

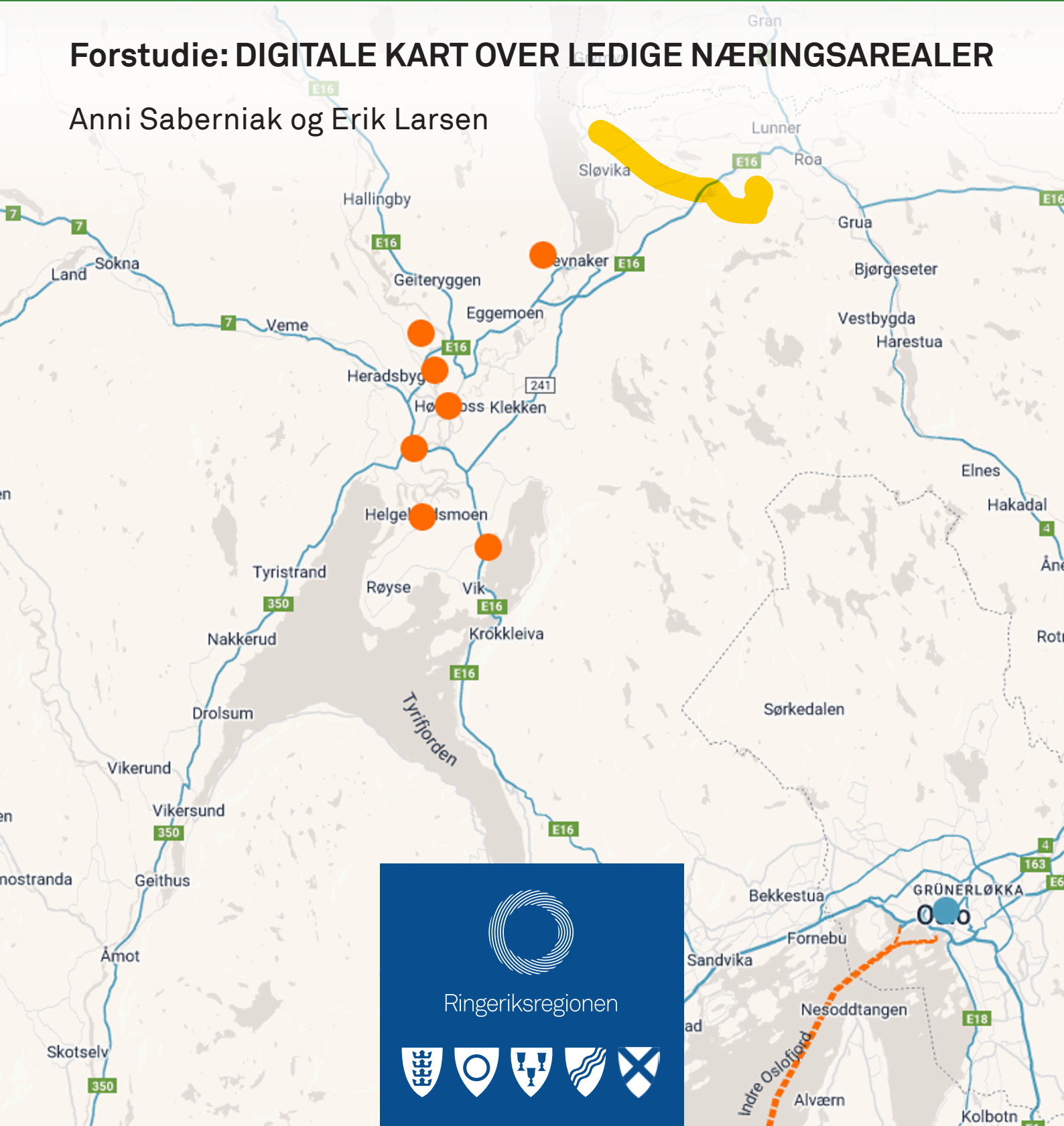
FRAMOVER SAMMEN

Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen

DESEMBER 2022

Forstudie: DIGITALE KART OVER LEDIGE NÆRINGSAREALER

Anni Saberniak og Erik Larsen



INNHOOLD

SAMMENDRAG	4
BAKGRUNN	6
Formål	6
Problemstillinger	6
Organisering	6
Plan for forstudien	6
Næringspolitisk strategi	7
- Næringsarealer	7
- Virksomheter og kompetanse	8
FORSTÅELSE AV DIGITALISERING	10
Digitalisering	10
Digitalt kart	11
METODE	12
BEHOVSKARTLEGGING	14
Funn fra intervjuer	14
- Egen prosess for å finne næringsarealer	14
- Utfordringer	15
- Ideell prosess	16
- Øvrige innspill	16
Funn fra miniseminaret	17
- Oppgave 1: Nåsituasjon	18
- Oppgave 2: I en vellykket framtid 2026	19
- Oppgave 2B: Parvis refleksjon over visjoner og forslag	20
- Oppgave 3: En realistisk ambisjon	21
- Oppgave 4: Budskap til forstudien	22
Funn – tidligere nettsted	23
DISKUSJON	24
Eksterne og interne perspektiver	24
- Regionen sett utenfra	24
- Regionen sett innenfra	25
Proessen for å anskaffe næringsareal	26
- Finne	26
- Vurdere	26
Oppsummering behov	27
KONKLUSJON OG ANBEFALING	28
VEIEN VIDERE (HVA VIL DET SI I PRAKSIS?)	
Vedlegg 1 – Oppsummering intervjuer med næringslivet	30
Vedlegg 2 – Intervjuguide	26
Vedlegg 3 – Miniseminaret	38
Vedlegg 4 – RU-side	46

FRAMOVER SAMMEN

NÆRINGSPOLITISK STRATEGI FOR RINGERIKSREGIONEN

Desember 2022



Ringeriksregionen



SAMMENDRAG

Arbeidsgruppa for forstudien om digitale kart over tilgjengelige næringsarealer konkluderer med at det er ønsket om og behov for digitale kart over ledige næringsarealer, og at dette er en stor oppgave med mange mulige løsninger. Et forprosjekt bør undersøke og beskrive ulike løsninger/konsepter før man går videre til et hovedprosjekt.

Arbeidsgruppa peker på at noen mindre tiltak bør gjøres så snart som mulig som skritt på veien mot en felles regional løsning overfor næringslivet.

Tiltakene er:

- Å utvikle felles (like) løsninger for kart m.m. i de fem kommunene i regionen
- Å samarbeide om gjenkjennelige hjemmesider, knapper og tjenester for søk på næringsarealer

Konseptene/løsningene som arbeidsgruppa anbefaler at regionene vurderer er:

- Lage en felles digital oversikt over næringsarealer i regionen, enten på en etablert eller ny kanal.
- Samarbeide med andre ikke-kommunale aktører for å samle mest mulig relevant informasjon i samme kartgrunnlag.
- Utforme (og tilgjengeliggjøre) digitale kart over næringsarealer med data fra alle relevante kart-virksomheter.

Anbefalingene er basert på intervjuer med næringsdrivende i og utenfor regionen, seminar med de aktuelle kommunene, samtaler med enkeltpersoner og nettsøk. Forstudien viser at det er behov for å styrke arbeidet med hovedområdene i Næringspolitisk strategi: Proaktiv arealforvaltning og tiltrekking av virksomheter og kompetanse. Digitale kart over tilgjengelige næringsarealer med relevante og oppdaterte inndata fra alle aktører i de søkbare områdene, framstår som et omfattende arbeid. Det er derfor viktig å vurdere andre løsninger/konsepter før man eventuelt legger mye tid og penger i et større digitalt kart-prosjekt.

Arbeidet er gjort på bestilling fra Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen, og som et ledd i Prosjekt Framover Sammen, delprosjekt Vertskapsattraktivitet.

FOTO/ILL. ?

BAKGRUNN

På samlingen for Interkommunale politisk råd (IPR) for Ringeriksregionen på Norefjell 14.-15. mars 2022 kom deltakerne med forslag om at det blant annet bør utvikles kart over tilgjengelige næringsarealer i regionen.

Ideen ble diskutert i prosjektgruppa til prosjekt Framover Sammen på Jevnaker 4. april 2022. Der var det enighet om at det kan være en god idé å utvikle et regionalt kart over tilgjengelige næringsområder. Videre arbeid ble organisert som en forstudie.

6. mai vedtok IPR-et oppstart av forstudien "Kart over tilgjengelige næringsarealer", men la til "digitale kart" i bestillingen. Prosessveileder i Framover Sammen ble utpekt til å lede forstudien. Det ble ikke gitt noen videre utdyping med hensyn til tilføyelsen om digitale kart.

FORMÅL

Formålet med forstudien er å utarbeide et tydelig mandat og en eventuell anbefaling om ideen bør videreføres til et forprosjekt. Ideen med digitale kart over ledige næringsarealer er at det gjør det lettere for næringslivsetablerer å få en oversikt over hva som finnes av aktuelle tomter, og at det gir lett tilgjengelig informasjon for ordførere og andre fra regionen/kommunene i møte med næringslivet.

PROBLEMSTILLINGER

Spørsmål som må avklares i forstudien og som dermed får betydning for et eventuelt videre forprosjektet, er:

- Hva er målet med å lage regionale kart over næringsarealer?
- Hvem er brukerne av /målgruppa for kartene?
- Hvordan er kartene tenkt benyttet?
- I hvilke kanaler skal kartene presenteres/ brukes?

Spørsmål som er lagt til underveis arbeidet med forstudien er:

- Står forventet effekt av digitale kart i samsvar med antatt utgifter?
- Vil digitale kart bidra til økt måloppnåelse med tanke på Næringspolitisk strategi (NPS) for Ringeriksregionen?

ORGANISERING

Arbeidsgruppa har bestått av:

- Prosjektmedarbeider Anni Saberniak, digitaliseringsrådgiver, Ringerike kommune
- Prosjektleder Erik Larsen, prosessveileder, Framover Sammen.
- Prosjektansvarlig Harriet Slaaen, Prosjektleder, Framover Sammen

PLAN FOR FORSTUDIEN

Arbeidet i forstudien har pågått fra mai til og med september 2022.

Hovedaktiviteter har vært:

- Organisere og planlegge forstudien
- Gjennomføre intervjuer
- Gjennomføre seminar med kommunene i Ringeriksregionen
- Nettbaserte søk og annen kunnskapsinnhenting
- Rapportskrivning

NÆRINGSPOLITISK STRATEGI

Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen ble etablert i februar 2022, og er nå vedtatt i de fem kommunestyrene i regionen (Krødsherad, Modum, Hole, Jevnaker og Ringerike). To hovedstrategier framstår som spesielt relevante for denne forstudien: Proaktiv arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige arealer, som er omtalt som det viktigste satsingsområdet i planen for kommunene. Den andre er å trekke virksomheter og kompetanse til regionen. Denne strategien er knyttet til målene om høyere verdiskapning, flere arbeidsplasser og et mer robust nærings- og arbeidsliv. Et velfungerende nettsted vil også kunne ha betydning for regionens omdømme og attraktivitet.

Næringsarealer

Regulering og klargjøring av attraktive arealer for næring, bosetting og rekreasjon blir framhevet som en forutsetning for vekst. Regionen har per i dag 4 000 dekar klar for næringsetablering. På lengre sikt vil ytterligere 1 800 dekar være tilgjengelig.

Proaktiv arealforvaltning handler om at kommunene er i forkant av utviklingen med å regulere og klargjøre arealer som dekker behovet til nærings- og boligformål. En optimal bruk innebærer også at arealene disponeres best mulig opp mot ønsket nærings- og befolkningsutvikling.

Målene for arbeidet med proaktiv arealforvaltning er:

- Å til enhver tid ha tilstrekkelige attraktive, byggeklare boligarealer som sikrer målene for befolkningsvekst.
- Å til enhver tid ha relevante næringsarealer som underbygger målene for næringsutvikling.

Tiltakene som er listet opp i NPS er:

- Utvikle en samordnet regional areal- og transportplan,
- Sikre at kommuneplanenes arealdeler følges og oppfylles,
- Oppsøkende dialog med grunneiere for å skape grunnlag for disponering av ønskede arealer,
- Ta politisk styring der særinteresser kommer i konflikt med regional utvikling,
- Tydeliggjøre kommunenes mål, strategier og planer for næringsutvikling og arealdisponering for grunneiere og byggherrer,
- Gjennom Vekstbarometeret for Ringeriksregionen overvåke utviklingen og prioritere aktiviteter på et faktabasert kunnskapsgrunnlag
- Gi høy prioritet og sikre høy kapasitet og kompetanse på behandling av arealplaner,
- Utarbeide oversikt over egnede arealer som ikke inngår i kommuneplanen,
- Utnytte kompetansen og miljøet i Luna Arena for næringsutvikling og vekst.

Virksomheter og kompetanse**Målene for denne strategien er å:**

- Bidra til å utvikle regionens næringsområder gjennom nyetableringer og tilflytting av næringsvirksomhet.
- Nyetableringer som bidrar til flere arbeidsplasser og høyere verdiskaping.
- Være kjent for vår utadvendte og modige måte å formidle næringsmuligheter i markedet.
- Gjennom en optimal arealforvaltning bidra til at virksomheter som etablerer seg i regionen eller utvider sin virksomhet, bidrar til vekst i hele regionen.

Tiltakene er:

- Etablere Invest In Ringerike og tilsvarende satsinger som skal jobbe med å markedsføre og trekke næringsvirksomhet til aktuelle næringsområder i regionen.
- Bygge merkevare og omdømme for Ringeriksregionen som styrker regionens attraktivitet for næringsetablering.
- Markedsføre Ringeriksregionen som den mest spennende vekstregionen i landet.
- Sikre rapportering til de folkevalgte med oversikt over bransjer, industrier og næringer i flyt og utvikling. Dette for å oppnå politisk påvirkning og proaktivitet.
- Aktiv næringsetableringspolitikk gjennom koordinering av utviklingsaktører med naturlige samarbeids/alliansepartnere, tilpasset hver enkelt case eller etablering.
- Samarbeide med og utnytte kompetansen og nettverket i Luna Arena for næringsutvikling og vekst

Omdømme og attraktivitet er to av premissene som arbeidet med digitale kart kan ses å ha effekt på. Forutsetningen er at brukerne opplever de digitale løsningene som positive/nyttig og at etablerere oppfatter regionen som attraktiv for bo-, besøk- og næringsattraktivitet.



FOTO/ILL.?

FORSTÅELSE AV DIGITALISERING

Siden digitalisering er et forholdsvis nytt fagområde, og noe ganske annet enn Informasjons- og kommunikasjonsteknologi (IKT), velger vi å skrive inn noe om vår forståelse av digitalisering og konkret om ulike måter å digitalisere kart på.

DIGITALISERING

Å transformere informasjon til data definerer vi som digitisering. Oversettingen av tekst, bilder, lyder osv. til et format som maskiner kan lese, er teknologisk. Transformasjonen er nødvendig for at digitale systemer skal kunne gjøre nytte av dataene.

Digitalisering er mer enn en teknologisk prosess, det involverer også sosiale endringer (sosio-teknologisk):

- Digitalisering beskriver sosiale og teknologiske endringer knyttet til utvikling, innføring og/eller bruk av digital teknologi. (Ask.Søraa, 2021)

Andre definisjoner vektlegger at digitalisering er å bruke digitale teknologier for å endre forretningsmodell og finne nye måter å skape verdier på (Heggernes, 2021). Forretningsmodell handler om hvordan organisasjonen skaper verdi for kunder eller brukere, hvilke ressurser som benyttes for å skape verdien og hvordan organisasjonen skal få betalt av kunden.

Digitalisering forutsetter et fokus på ulike aktører (nettverk) som blir berørt av og involvert i digitaliseringsprosessen og -resultatene. Et viktig mål med en digitaliseringsprosess er gjøre endringer som skaper verdi i form av inntjening, sparte ressurser (tid, folk og penger) eller økt kvalitet på tjenestene.

Viktige spørsmål ved inngangen til en digitaliseringsprosess er (Ask.Søraa, 2021):

Hvordan digitaliseringen begrunnes:

- Hva skal digitaliseringen oppnå?
- Hvilke lovnader gis?
- Hvilke problemer skal løses?
- Hvem er det som ønsker at det skal digitaliseres?
- Hva er visjonen?

Hva som digitaliseres?

- Er det en arbeidsoppgave?
- En tjeneste?
- Informasjon?
- Hva konkret er det som teknisk skal gjøres til nuller og ett-tall?

Fokusområder for digitalisering kan være produkter, markedsaktivitet, forretningsystemer og/eller organisasjonen.



DIGITALT KART

Et papirkart kan beskrives som et lite utvalg av virkeligheten som er kraftig forminsknet, sett ovenfra. Digitalt kart er kart som er framstilt digitalt, ifølge Store norske leksikon.

Det kan også forstås som:

- Et utvalg av romlige objekter og fenomener fra virkeligheten som er kodet og lagret i geografiske databaser. (Tenge, 05)

For å lage et digitalt kart må vi:

- Gjøre et utvalg av objekter og fenomener
- Måle og kode de objekter og fenomener som vi velger ut
- Digitisere (gjøre elektronisk)
- Lagre i et egnet format og i en egen database

For å vise kartet trengs det egnet programvare for bruk på datamaskiner, mobiler og liknende. Digitale kart kan altså lages fra de helt enkle til de veldig kompliserte og informasjonstunge.

METODE

I forstudien har vi benyttet oss av dybdeintervjuer, kreativt verksted (miniseminar) og innhenting av informasjon fra ulike andre kilder.

Fem intervjuer er gjennomført med representanter for næringslivet i og utenfor Ringeriksregionen. Intervjuobjektene er rekruttert gjennom nettverk i og rundt Luna, Prosjekt Framover Sammen og arbeidsgruppas eget nettverk. Intervjuene er gjennomført på Microsoft Teams og fysisk (der det har vært mulig). Intervjuerne har benyttet en intervjuguide (vedlegg 2) utarbeidet for formålet. Varigheten på intervjuene har vært rundt tretti minutter. Utvalget er lite, og på ingen måte representativt, men det kan gi nyttige innspill til vurderingen om digitale kart er en god idé eller ikke.

På et prosjektmøte i Framover Sammen der prosjektleder orienterte om status for arbeidet, dukket det opp informasjon om at Ringerike Utvikling allerede hadde laget nettsider med næringslivsetablerere som målgruppe. To sentrale personer i det daværende arbeidet ble valgt ut for å belyse dette nærmere. Arbeidsgruppa gjennomførte samtaler med disse for å høre om deres erfaringer og muligheter for å videreføre nettstedet eller deler av de tilpasset den nye regionen og formålet med forstudien.

To deltakere hadde ikke muligheter for å være med på miniseminaret. De gikk glipp av prosessen, men har fått utdype sine svar på spørsmålene som ble stilt i seminaret. I vedlegget fra miniseminaret (vedlegg 3) ligger disse som en tilføyelse. Informasjonsmengden er noe mer omfattende fra disse to kommunene enn fra de som deltok i seminaret.



BEHOVSKARTLEGGING

For å få svar på problemstillingene (side 3) har forstudien hentet inn informasjon fra ulike kilder. Den viktigste målgruppa for et digitalt kart-prosjekt er næringslivsetablerere.

FUNN FRA INTERVJUER

Vedlegg 1 sammenfatter hovedmomentene fra de fem intervjuene som er gjort med ulike representanter for næringslivet. Utvalget er lite, men spenner likevel ganske bredt fra den unge selvstendige næringsdrivende til større selskaper. Det er også et godt spenn i bransjer eller næringstyper som er representert gjennom disse virksomhetene. Tre av virksomhetene har mellom 20-50 ansatte og en omsetning på 10 millioner kroner eller mer. De to andre virksomhetene er små, men med ambisjoner om å vokse. Tre av fem næringsaktører er i Ringerike kommune, en holder til i Modum og en i Oslo. Alle har nylig vært eller er på utkikk etter tomt eller næringslokaler. Hva de ser etter og hvorfor de ønsker å flytte på seg, varierer fra virksomhet til virksomhet. Både ønske om å leie, kjøp og bygge eget er representert blant virksomhetene som er intervjuet. Noen har vokst ut av nåværende lokaler, noen søker klyngefelleskap og noen søker sentrumsnærhet.

Funnene er ikke representative for målgruppa næringslivsetablerer, men gir visse indikasjoner på hvordan næringsdrivende søker og erverver næringsarealer.

Egen prosess for å finne næringsarealer

De fem intervjuobjektene har nylig skaffet ny tomt eller er på jakt etter tomt eller lokaler.

I intervjuene ble de bedt om å beskrive prosessen.

Ut fra samtalene er det fire metoder som peker seg ut:

1. Se seg om i ønsket område
2. Kontakte kommunen/lokal næringsforening
3. Søke på Internett
4. Bruke eget nettverk

Mye tyder på at de fleste aktørene benytter flere eller alle metodene i sin jakt på arealer.

Se seg om i ønsket område

Fire av næringslivslederne forteller at de ser seg rundt i ønsket område på jakt etter egnet tomt eller lokaler. Hvis de ser en aktuell tomt eller at et område er under opparbeiding, tar de kontakt med eieren. For noen har dette ført til kontrakter.

Kontakte kommunen eller lokal næringsforening

Tre av de fem har hatt kontakt med kommunen, Modum og Ringerike, i forbindelse med kjøp av tomt og spørsmål om regulering og byggetillatelse. En nyinnflyttet næringsdrivende tenkte ikke på å kontakte kommunen, men tok i stedet kontakt med den lokale næringsforeningen.

Søke på internett

Finn.no, Facebook og andre webbaserte løsninger er benyttet av flere av virksomhetene, men i ulik grad i de ulike fasene av prosessen. Den tilflyttende virksomheten har i større grad, enn det de allerede etablerte virksomhetene, brukt internett for å finne mulige arealer. De lokalkjente virksomhetene bruker internett senere når et potensielt areal skal vurderes nærmere. Da brukes en rekke nettsider med tomteinformasjon til å vurdere arealets reelle egnethet ut fra kriterier

som for eksempel størrelse, pris, regulering, byggetillatelse, planer for området, V/A og EL. Å få svar på alle disse kriteriene innebærer søking og lesing i mange ulike kartløsninger hos ulike virksomheter, blant andre kommunene.

Bruke eget nettverk

Flere av aktørene forteller at eget sosialt nettverk har vært avgjørende for å få vite om, få kontakt med og få tak i ledige arealer. En av virksomhetene manglet eget nettverk i regionen og fikk en omtale i Ringerikes Blad som resulterte i at direkte kontakt med aktuelle utleiere av næringsarealer.

Utfordringer

Næringsvirksomhetene har møtt på noen utfordringer i forbindelse med sin jakt på tomter eller lokaler. De mest relevante for forstudien er:

Kommunens imøtekommelse av næringsliv

Kontakten med kommunen er avgjørende i næringsaktørens beslutning om lokasjon for etablering. Kommunene må selv velge grad av service som skal utøves mot næringsliv - hvilken veiledning og tilrettelegging næringslivet skal bli tilbudt i kontakt med kommunen. I praksis hender det at ulike næringsaktører får ulik service innenfor samme kommune eller fra ulike kommuner. Næringsaktører kan med det ha varierende opplevelse av å være velkommen. Det kan forekomme intern uenighet mellom administrativ og politisk ledelse, noe som gir næringsaktør liten forutsigbarhet og trygghet i situasjon hvor vedkommende søker å etablere seg eller bli i kommunen. En aktør fikk feilinformasjon angående regulering på grunn av motstridende planer i kommunen. Det kan tyde på utfordringer, både internt i kommunen og for næringsaktørene, med å måtte forholde seg til motstridende kart og planer med ukjent gyldighet.

Mange kanaler å orientere seg i

Det finnes mange kanaler for å orientere seg om ledige næringsarealer, men det mangler en totaloversikt for Ringeriksregionen. Det innebærer søking i mange ulike kanaler. Selv da forblir mange arealer ukjente, blant annet fordi de ikke annonseres i noen av de "formelle" kanalene. Det er ingen garanti for å finne riktig side med korrekt, oppdatert og gyldig informasjon. For eksempel er det vanskelig å vite at man på www.investinringerike.no kan finne tilgjengelig næringsarealer når man ikke vet at Hønefoss ligger i Ringerike kommune, eller vet næringsarealer fra Jevnaker kommune også ligger tilgjengelig der.

Uformelt nettverk

Å finne godt egnede arealer er ofte basert på tilfeldigheter. Den enkeltes uformelle nettverk kan være avgjørende for å bli gjort klar over mulighetene av tilgjengelige arealer, da mange næringsarealer ikke nødvendigvis annonseres i allment kjente kanaler og fora. Dette er et mulig hinder for tilflyttere og næringsaktører utenfor regionen. En av de intervjuede næringsaktørene har bemerket det.

Mye informasjon og byråkrati å forstå seg på

For noen av aktørene er kart helt essensielt i vurderingen av arealer, og de har derfor brukt mye tid på å finne og forstå kart fra ulike virksomheter (kommunen, kartverket, E-verket etc.).

Ideell prosess

Når vi spør om hva som ville vært en ideell prosess for å søke etter tomt eller lokaler, får vi en del samstemte svar. Flere ønsker en oversikt over tilgjengelige, ledige næringsarealer, gjerne med gode søkekriterier, som arealstørrelse, pris, avstand fra sentrum, kollektivknutepunkt, butikk og annen næringsvirksomhet, bredbånd m.m., og informasjon fra alle relevante instanser (ikke bare kommunen, men også energiselskap, vegetater, osv.).

Når arbeidsgruppa lanserer ideen om en nettside eller app med oversikt og informasjon om tilgjengelige næringsarealer, er responsen svært positiv. Adjektivene varierer fra "genialt" og til at "tanken er ny, men god". Det må tas i betraktning at aktørene kan ha blitt påvirket av intervjuerne da det ble presentert en forestilt løsning uten begrensning av gjennomførbarhet.

Næringsaktørenes ønsker og forslag for denne tenkte løsningen:

- Ett kart der all informasjon, som man i dag må finne hos ulike virksomheter, er samlet. Dette kan spare næringsaktørene for mye tid.
- Kartet bør oppgi korrekt informasjon om tomtestørrelser, priser, regulering, kontaktinfo til grunneier eller megler osv.
- Mulighet for å finne tilgjengelige næringsarealer i nærheten av posisjon. Dersom løsningen kan stedfeste din nåværende posisjon, kan du finne aktuell informasjon basert på hvor du befinner deg. Dette er et godt verktøy dersom strategi er å reise rundt og finne ønsket lokasjon før man peiler inn på hva som finnes i dette området.

Øvrige innspill**Utover det som allerede er nevnt, kom næringsaktørene med flere innspill:**

- Kommunene bør være synlig på sosiale medier (sak og/eller annonse) slik at nye innbyggere (uten sosialt nettverk) blir oppmerksomme på at de kan ta kontakt og få hjelp.
- En egen nettside kan være bra, men hvor kjent er Ringeriksregionen utenfor de fem kommunene?
- Noen mener det er en fordel med klynger av næringsaktører innen samme næringskategori, mens andre mener dette kan føre til unødig konkurranse.
- Kommunene bør vurdere å gjøre mer for å styre næringsutviklingen i kommunen. Næringsarealene eies av private aktører, så tomtestørrelse, pris m.m. kan begrense hvilke næringsaktører som har mulighet til å anskaffe arealet. Dersom kommunen ønsker å legge til rette for variasjon i næringslivet og gjøre det mulig for små og mellomstore bedrifter å etablere seg eller bli værende, kan det være en idé å inngå samarbeid med grunneiere for å skape variasjon i arealstørrelse og pris, eventuelt også en finansieringsordning til mindre bedrifter.
- Se til Sveriges mindre kommuner (og næringsparker) som har fått til etablering av industri. Det kan være en idé å snakke med noen av disse kommunene for å få innsikt i hva de har gjort riktig.
- Næringsområder bør være av en viss størrelse slik at det er mulig å etablere en rekke bedrifter og skape en klynge av beslektede virksomheter eller et minisamfunn av virksomheter (med for eksempel kantine, frisør og dagligvarebutikk).

FUNN FRA MINISEMINARET

De fem kommunene i Ringeriksregionen har hovedansvaret for delstrategien i Næringspolitisk strategi om proaktiv arealforvaltning. I disse dager utarbeides (eller revideres) handlingsplaner for den kommunale næringsutviklingen. Timingen er derfor god med hensyn til å vurdere tiltaket: Digitale kart over ledige næringsarealer.

Prosjektgruppa i Framover Sammen sa allerede i april, da de anbefalte å gjennomføre en forstudie, at det var ønskelig med et seminar for å komme med innspill til arbeidet. De fem kommunene ble derfor invitert til et firetimers miniseminar i Hole kommune fredag 26. august (se vedlegg 3). Prosjektgruppa var enige om at den enkelte kommunes medlemmer skulle ta ansvar for å invitere med seg andre fra egen kommune med relevant kompetanse.

Vedlegg 2 oppsummerer innspillene fra de tre kommunene som deltok på miniseminalet. Arbeidsgruppa har også innhentet svar på oppgavene fra Krødsherad og Jevnaker kommuner som ikke deltok på miniseminalet. I denne rapporten vektlegges informasjonen som ble produsert i fellesskap på seminaret, men innspill fra Krødsherad og Jevnaker er med til den helhetlige vurderingen av problemstillingene for forstudien.

I og med at digitale kart er å betrakte som et ganske konkret tiltak, valgte arbeidsgruppa i samråd med prosjektgruppa Framover Sammen, å legge opp miniseminalet ut fra en bredere problemstilling: Kommunene og regionens arbeid med proaktiv arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige næringsarealer.

Ut fra dette ble det jobbet med fire oppgaver:

1. Nåsituasjon
2. Regionalt samarbeid i 2026
3. En realistisk ambisjon
4. Budskap fra min kommune.

FOTO/ILL. ?

Oppgave 1: Nåsituasjon

Den første oppgaven gikk til tre kommunegrupper og en med regionalt perspektiv. Spørsmålet var: Hvordan arbeider din kommune i dag med (å framskaffe og få oversikt over ledige) næringsarealer og synliggjøringen av disse?

I spørsmålet er det lagt inn en forståelse av at kommunene må ha en viss oversikt over egne og andre eventuelle ledige tomter og tilgjengelig informasjon og status for disse. I tillegg kan optimal bruk forutsette ulike former for kommunikasjon (herunder også markedsføring og eventuelt salg) til næringsaktører.

Oversikt

Ringerike og Hole kommuner oppgir at de har god intern oversikt og kontroll over arealene. I Hole, hvor tilgjengelige arealer er begrenset, er det meste regulert eller i prosess for å bli regulert. Modum ønsker seg en bedre samlet oversikt over arealer i bygg og tomter, men formidler ellers å ha overordnede kartbaserte planer som er dynamiske. Gruppen med regionalt perspektiv framhever at noen kommuner har god oversikt og driver med proaktiv arealforvaltning i dag. Gruppen mener likevel at det er potensial for mer og bedre regional samordning og for den enkelte kommunes fortrinn å bli utnyttet i et regionalt perspektiv. I NPS konstateres det at det er et politisk mål å spre veksten.

Kommunikasjon

Ringerike og Hole kommuner mener de kan bli bedre på kommunikasjon og salg. Ringerike ser på "kalde bedrifter" som en viktig utfordring. Kalde bedrifter forstås som bedrifter som ikke er kjent med Ringeriksregionen. Ringerike ønsker en sterkere posisjonering og mer målrettet salg.

Verktøy – kart

Alle tre kommunene ser muligheter for forbedringer når det gjelder verktøyene de bruker selv og/eller tilbyr innbyggere og næringsliv. Modum framhever at det er mange kartløsninger og at disse ikke nødvendigvis snakker sammen. Ringerike arbeider med å digitalisere løsningene, men har fortsatt en vei å gå. Hole jobber med nye kartløsninger nettopp fordi det er behov for mer funksjonelle kart.

FOTO/ILL. ?

Oppgave 2: I en vellykket framtid 2026

Den neste oppgaven ble gitt til tre grupper blandet på tvers av kommunene. Oppgaven beskriver et tenkt scenario der Ringeriksregionen noen år fram i tid (2026) får en pris fra Buskerud fylkeskommune for sitt arbeid med å framskaffe og tilby næringsarealer. Det er gitt premisser om at arbeidet har skjedd på en samlet, kreativ og attraktiv måte og hovedsakelig basert på tilgjengelige ressurser hos de fem kommunene. Arbeidet har gitt et betydelig løft jamfør målene i Næringspolitisk strategi. De konkrete spørsmålene til gruppa er: Hva har skjedd? Og hvorfor får regionen prisen?

En gruppe ser for seg at det er utviklet en næringsportal: NæRingseiendom, som er en felles sømløs kartløsning. Den er blitt så populær at de fleste kommuner og næringsaktører bruker denne. Innovasjon Norge har støttet prosjektet.

En annen gruppe ser også for seg en samkjørt og brukervennlig regional kartløsning. I forarbeidet til en slik løsning har kommunene jobbet sammen etter en prosjektplan som blant annet har handlet om å etablere standarder for data slik at disse er gjenkjennbare og compatible. Kommunen er oppdatert og har full oversikt over tilgjengelige næringsarealer, som formidles på aktuelle digitale sider og plattformer. Næringsforeningen i regionen har egne salgsapper for arealer.

Den tredje gruppa beskriver en tredelt prosess med å kartlegge arealer sammen med næringslivet, utvikle og regulere næringsarealer og utvikle internettløsninger for salg. Gruppen ser for seg en Tinder-app for næringslivet, der man kan sveipe seg fram til en tomt som matcher egne behov. Gruppen understreker at et slikt arbeid krever en solid forankring i IPR-et og i den enkelte kommune, både politisk og administrativt.

FOTO/ILL.?

Oppgave 2B:**Parvis refleksjon over visjoner og forslag**

Gruppen ble delt inn i par, og sendt ut på en halv times vandring med oppgaven: Reflekter over de visjoner og forslag som har kommet fram som svar på oppgave 2.

Deretter ble elementer fra refleksjonsøvelsen delt i plenum:

- Det er nyttig å møtes. Ikke minst tverrfaglig.
- Kommunene må samarbeide mer og bli bedre på samarbeid på tvers av kommunegrensene.
- Vi må spørre hva som egentlig er behovet?
- Starten på arbeidet må være å se på hvor likt /ulikt kommunene arbeider i dag med næringsarealer
- Det er ulike utfordringer i kommunene.
- Kommunene trenger en felles forståelse for hvordan vi jobber med næringsarealer. Næringslivet må med i dette arbeidet.
- Vi må se hvordan andre regioner har løst utfordring med å kartlegge, tilgjengeliggjøre og selge næringsarealer.
- Digitale kart er kanskje ikke svaret akkurat nå. Vi må vite mer om hva som er det egentlige behovet.

FOTO/ILL.?

Oppgave 3:**En realistisk ambisjon**

Denne oppgaven ble også løst i blandede grupper. Visjoner er viktige for å løfte blikket ut av en hverdag som ofte er overlesset av mer eller mindre kortsiktige leveringsfrister og stadig nye oppgaver. Hvis drømmen om en Tinder-app for næringslivet skal bli virkelighet, er det mye arbeid som må legges til grunn for å kartlegge, samkjøre systemer og så videre.

Oppgaven var:

Beskriv en realistisk ambisjon for regionalt samarbeid om proaktiv arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige ressurser.

Gruppen la vekt på:

- Vi må vite mer om hva som er det egentlige behovet
- Arbeidet må forankres bredt politisk og administrativt i alle kommunene
- En tverrfaglig prosjektgruppe bør jobbe videre med å kartlegge behovet, og rydde i premisser og forutsetninger. Det kan ligge lenger fram i tid å enes om en felles løsning, men man kan begynne med de kartløsninger man har i dag (som er ulike)
- Prosjektet må gi svar på hvilket detaljeringsnivå vi bør legge oss på: Regulerte områder eller enkelte eiendommer?
- Digitale kart kan være et av flere svar på hvordan kommunene skal samarbeide om proaktiv arealforvaltning.

FOTO/ILL. ?

Oppgave 4:**Budskap til forstudien**

Til slutt ønsket forstudien å få et tydelig budskap fra hver av de deltagende kommunene og øvrige aktørene til den anbefalingen som skal utarbeides:

Det må jobbes mer med hva som er det egentlige behovet. Å gå rett på å lage digitale kart er en forskuttering av løsninger. Vi ønsker å jobbe videre, men uten at løsningen er gitt på forhånd. Digitale kart er IKKE løsningen på HELE problemet.

Modum mente at en arbeidsgruppe burde undersøke mulighet for å få til en felles nettløsning over tilgjengelige næringsarealer og om det er behov for et felles kartsystem i regionen (kommunene).

FOTO/ILL. ?

FUNN**– TIDLIGERE NETTSTED**

Ringerike Utvikling (RU) utarbeidet nettstedet www.ringerike.no med hjelp fra mediebyrået Catch Media. Som et ledd i forstudien har vi sett nærmere på disse nettsidene og snakket med tidligere daglig leder for RU og en leder i Catch Media.

I vedlegg 4 ser vi at det finnes nettsider for (mye mer enn) ledige næringsarealer for de tre tidligere regionkommunene (Ringerike, Jevnaker og Hole). I følge våre intervjuobjekter er det forholdsvis enkelt å oppdatere og oppskalere (utvide med Modum og Krødsherad) nettsidene.

Arbeidsgruppa har ikke prioritert å gå videre nå med en vurdering av nytte og kostnader ved å oppdatere dette nettstedet. Det forutsetter også at driften plasseres på et relevant sted.

DISKUSJON

Arbeidsgruppas behovsvurderinger er forankret i Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen (NPS).

To satsingsområder peker seg ut:

- Proaktiv arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige arealer
- Trekke virksomheter og kompetanse til regionen

Proaktiv arealforvaltning beskrives som avgjørende for hele det næringspolitiske arbeidet. Et hovedmål for regionen er høyere verdiskapning, flere arbeidsplasser og et mer robust nærings- og arbeidsliv. Et annet viktig innsatsområde er å tiltrekke seg flere virksomheter til regionen, noe som vil gi flere arbeidsplasser og innbyggere.

EKSTERNE OG INTERNE PERSPEKTIVER

Arbeidsgruppas vurdering av om det er behov for digitale kart over tilgjengelige næringsarealer gjøres med fokus på regionen fra to hovedperspektiver: Eksternt og internt. Det eksterne perspektivet handler om hvordan næringslivet og kommunale aktører ser på regionen med et utenfra-blikk. Det interne perspektivet handler om hvordan aktørene i regionen ser på seg selv.

Regionen sett utenfra

USN avsluttet i sommer et omdømmeprojekt i regi av IPR-et. Prosjektet, som ble gjennomført med bred deltakelse fra nærings- og arbeidslivet i regionen, konkluderte at regionen har behov for å tydeliggjøre og utvikle sitt omdømme. Regionen oppleves som lite kjent av omverdenen. Selve navnet Ringeriksregionen oppfattes som utydelige fordi det blant annet forveksles med Ringsaker og Romerike. Prosjektet konkluderte med at Hønefoss-regionen er et bedre egnet begrep overfor målgruppa eksterne næringslivsetablerere. Det er med andre ord et bredt erkjent behov for å bedre omdømme og utvikle en tydeligere merkevare for Ringeriksregionen.

Vårt søk på internett etter ledige næringsarealer i Ringeriksregionen gir i hovedsak treff på aktører i Ringerike, ikke Ringeriksregionen. Invest In Ringerike kommer høyt på Google-søket. Selskapet er en viktig inkubator og et satsingsområde i NPS. Øvrige treff handler om Finn.no, Ringerike og Jevnaker kommuner (merk at egen søkehistorikk kan påvirke hva som listes opp). Ringeriksregionen dukker opp som treff nummer åtte med en artikkel fra USN.

Arbeidsgruppa ønsket i utgangspunktet å intervju flere næringslivsledere med adresse utenfor regionen, men måtte innen gjeldende tidsramme ta til takke med én person. Vedkommende hadde liten eller ingen kjennskap til regionen, og virksomheten vedkommende ledet ønsket en enda mer sentral lokalisering enn Lysaker.

En selvstendig næringsdrivende som nylig hadde flyttet til Hønefoss forteller at det tok en god stund å få med seg at Hønefoss ikke var kommunens egennavn. Vedkommende søkte på Hønefoss kommune. Vedkommende er ekspert på sosiale medier og annen digital kommunikasjon, så "brukerfeil" utelukkes som årsak.

På miniseminaret (Hole 26.8, se vedlegg 2) kom det tydelig fram at både Hole og Ringerike kommune ønsker å markedsføre seg mer målrettet overfor næringslivet for salg av næringsarealer. Arbeidsgruppa slutter seg til at det er behov for å markedsføre/kommunisere Ringeriksregionen tydeligere overfor næringslivsaktører utenfor egen region som et ledd i arbeidet med å tiltrekke seg nye virksomheter og kompetanse.



Regionen sett innenfra

De næringsaktørene som allerede er etablert i regionen forteller at de i hovedsak får nyss om mulige næringsarealer gjennom uformelle kanaler (nettverk, se seg rundt, direkte henvendelser til grunneiere). Dersom det gjelder kjøp av tomt, brukes det mye tid og krefter på å samle all nødvendig informasjon om tomt, for så å avgjøre om den vil være egnet og om kjøp kan gjennomføres. Da er ikke søknad om byggetillatelse, omregulering eller lignende prosesser påstartet eller inkludert. Det er mange kart og planer som skal slås opp i for å finne den nødvendige informasjonen. Ikke alt er like enkelt å finne på kommunenes hjemmesider, og det skjer altså at kommunen selv ikke utgir siste gyldige informasjon. Det er åpenbart at næringsaktørene har en stor jobb med både å finne og vurdere næringsarealers treffsikkerhet på det de er ute etter.

Arbeidsgruppas Google-søk på hjemmesidene til de fem kommunene viser tydelige kommunale profiler, men samtidig få eller ingen likhetstrekk med hensyn til hvordan de presenterer seg for næringslivsaktører. Intervjuene med lokale næringsaktører og innspill i miniseminaret underbygger inntrykket av at kommunene framstår ulikt overfor brukere fra næringslivet. På noen sider er det synlige tjenester for næring, eiendom og kart. På andre sider (Ringerike kommune) er det nyhetsartikler som leder til Bylab, som er en nærings- og samfunnsaktør. Ingenting ved forsidene tilsier at kommunene er en del av en regional satsing på næringsutvikling. For de fleste brukere stemmer det at: Jo flere klikk man må foreta seg på en side, desto større er sjansen for å gi opp. Kommunenes hjemmesider er mer eller mindre gode å navigere og søke seg fram i. I mange tilfeller krever det en målrettet bruker for å holde ut og finne fram.

De større næringsparkene i regionen har investert i hjemmesider med moderne og funksjonelle løsninger. Her er det blant annet lett å få oversikt over arealene og kontaktinformasjon for å få mer informasjon. Næringsparkene har ulike eiere, som samhandler med egen kommune om arealbruk og -planer. Det regionale perspektivet – og næringspolitikken – må ivaretas lokalt.

FOTO/ILL. ?

PROSESSEN FOR Å ANSKAFFE NÆRINGSAREAL

Før en næringsaktør kan inngå leie- eller kjøpskontrakt av næringsarealer må det gjennomføres to trinn:

1. Næringsaktøren må finne et areal.
2. Næringsaktøren må vurdere om arealet som er funnet innfrir de kriterier og ønsker aktøren har til et areal.

Finne

Å finne et areal er enklere sagt enn gjort. Gjennom dialog med næringsaktører avdekkes det ulike forutsetninger for å gjøre seg kjent i regionen blant de lokalkjente og de tilflyttede eller de utenfor regionen. Da mye areal ikke annonseres i kjente kanaler, kan det ta tid og bære preg av tilfeldighet at en næringsaktør blir kjent med areal til leie eller salg. Kommunene trekker fram at de må jobbe mer treffsikkert i innsalg av regionen. Arbeidsgruppa mener det er behov for en totaloversikt som er tilgjengelig og enkel å finne enten man er lokalkjent eller ny i regionen.

Vurdere

Å vurdere arealets egnethet opp mot næringsaktørens kriterier og ønsker, krever ofte en omfattende informasjonsinnhenting. De lokalkjente næringslivsaktørene påpekte hvor tidkrevende og komplisert det er å finne de opplysningene som trengs. Å innhente nødvendige opplysninger kan for eksempel innebære å finne og sette seg inn i kartløsninger fra mange ulike aktører (kommunen, kartverket, e-verket m.m.). Kommunene bruker ulike kartløsninger. På miniseminaret bekreftet kommune-representanter ulempene ved dette. Å sette seg inn i og forholde seg til så mange ulike kart og planer krever en motiveret leser. Arbeidsgruppa konkluderer med at det vil være en fordel om mer av informasjonen samles, og presenteres "i samme format" for å være enklere og mindre tidkrevende å sette seg inn. Dette kan bidra til å sikre flere næringsetableringer i regionen.

FOTO/ILL. ?

OPPSUMMERING BEHOV

Arbeidsgruppa mener at det er behov for:

- Tydeligere markedsføring av regionen
- At kommunene kommuniserer mer enhetlig på egne hjemmesider overfor næringslivet. Det vil si at de har like løsninger for kart, og gjerne også tilgjengelige oversikter over nabo-kommuner og regionen for øvrig.
- At kommunene har kartløsninger og andre tjenester som gjør det lettere for ikke lokalkjente næringsaktører å finne fram til ledige næringsarealer og korrekt informasjon om disse.
- Tydeligere kommunal identifisering med det regionale næringsutviklingsarbeidet.

KONKLUSJON OG ANBEFALING

Arbeidsgruppas mandat er å vurdere om digitale kart over tilgjengelige næringsarealer er et godt tiltak. Arbeidsgruppen har samtidig stilt seg spørsmålet: Et godt tiltak for hva?

Gjennom dialog med næringslivsaktører og kommuner er det beskrevet en nå-situasjon med utfordringer og behov for å legge til rette for næringsetablering i regionen. Arbeidsgruppa konkluderer med at det er behov for digitale kart over ledige næringsarealer, men at dette er en stor oppgave med mange mulige løsninger.

Arbeidsgruppa anbefaler et forprosjekt hvor ulike konsepter blir vurdert med bakgrunn i de behov som har kommet fram i forstudien:

- Synlig og kjent oversikt over næringsarealer til salgs eller utleie (tilgjengelighet)
- Oppdatert og korrekt informasjon om regulering, vei, vann, planer for område, kontaktinformasjon til grunneier m.m.
- Prosesshjelp rundt omregulering, byggesak osv.

Konsepter som kan utredes er:

- a) Lage en felles digital oversikt over næringsarealer i regionen, enten på en etablert eller ny kanal.
- b) Samarbeide med andre ikke-kommunale aktører for å samle mest mulig relevant informasjon i samme kartgrunnlag.
- c) Utforme (og tilgjengeliggjøre) digitale kart over næringsarealer med data fra alle relevante kart-virksomheter.

Dette er ikke en komplett liste.

Et forprosjekt må vurdere om andre, flere eller færre konsepter skal utredes.

Mindre tiltak som bør iverksettes umiddelbart:

- Å utvikle felles (like) løsninger for kart m.m. i de fem kommunene i regionen
- Å samarbeide om gjenkjennelige hjemmesider, knapper og tjenester for søk på næringsarealer

Videre anbefaler arbeidsgruppa sterkere lokal forankring av det regionale arbeidet:

- bredere engasjement fra kommunene
- en arbeidsgruppe med representanter fra alle kommuner
- lokale vedtak

Hovedkonklusjon:

Forstudien viser at det er behov for digitale kart over ledige næringsarealer, men at dette er en stor oppgave med mange mulige løsninger.

FOTO/ILL. ?

VEDLEGG 1

– Oppsummering intervjuer med næringslivet

OM BEDRIFTEN	Eiksenteret	Hydropower	Taktektermester Bjørn Schramm	Luddi kommunikasjon	Palmer Group
Bransjetype	Handel maskineri	Energiproduksjon gjennom solcellepanel. (pluss grønnsaker på bakken under panelet)	Håndverker: taktekker, blikkenslager	Kommunikasjonsbyrå. Kunder fra rundt om i landet.	Vin- og brennevinsforhandler. Kunder er Vinmonopolet og hotell/restaurant-bransjen.
Antall ansatte	35	3 (kan bli flere)	23-28	1 (med ønske om å vokse)	19 ansatt
Omsetning	240 mill.	0,2 mill	38 mill.		230 mill.
Lokasjon	Modum og Ringerike	Sysle (produksjon) og ladestasjon på YX, Vikersund, Modum.	Tyristrand, Ringerike	Hjemmekontor i Ringerike. Vært i kontakt med Catch.	Oslo
Situasjon i dag	Leter etter nye lokaler pga vokst ut av nåværende lokaler. Har vært på utkikk i ca. tre år.	Har funnet egnet åker (20 dekar) i Modum kommune.	Har kjøpt byggetomt i Modum kommune. Lette tomt i 4-5 år.	Har lett siden starten av året (2022)	Har flyttet til Oslo sentrum ved Grand Hotell fra Lysaker. Leier lokaler.
Hva er/var på utkikk etter?	<ul style="list-style-type: none"> • Ønsker å bygge nytt nærme annen handel. • Kjøpe tomt 	<ul style="list-style-type: none"> • Flat tomt, gode solforhold • Infrastruktur i bakken • 22 kilovoltslinje én km unna • Logistikkbygg • Knutepunkt tog og buss • Tilgjengelighet, Vei 305 • 80 meter lange rader, 1 meter brede, 20cm over bakken, 17 rader. Bra til dyrking av salat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kjøpe tomt • Bygge egne lokaler • Større og mer egnet utformet lokaler • Forbli på Tyristrand, for å beholde sentrale ansatte. 	<ul style="list-style-type: none"> • Leie kontorlokaler "co-working-spaces" • Profesjonell utleier • Fleksibilitet • Fasiliteter: møterom, kantine/lunsjareal, sosialt sted (av selvstendige aktører/firmaer), oppleve litt liv i gangene. • Nærme kollektivt, butikk og kafé (Gjerne i Hønefoss sentrum) 	<ul style="list-style-type: none"> • Sentralt område. Viktig for kundekontakt. Lysaker opplevdes som langt fra sentrum og uten levende miljø. "Skjer ingenting der". • Offentlig kommunikasjon og parkering • Fasiliteter: Restaurant/kafé, frisør, kantine. • Klynge

VEDLEGG 1

– Oppsummering intervjuer med næringslivet

PROSESSEN FOR Å FINNE NYE AREALER/LOKALER	Eiksenteret	Hydropower	Taktektermester Bjørn Schramm	Luddi kommunikasjon	Palmer Group
Prosesen	<ul style="list-style-type: none"> • Holder litt utkikk, men ikke spesielt aktivt. • Sier det er mye ledige tomter (5 000-6 000 mål), men jeg ser ikke det. • Næringsdrivende kommer til Modum, blir ikke sett av Ringerike kommune. I Modum er folkevalgte på, aktive, vil at noe skal skje. Er synlige, får inn nye aktører. • Få personer styrer Hønefoss. 	<ul style="list-style-type: none"> • Så et jorde og et hogstfelt og ringte Næringsforumet (rådet), og fikk kontakt med eieren. • Politisk støtte (flertall), men negativ innstilling fra rådmannen. • Leter i ulike kartløsninger for å vurdere tomtens egnethet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Søkeprosess utløst av nye eiere, uegnede og for små lokaler, skape bedre arbeidsmiljø i egnede lokaler. • Søkt gjennom: nettverk, bygda, kommunen, tomteeiere, jungeltelegraf. • Fant ønsket tomt på Tyrstrand, men grunneier kjente ikke til omregulering. Fikk feilinformasjon av kommunen ang. regulering, noe som rotet til kjøp og videre prosess. • Navigerer mellom mange ulike kartløsninger, instanser (kommune, kartverk, e-verk, +++ for å avgjøre tomtens egnethet) 	<ul style="list-style-type: none"> • Finn.no, RNF, RingBlad, Facebook andre sosiale medier. • Omtale i RingBlad, ble kontaktet av næringsaktører med lokaler. Bl.a. Catch Media som etablerer hub. Kan være aktuelt. • Ønsker å koble seg på byen, men ikke enkelt uten nettverk. • Trodde ByLab var kontorutleie. • Mange reiser rundt og titter på lokaler, og tar kontakt hvis man ser noe man liker. 	Kjørte rundt og kikket. Kontaktet eget nettverk og fikk raskt fruktbart tips.
Løsning – hvordan landet arealer/lokaler	Leter fortsatt.	Så bonde på jordet, og fant ut at han regulerte 40 mål til næring. Veldig sentralt.	Kjøpt tomt i Modum. Ble imøtekommet på en helt annen måte enn i Ringerike. Fant egnede tomter der.	Ikke funnet enda, men dialog med Catch Media kan resultere i en avtale.	Brukte eget nettverk. Gikk veldig fort fra henvendelse til dialog med utleier.
Utfordringer i prosess	<ul style="list-style-type: none"> • Byen er del i handel på én side og industri på den andre. Finnes ikke areal til utvidelse for handel. 	Ikke mulig å bygge ned matjord. Kompromiss med beite/salat på bakken under paneler. Politisk støtte, men administrativ motstand.	<ul style="list-style-type: none"> • Feilinformasjon fra kommunen (hvilken) om regulering av tomta. Eies privat. • Få egnede tomter (tomtestørrelse, pris, regulering). Mange tomter er for store og for høyt priset for en mellomstor bedrift. 	Som tilflytter har hun ikke nettverk. Uten bedre samkjøring av lokal/areal-tilgjengelighet er det vanskelig å orientere seg om hva som finnes.	Noe forhandling/dialog med utleier måtte til, men ingen prosessuelle utfordringer.
Ideell prosess	<ul style="list-style-type: none"> • Oversikt over ledige arealer og hva slags type nærings som finnes i området. • Klynger - Lurt å samle næringer som innen samme gruppe/tema, som bil, landbruk, osv. Ønsker seg til Hvervenmoen, men har plasskrevende handel. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tilgjengelighet er viktig. • Kart over større området der E-verkets info om hva som finnes av kabler (str etc) er markert. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gjerne enklere å finne oversikt over alternativ tilgjengelig areal med rette kriterier. • Klynger er ikke nødvendigvis ønskelig da det blir konkurrerende bedrifter. 	Se seg rundt og kunne få oversikt basert på hvor man er når man er i et område man liker.	

VEDLEGG 1

– Oppsummering intervjuer med næringslivet

KONSEPT OG INNSPILL	Eiksenteret	Hydropower	Taktekkermester Bjørn Schramm	Luddi kommunikasjon	Palmer Group
Konsept - Nettside	<ul style="list-style-type: none"> Ny tanke for meg Tematisering (klynge) viktig 	<ul style="list-style-type: none"> Helt genialt hvis jeg kunne ha søkt tomt på hjemmeside i Ringeriks-regionen. Har sittet mange timer med ulike kart. Dreven søker. 	Positive til oversikt over tomter, med nødvendig/relevant informasjon (eks. tomtestørrelser, pris, regulering som samsvarer med kommunes gjeldende arealplan, kontaktinfo grunneier).	<ul style="list-style-type: none"> Helt ypperlig med nettside. Hvis man kjører rundt og ser, kunne få opp stedsposisjon på kartet og informasjon om hvor man er, m.m. Haugalandparken. 	Nettside bra hvis den understøtter klynge-tankegangen, slik at regionen/kommunene samler næringsliv i små "samfunn".
Innspill/forslag	<ul style="list-style-type: none"> Tematisering Møte næringslivet (har i dag lite relasjon med kommunen) 	Alle tre kommuner har ymse og ulike kartløsninger. Infrastruktur til e-verket ligger ikke inne (MERK JØRGEN, 20 prosent k-tjeneste)	<ul style="list-style-type: none"> Møte små og mellomstore bedrifter bedre (bl.a. med riktig info), og legge til rette også for de mindre, ikke bare store aktørene. Få til avtaler med private tomteiere for å realisere næringsetablering – avtale/krav om str, pris, variasjon/mangfold, etc. Eggemoen stort prosjekt. Dele opp tomter og gjøre avtaler om pris som gjør det mulig med etablering. Gir stabilitet og kontinuitet. Ved ønske omregulering holder ikke å si "legg inn forslag til arealplan". Gir ikke forutsigbarhet. 	<ul style="list-style-type: none"> Finn.no viktigste kanal. Kommunen bør legge igjen spor gjennom å bruke sosiale medier aktivt, like, dele. Eks ha en annonse i SoMe, som løper hele året, "hvor nyinnflyttere kan ta kontakt". Kommunen dele mer til alle årstider (slik Bergen gjør) Miljø, trivsel og tilrettelegging er det næringslivet er opptatt av. "Tok pinlig lang tid før jeg skjønnte at kommunen ikke het Hønefoss." 	<ul style="list-style-type: none"> Ved klyngedannelser viktig med infrastruktur og nærhet til tjenester som spisesteder, frisører, osv. Felles kantine viktig. Kan lære mye av små nærings-samfunn utenfor Stockholm.

VEDLEGG 2

– Intervjuguide

Bakgrunn for undersøkelsen:

- Se beskrivelse av forstudien og plan: (kortversjon: Ordførerne i Ringeriksregionen ønsker å gjøre det enklere for næringslivet å finne fram til egnede tomter, og ønsker et digitalt kart over næringsarealer).
- Rettigheter: Anonymitet er ikke foretrukket.
- Varighet: Ca. 30-40 minutter.

1) Om bedriften?

- Type virksomhet
- Antall ansatte
- Tomtestørrelse
- Bygg – kvadrat...
- Osv

2) Fortell om prosessen da du fant fram til tomt i RR?

- Hva utløste søkeprosessen?
- Hvilke kilder og kanaler benyttet du?
- Hvilke kriterier og kvaliteter for tomt var viktig for dere?
- Brukte dere megler, nettsider (hvilke), Finn.no? s
- Opplevde dere hindringer eller liknende?
- Hvorfor falt valget på denne tomten?
- Hvilken betydning har bostedsattraktiviteten i området for deg/din bedrift?
- Hvilken betydning har besøksattraktiviteten i området for deg/din bedrift?

3) Se for deg en ideell prosess for deg ved søk på tomt?

Åpent først.

Ringeriksregionen vurderer å lage en internettside med digitalt kart.

Hva tenker du om det?

Hvordan ser du for deg at du kunne/ville brukt en slik side?

- Inngang – veier inn til det digitale kartet. Hvilke?
- Innhold – elementer som må finnes på siden. Hvilke?
- Konvertering – veier fra innhold til avtaler, kontaktpersoner osv. Hvilke?

4) Hvilke forbedringer vil du anbefale for kommunen/regionen?

- Forbedringer i den enkelte kommunes tjenester
- Forbedringer regionalt
- Forbedringer ved hjelpemidler, som Finn, meglere?

Er det noe mer du ønsker å legge til?



VEDLEGG 3 – Miniseminar

Miniseminar i Hole 26. august 2022

Prosjekt Framover Sammen, september 2022

Deltakere

Ringerike: Harriet Slaaen, Svend Henrik Vinje, Anni Saberniak
 Modum: Trond Arne Ingvoldstad, Øystein Lid Larsen
 Hole: Åge-Andre Sandum, Marthe Hagelsteen, Aksel Nilsen, Agnete Linde
 USN/LUNA: Steinar Aasnæss, Kristin Uppstad
 Prosjektet: Erik Larsen

Innledning

Anni og Erik ønsket velkommen og i dialog med deltakerne kom det fram:

- Miniseminar ble vedtatt i prosjektgruppen Framover Sammen. Den enkelte kommune ble invitert til å stille med personell fra ulike fagområder som arbeider med næringsarealer direkte og indirekte i tillegg til de faste medlemmene av prosjektgruppa.
- Formålet med dagen var å gi innspill til forstudien om digitale kart over ledige næringsområder, som Interkommunalt politisk råd (IPR) for Ringeriksregionen vedtok igangsatt i mai 2022.
- I tråd med prosjektgruppas ønske ble innholdet i dagen koblet opp mot den vedtatte Næringspolitisk strategien (NPS) for Ringeriksregionen og strategiens punkt om proaktiv arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige arealer.
- Kommunene arbeider nå med lokale kommunale handlingsplaner for næring.

Oppgave 1: Nåsituasjon

Homogene grupper (kommuner og USN-Luna).

Hvordan arbeider din kommune i dag med (å framskaffe og få oversikt over ledige) næringsarealer og synliggjøringen av disse?

- Hva gjør dere bra?
- Hva kan bør gjøres bedre?

Ringerike	Modum	Hole	USN/Luna	
<ul style="list-style-type: none"> • God intern kontroll • Sammen med næringslivet ved salg • Er tett på og stiller opp 	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunalplan arealdel med samfunnsdel og næringsplan (en temaplan) • Dynamisk plan basert på kart • Kommunen bistår privat planarbeid • Forvaltning med kommunale kart 	<ul style="list-style-type: none"> • God intern oversikt over næringsarealer • Det meste er regulert eller i prosess for å bli regulert 	<ul style="list-style-type: none"> • God kommunal oversikt • Noen kommuner er proaktive i arealforvaltningen • Invest in Ringerike 	BRA
<ul style="list-style-type: none"> • Tiltrekke oss "kalde" bedrifter • Posisjonere og selge Ringerike • Digitalisere kunnskapen vi har 	<ul style="list-style-type: none"> • Mange kartløsninger – som kanskje ikke "snakker" sammen • Mangler lovgrunnlag • Samlet oversikt ledig areal i bygg og tomter 	<ul style="list-style-type: none"> • Manglende promotering og kartleggingsverktøy • Ikke mulig å søke opp næringstomter, men er i prosess med ny kartløsning 	<ul style="list-style-type: none"> • Regional samordning • Utnytte kommunenes ulike fortrinn i et regionalt perspektiv • Spre veksten 	KAN BLI BEDRE
	<ul style="list-style-type: none"> • Opparbeidelse av tomter for salg • Tilgang til arealer (vei) • Eget hovedutvalg + Næringsforeningen (god kontakt) 			NØYTRAL

Oppgave 2:**Beste region på tilbud av næringsarealer – prisvinner 2026:**

Denne oppgaven ble løst i blandede grupper.

Ringeriksregionen har fått pris fra Buskerud fylkeskommune, næringsavdelingen for sitt arbeid med å framskaffe og tilby næringsarealer på en samlet, kreativ og attraktiv måte hovedsakelig basert på de ressursene som de fem kommunene har tilgjengelig.

Prisen kan gjelde både prosessen med å skaffe næringsarealer og i alle fall kommunikasjonen av disse.

Kommunene har brukt sine eksisterende samlede ressurser til dette fellesprosjektet, som har gitt hver kommune og regionen et betydelig løft mht målet i næringspolitisk strategi om næringsarealer (Proaktiv arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige arealer)

Hva har skjedd?

Gi en begrunnelse for prisen.

Gruppe 1: (Kristin, Aksel, Harriet)

- Har etablert en samhandlingsplattform hvor vi møtes jevnlig for oppfølging og felles utvikling.
- Utarbeidet prosjektplan som prosjektgruppen jobber ut ifra
- Samkjørt brukervennlig regional kartløsning. Det er etablert standarder for data slik at disse er gjenkjennbare og kompatible. Kommunene har avsatt ressurser til å følge opp.
- Samordnet NF (næringsforening) som har salgsapplikasjoner for arealer. Kommunene er oppdaterte, full oversikt og formidler næringsarealer på sine sider/plattformer.

Gruppe 2: (Svend, Steinar og Agnete)**Generelt:**

- IPR-et må på plass og forankres bedre

Hva er gjort?

1. Kartlegging av arealer.
Kontinuerlig dialog mellom kommunen. Næringslivet må inkluderes. Overordnet enighet om framtidig lokalisering av ulik næringsvirksomhet. Regional raushet.
2. Utvikle og regulerer næringsarealer
Kommunene
3. Kommunisere (webløsninger)
Muligheter for å filtrere søk etter behov
Tinder-App for næringslivet. Krever en omfattende database som oppdateres kontinuerlig

Gruppe 3: (Åge, Trond, Marte)

Utviklet en næringsportal; "NæRingseiendom". Dette er en fells sømløs kartløsning.

Denne ble etter hvert en nasjonal løsning som de fleste kommuner og næringsaktører bruker.

Innovasjon Norge støttet prosjektet.

Oppgave 2 B:

Etter framleggene av de mer visjonære oppgavene, valgte deltakerne en partner å gå på tur med. Refleksjoner ble delt i plenum i etterkant.

Gå i tjue minutter og reflekter over de visjonene/forslagen som er kommet fram.

Harriet, Marte:

- Fint å møtes
- Tverrfaglig - nyttig med perspektiver fra flere fagområder
- Hva er egentlig behovet?
- Ulike behov i de ulike kommunene.
- Kartløsning en separat sak, vanskelig å holde styr på inndata
- Ikke kart i seg selv, men kriteriene til det som er viktig å diskutere.

Åge, Svend:

- Forankring
- Raushet - spille på hverandres styrker i regionen
- Må bli bedre på å samarbeide på tvers av kommunene
- Trenger synliggjøring av hva gevinstene vil være for kommunene
- Største utfordring: Enighet om å gå framover.
- Ikke bare lage kart. Dette handler om mye mer.

Steinar, Trond Arne:

- Ikke bare kart. Ikke drukne i dette som er et omfattende arbeid.
- Mer fokus på samme måte som man ville bestilt et hotell (dato, pris, antall rom etc), kriterier, valgmuligheter
- Ikke gjør dette for komplisert
- Standardisere data
- Ikke glemme næringsarealer i eksisterende bygg
- Trenger felles forståelse for hvordan vi gjør jobbe mht næringsarealer. Og næringslivet må med. Må gjøres på en slik måte at de er "må" slenge seg på, for ikke å være utdatert.

Kristin, Aksel:

- Ikke gjør prosjektet for komplisert eller voldsomt
- Kartleverandører kjører på samme standarder, så bør ikke være vanskelig å få data
- Ulike utfordringer i kommunen, må samarbeide
- Samle riktige ressurser rundt samme bord til videre arbeid

Øystein, Agnete:

- Sammenligne, se til andre regioner- hva har de gjort?
- Kart er egentlig bare én input til en mulig løsning, det er så mye mer
- Begynne med å se på hva kommunene har i dag. Hvor ulike er vi?
- Hva er behovet? Digitale kart er kanskje ikke svaret akkurat nå

Oppgave 3:**Arbeid fram mot visjonen**

Gruppene ble beholdt (Steinar måtte gå, så Kristin flyttet til den gruppen han var i for å få likt antall personer i alle grupper).

Beskriv en realistisk ambisjon for regionalt samarbeid om arealforvaltning og optimal bruk av tilgjengelige ressurser!

Gruppe 1: Harriet, Øystein, Aksel

Vi må tilbake til hva som er behovet. Bakgrunnen for forstudien er ordførernes behov for å vise fram/selge ledige næringsarealer. En tverrfaglig prosjektgruppe bør jobbe videre med den grunnleggende oppgaven (om regionalt samarbeid om arealforvaltning og bruk av tilgjengelige arealer – hvor digitale kart kan være et av flere svar).

Gruppe 2: Svend, Agnete, Kristin

- Viktig å forankre arbeidet bredt politisk og administrativt i alle kommunene i regionen.
- Prosjektgruppe må jobbe videre med hva som er det egentlige behovet,
- Innen ett år bør det være mulig å rydde i premisser og forutsetninger
- Enes om felles løsning som kan ligge lenger fram i tid.

Gruppe 3: Marte, Åge, Trond Arne

- Tverrfaglig gruppe, med riktige ressurser, bør jobbe videre med prosjektet
- Finne fram til felles løsning på bruk av fagsystem (Kart)
- Prosjektet må gi svar på hvilket nivå skal vi legge oss på? Skal man formidle regulerte områder, eller skal man gå helt i detalj og formidle enkelte eiendommer?

Oppgave 4:**Budskap fra vår kommune**

Den siste oppgave ble løst i homogene grupper, med Kristin som deltaker i Ringerikes gruppe.

- Hva er budskapet til forstudien?
- Hva tar du/dere med hjem til egen kommune?

Ringerike	Modum	Hole
<ul style="list-style-type: none"> • Til forstudien: Løsningen har blitt forskuttert. Vurdering av behov - hva er egentlig behovene? Ønsker å gå videre, men uten løsningen. • Tar med hjem: Problemstillingen. Er digitale kart løsningen på dette? Sjekke ut hvordan folk jobber i dag. • Kart innebærer en forventning om at folk kommer til deg for å finne ut, men vi trenger å nå ut. 	<ul style="list-style-type: none"> • Til forstudie: Definere behov. Usikker på om digital kart er løsningen på problemet. Må synliggjøre behovet. • Ta med hjem: Bevissthet rundt tematikken. Nyttig å samles og dele på tvers. 	<ul style="list-style-type: none"> • Til forstudien: Danne prosjekt- eller arbeidsgruppe med mål å se om det er mulig å få til en felles nettløsning for å få oversikt over næringsarealer og om det er behov for et felles kartsystem. • Ta med hjem: Vil informere om hva som ble diskutert. En bra samling. Positivt at flere folk fra ulike fagområder møtes på tvers i regionen – noe som kanskje kan gjøres for andre oppgaver og utfordringer også?

Avslutning: Veien videre

Anni orientere om innspurten i arbeidet med forstudien, der hovedvekten er lagt på tre innsatsområder:

- Intervjuer med næringsdrivende
- Seminar med kommunene (og oppfølging med de som ikke deltok)
- Sjekke ut Ringerike Utviklings tidlige nettløsning

Prosjektleder Harriet Slaaen for Framover Sammen fikk løfter om at en anbefaling fra forstudien vil foreligge innen IPR-ets møte 12. september. Fullstendig rapport/tekst kan foreligge senere.

Tillegg innhentet etter seminaret

Jørgen Moe, Krødsherad

Oppgave 1

Bra:

- Ordfører på heltid har næringsutvikling som en del av sin stilling. Han møter kunder og kan i praksis selge tomter
- Aktiv arealstrategi. Gjort mye grunnverv og har medvirkning ved utvikling av planer
- Arealplaner på hjemmesiden er stort sett ajour
- Rimelige tomter, tilgang på grus, rent vann og har mye skog
- Ble med i Ringeriksregionen på grunn av det næringspolitiske samarbeidet.

Bedre:

- Næringsarbeidet er konsentrert om Krødsherad og omegn
- Trenger å gjøre mer på området

Oppgave 2

Vi lykkes fordi regionen har:

- En kultur hvor intern konkurranse ikke preger kommunene i forvaltningen av egne arealer
- Erkjent at vi er et felles bo- og arbeidsmarked
- Et pragmatisk forhold til hvor næringslivet etableres
- Et skatteregime som gjør oss attraktive
- Synliggjort næringsarealer gjennom utstrakt samarbeid mht planer
- Det organiserte næringslivet arbeider med å synliggjøre regionen internasjonalt

Oppgave 3

Realistiske ambisjoner på kort og noe lengre sikt:

- Opprette samarbeid mellom planleggere fra kommunen som jobber med regionen
- Samarbeidet kan utvikles til et formelt regionalt plan- /byggesakskontor
- Utvikle Luna fra uforpliktende kommunikasjonsforum og møteplass til mer forpliktende nærings samarbeid

Oppgave 4

Innspill:

- Digitale kart over ledige næringsarealer er en løsning, men hva er problemet? Hva er egentlig behovet? Hvis vi legger mye tid og penger i å utvikle løsningen, blir dette feil. Mye av næringsarbeidet ligger utenfor kommunens områder, siden mye handler om vei, kraft, beredskap osv. Kunnskapen om arealene er vesentlig bedre hos de som drifter f eks næringsparkene.
- Et regionalt prosjekt bør jobbe mer inngående med forutsetningene for å lykkes med oversikt og salg av ledige næringsarealer.
- Finnes det en gryteklar løsning som det ikke koster stort å iverksette, kan dette møte behovet som folkevalgte har for å synliggjøre næringsarealer i regionen – og ikke bare i egen kommune.

Hans Tollef, Jevnaker

Oppgave 1

- Jevnaker hadde inntil for fire år siden ingen tilnærmet ingen salgbare næringsstomter. Kommunen regulerte derfor et område vist i kommuneplan for næring. Det jobbes nå med å tilføre infrastruktur til det regulerte næringsområdet.
- Det politiske miljøet er opptatt av næringsutvikling.
- For fire år siden ba formannskapet administrasjonen ta en aktiv rolle med å kjøpe et areal på 50daa fra Bane Nor og tilrettelegge for næring. Dette ble gjort og alle tomtene ble solgt.
- Kommunen innser likevel at en må jobbe regionalt. Store næringsområder ligger nær Jevnaker på Eggemoen

Bli bedre

- Pågående utarbeidelse av lokal næringsplan vil sette fokus på hvordan en kan jobbe bedre.
- Fortsette arbeidet med det regionale samarbeidet for næringsutvikling.

Oppgave 2

- Hver enkelt kommune må fokusere på sine fortrinn knyttet til næringsutvikling
- En må se næringsutvikling samlet i et regionalt perspektiv
- Legge vekt på de premisser som skaper ny utvikling
- Kunnskapsbasert satsing
- Interaksjon mot næringslivet
- Se næringsutvikling i sammenheng med annen samfunnsutvikling

Oppgave 3

- LUNA sammen med IPR er avgjørende for realisering av næringsutvikling for hele regionen.
- Samarbeidet må forankres i den enkelte kommune
- I et lengre perspektiv vil det kunne etableres et felles plankontor, der det vil være mulig å samarbeide tettere om for eksempel kommuneplanens arealdel

Oppgave 4

- Dra i samme retning. Felles mål og strategier for å nå en ønsket retning
- Utarbeide felles verktøy der det er hensiktsmessig. Eks digitale kart, felles markedsføring m.m.
- I tillegg til byggeklare næringsstomter, samarbeide om premissene som skaper utvikling. Eks:
 - Attraktivitet
 - Opplevelser
 - Hvordan blir nye aktører tatt imot, lagt til rette for
 - Infrastruktur
 - Vei og bane
 - Kollektivtilbud
 - Tilgang på kraft
 - Boligområder
 - Bygge videre på næring regionen allerede har
 - Tenke grønn næringsutvikling i alle sammenhenger

Vedlegg 4 – RU-side

Kommunalsjef i Krødsherad, Jørgen Moe, tipset prosjektledelsen om nettstedet www.ringerike.no i et prosjektmøte i Framover Sammen. Nettstedet er lagt ned (men tilgjengelig på internett-arkiv). Det har en rekke sider, flere om næringsseiendommer. Moe mente det kunne være lurt å se nærmere på sidene.

Prosjektet besluttet å snakke mer med Jørgen Moe og digitalleder Thomas Mayer Foss i mediebyrået Catch, som utviklet nettstedet sammen med Ringerike Utvikling (RU).

Jørgen Moe var daglig leder i RU fram til nedleggelsen i 2019. Hjemmesiden www.ringerike.no var ett av flere prosjekter/tiltak i regi av RU. Ifølge Moe finnes det fortsatt et bildebibliotek på ca. 100 000 bilder, omfattende artikkelbaser og mellom 30 og 40 magasiner som ble utgitt i de ti årene RU eksisterte. RU jobbet også aktivt på ulike sosiale medier og hadde ifølge Moe over 30 000 faste følgere.

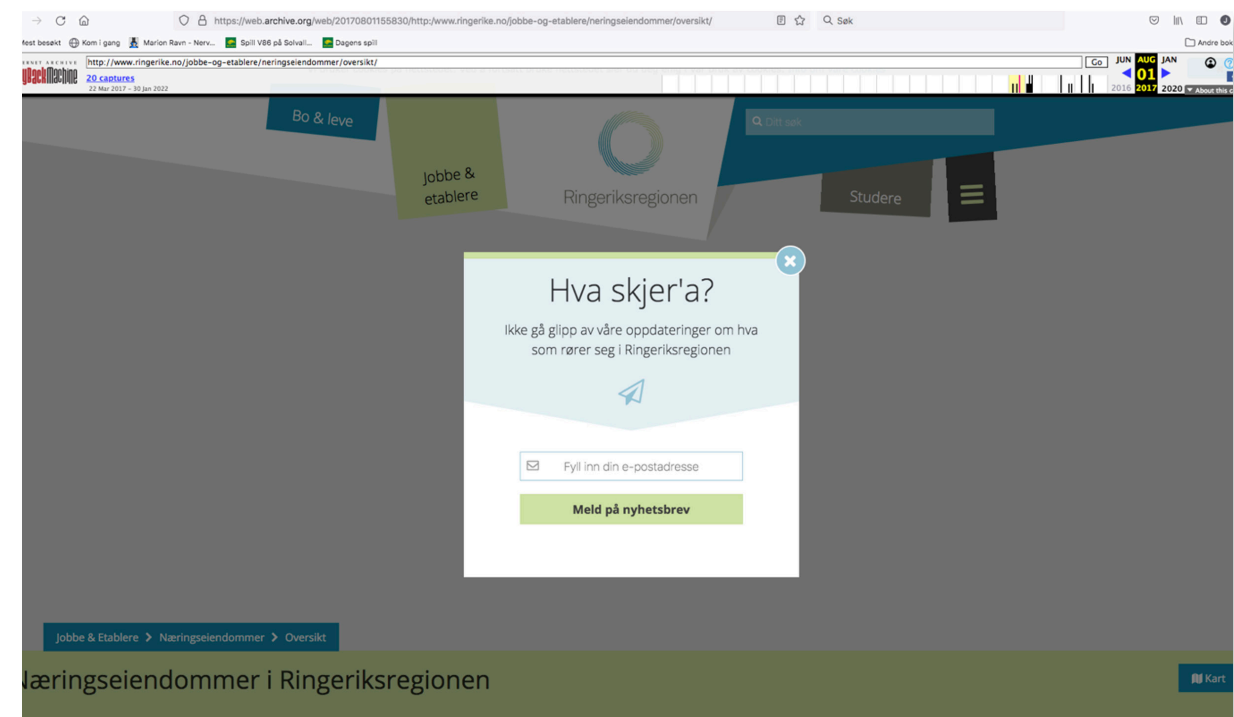
Thomas Mayer Foss opplyser at de i 2014 – 2015 fikk en bestilling på å presentere en nettløsning for den daværende Ringeriksregionen (ikke med Modum og Krødsherad) på en god måte. Nettløsningen var skreddersydd i forhold til et forarbeid og en kartlegging som RU hadde gjort. Arbeidet med sidene tok fra 1 til 1.5 måneder og kostnaden var ca. kr 50 000,-.

Sidene kan ses på rr.catchmedia.no.

På sidene finner vi blant annet oversikt over klynger/part og underliggende eiendommer, tekster om næringsparkene og informasjon om avstander, kategorier m.m. Annonser på Finn kan ifølge Foss lenkes til siden.

Nettløsningen er lagt til rette for skalering. Det kan forholdsvis enkelt bygges ut en løsning som gjelder hele den nye regionen med utgangspunkt i dagens nettside. Foss anbefaler at hvis det skal børstes støv av nettsiden, så bør det gjennomføres et forprosjekt med vurdering av behov, mål og målgrupper. Han mener det vil være enkelt å lage en ny forside med en bedre brukeropplevelse, og det er ingen problemer med å legge til mer informasjon i løsningen.

Jørgen Moe mener også at nettløsningen er teknisk enkel å ajourføre. Den er blant annet hundre prosent universelt utformet. Målgruppen for sidene – da de ble etablert – var næringslivsetablerer og folkevalgte i regionen. De sistnevnte ønsket sidene for å kunne vise fram hva som finnes.





Ringeriksregionen



Støttet av Viken fylkeskommune