100 stemmer

Hvilke utfordringer og løsninger ser de unge for Nord-Norge?

Designit® a wipro company · NODA · SAMFUNNSLØFTET SparebankNordNorge · gnist · by north™

Bakgrunn

Økonomien i nord går godt. Samtidig viser Konjunkturbarometeret for Nord-Norge en negativ demografisk endring. Landsdelen har som resten av Norge en stadig større andel eldre i befolkningen, men sammenlignet med resten av landet er den ventede nedgangen i de yngre aldersgruppene sterkere i Nord-Norge. En bærekraftig region har en balansert befolkningssammensetning.

Hvordan kan vi begynne å løse utfordringen?

Det var utgangspunktet når Samfunnsløftet til SpareBank1 Nord-Norge utfordret Nordnorsk Design- og arkitektursenter (NODA) til å få innsikt i hvorfor så mange unge ikke finner sin plass i regionen.

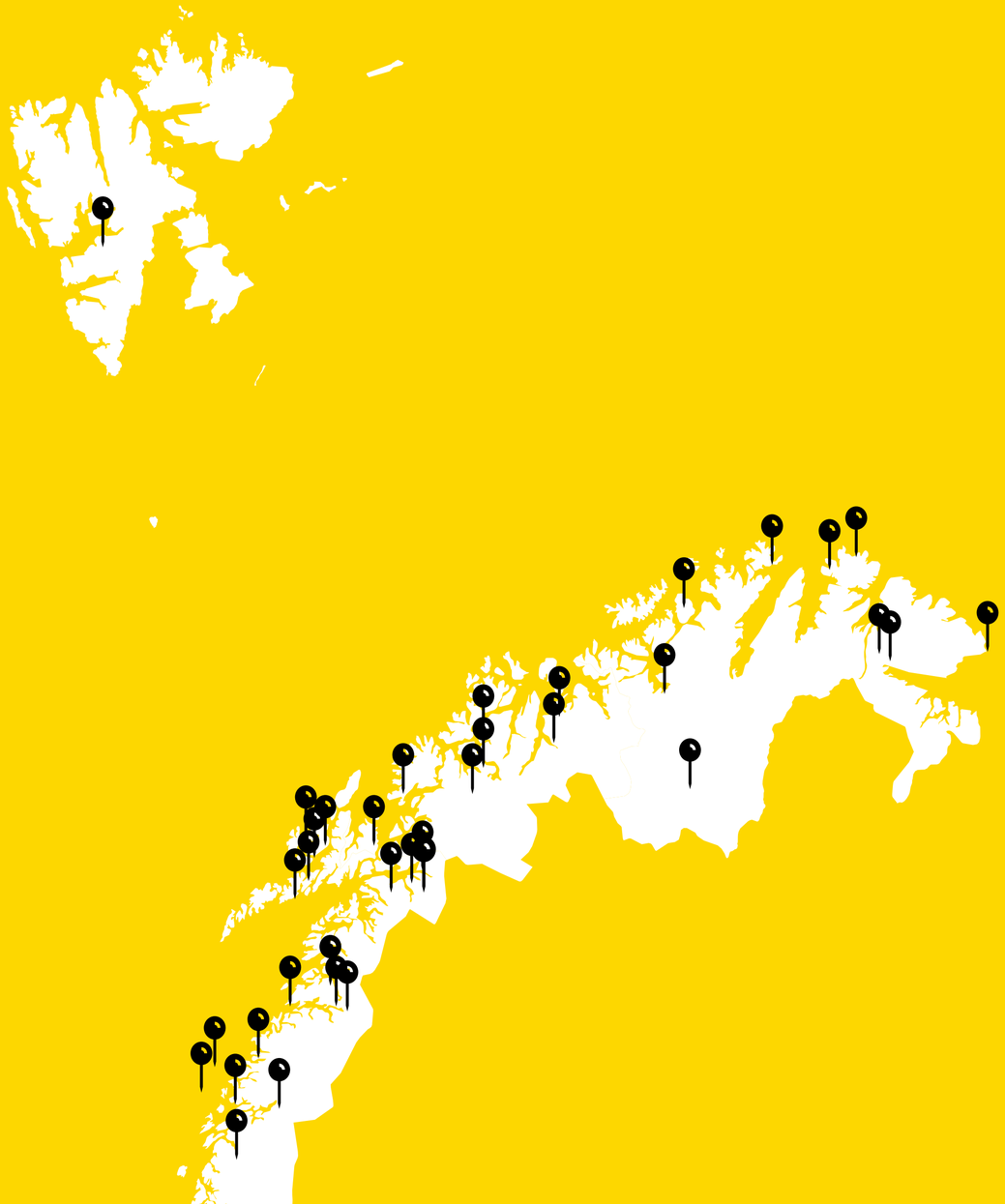
NODA engasjerte Designit som faglig ansvarlig. Sammen med NODA og to designkontor i Nord-Norge, Gnist Design og By North, utgjorde de teamet som gjennomførte innsiktsarbeidet.

100 unge voksne i alderen 18-34år fra hele landsdelen ble rekruttert for å dele hva som betyr mest for når de gjør sine valg – om livsstil, fritid, utdanning, jobb og bosted.

“Nye stemmer: En perspektivmelding fra landsdelens unge voksne” ble lansert på Agenda Nord-Norge i Narvik 2019. De 100 nye stemmene var representert i salen.

100 stemmer fra hele Nord-Norge

Disse innsiktene kommer fra100 unge stemmer fra hele Nord-Norge. Prosjektet rekrutterte bredt både geografisk, aldersmessig og med variasjon i livssituasjon.



Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Hvordan har man inkludert 100 stemmer?

Disse 100 stemmene i alderen 18-34 har blitt involvert på forskjellige måter for å finne ut av hvordan vi sammen kan jobbe for å rigge Nord-Norge for fremtiden.

84 spørreundersøkelser.
I forkant av dybdeintervju og workshop ble det gjennomført en spørreundersøkelse med 13 screening spørsmål med 84 respondenter.

17 dybdeintervjuer
Det har blitt gjennomført 17 dybdeintervjuer der tema var livet i Nord-Norge, gleder og utfordringer med å bo her før og nå, hvordan de ser for seg fremtiden, og deres opplevelse av utdanning, jobb, kultur, samhold, samfunnet i nord.

Disse nøye transkribert og analysert for å finne mønster, temaer og mulighetsrom.

4 workshops
Det har også blitt gjennomført 4 workshops, på ulike steder i landsdelen, med alt mellom 10 og 30 deltakere, om utfordringer, årsaker til utfordringene, og potensielle løsninger på utfordringene man har identifisert.

Disse funnene ble samlet og analysert sammen med funnene fra intervjuene.

Om design som metodikk

Metodikken som har blitt brukt i dette prosjektet tar utgangspunkt i «Design Thinking», som kort fortalt handler om å forstå problemområdet og gjennom denne forståelsen definere tydelige mulighetsrom.

Disse mulighetsrommene kan ta mange former, noen er lavthengende frukter, andre krever større strukturelle endringer.

Design i dette prosjektet

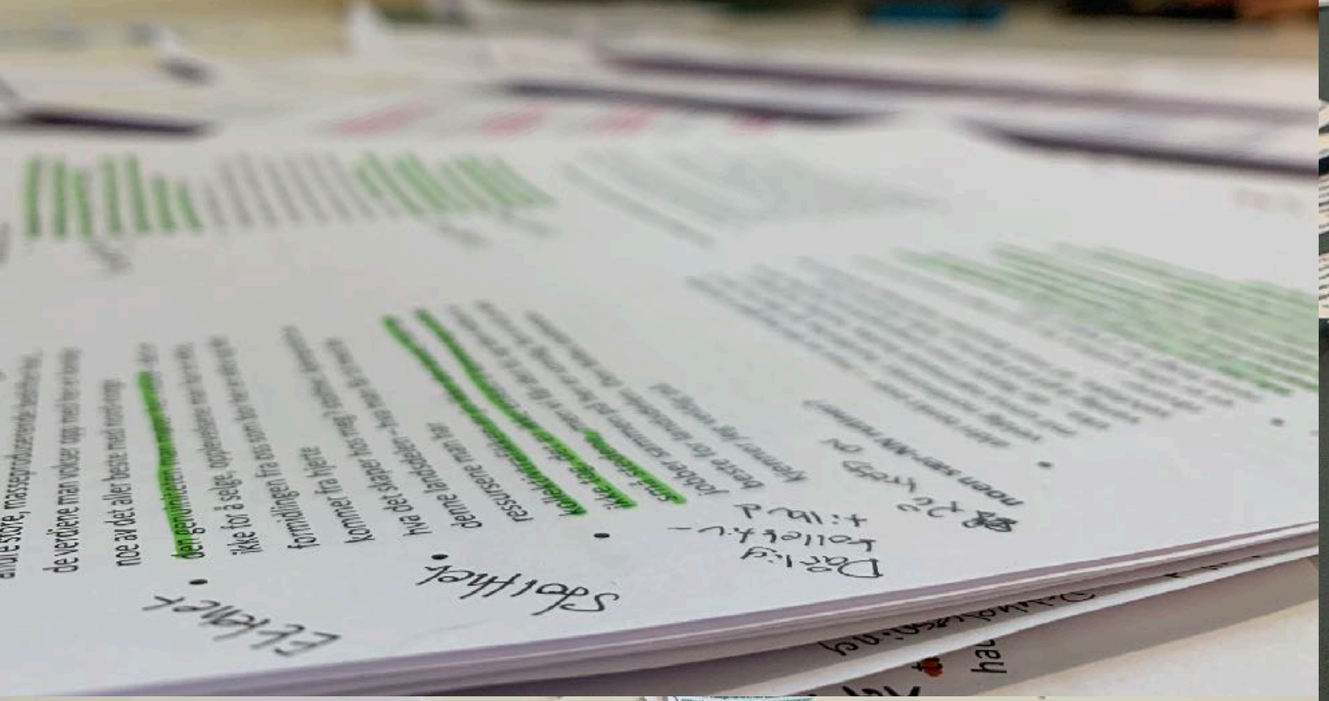
Dette prosjektet handler i hovedsak om å forstå unges situasjon i Nord-Norge og å kunne formulere noen konkrete mulighetsrom basert på disse innsiktene.

Hvordan disse mulighetsrommene tas videre er opp til deg som leser dette dokumentet.

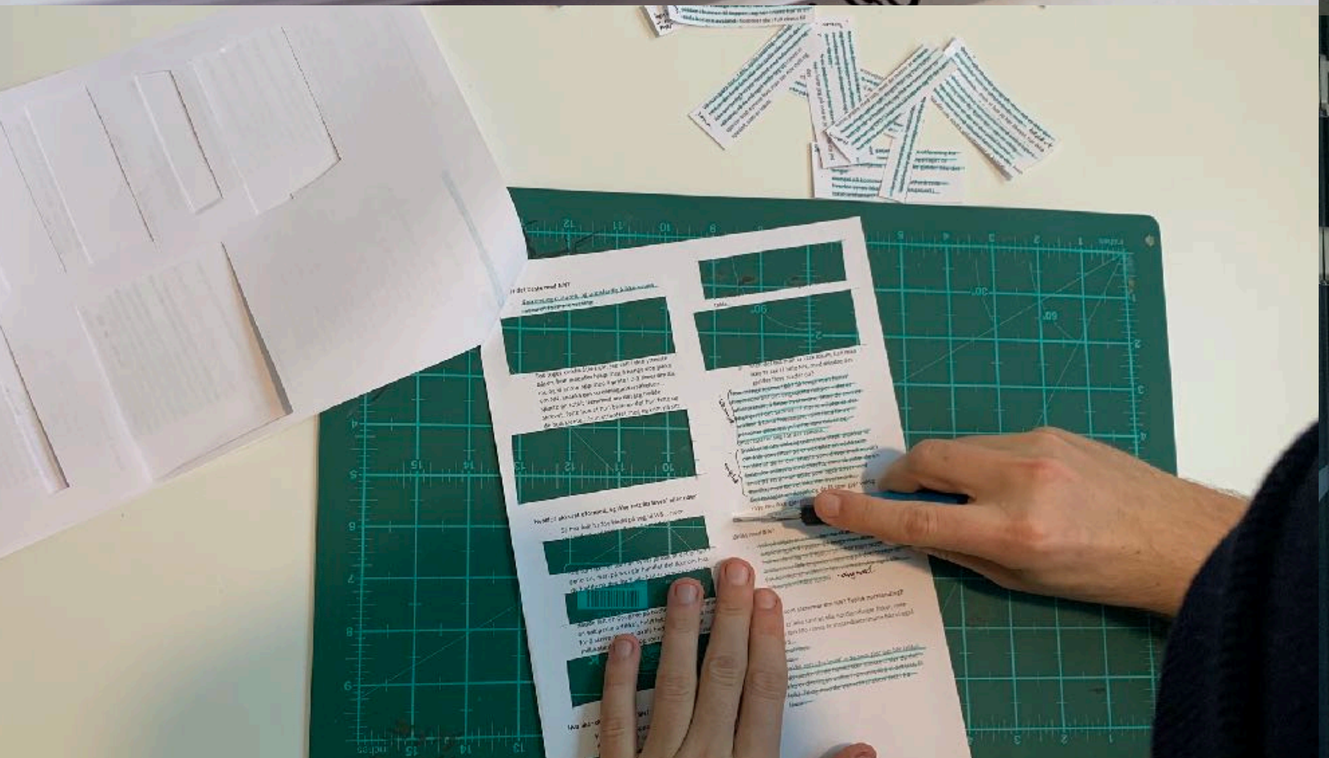
Denne presentasjonen innholdet ikke prosjektets opplevelse av Nord-Norge eller prosjektets meninger om hvordan ting kan gjøres bedre. De opplevelsene som legges frem her er fra de unge i Nord-Norge.

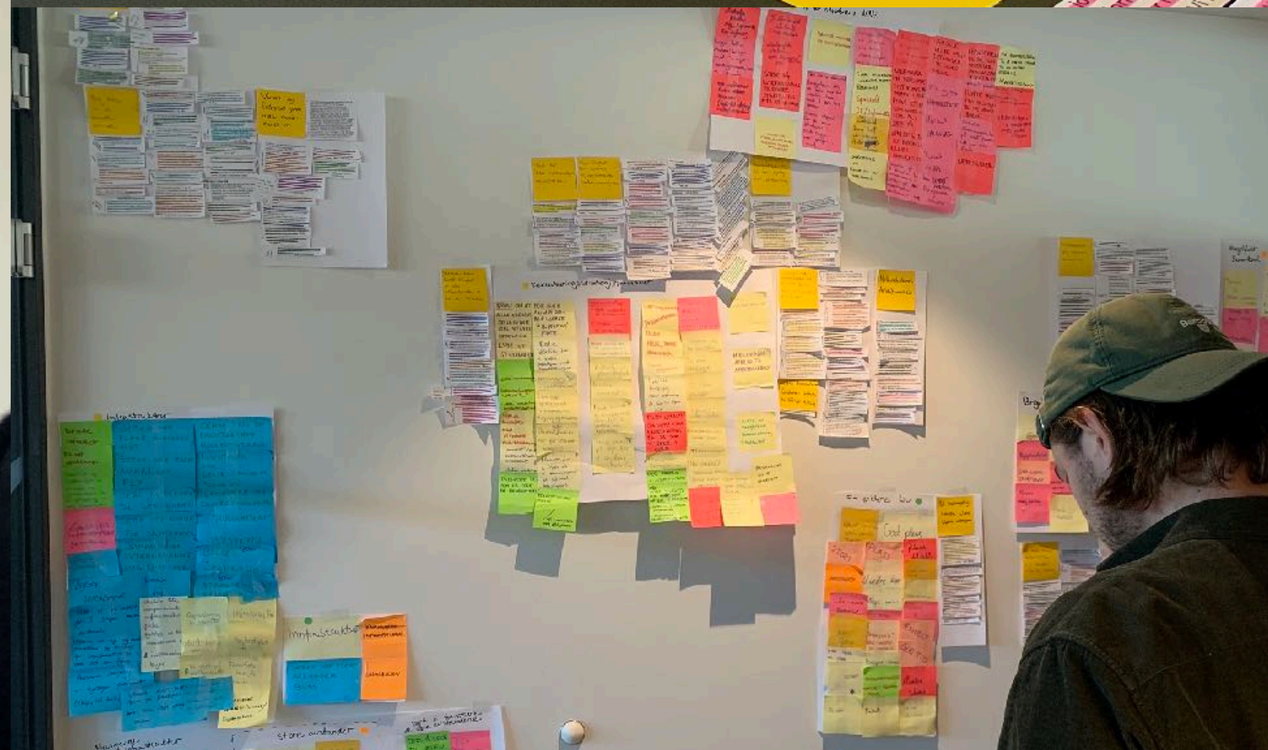
Presentasjonen inneholder sitater man kan være uenige i, eller føle er feilaktive, men essensen her er det viktig å huske på at dette er opplevelsen til de unge i Nord-Norge. Så om det er faktafeil, eller feiloppfatninger, speiler dette faktiske feiloppfatninger der ute.

Alt materialet samlet gjennom intervjuer og workshops har blitt analysert av Designit, men det som presenteres her vil ikke ha noen av Designits meninger – sitatene som dras frem vil være ordrett fra intervjuene, så de er de 100 stemmene som kommer frem.
Og de kommer frem ufiltrert.



Prestisje





Hovedkategorier

01

Vår og Nord-Norges identitet.

Nord-Norges rolle i klimadebatten.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og mangelende satsing.

Lokalsamfunnet og verden rundt.

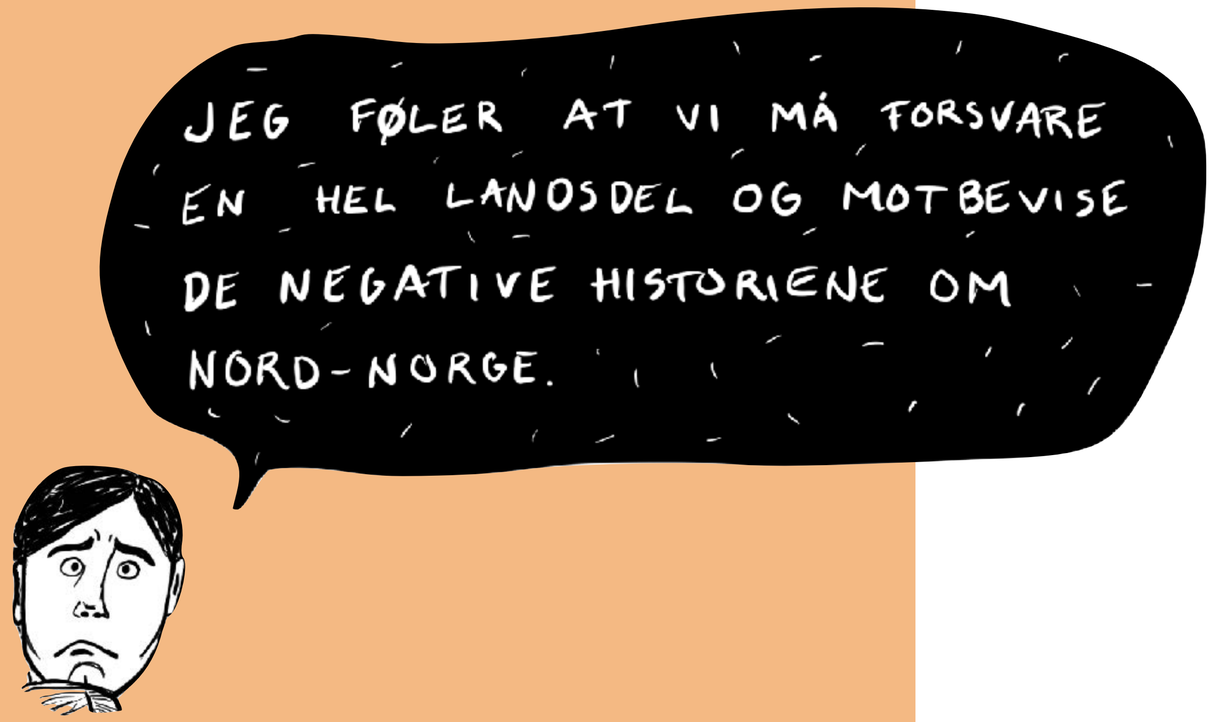
Lokalpolitikkens rolle og nasjonal posisjon.

Vår og Nord-Norges identitet.

Designit®
a wipro company

NODA

SAMFUNNSLØFTET
SparebBank 1 Nord-Norge

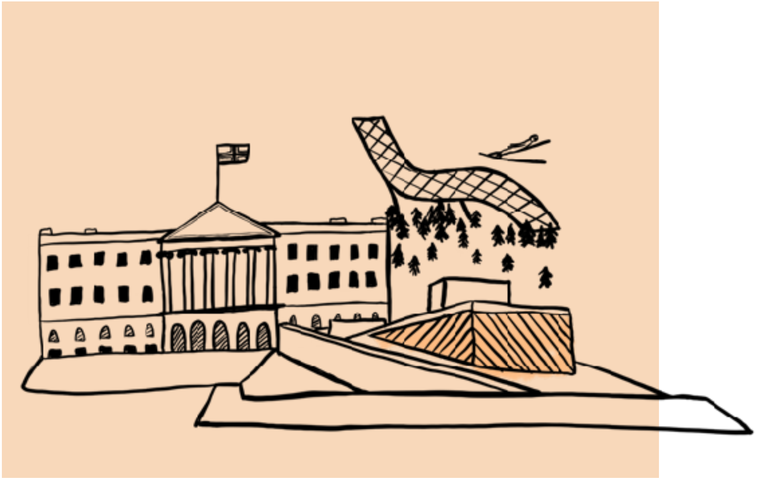


Innsikt

De unge opplever at Nord-Norge har et dårlig rykte, at de hele tiden må være i forsvarsposisjon for landsdelen

Mulighetsrom basert på innsikten:

Fra fordommer til felles identitet.



Fra dårlig kopi til kontrast.

Vår og Nord-Norges
identitet.

Fra fordommer til felles identitet.

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Fra fordommer til felles identitet.

Innsikt

Dette handler om at man i markedsføringen av regionen har endt opp med at alt er Lofoten eller reindrift.

At utenfra kommer med et bilde av at man kun driver og ser på nordlys, banner og fisker. At hver by prøver å spille på de samme tingene som til slutt ender opp som en slags parodi som forsterker de fordommene som finnes.

Vår og Nord-Norges identitet.

Fra fordommer til felles identitet.

DERSOM VI SKAL SELGE EN HEL REGION MÅ DET VÆRE EKTEFØLT - VI MÅ VÆRE STOLT AV DET VI SELGER.

VI MÅ SPESIFISERE HVA VI SKAL VÆRE OG HVA VI ER STOLT AV - HVA NORD-NORGE ER FOR OSS, OG SÅ FORMIDLE DET.

Innsikt

Mange av løsningsforslagene handler om å samle Nord-Norge under en felles paraply uten å miste særpreg. Løsningene handler om å skape lokale merkevarer som spiller på de faktiske lokale kulturene. Være stolt, være tydelig.

MAN DRAR IKKE I SAMME RETNING SELV OM MAN ER VELDIG FÅ. BODØ ER BODØ, TROMSØ ER TROMSØ OG ALTA ER ALTA. MAN ER IKKE NOK MENNESKER TIL Å BRANDE HVER BY, MEN VI MÅ BRANDE HELE NORD-NORGE.

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Fra fordommer til felles identitet.

Hvordan kan man lage en paraply som alle kommer under, der man samtidig har særpreg individuelt? Kan man gå sammen om en felles retning?

Mulighetsrommet handler om å se hvordan både små og store særpreg kan spille en stor i rolle i å skape samhold og bryte opp fordommer.

Kanskje det allerede er en satsting på noe særegent i ditt område, men det trenger et ekstra løft? Hva kan man da gjøre for å styrke det særpreget?

Fra dårlig kopi til kontrast.

Vår og Nord-Norges identitet.

Fra dårlig kopi til kontrast.

SELV OM DET "GÅR" I OSLO ER DET IKKE SIKKERT DET ER OVERFØRBART TIL RESTEN AV LANDET.

VI HAR EGNE MULIGHETER OG VI KAN SPILLE PÅ SOM HAR – I FORHOLD TIL SØR OG RESTEN AV VERDEN. VI LIGGER TIL SLIK AT VI HAR ANDRE TING Å BY PÅ OG FORUTSETNINGER FOR Å DYRKE DET.

MIDTPUNKTET I VERDENS NORDLIGSTE BY ER EN FONTENE, OG DET ER FORDI MAN BARE HAR KOPIERT. MAN HAR IKKE STILT SPØRSMÅL RUNDT DET, OG FONTENER PASSER VEL BEDRE I SØRLIGERE BYER HVOR MAN VIL KJØLE SEG NED.

Innsikt

De unge opplever at det er mye kopiering fra andre, større byer i Norge – Oslo, Bergen, Trondheim… og at denne kopieringen ikke er bra for landsdelen, og at man heller burde spille på sine egne styrker.

Det er en felles opplevelse at man ikke helt vet hva man skal være, men samtidig en feller enighet om at man **iallfall** ikke skal være Oslo.

Fra dårlig kopi til kontrast.

Hvordan kan man rendyrke det nordnorske og virkelig fra gå ut som en kontrast til Oslo?

Mulighetsrommet handler om å se seg selv i sammenheng med Oslo og spille på andre styrker enn de impulsene som kommer fra Oslo. Ikke blindt ta en idé, men alltid tenke hvordan man kan gjøre noe på «Nordnorsk» vis, men hva er det? Dette bør defineres lokalt for å beholde særpreg.

Om det er snakk om et nytt kafékonsept, forening eller et kulturarrangement finnes det måter å gi det en ny nordnorsk vri.

Nord-Norges rolle i klimadebatten.

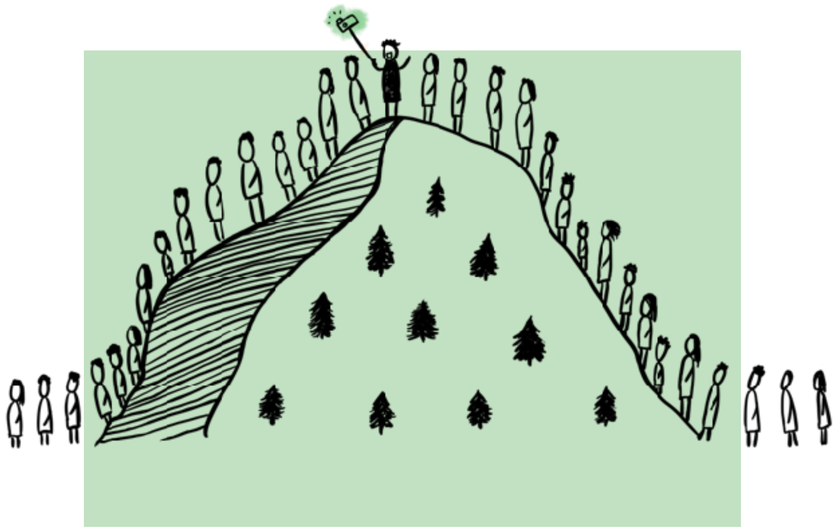
Innsikt
Vi må passe på å ikke gå oss vekk i floskler om bærekraft.

Dette med å handle på en ansvarlig måte handler om mer enn bare klima. Det handler om ansvarlig turisme, om ansvarlig lokaldemokrati og om å bygge «ansvarlig vekst» inn i alt man gjør.

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Mulighetsrom basert på innsikten:

Fra bærekraftig landsdel til klimasentrum.



Fra Nordens Alanya til bærekraftig turisme.

Nord-Norges rolle
i klimadebatten.

Fra bærekraftig landsdel til klimasentrum.

Designit®
a wipro company

NO
DA

SAMFUNNSLØFTET
SparebankNord-Norge

Nord-Norges rolle
i klimadebatten.

Fra bærekraftig landsdel til klimasentrum.

VI ER VILLIG TIL Å PRIORITERE NATUREN FREMFOR FLERE MILLIARDER I STATSKASSA - VI HAR IKKE ALL RETT TIL Å FORSYNE OSS.

DE SISTE ÅRENE HAR VI SATT MENNESKET FORAN NATUREN, MEN HER I NORD SER VI MENNESKET SAMMEN MED NATUREN.

VI ER BÆREKRAFTIG UTEN Å GJØRE DET FORDI DET ER TRENDY ELLER I TIDEN. DET ER FORANKRET I RYGGRADEN OG DET ER SLIK VI ER OPPVOKST.

Innsikt

De unge opplever Nord-Norge som et sted hvor man er villig til å prioritere naturen fremfor milliarder i oljepenger. Dette er ett av nordlendingenes konkurransefortrinn i idéen om grønn vekst.

Men hvordan kan vi kapitalisere og bygge identitet rundt dette konkurransefortrinnet?

Fra bærekraftig landsdel til klimasentrum.

JEG BLIR RØRT AV DE LOKALE START-UP'ENE SOM FORSØKER Å GJØRE NOE MED DETTE (MILJØSPM.) – Å VISE HANDLING, FORMIDLE, GÅ FORAN OG TA ANSVAR.

DE RESSURSENE VI HAR I FORM AV FISKE, NATUREN OG TURISME MÅ VI TA VARE PÅ – VI MÅ VÆRE EN BÆREKRAFTIG LANDSDEL.

Innsikt

Den kommende generasjonen ønsker å bruke verdigrunnlaget til å skape et arktisk klimasentrum der man er banebrytende på forskning, innovasjon og bærekraft i praksis – både i Norge og i verden.

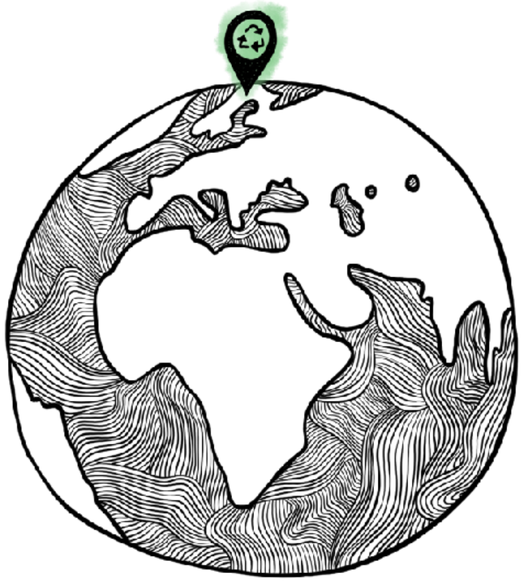
Nord-Norge kan bli en veiviser i klimautfordringen.

JEG HÅPER AT NORD-NORGE KAN VÆRE ET LEDENDE OMRÅDE SOM KAN VISE VEI – VÆRE ET BÆREKRAFTIG OG ØKOLOGISK STED MAN KAN SE TIL OG HENTE LØSNINGER NÅR MAN HAR EN UTFORDRING.

**Fra bærekraftig landsdel
til klimasentrum.**

Hvordan kan man gjøre Nord-Norge til et klimasentrum, og hvem bør ta den fakkelen?

Hvordan kan din organisasjon bruke bærekraft som en ledestjerne?

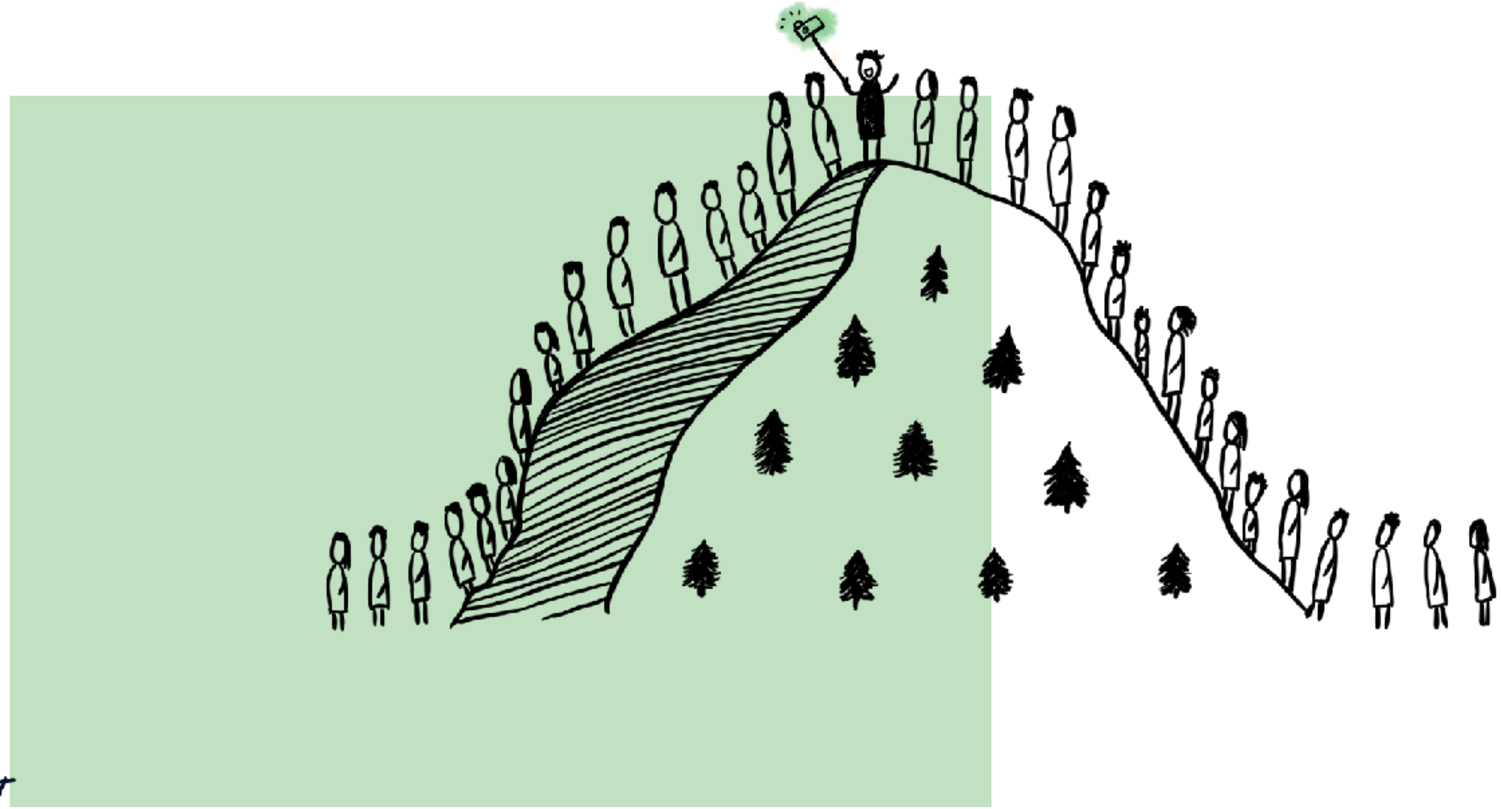


Denne utfordringen handler om å posisjonere seg som et verdibasert og idealistisk sted, der nærhet til naturen og bærekraft går hånd i dag.

Unge i dag motiveres i større grad av det å ta et standpunkt og en rolle. Så hvis du vil rekruttere unge må man kunne vise til mer en god lønn og betingelser, man må bevise at man bidrar positivt i lokalmiljøet.

Nord-Norges rolle
i klimadebatten.

Fra Nordens Alanya til bærekraftig turisme.



Designit® a wipro company
NODA
SAMFUNNSLØFTET
SparebankNord-Norge

Nord-Norges rolle
i klimadebatten.

Fra Nordens Alanya til bærekraftig turisme.

JEG VAR I ROMA NÅ I SOMMER, EN VAKKER BY, MEN SELV OM DET DU SER KAN TA PUSTEN FRA DEG ER DET EKSTREMT MYE FORSØPLING OG TURISTER SOM IKKE BRYR SEG OM GATENE DE ER I.

SELV OM MAN VIL HA TURISME HIT TENKER MAN PÅ DE SOM ER I VATIKANET, HVOR DET ER KØ OVER ALT. MAN ER JO REDD FOR MASSETURISME.

JEG ER REDD FOR AT VI IKKE KLARER Å TILRETTELEGGE FOR TURISME OG BEFOLKNINGEN OG OMRÅDENE SOM ER HER. AT NATUREN BLIR ØDELAGT PÅ BEKOSTNING AV VEKSTEN.

HAR SETT HVOR UTROLIG ATTRAKTIVT DET HAR BLITT MED TURISME I LOFOTEN, MEN DET ER IKKE BÆREKRAFTIG TURISME – DET ØDELEGGER JO STEDENE, MAN TJENER PENGER, MEN MAN ØDELEGGER SJARMEN.

Innsikt

Dette handler om bærekraftig turisme og bærekraftige lokalsamfunn. At man er redd for at omstillingen til et grønnere arbeidsliv går på bekostning av sosialt bærekraftige aktiviteter. Man er redd for at man ødelegger den stillheten og sjarmen som er så unik i Nord-Norge.

Designit® a wipro company · NODA · SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Fra Nordens Alanya til bærekraftig turisme.

MAN MÅ JO IKKE FYLLE LOKALENE MED KJIPE RESTAURANTER OG KJEDELIGE TURISTBARER.

BÆREKRAFT OG KLIMAUTFORDRINGEN – HVORDAN HÅNDTERE DET SAMMEN MED ØKENDE TURISME.

JEG VIL JO IKKE AT VI SKAL BLI ET ARKTISK ALANYA.

Innsikt
Her ligger det en mulighet i å utvikle særegne turistkonsepter og nordnorske prinsipper for hvordan fremtidens turisme bør regulerer og gjennomføres.

Her peker man på at man er redd for lokalsamfunn der turistene og lokale lever i separate samfunn. At de verdiene Nord-Norge står for, forsvinner i jakten på turister.

**Fra bærekraftig landsdel
til klimasentrum.**

Hvordan kan utvikle tilbud som er mer integrerte som både er for lokale og turister?

Og finnes det en ledestjerne eller en måte å lage noen prinsipper for hvordan turisme på nord-norsk vis er?

Så her er det en liten nøtt å skape de konseptene som treffer både turister og lokale. At man kan skape gode levende steder ved hjelp av turistene.

Man kan se på Airbnb og hvordan de beveger seg mer mot en opplevelses-økonomi som handler om å oppleve livet på sted gjennom øynene til de lokale. det er noe folk er villige til å betale for.

Og finnes det en ledestjerne eller en måte å lage noen prinsipper for hvordan turisme på nord-norsk vis er? Deres tilnærming er på ekte spennende og inspirerende.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og manglende satsing.

HVORFOR SKAL JEG VARE HER HVIS JEG HAR HØYERE AMBISJONER?

NÅR MAN NÅR ET VISST PUNKT MÅ MAN FLYTTE HERFRA, FOR DET ER PÅ EN MÅTE ET TAK.

MAN BLIR ENSOMME I AMBISJONENE SINE.

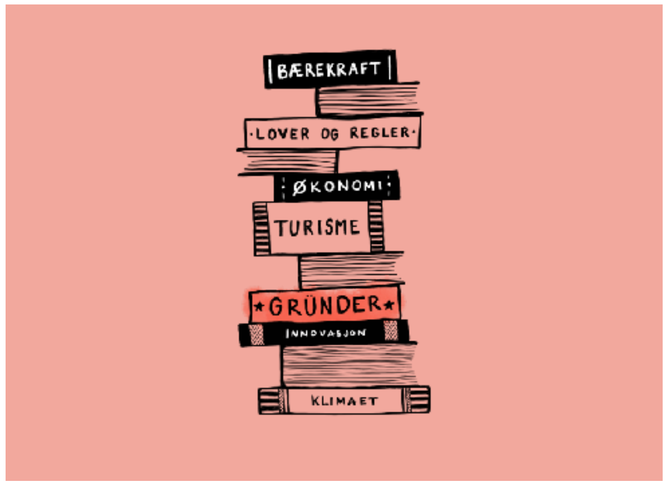
DE SKARPESTE HODENE FÅR SEG OFTE JOBB UTENFOR LANDSDELEN.

Innsikt

Det er en opplevelse av at man ikke kan ha en grenseløs ambisiøsitet i Nord-Norge. Dersom man vil “bli” noe må må man gjerne ta utdanning eller jobbe utenfor landsdelen, som resulterer i en følelse av kunnskapsflukt ut av landsdelen.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og manglende satsing.

Mulighetsrom basert på innsikten:



Fra klassiske til unike studiemuligheter.

Fra lukket til inviterende arbeidsmarked.

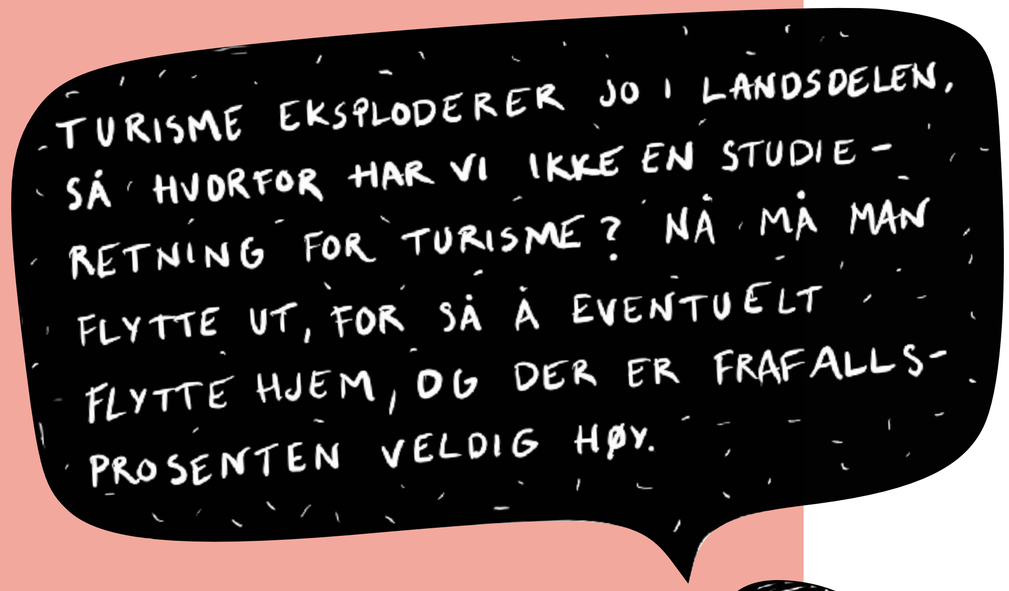
Fra satsingsvegring til gründerregion.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og manglende satsing.

Fra klassiske til unike studiemuligheter.

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra klassiske til unike studiemuligheter.



Innsikt

Det er en opplevelse av at til tross for at visse næringer står sterkt i Nord-Norge er det ikke et tilgjengelig studietilbud rettet mot den samme næringen.

Dette resulterer i at man må flytte ut av regionen for å utdanne seg, og mange ender opp med å bygge nettverk under utdanningen og bli.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og manglende satsing.

Fra klassiske til unike studiemuligheter.

NÆRINGSLIVET MÅ SI HVA DE TRENGER AV KOMPETANSE I UTDANNINGA. HVA BEHØVER DE LÆRENE SOM KOMMER?

NOE SOM KOMBINERER VÅR FAUNA, ØKOLOGI, ØKONOMI OG MARKEDSFØRING. RENT FOKUS PÅ NORD-NORSK KONKURRANSE-FORTRINN.

VI MÅ FINNE ET FAG OG EN STUDIERETNING NORD-NORGE SKAL BLI BEST PÅ.

NÅR MAN STUDERER SKAPER MAN ALLEREDE ET LIV, SÅ VI TRENGER FLERE STUDIERETNINGER RUNDT OMKRING.

Innsikt

Som nevnt har folk en sterk tilknyting til lokalhistorier, og identiteten er tett knyttet til naturen.

Derfor savner man kanskje disse kryss-disiplin-kursene der man kombinerer mer fag som er unike for Nord-Norge. At man trenger noen fremtidsrettede kurs og tilbud som man er best på i verden.

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra klassiske til unike studiemuligheter.

Hvordan kan vi etablere unike og næringsrettede studie-muligheter, hva er de, og hvem må involveres?

Det er ingen tvil om at det finnes en del spennende kryssdisiplinerte fag der ute. Kanskje det bare handler om å kommunisere de bedre? Kan man involvere enda bredere kanskje?

Men uansett bør dette være kontinuerlig arbeid med å se koblingene mellom identitet, næringsliv og utdanning. Hvordan kan vi etablere unike og næringsrettete studiemuligheter, hvordan ser de ut, og hvem kan skape de?

Designit® a wipro company
NODA
SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra lukket til inviterende arbeidsmarked.

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Opplevelsen av kunnskapsflukt og manglende satsing.

Fra lukket til inviterende arbeidsmarked.

JEG TROR AT JOBBEN FOR MEG KANSKJE FINNES HER, MEN DA HAR JEG I SÅ FALL IKKE HØRT OM DEN. DET ER NOK ENKLERE Å FÅ SEG JOBB UTENFOR NORDLAND.

VOKSNE BEDRIFTER SOM HAR EN ARBEIDSKULTUR FOR AT DE ANSETTER PÅ TVERS AV RELASJONER. MAN VET HVA MAN HAR, MEN MAN VET IKKE HVA MAN FÅR.

DA JEG STUDERTE I BERGEN VAR DET ET HELT ANNET FOKUS PÅ REKRUTTERING ENN JEG OPPLEVDE HER. DER VAR DET SPISSE ALBUER PÅ KARRIEREDAGEN, MENS HER ER DET MER PASSIVT.

Innsikt

Det føles som at rekrutteringen i Nord-Norge ofte skjer gjennom nettverket. Det skjer visstnok lite uten at du kjenner noen.

Dette er situasjonen og utfordringen de unge står ovenfor, og med dette utgangspunktet ser de lysere på å søke jobb utenfor landsdelen enn i den.

DET ER OFTE FAMILIÆRE ELLER VENNSKAPELIGE BÅND SOM GJØR AT MAN BLIR FAVORISERT TIL EN STILLING. INTERN REKRUTTERING OGSÅ. MAN SER DET GODT HER I SMÅ SAMFUNN.

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra lukket til inviterende arbeidsmarked.

VI MÅ SØRGE FOR MER LOKAL PRAKSIS OG INTERNSHIPS UNDER UTDANNING.

DET MÅ KREVES AT ALLE LEDIGE STILLINGER SKAL UTLYSES OFFENTLIG.

VI MÅ RETT OG SLETT BARE BLI BEDRE PÅ SYNELIGHET.

OPPRETTE KARRIEREPORTALEN JOBBINORDNORGE.NO.

Innsikt
Unge ser selvfølgelig også løsninger på utfordringen. De er ærlige om at det dette i høyeste grad handler om en følelse av et lukket marked.

Det er også et element av tid her. Hvis man skal ha en følelse av et levende lokalsamfunn holder det ikke bare å få noen tilbud når man nærmer seg ferdig skolert, men man bør se at det er et levende jobbmarked gjennom hele skolegangen.

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra lukket til inviterende arbeidsmarked.

Hvordan kan vi åpne arbeidsmarkedet, tydeliggjøre mulighetene og øke kommunikasjonen, og hvem må starte prosessen?

Denne utfordringen er todelt. Den handler om å identifisere de stedene i unges reise til voksenlivet man kan starte den kommunikasjonen, men den handler også om hvordan man i dagens marked kan skape et engasjerende arbeidsmarked.

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra satsingsvegring til gründerregion.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og manglende satsing.

Fra satsingsvegring til gründerregion.

VI MÅ VÆRE FLINKERE PÅ Å GJØRE TING SELV, SKAPE EGNE BEDRIFTER OG FORTELLE VÅRE HISTORIER.

FINANSIERING FOR DE SMÅ INVESTERINGENE LAR SEG GJERNE ORDNE, MEN SÅ ER DET GJERNE ET HOPP OPP TIL NESTE NIVÅ. VI MANGLER RÅDGIVNING ELLER INFO OM HVOR MAN SKAL FINNE KAPITAL, SÅ DER SLITER VI LITT.

DE FLESTE BEDRIFTENE SOM ETABLERER SEG HER ER INNENFOR DE SAMME BRANSJENE VI ALLEREDE ER KJENT FOR. HVORFOR?

Innsikt

De unge opplever at det ikke er rom for å satse i Nord-Norge, noe som fører til at de etablerte næringene, som fiske, står sterkt, men at de ikke er rom for å etablere noe nytt.

Noen føler at man tar ressursene og naturen rundt seg for gitt, at man har sett seg blind på de, og man ikke ser de mulighetene i de som de utenfor nord gjør. Dette resulterer i at andre gjør næring på mulighetene som er i Nord-Norge.

HVORFOR ER DET IKKE VI SELV SOM HAR FUNNET PÅ DETTE (ARCTIC RESORT I LOFOTEN), MEN EN SØRING?

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SparebankNord-Norge

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

Fra satsingsvegring til gründerregion.

VI MÅ GJØRE DET ATTRAKTIVT FOR GRÜNDERE Å KOMME HIT OG VÆRE HER, OG ENKLERE Å STARTE OG DRIVE EGEN BEDRIFT.

DET ER EN MANGEL PÅ SATSING – DET FINNES ENORME RESSURSER OG SÅ MANGE ARBEIDSTAKERE, MEN DE MÅ BLI GITT EN PLATTFORM HVOR DET KAN SKAPES NYE TING.

DET MÅ VÆRE FLERE STEDER HVOR MAN KAN SAMLE FOLK OG VÆRE KREATIVE SAMMEN. DET HAR SÅ MYE Å SI FOR HVA VI FÅR TIL SAMMEN I STEDET FOR Å SITTE HVER FOR OSS.

DET ER MANGE SOM VIL STARTE NOE HER, MEN DET MÅ TILRETTE-LEGGES FOR AT FOLK VIL SATSE, OG DET BLIR DET IKKE LAGT OPP. GODT NOK FOR I DAG.

Innsikt

Det må være flere steder hvor man kan samle folk og være kreative sammen. Det har så mye å si for hva vi får til sammen i stedet for å sitte hver for oss.

Det opplevelses som en mangel på satsing – det finnes enorme ressurser og så mange arbeidstakere, men de må bli gitt en plattform hvor det kan skapes nye ting.

Vi må gjøre det attraktivt for gründere å komme hit og være her, og enklere å starte og drive egen bedrift.

Opplevelsen av
kunnskapsflukt og
manglende satsing.

**Fra satsingsvegring
til gründerregion.**

Hvordan kan vi insentivere satsingen i nord, og med nordnorsk ekspertise?

Dette mulighetsrommet handler igjen om opplevelsen av at noe ikke skjer. Det kan tenkes at mye av problemet og mulighetene ligger i at det ikke satses på nye ting. Nye næringer, kulturtilbud og intitaiver. Så hvordan kan man ta dette ønsket etter en satsingsregion? Det er nok mange der ute som sitter med en følelse av at det satses allerede, kanskje det bare er kommunikasjonen av satsingene som mangler?

Lokalsamfunnet
og verden rundt.

DET ER IKKE DET GEOGRAFISKE SOM ER VANSKELIG, MEN INFRA-STRUKTUREN.

AVSTANDER MELLOM OSS SOM BOR HER, JA, MEN DET HANDLER JO OM TILKNYTNING TIL RESTEN AV NORGE OGSÅ.

SAMFERDSELSBUDSJETTET BLIR MYE KUTTA, SOM GJØR AT FLERE AV DISSE STEDENE KOMMER TIL Å FORVITRE. NÅR DET BLIR KUTTA BLIR DET VANSKELIGERE OG VANSKELIGERE Å BO DER, OG DET GIR RING-VIRKNINGER TIL RESTEN AV SAMFUNNET.

DET ER SÅ LANGT TIL RESTEN AV VERDEN.

Innsikt

Man føler seg isolert, både fordi det er langt mellom stedene, men også fordi det ikke er et fungerende kollektivtilbud som binder disse store avstandene sammen.

Mulighetsrom basert på innsikten:

Fra isolasjon til fellesskap

Fra isolasjon til fellesskap

Lokalsamfunnet
og verden rundt.

Fra isolasjon til fellesskap

SNAKKER VI OM VIRKELIG USENTRALE STRØK SITTER DET FOLK PÅ ET NES ELLER EN ODDE SOM TENKER AT DE ER DEN ENESTE SOM DRIVER MED DET DE LIKER INNENFOR MILEVIS OMKRETS, MEN SÅ SITTER DET EN ANNEN PÅ EN ANNEN ODDE SOM OGSÅ DRIVER MED DET, MEN DE VET IKKE OM HVERANDRE.

DET ER IKKE MILJØ FOR SUKT PÅ SMÅ PLASSER. DET ER VANSKELIG Å PASSE INN MED SÆRE INTERESSER, OG MANGE DRAR FRA NORD-NORGE TIL BYENE OG OPPLEVER AT MAN FÅR VÆRE SEG SELV.

DET BLE LAGT NED. VAR DET FORDI FOLK IKKE VAR INTERESSERT ELLER FORDI DET IKKE VAR SYNLIG?

LIKER MAN DET "VANLIGE" SOM HÅNDBALL OG FOTBALL, VIL MAN FINNE SIN GJENG, MEN I DET MAN STÅR UTENFOR DETTE VIL MAN SLITE.

Innsikt

Følelsen av å være alene om å like det som er annerledes er ikke unik for Nord-Norge, men med færre mennesker spredt over større avstander vil følelsen være tydeligere.

Liker man det vanlige som håndball for fotball vil man finne sin gjeng, men i det man står utenfor dette vil man slite.
Så det man ser er at man interessert i de “vanlige” aktivitetene vil det alltid være et miljø tilgjengelig for deg, men står man utenfor dette i Nord-Norge er det mer utfordrende å finne likesinnede.

Fra isolasjon til fellesskap

Innsikt
Alt dette handler i grunn om avstander, eller følelsen av avstander. Det at hver kommune skal holde alt innenfor kommunegrensa, at det blir vanskelig å sette opp et alternativt tilbud når man ikke har så mange som er interessert i sin kommune.

Hvis man hadde en litt større horisont så kunne man samlet sammen flere på tvers av kommuner digitalt slik at det ikke føles så isolert.

Fra isolasjon til fellesskap

Hvordan kan vi knytte folk og steder tettere sammen på tvers av utfordrende geografi og manglende samferdsel?

Dette handler mye om en følelse av isolasjon. Det kan være det trengs lite for å gi en følelse av et større og mer mangfoldig tilbud for unge. Det vanskelig å finne sin gjeng som ung, og hvis man ikke helt finner sin gjeng i håndball eller fotball så kan det være vanskelig å finne likesinnede.

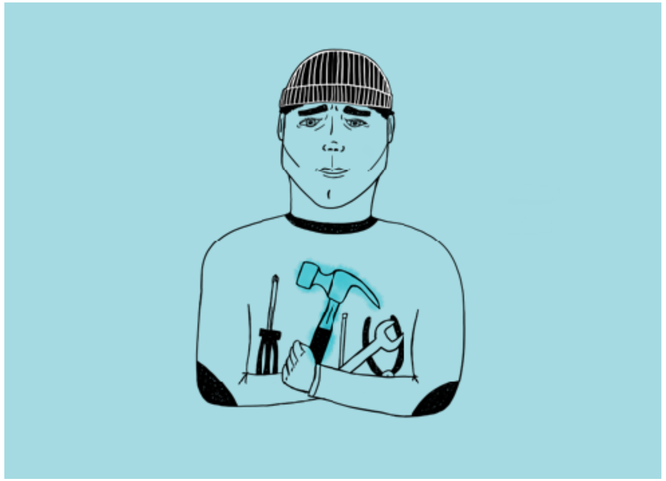
Kanskje det handler om å samarbeide, tettsted til tettsted om å lage mindre, men fokuserte møteplasser?

Lokalpolitikkens rolle og nasjonal posisjon.

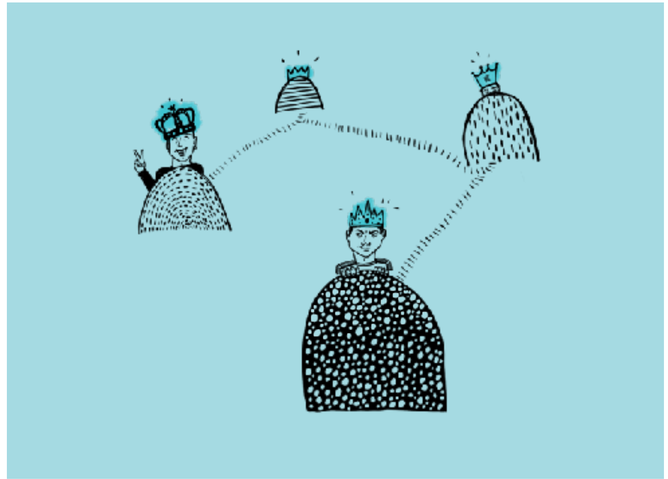
Innsikt
Den unge generasjonen i Nord-Norge opplever at politikken, både lokalt og nasjonal, feiler de. Man føler seg nedprioritert.

De ønsker mer langsiktig planlegging for å sikre et godt tjenestetilbud på tvers av regionen, og denne endringen må begynne hos de lokale politikerne.

Mulighetsrom basert på innsikten:

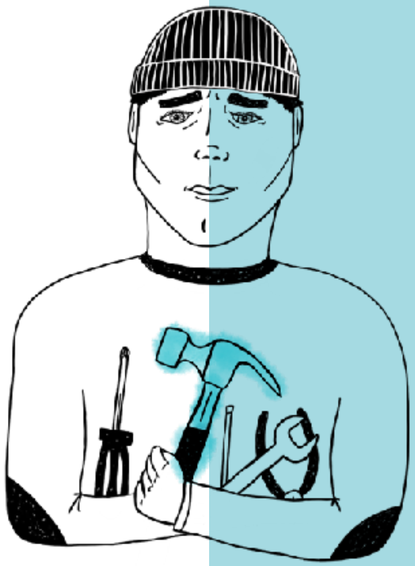


Fra offerrolle til skapertrang.



Fra Nordens Alanya til bærekraftig turisme.

Fra offerrolle til skapertrang.



Fra offerrolle til skapertrang

FRA DE SOM SITTER I OSLO SATSES DET MY PÅ DET SOM LIGGER RUNDT DE OG IKKE LENGER NORD. FOLK REAGERER JO, DE BLIR LETT SINTE OG FØLER SEG LITT GLEMT.

JEG MENER AT NORGE STYRES GENERELT FEIL. MAN JOBBER I FIREÅRSSYKLUSER OG TENKER HURTIG ENDRING FOR Å FÅ TIL NOE INNEN SIN SYKLUS. MEN DET BLIR JO KORTSIKTIGE LØSNINGER SOM IKKE PASSER INN I ET LENGRE PERSPEKTIV.

JEG TROR IKKE VI ER ANNERLEDES FRA DE LENGER SØR, MEN VI BLIR BEHANDLET ANNERLEDES, SÅ DA FØLER MAN SEG ANNERLEDES. MAN BLIR OMTALT OG BEHANDLA PÅ EN ANNEN MÅTE ENN DE SOM BOR LENGER SØR I LANDET.

VI ER SÅ FLINKE PÅ Å KLAGE. VI KLAGER PÅ AT ALT ER EN BEGRENSNING, AT DET ER URETTFERDIG, AT DET ER SYND PÅ OSS OG DERFOR BURDE VI FÅTT DITTEN OG DATTEN.

Innsikt

De unge opplever at det er en klagekultur i Nord-Norge, både berettiget og uberettiget

Det er en følelse av å bli glemt, oversett og nedprioritert i politiske og økonomiske diskusjoner. Det er dette som oppleves å møtes med klaging og å ta en offerrollen i nasjonale spørsmål.

Fra offerrolle til skapertrang

DET ER ET UTTRYKK SOM HETER AT VI STÅR HAN AV, OG DET MANIFESTER SEG UNDER SØKNADEN SOM KULTURHOVEDSTAD. NÅR SKEI GRANDE SA NEI STO VI HAN AV - VI SAMLA OSS, KRUMMA NAKKEN OG SA VI SKULLE GJØRE DET LIKEVEL.

VI MÅ BLI BEDRE PÅ Å TA INITIATIV HELLER ENN Å KLAGE OVER AT DET IKKE SNAKKES OM OSS NASJONALT. VI KAN JO SYNLIGGJØRE OSS SELV OM VI BARE TAR ANSVAR.

VI MÅ GRIPE FATT, VÆRE MER FREMPÅ, HØYLYDT OG IKKE BARE SITTE DER OG KLAGE GJENNOM ET KOMMENTARFELT.

KUNNE VI PRØVD Å IKKE TA DEN OFFERROLLEN HELE TIDA? DEN ER ANTI-SKAPENDE. VI MÅ SLUTTE Å SUTRE OG HELLER BEGYNNE Å SKAPE TING SELV.

Innsikt

Ingen utfordringer uten en løsning. Unge ser at man blir lammet av å bli opphengt i det at ting ikke går som man vil. Derfor vil man heller bruke den energien på å skape ting. Man ser hvordan noen bare tar initiativet, og skaper ting med den energien og man vil ha mer av det.

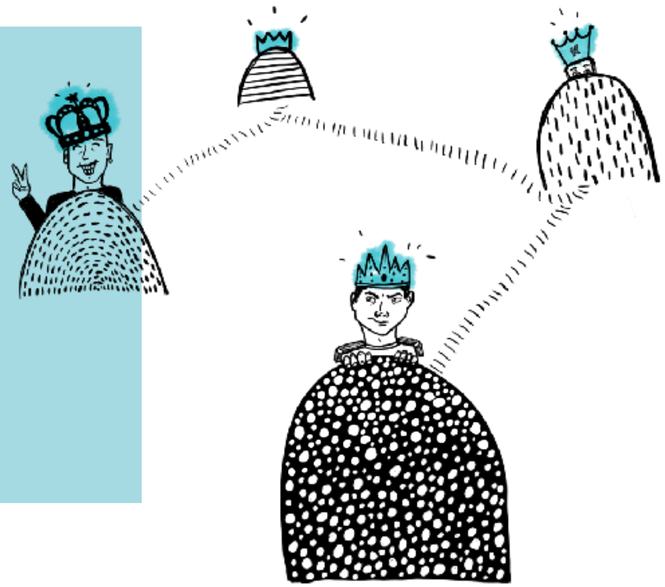
Fra offerrolle til skapertrang

Hvordan kan vi vende energien man legger i offerrollen til skapertrang, og hvem må starte trenden?

Dette presenteres som en falsk sammenheng, at det er enten offerrolle eller skapertrang, men disse tingene lever fint sammen. Problemet handler mer om at det er en overvekt av fokus på de «kjipe» tingene og litt for lite fokus på de mulighetene man har. Man er rett og slett redd for at man i blir blind på de fine tingene, fordi de kjipe får alt fokus.

Så utfordringen handler mye om å legge mer fokus på de fine initiativene og å oppfordre til flere mindre initiativer.

Fra hver for oss til samhandling.



Fra hver for oss til samhandling

SKAL DENNE RIVALISERINGEN FORTSETTE VIL NORD-NORGE GÅ GLIPP AV MANGE MULIGHETER. DET ER EN NAVLE-BESKUENDE MÅTE Å SE VERDEN PÅ SOM SABOTERER OSS SELV.

DEN INTERNE KRANGLINGEN MELLOM BYER, HVER HOLME OG SVING. VI ER IKKE MER TERRITORIELLE ENN ANDRE, MEN HER BOR VI MER SPREDT. MO OG MOSJØEN KRANGLER, TROMS OG FINNMARK .. ALLE KRANGLER OM IDRETTSHALL, SYKEHUS, SKOLE.

DET ER KNIVING OG SKITKASTING MELLOM HAMMERFEST OG ALTA. VI HAR SYKEHUS SÅ DERFOR ER VI DUST. TROMSØ, BODØ OG MANGE ANDRE STEDER OPPLEVER DET SAMME.

Innsikt

Nord-Norge oppleves å ha mye rivalisering mellom nabokommuner og fylker. Kniving om de samme tjenestetilbudene og å ikke ønske hverandre vel. Dette er ikke unikt for Nord-Norge i norsk sammenheng, men uavhengig av det noe generasjonen tydelig ser og er opptatt av.

Lokalpolitikkens rolle
og nasjonal posisjon

Fra hver for oss til samhandling

DET KNIVES OM HVOR TJENESTENE SKAL PLASSERES OG MAN PRØVER Å TA TING FRA HVERANDRE. OM MAN STO MER SAMMEN KUNNE MAN TENKT STØRRE OG FÅ TT TING SØRFRA HELLER. SAMMEN ER MAN STERKERE!

VI MÅ VÆRE RAUSERE OG UNNE HVERANDRE GODT, OG SAMARBEIDE SOM EN ENHET FREMFOR SOM FLERE SMÅ.

NARVIK SER UT TIL Å VÆRE NOEN SOM FÅR DET TIL. Å SKAPE NOE SOM ENGASJERER FOLK. DET TAR LANGSIKTIGE GREP (MOT VM-SØKNADEN). ALLE BURDE LÆRE AV DETTE.

Designit® a wipro company NODA SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge

Innsikt

Man drar frem de gode historiene om Narvik som går ambisiøst ut, og Bodø som lykkes på tross av nasjonale politikers ønske og er virkelig i vinden.

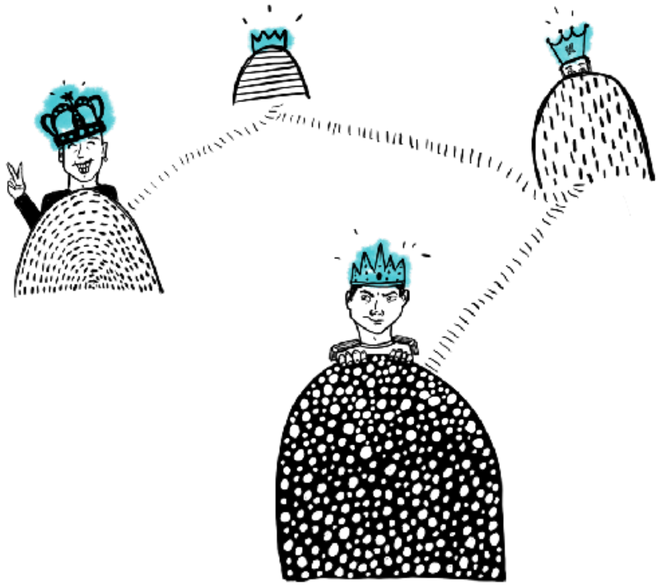
Samtidig som man ser disse suksesshistoriene blir det tydeligere hva som skjer når man ikke klarer å samarbeide. At man blir for opptatt mikronivået at man glemmer makro. Klart det er viktig å diskutere på tvers av kommuner, men det må være en balanse så man kan se at det ligger håp og et ønske om samarbeid i bånn.

Fra offerrolle til skapertrang

Hvordan kan vi samarbeide bedre på tvers av kommune- og fylkesgrenser, se mot et felles mål, og hvem må involveres for å få det til?

Dette er et viktig mulighetsrom fordi det det springer ut fra idéer og historier som har hatt stor betydning for de unge.

Gjennom arbeidet med Bodø 2020 og Narvik 2022 har man vist potensialet av godt samarbeid. De unge vil ha mer av dette, og vil melde seg på, uavhengig om man er fra Bodø så vil man være med.



Fem tema og mange muligheter

Vår og Nord-Norges identitet.

Nord-Norges rolle i klimadebatten.

Opplevelsen av kunnskapsflukt og mangelende satsing.

Lokalsamfunnet og verden rundt.

Lokalpolitikkens rolle og nasjonal posisjon.

Løsningene trenger ikke være så kompliserte

Kanskje det er bare å kommunisere bedre hva man faktisk gjør?
Kanskje det er å sette sammen «tilbakeflyttepakker» med bolig og jobb for to?
Kanskje det er å invitere unge inn i styret? Kanskje det er å åpne opp prosessene sine og inkludere bredere?
Kanskje det er flere bedriftsbesøk i utdanningsinsitusjoner?
Kanskje det er å legge ut all annonser på finn.no selv om man allerede har en god kandidat?

Ta disse muligheten

Fordi de er ekte.
Det er ikke noe mellom det som ble sagt og det som presenteres her.

Fra 100 stemmer

Bruk de

Bruk de, fordi de betyr noe!

Fordi din bedrift, kommune og regjeringsplattform vil bli bedre av å ta disse tingene på alvor.

Takk til alle de 100 stemmene som har bidratt!

Designit® a wipro company

NODA

SAMFUNNSLØFTET SpareBank 1 Nord-Norge