

VELKOMMEN
Heim
TIL ANDØY

ET STEDSUTVIKLINGSPROSJEKT RETTET
MOT UNGE SOM BOR HER, KOMMER HERFRA
ELLER KUNNE TENKT SEG Å BO HER



Innhold

1. BAKGRUNN	4
1.1. BOSTED, BEDRIFT OG BESØKSUTVIKLING	4
2. MÅL.....	6
2.1. VELKOMMEN HEIM	6
2.2. PROSJEKTETS TILKNYTNING TIL SAMSKAPS INNSATSOMRÅDER	6
2.3. FORSTUDIEN	7
2.3.1. Stedsutvikling	7
2.3.2. Besøkskommune	7
2.4. FORPROSJEKTENE	8
2.4.1. Stedsutvikling	8
2.4.2. Besøkskommune	8
2.5. HOVEDPROSJEKTET	9
2.6. RESULTATMÅL FOR HOVEDPROSJEKTET	9
3. RAMMER OG AVGRENSNINGER.....	10
4. PROSJEKTORGANISASJON	11
4.1. PROSJEKTLEDELSE	11
4.2. ØVRIGE ROLLER.....	11
5. PROSJEKTOPPFØLGING	12
5.1. BESLUTNINGSPUNKTER	12
5.2. STATUSRAPPORTERING.....	12
5.3. MILEPÆLER	12
6. MÅLGRUPPER, INTERESSEENTER OG KOMMUNIKASJONSSTRATEGI	13
6.1. INTERESSEENTER/MÅLGRUPPEN	13
6.2. KOMMUNIKASJONSSTRATEGI	13
7. RISIKOANALYSE OG KVALITETSSIKRING.....	14
7.1. RISIKOFAKTORER.....	14
7.2. RISIKOHÅNDTERING	14
8. GJENNOMFØRING	15
8.1. DET OVERORDNEDE BILDET	16
8.2. HOVEDAKTIVITETER.....	17
8.3. TIDS- OG RESSURSPLANER.....	20
9. REFERANSER	22

PROSJEKTPLAN

Hovedprosjekt

Bo- og besøksutvikling

Kort beskrivelse av prosjektet:

Gjennom hovedprosjektet «Velkommen heim» skal det gjennomføres en rekke tiltak som vil bidra positivt til bo- og besøksutvikling i Andøy.

Dette er et vedlegg til saksinnstilling «Prosjektstilling stedsutvikling»

1. Bakgrunn

Andøy kommune har gjennom flere år hatt en negativ befolkningsutvikling. De siste årene har den negative trenden blitt forsterket av nedleggelser av arbeidsplasser i forsvaret. Forsvarets virksomhet ved Andøy flystasjon ble i 2016 vedtatt flyttet til Evenes i 2023. Andøy kommune vil dermed miste en betydelig andel arbeidsplasser, og vedtaket om flytting innebærer at befolkningen påvirkes vesentlig. Kombinert med generell folketallsnedgang og skjev alderssammensetning med en stor andel eldre innbyggere, setter det Andøy i en spesielt sårbar posisjon.

Spesielt negativt for Andøy kommune vil den store nedgangen blant unge voksne og de yngste barna være. Det kan se ut til at barnefamilier flytter fra Andøy, og med en arbeidsledighet på kun 2,2% er det vanskelig å forstå hvorfor det skjer. Dette er en befolkningsgruppe som normalt sett bidrar positivt økonomisk og med annen verdiskaping til samfunnet.

	2015	2016	2017	2018	2019
K-1871 Andøy					
Personer	4 991	4 980	4 908	4 902	4 771

Figur 1: SSB - Endringer i befolkningen i Andøy kommune (SSB, 2020).

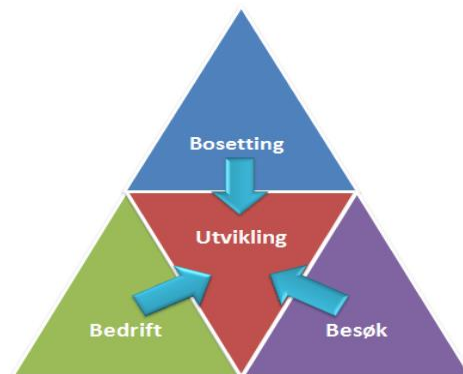
Kunnskapsbanken Nord-Norge publiserte i oktober 2019 en omfattende statistikk om unge i Nord-Norge om 5 år. Noe av det de spår er at det vil bli 3300 færre unge i aldersgruppen 19-23 år og 2000 færre barn i grunnskolen. Er vi forberedt på det som venter oss? Nord-norske ledere er bekymret for tilgangen på kvalifisert arbeidskraft og universitetene i Nord-Norge får færre og færre søkere. Hvis disse tallene blir realitet, hvilke konsekvenser vil dette ha for næringsliv, utdanningsinstitusjoner og lokalsamfunn? Er det noe vi kan gjøre for å være mer forberedt eller endre prognosene? (Capia, 2019)
(Kobro, 2012)

1.1. Bosted, bedrift og besøksutvikling

«Steder skapes av folk - enten de opptrer som tilreisende eller fastboende»
(Kobro, 2012).

Vi ser at mange setter søkelys på lønnsomhet, innovasjon, konkurranseevne og økonomisk vekst når det gjelder næringsutvikling, også når det gjelder reiselivet.

(Regjeringen, 2020) Men det kun én faktor som skaper en sammenheng mellom næringsutvikling og lokal utvikling - det er sysselsetting.



Figur 1. Attraktivitetspyramiden

Ovenfor ser vi attraktivitetspyramiden til telemarksforsking.no. I følge dem vokser og lykkes steder av ulike årsaker, men disse årsakene henger sammen. Det tror de er et godt utgangspunkt for å jobbe med lokalsamfunnsutvikling og reiseliv i sammenheng. De som arbeider med lokalsamfunnsutvikling, har i en eller annen form kommet borti problemstillinger knyttet til reiseliv på stedet. Motsatt har også alle som arbeider med reisemålsutvikling måtte forholde seg til lokalsamfunnet - sannsynligvis på mange måter.

Et annet eksempel Telemarksforsking (2012) bruker for å vise til at bosetting og bedriftsutvikling henger sammen er byggenæringen. Den blir direkte stimulert av bostedsattraktivitet, som igjen fører til økt boligbygging, som så i sin tur kan gi økt aktivitet i besøksnæringene. Det kan igjen påvirke feriehusmarkedet. Ting henger sammen, og vi kan følge koblingene. Utviklingen i bostedsbransjer som ikke er definert spesielt tilhørende de tre attraktivitetsdimensjonene, er sterkt påvirket av stedets samlede attraktivitet. Modellen kan derfor gi grunnlag for en helhetlig forståelse av sammenhenger mellom lokalsamfunnsutvikling og reiseliv, uten å tåkelegge ulikhetene innenfor helheten.

Det som fungerer best for lokalsamfunnsutviklingen, vil også komme reiselivet til gode, og vice versa.

2. MÅL

2.1. Velkommen heim

Velkommen heim er det overordnede navnet til dette hovedprosjektet. Navnet skal symbolisere avgrensningen til stedsutviklingsprosjektet, som er rettet mot unge som bor her, kommer herfra og for de som kunne tenkt seg å bo her.

Hovedprosjektet presenterer tiltak som kan øke bo- og besøksutviklingen i Andøy. Det skal gjøres ved å videreutvikle *det gode liv* i kommunen og ta vare på de som kommer hit. Prosjektet i sin helhet vil bidra positivt i arbeidet for et bedre omdømme. Et bedre omdømme vil styrke kommunens muligheter for å beholde egne innbyggere, samt kunne bidra til å tiltrekke seg personer som vurderer eller kan tenke seg å flytte til en annen kommune.

For å informere befolkningen om hva vi gjør, vil prosjektet være godt markedsført gjennom sosiale medier som Facebook og Instagram, som allerede er opprettet i samarbeid med God Strek på bakgrunn av arrangementsrekken "Andøy i Oslo". Andøy i Oslo finner sted 30. april og 1. mai, hvor det blir arrangert fire ulike arrangement. Gjennom markedsføring i sosiale medier vil mange få øynene opp og se at vi satser på unge i Andøy. Det vil igjen bidra til å styrke omdømmet og identiteten til kommunen.

Som nevnt er det viktig med en spisset målgruppe. Målgruppen i dette prosjektet er først og fremst ungdom og unge voksne (16-35 år). Bakgrunnen for valget er at det er de som skal leve i Andøy i fremtiden. Samtidig tror vi at tilrettelegging for at Andøy skal bli en attraktiv bo- og besøkskommune for unge vil skape ringvirkninger for en enda større målgruppe, gjennom både barn, aktivitet, frivillighet, møtesteder og et inkluderende samfunn. Det betyr ikke at alle tiltak i prosjektet kun er rettet mot denne aldersgruppen, men at man ser fordelene de vil gi til deler av målgruppen.

2.2. Prosjektets tilknytning til Samskaps innsatsområder

Prosjektet relateres til Samskaps innsatsområde «Attraktivt bosted» og «Opplevelseskommune». Det vil også komme tiltak som kan knyttes til andre innsatsområder, fordi innsatsområdene henger tett sammen – som forklart ovenfor.

Strategien i «Attraktiv bosted» skal bidra til at Andøy har kvaliteter som gir bolyst og økt tilflytting. Spesielt for og med ungdom. Strategien i «Opplevelseskommune» skal gjøre Andøy til en unik og bærekraftig helårsdestinasjon og etablere 50 nye

arbeidsplasser knyttet til opplevelseskommunen. Forstudie, forprosjekt og hovedprosjekt

Hovedprosjektet er bygd opp av to separate prosjekt som er avhengig av hverandre, og derfor gjennomføres som ett prosjekt. Det er gjort en forstudie og et forprosjekt innen stedsutvikling, samt en forstudie og en regional strategiutvikling innen besøkskommune.

2.3. Forstudien

2.3.1. Stedsutvikling

I forkant av forprosjektet ble det gjennomført en forstudie hvor det ble utarbeidet et kunnskapsgrunnlag. Den ble utarbeidet av næringssjef og programleder Brita Erlandsen i samarbeid med Marte Wiik med følgende målsetting:

Kunnskapsgrunnlaget skal undersøke behovet for et stedsutviklingsprosjekt i Andøy. På sikt skal prosjektet levere tiltak som vil føre til økt bostedsattraktivitet og en stabilisering av folketallet i Andøy. Dette vil danne grunnlag for et forprosjekt der ulike tiltak skal konkretiseres i et hovedprosjekt.

I forstudien ble det gjennomført tre workshops med følgende aktører:

- Kommunens ansatte
- Politikere
- Butikkgruppa Andenes sentrum

2.3.2. Besøkskommune

I forstudien Go Andøy ble det gjort en kartlegging. I prosessen bak utarbeidelsen av dokumentet, inngår blant annet fire åpne møter med deltakelse fra næringsliv, kommunen og politikere. Arbeidet er samkjørt med Masterplanarbeidet for Vesterålen.

Arbeidet er gjort i regi av Visit Andøy med 2469 Reiselivsutvikling AS ved Børre Berglund som innleid prosjektleder. Utredningen rundt muligheter innen cruisesegmentet er utført av Trond Amland, 2469 Reiselivsutvikling AS.

2.4. Forprosjektene

2.4.1. Stedsutvikling

I forprosjektet attraktivt bosted utarbeidet vi et kunnskapsgrunnlag som svarer på hva som kan bidra til å øke bostedsattraktiviteten i Andøy. Kunnskapsgrunnlaget ligger til grunne for å dette hovedprosjekt.

Kunnskapsgrunnlaget inneholder hva som skal til for å øke attraktiviteten til Andøy som bo- og tilflytterkommune. Resultatmålet for hovedprosjektet skal skape bedring i resultater fra spørreundersøkelsen som blir gjennomført før og etter endt hovedprosjektet. Samtidig skal forprosjektet bidra til positiv befolkningsutvikling.

I aktivitetene som er gjennomført i forprosjektet for attraktivt bosted har unge vært spesielt i fokus. Vi snakket med 4. og 7. klasse på Bleik Montessori, ungdomsbedrifter fra Andøy VGS, en 10. klasse på Risøyhamn skole, Andøy VGS, Karrieredagen 2019, studenter, lærlinger og nyutdannede med tilknytning til Andøy i både Oslo, Tromsø, Andøy og Trondheim, tilflyttere til Andøy, næringslivet i Andøy, styret i Bjørnskinns bygdelag, Kvinnearena Andøy og fagforeningen til forsvaret. Til sammen har 313 personer deltatt i forprosjektet.

2.4.2. Besøkskommune

Det er ikke gjennomført et forprosjekt for Go Andøy.

I mellomtiden ble det utviklet en strategi for hele Vesterålen, i regi av Visit Vesterålen. Utgangspunktet for strategien er at det skal skapes en bærekraftig vekst i reiselivet i Vesterålen, tuftet på både natur, kultur, historie og levende lokalsamfunn. Strategien har fått navnet Bærekraftig vekst mot 2025. Hovedprosjektet vil ta utgangspunkt i strategien til Visit Vesterålen med innslag fra Go Andøy.

2.5. Hovedprosjektet

Hovedprosjektet som presenteres i denne beskrivelsen bygger på forarbeidet som er gjort gjennom forstudiene og forprosjektet. Utarbeidelse av mål og konkretisering av tiltak er gjort med bakgrunn i funnene. I hovedprosjektet skal vi iverksette en rekke tiltak som kan styrke Andøy som attraktivt bo- og besøksområde. Samtidig vil det bygge på flere allerede påbegynte prosjekt.

2.6. Resultatmål for hovedprosjektet

Målsettingen for prosjektet er å gjøre Andøy til et mer attraktivt bosted, og som igjen vil bidra til positiv befolkningsutvikling, spesielt blant unge.

Følgende delmål er formulert:

- Økt trivsel blant unge i Andøy
- Økt andel unge innbyggere
- Økt tilbakeflytting
- Økt tilflytting

For å måle delmålene skal vi gjennomføre en spørreundersøkelse som skal brukes i starten og slutten av hovedprosjektet. Samtidig skal vi gjøre en analyse av befolkningsstatistikkene til SSB og Panda i slutten av prosjektet for å se om vi har lykket.

Med prosjektet "*Velkommen heim*" vil vi iverksette en rekke tiltak som kan styrke Andøy som attraktiv bo- og besøkskommune.

3. Rammer og avgrensninger

Prosjektet gjennomføres i perioden 01.04. 2020 til 01.04.2023. Prosjektet skal legge til rette for å gjennomføre hovedaktivitetene beskrevet i kapittel 8.

Prosjektet er avgrenset til tiltak for å øke bosteds- og besøks attraktivitet. I regi av omstillingsprogrammet og kommunen jobbes det med tiltak for å øke bedriftsattraktivitet. Derfor er det viktig at prosjektet og tiltakene som utarbeides sees i sammenheng med og koordineres med øvrig arbeid som pågår for å øke Andøy sin attraktivitet som næringsvennlig kommune. Prosjektet bygger også på å forsterke allerede pågående arbeidet for å øke Andøys attraktivitet som bo-, etablering og besøkskommune. Det vil også være tett samarbeid med både teknisk- , og kulturavdelingen i kommunen, da de har ansvaret for deler av stedsutvikling i kommunen.

Prosjektet dekker store deler av spekteret for å øke antall unge innbyggere, samt satsing på klima og miljø. Blant annet arbeidsmarkedet, boligmuligheter, skape aktive og attraktive sentrumsområder, bidra til sosialt samvær blant unge og skape en miljøvennlig kommune.

Skal vi lykkes med prosjektet må kommunen, næringsforeningen, Andøy Reiseliv, ungdomsrådet, privat næringsliv og frivillige organisasjoner involveres i gjennomføringen av prosjektet.

4. PROSJEKTORGANISASJON

Prosjektorganisasjonen er basert på erfaringene fra forprosjektet.

Vi har god erfaring med å ha med avdelingsleder kultur Sindre Wolf, arealplanlegger Emil Iversen og kommunikasjonsrådgiver Tuva Grimsgaard med i prosjektgruppen i forprosjektet, og vi mener disse burde være med videre. Deretter var vi veldig fornøyd med å ha en ungdomsrepresentant i gruppa, noe vi fortsatt ønsker. Det vil også være behov for flere eksterne deltakere fra relevante aktører i kommunen.

Det legges også opp til ei styringsgruppe med representanter med ulike interesser, slik at forankringen blir gjennomført på en god måte.

4.1. Prosjektledelse

Prosjektansvarlig (PA)	Brita Erlandsen, programleder i Samskap
Prosjektleder (PL)	Ekstern

4.2. Øvrige roller

Prosjekteiere	Samskap, Andøy Kommune
Oppdragsgiver	Styreleder Samskap
Prosjektansvarlig	Programleder i Samskap
Styringsgruppe	Det settes en styringsgruppe med medlemmer fra styret i Samskap, kommunal ledelse, og evt andre som kan være relevant
Prosjektgrupper For «Velkommen heim»	Det settes sammen en prosjektgruppe for hver delområde, fra relevante aktører

5. PROSJEKTOPPFØLGING

Oppstart av prosjektet starter så raskt som mulig etter evt. godkjenning fra Samskapsstyret. Det er på bakgrunn av at prosjektet er omfattende og bør ha en god flyt fra forprosjekt til hovedprosjekt. Det vil også være gunstig med en overlapping av prosjektleder for forprosjektet og prosjektleder for hovedprosjektet, for å sikre kunnskapsoverføring.

5.1. Beslutningspunkter

Det foreslåes beslutningspunkt ved start og slutt.

BP1	12.03.20	Vedtak om ansettelse prosjektleder
BP2	01.04.20	Oppstart av prosjekt
BP3	01.06.23	Prosjektet avsluttes

5.2. Statusrapportering

Statusmøter og rapportering fra PL til PA og oppdragsgiver og prosjekteier blir den viktigste formen for oppfølging. Datoer fastsettes ved oppstart av prosjektet og ansettelse av prosjektleder.

5.3. Milepæler

MP1	01.04.20	Oppstartet av prosjekt
MP2	01.04.20	Igangsettelse av ansettelsesprosess prosjektleder
MP3	01.08.20	Etablert prosjekt- og arbeidsgrupper
MP4	01.06.23	Prosjektet er avsluttet/videreført

6. Målgrupper, interessenter og kommunikasjonsstrategi

6.1. Interessenter/målgruppen

Målgruppen i dette prosjektet er som nevnt tidligere unge mennesker mellom 16-35år. Når man legger til rette for at denne målgruppen trives i Andøy, vil også andre trives.

Interessenter til akkurat dette prosjektet er bredt. Både næringsliv, kommune, reiseliv, handelsnæring og frivillig sektor vil dra nytte av at prosjektet blir gjennomført. Både direkte og indirekte. Det offentlige vil være interessert i dette prosjektet fordi det vil tiltrekke seg flere mennesker, som både vil bidra til økt inntekt og økt omdømme. For næringslivet vil det være interessant fordi et slik prosjekt vil tiltrekke seg mennesker med ulik kompetanse og erfaringer, noe som kommer til å bli en mangel de neste årene i Andøy. Samtidig vil en økning i turisme gange sentrum og turistnæringen i Andøy. For kulturlivet vil det være positivt pga. mer mangfold, mennesker, frivillighet og sosiale samlinger.

6.2. Kommunikasjonsstrategi

For å nå ut til unge mennesker mellom 16-35år vil det være viktig å bruke sosiale media. Både Facebook, Instagram og aviser vil være viktige kommunikasjonskanaler. Sosiale media er viktig for å nå ut til alle unge med eller ønsker en tilhørighet til Andøy, ikke bare de som bor her i dag.

Det vil i samarbeid med God Strek og Marte Wiik lages en kampanje og materiell som skal brukes for å nå ut unge, både for sosiale medier og i Andøy kommune. Kampanjen «Velkommen heim» vil være en overordnet hele prosjektet. Det kan leses mer om på s.16.



7. RISIKOANALYSE OG KVALITETSSIKRING

7.1. Risikofaktorer

Disse ansees som de viktigste risikofaktorene i prosjektet.

- Manglende forankring og eierforhold til prosjektet hos viktige interessenter (næringsliv, kommune, reiseliv, handelsnæring og frivillig sektor).
- Manglende mobilisering og engasjement hos viktige aktører (næringsliv, politikere, kommuneadministrasjon, lag og foreninger).
- Uenighet om utvikling av Andøy.
- For få menneskelige ressurser i prosjektet i forhold til arbeidsmengde.
- For sen oppstart av hovedprosjekt etter forprosjektet, slik at man mister nødvendig kompetanse fra forprosjektet.
- Manglende kompetanse hos prosjektleder.
- Utviklingskostnader blir høyere enn antatt.

7.2. Risikohåndtering

Tiltak for oppfølging av kritiske suksessfaktorer:

- Styringsgruppe og prosjektgruppe med representanter for både kommune, næringsliv og ungdomsrådet skal sikre eierskap til prosjektet
- Arbeidsgruppe med viktige interessenter må delta i arbeidet med utvikling i de ulike prosjektene.
- Det skjer en overlapping av prosjektleder for forprosjektet og prosjektleder for hovedprosjektet, for å sikre kunnskapsoverføring.
- Prosjektleder må dra veksler på prosjektgruppe og på erfaringer gjort i andre kommuner, samt knytte kontakt med kompetansemiljøer. Stillingsbeskrivelse/ansettelsesprosess må være grundig.
- Prosjektet må ha en godt gjennomarbeidet gjennomføringsplan, budsjett og finansieringsplan.

8. GJENNOMFØRING

Hovedaktivitetene er hentet fra fagrapporten i forprosjektet for stedsutvikling, samt handlingsplanen til Samskap 2020. Alle forslagene fra fagrapporten er ikke tatt med videre til dette prosjektet, det er fordi det ikke inngår i Samskap sine innsatsområder eller inngår i andre prosjekter.

Prosjektet er omfattende og består av en lang rekke tiltak, derfor presenteres det overordnede bildet over hele prosjektet først. Deretter presenteres de 5 overprosjektene med til sammen 16 delprosjekt.

I de 5 overprosjektene i dette prosjektet ønsker vi å ha et bredt mangfold i prosjektgruppene, som både gir nødvendig kunnskap og forankring. Av den grunn ønsker vi å ha både politikere, ungdomsrepresentanter, studenter, næringsliv og ulike kommunale enheter til å ta del i de ulike prosjektene hvor det ligger naturlig. Samtidig vil hvert overprosjekt ha en egen prosjektleder.

I sum vil disse prosjektene bidra til å styrke omdømmet i Andøy, både innad og utad.

Før hovedaktivitetene presenteres er det viktig å se på tidligere forskning når det kommer til å drive med utvikling i et lokalsamfunn.

Gjennom karleggingen til Distriktssenteret (K. Vareide, 2013) om bolyst, har de kommet med tre suksessfaktorer for å drive med utviklingsarbeid. Disse suksessfaktorene er essensielle for å gå videre på et hovedprosjekt. Disse suksessfaktorene er:

- a) Samspill og samhandling.
- b) Klare mål og spisset tiltak direkte mot målgruppen gjennomgående i prosjektet.
- c) God forankring, rett kompetanse og nok tid.



8.1. Det overordnede bildet

- et stedsutviklingsprosjekt rettet mot unge som bor her, kommer herfra eller kunne tenkt seg å bo her.

Her presenteres det overordnede bildet av «Velkommen heim»-prosjektet.

Den overordnede prosjektgruppen: bestående av prosjektleder, og andre relevante personer fra kommunen, interesseorganisasjoner og næringsliv

Områder	Næringsliv og arbeid		Eiendom og transport		Sosiale møteplasser		Klima og miljø		Reiseliv	
Tiltak	Informasjon	Rekruttering	Informasjon om boliger	Attraktive tomter	Oppdatert informasjon	Utvikle møteplassene for barn og ungdom	Bærekraftig samfunn	Bærekraftig næringsliv	Reiselivsstrategi	Bærekraftig reiseliv
	Et attraktivt arbeidssøkermiljø		Alternativ transport	Dialog med fylkeskommunen	Møteplass for unge voksne	Bidra til å skape et attraktivt butikktilbud			Utvikling	Kompetanseheving
Mål	Det vil være et godt etablert system rundt rekruttering av unge til Andøy - med god kommunikasjon, rettferdighet og nettverksbygging.		Det vil være lettere å finne seg bolig til leie og salg, samt eiendom i Andøy. Det bidrar til at flere kan ta del på aktiviteter og arrangementer, som igjen gjør Andøy til en bedre plass å bo		Andøy er et sted hvor alle trives og har et sted å møte andre likesinnede.		Andøy blir en miljøvennlig kommune. Både privatpersoner og næringslivet vil se flere fordeler ved å velge miljøvennlige løsninger.		Andøy kommer godt i gang med å bli en unik og bærekraftig helårsdestinasjon. Samtidig vil det bli en klarere rolle og struktur mellom kommunen og Andøy reiseliv.	
Prosjekt-leder	Delprosjektleder		Delprosjektleder		Delprosjektleder		Delprosjektleder		Delprosjektleder	
Prosjekt-gruppene	Delprosjektgrupper		Delprosjektgruppe		Delprosjektgruppe		Delprosjektgruppe		Delprosjektgruppe	

Gjennom å gjøre disse tiltakene vil vi styrke omdømme og identiteten i Andøy

8.2. Hovedaktiviteter

Aktivitetene som er beskrevet over er forslag på hva som kan gjøres for å nå målene. Aktivitetene blir fastsatt i prosjektgruppene.

Enkelte av aktivitetene er allerede startet med gjennom andre prosjekt. Disse prosjektene går over på tvers av områdene.

	Hva	Hvorfor	Hvordan	Resultat
Oppstart	1 Avklare prosjektplan og rekruttere prosjektleder	- Sikre gjennomføringen av prosjektet	- Ansette prosjektleder og fastsette endelig gjennomføringsplan	Ansatt prosjektleder og gjennomføring av prosjektet.
Næringsliv og Arbeid	2 Informasjon om næringslivet	- Bidra til god informasjonsflyt, både om stillinger og det positive som skjer i næringslivet i Andøy.	- Jobb- utdanningsmessen - Andøy i Oslo - Nyttårstreff - Facebooksiden «velkommen heim»	Det vil være et godt etablert system rundt rekruttering til Andøy - med god kommunikasjon, rettferdighet og nettverksbygging.
	3 Rekrutteringsprogram Andøy	- Rekruttering av ulike kompetanse på ulike måter	- «Velkomst-team» for tilbakeflyttere og tilflyttere - Samarbeid mellom næringsaktører, slik at Andøy blir representert i studentbyene. - Samarbeid for rekruttering/ Jobb for to - Rekruttering i Andøy, «foredle de vi har»	
	4 Et attraktivt arbeidssøkemiljø	- Bidra til å skape arbeidsplasser for unge (sommerjobber, internship og trainee).	- Skape et samarbeid med bedrifter i Andøy	

Eiendom og Transport	5	Informasjon om boliger i Andøy (Ivaretas av Andøy kommune sin nettside)	- Bidra til å skape en kultur for å legge ut boliger til leie og salg på en felles plattform.	- Se på muligheter for å informere om hvor man kan finne boliger til salg og leie.	Det vil være lettere for unge mennesker å finne seg bolig til leie og salg i Andøy. Det bidrar til at flere kan ta del på aktiviteter og arrangementer, som igjen gjør Andøy til en bedre plass å bo.
	6	Kartlegging av nye boligområder	- Bidra til å skape flere attraktive boligområder	- Se på muligheter for nye boligfelt	
	7	Alternativt transportmiddel	- Bidra til å skape et kollektivtilbud som fungerer.	- Se på utradisjonelle måter å bruke samfunnet til å skape flere transportalternativer.	
	8	Dialog med fylkeskommunen	- Bidra til å skape et kollektivtilbud som fungerer.	- Skape en dialog med fylkeskommunen om evt. prøveprosjekt.	
Sosiale møteplasser	9	Aktivitetskalender og promotering	- Bidra til at befolkningen og besøkende vet hva som foregår i kommunen og regionen, alt fra små arrangement til festivaler.	- Se på ulike muligheter for å informere om aktiviteter og arrangement i kommunen og nærområdet.	Andøy er et sted hvor alle trives og har et sted å møte andre likesinnede.
	10	Møteplass for unge voksne	- Bidra til å skape et sted hvor unge voksne kan møte likesinnede.	- Samarbeid med interessenter - Samarbeid med frivilligsentralen - Fadderordning	
	11	Videreutvikle møteplassene for barn og ungdom (Ivaretas av Andøy kommune sin nettside)	- Utvikle en ungdomsstrategi.	- Få til en ungdomskonferanse hvor de blir enige om hvordan kommunen kan jobbe for og med ungdom i fremtiden.	

	12	Bidra til å skape et attraktivt butikktilbud	<ul style="list-style-type: none"> - Bidra til å gjøre sentrumsområdene i hele kommunen mer attraktiv, som kan bidra til at flere ønsker å starte opp butikk. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kompetanseheving handels- og servicenæringen - Bidra til å skape aktiviteter knyttet til driften til bedriftene. - Tilrettelegging for arrangementer i sentrumsområdene 	Attraktive sentrum i hele kommunen både for innbyggere og besøkende
Klima og miljø	13	Miljøvennlig kommune	<ul style="list-style-type: none"> - Bidra til gjennomføringen av kommunen samfunnsdel om å bli et miljøfyrtårn. 	<ul style="list-style-type: none"> - Skape livlige lokaler (byttemarked, reparasjon) - Lage et miljø for miljøagenter - Bli et miljøfyrtårn 	Andøy blir en miljøvennlig kommune. Både privatpersoner og næringslivet vil se flere fordeler ved å velge miljøvennlige løsninger.
	14	Miljøvennlig næringsliv	<ul style="list-style-type: none"> - Bidra til å skape et miljøvennlig næringsliv i Andøy 	<ul style="list-style-type: none"> - Konferanse om bærekraft og smart forretningsplan 	Bærekraftige løsninger gjør bedrifter konkurransedyktige, og vil bli et krav i fremtiden.
Reiseliv	16	Reiselivsstrategi	<ul style="list-style-type: none"> - Finne ut hvilken funksjon og organisering Andøy Reiseliv skal ha. - Et attraktivt opplevelsestilbud som bidrar til at gjester blir lenger 	<ul style="list-style-type: none"> - Avgjøre hva mandatet fra Samskap skal innebære de neste tre årene. - Legge til grunn masterplan Visit Vesterålen og Go Andøy for videre utvikling av opplevelser i Andøy - Spin-offs The Whale 	Andøy kommer godt i gang med å bli en unik og bærekraftig helårsdestinasjon. Samtidig vil det bli en klarere rolle og struktur mellom kommunen og Andøy reiseliv.
	17	Bærekraftig reiseliv	<ul style="list-style-type: none"> - Forankring og implementering av bærekraftig reiselivs kriterier og indikatorer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lage en flerårig strategi for å få sertifiseringen 	

18	Kompetanseheving	<ul style="list-style-type: none"> - Gjennomføre vedtak om at Andøy kommune skal være en aktiv bidragsyter kunnskapsinnhenting. - Utvikle flere opplevelsesprodukter i Andøy - Legge til rette for flere opplevelsesbedrifter i Andøy 	<ul style="list-style-type: none"> - Kursing i miljøsertifisering hos reiselivsbedrifter. - Kursing i pakketering/produktutvikling - Kursing i markedsføring og salg - Kursing i økonomi og prising 	
19	Utvikling	<ul style="list-style-type: none"> - Se på muligheter for å promotere arrangementer som skjer i kommunens, slik som festivaler, markeder og andre sosiale arrangement. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utvikle Visit Andøys nettside 	

8.3. Tids- og ressursplaner

Dette er en foreløpig framdriftsplan som må tilpasses og endelig justeres ut fra behov.

HA 2020-2023	2kv 20	3kv 20	4kv 20	1kv 21	2kv 21	3kv 21	4kv 21	1kv 22	2kv 22	3kv 22	4kv 22	1kv 23	2kv 23
1. Rekruttere prosjektleder	x												
2. Informasjon om næringslivet	x		x		x		x		x		x		x
3. Rekruttering til Andøy	x	x	x										
4. Skape et rettferdig arbeidssøkemiljø		x			x			x			x		
5. Informasjon om boliger i Andøy						x	x	x	x				
6. Kartlegging av nye boligområder									x	x	x	x	
7. Alternativt transportmiddel		x	x	x	x								
8. Dialog med fylkeskommunen								x	x	x	x	x	x
9. Informasjon om hva som skjer i samfunnet						x	x	x	x				
10. Møteplass for unge voksne				x	x	x	x						
11. Utvikle møteplassene for barn og ungdom		x	x	x	x								

12. Bidra til å skape et attraktivt butikktilbud						x	x			x	x		x
13. Miljøvennlig samfunn	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
14. Miljøvennlig næringsliv				x	x	x							
15. Reiselivsstrategi	x	x	x	x									
16. Bærekraftig reiseliv			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
17. Kompetanseheving i reiselivet	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
18. Utvikling av nettside til Andøy Reiseliv				x	x	x	x						

9. Referanser

Andøy kommune. (2017). *Situasjons- og konsekventanalyse, nedleggelse Andøya flystasjon*. NFK.

Andøy kommune. (2018). *Kommuneplanens samfunnsdel 2018-2030*.

Capia, f. k. (2019, Oktober 2). *kbnn.no*. Hentet fra <https://www.kbnn.no/artikkel/er-vi-forberedt-pa-hva-som-venter-oss-hva-med-de-unge-i-nord-norge-om-5-ar?fbclid=IwAR28CfMKot3LAYxCTNkmjFmXtBy8GDX8xDPyOLNFaoySyiJJtM66q4z8zho>

Distriktssenteret. (2020, Februar). *Distriktssenteret*. Hentet fra <https://distriktssenteret.no/fagomrader/bolig-og-bomiljo/>

Distriktssenteret. (u.d.). *Kartlegging av bolyst-prosjekter*. Hentet fra <https://distriktssenteret.no/fagomrader>

Essensi AS. (2017). *Strategisk utviklingsanalyse*. Andøy kommune.

K. Vareide, L. K. (2013). *Programteori for attraktivitet*. Telemarksforskning.

Kobro, L. U. (2012, Juni 16). *Reiseliv som lokalsamfunnsutvikling*. Telemarksforskning.

Regjeringen. (2020, Februar). *Regjeringen.no*. Hentet fra Stedsutvikling: <https://www.regjeringen.no/no/sub/stedsutvikling/id520595/>

SSB. (2020, Januar). *SSB*. Hentet fra <https://www.ssb.no/kommunefakta/andoy>

Vestby, G. M. (2018). *Fugleperspektiv på tre tiår med stedsutvikling*. NIBR/OsloMet.