inn på tunet i økt grad. Økonomisk stimulans til kommuner som kjøper IPT-tjenester? Utløsende midler (av samme type som bevilgningene til IPT-løftet) for utprøving av nye tjenestemodeller? NAV har utviklet et eget konsept for bruk av gårdsbruk; «Grønt arbeid». Det synes imidlertid å være krevende å sikre videre utprøving, videreutvikling og kunnskapsdeling.

Andre departementer enn LMD og KR D har et generelt engasjement for tjenesteutvikling, men av forståelige grunner lite engasjement for ett bestemt konsept som Inn på tunet. Det er de lokale myndighetene og ytre etatene som NAV kontorer og BUF-etat, som skal mobilisere ressursene og utvikle de konkrete løsningene.

Fortsatt vekst i IPT-næringen er avhengig av at helse- og omsorgssektoren vurderer tilbudene som aktuelle for å løse utfordringer i egen sektor. Landbruksnæringens og -forvaltningens arbeid med å bringe nye ressurser inn i velferdssektoren, kan bidra til innovasjon. På den annen side er dette ingen enkel oppgave for en enkelt gruppe av tjenestetilbydere. Det kan fortsatt ta tid før etterspørselssiden vitaliseres gjennom økt innovasjon i velferdssektoren. Det gir fare for utmatting på tilbudssiden.

Derfor kan den viktigste oppgaven være å fortsette arbeidet med å skape gode eksempler, dokumentere effekter og klargjøre konsepter på tilbudssiden. Stimulanser for utvikling av erfaring og eksempler kan være en rimelig pris for å utløse potensialet i utradisjonelle samfunnsressurser for bedre velferdstjenester. Landbruksressursene kan dermed øke sitt samfunnsbidrag og indirekte kan være medvirkende til at kommunal sektor faktisk realiserer sitt potensial som en mer innovativ velferdsaktør.

## 4.2 utfordringer hos tilbyder

Tilbyder tilhører en næring som tradisjonelt sett ikke produserer velferdstjenester, men som innehar en arena der slike tjenester egner seg godt. Utviklingen av nye tilbud, en prosess som kan beskrives som innovasjon, er ressurskrevende. Også tilbydersiden har behov for ekstra ressurser og tilrettelegging fra aktører med hjelpefunksjoner.

Det er en viss optimisme i landbruksnæringen for IPT, det gir en opplevelse av å fylle meningsfulle funksjoner for sårbare personer, men det er også skuffelser. Det er vanskelig å få langsiktige kontrakter. Etterspørselssiden er kanskje ikke så opptatt av oppnådde resultater som næringen selv hadde håpet. Mange gode ideer har sluknet i en slik overgangsfase, grunnet manglende utholdenhet, svak organisering eller begrenset finansiering.

I en oppstartsfase er det ofte enkeltpersoner med stort, personlig engasjement, og som er villige til å ta en del av oppstarts- og transaksjonskostnadene, som driver denne prosessen. Slike «ildsjeler» finnes både blant tilbydere, kjøpere og andre aktører og er en viktig men ofte knapp ressurs.

I forhold til lengde på kontrakter, har kjøper og tilbyder ofte motstridende interesser. Tilbyder har ofte behov for å tenke langsiktig, særlig i forhold til større investeringer som er viktig for tjenesten. Kjøper har ofte en kortere budsjettperiode å forholde seg til, i tillegg til et eget regelverk for innkjøp av tjenester som også begrenser lengden på kontrakten. Brukere er som oftest innbyggere (i kommunen) som har spesielle behov for helse- og omsorgstjenester eller andre arenaer for opplæring, arbeid og aktivitet. Innenfor blant annet opplæring kan IPT også brukes til «funksjonsfriske» mennesker og IPT-tjenestene kan også brukes til forebygging. For samfunnet er forebygging viktig, da dette kan spare det for senere kostnader.

### 4.3 Verdikjeden

Det at tjenestene er konkurransedyktige økonomisk og faglig, utløser ikke uten videre aktiv etterspørsel. Problemet kan ligge på tilbyders side, men dersom utviklings- og innovasjonsevnen generelt er svak, er det trolig først og fremst generelle barrierer i forvaltningen som hindrer at nye ressurser kan tas i bruk.

Tilbudet produseres av **private** aktører, men kjøpes av **offentlige** institusjoner (særlig kommuner), og konsumeres av en tredje aktør, **brukeren**. Det er dermed ikke den som har behovet, brukeren, som betaler for tjenesten. Tilbyderne er nært knyttet til en bestemt næring, landbruket. Dette bringer også flere aktører fra tilbydersiden inn på banen. Kommunen har i tillegg til et begrenset budsjett også føringer og regelverk fra sentrale myndigheter som den må forholde seg til, blant annet om innhold og kvalitet i tjenestene. Også anskaffelsesreglementet for tjenestekjøp kan gjøre det vanskelig å samarbeide om tjenesteutvikling med landbruksbedrifter. Disse forholdene gjør markedet for IPT-tjenestene mer komplisert enn andre markeder der både kjøper og tilbyder er private aktører. Dette gjør at det er behov for andre aktører som kan legge til rette for både kjøper og tilbyder.

### 4.4. Suksessfaktorer

Markedsanalysen skisserer at følgende må på plass for at IPT skal lykkes:

- 1. Politisk og administrativ forankring:** Klare styringssignaler fra sentralt hold, og at administrativ i ledelse i kommunene viderefører disse signalene til de som sitter med det operative ansvaret – «utførerne». Dette vil kreve større grad av samarbeid mellom fagområder innad i kommunene.
- 2. Tilgang på ildsjeler:** På alle nivåer er disse aktørene viktige, men av særlig grad vektlegges de i strategiske posisjoner med mulighet til å påvirke implementeringsprosesser. Det er essensielt å ha noen som får «ballen til å rulle».
- 3. Åpen dialog og tett kommunikasjon mellom kjøper og tilbyder:** Det er viktig at det utvikles gode tilbud, med utspring i hva markedet faktisk etterspør.
- 4. Totalkompetansen hos tilbyder:** Det er både behov for fagkompetanse så vel som personlig egnethet for å passe i rollen som tilbyder av IPT-tjenester (er man en omsorgsperson, medmenneske?).
- 5. Utviklingsorientert organisering i kommunen:** Ofte er det slik at kommunene kjøper en «pakke» hvor da tilbyder står som faglig og praktisk tilrettelegger. Det at tilbyder også var ansatt i kommunen, viste seg å være en suksessfaktor. Kommunen sparer dermed ressurser i og med at de ikke trenger å ansette en egen fagansvarlig i forbindelse med tilbudene. Som kjøper er det essensielt at kommunen inntar en aktiv rolle i utviklingen av IPT, bygger opp en solid bestiller-kompetanse, samt bidrar i utformingen av en felles forståelse rundt innhold, pris og kvalitet i tilbudene. Alt dette i tett dialog med tilbyder.

## 5. Konklusjon

Målet om etableringer er nådd, og måles ved antall sendte søknader om etablererstipend innen IPT. Dersom det i større grad hadde eksistert etablerte rutiner og forutsigbare avtaler for samarbeid mellom kjøper og tilbyder, ville trolig flere av deltagerne på fagmøtene tatt steget ut i etableringsfasen. Slik det er i dag, skremmes disse av uforutsigbarheten i å måtte forhandle frem fra avtale til avtale. Prosjektet anser at det er behov for at større og mer omfattende tiltak må på plass for å utvikle varige, forutsigbare samarbeidsmodeller.

Selv om prosjektet anses som ferdig gjennomført og nå avvikles, kan relasjoner og kompetanse i kraft av prosjektet føre til videre resultater, ved at:

### - **Tilbud om kompetanseheving sikres tilbyderne**

Østfolds IPT-kordinator hos FMIa, Hege Aae har gitt klarsignal til å inkludere navn fra grenseprosjektet når FMIa sender ut IPT-nyheter via mail til sitt eksisterende IPT-nettverk. Nettverket består av eksisterende, tidligere og interesserte tilbydere, og gårdeiere i dette prosjektet blir nå inkludert. Eksempel på informasjon er invitasjon til relevante kurs og fakturer i regi av bl.a FMIa.

### - **Grensekommunene vurderer årlig IPT-samling**

Prosjektet har skapt interesse og konkrete henvendelser/søknader. Dette forteller prosjekteier at det er verdt å prioritere et tiltak (årlig?) der kommunene i prosjektet går sammen for å samle tilbydere rundt et relevant tema. Med dette vil nettverket bli opprettholdt, og sikrer i en viss grad IPT-fokus både på etterspørsel-siden og blant tilbydere.

### - **Prosjekteier legger frem forslag om at et system for oppfølging av henvendelser vurderes**

Kompetansen opparbeidet i prosjektet kan være overførbart til andre kommuner, spesielt med tanke på å lage et system for oppfølging av henvendelser som landbrukskontorene får. Kan kompetansen settes i system og bli en modell for andre kommuner i Østfold? FMIa syntes ideen er spennende, og bekrefter at landbrukskontorene i Østfold sitter på for liten grad av kunnskap om IPT-drift. Som et tiltak i dette, skal FMIa arrangere IPT-fagdager, der ansatte på landbrukskontor skal lære om IPT inkludert besøk hos tilbyder.

### - **Prosjekteier tilbyr individuell oppfølging**

Prosjekteier tilbyr 3 timers individuell oppfølging til konkrete henvendelser som blir rettet mot de tre grensekommunene fra lokale gårdeiere.

**En ting er resultatene vi ser i dag, men prosjekteier ser at prosjektet har nådd ut i lokalmiljøet, og at det skapes ringvirkninger som kan gi IPT-satsingen et lengre liv enn denne prosjektperiode.**

For prosjektleder Indre Østfold Utvikling:

Ida Marie Ruud

Østfold Næringspark 30.12.12