

Prosjekt Framover Sammen

Rapport fra forprosjektet:

Digitale kart over ledige næringsarealer

Logo, årstall, dato.

Innholdsfortegnelse

SAMMENDRAG	3
1. INNLEDNING.....	4
1.1 VISJONEN.....	4
1.2 BAKGRUNN	4
1.3 FORMÅL	5
1.4 MÅL	5
1.5 HOVEDMÅLGRUPPER.....	6
2. METODE	6
2.1 MINI KONSEPTUTVALG.....	7
3. KARTLEGGING AV BEHOV	7
3.1 FORSTUDIEN – OG DET UBESVARTE.....	8
3.1.2 <i>Indre og ytre perspektiv</i>	8
3.1.4 <i>Oppsummert punkt 1</i>	9
3.2 HAR REGIONEN ET SALGSKLART PRODUKT?	9
3.3 HVILKE BEHOV HAR MÅLGRUPPEN – NÅ?.....	11
3.3.1 <i>Næringsvennlighet – personlig kontakt</i>	11
3.3.2 <i>Digitale verktøy</i>	12
3.3.3 <i>Regional portal</i>	13
3.3.4 <i>Oppsummering</i>	14
3.4 DEKKES BEHOVENE I DAG?.....	14
3.4.1 <i>Oppsummert</i>	15
4 MÅL.....	15
5 KRAV	16
6 KONSEPTER	16
6.1 KONSEPT 1:.....	16
6.2 KONSEPT 2:.....	17
6.3 KONSEPT 3:.....	17
6.4 KONSEPT 4:.....	18
7 VURDERING	18
7.1 BEHOV OG KONSEPTER.....	19
7.2 MÅL OG KONSEPTER.....	20
7.3 KRAV OG KONSEPTER.....	20
7.4 VURDERING ALLE KONSEPTER	21
8 KONKLUSJON OG ANBEFALING.....	23

Sammendrag

Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen inviterer Invest in Ringerike¹ til å utvide sitt geografiske virkeområde.

Dette er konklusjonen og anbefalingen fra forprosjektet Digitale kart over ledige næringsarealer i Ringeriksregionen. Prosjektet er en del av Prosjekt Framover Sammen i Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen.

Anbefalingen er basert på en vurdering av fire konsepter:

1. Modum næringsforening og Ringerike næringsforening får et regionalt konkretisert oppdrag av Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen.
2. Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen inviterer Invest in Ringerike til å utvide sitt geografiske virkeområde.
3. Videreutvikle Luna²
4. Utvikling av digitale kart i samarbeid med en relevant aktør

Begrunnelsen for konsept 2 er at:

- Selskapet allerede omtaler seg som en regional aktør
- Er en inkubator (støtte for etablerere) for 80 – 90 prosent av de som eier ledige regulerte næringsarealer og -lokaler i regionen
- Er operative og har salgsapparatet klart
- Jobber i relasjon til de mål og målgruppene som både Næringspolitisk strategi og forprosjektet har definert
- Har en velutviklet portal til store deler av næringslivet i regionen

En utvidelse vil kunne tilsa at flere næringsaktører i regionen blir en del av porteføljen til Invest in Ringerike.

Arbeidet i forprosjektet har vist at digitale verktøy med informasjon fra et stort utvalg kilder (inkludert kart) som eiendomsutviklere trenger for å vurdere lønnsomheten i ulike prosjekter i vår region, allerede er utviklet. Forprosjektgruppen har stor tro på at disse verktøyene vil være i konstant utvikling og at dette er et arbeid som kan gjøres uten at Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen legger inn ressurser.

¹ Invest in Ringerike er Ringeriksregionens inkubator for næringsinvestering og bedriftsetablering i et av Norges mest spennende vekstområder. De har et bredt kontaktnett og kjenner næringsparkene, klyngene og organisasjonene som er gode samarbeidspartnere. (Kilde: Hjemmesidene til Invest in Ringerike). <https://www.investinringerike.no/no/neringsparkene/> - for å se hvem som er samarbeidspartnere.

² Luna er en arena for næringsutvikling og vekst. Her er alle relevante utviklingsaktører i regionen samlet. Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen er førende for aktiviteten. Målet er å bidra til en positiv utvikling i regionen gjennom etablering av flere arbeidsplasser med høyere verdiskaping. (Kilde: Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen). Hjemmeside: <https://luna-ringerike.no/>

1. Innledning

1.1 Visjonen

Tenk hvor enkelt det hadde vært om du kunne finne fram til ledige næringsarealer og -lokaler bare med et enkelt tastetrykk på smarttelefonen? Kanskje søker du på 1000 kvadratmeter ferdig opparbeidet tomt eller på kontorlokaler til 100 medarbeidere? Kanskje søker du alle ledige tomter innen en times kjøretur fra Gardermoen?

Visjonen for arbeidet med forprosjektet digitale kart er at du som søker næringsstomter og/eller -lokaler skal kunne få opp ledige alternativer, ut fra de kriteriene du velger å søke på, fra de fem kommunene i Ringeriksregionen. Om du er i New York, Stavanger eller København spiller ingen rolle, det er like enkelt å se om tomtene i denne regionen er de du som næringsdrivende er på jakt etter. Og det vil være en smal sak via oppdateringer på plattformen å komme i kontakt med rette vedkommende.

Forløperen til visjonen ble først uttrykt av ordfører Syver Leivestad fra Hole kommune på en samling for Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen i mars 2021. Han ønsket å ha raskt tilgjengelig informasjon om nabokommunene. Dermed var ideen til digitale kart over tilgjengelig næringsarealer født.

1.2 Bakgrunn

Forprosjektet avløser forstudien som ble startet våren 2022. Begge prosjekter gjennomføres i regi av Prosjekt Framover Sammen, som er en toårig satsing fra Interkommunalt politisk råd (IPR) for Ringeriksregionen.

Forstudien ble avsluttet i september 2022. Den anbefalte at det ble jobbet videre med behov, mål og konsepter for digitale kart over ledige næringsarealer. Styringsgruppa i IPR-et drøftet og vedtok forstudiens anbefaling i styringsgruppas møte 24. oktober 2022.

Anbefalingen fra forstudien ble lagt til grunn for arbeidet i forprosjektet:

Forstudien anbefaler at det blir jobbet videre med ulike løsninger/konsepter:

- 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.

Det bør også vurderes om det er andre aktuelle konsepter som bør føyes til denne listen, for eksempel et null-alternativ (som i dag uten prosjektet) og konsepter med tydeligere forskjeller.

Bestillingen fra IPR-et er:

- Lage en felles digital oversikt over næringsarealer og lokaler i regionen, enten på en etablert eller ny kanal.
- Utforme (og gjøre tilgjengelig) digitale kart over næringsarealer og lokaler med data fra alle relevante kartvirksomheter.

IPR-et ber om at også næringslokaler blir tatt med som en del av det man ønsker en digital oversikt over.

1.3 Formål

Formålet med forprosjektet har vært å sikre at et eventuelt hovedprosjekt vil være riktig bruk av ressurser for å tilfredstille et definert behov. Dette gjøres ved å utrede alternative konsepter og velge det beste ut fra en vurdering av innfrielse av behov, mål og krav.

I prosjektstyringsdokumentet som ble laget for forprosjektet, står det også at forprosjektet skal bygge videre på kunnskap fra forstudien. I mandatet legges det stor vekt på at målgruppen næringslivsetablerere skal finne fram til ledige næringstomter/eiendommer/lokaler uten å måtte ha forkunnskap om disse. Ideen er en digital løsning som gir oppdatert og korrekt informasjon om arealer og lokaler, og hjelp til videre kontakt med aktuelle instanser og personer.

1.4 Mål

Hensikten med forprosjektet har vært å vurdere ulike konsepter (løsninger) med hensyn til relevans opp mot behov, måloppnåelse, effektivitet og antatte gevinster og nytte i forhold til ressursbruk.

Resultatmålene er:

- Vurdere aktuelle konsepter og velge ut det beste
- Gi svar på følgende spørsmål:
 - Hva er problemet, og hva vil vi oppnå
 - Hvilke tiltak er relevante?
 - Hvilke prinsipielle spørsmål reiser tiltakene?
 - Hva er de positive og negative virkningene av tiltakene, hvor varige er de, og hvem blir berørt?
 - Hvilket tiltak anbefales, og hvorfor?
 - Hva er forutsetningene for en vellykket gjennomføring
- Levere rapport med anbefaling innen 1. mars 2023

Effektmålene er:

- Lettere for næringslivsetablerere å søke etter ledige tomter
- Økt næringslivsetablering
- Flere arbeidsplasser og næringer med høy inntjening
- Regionen skiller seg ut med gode fellesløsninger tilpasset næringslivsetablerer

Forprosjektet har vært avgrenset til å gjelde tilgjengelige næringsarealer. Næringsarealer er definert som alt fra områder som er avsatt til regulering for næringsformål i kommuneplanens arealdel og til ferdig regulerte, salgsklare tomter. Forprosjektet skulle **ikke** detalj-vurdere teknologiske løsninger eller knytte arbeidet opp mot spesifikke leverandører av tjenester, men kunne innhente erfaringer fra tilsvarende prosjekter i andre regioner.

Konkret ble det bedt om å framskaffe mer informasjon om:

- Nåværende ledige næringsarealer i regionen
- Nåværende plassering av ulike næringskategorier/virksomheter
- Kommunenes ønsker om næringer til konkrete arealer
- Tomteeiernes ønske om eller behov for bistand eller samarbeid med kommunen eller regionen
- Faktorer som er avgjørende/utløsende for at bedrifter flytter til en region som Ringeriksregionen.

1.5 Hovedmålgrupper

Primærmålgruppen er aktører som vurderer/ønsker å etablere næringsvirksomhet. Dette er aktører som ut fra Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen, først og fremst befinner seg utenfor regionen.

Den andre hovedmålgruppen for arbeidet i forprosjektet er de som eier tomter eller lokaler i regionen.

2. Metode

Arbeidet med å innhente kunnskap var tydelig beskrevet i prosjektstyringsdokumentet.

Det første kunnskapsområdet var:

- Nåværende ledige næringsarealer i regionen
- Nåværende plassering av ulike næringskategorier/virksomheter
- Kommunenes ønsker om næringer til konkrete arealer

Informasjon ble hentet fra det regionale næringsteamet for Ringeriksregionen.

Det neste handlet om tomteeierne:

- Tomteeiernes ønske om eller behov for bistand eller samarbeid med kommunen eller regionen

Hoveddelen av informasjonen ble hentet fra Ringerike næringsforening og Modum næringsforening. Forprosjektet har i tillegg intervjuet en stor lokal eiendomsaktør.

Det siste definerte kunnskapsområdet er stort:

- Faktorer som er avgjørende/utløsende for at bedrifter flytter til en region som Ringeriksregionen.

Vi har benyttet sekundærkilder som bøker og rapporter fra ulike institutter og forskningsmiljøer i tillegg til å drøfte spørsmålet med representanter for næringsforeningene, eiendoms- og næringsaktører og internt i gruppen.

Forprosjektet har også vært åpne for input fra andre kilder og innfallsvinkler for å kunne svare på bestillingen:

Et oppslag i Ringerikes Blad førte oss på sporet av en eiendomsutvikler som uttalte at de så på Ringeriksregionen som et spennende område for å utvikle primært boliger, men også næringsutvikling. To ledere hos denne eiendomsutvikleren ble intervjuet. De fortalte at de benytter et digitalt verktøy for raskt å få informasjon som grunnlag for å ta steg videre til konkret å starte prosessen med å utvikle konkrete tomter. Selskapet som leverer denne tjenesten, Placepoint, ble dermed også valgt som kilde for å gi innsikt i hvordan tjenesten fungerer.

Tips fra lederne av Placepoint førte oss videre til (Hedemarken/Stange) og deres hjemmesider, hvor det benyttes et annet digitalt verktøy som vi ønsket å vite mer om. Forprosjektet intervjuet også sentrale personer i Klosser AS som arbeider med næringsutvikling i Kongsvingerregionen. Disse kildene svarer ut ønsket fra bestillerne om å hente inn kunnskap fra andre regioner.

2.1 Mini konseptutvalg

Forprosjektet er gjennomført etter konseptutvalgsmetoden (KVU). Dette er egentlig en modell for planlegging av prosjekter over en milliard kroner, men benyttes også til mindre prosjekter. I stedet for å gripe fatt i en løsning og diskutere denne, ser vi systematisk på faktorene Behov, Mål og Krav før vi presenterer ulike Konsepter. Hvert av konseptene blir vurdert opp mot av grad av innfrielse av behov, mål og krav. Det konseptet som scorer høyest totalt på innfrielse på de tre kriteriene, vil være det som kan være best egnet til å tas videre til et neste stadium i planleggingen.

3. Kartlegging av behov

Behovet for digitale kart over ledige næringsarealer og lokaler er vurdert ut fra følgende systematikk:

1. Hva sier forstudien om behov – hvilke spørsmål er ubesvart?

2. Hvilket produkt³ (ledige næringsarealer og lokaler, og kommunens styring av hvilke næringer som ønskes hvor) finnes i regionene og hvor klart er dette for salg?
3. Hvem er målgruppen for salget av produktet og hvilket behov har de for en eventuell digital kartløsning i nå og i framtiden?
4. Hvilke aktører finnes allerede i Ringeriksregionen – og i hvilken grad ivaretar de behovene til målgruppen?

Prosjektgruppen mener at innenfor de tilgjengelige rammene er dette en systematikk som kan lede fram til en beskrivelse av det egentlige behovet.

Nedenfor utdyper vi de fem punktene.

3.1 Forstudien – og det ubesvarte

Oppsummeringen i forstudien viste ulike behov:

1. Tydeligere markedsføring av regionen
2. 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 nabokommuner og regionen for øvrig.
3. 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.
4. At kommunene kommuniserer tydeligere at de identifiserer seg med det regionale næringsutviklingsarbeidet.

3.1.2 Indre og ytre perspektiv

I forstudien ble det lansert to ulike perspektiver: Det indre og det ytre. Poenget er at behovene kan se annerledes ut avhengig av perspektivet.

Sett fra det indre framsto en harmonisering (like kart i alle kommuner) av de kommunale kartene (arealplan, reguleringsplaner) som et godt tiltak, særlig også hvis det ville være synlig markert på kommunenes (og regionens) hjemmesider hvor næringslivet kunne klikke seg inn til tjenestene – og gjerne også kontaktpersonene. Tiltak som innfrir dette behovet vil åpenbart gjøre det enklere for næringsdrivende i de fem kommunen å utvikle virksomheten innenfor regionen.

Det ytre perspektivet er det viktigste, men også mest kompliserte. Det er viktig fordi det er direkte knyttet til målene i Næringspolitisk strategi om å trekke virksomheter med høy verdiskapning til regionen. Det er også komplisert fordi det er uvisst i hvilken grad digitale kart over næringslokaler i seg selv bidrar til tilflytningen av denne målgruppen. I intervjuene og i arbeidet med Merkevarerstrategien for Hønefoss-regionen erkjenner både næringsliv, politikere og støtteapparatet at Ringeriksregionen er for lite kjent og at den ofte forveksles

³ Produkt brukes som begrep i henhold merkevarerstrategien for Hønefoss-regionen, der merkevaren er definert, mens produktet bare anses som delvis ferdig.

med andre områder med «ring» i stedsnavnet Det kan derfor være behov for å ikke bare å markedsføre regionen, men også for å vurdere et bytte av navn til Hønefoss-regionen i markedsføringen overfor gitte målgrupper.

3.1.4 Oppsummert punkt 1.

- Lokalt næringsliv har behov for raskere å navigere seg i kommunenes løsninger, og applauderer en regional (eller større) løsning der «all» informasjon er samlet og søkbar.
- For å imøtekomme et antatt behov hos eiendomsutviklere og andre næringsdrivende utenfor regionen vil digitale kart som ikke krever forkunnskap om gitte adresser eller bruksnummer være til god hjelp ved ønske om etablering i regionen.
- Det er høyst usikkert om digitale kart alene vil bidra til at regionen når de høyest hengende virksomhetene utenfor regionen.

De neste punktene er resultater av arbeidet i forprosjektet.

3.2 Har regionen et salgsklart produkt?

Forprosjektet har tatt utgangspunkt i oversikten fra vedlegget i Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen (NPS) over næringsarealer.

Tilgjengelige næringsarealer i Ringeriksregionen oppgitt i dekar*.

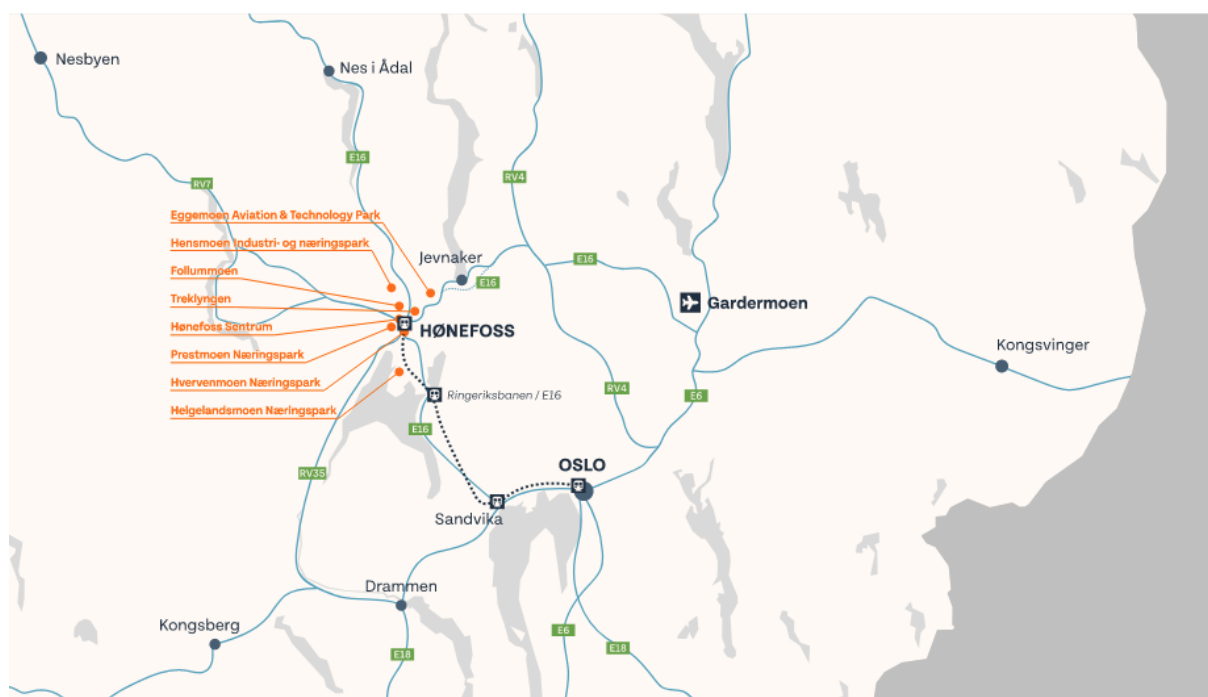
Kommune	Ferdig regulert	Uregulert
Ringerike	2 650	1 200
Krødsherad	905	0
Hole	274	156
Jevnaker	238	0
Modum	9	460
Sum region	4 076	1 816

Tabellen over er basert på tall fra de fem kommunene og er først og fremst ment for å gi et overordnet bilde av tilgjengelige næringsarealer.

Arealene er spredt noe ulikt i regionen. En stor andel av tilgjengelige næringsarealer ligger i Ringerike kommune. I Ringerike og Hole kommuner er det også etablert og lagt til rette for fremtidig utvikling av større næringsområder. Disse områdene kan ses på som henholdsvis næringsparker, teknologiparker og industriparker.

**Tabellen er basert på informasjon fra de fem kommunene. Vi tar forbehold om eksakte dekar. Oversikten gir likevel et representativt bilde av status for tilgjengelige næringsarealer i regionen.*

Tabell A1: Oversikt over et utvalg tilgjengelige næringsarealer i regionen



Bilde A1: Ferdigstilte arealer og parker for næringsetablering

Tabellen viser oversikt over ferdig regulerte og uregulert næringsarealer i de fem kommunene. Som angitt i teksten på bildet, ligger en stor del av de næringsarealene i Ringerike kommune. De oransje tekstene og prikkene angir næringsparker, teknologiparker og industriparker.

De nye tallene som forprosjektet har hentet inn, er presentert i tabellen under.

Næringsareal	Tall i dekar			Lokaler
	Ferdig regulert areal	Uregulert/avsatt areal	Regulert areal men fullt utnyttet	Ledige næringslokaler - m2
Ringerike	3200	2500		Tidvis ledige lokaler
Hole	267	271		1356 m2, XPND Helgelandsmoen
Jevnaker	1076	116	245	Ingen oversikt
Krødsherad	905	1600		Ingen oversikt
Modum	117	460		Ca. 6000 m2
Totalt	5565	4947	245	> 7356 m2

Tabell: Forprosjektets oppdatert tabell over tilgjengelig næringsareal i regionen.

Tall hentet inn fra kommunene i Ringeriksregionen viser at regionen per mars 2023 har nesten 5500 dekar ferdig regulerte næringsarealer, noe som er nesten 1500 dekar mer enn da NPS ble utarbeidet første halvår av 2022. Også når det gjelder uregulerte arealer er tallet vesentlig høyere.

I følge Ringerike Næringsforening finnes det et salgsapparat for 80 – 90 prosent av de ledige regulerte næringsarealene i regionen. Invest in Ringerike har et salgsapparat klart og jobber målrettet mot målgruppene som er identifisert i NPS. I tillegg har de større industri- og næringsparkene egne strategier og tiltak for å utvikle sine områder.

I Modum kommune er det to litt større områder avsatt til næring. Det ene området eier Modum kommune, det andre er eid av privat grunneier. Begge områder er avhengig av ny avkjøring til hovedvei og er ikke «byggeklaare».

3.3 Hvilke behov har målgruppen – nå?

Målgruppen for digitale kart over tilgjengelige næringsarealer og lokaler er næringsaktører i og utenfor regionen. I forprosjektet har vi snakket med aktører fra begge disse målgruppene.

Undersøkelsene våre viser at næringslivet i og utenfor regionen framhever behovet for:

1. Næringsvennlig region / næringsvennlige kommuner
2. Digitale verktøy
3. Regional portal

3.3.1 Næringsvennlighet – personlig kontakt

Næringsvennlige regioner/kommuner framheves som svært viktig fra alle aktørene vi har snakket med. Eiendomsutviklere skryter av god og personlig kontakt med representanter fra kommunene. Her treffer de en person som viser iver og interesse etter å imøtekomme deres behov. Samtidig er personen tydelig og bidrar til forutsigbarhet i prosessen. Personen kjenner til egen kommune og region og kan gi raske avklaringer på hvorvidt en etablering er realiserbar. Dette er gjerne en person som jobber med næringsutvikling i eller for kommunen, og ikke nødvendigvis en på plan- eller kartkontoret.

De gode eksemplene tilsier at næringsaktørene har behov for å treffe på en person med god kunnskap om næringslivets behov og godt overblikk over hva som finnes og er mulig i egen region/kommune. I tillegg framstår hurtighet (i tiden det tar fra man tar kontakt til man får svar, og måten det arbeides på når man først har fått kontakt), som et viktig kriterium.

Kontaktpersonen som er bindeleddet mellom næringsutvikler og kommune, kan være plassert i et regionalt selskap eller næringsforening eller i den enkelte kommune. Et hovedpoeng er at den man kontakter har kjennskap til regionen og er i stand til å lese behovene og eventuelt lede videre til møter med de rette personene.

Respondentene uttrykker at denne næringsvennligheten i liten grad finnes i Oslo og kommunene rundt hovedstaden der de opplever at det går lang tid fra de tar kontakt til de får svar, og at det er høyst usikkert når eller om de kan få et personlig møte med en saksbehandler/representant fra kommunen. Erfaringene fra Hole kommune og Ringerike kommunen oppleves stikk motsatt.

Behovet for næringsvennlighet i randsonen til Oslo – (ytre del av Oslo-regionen) vil bli forsterket av det som per nå synes å være en trend til utflytting og/eller mer nyetablering utenfor pressområdene i hovedstaden. I Viken og Oslo har nærings- og befolkningsveksten vært stor på Nedre og Øvre Romerike og i Follo i tillegg til i hovedstaden. Signaler fra våre respondenter kan tilsa at næringsutviklere ser lenger enn til de nærmeste regionene. Hamar-regionen forteller om positiv utvikling etter etableringen av ny firefelts E6 forbi Hamar. De forventer enda sterkere vekst når nytt dobbeltspor til Hamar står klart om noen år. Planen om Ringeriksbanen og ny E16 til Hønefoss opplyses å bidra til at næringsarealer i Ringeriksregionen får økt interesse hos de som vil være i forkant av utviklingen og vil sikre seg tomter og lokaler før prisene stiger som følge av økt etterspørsel i markedet.

3.3.2 Digitale verktøy

I forprosjektet har vi snakket med ledelsen for et eiendomsutviklingselskap som nylig har vist interesse for Ringeriksregionen. Selskapet ser muligheten for å utvikle boligprosjekter til priser langt under det som per nå er mulig i Oslo og omegn (nære kommuner til hovedstaden). Dette selskapet benytter et digitalt verktøy, Placepoint, som gir rask tilgang til svært mye informasjon om ulike geografiske områder. Verktøyet henter inn informasjon fra et stort antall kilder (inkludert de kommunale) og gjør det mulig for søkere å vurdere en tomt ut fra en rekke kriterier, blant annet antall innbyggere innenfor et gitt avgrenset geografisk område, infrastrukturen, byplaner, arealplaner, reguleringsplaner. Du kan også plassere inn ditt ønskede bygg og beskue det med hensyn til lys, utsikt, naboforhold og forebygge potensielle konflikter og klagesaker. Tilgangen til informasjon om grunnforhold er også viktig for å unngå overraskelser i senere faser av tomteutviklingen/boligprosjektet.

Placepoint, og andre eventuelt tilsvarende digitale verktøy, fjerner ikke behovet for lokal kompetanse, men det bidrar til en kraftig reduksjon i forarbeidet til næringsutvikleren. Der de før måtte søke i ti – tjue ulike databaser, er nå informasjonen tilgjengelig i ett verktøy. Prosjektgruppen har fått tilgang til verktøyet til Placepoint, og har etter å ha fått prøvd dette selv konkludert med at det hittil er det nærmeste vi har kommet visjonen om et digitalt

kartverktøy. Verktøyet har riktignok potensial for å bli betydelig mer intuitivt og selvforklarende for å innfri visjonen.

I samtalen med nærings sjefen for Stange kommune ble vi også kjent med det digitale verktøyet Storymap. Dette er et formidlingsverktøy som knytter sammen bilder, kart og tekst slik at for eksempel næringsarealer kan presenteres på en standardisert og tiltalende måte på hjemmesidene.

Lenker til verktøy:

<https://placepoint.no/>

<https://storymaps.arcgis.com/>

Eksempel:

[Næringsområder i Hamar, Stange og Løten \(arcgis.com\)](#)

3.3.3 Regional portal

Det kan diskuteres om en regional portal er et behov eller en løsning. Dersom kommunene i en region ønsker å opptre samlet og styrke hverandres muligheter for å tiltrekke seg næringsliv (og innbyggere og besøkende), kan vi tenke at et regionalt nærings samarbeid med en felles portal (hjemmeside) som ansiktet utad, både er et behov og en løsning.

I Kongsvingerregionen har Klosser AS fått oppdraget på vegne av de fem kommunene i regionen om å bistå med felles hjemmeside, og også med utvikling av næringsarealer, salg av tomter, prosjektledelse for industri, med mer. Hjemmesiden er et felles ansikt utad for attraktivitets satsingen til regionen. Ifølge Klosser har for eksempel denne hjemmesiden vært medvirkende til at Vestre Møbelfabrikk etablerte en stor og moderne fabrikk i Eidskog. Suksesskriteriene i Kongsvingerregionen handler nok både om måten arbeidet er organisert på og egnetheten til de personene som jobber i Klosser. De vi intervjuet ga inntrykk av inngående kjennskap og kompetanse om næringslivets behov, ikke minst når det gjelder salg av arealer.

Tipsene fra regioner som jobber godt, førte oss også til Hamarregionen Utvikling og nærings sjefen i Stange kommune. Hamar, Løten og Stange har et utstrakt samarbeid med hensyn til å markedsføre og selge nærings tomter i hverandres kommuner. Stange har ansvaret for å utvikle hjemmesidene, hvor de bruker et digitalt verktøy, Storymap. Dette er et enkelt verktøy som kombinerer ulike elementer som bilde/film, tekst og kart. Presentasjonen er enkle og lett forståelige. For den som ikke ønsker å fordype seg i detaljer, men som ønsker noe mer innblikk enn det man får på tradisjonelle endimensjonale kart, framstår dette som en god løsning. (Tidligere nevnte Placepoint har per nå ikke den samme oversiktligheten, men enda mer tilgjengelig informasjon). Ytterligere informasjon får man via oppgitte kontaktpersoner eller nærings sjefen i Stange som langt på vei fungerer som regionens selger.

Lenker til regionen:

<https://kongsvingerregionen.no/>

<https://hamarregionen.net/>

<https://www.stange.no/>

3.3.4 Oppsummering

Næringsvennlighet, tydelighet og forutsigbarhet i regionen og i kommunene er utvilsomt viktig. Personlig kontakt og interesse er og vil trolig heller ikke bli helt erstattet av teknologi.

Gode digitale verktøy er utviklet og vil stadig bli utviklet. Verktøyene vil mest sannsynlig bare bli bedre og bedre, det vil si enda mer brukervennlige og i stand til å løse behov vi ikke har definert i dag.

De digitale verktøyene er kommet for å bli. I og med at kartløsningene stadig vil utvikles, bør vi også i dette forprosjektet være kritisk til utgangspunktet for forstudien og forprosjektet. Allerede nå kan vi si at behovet ikke synes å være så snevert som digitale kart over tilgjengelige næringsarealer og lokaler, men heller digitale løsninger/verktøy der disse og annet innhold blir levert raskt og enkelt. Så lenge kommunene har sine tjenester og planer digitalt og søkbart, vil verktøyene lete fram den informasjonen som brukerne trenger.

En regional portal (med tilhørende selskap/tjenester) er ikke et behov som Ringeriksregionen eller de fem kommunene har identifisert. Det er heller ikke vedtatt som noen satsing eller fulgt opp i arbeidet med regional næringsstrategi for Ringeriksregionen. En mulighet er at spørsmålet vil dukke opp når merkevarestrategien skal følges opp med konkrete tiltak eller inspirert av dette forprosjektet.

3.4 Dekkes behovene i dag?

Det neste spørsmålet forprosjektet skal besvare er: Hvilke aktører finnes allerede i Ringeriksregionen – og i hvilken grad ivaretar de behovene til målgruppene? For å svare på disse spørsmålene har vi intervjuet næringsforeningene i Modum og Ringerike, og brukt vår egen kjennskap til det regionalpolitiske arbeidet med næringsutvikling.

Fra næringsforeningene hører vi at:

- Ni av ti bedrifter kommer til Ringeriksregionen via eget nettverk. Noen kjenner noen, og drar de med på oppstart av noe nytt eller hjelper dem til å start opp på egenhånd.
- Næringsparkene (Treklyngen, Eggemoen, Helgelandsmoen osv) jobber langsiktig og profesjonelt med å få på plass de «riktige» aktørene. Dette arbeidet tar tid, men gir resultater.
- Det forholdsvis nystiftede selskapet Invest in Ringerike er nå klare for å selge tomter og lokaler til definerte målgrupper. Selskapet samarbeider med det øvrige næringsvirkemiddelapparatet for næring i regionen.
- 80 til 90 prosent av de regulerte, salgsklare tomtene som finnes i regionen er en del av produktet som Invest in Ringerike skal selge.

- Modum har tomter, men disse er ikke klare for salg. Det må avklaringer til om eierskap, formål og klargjøring, før disse kan inngå i produktpakken.

Hole har begrenset med plass og venter på avklaring knyttet til ny vei og bane (Ringeriksporteføljen). Mye av næringsutviklingen i Hole skjer på Helgelandsmoen, som er en del av porteføljen til Invest in Ringerike.

Jevnaker kommune har de største næringsområdene på Bergermoen, som ligger i forlengelsen av Eggemoen. Bergermoen Park, som nylig er regulert, har det største potensiale for ny næring. Det består av fire områder på totalt 444 dekar. Området mangler infrastruktur som strøm, VA og vei som må på plass før tomtene kan legges ut for salg.

I Krødsherad er hovedfokus på turisme og reiseliv i og rundt Norefjell. Kommunen har planer om å regulere begge sine tettsteder Krøderen og Noresund, men betegner sin arealberedskap som lav utenfor Norefjell.

3.4.1 Oppsummert

Utenfor Ringerike kommune er det få tomter, og svært få av disse er ferdig regulert og «salgsklare». Næringsparkene jobber godt, og med det nyopprettede selskapet Invest in Ringerike, finnes det et apparat klar for salg og utvikling av nye næringer. Invest in Ringerike har allerede i dag et digitalt kart over næringsområdene på sin hjemmeside og mellom 80 og 90 prosent av det som finnes av ledige regulerte næringsarealer inngår i deres portefølje.

Invest in Ringerike synes å ivareta behovet som de største næringsaktørene i Ringeriksregionen har for å selge tomter og lokaler, og har også kommet langt i å etablere et salgssapparat som kommuniserer produktet utenfor regionens grenser. Trenger egentlig regionen noe mer?

4 Mål

Det overordnede målet som digitale kart over tilgjengelige næringsarealer og -lokaler skal bidra til, er at regionen får flere innbyggere og flere arbeidsplasser. Dette er et langsiktig mål, som det jobbes med gjennom kommunale planer, regionalt og interkommunalt virkemiddelapparat og ulike regionale prosjekter.

Det mer konkrete målet for arbeidet er at alle næringsaktører og eiendomsutviklere lett skal finne fram til aktuelle, relevante og ledige objekter eller folk som raskt kan lede dem til disse.

Visjonen er at kontakten med regionen oppleves som en sømløs og sammenhengende tjeneste hvor man raskt kan vurdere tomter og lokaler, og eventuelt kommer i kontakt med den som kan svare ut næringsaktørens eksakte behov.

5 Krav

Et politisk hovedkrav er at en løsning må bidra til at hele regionen tas i bruk. Dette er forankret i Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen, som omtaler at veksten i næringsliv og innbyggertall må spres. Mye av motivasjonen for regionalpolitisk samarbeid ligger i en erkjennelse av at alle som deltar «vil naboen vel». I praksis betyr dette at alle hjelper alle uavhengig av egne kommunegrenser og -interesser. Tanken er at dersom en større bedrift søker seg mot regionen, vil den kommunale eller regionale kontaktpersonen lede virksomheten til den best egnede tomten uansett hvor i regionen denne ligger.

Prosjektgruppen mener at et krav til løsningen er at den må kunne finansieres og driftes med forutsigbarhet og langsiktighet.

Skal for eksempel Regionrådets nåværende hjemmesider utvikles videre til å bli en markedsportal for hele Ringeriksregionen, må det være satt av ressurser (penger, folk og tid) til å drifte portalen i uoverskuelig framtid. Dersom en god portal skal fungere, forutsetter dette penger til markedsføring, systematisk innholdsproduksjon på ulike digitale flater som er forbundet med hverandre, kontinuerlige oppdateringer av data, med mer.

Det tredje kravet er direkte avledet av det forrige: De økonomiske rammene må være tilpasset kommunenes budsjetter og handlingsrom med tanke på hva de ser seg tjent med å legge inn i det regionale samarbeidet utover minstekravene.

Det fjerde og siste kravet er at løsningene må være underlagt en tilstrekkelig grad av politisk styring og innvirkning. Dette kravet henger sammen med alle de tre øvrige kravene: Effektene av løsningen må sannsynliggjøres at virker for hele regionen, innsatsen (ressursbruken) må være verdt det på kort og lang sikt, og politikerne må kunne ha en hånd på rattet.

6 Konsepter

I prosjektstyringsdokumentet for forprosjektet var det tydelig presisert at prosjektgruppen ikke skulle vurdere konkrete teknologiske løsninger, men i stedet se på mer overordnede konsepter.

Et konsept er et løsningsforslag, noe som betyr at videre arbeid med digitale kart over tilgjengelige næringsarealer og -lokaler enten er hovedoppgaven eller en av flere oppgaver som med fordel kan ses i sammenheng i konseptet.

Prosjektgruppen foreslår fire konsepter og ett prosjekt for å ruste regionen for kommende omstillinger (se side...?).

6.1 Konsept 1:

Modum næringsforening og Ringerike næringsforening får et regionalt konkretisert oppdrag av Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen.

Begrunnelsen for denne løsningen er:

- De to næringsforeningene gjør et viktig arbeid i hver sine kommuner og er aktive i det regionale næringspolitiske arbeidet, blant annet med utviklingen av Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen. Sterke næringsforeninger gir tyngde til det næringspolitiske arbeidet, og vil være en samarbeidspartner, høringsinstans, m.v.
- Krødsherad, Jevnaker og Hole har ikke tilsvarende sterke næringsforeninger.
- Et regionalt konkretisert oppdrag vil være en politisk bestilling fra regionen til et samarbeid mellom næringsforeningene om å utvide sin virksomhet på konkrete områder til å gjelde alle fem kommunene. Disse konkrete områdene vil blant annet kunne være digitale kart, utvikling av tomter og lokaler, m.m. Oppdraget må være spesifisert og avgrenset i tid og øvrig ressursbruk. Politikerne må få jevnlig rapportering om framdriften og måloppnåelsen i arbeidet.

6.2 Konsept 2:

Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen inviterer Invest in Ringerike⁴ til å utvide sitt geografiske virkeområde.

Begrunnelsen for denne løsningen er at Invest in Ringerike:

- Allerede omtaler seg som en regional aktør
- Er en inkubator (støtte for etablerere) for 80 – 90 prosent av de som eier ledige regulerte næringsarealer og -lokaler i regionen
- Er operative og har salgsapparatet klart
- Jobber i relasjon til de målgruppene som både Næringspolitisk strategi og forprosjektet har definert
- Har sagt seg interessert i å utvide det geografiske virkeområdet og til å inkludere nye samarbeidspartnere

6.3 Konsept 3:

Videreutvikle Luna⁵

Begrunnelsen for denne løsningen er at Luna:

- Er en godt etablert arena for næringsutvikling og -vekst. Nye arbeidsplasser er etablert, studenter er inkludert i prosjekter, m.m.
- Har tilgang til alle de viktigste aktørene for regional næringsutvikling

⁴ Invest in Ringerike er Ringeriksregionens inkubator for næringsinvestering og bedriftsetablering i et av Norges mest spennende vekstområder. De har et bredt kontaktnett og kjenner næringsparkene, klyngene og organisasjonene som er gode samarbeidspartnere. (Kilde: Hjemmesidene til Invest in Ringerike). <https://www.investinringerike.no/no/neringsparkene/> - for å se hvem som er samarbeidspartnere.

⁵ Luna er en arena for næringsutvikling og vekst. Her er alle relevante utviklingsaktører i regionen samlet. Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen er førende for aktiviteten. Målet er å bidra til en positiv utvikling i regionen gjennom etablering av flere arbeidsplasser med høyere verdiskaping. (Kilde: Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen). Hjemmeside: <https://luna-ringerike.no/>

Virkemiddelapparatet, næringsfondet m.fl. viktige aktører er til stede på Luna.

- Har sammenfallende mål med forprosjektet og andre prosjekter i regi av Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen
- Er både en fysisk og digital møteplass, (torsdagsmøtene) som stadig flere deltar på
- Kan være midtpunktet i nettverket som er smidig og rask med å sette inn ulike former for tiltak når og hvor det trengs

6.4 Konsept 4:

Utvikling av digitale kart i samarbeid med en relevant aktør

Begrunnelsen for denne løsningen er:

- I kontakten med Placepoint (se side?) viste de stor interesse for forprosjektet, og inviterte til et samarbeid med Ringeriksregionen og eventuelle andre regioner i andre deler av landet for å tilpasse sine tjenester til våre behov. Det vi jobber med er i forstudiet omtalt som et mulig forretningskonsept, og det at en aktør viser offensiv interesse, underbygger den tanken.
- Forprosjektet har allerede en kompetanse som gjør oss til en aktuell medutvikler av et digitalt verktøy.
- Teknologiske løsninger vil i økende grad bli en del av verktøykassen for de som vil etablere seg og for regioner som ønsker næringsutvikling. Den løsningen prosjektet foreslår for digitale kart må overleve den teknologiske utviklingen de kommende ti til tjue årene.
- Nye teknologier som KI, VR, digital tvilling m.m. gir muligheter for å utvikle enda mer brukervennlige løsninger enn de vi aner konturene av i dag. Løsningen må derfor også kunne videreutvikles.
- Utviklingen i digitale løsninger – også knyttet til «kart» - skjer raskt, og ved å være den eneste (som vi kjenner til) i Oslo-regionen som deltar i et slikt arbeid, kan Ringeriksregionen få et konkurransefortrinn
- Prosjektet vil være et oppdrag formulert av Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen hvor beste tilbyder kan velges på grunnlag for eksempel oppdragsforståelse og pris. Placepoint og Storymap er bare to av ganske sikkert flere aktuelle tilbydere, men vi er bare blitt kjent med disse i forprosjekt-perioden.

Ingen av konseptene er vurdert inngående med tanke på ressursbruk. Det betyr i praksis at Framover Sammen bør samarbeide med Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen om å kostnadsberegne det eller de mest aktuelle konseptene.

7 Vurdering

Vurderingen av behov, mål og krav i forhold til de ulike konseptene er gjort i en forenklet modell.

7.1 Behov og konsepter

Behovene vi har kommet fram til, er avgrenset til de fire mest tydelige:

- Digitale kart⁶
- Næringsvennlig kommuner
- Nok areal, ferdige og uferdige tomter for store og små virksomheter
- En regional portal – en felles inngang til regionen for næringslivet

Konseptene er de fire omtalt på side (...?) i rapporten.

Vurderingen handler om i hvilken grad de ulike konseptene kan tenkes å innfri behovene. Spørsmålet kan problematiseres fordi det er en kvantifisering av kvalitative opplysninger; vi setter et tall på en ganske kompleks vurdering⁷.

Vurdering uttrykt i tall er:

Svært høy grad:	10
Høy grad:	8
Noe grad:	4
Liten grad:	2
Ingen grad:	0

Nr	Konsept	Digitale kart	Næringsvennlig	Tomteproduktet	Regional portal	Sum
1	Næringsforeningene	4	4	8	4	20
2	Invest in Ringerike	4	4	10	8	26
3	Luna	2	8	4	8	22
4	Digitalt prosjekt	10	4	4	8	26

Oppsummert er vurderingen at et digitalt prosjekt (konsept 4) med en aktør som er spesialist på digitale verktøy for næringsarealer m.m., er det som med størst sikkerhet vil gi regionen den digitale løsningen prosjektgruppen har sett for oss. Men verktøyet vil trolig bare i noen grad bidra til at kommunene blir mer næringsvennlig eller at tomtene blir vesentlig bedre som totalprodukt. Som et regionalt produkt kan verktøyet bli godt markedsført og lagt merke til slik at det bidrar til å gjøre regionen kjent og fungere ikke som en tradisjonell portal, men likevel som en viktig vei inn til regionen. Effektene kan også bli helt annerledes gitt et annet mandat, prosess og gjennomføring enn den vi har beskrevet i form av en enkel anbudskonkurranse.

Invest in Ringerike (konsept 2) får høy score på tomteproduktet fordi dette er et sentralt produkt for virksomheten. Regionalt har Invest in Ringerike allerede tatt en rolle, men denne vil bli ytterligere forsterket med samarbeidspartnere fra flere av de andre kommunene i

⁶ Digitale kart brukes her som en fellesbetegnelse på flere ulike behov som er framkommet i forstudien og forprosjektet.

⁷ For eksempel er vurderingen av konsept 1 Næringsforeningene og innfrielse av behov mht digitale kart satt forholdsvis lavt. Begrunnelsen er at et oppdrag til foreningene vil ha fokus på flere tiltak, hvor digitale kart mest sannsynlig blir beskrevet som en bearbeiding og utvidelse av det digitale kartet som benyttes på hjemmesidene i dag. Konseptet kan imidlertid ha stor betydning for å inkludere en større del av næringslivet (hele regionen) og dermed bli en enda viktigere regional aktør.

regionen. Invest in Ringerike har et godt oversiktskart i dag, men ikke en avansert løsning med input fra et titalls ulike oppdaterte kilder.

Luna som konsept er en ide bygget på noe som har vært og kan bidra inn mot flere av behovene. En slik fast møteplass der de viktigste aktørene i næringsutviklingen er oppdatert om hverandres aktiviteter og kjenner hverandre, bidrar til at regionen er i stand til å være næringsvennlig. Luna kan også sies å fungere som en menneskelig portal for regionen ved at en ny næringsaktør/eiendomsutvikler trolig raskt vil bli ledet til «rett person».

7.2 Mål og konsepter

Målene prosjektet har kommet fra til er:

- Flere innbyggere og arbeidsplasser – vekst
- Flere næringsaktører med høy inntjening – høy inntjening
- Lett å finne fram og ta kontakt med rett person – rett inn
- Alle veier inn fører til tilfredsstilt behov – mange veier inn

Vurderingene handler om en antatt grad av måloppnåelse ved de ulike konseptene. Usikkerhetene ved disse vurderingene øker desto mer omfattende og upresist målet er. Flere av målene vil trolig bare kunne nås ved en kombinasjon av flere konsepter og gitt en rekke andre tiltak og forutsetninger.

Nr	Konsept	Vekst	Høy inntjening	Rett inn	Mange veier inn	Sum
1	Næringsforeningene	4	4	2	8	18
2	Invest in Ringerike	8	10	10	8	36
3	Luna	2	2	2	8	14
4	Digitalt prosjekt	8	4	10	8	30

I vurderingen av måloppnåelse per konsept får Invest in Ringerike den høyeste scoren. Begrunnelsen er at selskapet er salgsklart og rigget for målrettet salg til de målgruppene som er utpekt i næringspolitisk strategi for regionen. Invest in Ringerike tilbyr en vei rett inn til tydelige industri-, teknologi- og næringsparker, men tilbyr også mange veier inn gjennom et bredt antall samarbeidspartnere.

Et digitalt oppdrag/prosjekt får noe lavere score etter som at dette verktøyet vil være tilpasset alle – og ikke spesifikt rettet mot målgruppene for næringsstrategien. En kombinasjon av et enkelt og effektivt digitalt redskap som blir markedsført overfor de aktuelle målgruppene, kan gi en bedre score på akkurat dette målet.

Luna er vurdert lavest siden det er en arena og et økosystem. Effekter av arbeid i økosystemer kan være vanskelig å vurdere og måle, selv om de kan være viktige.

7.3 Krav og konsepter

Kravene er vurdert til å være:

- Hele regionen tas i bruk – helhet
- Forutsigbarhet og langsiktighet – sikker drift
- Økonomisk «lønnsomt» for kommunene – positivt øk
- Regional politisk styring – styring

Kravene er mer konkrete enn målene. Vurderingene handler om hvor godt de ulike konseptene innfrir kravene.

Nr	Konsept	Helhet	Sikker drift	Positiv øk	Styring	Sum
1	Næringsforeningene	8	4	8	8	28
2	Invest in Ringerike	2	10	8	4	24
3	Luna	10	8	4	8	30
4	Digitalt prosjekt	10	2	4	10	26

I vurderingene av hvilke konsepter som i størst grad innfrir kravene er det Luna som kommer best ut. Begrunnelsen er at Luna er for hele regionen, innsatsen fra den enkelte kommune og regionen er forutsigbar (selvstyrt og egenvalgt), de offentlige kronene kan avgrensnes til den nytte man forventer og de aktørene som deltar på Luna og i eventuelle kommende prosjekter, har en ganske høy grad av styring. Konsept 1 (næringsforeningene) kommer også godt ut med hensyn til krav, noe som henger sammen med at løsningen er et bestilt, konkret oppdrag fra kommunene. Arbeidet må omfatte hele regionen, vil måtte gjøres innen en definert ramme og regionen vil kunne ha en viss grad av styring gjennom mandat, rapportering og sluttrapportering. Selve arbeidet må utføres av næringsforeningene og deres hverdag vil være preget av andre faktorer enn bare dette oppdraget, derfor noe lav score på sikker drift. Et digitalt prosjekt vil gjelde hele regionen, men utfallet av prosjektet er usikkert og det er heller ikke gitt om dette blir en økonomisk suksess eller fiasko. Som deltaker i prosjektet vil regionen ha svært høy grad av styring. Invest in Ringerike vil være et eget selskap og selv om det geografiske området utvides, tror vi ikke at selskapet vil prioritere alle områder i regionen. Et eget selskap vil heller ikke være styrt av offentlige aktører, selv om disse vil ha en viss innflytelse.

7.4 Vurdering alle konsepter

Helhetsvurderingen gjøres ut fra score gitt på innfrielse av behov, mål og krav. Totalsummen gir en plassering.

Nr	Konsept	Behov	Mål	Krav	Totalsum	Plass
1	Næringsforeningene	20	18	28	66	3
2	Invest in Ringerike	26	36	24	86	1
3	Luna	22	14	30	66	3
4	Digitalt prosjekt	26	30	26	82	2

Totalvurderingen gir jevnt over høye poengsummer, noe som tyder på at alle de fire konseptene kan ha positive virkninger. De to løsningene som skiller seg ut er:

- Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen inviterer Invest in Ringerike⁸ til å utvide sitt geografiske virkeområde.
- Utvikling av digitale kart i samarbeid med en relevant aktør

Begge løsningene scorer høyest og like høyt på behov.

Invest in Ringerike ligger en god del høyere enn Digitalt prosjekt på score på mål.

Vurderingen er at Invest In Ringerike er en stor og god satsing som per nå vil bidra å nå alle de fire målsettingene:

- Flere innbyggere og arbeidsplasser – vekst
- Flere næringsaktører med høy inntjening – høy inntjening
- Lett å finne fram og ta kontakt med rett person – rett inn
- Alle veier inn fører til tilfredstilt behov – mange veier inn

Utvikling av digitale kart som et verktøy er langt mindre forutsigbart med hensyn til effekter på mål. Hvis verktøyet blir svært vellykket og godt promotert, kan det bidra til bred mål-oppnåelse, men dette er ingen selvfølge. Et hovedprosjekt vil forutsette at regionen bruker betydelige ressurser i et oppdrag sammen med en kommersiell aktør. Usikkerheten knyttet til om dette er riktig bruk av ressurser, bidrar til at Digital prosjekt scorer lavt på Krav.

Invest in Ringerike scorer heller ikke så høyt på Krav. Det skyldes først og fremst at Invest in Ringerike er geografisk avgrenset til Ringerike og deler av Hole. En mulig utvidelse til større deler av regionen, vil bidra til at løsningen i noe grad oppnår kravet om at hele regionen skal tas i bruk. Prosjektgruppen mener ikke at alle små og mellomstore næringsarealer og lokaler skal eller bør inn i porteføljen til Invest in Ringerike. Det er viktig at selskapet fortsetter å være en sterk og tydelig inkubator med definerte produkter og at utvidelsen skjer med utgangspunkt i selskapets nåværende forretningside.

Helhetsvurderinger tilsier at Digitale kart er den løsningen som i størst grad svarer ut den opprinnelige bestillingen om et digitalt verktøy som gir næringsaktører en rask og god innsikt i ledige næringsarealer og lokaler. Utviklingen innen digitale verktøy som gjør det lettere for eiendomsutviklere og vurdere lokaler og arealer, vil fortsette. Private aktører vil sitte i førersetet og utviklingen vil bli sterkest der det er et marked. Prosjektgruppen ser derfor ingen åpenbar grunn til at regionen skal bruke ressurser på å utvikle verktøyene, men at vi gjerne deler vår kunnskap med utviklerne.

En mulig utvidelse av Invest in Ringerike er dermed det konseptet som prosjektgruppen mener vil være det beste. Det gir god oversikt over ledige næringsarealer og lokaler i regionen samtidig som selskapet har et salgsapparat som jobber målrettet etter Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen.

⁸ Invest in Ringerike er Ringeriksregionens inkubator for næringsinvestering og bedriftsetablering i et av Norges mest spennende vekstområder. De har et bredt kontaktnett og kjenner næringsparkene, klyngene og organisasjonene som er gode samarbeidspartnere. (Kilde: Hjemmesidene til Invest in Ringerike).

<https://www.investinringerike.no/no/neringsparkene/> - for å se hvem som er samarbeidspartnere.

8 Konklusjon og anbefaling

Prosjektgruppen anbefaler at Interkommunalt politisk råd for Ringeriksregionen inviterer Invest in Ringerike til å utvide sitt geografiske virkeområde. Selskapet er godt i gang med å selge næringsarealer og -lokaler til målgrupper som er definert i Næringspolitisk strategi for Ringeriksregionen. Selv om ikke alle små og store tomter vil kunne bli en del av denne løsningen, har vi tro på at snøball-effektene vil ha stor betydning for at hele regionen blir tatt i bruk.

Avsluttende informasjon om forprosjektet

Endelig organisering

Forprosjektet har vært organisert slik:

Prosjekteier: IPR for Ringeriksregionen

Prosjektansvarlig: Harriet Slaaen, Framover Sammen

Prosjektleder: Ellen Agnete Linde, Hole kommune

Prosjektgruppen:

Trond Arne Ingvoldstad, Modum kommune

Lina-Maria Linge, Ringerike kommune

Erik Larsen, prosess-støtte fra Prosjekt Framover Sammen

Martin Kaggestad, daglig leder i Modum Næringsforening, har bistått i slutfasen av arbeidet.

Endelig framdrift og økonomi

Forprosjektet var ferdig rigget før jul 2022. Arbeidet med kunnskapsinnhenting har pågått i januar og februar parallelt med vurdering av behov, mål, krav og konsepter. Til prosjektet var det satt av 200 000 kroner pluss bruk av prosess-støtte.