

# Solund kommune

lokal utviklingsstrategi

# Innleiing

Solund er ein øykommune i Sogn og Fjordane med ca. 800 innbyggjarar. Kommunen er ein del av HAFS- samarbeidet, som består av dei fem kommunane Askvoll, Fjaler, Gulen, Hyllestad, Solund. Solund har på lik linje med svært mange kommunar i Noreg ei utfordring knytt til alderssamansetting i befolkninga. Få unge, der hovudtyngda av befolkninga er over 45 år.

Historisk har bruk av kyst- og landareal knytt til **strandsona** vore ein viktig ressurs for innbyggjarane i kommunen. Dette har vore viktig så vel for busetting som for næringsverksemd. Vernereglar for bruk av strandsona framstår som noko utfordrande for kommunen.

**Kommunikasjon og infrastruktur** internt i kommunen, og mot omverda, blir i kommuneplanen framheva som eit viktig satsingsområde i åra framover. Sjølv om Solund har eit tydeleg kommunesenter i Hardbakke, blir det sett på som svært viktig å legge til rette for busetting og **gode stadkvalitetar i alle grender i kommunen.**

# Oppgåva

Vi skal utarbeide ein lokal utviklingsstrategi som har som formål å hjelpe til med å sikre langsiktig utviklingskraft for lokalsamfunnet Solund.

Det er etablert ei breidt samansett arbeidsgruppe der representantar frå kommunen, næringsliv, lag og organisasjonar i Solund deltek. Gruppa har jobba med målanalyse, samfunnsanalyse, definert viktige målgrupper og kome med innspel til stadkvalitetar og strategisk posisjon. Vi har i tillegg gjennomført møte med einingsleiarane i kommunen, arrangert ope folkemøte, og sendt ut spørjeskjema til innbyggjarane i Solund. Dette er gjort for å få flest mogleg innspel, skape et breiast mogleg engasjement, og sikre best mogleg forankring av viktige vegval.

I eit lokalsamfunn som ikkje sjølv har, eller får drahjelp frå eit nærliggande område med ein dynamisk arbeidsmarknad, vil ein ikkje vere i stand til å skape varig lokal utvikling utan at ein samtidig har fokus på næringsutvikling i lokalsamfunnet.

# Forankring

Arbeidet med utviklingsstrategien tar utgangspunkt i kommuneplanen sin samfunnsdel 2008 til 2020. Denne skal no reviderast, og vårt arbeid vil såleis kunne vere eit viktig bidrag inn i denne revisjonsprosessen.

Kommuneplanen har ordna kommunen sine prioriteringar i 15 satsingsområde. Det er definert egne mål for kvart av desse innanfor den gitte planperioden. Det er liten tvil om at dette teiknar eit bilde av ein kommune som vil mykje, og i sum gir dette et greit bilde av ønska utvikling innan dei ulike områda. Planen manglar likevel nokre overordna mål, noko som seier noko om retning, og som kan vere styrande for dei enkelte satsingsområda.

Med utgangspunkt i eksisterande kommuneplan, legg vi følgjande overordna mål til grunn for det vidare arbeidet med utviklingsstrategien:



# Visjon

Ein visjon kan skildrast som eit drøymebilde for den framtidige utviklinga av lokalsamfunnet, også ofte omtalt som «vårt hårete mål».

Visjonen skal skildre retninga mot det lokalsamfunnet som vi ønskjer oss, vere premissgivar for vår strategiske posisjon, våre tiltak og vår kommunikasjon.

## « Solund – i dei unge sine framtidsplanar »

«Når ungdommen i Solund tenkjer på si framtid er det her dei ser for seg å få jobb, stifte familie, og bygge ei framtid for seg og sine»

# Målsettingar

Gjennom målretta tiltak:

- Bidra til å utvikle «unike» bukvalitetar i Solund
  - Innan 2017 skal Solund kommune og interesserte grunneigarar marknadsføre område for bustadbygging utan reguleringskrav i gjeldande kommuneplan.
  - Innan 2020 skal Solund ha definerte soner for byggeklare tomter i strandsona.
  - Innan 2025 skal det vere etablert eit vidaregåande tilbod i Solund.

- Bidra til auka næringsutvikling og fleire arbeidsplassar i Solund
  - Innan 2016 skal det etablerast eit samarbeidsforum mellom næringsliv og kommunen, med fokus på nyskaping og konkurransekraft gjennom bransjesamarbeid.
  - Frå 2017, skal ei nyskaping i Solund kvart år, få regional eller nasjonal merksemd.
  - Innan 2025 skal det etablerast eit «Innovasjonshus» for fleirbruk, næring og utdanning; med kontorhotell, møterom og tilrettelagt for videokonferansar.

- Bidra til å utvikle fritidsaktivitetar basert på Solund sine sjø- og naturkvalitetar
  - Innan 2016 skal det vere etablert ein sommaraktivitet (festival/kurs) i Solund som får regional merksemd og deltaking.
  - Innan 2018 skal ein i samarbeid med lag og organisasjonar utvikle ein mobilapplikasjon for å formidle informasjon og historie frå Solund.
  - Innan 2020 skal det vere utarbeidd eit kajakkopplegg med løyper, kart og lagring av kajakkar og anna utstyr.



# Kartlegging av viktige stadkvaliteter

Det har vore gjort eit omfattande arbeid for å kartlegge alle stadkvalitetar i Solund. I tillegg til at gruppa har jobba med dette i plenum, har ein også arbeid individuelt.

Det er gjennomført arbeidsmøte i regi av ungdomsrådet, der stadkvalitetar har vore tema. Dette for å få ungdommen sitt perspektiv i forhold til kva dei meiner er gode eigenskapar med Solundsamfunnet, og kva som er viktig å satse på i åra framover.

Det er avdekt eit breidt spekter av stadkvalitetar, eigenskapar ved Solund som kan ha positiv påverknad på menneska sin livskvalitet.



Her finst vårt konkurransefortrinn. I det unike, eller ved at summen av nokre motivasjonsfaktorar kan virke tiltrekkande på utvalde målgrupper.

# Stadkvalitetar i Solund

- Folk er flinke til å sjå løysingar
- Lokale investorar / kapital
- Spennande arbeidsplassar
  - Skipsverft
  - Oppdrett
  - Reiseliv
  - fiskeri
- Gründerand
- Innovative miljø
  - Akvakulturmiljø
  - El. ferje
  - Tare dyrking
  - Norsk Kystkulturakademi
  - Solund Mat
  - Hortimare
- Mange eldsjeler (stort engasjement)
- Kulturlandskapsparken
- Kystkultursenteret
- Stoltheit til kommunen / felles identitet
- Eit tydeleg og kompakt kommunesenter
  - sentralt plassert m/ flott hamneområde
- Kort veg mellom barnehage, skule, kultur og idrettsbygg
- God Kulturskule
- Pub og restaurantar
- Gode grender
- Mange lag og organisasjonar
- Grendehusa
- Festivalar
- Aktivt sogelag
- Litt lågare puls / betre tid
- Trygt
- God på integrering
- God plass, og fint å drive friluftsliv
- Flott natur, mykje urørt natur
- Nærleik til sjø
  - Mange holmar og skjer
- Ein «levande» kystkultur
- Utvær
- Rikt dyreliv
- Villsau
- «unik» geologi
- God legeteneste
- Tilgjengeleg kommuneadministrasjon
  - Rask saksbehandling
- Spennande kommunale arbeidsplassar
- Kort avstand til Bergen



# Samfunnsanalyse

Tre spørsmål som er viktig å ha svar på:

1. Kva for kritiske suksessfaktorar er Solund avhengig av for å sikre ønskt utvikling?
2. Kva for utviklingstrekk i samfunnet (regionalt, nasjonalt og internasjonalt) vil påverke oss?
3. Kva for utviklingstrekk kan det vere gunstig for Solund å posisjonere seg inn mot?

# 1 Kritiske suksessfaktorar

- Mogleg å få seg jobb i Solund, eller innanfor akseptabel pendleavstand
- Relevante bustader til dei som kjem hit
- Relevant skule- og barnehagetilbod
  - Det bør vere mogleg å bu i Solund til ein er ferdig med vidaregåande skule
- Tilfredsstillande teknologisk infrastruktur
- Tilgang til eit relevant kultur- og fritidstilbod
- «Eldsjeler» i Solund
- Gode «nettverk» på tvers av privat og offentleg sektor

## 2 Viktige utviklingstrekk i samfunnet

### Endringar i kommunestruktur

- Vere bevisst på egne (lokalsamfunnet sine) kvalitetar, og det å posisjonere seg tydeleg med desse som fundament.

### Regionalisering og sentralisering

- Tett samarbeid for å skape større bu- og arbeidsregionar.
- Skape ei «motkraft» til sentraliseringa gjennom å synleggjere våre stadkvalitetar

### Samferdsel

- Auka krav til mobilitet og fleksibilitet

## 3 Samfunnsutvikling og posisjon

### Fokus på auka verdiskaping i Sogn og Fjordane

- 2011 til 2014 prosjekt «Innovation in rural places – conditions and barriers». Rammevilkåra for å skape innovasjonar i eit fylke med spreidt busetting, og korleis ein kan bygge velfungerande nettverk som fører til auka lokal verdiskaping.

### Auka merksemd om miljø:

- Auka miljøfokus, der stadig nye grupper verdset tilgang til «urørt» natur.

### Framtidig satsing på marine næringar:

- Dette blir framheva av mange som den største norske eksportnæringa når oljen tar slutt.

# Situasjonsanalyse - oppsummert

## Faktisk situasjon:

1. Ungdommen flyttar ut og kjem ikkje tilbake.
2. Vi har synkende folketal over tid, med aukande gjennomsnittsalder i befolkninga.
3. Fleirtalet av befolkninga er over 45 år.
4. Kutt i samferdselsbudsjettet i fylket, kan føre til redusert tilbod for innbyggjarane i Solund.



## Ønska situasjon:

1. Nye menneske flyttar til Solund, og ungdom som har vore ute og fått utdanning vel å flytte tilbake til heimstaden sin.
2. Her er jobb for unge familiar, som finn våre stadkvalitetar appellerande, og vel å busette seg her.
3. Vi har mange unge vaksne med framtidsplanar i Solund.
4. Vekst i næringslivet og lokalsamfunnet er ein viktig pådrivar for betre kommunikasjon, både mot resten av fylket og mot Bergen/Hordaland.



# Utviklingsstrategien



# Innhold

1. Om lokal utviklingsstrategi og kommunikasjon
2. Målgrupper
3. Stadkvalitetar
4. Strategisk posisjon
5. Posisjon og moglegheitsområde



# 1. Lokal utviklingsstrategi

Den lokale utviklingsstrategien kan delast i to hovudelement:

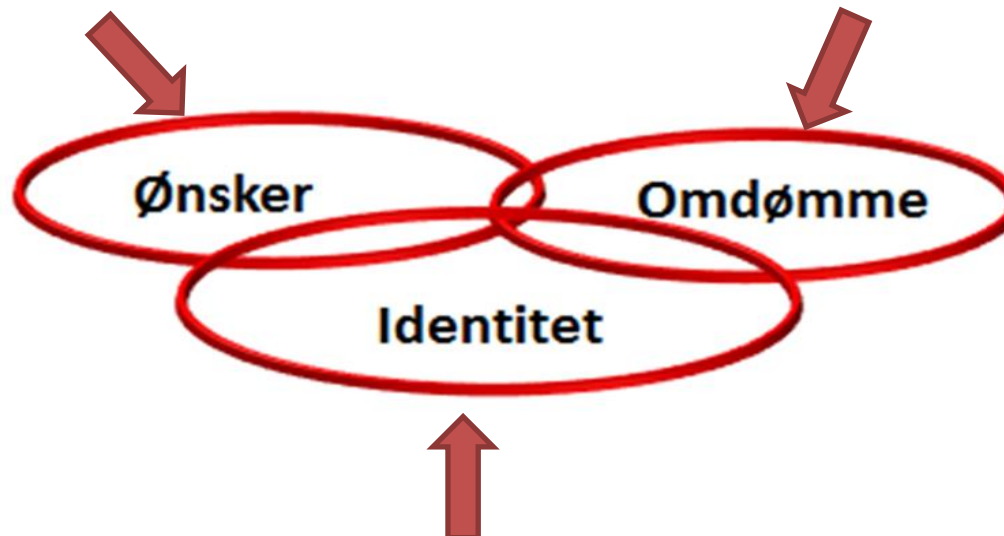
1. Strategisk utviklingsarbeid
  - Utvikling av nye stadkvalitetar
    - Underbygge og virke forsterkande på valt posisjon
2. Kommunikasjon av våre stadkvalitetar

# 1. Strategisk kommunikasjon

Med utgangspunkt i ønskt situasjon skal vi tette det gapet og utnytte evt. overlapp som finst mellom dei ulike komponentane

Korleis ønskjer vi å bli oppfatta?

Kva for assosiasjonar har omgjevnadene til Solund i dag?



Korleis ser eigne innbyggjarar på Solund?

## 2. Målgrupper

Skildring av målgrupper	Difor er denne målgruppa viktig
Innbyggjarane i Solund - Særleg fokus på dei unge	Utviklingsstrategien er for dei Vi ønskjer at innbyggjarane skal støtte opp om arbeidet, vere gode ambassadørar
Lag og organisasjonar i Solund - her under grendelag	Viktige - Vi vil ha desse med på «laget»
Utflytta Sulingar	Desse har ofte eit etablert nettverk her, og der gjennom også lågare terskel for å flytte «heim» - Vi ønskjer dei heim til Solund
Innbyggjarane i HAFS- regionen	Auke deira kjennskap til Solund og våre stadkvalitetar, besøke oss - oftare
Politikarane og adm. i dei andre HAFS- kommunane	Vi ønskjer å ta ein tydeleg posisjon i HAFS- regionen, - For å vere i posisjon for framtidig vekst- og næringsutvikling (gjennomtenkt og målretta)
Næringslivet i HAFS- regionen	Vi vil at desse skal sjå på Solund som ein offensiv bu- og næringskommune - For å vere i posisjon for framtidig vekst- og næringsutvikling i regionen (gjennomtenkt og målretta)
Innbyggjarar i N. Hordaland /Bergen • Segment av desse	Nærleik og god kommunikasjon til ein «marknad» med mange menneske, auka etterspurnad etter fritidsbustader og fritidsaktivitetar i Solund

## 2. Målgrupper

Skildring av målgrupper	Difor er denne målgruppa viktig
<b>Premissgivarar:</b>	
<b>Politikarane og kommuneadministrasjonen i Solund</b>	Sentrale aktørar og premissgivarar for vårt vidare arbeid. - Utålmodigheit og ønske om å bidra til å drive prosessane framover
<b>Næringslivet i Solund</b>	God forankring hos desse vil bidra til langsiktigheit og kontinuitet i prosessen • Næringsutvikling, eit sentralt element i lokal stadutvikling
<b>Sogn og Fjordane fylkeskommune</b>	Støtte herifrå vil føre til - Engasjement, støtte og økonomiske tilskot til satsing (FoU)
<b>Media, lokalt og regionalt</b>	Viktige informasjonskanalar, meiningsberarar og opoinionskaparar - Positive saker bidrar til å styrke både identitet og omdømme

### 3. Om våre stadkvaliteter

- Vi har ikkje identifisert ein enkeltstående faktor som er unik for Solund, og samtidig relevant i forhold til å oppnå måla som er sett.
  - Dette er likevel ikkje det same som at vi ikkje kan klare å framstå differensiert på bakgrunn av våre stadkvalitetar (motivasjonsfaktorar)

### 3. Utvalte stadkvaliteter

Det er særleg fire stadkvalitetar som vi vurderer som spesielt interessante i vårt vidare arbeid:

1. Innovative miljø
2. Lokal kapital
3. Levande kystkultur
4. Svært «lang» strandlinje / mykje urørt natur



## 3.1 Innovative miljø

Langs norskekysten har menneske gjennom alle tider vore heilt avhengig av å finne nye måtar å gjere ting på. Gjennom å finne gode løysningar sjølv, og med å samarbeide med «naboen» når det var smart, har det gjennom generasjonar blitt skapt små og store innovasjonar langs kysten.

**Norsk kystkulturakademi, elektrisk kabelferje frå Solund verft, utprøving av laser til bruk mot lakselus, SolundMat og Hortimare**, er døme frå Solund, som har innovative element ved seg.

## 3.2 Lokal kapital

Mangel på lokal kapital kan for mange lokalsamfunn vere ei utfordring. Strukturendringar i næringslivet, der utviklinga innan mange næringer har gått i retning av større einingar har opna dører, men også ført til utfordringar.

Geografisk stor avstand mellom kapitaleigarar og bedrift, har i mange tilfelle ført til at store delar av inntekter som blir skapt lokalt blir reinvestert andre stader. Inntening og overskot frå arbeidande lokal kapital, ser vi ofte bli reinvestert i lokalsamfunnet, og er såleis svært viktig i forhold til lokal utvikling.

## 3.3 Levande kystkultur

Historisk har bruk av kyst- og landareal knytt til **strandsona** vore ein viktig ressurs for innbyggjarane i kommunen. Dette har vore viktig så vel for busetting som for næringsaktivitet. Slik er det framleis i Solund, der svært mange lever av det som finst ved, og på havet.

## 3.4 Lang «kystlinje»

Med alle sine øyar og fjordarmar er Solund ein kommune med ei samla sett svært lang kystlinje. Sagt på ein annan måte: «Det er svært mykje strandlinje i Solund»

Dette bør opne for å differensiere bruk av strandlinja, og gi oss gode føresetnader for å legge til rette for ein god dialog i forhold til bruk og vern. Ein arealplan med definerte rammer og avgrensa fritak frå 100 meterregelen i enkelte område, vil kunne gi oss stort handlingsrom for næringsverksemd og fritidsbustader. Dette føreset sjølvsagt at ein slik samla plan med dispensasjon i.f.t gjeldande reglar for bruk av strandsona blir godkjent av offentlege styresmakter.

## 4. Om strategisk posisjon

- Ein posisjon er eit overordna strategisk vegval
- Posisjonen sitt viktigaste virkeområde er å påverke framtidige avgjerder hos utvalte målgrupper. Målgrupper som er avgjerande for at vi skal nå våre mål.
- Posisjonen må vere sannferdig og truverdig, og ta utgangspunkt i noko innbyggjarane i Solund ønskjer å identifisere seg med.
- Den må bygge på dei moglegheitene, og ta omsyn til dei avgrensingar som er avdekte gjennom «situasjonsanalysen». Posisjonen må også vere i samsvar med viktige val i forhold til kommunen sine satsingsområde, og dei måla som er sett for samfunnsutviklinga i Solund.
- **Ein posisjon er ikkje eit slagord, men skal vere styrande for vårt vidare arbeid, val av tiltak og kommunikasjon**

## 4. Veggen til posisjonen

Med nærleik til havet og dei moglegheiter og utfordringar som dette gir, har kystbefolkninga på Vestlandet tradisjon for å finne nye måtar å gjere ting på. Langs kysten har ein gjennom alle tider hatt evna til å «samarbeide når ein måtte og konkurrere når ein kunne».

**Valt strategisk posisjon** har som formål å inkludere flest mogleg av dei moglegheiter som ligg i vår nære tilknytning til sjøen. Så vel til sjøs som på land. Innafor område som:

- Fiskeri og fiskeoppdrett
- Verftsindustri og tilknytt næringer
- Reiselivs- og besøksnæring
- Bustader og fritidsbustader
- Fritid og opplevingar
- Oppvekst og eldreomsorg

Den skal bidra til auka samarbeid på tvers av næringer, mellom offentleg og privat verksemd, og til at vi gjennom tiltak og kommunikasjon blir sett på som spesielt offensive i å utnytte det sjøen gir oss.

- I Solund finnast det allereie mange gode døme på innovasjonar som har blitt til gjennom samarbeid og/eller gjennom gode idear. Vi skal fortelle om desse.



## 4. Strategisk posisjon

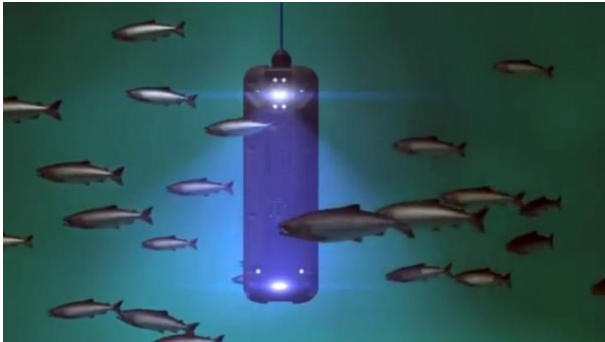
Solund –

Kva meir kan vi skape frå det sjøen og  
kystlandskapet gir oss?

Basert på vår geografiske plassering, og vår historie skal vi vere den beste kommunen i vår region til å utnytte dette potensialet.

# Posisjon i bilde

Bilde er berre meint som illustrasjon. Desse kan vere underlagt opphavsrett, og må ikkje distribuerast eller på anna måte nyttast utan samtykke frå evt. dei som har opphavsretten.





## 5. Posisjon og moglegheitssonråde

- Tverrfagleg samling/nettverk for deling av kunnskap mellom næringsdrivande i Solund
  - Om nyskaping i reiseliv/besøksnæringar
  - Regjeringa legg vekt på at det blir etablert nye nettverk og samarbeidskonstellasjonar, ikkje berre mellom aktørar som frå før er definert som reiselivsaktørar, men også mellom reiselivsnæringa og andre næringar som leverer innhald til reiselivsnæringa.

(regjeringa.no)

- Bli eit «utstillingsvindaug» for rural verdiskaping i Sogn og Fjordane
  - Trekke til oss fleire FoU- miljø
  - Få del av FoU- midlar
  - Trekke til oss menneske og bedrifter med gode idear
- Gå framfor og vise veg for eit differensiert regelverk for bygging i delar av strandsona

## Solund som bustad

- Posisjonen vil kunne bidra til at det blir etablert fleire spennande arbeidsplassar i Solund.
- Det viser seg gjerne at til betre næringslivet i eit lokalsamfunn går, til lettare vil det vere at delar av overskotet i bedriftene blir investert i samfunnsbyggjande tiltak i lokalsamfunnet. Dette har vi også døme på i Solund.
- Auka samarbeid mellom skule og næringsliv
  - (kreative barn - gode idear)
- Konkurransar blant innbyggjarane om nytenking og nyskaping
  - Festival i Solund med kåring av årets nyskapande Suling

Gjennom auka fokus på at sulingane er flinke og nytenkande folk som ser nye moglegheiter i og ved sjøen, bidra til at innbyggjarane blir enda litt meir stolte av å kome frå Solund.

Her bør det vere kreative idemyldringar rundt gode og engasjerande tiltak!

# Vegen vidare

## Forankring

Det blei i veke 10. då. gjennomført ei omdømmekartlegging i dei andre HAFS-kommunane (vedlagt). Vi har gjennom denne skaffa oss eit godt bilde av kva for haldningar og assosiasjonar resten av regionen har til oss. I same tidsrom vart det, i regi av bulystprosjektet, gjennomført ei tilsvarende kartlegging blant innbyggjarane i Solund. Vi har gjennom desse kartleggingane fått tydelige signal på at vi har valt rett fokus i utviklingsstrategien, og fått viktig innspel til det vidare arbeidet med handlingsplanen.

Det har i tillegg vore gjennomført eit ope folkemøte og møte med einingsleiarane i kommunen 28. januar i år. Begge desse møta har gitt signal om rett fokus i strategien og vore viktige i forhold til innspel til handlingsplanen.

Det blir tilrådd at dette dokumentet blir behandla i kommunestyret i Solund, og også forankra hos andre sentrale nærings- og samfunnsaktørar i Solund.

## Handlingsplan

I neste fase vil det bli utarbeida ein realistisk handlingsplan. Denne vil både omhandle konkrete tiltak og seie noko om korleis vi skal kommunisere mot dei enkelte målgruppene.

Det blir tilrådd at denne har nokre tiltak som kan gi oss nokre tydelege og tidlege små suksesshistorier. Erfaringsmessig vil dette gi auka engasjement og entusiasme, og gi oss betre føresetnader for å lykkast med «tyngre» og meir langsiktige oppgåver.

VEDLEGG:

# Solund

## Omdømmekartlegging i HAFS- regionen

Gjennomført ved telefonintervju av Norstat Norge AS i veke 10 2015.  
100 respondentar i kvar av kommunene Hyllestad, Askvoll, Fjaler og Gulen

# Om kartlegginga

Kartlegginga har som formål å vere ei nullpunktmåling for det strategiske utviklingsarbeidet, og gjenspeglar haldningar og assosiasjonar knytt til oss hos innbyggjarane i dei andre HAFS- kommunane i dag. Val av spørsmål, og utforming av desse, er gjort med bakgrunn i dei vala vi har gjort undervegs i arbeidet med utviklingsstrategien. Den vil gi oss nyttig informasjon for å kvalitetssikre desse, og for det vidare arbeidet med utforming av handlingsplanen og val av tiltak og kommunikasjon retta mot dei eksterne målgruppene.

Med i alt 400 respondentar er kartlegginga valid på eit overordna nivå (hovudfunn). Det er likevel viktig å vere merksam på at feilmarginen aukar til meir dette «brytast ned» i underkategoriar. Det vil likevel kunne vere interessant å sjå om her er vesentlege skilnader basert på kommune, kjønn eller alder. Det vil vere tenleg å gjennomføre tilsvarande kartlegging om td. to år, for å sjå om tiltaka vi har gjennomført har hatt ønska effekt.

# Spørreskjema:

	<p style="text-align: center;"><b>Omdømmekartlegginga</b> (til saman 400 respondentar) Hyllestad, Askvoll, Fjaler, Gulen</p> <p><b>Bakgrunnsvariablar: Kjønn – alder – bustadskommune</b></p>	4	<p>Ta stilling til følgande påstandar på ein skala frå 1 til 5, der 1 = "stemmer ikkje" og 5 = "stemmer svært bra" (+ veit ikkje)</p> <p style="text-align: center;">Solund framstår som ein attraktivt stad for folk å busette seg</p> <p>b) Kva er grunnivinga for din score?</p>
1	<p>Kva er det første du tenker på, når du tenker på Solund?</p>	5	<p>på ein skala frå 1 til 5, der 1 = "i svært liten grad" og 5 = "i svært stor grad" (+ veit ikkje)</p> <p>I kva grad forbinder du følgande med Solund?</p> <p>a) Nyskapande b) Gründerand c) Spennande fritidsmoglegheiter d) Rikt kulturliv</p>
2	<p><b>Ta stilling til følgande påstandar på ein skala frå 1 til 5, der 1 = "stemmer ikkje" og 5 = "stemmer svært bra" (+ veit ikkje)</b></p> <p style="text-align: center;">Eg har eit positivt inntrykk av Solund</p> <p>b) Kva er grunnivinga for din score?</p>		
3	<p><b>Ta stilling til følgande påstandar på ein skala frå 1 til 5, der 1 = "stemmer ikkje" og 5 = "stemmer svært bra" (+ veit ikkje)</b></p> <p style="text-align: center;">Eg har inntrykk av at det finnast mange attraktive jobbmoglegheiter i Solund</p>		



1. Kva er det første du tenker på når du tenker på Solund?

Assosiasjonar gruppert	andel
Øy, øyer, øykommune eller øyrike	30%
Fin stad / plass / natur	10%
Nabokommune	6%
Sjø / hav	6%
Fisk / fiskeri	5%
Ingen assosiasjonar	5%
Anna: bl.a. Kyst, Båt, Verft, Slekt / familie	-

Assosiasjonar knytt til øyer er markant overrepresentert som første assosiasjon med heile 30% av dei spurte.

Ta stilling til følgande påstandar på ein skala fra 1 til 5,  
der 1 = "stemmer ikkje" og 5 = "stemmer svært bra" (+ veit ikkje)

## 2. Eg har eit positivt inntrykk av Solund

	TOTAL	ALDER				Kommune			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = Stemmer ikkje	<b>2 %</b>	6 %		2 %	1 %	3 %		1 %	2 %
2	<b>5 %</b>	3 %	4 %	4 %	6 %	4 %	6 %	7 %	4 %
3	<b>18 %</b>	17 %	20 %	12 %	19 %	18 %	27 %	14 %	12 %
<b>4</b>	<b>34 %</b>	36 %	32 %	41 %	32 %	29 %	33 % <sup>GH</sup>	35 %	38 %
<b>5 = stemmer svært bra</b>	<b>40 %</b>	31 %	40 %	39 %	41 %	46 %	32 %	41 %	40 %
Veit ikkje	<b>2 %</b>	8 %	4 %	2 %	1 %	1 % <sup>F</sup>	2 %	2 %	3 %
TOTAL	101 %	101 %	100 %	100 %	100 %	101 %	100 %	100 %	99 %

**74% scorer 4 eller 5.** Våre «naboar» må kunne seiast å ha eit overveiende positivt inntrykk av Solund. Det er verdt å merke seg at kun 7% er usamde i påstanden (score 1 og 2)



## 2b Kva er grunngivinga for din score

### Score 4 og 5

- Folket og naturen blir framheva i stor grad som grunn for god score

### Score 1 og 2

- Av dei som scorer 1 eller 2 (27 stk.) oppgir 30% manglande kjennskap som grunn for lav score. Dårleg kommunikasjon og befolkningsnedgang blir også nevnt.

Ta stilling til følgende påstandar på ein skala fra 1 til 5,  
der 1 = "stemmer ikkje" og 5 = "stemmer svært bra" (+ veit ikkje)

3. Eg har inntrykk av at det finnast mange attraktive  
jobbmoglegheiter i Solund

	TOTAL	ALDER				QUOTAQ			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = Stemmer ikkje	<b>14 %</b>	14 %	24 %	18 %	12 %	17 %	14 %	11 %	13 %
2	<b>28 %</b>	14 %	32 %	35 %	28 %	24 %	31 %	29 %	28 %
3	<b>33 %</b>	31 %	28 %	37 %	33 %	37 %	34 %	33 %	29 %
4	<b>5 %</b>	11 %			6 %	6 %	4 %	4 %	7 %
5 = stemmer svært bra	<b>2 %</b>				3 %		4 %	2 %	3 %
Veit ikkje	<b>18 %</b>	31 %	16 %	10 %	17 %	17 %	13 %	21 %	19 %
TOTAL	<b>100 %</b>	101 %	100 %	100 %	99 %	101 %	100 %	100 %	99 %

**51% tilkjennegir at dei ikkje har noko bestemt oppfatning (score 3 eller vet ikke).**

Kan det gi oss ein positiv effekt med å kommunisere ut dei jobbane som finns i Solund?

Ta stilling til følgande påstandar på ein skala fra 1 til 5, der 1 = ”stemmer ikkje” og 5 = ”stemmer svært bra” (+ veit ikkje)

4. Solund framstår som ein attraktiv stad for folk å busette seg

	TOTAL	ALDER				QUOTAQ			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = Stemmer ikkje	<b>7 %</b>	8 %	8 %	10 %	7 %	6 %	4 %	8 %	11 %
2	<b>20 %</b>	17 %	24 %	12 %	21 %	20 %	23 %	19 %	17 %
3	<b>40 %</b>	36 %	36 %	51 %	38 %	35 %	41 %	43 %	39 %
4	<b>17 %</b>	14 %	16 %	18 %	17 %	21 %	18 %	15 %	13 %
5 = stemmer svært bra	<b>9 %</b>	17 %	4 %	6 %	9 %	9 %	9 %	7 %	12 %
Veit ikkje	<b>8 %</b>	8 %	12 %	2 %	8 %	10 %	5 %	8 %	7 %
TOTAL	101 %	100 %	100 %	99 %	100 %	101 %	100 %	100 %	99 %

Nesten halvparten av dei spurte (48%) har ingen klare preferansar positivt eller negativt (score 3 eller veit ikkje). Her finnast eit potensiale ved å kommunisere våre kvalitetar.

## 4b Kva er grunngivinga for din score

Score 4 og 5, 26% av totalen. Av desse oppgir;

- |                                       |     |                                       |
|---------------------------------------|-----|---------------------------------------|
| – Vakker natur / fin stad             | 41% | } Og / eller ein kombinasjon av desse |
| – Positive karakteristikkar av folket | 20% |                                       |

Score 1 og 2, 27% av total. Av disse oppgir;

- |                                   |     |                                       |
|-----------------------------------|-----|---------------------------------------|
| – Dårleg kommunikasjon / avsides  | 31% | } Og / eller ein kombinasjon av desse |
| – Dårleg med jobbtilbod           | 27% |                                       |
| – Nedgang i folketal /fråflytting | 12% |                                       |

På ein skala frå 1 til 5, der 1 = "i svært liten grad" og 5 = "i svært stor grad" (+ veit ikkje)

5. I kva grad forbinder du følgande med Solund?

a) Nyskapande

	TOTAL	ALDER				QUOTAQ			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = I svært liten grad	6 %	8 %	8 %	4 %	6 %	9 %	5 %	5 %	5 %
2	15 %	19 %	16 %	16 %	14 %	15 %	14 %	15 %	17 %
3	43 %	31 %	32 %	45 %	45 %	36 %	48 %	45 %	42 %
4	20 %	11 %	32 %	20 %	20 %	26 %	18 %	19 %	17 %
5 = I svært stor grad	6 %	8 %	4 %	4 %	6 %	5 %	5 %	4 %	8 %
Veit ikkje	10 %	22 %	8 %	10 %	9 %	10 %	10 %	12 %	10 %
TOTAL	100 %	99 %	100 %	99 %	100 %	101 %	100 %	100 %	99 %

På ein skala fra 1 til 5, der 1 = "i svært liten grad" og 5 = "i svært stor grad" (+ veit ikkje)

5. I kva grad forbinder du følgande med Solund?

b) Gründerand

	TOTAL	ALDER				QUOTAQ			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = I svært liten grad	5 %	11 %	12 %	4 %	4 %	5 %	6 %	4 %	6 %
2	14 %	6 %	12 %	14 %	14 %	13 %	14 %	12 %	15 %
3	34 %	31 %	16 %	35 %	36 %	35 %	34 %	31 %	37 %
4	26 %	19 %	44 %	29 %	26 %	29 %	29 %	22 %	26 %
5 = I svært stor grad	8 %	6 %	8 %	10 %	7 %	7 %	9 %	9 %	5 %
Veit ikkje	13 %	28 %	8 %	8 %	12 %	12 %	8 %	22 %	10 %
TOTAL	100 %	101 %	100 %	100 %	99 %	101 %	100 %	100 %	99 %



På ein skala fra 1 til 5, der 1 = "i svært liten grad"  
og 5 = "i svært stor grad" (+ veit ikkje)

- 5. I kva grad forbinder du følgande med Solund?
- c) Spennande friluftsmoglegheiter

	TOTAL	ALDER				QUOTAQ			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = I svært liten grad	4 %	11 %	8 %	4 %	2 %	3 %	4 %	3 %	4 %
2	8 %	17 %	8 %	8 %	7 %	11 %	10 %	4 %	6 %
3	19 %	17 %	32 %	20 %	18 %	18 %	23 %	16 %	19 %
4	30 %	25 %	20 %	37 %	30 %	26 %	30 %	31 %	32 %
5 = I svært stor grad	32 %	19 %	28 %	27 %	35 %	35 %	25 %	36 %	33 %
Veit ikkje	8 %	11 %	4 %	4 %	8 %	8 %	8 %	10 %	5 %
TOTAL	101 %	100 %	100 %	100 %	100 %	101 %	100 %	100 %	99 %

På ein skala fra 1 til 5, der 1 = "i svært liten grad" og 5 = "i svært stor grad" (+ veit ikkje)

5. I kva grad forbinder du følgande med Solund?

d) Rikt kulturliv

	TOTAL	ALDER				QUOTAQ			
		under 30 år	30-39 år	40-49 år	50 år +	Hyllestad	Askvoll	Fjaler	Gulen
		A	B	C	D	E	F	G	H
BASE	400	36	25	49	290	101	100	100	99
1 = I svært liten grad	4 %	3 %	8 %	6 %	4 %	6 %	2 %	5 %	4 %
2	16 %	17 %	20 %	16 %	15 %	21 %	17 %	13 %	11 %
3	40 %	36 %	32 %	47 %	40 %	35 %	44 %	41 %	40 %
4	17 %	22 %	8 %	10 %	19 %	19 %	16 %	17 %	17 %
5 = I svært stor grad	9 %	14 %	24 %	4 %	8 %	10 %	6 %	9 %	12 %
Veit ikkje	14 %	8 %	8 %	16 %	14 %	10 %	15 %	15 %	15 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %	99 %	100 %	101 %	100 %	100 %	99 %



## Hovudtrekk i undersøkinga:

- Våre naboar har eit generelt positivt inntrykk av Solund, med klare assosiasjonar til øyer og natur.
- Lav score på attraktivitet i forhold til moglegheiter for jobb, noko som også i stor grad også kjem fram i oppfatninga av attraktivitet som bustad. Folket og naturen blir trekt fram som positive kvalitetar ved Solund.
- Når det gjeld score i forhold til valt posisjon, nyskaping og gründerand, må dette seiast å vere positivt. Berre 20% av dei spurte seier seg usamd i at dette er noko dei kan forbinde med Solund.