



Ta Seljord i bruk

Forstudierapport

Lars Ueland Kobro og Knut Vareide

TF-notat 18/2012

Tittel: Ta Seljord i bruk
Undertittel: Forstudierapport
TF-notat nr: 18/2012
Forfattere: Lars Ueland Kobro og Knut Vareide
Dato: 30.5.2012
ISBN: ISBN: 978-82-7401-517-3
ISSN: 1891-053X
Pris: Kr. 150 (Kan lastes ned gratis fra www.telemarksforsking.no)
Framsidedfoto: Seljord kommune
Prosjekt: Ta Seljord i bruk - Forstudie
Prosjektnr.: 20120440
Prosjektleder: Lars Ueland Kobro
Oppdragsgiver: Seljord kommune

Spørsmål om denne rapporten kan rettes til:

Telemarksforsking
Postboks 4
3833 Bø i Telemark
Tlf: +47 35 06 15 00
Epost: post@tmforsk.no
www.telemarksforsking.no

Resymé:

Forstudierapporten gir et kunnskapsgrunnlag og en vurdering for videre prosjektutvikling av Seljord som besøkskommune. Rapporten legger vekt på statistisk informasjon om befolknings- og sysselsettingsutvikling, kombinert med både kvantitative og kvalitative data om aktørenes interesse og vilje for videre satsing i Seljordsamfunnet. Rapporten viser at Seljord har både potensial og utfordringer med hensyn til flere sentrale forutsetninger for å være en suksessrik besøkskommune i framtiden. Telemarksforsking anbefaler videre prosjektutvikling.

Forfatterne:



Lars U. Kobro
Forsker, statsviter

Knut Variede
Forsker, sosialøkonom

Forord

Dette er en forstudierapport som skal gi grunnlag for beslutning om det er klokt og ønskelig å arbeide videre med et prosjektrettet utviklingsarbeid for å styrke Seljords besøksattraktivitet. Det er Seljord kommune som har tatt initiativ til, bestilt, og ledet forstudien. Det har imidlertid vært et sentralt poeng i både oppspillet og gjennomføringen av arbeidet, at det også har vært aktiv deltakelse fra næringslivet og fra aktører i kulturlivet hele veien. Dette er også noe som Innovasjon Norge Telemark, som har bidratt med finansiering til forstudien, har understreket.

Telemarksforskning har fulgt utviklingen av Seljords besøksattraktivitet og aktiviteter for å styrke denne, i lengre tid. Vi har også fått anledning til å komme relativt tett inn på Seljords fortrinn og utfordringer gjennom en nylig avsluttet studie av ”Suksessrike distriktskommuner” hvor Seljord er en av 15 casekommuner. Den avsluttende anbefalingen vi gir i siste kapittel av dette notatet er hovedsakelig et resultat av den forstudien som her dokumenteres, men det er nok også naturlig at vår innsikt og erfaring fra øvrig arbeid med Seljord, blander seg inn i vår samlede vurdering.

Vi vil takke alle enkeltpersoner i Seljord som har bidratt med tid, kunnskap og erfaring i dette prosjektet. Raushet og vilje til å dele med andre, er en kvalitet som vi forbinder med stedet. En særskilt takk går likevel til plan- og næringssjef Harriet Slaaen som har fulgt opp arbeidet og forestått praktisk hjelp på en imponerende måte.

Bø, 21.06. 2012

Lars Ueland Kobro

Prosjektleder

Innhold

| | |
|---|-----------|
| 1. Innledning | 6 |
| 1.1 Kan de flinke bli flinkere?..... | 6 |
| 1.2 Enighet kan være så mangt..... | 6 |
| 1.3 Planforankringer..... | 7 |
| 1.3.1 Sentrale føringer..... | 7 |
| 1.3.2 Regionale føringer..... | 8 |
| 1.3.3 Lokale føringer..... | 8 |
| 1.4 Kort om metode og datagrunnlag..... | 9 |
| 2. Befolkning | 10 |
| 2.1 Befolkningsutviklingen i Seljord..... | 10 |
| 2.1.1 Befolkningsendringer..... | 11 |
| 2.2 Befolkningsprognoser..... | 12 |
| 3. Attraktivitetspyramiden | 14 |
| 3.1 Tre drivkrefter..... | 14 |
| 3.1.1 Sammensetningen av stedets samlede sysselsetting..... | 15 |
| 3.2 Arbeidsplassutvikling..... | 16 |
| 3.2.1 Forskjellig vekst i offentlig og privat sektor..... | 16 |
| 3.2.2 Vekst i ulike næringer..... | 17 |
| 3.3 Bedriftsattraktivitet..... | 18 |
| 3.3.1 Utvikling i basisnæringer i kommunene..... | 19 |
| 3.4 Besøksattraktivitet..... | 20 |
| 3.4.1 Besøksnæringenes utvikling i Vest-Telemark..... | 21 |
| 3.5 Bostedsattraktivitet..... | 22 |
| 3.5.1 Attraktivitetsbarometeret for kommuner..... | 23 |
| 3.5.2 Innvandringbølgen og Attraktivitetsbarometeret..... | 23 |
| 3.5.3 Utviklingen i Seljord..... | 24 |
| 3.6 Hva skaper bostedsattraktivitet?..... | 25 |
| 3.6.1 Lokal attraktivitet..... | 26 |
| 3.6.2 Regional attraktivitet..... | 27 |
| 3.7 Mer om besøksnæringene i Seljord..... | 28 |
| 3.7.1 Overnatting..... | 28 |
| 3.7.2 Servering..... | 30 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| 3.7.3 | Handel | 30 |
| 3.7.4 | Aktiviteter og attraksjoner | 31 |
| 3.7.5 | Hytter og fritidsboliger – ”Second homes” | 32 |
| 4. | Holdninger og framtidstro | 34 |
| 4.1 | Bakgrunnsinformasjon..... | 34 |
| 4.1.1 | Alder og yrkesbakgrunn | 34 |
| 4.1.2 | Reiselivstilknytning | 35 |
| 4.1.3 | Seljords potensial..... | 36 |
| 4.2 | Noen få kritiske kommentarer..... | 39 |
| 5. | Rapport fra en work-shop | 40 |
| 5.1 | Samsnaking kan føre til samarbeid i neste omgang..... | 40 |
| 5.1.1 | Folk skaper steder | 40 |
| 5.2 | Ønsket framtid | 41 |
| 5.2.1 | Barrierer mot ønsket framtid..... | 42 |
| 6. | Oppsummering og veien videre..... | 43 |
| 6.1 | Utfordringer og potensial..... | 43 |

1. Innledning

1.1 Kan de flinke bli flinkere?

Landbruks- og matdepartementet sin strategi for næringsutvikling 2007 – 2009 ble kalt "Ta landet i bruk". Inspirert av dette navnet og delvis av ambisjonene i den nasjonale planen, ble forstudien "Ta Seljord i bruk" satt i verk for å fremme økt satsing på en kombinasjon av lokalsamfunnsutvikling og grønt reiseliv. Sentrale aktører i Seljordsamfunnet oppfatter selv at stedet har et stort potensial for å videreutvikle aktivitetsbasert natur- og kulturopplevelser i kombinasjon med lokal mat, kultur og tradisjoner. Det er flere som driver med gårdsturisme i kommunen, fler kunstinntallasjoner er bygd ute i natur- og kulturlandskapet de senere årene, samt at fyrtårnet Dyrskunden, stadig har økt sitt tilbud av aktivitetsbasert natur- og kulturopplevelser i kombinasjon med lokal mat, kultur og tradisjoner.

Er det da grunnlag for å satse enda bredere og tøffere på utvikling av Seljord som besøksmål enn tilfelle er i dag? De er jo så flinke som det er... Seljord er en av 15 suksessfulle distriktskommuner i våre analyser av distriktskommuner med spesielt positiv vekst over en tiårsperiode (Kobro, Vareide og Hatling 2012). Er det mulig å komme lengre – og er det framfor alt *vilje* til å streve ytterligere i Seljord? Dette er spørsmål og refleksjoner som ligger til grunn for denne forstudien.

1.2 Enighet kan være så mangt

Studier av ulike utviklingsprosjekter kan avdekke at det ikke alltid er slik at enigheten befinner seg på det feltet hvor viktigheten av enighet er størst. Man kan i et utviklingsprosjekt være enig om hva man skal gjøre; strategier og tiltak, men man har ikke de samme oppfatningene av *hvorfor*. Enighet om mål, eller egentlig formål – den dypere årsaken til at vi driver med det vi driver med – kan være skjult eller feid under teppe. Et eksempel: Vi må lage en reklamekampanje for stedet vårt! - Ja, det gjør vi, sier alle. Så setter man i gang – og pengene forsvinner samtidig mer at plakater og brosjyrer produseres. Men hva var hensikten? Å få flere til å trives, flytte hit, besøke oss, eller komme tilbake etter studier? Tiltakene virket kanskje dårlig, fordi målene med dem var differensiert. – På den annen side kan man være enige om målene, men mer spørrende om tiltak. – Jo, vi skal ha mer turister, men hvordan? Skal vi satse på kunst, billige hyttetomter, ungdomsarrangementer eller handelsdager?

Figuren nedenfor viser hvordan det kan tenkes prinsipielt sett fire ulike "utviklingsfelt" for prosjekter *avhengig om det foreligger enighet om mål eller midler*.

Hensikten med denne forstudien er å finne ut hvor Seljord befinner seg i dette bildet. En annen hensikt var å bringe fram et kunnskapsgrunnlag for å gi en eventuell videre fase av prosjektet en retning og innretning mot de fokusområdene som sannsynligvis vil gi mest effekt for å styrke Seljords besøksattraktivitet.



Figur 1. Ulike prosjektkaraktertrekk etter enighet eller uenighet om prosjektets hensikt og midler.
Kilde: Åge Garnes, Prosjektledelse og usikkerhet - Magma 6/2009

1.3 Planforankringer

1.3.1 Sentrale føringer

Det er regjeringen sin politikk å skape levedyktige distrikter, utvikle et bærekraftig reiseliv og fylle Norge med verdifulle opplevelser . I Stortingsproposisjon 126 S (2010–2011), kap. 7.3.7 "Grønt reiseliv" heter det:

"Grønt reiseliv er landbrukets bidrag til oppfølging av Regjeringens reiselivsstrategi. Satsinga skal legge til rette for økt verdiskaping, lønnsomhet, og utvikling av Norge til et bærekraftig reisemål. Grønt reiseliv er nå et etablert og positivt begrep, og omfatter en rekke reiselivsrelaterte aktiviteter innenfor mat- og landbruksområdet. For å synliggjøre satsingen omtales disse under hovedsatsingen Grønt reiseliv",

Satsinga "Grønt reiseliv" er i følge St. prop. 126 et viktig bidrag for å utvikle det bygdebaserte reiselivet og Norge som reisemål, både for innalandske og utalandske reisende.

I regjeringa sin reiselivsstrategi, "Verdifulle opplevelser - Nasjonal strategi for reiselivsnæringen, 2007" er det tre hovedmål, hvor ett av dem er; "Levedyktige distrikter gjennom flere helårs arbeidsplasser innenfor reiselivsnæringen."

Innovasjon Norge har etablert et utviklingsprogram for Grønt reiseliv som passer utfordringene i Seljord godt. Med Grønt reiseliv menes at bruken av natur- og kulturressurser skal skje på en bærekraftig måte, og at utviklinga av reiselivsproduktet i stor grad skal byggest på lokal kultur og tradisjoner, kombinert med kunnskap om markedet.

1.3.2 Regionale føringer

Den regionale planstrategien 2010 – 2012 "Bærekraftige Telemark" ble vedtatt av Fylkestinget 9. desember 2009. I planen er det fokus på helhetlig utvikling mellom sosiale, økonomiske og miljømessige mål. Telemark fylkeskommunen har utarbeidet flere regionale planer for å nå målene, deriblant regional plan for nyskaping og næringsliv, og plan for reiseliv og opplevelser.

I regional plan for nyskaping og næringsliv vedtatt av Fylkestinget 15.06. 2011 er det et fokus på attraksjonskraft som passer godt til prosjektutviklinga i "Ta Seljord i bruk".

I Regional plan for reiseliv og opplevelser, vedtatt av Fylkestinget 15.06. 2011 er det flere mål som "Ta Seljord i bruk" passer godt inn i. For at fylkeskommunen skal nå sine mål, er det spesielt to satsingsområder som Seljords prosjekt kan bidra inn i. Både satsingsområdet "Kvalitet" der hovedoppgaven er å sikre og synliggjøre kvaliteten på reiselivsproduktet, og satsingen på "Områdeutvikling" der hovedoppgaven er å fremme utviklingen av helhetlige og gode opplevelser i reiselivet, passer satsinga i Seljord godt.

Strategisk næringsplan for Vest-Telemark 2011 – 2014 ble vedtatt i Fylkestinget den 29.03.2011. Planen skal bidra til å nå Vest-Telemark sin visjon "Ein levande region". En satsing i planen er å "Vidareutvikle samhandling kring marknadsføringstiltak som fremjar kjennskap til regionens kultur og identitet." Seljord kommune ønsker gjennom prosjektet "Ta Seljord i bruk" å skape overføringsverdier til de øvrige Vest-Telemark kommunene, slik at slike ambisjoner lettere nås.

1.3.3 Lokale føringer

Seljord har gjennom mange år utviklet en rekke reiselivsprodukter tuftet på kultur og tradisjon. En helhetlig sammenheng mellom lokalsamfunnsutvikling og reiseliv kan være et viktig virkemiddel for at Seljord skal nå sitt langsiktige overordna mål om bærekraftig utvikling som er nedfelt i *Kommuneplanen* sin samfunnsdel 2006 – 2021:

"Seljord kommune skal vere eit samfunn i vekst og utvikling, som er bevisst kvalitetane sine og brukar dei for å styrkje lokalsamfunnet slik at kommunen blir ein endå betre stad å bu, arbeide og besøke."

Seljord kommune har flere temaplanar som bygger opp under kommunen sitt overordna mål.

I kommunens *Strategiske næringsplan*, vedtatt av kommunestyret 23.04. 2009, er det flere prosjektmål hvor satsinga "Ta Seljord i bruk" er tenkt som et viktig bidrag vidare mot å nå

disse. Et eksempel: "Seljord kommune skal i samarbeid med næringslivet og kulturaktørane koordinere aktivitetar innan reise- og næringsliv, kulturaktivitetar, uteliv og arrangement".

Strategisk kulturplan for kommunen har også flere mål og tiltak som passer godt med en videreføring i prosjektet "Ta Seljord i bruk". Blant annet har planen et mål om at Seljord kommune skal være et populært reisemål og et stoppested for besøkende. Aktuelle delmål i planen er at kommunen i *samarbeid med* næringslivet og kulturlivet skal koordinerer aktiviteter innenfor reiseliv, næringsliv, kulturaktiviteter, uteliv og arrangementer i en helhet.

Seljord kommunes *landbruksplan* med varighet ut 2011 vil bli vurdert rullert og fornyet i løpet av 2012. Den forstudien som legges fram her vil vurderes i denne sammenheng.

Et viktig *kunnskapsgrunnlag* som denne forstudien er forankret i, er en analyse av den kulturbaserte næringa som er tidligere er gjennomført i Seljord, "Kulturmagneten Seljord" som var ferdig i 2008 og det oppfølgende arbeidet i stedutviklingsprosjektet "Seljord & Sogene". Dette prosjektarbeidet danner en viktig plattform for det videre arbeidet som denne forstudien er et uttrykk for. Se www.seljordogsogene.no

1.4 Kort om metode og datagrunnlag

Denne forstudien er satt sammen av informasjon fra tre kilder. Det første er statistiske data som det gjøres rede for i kapittel 2 og 3. I analysen av befolkning og sysselsetting har vi benyttet tall fra 2000 og til 2010, i hovedsak. Det er fordi 2011-tallene først ble tilgjengelig på et tidspunkt hvor denne analysen var i sin slutfase. Bare noen av figurene har derfor med 2011-tall, men mest benyttes 2010-tall.

Vi har analysert de mer kvalitative variablene om aktørenes vilje og interesse for å satse videre på Seljords besøksattraktivitet, gjennom et standard e-postbasert intervjuopplegg. Programmet heter SurveyXact og fungerer som et enkelt avkrysningsprogram på hver enkelt respondents dataplattform – smarttelefoner, lesebrett etc. fungerer på samme måte som konvensjonelle datamaskiner. Respondentene ble plukket ut av Seljord kommune som adresser registrert gjennom næringsforeningen og reiselivslaget i kommunen. Dette gjøres det nærmere rede for i kapittel 4.

Enda mer kvalitativ tilnærming søkte vi å få til gjennom å avholde en heldags work-shop. Ved å samle et tjuetalls deltakere (se vedlegg) til et opplegg hvor vi fasiliterte en rekke spørsmål om ønsket framtid og veien fram dit, fikk vi innsikt i ulike perspektiver og aktuelle problemstillinger for eventuell videre framdrift etter forstudien. Se mer om dette i kapittel 5.

2. Befolkning

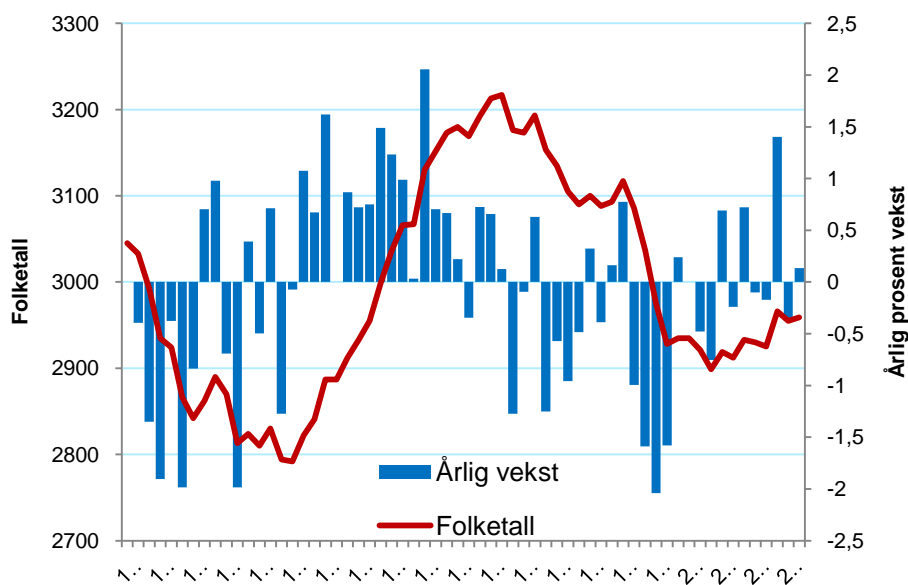
Befolkningsutviklingen er den viktigste indikatoren for regional utvikling. Befolkningsveksten er derfor et godt barometer for hvordan et sted utvikler seg. Hovedmålsettingene i mange lokale og regionale planer er knyttet til befolkningsvekst.

Også i Seljord er dette et sentralt mål.

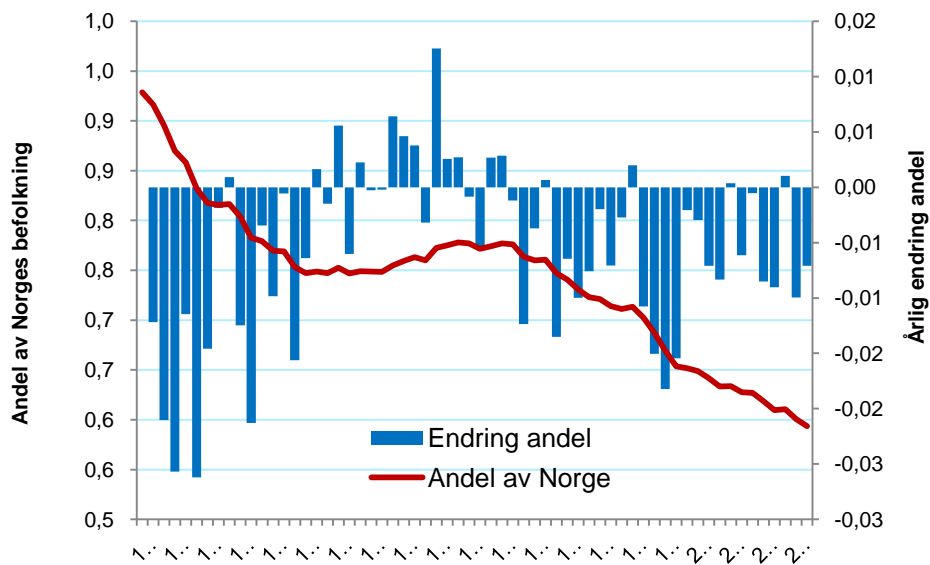
2.1 Befolkningsutviklingen i Seljord

Befolkningen i Seljord har vært ganske stabil i hele etterkrigstiden, den har beveget seg mellom 2800 og 3200 personer bosatt i Seljord de siste 60 årene. Kommunen hadde en voksende befolkning på 1970-tallet, men fikk så en nedgang på 90-tallet. De siste årene har trenden igjen snudd til en svak oppgang.

I figur 3 vises Seljords andel av befolkningen i Norge og endringene i denne andelen vist. Da får vi fram hvordan befolkningsutviklingen i Seljord har vært relativt til utviklingen ellers i Norge. Når vi måler på denne måten, ser vi at Seljords andel av befolkningen i Norge har sunket de siste årene. Befolkningsøkningen de siste årene i Seljord er et resultat av at den norske befolkningen har hatt relativt sterk vekst, først og fremst på grunn av økt innvandring (særlig såkalt arbeidsinnvandring). Seljord har ikke fått noe merkbar del av denne veksten.



Figur 2: Befolkningsutvikling og årlige endringer i befolkningen i Seljord siden 1951.



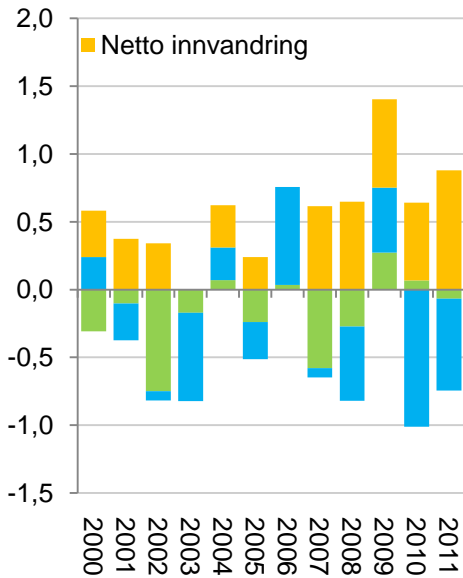
Figur 3: Seljords andel av befolkningen i Norge, og endringer i andelen etter 1951.

2.1.1 Befolkningsendringer

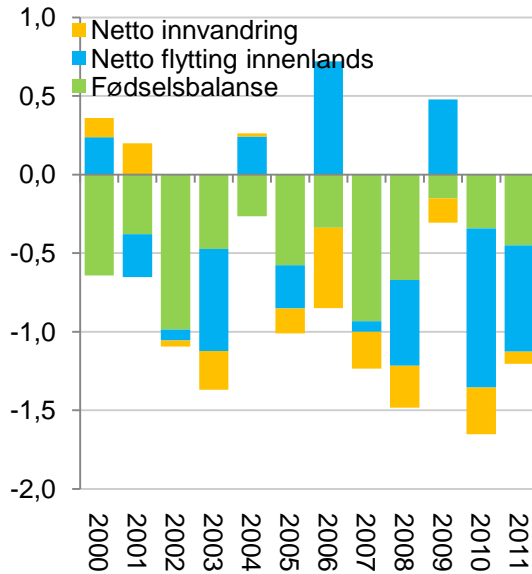
I figurene 4 og 5 ser vi befolkningsendringene i Seljord oppdelt i tre komponenter; netto innvandring, netto innenlands flytting og fødselsbalanse. Seljord har som de fleste kommunene i landet fått økt innvandring de siste årene. Det er denne økte innvandringen som har ført til befolkningsvekst.

Fødselsbalansen i Seljord har vekslet mellom å være positiv og negativ. Den samme vekslingen ser vi for netto innenlands flytting. De siste to årene har det vært ganske stor netto utflytting fra Seljord til andre norske kommuner.

I figur 5 har vi sett på differansen mellom utviklingen i Seljord og utviklingen i gjennomsnittskommunen i Norge når det gjelder befolkningsendringene. Her ser vi at Seljord har langt svakere fødselsbalanse enn gjennomsnittet i Norge i alle årene. Dermed taper Seljord terreng i forhold til befolkningsutviklingen i resten av landet. Seljord har også lavere innvandring enn gjennomsnittet.



Figur 4: Årlige befolkningsendringer i prosent av folketallet i Seljord, dekomponert



Figur 5: Forskjeller i årlige befolkningsendringer i prosent av folketallet mellom Seljord og gjennomsnittet i Norge.

2.2 Befolkningsprognoser

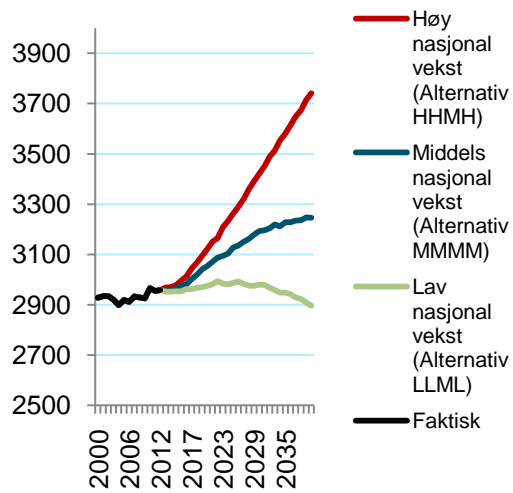
SSB lager befolkningsframskrivninger som brukes mye til planleggingsformål i kommunene i Norge. Etersom prognosene må baseres på usikre anslag på hvordan fruktbarhet, dødelighet, innvandring og flytting utvikler seg, kommer SSB med flere alternative prognoser.

I figur 6 ser vi hvordan framskrivingene til SSB spriker når det gjelder befolkningsutviklingen i Seljord. I det laveste alternativet vil befolkningsutviklingen i Seljord stagnere, for deretter å synke. I det høyeste alternativet vil Seljord få en sterk vekst i folketallet.

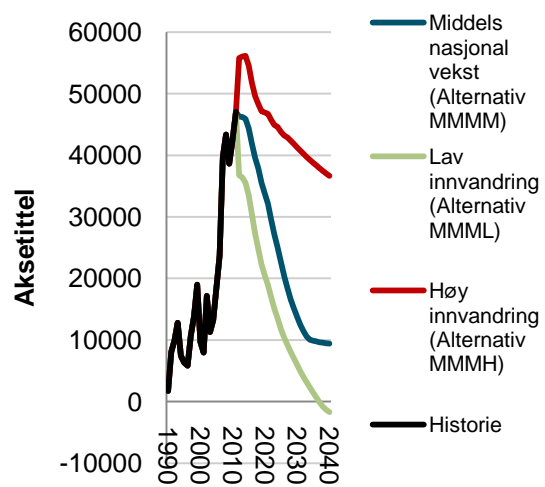
Det er spesielt usikkerheten rundt framtidig nivå på innvandringen som skaper det største spriket mellom de ulike framskrivingsalternativene til SSB. I figur 7 ser vi hvilket nivå for framtidig innvandring på nasjonalt nivå som ligger til grunn for de ulike framskrivingene.

I det midlere og det lave alternativet er nettoinnvandringen til Norge forutsatt å ha sitt historiske maksimum i 2011, for deretter å stupe ganske bratt. I det høyeste alternativet vil innvandringen fortsette å øke i et par år til for deretter å synke noe, men fortsatt opprettholdes på et høyt nivå. Ingen av alternativene er egentlig urealistiske. Innvandringen kan både bli høyere enn den høyeste banen, og lavere enn den laveste.

Den midlere banen er egentlig ganske pessimistisk. Hvorfor skal vi forvente at innvandringen vil reduseres kraftig i de neste årene? Innvandringen er i dag høy fordi Norge har behov for arbeidskraft og kan tilby relativt høye lønninger, samtidig som mange land i Schengensamarbeidet sliter med høy arbeidsledighet. Er det en grunn til at disse forholdene vil bli vesentlig endret i de neste årene? Hvis ikke, vil ikke den høye innvandringen dermed fortsette? – Framtiden er usikker og bør planlegges med det for øye.



Figur 6: SSBs befolkningsframskrivinger for Seljord, fram til 2011.



Figur 7: SSBs forutsetninger for framskrivingene med hensyn faktisk til innvandring til Norge.

3. Attraktivitetspyramiden

For å utvikle vellykkede strategier for vekst, er det nødvendig å kjenne årsakene til vekst. Attraktivitetspyramiden er en modell som Telemarksforskning har utviklet nettopp for å forklare steders vekst. Modellen er samtidig lett å omsette i strategier og tiltak.



Figur 8: Attraktivitetspyramiden.

3.1 Tre drivkrefter

Attraktivitetspyramiden definerer tre sentrale drivkrefter for steders vekst. Gjennom bedriftsattraktivitet (nederst til venstre i figur 8) trekker steder til seg virksomhet i basisnæringer. Basisnæringerne kjennetegnes av at de produserer varer og tjenester til et større marked utenfor kommunen og ofte regionen. Som basisnæringer regnes primærnæringer, industri og teknologiske tjenester.

Besøksattraktivitet (nederst til høyre i figuren) fører til større omsetning i besøksnæringene. Besøksnæringene er alle bedrifter som driver virksomhet som krever at kunden må møte opp personlig. Besøksnæringene er butikker, servering, overnatting, kultur, andre aktiviteter og personlige tjenester.

Bostedsattraktivitet (øverste hjørne i figuren) fører til høyere innflytting enn det som forklares med variasjoner i arbeidsplassveksten. Manglende bostedsattraktivitet vil føre til at arbeidsplassveksten på stedet ikke fører til økt innflytting, men i stedet økt innpendling. *Det er summen av de tre attraktivitetsdimensjonene som til sammen skaper innflytting til et sted.*

De siste ti årene har antall arbeidsplasser i basisnæringene sunket i Norge. Basisnæringene er følsomme for konjunkturer og svinger mer enn andre nærminger.

Antall arbeidsplasser i besøksnæringene, har økt med 14 prosent fra 2000 til 2010.

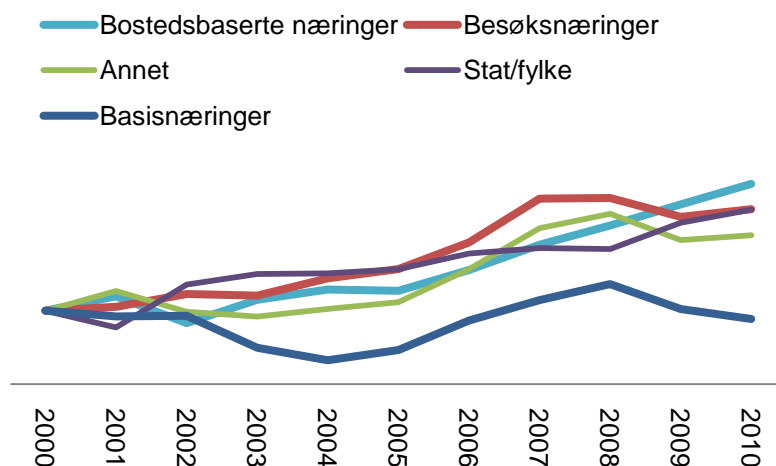
Det er likevel arbeidsplasser knyttet til lokal bosetning (i sentrum av figuren) som øker mest. Dette er arbeidsplasser i kommunene og private arbeidsplasser innenfor undervisning og helse og omsorg. De tre typene av arbeidsplasser er knyttet til hver sin akse i attraktivitetspyramiden. Etter hvert som bostedsbaserte næringer og besøksnæringer vokser, blir attraktivitet for besøk og bosetting gradvis mer viktig, mens attraktivitet for bedrifter i basisnæringene gradvis blir mindre enerådende. Tidligere var regional utvikling sterkt fokusert på konkurranseutsatte næringer i basisnæringene. I dag må en også ta hensyn til de andre attraktivitetsdimensjonene i økende grad.

3.1.1 Sammensetningen av stedets samlede sysselsetting

I figur 9 viser vi hvordan de ulike kategoriene av arbeidsplasser er fordelt i Norge i 2010.

Basisnæringene teller 466 000 arbeidsplasser, og er fremdeles større enn besøksnæringene, som har 375 000 arbeidsplasser. De bostedsbaserte næringene har på sin side i dag flere arbeidsplasser enn basisnæringene, men i 2000 var basisnæringene større enn de bostedsbaserte næringene.

Andre private næringer er hovedsaklig tjenester som ikke er direkte konkurranseutsatte. Både arbeidsplasser i stat/fylke og de andre næringene er ofte senterfunksjoner som er konsentrert til de største byene og regionale sentra. I våre analyser blir veksten i disse arbeidsplassene på et sted betraktet som en funksjon av stedets attraktivitet i sum langs de tre aksene. Men også her vil veksten kunne variere en del. Dette vil vi se nærmere på i kapittel 7.1.



Figur 9: Utvikling i antall arbeidsplasser i Norge i basisnæringer, besøksnæringer og bostedsbaserte næringer, indeksert slik at nivået i 2000=100.

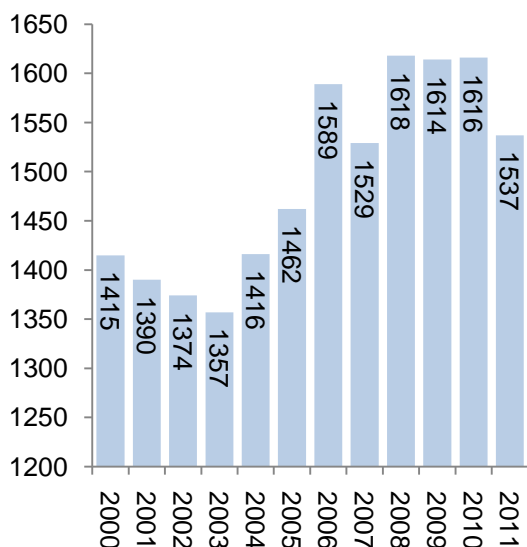
3.2 Arbeidsplassutvikling

Antall arbeidsplasser i Seljord har økte ganske mye fra 2003 til 2008. Det var registrert 1 357 arbeidsplasser i 2003. I 2008 var det registrert 1 618 arbeidsplasser. De siste to årene har antallet arbeidsplasser stått stille. På slutten av 2010 var det registrert 1616 arbeidsplasser. Vi vil nedenfor se litt nærmere på tallene for Seljord.

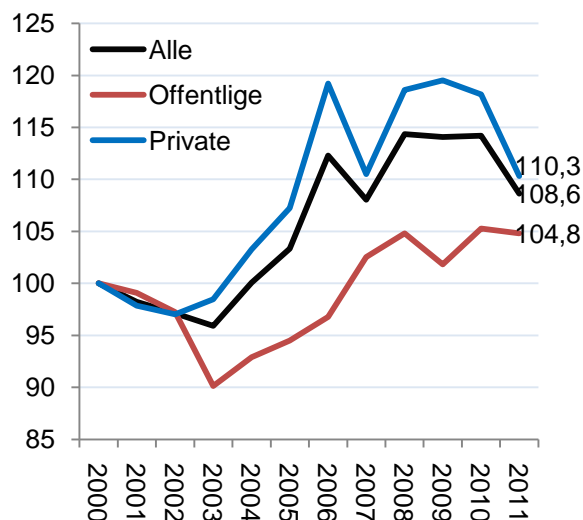
3.2.1 Forskjellig vekst i offentlig og privat sektor

I figur 11 er antall arbeidsplasser indeksert for å få fram utviklingen, og det er skilt mellom offentlige og private arbeidsplasser. Antall arbeidsplasser i næringslivet økte med 18,2 prosent fra 2000 til 2010. I 2011 falt antallet arbeidsplasser i næringslivet ganske mye igjen, slik at veksten fra 2000 til 2011 ble på 10,3 prosent. Offentlige arbeidsplasser har økt mye mindre, her har veksten vært på 4,8 prosent i samme periode. På landsbasis har veksten i antall arbeidsplasser i privat sektor fra 2000 til 2011 vært på 12,5 prosent, mens offentlig sektor har hatt en vekst på 15,1. Enkelte institusjoner som Vegvesenet og Posten har blitt privatisert i denne perioden. Det fører til at veksten i privat sektor har blitt noe overvurdert i forhold til offentlig sektor.

Seljord har samlet sett hatt en lavere vekst i antall arbeidsplasser enn landet som helhet. Seljord fikk en vekst på 8,6 prosent samlet, mens veksten på landsbasis var 13,3 prosent. Fram til 2001 hadde Seljord høyere vekst enn landsgjennomsnittet, men etter den sterke nedgangen i 2011 ble veksten fra 2000 lavere.



Figur 10: Antall arbeidsplasser i Seljord



Figur 11: Antall arbeidsplasser i Seljord, indeksert slik at nivået i 2000=100.

3.2.2 Vekst i ulike næringer

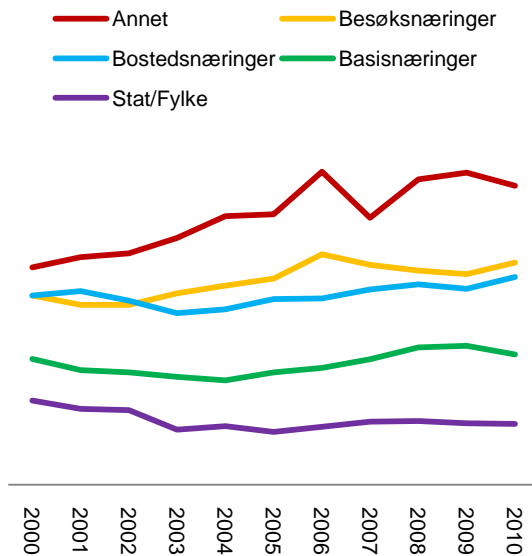
I figur 12 har vi delt opp arbeidsplassene i ulike kategorier i henhold til Attraktivitetspyramiden.

Besøksnæringene i Seljord sto for 390 arbeidsplasser i 2010. En økning fra 332 i 2000. Bostedsnæringene hadde til sammen 365 arbeidsplasser i 2010, her inngår også arbeidsplasser i kommunal administrasjon og tjenester. Basisnæringene har også økt litt i perioden, og hadde til sammen 229 arbeidsplasser i 2010. Kategorien «annet» har flest arbeidsplasser av disse kategoriene, med 525 arbeidsplasser i 2010. Bygg og anlegg, transport og finans er de største bransjene her. Det har vært en ganske sterk vekst i denne kategorien. Tallgrunnlaget viser at det særlig er bygg og anlegg og Posten som har hatt sterkeste økning.

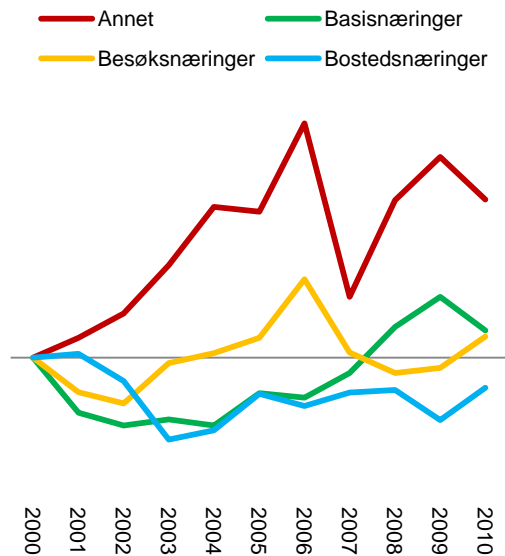
Statlig og fylkeskommunal sektor hadde 107 arbeidsplasser i Seljord i 2010. Det er mindre enn i 2000, og skyldes delvis at Posten ble privatisert.

De ulike kategoriene av arbeidsplasser har ulik utvikling på landsbasis. For å få et godt bilde på hvordan de ulike næringene har utviklet seg i Seljord, er det derfor interessant å se på hvordan antall arbeidsplasser har utviklet seg i Seljord i forhold til utviklingen på landsbasis.

Seljord har hatt en bedre utvikling i antall arbeidsplasser enn landet for både basisnæringer, besøksnæringer og andre næringer. Bostedsnæringene har imidlertid hatt en svakere utvikling, noe som skyldes at folketallet ikke har vokst i perioden. *Utviklingen i besøksnæringene har også blitt hemmet av svak befolkningsutvikling, ettersom egen befolkning er den største kundegruppen for besøksnæringene.*



Figur 12: Utvikling i antall arbeidsplasser i de ulike kategoriene av arbeidsplasser



Figur 13: Utvikling i antall arbeidsplasser i de ulike kategoriene arbeidsplasser, relativt til utviklingen i samme kategori på landsbasis.

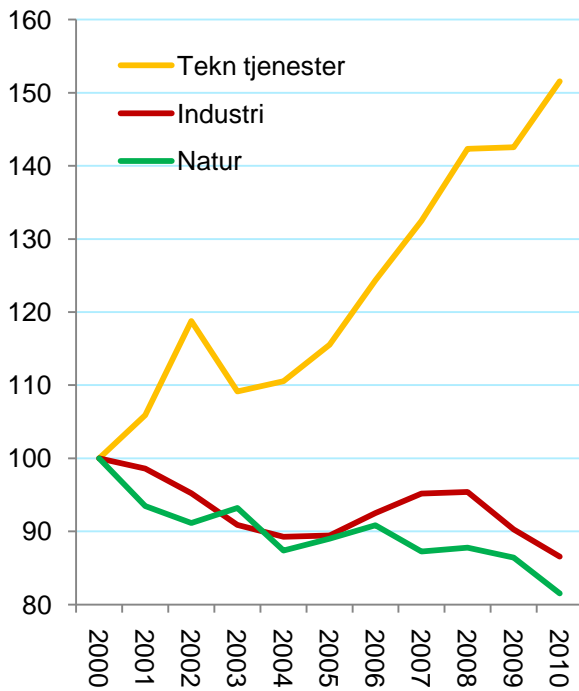
3.3 Bedriftsattraktivitet

Begrepet bedriftsattraktivitet forsøker å fange opp at mange steder har vokst fram på grunn av at det har vært gunstig å produsere varer og tjenester for salg til andre regioner. Mange steder i Norge har en slik historisk bakgrunn, enten ut fra sine naturressurser slik som fisk, landbruksarealer, tilgang på kraft, havneforhold, eller annet. Etter hvert har teknologibaserte tjenester vokst opp til å bli en betydelig næring. Dette er tjenester som ikke er lokale, men som ofte selges i et nasjonalt og/eller internasjonalt marked.

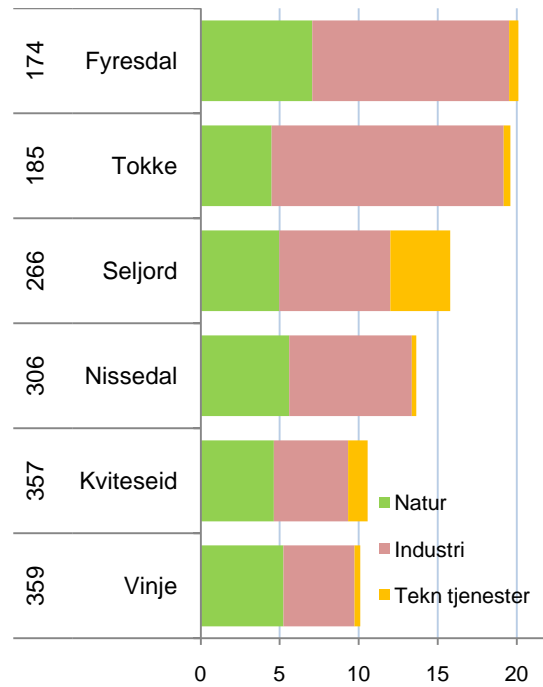
Mens naturbaserte næringer, i hovedsak primærnæringene og industrien har synkende sysselsetting, øker sysselsettingen i de teknologiske tjenestene sterkt. Distriktene har tradisjonelt hatt et fortrinn når det gjelder industri og naturbasert næring, ettersom de har tilgang til arealer og naturressurser. For teknologiske tjenester er det imidlertid andre forhold som skaper konkurransefortrinn hvor det er kompetanse, med andre ord *hoder*, som er råvarene. Disse finnes det flest av i byene. Denne utviklingen er trolig en av de viktigste drivkreftene bak dagens sentralisering.

I figur 15 har vi vist nivået for basisnæringene i Seljord og de andre kommunene i Vest-Telemark, målt som antall arbeidsplasser i basisnæringer i prosent av samlet sysselsetting.

Selv om Seljord er en utpreget besøkskommune, har Seljord likevel en del basisnæringer. Fem prosent av sysselsettingen i kommunen er knyttet til landbruk, sju prosent i industri i egen kommune, og 3,8 prosent i teknologiske tjenester. Andelen industri er noe under landsgjennomsnittet. Seljord har mye teknologiske tjenester, og er faktisk rangert som nummer 50 blant landets 439 kommuner når det gjelder sysselsettingsandel i teknologiske tjenester. I Telemark er det bare Porsgrunn som har en høyere andel av befolkningen sysselsatt i teknologiske tjenester.



Figur 14: Utvikling i antall arbeidsplasser i perioden 2000-2010 i Norge i forskjellige kategorier av basisnæringer, indeksert slik at nivået i 2000=100.

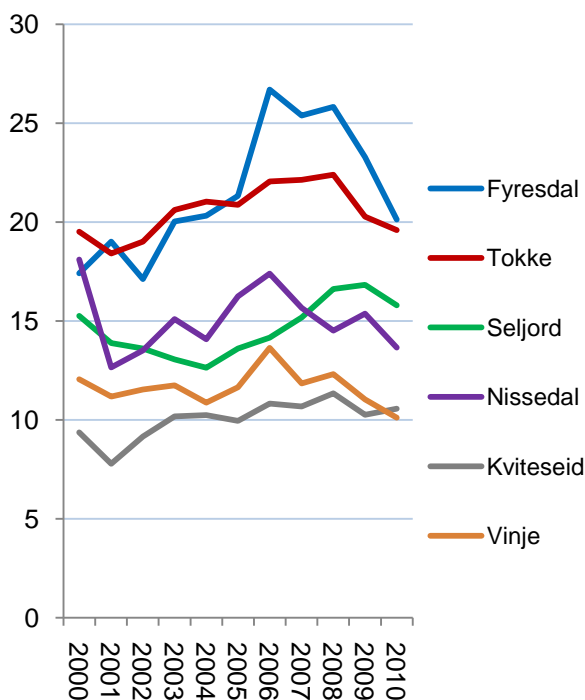


Figur 15: Antall arbeidsplasser i basisnæringene i prosent av samlet sysselsetting i Seljord og nabokommuner i 2010. Rangering blant de 430 kommunene i landet er vist til venstre.

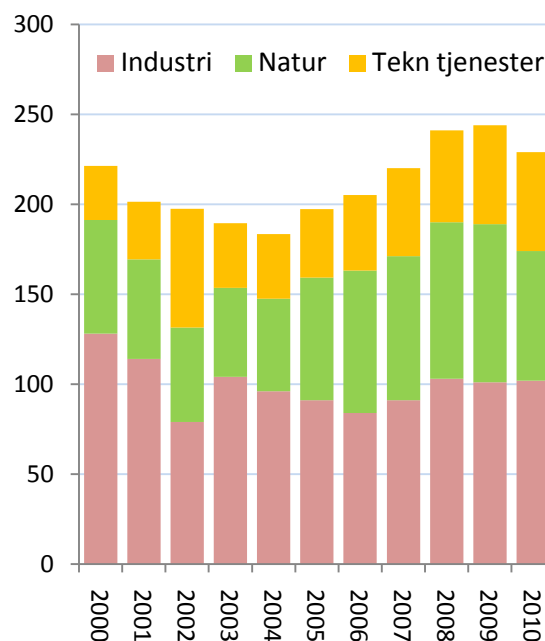
3.3.1 Utvikling i basisnæringer i kommunene

Det har vært kraftig nedgang i industrien mange steder, men ikke i Vest-Telemark. Mange av kommunene i Vest-Telemark har dermed klart seg ganske bra når det gjelder utviklingen i basisnæringene. Seljord har en høyere andel av sin samlede sysselsetting knyttet til basisnæringene i 2010 enn i 2000, mens trenden på landsbasis har vært sterkt synkende. Kommuner som Fyresdal, Tokke og Kviteseid har også hatt en økende andel av sin sysselsetting i basisnæringene.

Seljord hadde flere industriarbeidsplasser i 2000 enn i 2010. Nedgangen skjedde i 2001 og 2002. Etter det har antall industriarbeidsplasser i Seljord vært stabilt. Kommunen har også fått flere arbeidsplasser i naturbaserte næringer, som i Seljord stort sett er skog/landbruk. Dette er også motsatt av den nasjonale trenden. Vi vil imidlertid understreke at sysselsettingsstatistikken for landbruket nasjonalt er forbundet med en del usikkerhet. Antall arbeidsplasser i teknologiske tjenester i Seljord økt.



Figur 16: Utvikling i antall arbeidsplasser i basisnæringene i prosentpoeng av samlet sysselsetting i Seljord og referansekommunene i perioden 2000-2010.



Figur 17: Utvikling i antall arbeidsplasser i de tre kategoriene av basisnæring i Seljord i perioden 2000-2010.

3.4 Besøksattraktivitet

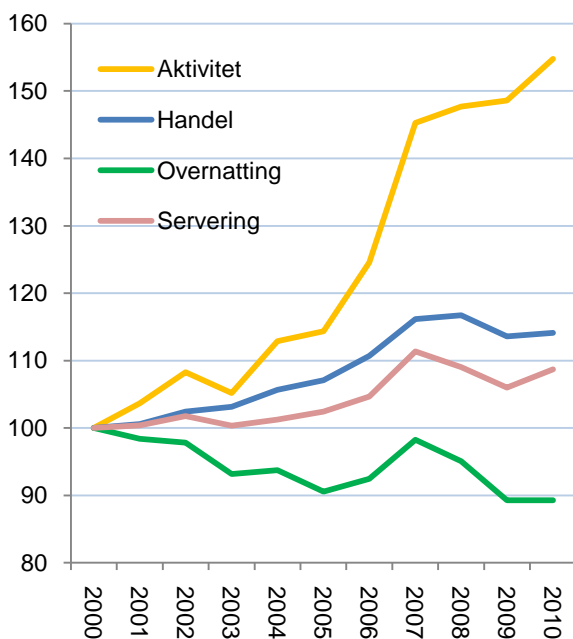
Noen steder har stor trafikk av personer som kommer på besøk av ulike årsaker. Slike steder får mange ekstra arbeidsplasser i besøksnæringene. Som besøksnæring regner vi virksomheter hvor kunden må møte opp personlig. Turisme er en typisk besøksnæring, knyttet opp til bransjene overnatting og servering, men også i økende grad til underholdning, kultur og aktiviteter. All butikkhandel er også besøksnæring. I Norge er butikkhandelen den største av besøksnæringene.

Antall arbeidsplasser innen overnatting har sunket ganske sterkt i Norge de siste ti årene. Handel og servering er næringer som vokser, mens aktivitetsnæringene vokser svært raskt. Dette avspeiler en dreining i sysselsettingseffekt fra tradisjonell overnatting til aktiviteter, kultur og underholdning i norske byer og steder. Noen steder har en "negativ besøksbalanse" som fører til handelslekkasje. Når vi beregner nivået på steders besøksnæring, trekker vi fra de arbeidsplassene som er antatt å betjene de som bor fast på stedet. Dermed vil noen steder få et nivå som er under null.

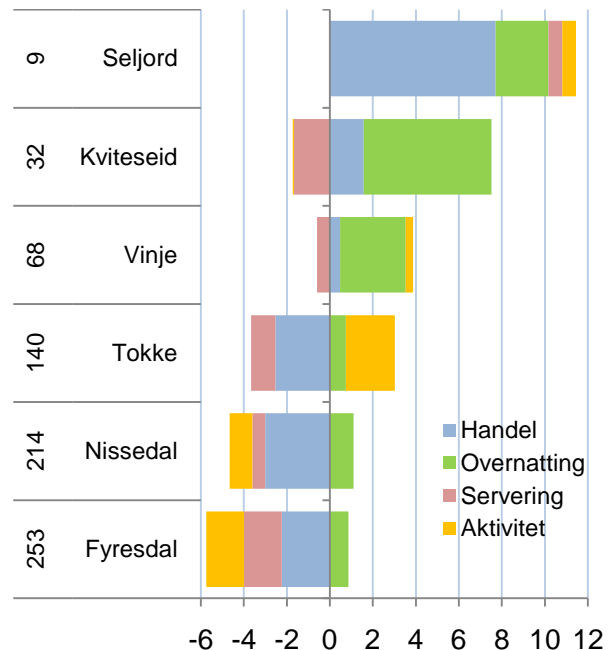
I figur 19 ser vi nivået i de ulike kategoriene av besøksnæring i Seljord og referansekommunene. Her ser vi at Seljord er blant de 10 kommunene i landet med høyest konsentrasjon av besøksnæringene i forhold til folketallet, se tallverdiene til venstre for kommunenavnet.

Seljord har langt flere arbeidsplasser i handel, servering og aktiviteter enn det stedets eget folketall tilsier. Det viser at kommunen trekker til seg mange besøkende, som igjen genererer mange arbeidsplasser i besøksnæringene.

Det er ikke spesielt mange arbeidsplasser i overnatting i Seljord. Her er det mange kommuner som har langt høyere andel sysselsetting. Tokke, Nissedal og Fyresdal har handelslekkasje. De bidrar sannsynligvis til at Seljord har overskudd i sin handel. Kviteseid og Vinje er to andre kommuner med overskudd i sin handel, de er derfor også besøkskommuner.



Figur 18: Utvikling i antall arbeidsplasser i perioden 2000-2010 i Norge i forskjellige kategorier av besøksnæringer, indeksert slik at nivået i 2000=100.



Figur 19: Antall arbeidsplasser i besøksnæringene i prosent av samlet sysselsetting i Seljord og referansekommune i 2010. Rangering blant de 430 kommunene i landet er vist til venstre.

3.4.1 Besøksnæringenes utvikling i Vest-Telemark

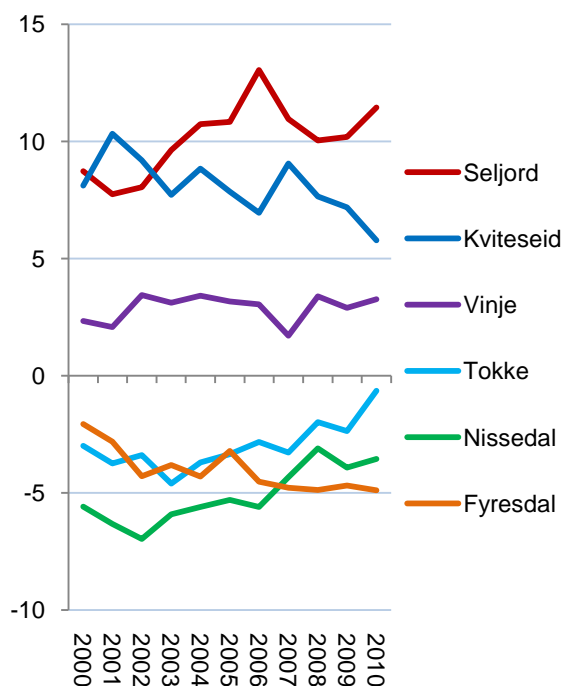
Seljord hadde en sterk vekst i sine besøksnæringer fra 2000 til 2006. Etter det kom det to år med nedgang, før besøksnæringene fikk vekst igjen. Den langsiktige utviklingen er imidlertid ganske sterk positiv. Vinje har også styrket sin posisjon som besøkskommune de siste ti årene, men bare litt. Tokke og Nissedal har også vekst i sine besøksnæringer. Kviteseid har motsatt utvikling med sterk nedgang fra 2001 til 2010. Også Fyresdal har hatt nedgang i sine besøksnæringer, og de har nå lavest nivå på besøksnæringene av alle kommuner i Vest-Telemark.

I figur 21 ser vi hvordan de ulike besøksnæringene har utviklet seg i Seljord etter 2000. Her er det overskuddet i besøksnæringene som vises. Det betyr at antall ansatte i besøksnæringen som antas å være knyttet til egen befolkning er trukket fra.

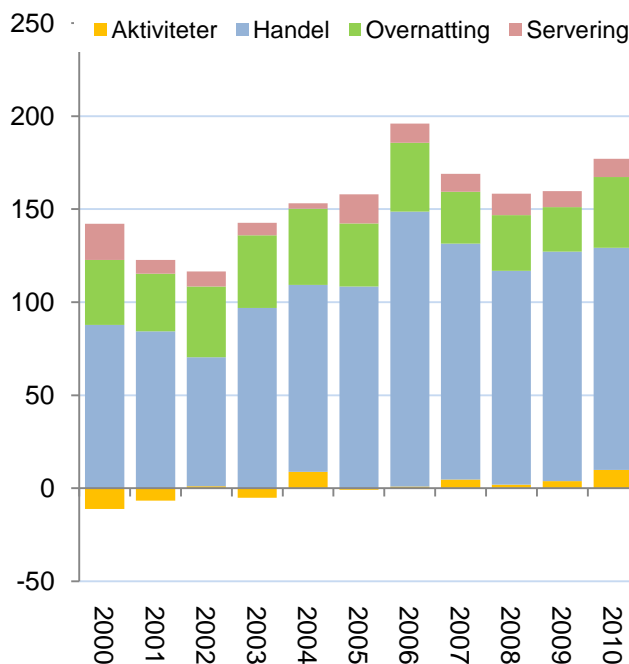
Handel er den overlegent største av besøksnæringene, både i Seljord og på landsbasis. Det er også handelsnæringen som står for mesteparten av oppgangen i Seljord. Overskuddet i handelen i Seljord økte fra 69 arbeidsplasser i 2002 til 148 arbeidsplasser i 2006. Etter 2006 har overskuddet i handelen gått noe tilbake igjen. Veksten i handelsnæringen fra 2005 til 2006 var påfallende stor. Kanskje er statistikken feil, eller så kan det være at nedgangen etterpå var en reaksjon på at han-

delsnæringen vokste for raskt i forhold til reell etterspørsel. Den langsiktige trenden er imidlertid ganske klar og positiv.

Seljord har også fått en økning i antall arbeidsplasser i kategorien aktiviteter. I 2000 var det færre arbeidsplasser i aktivitetsnæringene enn folketallet skulle tilsi, men i 2010 var dette snudd til et overskudd i aktivitetsnæringene. Innenfor overnatting og servering har det vært mindre endringer.



Figur 20: Utvikling i overskudd av antall arbeidsplasser i besøksnæringene i prosentpoeng av samlet sysselsetting i Seljord og referansekommunene i perioden 2000-2010.



Figur 21: Utvikling i antall arbeidsplasser i de tre kategoriene av besøksnæring i Seljord i perioden 2000-2010

3.5 Bostedsattraktivitet

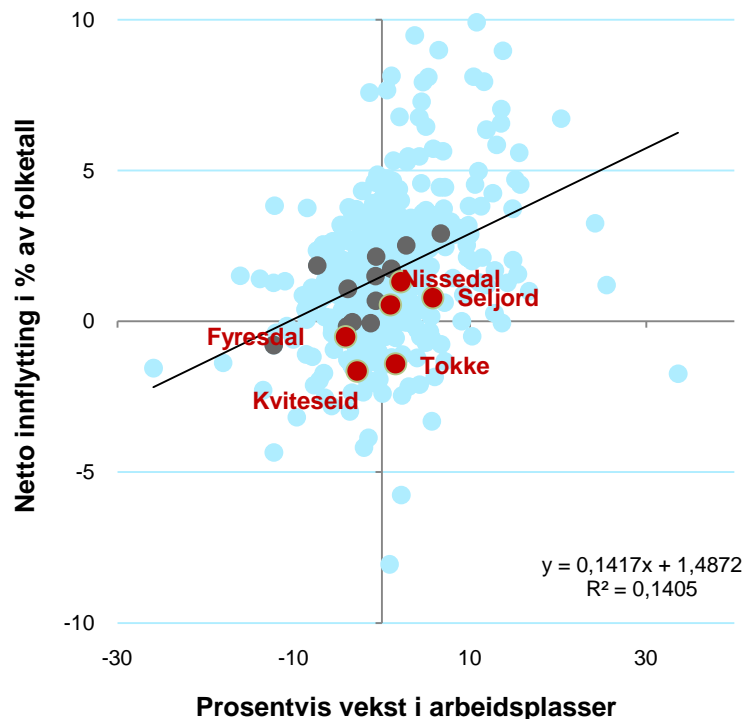
Det er en positiv sammenheng mellom arbeidsplassvekst og innflytting. Steder som har vekst i arbeidsplasser får som regel innflytting, mens steder med nedgang i antall arbeidsplasser vil ofte få utflytting. Men mange steder viser et avvik fra dette. Noen steder får sterk innflytting uten at det kan forklares med arbeidsplassvekst. Dette må da skyldes at det er *andre forhold* enn arbeidsplasser som tiltrekker seg innflyttere. Andre steder har fraflytting, selv om det er vekst i arbeidsmarkedet på stedet. Attraktivitetsindeksen slik vi definerer den, skapes av den statistiske avstanden mellom den faktiske nettoutflyttingen til en kommune eller en region og den forventede nettoutflyttingen som vi kan forvente ut fra stedets arbeidsplassutvikling. I figur 22 tilsvarer det den vertikale avstanden mellom kommunens eller regionens faktiske plassering og den linjen som viser den statistiske forventede nettoutflyttingen. Denne vertikale differansen mellom faktisk plassering og forventet plassering definerer stedets attraktivitet.

3.5.1 Attraktivitetsbarometeret for kommuner

I figur 22 ser vi hvordan nettoflyttingen og arbeidsplassveksten henger sammen for kommunene i Vest-Telemark i perioden 2008-2010. Innvandring er inkludert i nettoflyttingen, og det gjør at de fleste kommunene i Norge har netto innflytting – alle de blå prikkene. De fleste ligger, som vi ser, over den horisontale linjen som utgjør nullpunktet.

Seljord har hatt høyest arbeidsplassutvikling av de sammenliknede kommunene i perioden 2008-2010. Det ser vi ved at Seljord ligger lengst til høyre. Seljord har likevel ikke hatt særlig innflytting fra andre kommuner, kommunen befinner seg derfor under linjen.

Alle kommunene i Vest-Telemark har mindre innflytting enn arbeidsplassveksten tilsier. Det viser at manglende bostedsattraktivitet er en generelt problem i regionen, og en av årsakene til manglende vekst.



Figur 22: De 430 kommunene etter prosentvis vekst i arbeidsplasser og nettoflytting inkludert innvandring i perioden 2008-2010. Seljord og referansekommunene er markert med rødt. De grå er øvrige kommuner i Telemark.

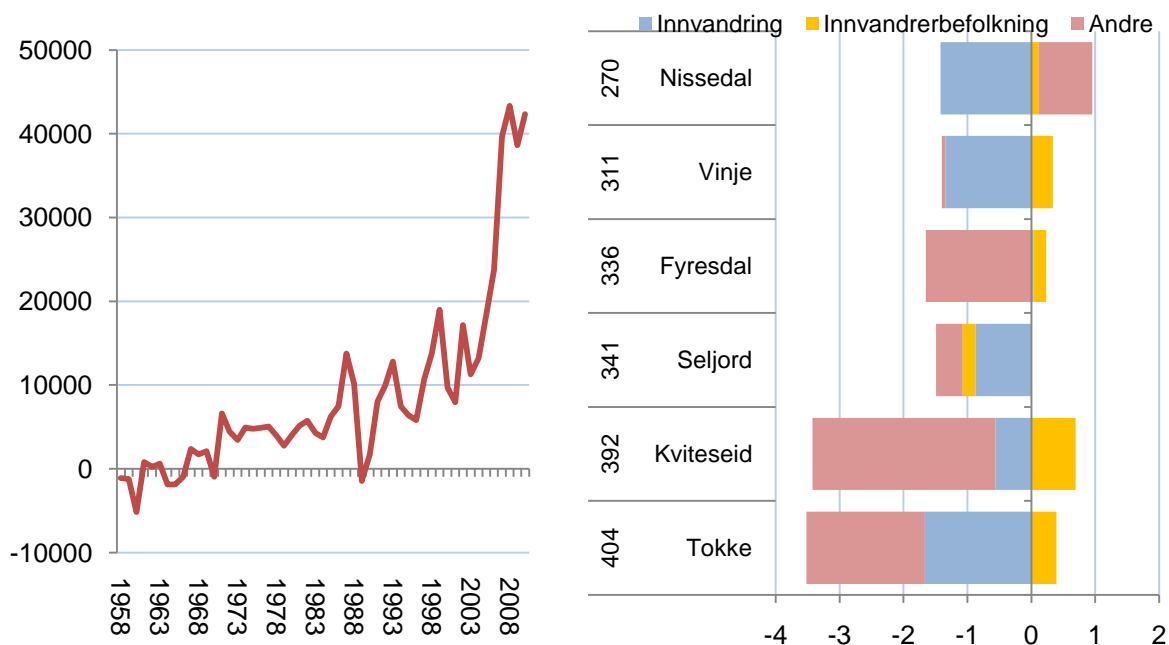
3.5.2 Innvandringsbølgen og Attraktivitetsbarometeret

Innvandringen til Norge de siste fire årene økt til et nivå som er langt høyere enn noensinne tidligere. Tidligere var innvandringen til Norge i hovedsak knyttet til flukt eller familiegjening, en situasjon der innvandrene i liten grad valgte bosted selv. I de siste årene har det vært en sterk øk-

ning av arbeidsinnvandring fra Øst-Europa og delvis fra Sverige, samt noe livstilsinnvandring fra Nederland og Tyskland. Dette er innvandring som er relativt ”fri” og som derfor er knyttet til steds ulike kvalitetetskomponenter.

I det nye Attraktivitetsbarometeret ser vi derfor på tre ulike typer flyttestrømmer; innvandring fra utlandet, innenlands flytting av innvandrerbefolkningen og innenlands flytting av andre, det vil si de uten innvandringsbakgrunn. Innvandrerbefolkningen er innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre som bor i Norge.

I figur 24 ser vi attraktivitetsindeksen, som viser avstanden mellom forventet og faktisk flytting, splittet opp i de tre typene flytting. Seljords attraktivitet har samlet sett vært omtrent som for Vinje og Fyresdal den siste treårsperioden, dvs. fra 2008 til 2010. Seljord trekker til seg mindre innflytting fra alle de tre gruppene. Størst negativt avvik er det for innvandring.



Figur 23: Netto innvandring til Norge, antall personer. Data fra SSB.

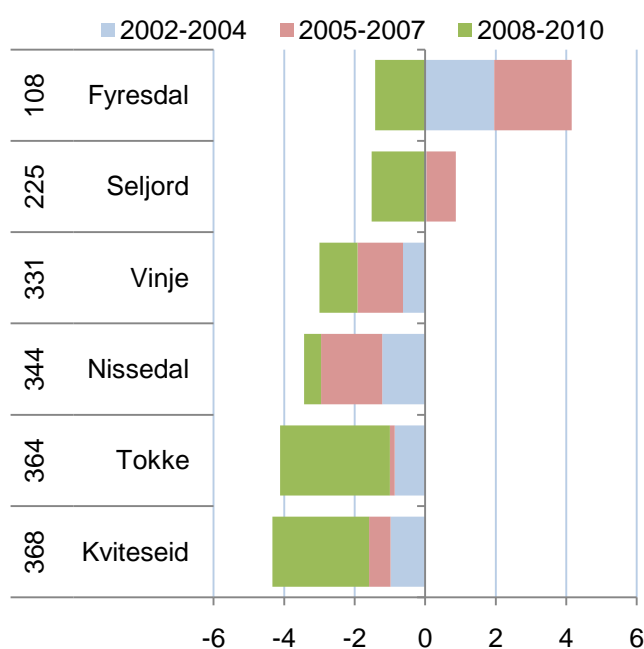
Figur 24: Attraktivitetsindeksen 2008-2010 splittet opp i tre typer flytting. Rangering blant de 430 kommunene i landet for samlet attraktivitet til venstre.

3.5.3 Utviklingen i Seljord

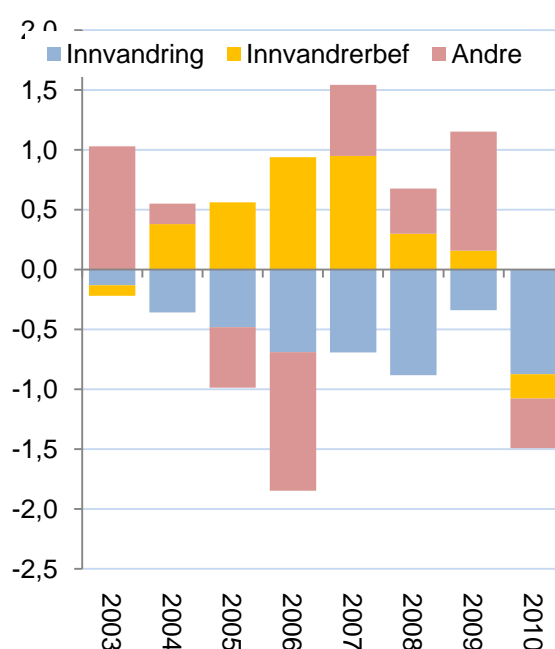
Selv om Attraktivitetsbarometeret er basert på tall over en treårsperiode, er det for enkelte regioner ganske store variasjoner fra periode til periode. Derfor kan det være hensiktsmessig å se flere perioder i sammenheng, slik som vist i figur 25.

Seljord var middels attraktiv i perioden 2002-2004. I neste treårsperiode var Seljord attraktiv, og trakk til seg flere innflyttere enn arbeidsplassveksten tilsa. I siste treårsperiode har bostedsattraktiviteten til Seljord blitt under middels.

Bostedsattraktiviteten til Seljord har dermed variert en hel del fra år til år. I figur 26 ser vi hvordan attraktivitetsindeksen har variert i de åtte siste treårsperiodene. Felles for alle periodene er at Seljord har lite innvandring. Etter hvert som innvandringen har økt kraftig til Norge, har Seljord derfor fått relativt sett stadig lavere innvandring i forhold til folketall og arbeidsplassutvikling. I flere perioder har Seljord vært attraktiv for innflytting fra andre norske kommuner. Denne attraktiviteten har vært positiv både for innvandrerbefolkningen i andre. Det snudde i siste periode, etter at det var ganske stor utflytting i 2010.



Figur 25: Attraktivitet i de tre siste treårsperiodene for kommuner i Vest-Telemark. Til venstre vises rangering blant de 430 kommunene i landet for periodene samlet.



Figur 26: Attraktivitetsindeksen for Seljord fra 2003 til 2010 splittet opp i tre typer flytting.

3.6 Hva skaper bostedsattraktivitet?

Attraktivitetsbarometeret er en modell der steders nettoflytting ses i sammenheng med arbeidsplassveksten. Bostedsattraktivitet blir målt gjennom å bruke faktisk nettoflytting som målestokk. Steder med høyt positivt avvik fra forventet nettoflytting blir tillagt høy bostedsattraktivitet, som forklaring på den høye innflyttingen.

Det er naturligvis enda mer nyttig og interessant å finne ut *hva som gjør at et sted er attraktivt som bosted*. For å finne ut mer av årsaker til bostedsattraktivitet, kan vi gjøre analyser der vi måler sammenhengen mellom steders nettoflytting og en rekke andre forhold knyttet til hvert enkelt sted. Vi har i tidligere analyser, sett nærmere på mulige forklaringsfaktorer i tillegg til arbeidsplassveksten, vi kommenterer kort disse indikatorene og funnene knyttet til dem, nedenfor.

- **Arbeidsmarkedsintegrasjon** er summen av innpendling i prosent av arbeidsplasser og utpendling i prosent av sysselsetting. Det gir et mål for pendlingsmuligheter.
- **Størrelse** er målt som antall innbyggere. Arbeidsmarkedsintegrasjonen og størrelsen vil til sammen erstatte sentralitetsmål, som ofte blir brukt i slike analyser. I analysene brukes logaritmen av folketallet.
- **Nabovekst** er veksten i antall arbeidsplasser i tilstøtende områder. For kommuner er det veksten i tilhørende region utenfor kommunen, og for regioner er det veksten i fylket utenfor regionen.
- **Kulturindeks**. Som indikator for kultur har vi brukt norsk kulturindeks ¹ som er utarbeidet av Telemarksforskning. Kulturindeksen skal gi et godt bilde av om en kommune har mye kultur.
- **Kafétetthet** er antall arbeidsplasser i kafeer, restauranter og puber i prosent av innbyggertallet.
- **Utdanningsnivå** er andelen av den sysselsatte befolkningen med minst tre år høyskoleutdanning.
- **Universitet eller høyskole** er målt som antall ansatte i høyskole eller universitet i prosent av befolkningen. Dette målet er null der det ikke er høyskole.
- **Boligbygging** er målt som antall ferdigstilte boliger siste tre år i forhold til folketallet.

Det er naturligvis mulig å ta med mange andre mulige forklaringsfaktorer også, men det er uheldig å ta med for mange faktorer i denne typen analyser. Vi har tidligere analysert en del andre faktorer som vi ikke har tatt med her, da det ikke ble påvist noen klare sammenhenger ².

3.6.1 Lokal attraktivitet

I våre attraktivitetsanalyser har vi brukt en lineær regresjonsanalyse, der vi antar at nettoflyttingen til et sted blir påvirket av disse faktorene. Resultatene av analysene viser retning og styrke på sammenheng mellom nettoflyttingen og de faktorene vi legger inn i modellen, når alle faktorene analyseres samtidig.

For at vi skal kunne tolke resultatene av denne typen analyser, er det viktig at vi kjenner retningen til årsaksforholdene. Det gjør vi nødvendigvis ikke, og derfor må vi være forsiktig med å trekke bastante konklusjoner. Regional utvikling er i virkeligheten en svært kompleks prosess, og de enkle statistiske metodene vi har muligheten til å bruke er på ingen måte dekkende for alt som skjer i virkeligheten. Likevel vil slike analyser kunne gi økt innsikt, og er i alle tilfeller bedre enn synsing, gjetting eller generaliseringer ut fra anekdotiske historier om enkeltpersoners flyttestudier.

¹ Norsk kulturindeks er utarbeidet av Telemarksforskning, og setter sammen data fra mange kilder for å få fram kulturtilbud og kulturaktiviteter i norske kommuner. Link til undersøkelsen: http://www.tmforsk.no/publikasjoner/detalj.asp?merket=5&r_ID=1942

² For mer bakgrunn og analyser av attraktivitet, se Telemarksforskings notat "Attraktivitetsbarometeret": http://www.tmforsk.no/publikasjoner/detalj.asp?r_ID=1943&merket=5

Tabell 1: Resultat av en lineær regresjonsanalyse med nettoflytting i kommunene som avhengig variabel. Verdiene viser justerte betaverdier, og fargene angir signifikansnivå. Mørk blå/rød er signifikansnivå <0,01, lys blå/rød er signifikansnivå mellom 0,01 og 0,1. Røde tall er negative.

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|---------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Arb. pl.vekst | ,259 | ,244 | ,188 | ,148 | ,274 | ,272 | ,288 | 0,23 |
| Integrasjon | ,218 | ,201 | ,274 | ,314 | ,327 | ,253 | ,268 | 0,18 |
| Bef.størrelse | ,295 | ,235 | ,189 | ,178 | ,145 | ,068 | ,051 | 0,04 |
| Nabovekst | ,083 | ,048 | ,003 | ,053 | ,037 | ,062 | ,033 | 0,05 |
| Kulturindeks | 0,02 | 0,04 | 0,01 | 0,01 | 0,04 | 0,03 | 0,06 | 0,03 |
| Kafétetthet | 0,04 | 0,04 | 0,07 | 0,12 | 0,14 | 0,14 | 0,09 | 0,10 |
| Utd. nivå | 0,09 | 0,06 | 0,02 | 0,02 | 0,04 | 0,04 | 0,08 | 0,01 |
| Boligbygging | 0,22 | 0,34 | 0,31 | 0,29 | 0,24 | 0,33 | 0,33 | 0,36 |

I tabell 1 ser vi resultater av en analyse der vi har beregnet sammenhengen mellom kommuners nettoflytting og åtte andre faktorer. Analysene er gjort i treårsperioder, dvs. at det som framkommer i tabellen som "2003" er resultater fra perioden 2001-2003 osv.

Det er tre faktorer som har sterk positiv korrelasjon med nettoflyttingen i hele perioden. Det er arbeidsplassvekst i kommunen, arbeidsmarkedsintegrasjon og boligbygging. Kafétettheten, dvs. antall ansatte i restauranter, puber og kafeer i forhold til befolkning har hatt en positiv sammenheng med nettoflyttingen i alle periodene, men med ulik styrke. Fram til 2007 var kommunens befolkningsstørrelse signifikant positivt korrelert med nettoflyttingen, men denne sammenhengen har blitt gradvis svakere, og i siste periode er det nesten ingen sammenheng. Vekst i antall arbeidsplasser i naboregioner har hatt en positiv påvirkning på nettoflyttingen i alle periodene, men sammenhengen har ikke vært signifikant i enkeltperiodene. Til slutt har vi tatt med to indikatorer som mange setter i sammenheng med bostedsattraktivitet: Kultur og utdanningsnivå. De statistiske sammenhengene med befolkningsutvikling er faktisk i noen perioder negative, men alt for svake til å være signifikante. Dermed ser det ut til at steders kulturtilbud, slik vi har målt det, ikke har noen signifikant innflytelse på bostedsattraktivitet. Utdanningsnivået i kommunene har heller ingen signifikant sammenheng med bostedsattraktiviteten.

3.6.2 Regional attraktivitet

I tabell 2 ser vi hvordan samme analyse slår ut på regionnivå. Arbeidsplassvekst, arbeidsmarkedsintegrasjon, befolkningsstørrelse, kafeer og boligbygging er faktorer som er positive for attraktivitet i regionene. Boligbyggingen er imidlertid langt mindre viktig for regioner, og er ikke signifikant de siste periodene. Det betyr at boligbyggingen betyr mindre for hvilken region folk flytter til, men svært mye for *hvilken kommune i regionen som får innflyttingen*. Også for regioner har størrelse mindre å si i siste periode.

Kultur viser heller ikke noen positiv sammenheng med bostedsattraktivitet for regioner. I regionanalysen har vi målt om det er høyskole eller universitet lokalisert i regionen. Et overraskende

resultat er at det å ha en høgscole eller universitet i regionen ikke later til å gi økt attraktivitet, snarere motsatt.

Tabell 2: Resultat av en lineær regresjonsanalyse med nettoflytting i regionene som avhengig variabel. Verdiene viser justerte betaværdier, og fargene angir signifikansnivå. Mørk blå/rød er signifikansnivå <0,01, lys blå/rød er signifikansnivå mellom 0,01 og 0,1. Røde tall er negative.

| | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 |
|----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Arb.plassvekst | 0,24 | 0,05 | 0,11 | 0,20 | 0,30 | 0,37 | 0,33 | 0,34 |
| Integrasjon | 0,35 | 0,30 | 0,36 | 0,32 | 0,30 | 0,26 | 0,33 | 0,33 |
| Bef.størrelse | 0,30 | 0,24 | 0,29 | 0,22 | 0,28 | 0,23 | 0,29 | 0,24 |
| Nabovekst | 0,04 | 0,07 | 0,06 | 0,03 | 0,07 | 0,18 | 0,04 | 0,07 |
| Kulturindeks | 0,11 | 0,07 | 0,12 | 0,07 | 0,13 | 0,12 | 0,15 | 0,17 |
| Kafétetthet | 0,19 | 0,25 | 0,24 | 0,31 | 0,23 | 0,21 | 0,19 | 0,27 |
| Univ/høgscole | 0,11 | 0,14 | 0,01 | 0,10 | 0,02 | 0,02 | 0,01 | 0,04 |
| Boligbygging | 0,17 | 0,43 | 0,26 | 0,31 | 0,14 | 0,06 | 0,03 | 0,01 |

3.7 Mer om besøksnæringene i Seljord

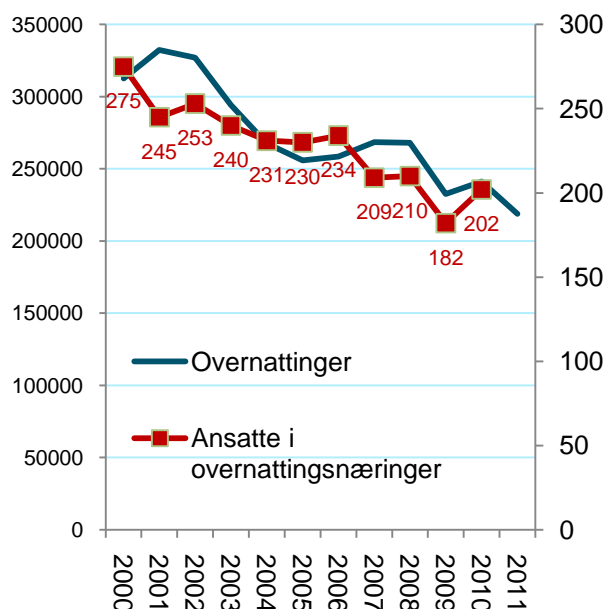
Hovedfokus på forstudien som her rapporteres, er det potensialet som antas p knytte seg til besøksnæringene og besøksattraktiviteten til Seljord. Vi vil derfor trenge noe dypere ned i dette næringssegmentet i dette avsnittet. Vi vil se nærmere på de tre næringskategoriene som danner besøkstriangelet i Attraktivitetspyramiden; overnatting, servering og aktiviteter. Vi vil i tillegg knytte noen flere kommentarer til hyttebygging/hytteopphold.

3.7.1 Overnatting

Overnattingsbransjen består av hoteller, moteller campingplasser, vandrerhjem og gårdsturisme. Antall ansatte i overnattingsbransjen har vært synkende i Norge de siste årene. Selv om antall *overnattinger* i Norge økte fra 24 mill. i 2000 til 29 mill. i 2011 har antall *arbeidsplasser* knyttet til disse overnattingene vært synkende. Det tegner et bilde av en bransje som har vært gjennom store rasjonaliseringer.

Det finnes ikke tilgjengelig overnattingsstatistikk for Seljord, men overnattingsstatistikken for Vest-Telemark viser en ganske sterk nedgang. Det var registrert over 330 000 overnattinger i 2001, mens det ble registrert bare 219 000 i 2011. Det er en nedgang på nesten 35 prosent på ti år. Antall arbeidsplasser i overnattingsnæringen følger overnattingsstatistikken i denne regionen ganske nøyaktig. Det var registrert 275 arbeidsplasser i overnattingsnæringen i Vest-Telemark i 2000, mens det var redusert til 202 i 2010. Seljord har klart seg svært bra i forhold til Vest-

Telemark for øvrig. Vi så tidligere at antallet arbeidsplasser i overnattingsbransjen i Seljord har økt fra 35 til 38. I bedriftsregistrene finner vi 14 bedrifter innen overnatting i Seljord (figur 28). Overnattingsbransjen har vært ganske stabil i Seljord, og de fleste aktørene har drevet i en årrekke. Ingen enkeltaktør er dominerende. *Til å være blant de ti kommunene i landet med høyest andel besøksnæringer, har Seljord lite overnatting.* – Kanskje kan det tolkes til at det er et potensial for mer?



Figur 27: Antall overnattinger i Vest-Telemark (venstre akse) og antall arbeidsplasser i overnattingsbransjen i Vest-Telemark.

| | |
|-----|---------------------------------------|
| 1. | SELJORD HOTELL DRIFT AS |
| 2. | SELJORD FERIELAND AS |
| 3. | NUTHEIM GJESTGIVERI, |
| 4. | UPPIGARD NATADAL |
| 5. | GARVIKSTRANDA CAMPING AS |
| 6. | SELJORD CAMPING |
| 7. | SELJORD MOTELL AS |
| 8. | FLATINGARD V GEIR OLAV NORDJORDET |
| 9. | SANDEN CAMPING |
| 10. | TELNESSANDEN CAMPING OG FRILUFTSENTER |
| 11. | ULVENES CAMPING |
| 12. | HOVSTØ HYTTER OG ROM AS |
| 13. | HOVSTØ ROM & CAMPINGHYTTER |
| 14. | WENCHE SKOGHEIM |

Figur 28: Registrerte bedrifter innen overnatting i Seljord. Kilde: Brønnøysundregisteret.

Vekst i overnattingsbransjen kan skje som økt kapasitetsutnyttning hos eksisterende virksomheter, utvidelse hos de eksisterende eller nyetableringer. Problemet i Seljord er naturligvis som de fleste andre steder i Norge, at sesongene er korte.

3.7.2 Servering

Serveringsbransjen består av restauranter, kafeer, puber og gatekjøkken. Ved siden av å være en næring som skaper arbeidsplasser, har også serveringsbransjen betydning for bostedsattraktivitet. Steder med mange serveringssteder er systematisk mer attraktive som bosted. Dermed ser det ut til at serveringsbransjen kan være trivselskapende eller at de er sosiale arenaer på en måte som befestet bostedskvaliteter. Mange serveringssteder kan være en indikator for at det er en kultur for å gå ut, og dermed være et uttrykk for sosiale kvaliteter på stedet.

Sjøormen Kro er den dominerende aktøren i serveringsbransjen i Seljord i kraft av sin størrelse i antall ansatte. Stedet har vært drevet i en årrekke. Serveringsbransjen er generelt preget av mange nedleggelser, konkurser og nyetableringer. Det er generelt en vanskelig bransje hvor mange bedrifter går med underskudd. Det har vært flere serveringssteder som har kommet og gått i Seljord i løpet av de siste årene, noe som vi også ser mange andre steder.

Seljords egne innbyggere er naturligvis viktige kunder for serveringsstedene. Samtidig er de besøkende kunder. Sjøormen Kro er plassert langs E134, og baserer seg dermed mye på trafikken derfra. Dette gir grunnlag for stabil drift. Besøktallet til Seljord varierer imidlertid ganske mye, og i store deler av året er besøk begrenset til handel, som i mindre grad gir grunnlag for serveringsstedene.

3.7.3 Handel

Det er registrert ca 40 bedrifter innenfor detaljhandel i Seljord. Telesenteret er den største enkeltstående handelsbedriften.

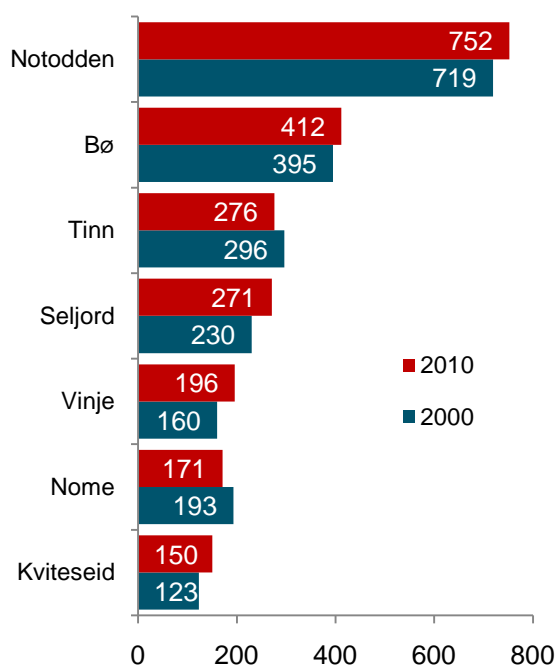
Samlet antall arbeidsplasser i denne næringsgruppen var 271 i 2010. Det er nesten like mange som i Tinn som har dobbelt så mange innbyggere. Det viser et klart bilde av at Seljord har mange besøkende som handler i kommunen.

Av kommunene i nærheten er det spesielt Notodden og Bø som er sterke handelskommuner. Notodden og Bø har også mye mer handel enn innbyggertallet tilsier og trekker dermed til seg besøkende fra nabokommuner og fra gjennomfartstrafikk. Det er temmelig særegent at tre nabokommuner har store handelsoverskudd.

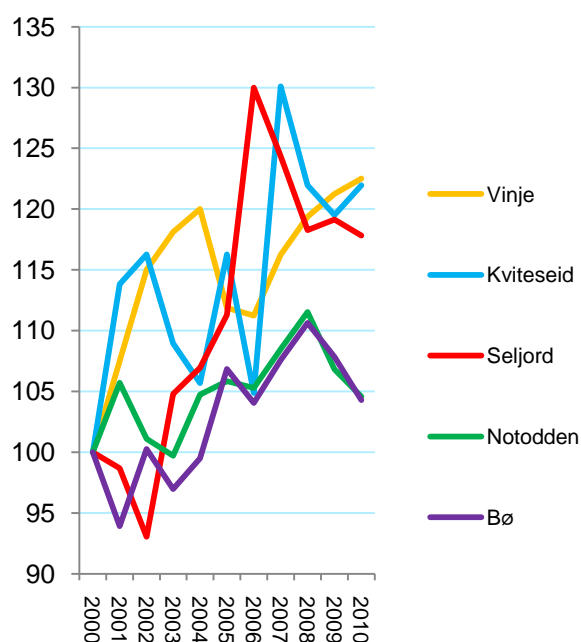
Seljord trekker til seg mange handlende fra øvrige kommuner i Vest-Telemark, slik det ser ut fra våre tall. Butikkene i Vinje og Kviteseid er konkurrenter til butikkene i Seljord. Både Kviteseid og Vinje har hatt vekst i antall arbeidsplasser i handelen, noe som viser at konkurransen er økende. *Det at både Seljord, Kviteseid og Vinje alle har hatt sterk økning i handelen, samtidig som Vest-Telemark ikke har hatt befolkningsvekst, er en indikasjon på at besøksattraktiviteten har vært stigende. Det store antallet hytter som er bygd de siste årene peker sannsynligvis mot en forklaring.*

Vinje og Kviteseid har hatt en sterkere prosentvis vekst i antall arbeidsplasser i sin handel enn Seljord fra 2000 til 2010. Disse tre kommunene har hatt en vekst på rundt 20 prosent i perioden. Notodden og Bø har hatt en vekst i antall arbeidsplasser i sin handelsnæring på bare fem prosent i

samme periode. Dette er kommuner som i stor grad konkurrerer om handel. Ettersom det er liten befolkningsvekst i området må det mer besøk til om alle skal få vekst i handelen sammenliknet med resten av landet. *Det ser ut til å være en generell trend i Norge at handelen desentraliseres.* Handelen øker i periferiene og stagnerer eller synker i de mest sentrale strøkene. Dette avspiles også i regionen. I et slikt bilde vil Seljord kunne forvente økende konkurranse fra kommuner som Kviteseid og Vinje.



Figur 29: Antall ansatte i detaljhandel.

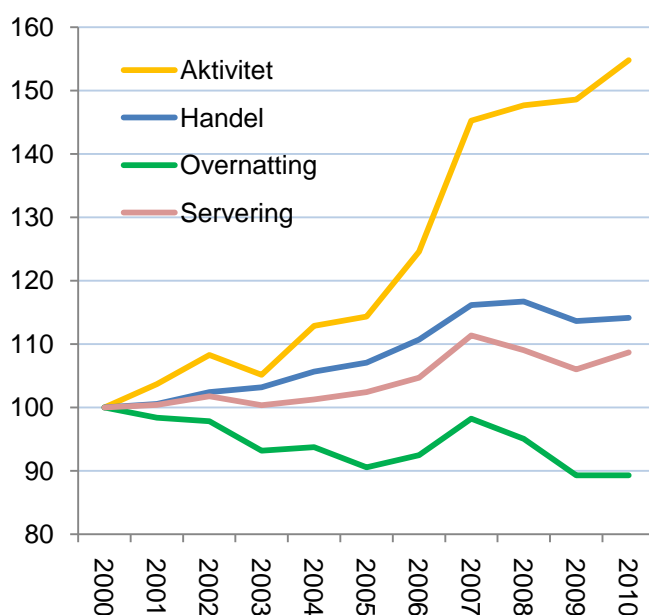


Figur 30: Antall ansatte i detaljhandel, indeksert slik at nivået i 2000=100.

3.7.4 Aktiviteter og attraksjoner

Aktiviteter spenner over flere bransjer innenfor kultur, underholdning og sport. Viktige aktører i Seljord innenfor dette segmentet er Dyrsku'n, Countryfestivalen, Dansebandfestivalen og Granvin Kulturhus. Countryfestivalen og tidligere Dansebandfestivalen (nå: Seljordfestivalen) har ekspandert de siste årene både i omfang og besøkstall. Det særegne med festivalene i Seljord er at de har vært bedriftsøkonomisk lønnsomme med lite eller ingen offentlig støtte. Mange steder subsidierer kommunen og næringslivet sine festivaler betydelig, mens det i Seljord fungerer mer motsatt vei ved at festivalene bidrar til utviklingstiltak i kommunen. Seljord kjennetegnes dessuten av at festivalprofilen skapes av en serie arrangementer, slik at det oppnås – og kan oppnås ytterligere – økonomiske ringvirkninger over et lengre tidsrom. Dette innebærer antakelig at næringslivet forøvrig, innenfor handel, servering og overnatting, kan gjøre seg nytte av den potensielle kundemassen som dette representerer. På steder hvor publikumstilstrømmingen er konsentrert til kun noen få dager av året, vil effekten og potensialet bli mindre.

Dersom vi ser på sysselsettingsutviklingen i Norge innenfor besøksnæringer, så er det nettopp dette segmentet; aktiviteter/opplevelser som vokser sterkest. Se figur 30 på neste side. Sysselsetting knyttet til overnatting går stabilt nedover, servering og handel går svakt opp, mens sysselsetting i kultur og aktiviteter vokser betydelig i forhold til nivået i 2000



Figur 31: Utvikling av sysselsetting i ulike besøksnæringskategorier i Norge samlet. Indeksert, år 2000 = 100.

3.7.5 Hytter og fritidsboliger – ”Second homes”

Hytter har betydning for besøksnæringene, og hyttebyggingen får betydning for veksten i besøksnæringene. Vi har sett av Vest-Telemark har hatt vekst i besøksnæringer samlet sett, samtidig som overnattingsnæringene har hatt synkende besøk og sysselsetting. Det er nærliggende å forklare dette med den høye aktiviteten i hyttebygging.

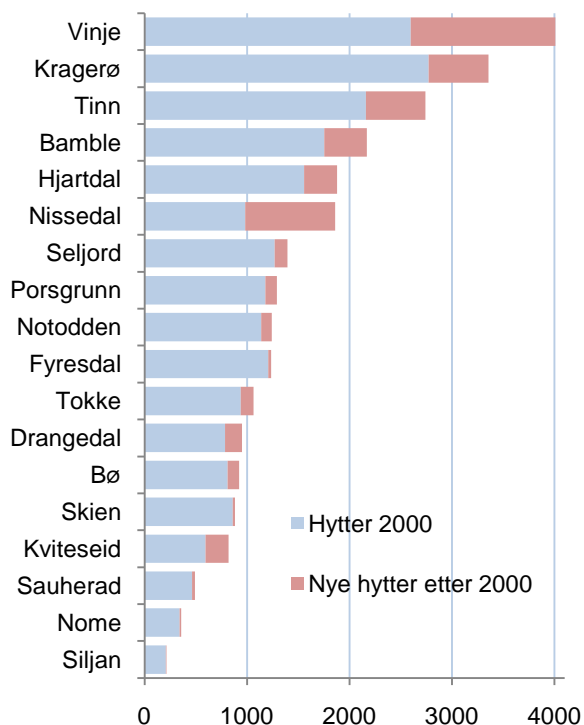
ØF-rapport nr 1/2011 viser det til hvordan det vi i andre sammenhenger kaller hytter eller fritidsboliger i dag ikke lenger bare er fritidsboliger. Boligene brukes og utformes som ”second homes” hvor det ikke lenger er hensiktsmessig å behandle ”hyttefolket” som en egen gruppe, atskilt fra lokalsamfunnets innbyggere.

Flere kommuner i nærheten av Seljord har svært mange slike ”second homes”. I Vinje er det registrert over 4 000 fritidsboliger. Hyttetettheten, dvs. antall fritidsboliger i forhold til folketallet er også høyt i Tinn og i Hjartdal. Nissedal har den høyeste hyttetettheten i Telemark, og er nummer åtte av alle kommunene i landet.

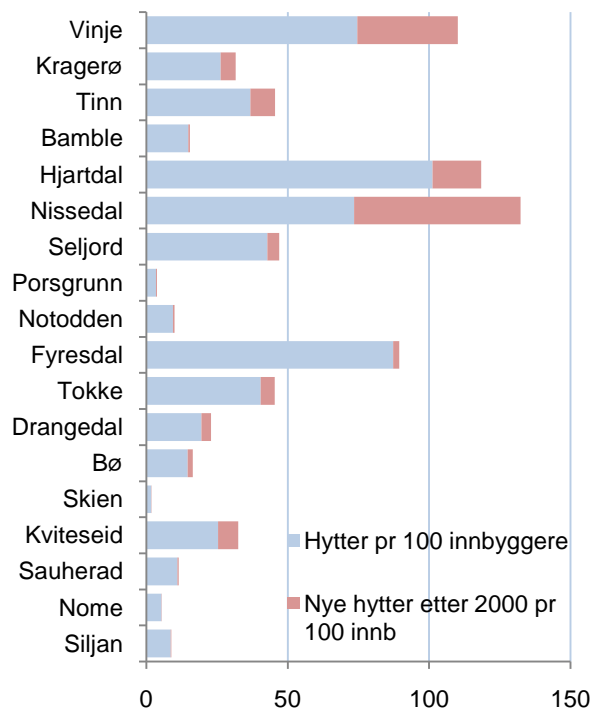
Det er registrert 1 395 fritidsboliger i Seljord, noe som gir en forholdsvis høy hyttetetthet, men det har ikke blitt bygget mange nye fritidsboliger de siste ti årene sammenliknet med andre kommuner i regionen.

Ser vi på figur 33, er det tydelig at kommuner som Vinje, Hjartdal og Nissedal har hatt betydelige vekstimpulser fra hyttebygging de ti siste årene. Vekstimpulsene er naturligvis avhengig av fritidsboligbyggingen i forhold til kommunens størrelse.

Antakelig går mye av trafikken til og fra de nye hyttene i Vinje og Nissedal forbi Seljord. Dette skaper et visst grunnlag for vekst i besøksnæringene. Det er ikke alltid slik at effekten av økt fritidsbebyggelse blir størst i den kommunen hvor hyttene fysisk er plassert.



Figur 32: Antall hytter, fordelt på hytter bygd før og etter 2000.



Figur 33: Antall hytter pr innbygger.

4. Holdninger og framtidstro

Holdninger og framtidstro er viktige ressurser for ethvert utviklingsprosjekt. Dette kapittelet viser resultater fra en undersøkelse av holdninger og framtidstro i Seljordsamfunnet.

I mai måned stilte vi 70 personer fra reiselivet og næringslivet for øvrig i Seljord en rekke spørsmål for å kartlegge deres holdninger knyttet til Seljords kvaliteter og potensial som besøksmål. E-postadressene ble gitt oss av Møtestad Seljord og Seljord kommune. Spørsmålene ble sendt til respondentene i form av en webbasert undersøkelse med bruk av en softwaretjeneste for slike formål (SurveyXact).

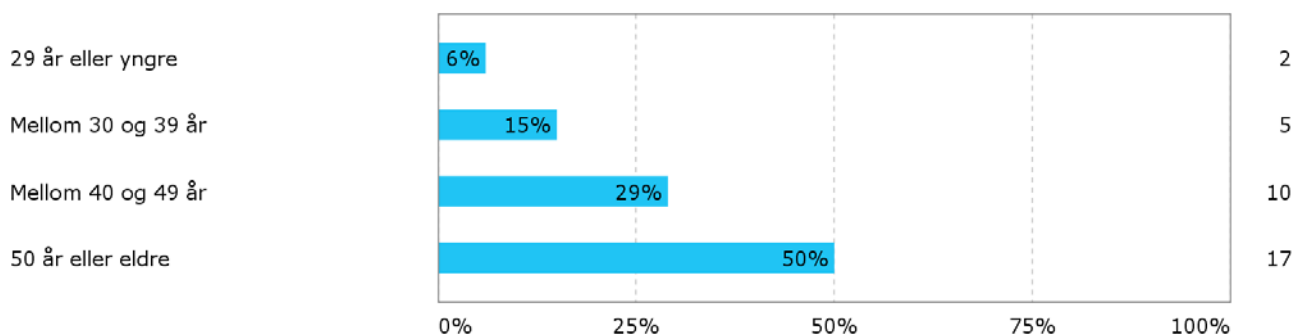
Totalt 38 personer svarte, det gir en svarprosjekt på 54 prosent som vi er godt tilfreds med, og som gir et tilstrekkelig dekkende bilde av de spørsmål vi var ute etter å få det lokale aktørmiljøet til å belyse.

Grafene nedenfor viser fordeling av svarene på hvert enkelt spørsmål. Antall svar bak prosentandelene står ytterst til høyre. En person utgjør ca 3 prosent av svarfordelingen.

4.1 Bakgrunnsinformasjon

4.1.1 Alder og yrkesbakgrunn

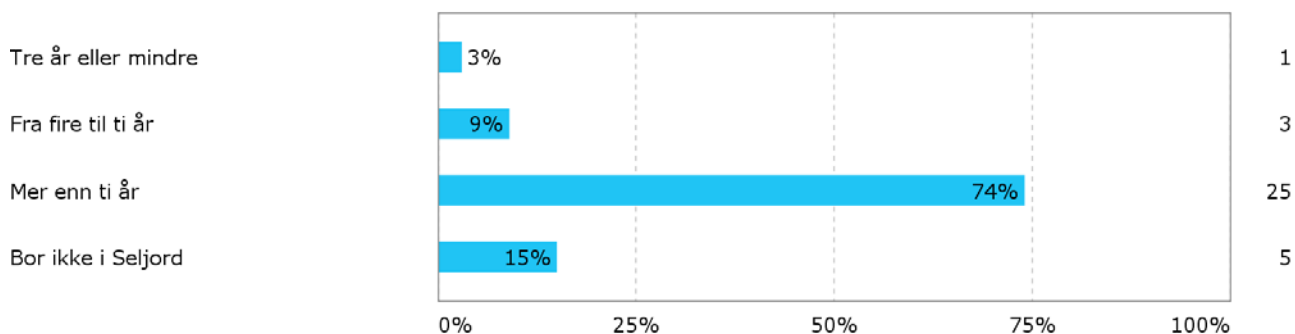
Grafen nedenfor viser aldersfordelingen blant respondentene. 35 av de 38 som leverte inn svar, svarte på dette spørsmålet. Halvparten var over 50 år.



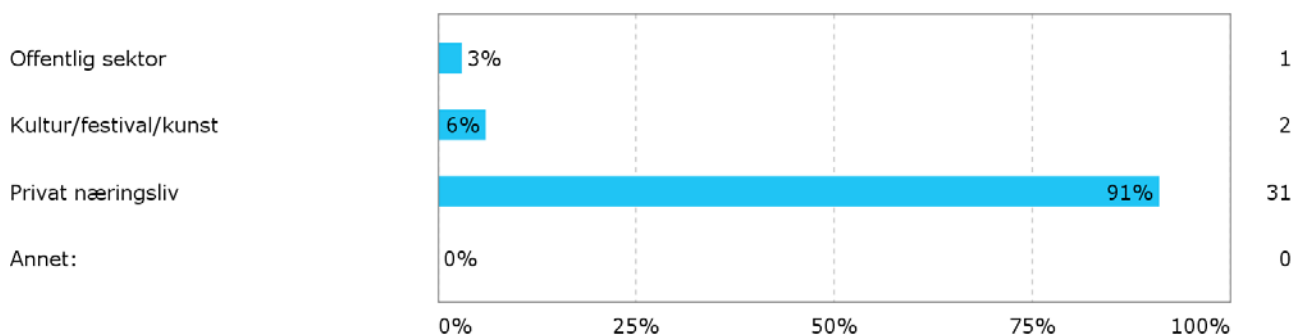
Hvor lenge har du bodd i Seljord?

Et overveldende flertall av respondentene har bodd 10 år eller lengre i Seljord. Kombinert med svarene på forrige spørsmål ser vi helt klart at svarene videre er gitt av personer med en viss ”tyngde”, både når det gjelder alder og erfaring. Vi spurte også – for å forsikre oss – om hvor de

hadde sitt hovedvirke. To personer svarte at de kom fra kulturlivet, en fra offentlig sektor, resten svarte ”næringslivet”.



Yrkesbakgrunn - nå

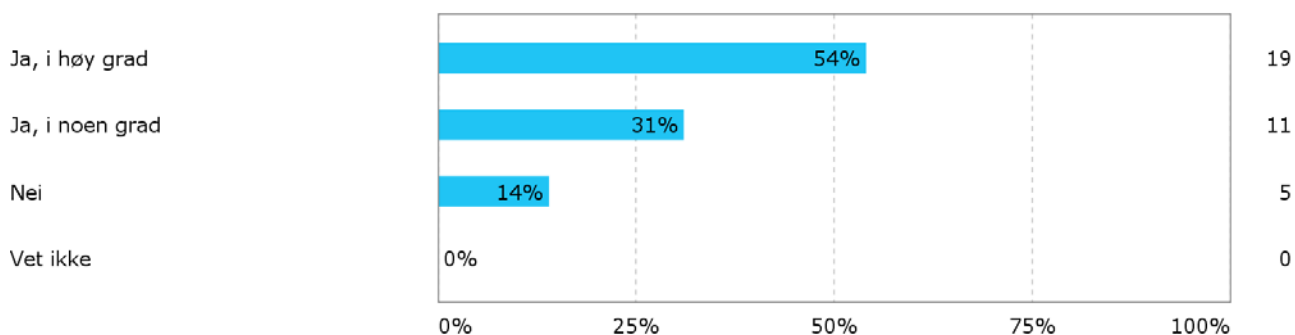


4.1.2 Reiselivstilknytning

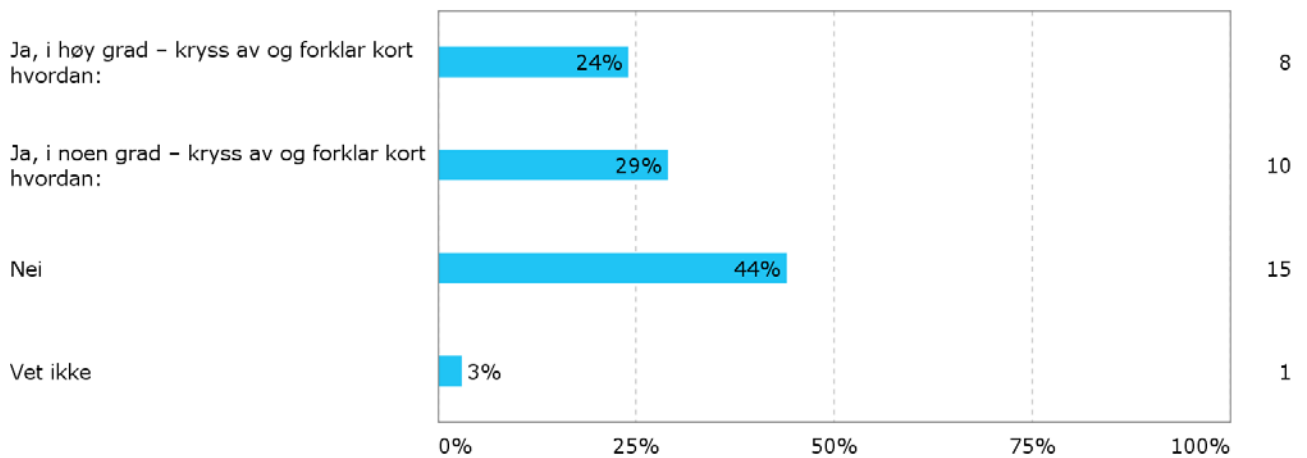
Vi ønsket å komme litt tettere inn på respondentenes erfaringer, mer enn bare å finne ut hvilken sektor de jobbet i. Vi spurte derfor om de i sin daglige jobb var involvert i besøksaktivitet. Hva vi mente med besøksnæring presiserte vi i e-post teksten som innledet undersøkelsen. Et flertall svarte at de i høy grad er involvert i saksfeltet i sin jobb.

Når det gjelder fritiden deres, er det mindre aktivitet. Men også her er faktisk halvparten av personene i undersøkelsen aktive – 8 av dem (24 prosent) i høy grad.

Er du gjennom din jobb involvert direkte i besøksnæringer/tilbud?



Er du privat, på fritiden, involvert i besøksnæringer/tilbud?

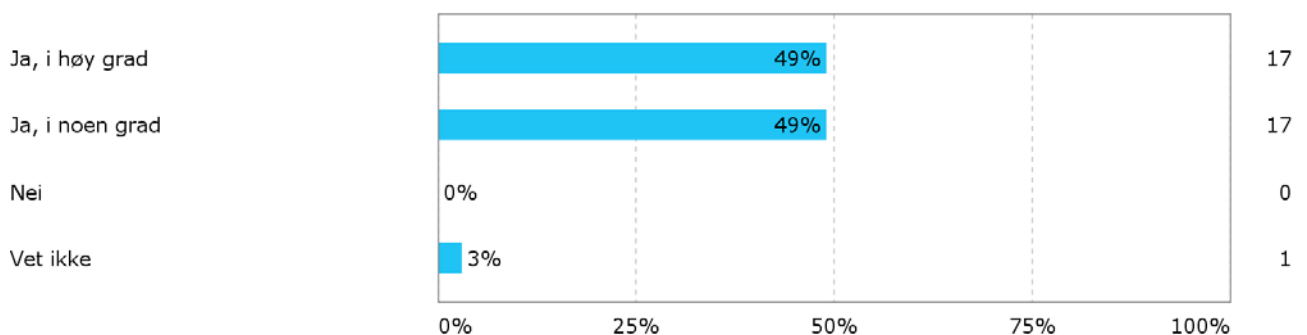


Et interessant funn fra undersøkelsen knytter seg til de åpne svaralternativene hvor respondentene ble bedt om å beskrive hva slags private *fritidsaktiviteter* de var involvert i, knyttet til besøkstilbud. Flere førte her opp arbeidsplassen sin; ”Eg driv gjestegard”, ”Jeg driver bensinstasjon”, etc. Det er trolig et uttrykk for at noen trives så godt i jobben sin at de ”glemmer” at dette ikke er fritid, og/eller at det i reiselivsbransjen er slik at jobb og fritid ofte glir over i hverandre.

4.1.3 Seljords potensial

Ingen i Seljord later til å være uenige om stedets vekstpotensial som attraktivt besøksmål. Vi finner svarene oppsiktsvekkende positive.

Mener du at Seljord har potensial til å utvikle seg til et mer aktivt besøksmål med flere tilreisende besøkende?



Vi fulgte opp med å spørre hva dette potensialet består i. Vi fikk en rekke svar. Disse er ramset opp nedenfor, uten at vi har foretatt språkvask eller korrektur – de står som de ble formulert i svarene. NB! Dette er ikke forstudiens forslag til tiltak! Listen fungerer som en ”bruttoliste” for å dokumentere mangfoldet i respondentgruppas svar.

- Kurs/konferanse med kultur, frå små konferansegardar til stort format på Dyrskuplassen/Granvin/Folkehøgskulen.
- Utstyre kvart kikkeskåp med eget motivstempel. Gjester kan kjøpe kart over Seljord og kikkeskåpa. Gåve til born når dei har fått stempel frå alle kikkeskåpa.
- Dyrskuplassen er sers viktig, Festivaler, handel, treff.
- Seljordsvannet, Sjøormen, fjelvandring og oppmerket turstier, snøscootersafari.
- Gode resturanger, spisesteder. .
- Dyrskuplassen, den beste stemneplassen i landet.
- Kulturlandskapet, Flatdal og Svartdal. Soger og historie.
- Kjerneområde for folkeminnetradisjon
- Seljord og sogene, ligg strategisk til for dagsturar til andre plassar
- Fine område for fjell- og toppturar, bading, fiske, festivalar, utstillingar, Telemarkskanalen, Bø sommarland
- Kunst
- Utvikle oss mer i forhold til det tradisjonelle "Telemark" kanskje ikke fokusere så mye på sjøorm, men mer på det tradisjonelle vi har å tilby.
- Nærhet til hovedveiene og mange arrangement
- Enda fleire aktiviteter på Dyrskuplassen
- Fokus på Sjøormen og aktiviteter rundt dette.
- Få på plass større handelskjeder som ikkje er her pr. idag for å opprettholde statusen som handels-senter i Vest-Telemark
- Ikke gjemme bort et tretårn til flere millioner langt ute i et våtmarksområde uten tilgang ved annet enn helikopter, eller med kompass og machete.
- Arrangementsplass
- Turistnæring - hytter - skiterreng
- Konsentrere handelen uten å bygge mer av samme butikktyper som ødelegger eksisterende butikker
- Etablere nokre foretninger me mangler.
- Prøve og bevare sentrum på en bedre måte enn i dag.
- Kulturhistorie
- Synleggjere i form av event opplevingar i nærmiljøet både av kulturhistorie og mystikk og spenning.
- Får vi 20% av våre besøkne til å bli ein dag ekstra har vi oppnådd ein del.
- Ta vare på distrikta rundt, det er turistene interessert i.
- Sjøormen - en "ubrukt" ressurs
- Natur/fjell/friluftsliv og kunst/kultur
- Satse på eit aktivt sentrum
- Det er for mange forskjellige opning/lukketider i dag,
- Bedre service/kundebehandlig,
- Flere hustomter sentralt
- Sette i gang kundeundersøkelser, flinkere til å samarbeide/markedsføre SELJORD som helhet.
- Bruke dyrskuplassen i større grad vinterstid,
- Fortsatt utvikling av Dyrskuplassen
- Meir fokus på andre severdigheter enn sjøormen
- Samordning av aktivitetar/opplevelsar.

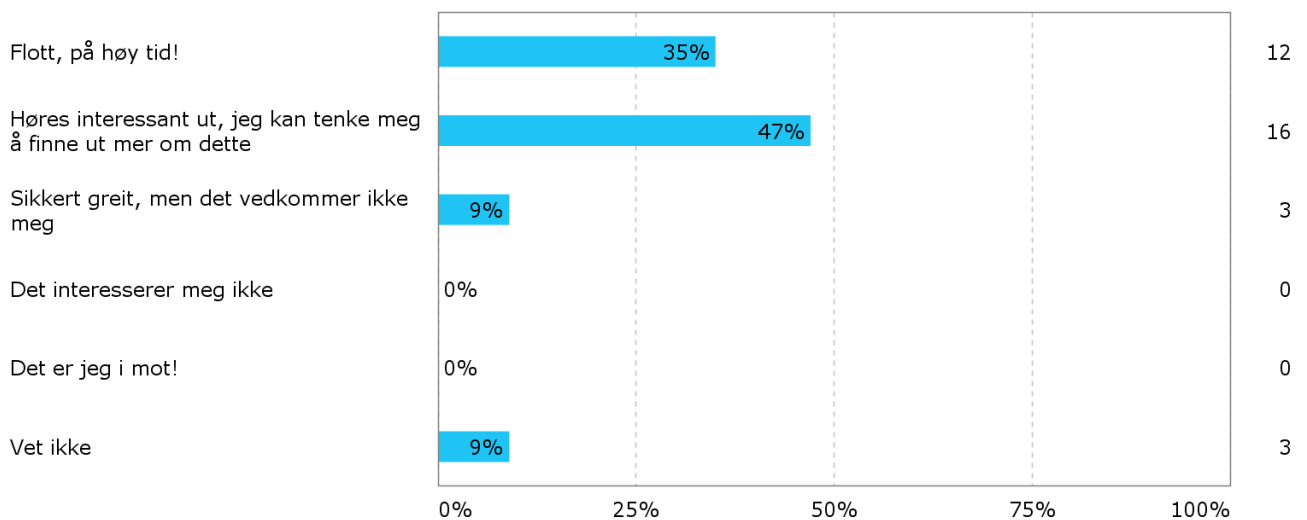
- Seljordsvatnet, meir aktivitet ned mot vatnet i sentrum.
- Risikovillig kapital
- Bruke Dyrskuplassen til feks. utekonsertar (feks: Alan Jakson, Justin Bieber)
- Bruke Seljordsvatnet til vassaktivitetar (vass-skliur vannski vannskuter båt, laga fornøyelsepark)
- Arrangere guida turar i nærmiljøet og etter gamle vegar. I tillegg turar til diverse fjelltoppar rundt omkring i heile kommunen. Skal det vera nokon vits i å bygge installasjonar, for eksempel Sjøormtårnet må det vare ein forutsetning at de blir arrangera guida turar til staden.

Ingen av de 38 respondentene benyttet anledningen til å gi uttrykk for at Seljord hadde element som hindrer stedets potensial, til tross for at dette ble gitt som et svaralternativ!

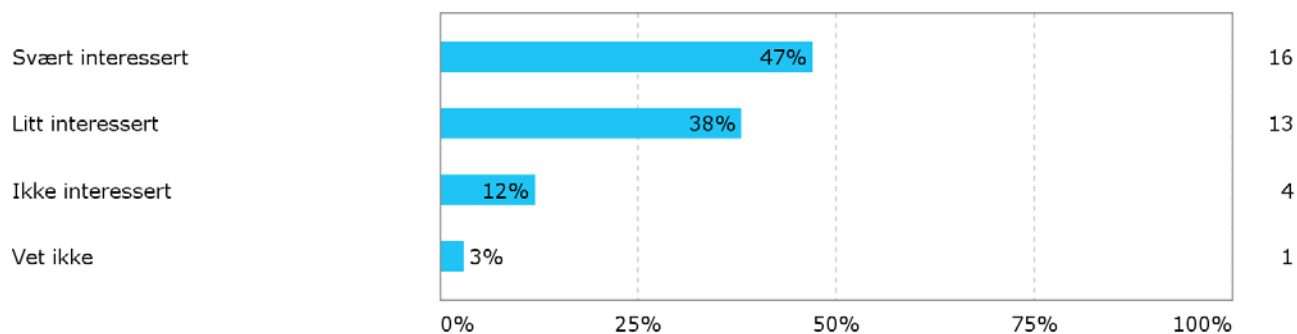
Vi gikk så over til mer eksplisitt å spørre respondentene om deres holdning til å samarbeide om framtidig besøkmålsutvikling. Vi spurte slik:

Et prosjekt med formål om å samle ulike aktører i Seljord til økt samarbeid, felles tiltak og profesjonalisering av den samlede innsatsen for å styrke i Seljord som besøkmål er lansert som idé. Hva synes du om en slik idé?

82 prosent svarte positivt til dette. Ingen var negative. Det er en viktig ressurs for den videre utviklingen. Når vi gikk enda tettere på og spurte konkret om deres egen motivasjon for å delta i slikt utviklingsarbeid, svarte like mange positivt. Faktisk viser svarene her at det er flere som er *svært interessert*, på den mest positive enden av skalaen, enn de som er *litt interessert*!



Hvor interessert vil du si at du selv er i å delta aktivt sammen med andre, i å gjøre Seljord til et mer attraktivt besøksmål?



4.2 Noen få kritiske kommentarer

I enkelte av de åpne svaralternativene i undersøkelsen finner vi spor av noen kritiske holdninger. Dette utgjør en klar undervekt av svarene. Kritikken handler om ulike ting, og danner ikke noe klart bilde. Vi tar dem likevel med i dette notatet, både for å vise at de finnes, og samtidig gi rom for at de kan romme ideer for videre prosjektutforming.

- Hvis det (prosjektet, vår anmerkning) skal gjøres med det samme målet for alle involverte, er det dessverre ikke mulig
- Jeg er avhengig av at dette kan få betydning for min bedrift
- Politikerne i Seljord prater utad om verdien av eit sterkt sentrum, men i praktisk politikk legger politikerne til rette for etablering på utsida av sentrumet og vil på sikt oppnå et lite attraktivt sentrum slik som dei fleste andre plassar. Kva er attraktivt med eit kjøpesenter som ligg ute på eit jorde?
- Attraksjonane og besøksgardane samarbeider godt som det er. Treng ikkje bruke meir tid på det.

5. Rapport fra en work-shop

Det var viktig i denne forstudien å ta temperaturen på sentrale aktører og miljøer som kan tenkes å stå for videre utvikling av Seljords besøksattraktivitet. Den beste måten å ta slik temperatur på, er å samle ulike aktører med litt ulike mål og perspektiver under samme tak. Dette kapittelet er rapporten fra hvordan det gikk.

5.1 Samsnalking kan føre til samarbeid i neste omgang

Hva tenker aktørene i Seljordsamfunnet selv om stedets utvikling som besøksmål? Det var formålet å kartlegge nærmere i en workshop som ble arrangert den 9. mai 2012 som en del av forstudien Ta Seljord i bruk. Vi fasiliterte denne arbeidsdagen fra Telemarksforskning sin side, både gjennom konkrete arbeidsoppgaver i grupper og ved å observere den dialogen og de samtalene som ellers foregikk ”i mellomrommene” mellom de programfestede øktene. Hvis man i framtiden skal samarbeide (mer enn i dag) så er det vårt utgangspunkt at man i det meste må kunne samtale om hva man så i tilfelle skal samarbeid om.

5.1.1 Folk skaper steder

Vår erfaring er at folk skaper steder – ikke bar ei form av å bo og arbeide der (som kommentert under avsnittet om Attraktivitetspyramiden), men også gjennom måten de samarbeider på. Våre studier av lokale nettverk i kommuner som lykkes særlig godt med sin arbeidsplass- eller befolkningsutvikling, dokumenterer noen nettverkskvaliteter hvor de ”innvortes” kvalitetene på stedet fungerer godt. Disse handler om å kunne samhandle på tvers av sektorer og bransjer, om å bygge tillit over tid og å ha kanaler ut av de indre nettverkene slik at disse ikke blir stive og lukkede. (Kobro, Vareide og Hatling, 2012)

Workshopen ble lagt opp som et strategiseminar hvor fokus ble satt på Seljord som besøksmål. Deltakerne ble utfordret på å arbeide sammen om ønskede framtidsbilder – disse forsøkte vi å arbeide så konkret med som mulig. Bakgrunnen for dette er todelt. For det første er det ikke vanskelig å bli enige om generelle vendinger; ”Seljord skal bli eit meir attraktivt besøksmål”, eller: ”Tilreisende til Seljord skal få høg service og minnerike opplevingar”. Hvem er uenige i slike formuleringer, og hvordan skal vi kunne identifisere ulike holdninger og framtidsønsker av dette? Dess mer konkrete og illustrerende formuleringene blir, dess lettere er det for oss som observatører og fasilitatorer å få øye på spenninger og uenighet.

Det andre formålet med å jobbe konkret er at visualiseringer, språklige bilder og annen konkretisering av framtiden skaper motivasjon og energi – begge veier; både fra dem som *vil* og fra dem som er *skeptiske* til de framtidsretningene som uttrykkes. ”Om 10 år vil det komme 50 000 mennesker årlig til Seljords Sjøormsenter, hvor den interaktive utstillingen skaper begeistring og sterke opplevelser for besøkende fra mange nasjoner, i alle aldre!” Slike framtidsbilder er det enklere og

mobilere enten sterk tro eller sterk skepsis til. Det er også lettere for aktører å identifisere sin egen rolle – eller definere den ut av bildet, når det foreligger tydelige eksemplifiseringer av framtiden.

Vi lever forlengs, men forstår baklengs sa Søren Kierkegaard. Det er fordi vi har alle våre erfaringer fra fortiden, ingen fra framtiden. Vi forstår det vi har erfart bedre enn det vi bare tenker abstrakt om, derfor fungerer bilder som rommer erfaringer om framtiden, som i realiteten er umulig, men som vi altså skaper en illusjon av gjennom ”dramatiseringer” av framtiden, bedre enn abstrakte formuleringer.

5.2 Ønsket framtid

Deltakerne ble delt vilkårlig i tre grupper, etter vårt ønske om å blande bransjer og sektorer. De tre gruppene utarbeidet noen punkter om *ønsket framtid* som de kunne samle seg om, etter en ganske intens gruppediskusjon som vi gikk rundt og observerte. Punktene er ikke ”resultater” i den betydningen av det er omforente forslag om ønsket framtid fra deltakerne eller fra denne forstudien! (Viktig beskjed til eventuelle lesere fra pressen!) Punktene utgjør i stedet en ”underveisrapport” fra en prosess som vi mener er viktig å fortsette.

Punktene fra gruppene som viser hva de mente burde kjennetegne en ønsket framtid for Seljord som besøksmål, er listet opp nedenfor. Vi merker oss at det som er skrevet i presens er nå-beskrivelser av en ønsket *framtid i 2020*. Noen få steder har vi satt inn våre egne kommentarer, dette står i parentes.

- Vi har et betydelig styrket samspill i ”trekanten” kultur – handel – offentlig sektor. Faste arenaer og gode forpliktende samhandlingsaktiviteter
- Et godt besøkssted blir også et fint sted å leve – vi har greid å kombinere dette slik at ”reiselivet” inkluderes på en naturlig måte i det som er den generelle lokalsamfunnsutviklingen.
- Det er (fortsatt) moderne med tradisjoner – vi har utviklet oss med et særpreg som kombinerer mote og tradisjoner i mange former
- Vi har høy fokus på kvalitet i alle ledd (må konkretiseres videre)
- Vår festivalprofil er tydelig, vi framstår som Norges mest kjente og anerkjente festivalkommune
- Vi er det best kjente stedet i Norge utenom byene
- Vår attraksjonskraft er vær-uavhengig
- Vi har et stort sjøormsenter med årlig spel som trekker titalls tusen
- Seljord har en profesjonell kunstforening med sommerutstilling som har venteliste av anerkjente nasjonalt ”store” kunstnere som vil stille ut og hvor det er kø av publikum, både seljordinger og besøkende som vil inn.
- Vi har bygget en rekke nye attraktive boliger både ved vannet og andre steder i kommunen hvor folk skriver seg på lister for å få tomt/bolig
- Det finnes flere attraktive, rimelige og tilgjengelige ungdoms-/etableringsboliger
- Kommunen er en enda mer aktiv utviklingsaktør som er kunnskapsrik, fleksibel og positiv og samarbeid med (Det ble fra flere kommentert at dette er et statusbilde for situasjonen, allerede i dag)

5.2.1 Barrierer mot ønsket framtid

Hvilke trusler eller utfordringer oppfatter deltakerne at det ligger mellom nå-situasjonen i Seljord og den ønskede framtiden? Det var en oppgave som gruppene fikk, etter at ønskeframtiden var drøftet noe gjennom i plenum. Oppgaven ble gitt med begrunnelse i at det ofte settes i gang tiltak og ideer til handlinger i organisasjoner og lokalsamfunn som baserer seg på kjepphester, synsing og tilfeltige oppspill om noe som ”høres ut som en god ide”. Vår fasilitering i slike prosesser handler om at deltakerne skal utfordres på at tiltak og aktiviteter ikke skal settes i gang før man vet mest mulig – og er mest mulig enige – om hvilke problemer som skal løses eller forebygges gjennom tiltakene. Hvis våre tiltak skal *virke*, så må de virke *i forhold til noe!* De hindrene, eller barrierene som må overvinnes eller unngås i det videre prosjektarbeidet for å ”Ta Seljord i bruk”, er listet opp nedenfor.

- Mangel på penger – lave offentlige budsjetter og lite tilgjengelig eller risikovillig privat kapital
- ”Alle” bilveier er for dårlige, de kan hemme tilreisende
- Negative holdninger i befolkningen kan holde oss nede – se opp for ”bygdedyret”
- Urbanseringstrenden forsterkes – vi kan bli liggende i ”distriktsskyggen”
- Handelesvirksomheten kan gå ned med tap av arbeidsplasser og bostedsgrunnlag
- Vi kan få et lavt fokus i fylkeskommunen, lav prioritering av vårt sted og region.
- Samarbeidsånden reduseres og blir mangelfull. Vi vil kunne mangle rutiner og arenaer for samspill
- De tre store aktørene/miljøene glir fra hverandre; Dyrsku’n, handel/næringslivet, kommunen
- ”Askesjeler” erstatter ildsjeler – askesjeler er utbrente ildsjeler...
- Stusselige nabokommuner som ikke lykkes – det vil hemme vår vekst
- Nedgang i vareutvalg, et uinteressant handelstilbud
- Manglende tomter – få boligtilbud

Listen gir, sammen med punktene om ønsket framtid, tydelige indikasjoner om innretning og fokus på videre prosjektutvikling. Vi kommenterer dette nærmere i kapittel 6.

6. Oppsummering og veien videre

Kapittelet oppsummerer de viktigste elementene fra denne studien.

Vi fremmer avslutningsvis noen forslag til videre arbeid.

6.1 utfordringer og potensial

Denne undersøkelsen viser at Seljordsamfunnet har utfordringer – og potensial. utfordringene handler først og fremst om at kommunen ikke greier å utnytte den positive utviklingen som har vært knyttet særlig til sine besøksnæringer de siste årene - bostedsattraktiviteten henger etter. Det er også i andre sammenhenger pekt på at det relativt store besøket knyttet til aktiviteter/arrangementer, særlig på Dyrsku'-plassen, ser ut til å ha et uforløst potensial. Det handler om å skape mer omsetning i både handel, overnatting og servering dersom man lykkes med å generere flere timers oppholdstid, og aller helst en (ekstra) overnatting fra de besøkende.

Det inntrykket som forstudien etterlater av næringsmiljøets holdninger og interesse for å arbeide videre med Seljords besøksattraktivitet, er svært positivt. Å samordne lokalsamfunnsutvikling og reiselivssatsing er mange steder komplisert - mange steder er det en fraværende prosess. Det fordrer dedikert innsats fra både politisk ledelse, administrasjonen og fra næringslivet, og i mange tilfeller fra det sivile samfunnet i bred forstand. Undersøkelsen som inngår i denne forstudien har ikke brakt full klarhet, men etter vår vurdering *tilstrekkelig* klarhet i sentrale aktørers vilje til å *ville satse sammen*. Vi anbefaler derfor svært entydig at Seljord kommune går videre *sammen* med organisasjoner/miljøer knyttet til både kultur/opplevelser og næringslivet for å utvikle et prosjekt for planlegging og implementering av *konkrete* tiltak for økt besøksattraktivitet i Seljord.

Det potensialet som de intervjuede aktørene, referert i kapittel 4 og deltakerne i work-shopen fra kapittel 5 særlig framhever, handler mye om Seljordsvatnet, sjøormen og økt samhandling rundt kommersialisering av de natur- og kulturgitte fortrinnene som Seljord har.

Etter PLP-metoden som arbeidet med dette notatet er lagt opp etter, er neste fase å planlegge tiltak/handlinger i et planleggings- og seinere et gjennomføringsprosjekt. Vi finner det derfor *ikke naturlig* – det vil dessuten falle utenfor ressursrammen for dette oppdraget – å fremme en *plan* for de neste fasene i arbeidet her. En slik plan må utformes av deltakerne selv, som en oppfølging av denne forstudien.

Vi vil imidlertid temmelig klart anbefale en slik videre utvikling. Vi anbefaler videre at aktørfeltet i det videre arbeidet fokuserer på *ett* eller et *fåttall* framtidsmål som det vider arbeidet konsentreres om. Enighet om overordede mål/hensikt er viktigere enn full enighet og samstemmig oppslutning om enkelttiltak. Man bør, etter vår vurdering, kunne ha rom for at ulike aktører utfører ulike tiltak etter egne preferanser og egenskaper. Men dette bør peke i samme retning! Utviklingsstrategier som tvinger ulike aktørmiljøer inn i samme operative form, har lett for å skape en skinn-enighet som etter hvert går i oppløsning. Enighet om visjoner og langsiktige satsinger, gir mer robuste strategier – forutsatt at aktørene respekterer og understøtte hverandres tiltak. Nettopp fordi de alle med ulike vektlegginger, fører i samme retning.

Vi har ikke foretatt selvstendige analyser av de ulike potensialfeltene. Vi har likevel fanget opp forhold som vi foreløpig mener – men som ikke er dokumentert vitenskapelig (NB), bør være interessante temaer og arbeide videre langs i tråd med våre kommentarer ovenfor.

- Handelstilbudet bør sannsynligvis utvikles videre både i fysisk form – sentrumsutvikling – og i innhold (vareutvalg) på en slik måte at det skaper mer omsetning fra besøkende til kulturarrangementer og annet besøk til stedet.
- Skape anledninger og attraktivitet for døgnopphold for besøk som hittil har vært preget av dagsturer
- Arbeide videre med å få tilbud til å henge sammen på tvers av ”sektorer”: kulturtilbud, arrangementer, handel, boligutvikling og annet
- Boligbygging og andre tiltak som kan øke samsvaret mellom sysselsettingsutvikling og befolkningsøkning bør fokuseres. Det bør arbeides med spørsmål om hva som kan skape attraktive boligtilbud også for innbyggere som arbeider i andre kommuner i regionen - pendling ut fra Seljord
- Utvikle kunnskap, politikk, handel og servicetilbud til ”fastboende ferierende” i retning av Second Home- segmenter, ikke ”bare” tenke på dem som ”hytteturister”
- Opplæring og profesjonalisering av alle som møter besøkende OG fastboende kunder

Referanser

Ericsson, Birgitta, Terje Skjeggedal, Tor Arnesen og Kjell Overvåg. 2011. Second Homes i Norge - Bidrag til en nordisk utredning. ØF-rapport 1/2011

Garnes, Åge 2009. Prosjektledelse og usikkerhet - Magma 6/2009

Kobro, Lars Ueland, Knut Vareide og Morten Hatling. 2012. Suksessrike distriktskommuner En studie av kjennetegn ved 15 norske distriktskommuner. TF rapport 301, 2012

Vedlegg

Deltakere på Workshopen 9. mai 2012

| Organisasjoner/institusjoner mv. | Namn på frammøtte |
|----------------------------------|---|
| Møtestad Seljord | Audny Barstad Knut Inge Skoland |
| Dyrsku'n | Lone Kultan |
| Festivalene | Egil Moen |
| Næringslaget | Gunnar Eilefstjønn |
| Markedsgruppa | Kjell Birger Teigen |
| Hoteller: Seljord hotell | Ellen Grøstad Barstad |
| Camping | Solfrid Bjørge Stian Johannessen |
| Granvin | Anne Aasmundtveit Pia Robertson |
| Gårdsturisme | Leiv Bjørge |
| Kunst/galleri | Sissel Haugan |
| Seljordspelet | Ingunn Haugland |
| Seljord kommune | Harriet Slaaen Per Dehli Asbjørn Storrusten |
| Kunstforeningen | Torhild Grøstad |