



Strategisk næringsplan Lunner kommune

Temaplan til kommunedelplan
Samfunnsutvikling

Vedtatt i kommunestyret 24.10.2013

Innhold

Sammendrag av strategier og tiltak	3
Innledning	4
1 Visjon og mål.....	5
1.1 Visjon	5
1.2 Mål og hensikt med næringsplanen	5
1.3 Mål med kommunens næringsutvikling.....	5
1.4 Måleparametere.....	5
2 Strategier og tiltak.....	6
2.1 Lunner kommune skal fokusere på næringsutvikling og sysselsetting	6
2.2 Lunner kommune skal bidra til engasjement og vekst i eksisterende næringsliv, herunder primærnæringer.....	7
2.3 Lunner kommune skal legge til rette for næringsutvikling i sentrale områder	8
2.4 Lunner kommune skal sørge for at det er klargjorte næringstomter	9
2.5 Lunner kommune skal drive aktiv markedsføring og omdømmeprofilering.....	10
2.6 Lunner kommune skal bidra til etablering av kompetansenæringer	11
2.7 Lunner kommune skal sørge for utvikling av turist- og opplevelsesnæringen.....	11
2.8 Lunner kommune skal kjøpe lokale varer og tjenester	12
3 Økonomi og årlige kostnader	13
4 Fakta om næringsutvikling i Lunner kommune	14
4.1 Historisk utvikling av lokal sysselsetting	14
4.2 Sysselsetting	15
4.3 Pendlerkommunen	16
4.4 Flyttemønstre - fra hvilke kommuner kommer tilflytterne?.....	17
5 Rapporter og studier	18
5.1 Areal- og transportanalyse Civitas	18
5.2 Næringsutvikling, innovasjon og attraktivitet i Oppland	18
5.3 Telemarksforskning: Hvordan gjøre seg attraktiv?	19
5.3.1 <i>Bedriftsattraktivitet</i>	19
5.3.2 <i>Besøksattraktivitet</i>	19
5.3.3 <i>Bostedsattraktivitet</i>	20
5.3.4 <i>Hva gjør andre suksesskommuner?</i>	20
6 Oppsummering av Idédugnad for næringslivet	22
Kildehenvisninger	23

Sammendrag av strategier og tiltak

Strategi	Tiltak
Lunner kommune skal fokusere på næringsutvikling og sysselsetting	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ha en bo- og næringsrådgiver 2. Omhandle næringsutvikling i kommunedelplanene 3. Utvikle en kultur for næring 4. Opprettholde satsingen med interkommunal etablererveileder 5. Opprettholde satsingen med Hadelandshagen 6. Støtte Regionrådets prosjekt «Nært og naturlig»
Lunner kommune skal bidra til engasjement og vekst i eksisterende næringsliv, herunder primærnæringer	<ol style="list-style-type: none"> 7. Støtte og ivareta lokale ildsjeler 8. Arrangere ettermiddagsmøter for næringslivet 9. Sende ut nyhetsbrev til næringslivet 10. Sørg for at kommunen har næringsforeninger nord og sør bygda og gi årlige økonomiske bidrag til disse
Lunner kommune skal legge til rette for næringsutvikling i sentrale områder	<ol style="list-style-type: none"> 11. Utvikle en stedsveileder for hele Harestua 12. Støtte arbeidet ved å utvikle Harestua Næringspark 13. Sørg for at kommunale tjenestetilbud legges til sentrumsområdet 14. Gjennomføre et sentrumsprosjekt for Roa som skal resultere i en stedsutviklingsplan 15. Sørg for at veiserviceanlegg legges til nytt kryss mellom Rv 4 og E 16 16. Sørg for at det utvikles plasskrevende næringsvirksomhet (logistikkvirksomhet) sør for Roa sentrum 17. Sørg for videreutvikling av Lupro
Lunner kommune skal sørge for at det er klargjorte næringstomter	<ol style="list-style-type: none"> 18. Lunner kommunes rolle i utbygging av nærings-tomter utredes og fremmes som egen politisk sak 19. Forskuttere utbygging av infrastruktur frem til potensielle næringsarealer 20. Være en pådriver for at eksisterende ledige næringsarealer utvikles/selges
Lunner kommune skal drive aktiv markedsføring og omdømmeprofilering	<ol style="list-style-type: none"> 21. Utvikle en visuell identitet. Profil/logo 22. Utvikle en attraktiv hjemmeside med egen fane om næringslivet 23. Utvikle en «skrytebrosjyre» 24. Stå på stands og drive utadrettet tiltak 25. Bruke og støtte Regionrådets kommunikasjonsstrategi 26. Annonsering i tidsskrifter og på websider
Lunner kommune skal bidra til etablering av kompetansenæringer	<ol style="list-style-type: none"> 27. Drive målrettet markedsføring mot kunnskapsbedrifter 28. Sørg for knoppskyting fra lokale bedrifter. 29. Jobbe for å skape et industrielt miljø.
Lunner kommune skal sørge for utvikling av turist- og opplevelsesnæringer	<ol style="list-style-type: none"> 30. Støtte aktivt lokale destinasjonsbedrifter 31. Kartlegge hytteeierne og markedet 32. Markedsføre kommunen i Hytteguiden som sendes alle hytteeiere 33. Fortsette videre samarbeid med Solobservatoriet 34. Opprettholde satsingen med Hadeland og Ringerike reiseliv og bedre samarbeidet 35. Tilrettelegge for etablering av kurs- og konferansetilbud.
Lunner kommune skal kjøpe lokale varer og tjenester.	<ol style="list-style-type: none"> 36. Ved behov for ekstern kjøp av konferansefasiliteter bør kommunen velge lokale aktører 37. Arrangere målretta opplæring for aktører på hvordan legge inn anbud. Krav m.m. 38. Være en pådriver for at ulike næringer danner større allianser slik at det blir enklere å legge inn anbud på større entrepriser 39. Være bevist på å dele opp større entrepriser i delentrepriser 40. Bruke interkommunal innkjøpskoordinator mer aktivt ved faglig råd m.m. 41. Sende informasjonsbrev til lokale næringsaktører når anbudet foreligger på Doffin.

Innledning

Lunner kommune er inne i en spennende periode med fokus på befolkningsvekst og næringsutvikling. Strategisk næringsplan er et vedlegg til kommunedelplan samfunnsutvikling og skal bidra til å tydeliggjøre kommunens næringslivssatsing og være et styringsdokument for bo- og næringsrådgiver og næringskomiteen.

Arbeidet med utviklingen av strategisk næringsplan har pågått et års tid og er forankret både i næringskomiteen og i det lokale næringslivet. Det ble gjennomført en idédugnad for næringslivet april 2013 og mange av innspillene er flettet inn i de ulike tiltakene beskrevet i kapittel 2.

Kapittel 2 er dokumentets viktigste kapittel og beskriver i detalj strategier og tiltak med ønsket effekt. Kap 3 gir en økonomisk oversikt med prioriteringer. Kap 4 og 5 omhandler fakta og studier relatert til næringsutvikling og vil i praksis være underlag for å måle årlig vekst/nedgang.

Strategisk næringsplan vil være et nytt og levende dokument og behov for justeringer vil komme. Næringskomiteen bør derfor foreta en årlig revisjon/statusoppdatering av dokumentet.

1 Visjon og mål

1.1 Visjon

Sammen for vekst og utvikling!

1.2 Mål og hensikt med næringsplanen

1. Å sikre en samlende og tydelig næringspolitikk som gir forutsigbarhet og vekstmuligheter for næringslivet i kommunen.
2. Å fungere som et operativt styringsredskap for kommunen i forhold til egne prioriteringer av tiltak og innsatsområder.

1.3 Mål med kommunens næringsutvikling

I kommuneplanens samfunnsdel er det følgende målsettinger hva gjelder næringsutvikling:

- Det skal etableres nye arbeidsplasser i kommunen. Økningen bør være tilsvarende det dobbelte av befolkningsveksten i prosent.
- Ved Harestua og Grua, langs RV 4 skal det legges til rette for varehandel og næring
- Roa sentrum skal videreutvikles med varehandel og annen næring. Plasskrevende næring legges til Roa sør.
- Kommunen skal aktivt bidra til å utvikle og markedsføre attraktive næringsarealer.
- Lunnens strategiske beliggenhet skal utnyttes spesielt i forhold til turistnæring.
- Sysselsettingen i landbruksnæringen, inkl. tilleggsnæringer, skal videreutvikles og det skal stimuleres til økt aktivitet.

1.4 Måleparametere

Strategisk næringsplan skal måles årlig etter følgende parametere:

- □Folketallsutvikling
- □Andel arbeidsledige
- □Nyetableringer
- □NHOs attraktivitetsbarometer
- □Skatteinngang
- □Brutto inntekt pr. innbygger
- □Befolkningsandel med høyere utdanning
- □Omdømmemålinger



2 Strategier og tiltak

2.1 Lunner kommune skal fokusere på næringsutvikling og sysselsetting

Lunner kommune har ved opprettelsen av en politisk næringskomité og ansettelse av en bo- og næringsrådgiver, vist et klart ønske om fokus på næringsutvikling og økning av stedlige arbeidsplasser. Næringsrådgiveren skal være næringslivets kontaktperson og talsmann for næringslivets interesser.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Ha en Bo- og næringsrådgiver	Skal sørge for service overfor næringslivet, utvikle politiske nærings saker, ansvarlig for næringskomiteen og være pådriver mtp å gjennomføre tiltakene i næringsplanen.	Vekst i næringslivet og nye stedlige arbeidsplasser.
Omhandle næringsutvikling i kommunedelplanene	Kommunedelplanene ved årets revisjon 2013 har næringsutvikling som eget tema.	Skape en bred forståelse for næringsutvikling i hele organisasjonen. Bidrar til kreative løsninger.
Utvikle en kultur for næring	Kommunen må ha en felles forståelse for viktigheten av næringsutvikling i hele organisasjonen. Arbeidet ivaretas av næringsrådgiver.	Næringsdrivende, nye etablerere og gründere må bli møtt med forståelse uansett hvem man møter i kommune-administrasjonen. Sørge for at begrepet «Ja-kommune» oppleves.
Opprettholde satsingen med interkommunal etablererveileder.	Gran og Lunner gir årlig økonomisk støtte til en 60 % stilling for å ivareta gründervirksomhet og smb. Årlig kostnad på 200.000 kr.	Vekst i nye bedrifter og stedlige arbeidsplasser.
Opprettholde satsingen med Hadelandshagen.	Hadelandshagen jobber målrettet med næringslivsvekst for alle Hadelandskommunene. Årlig kostnad på 200.000 kr.	Regional vekst skaper vekstmuligheter lokalt.
Støtte Regionrådets prosjekt «Nært og naturlig»	Prosjektets hovedmål er å bidra til vekst i form av befolkningsutvikling og økt næringsetablering i regionen.	Regionalt fokus på vekst. Økt tilflytting.

2.2 Lunner kommune skal bidra til engasjement og vekst i eksisterende næringsliv, herunder primærnæringer

Det eksisterende lokale næringslivet vil være kommunens viktigste fokusområde for å skape vekst i stedlige arbeidsplasser. Med mottoet «Folk skaper vekst!» vil kommunen arbeide for å skape engasjement og optimisme. Næringslivet må ha trua på fremtiden og se muligheter og fordeler ved å være etablert i nettopp i Lunner kommune.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Støtte og ivareta lokale ildsjeler	Sørge for at alle med et snev av engasjement og vilje til utvikling får den oppmerksomhet og støtte som de trenger.	Et brennende engasjement for utvikling av lokalsamfunnet
Arrangere ettermiddagsmøter for næringslivet.	Arrangere 2-4 møter årlig. Formålet vil være å øke næringslivets kompetanse om kommunen. Eks: hvordan sende inn høringsinnspill og hvordan søke på anbud.	Et lokalt næringsliv som kjenner til kommunens virke. Skape engasjement.
Sende ut nyhetsbrev til næringslivet	Ved behov sende ut nyhetsbrev for å ivareta interessen og engasjement.	Et oppdatert næringsliv.
Sørge for at kommunen har næringsforeninger nord og sør bygda og gi årlige økonomiske bidrag til disse.	Roa Nærings- og velforening er i 2013 reetablert. Denne foreningen vil dekke nordre del av kommunen og det vil være ønskelig at en tilsvarende forening ble etablert på Harestua.	Lokalt engasjement skaper vekst.

2.3 Lunner kommune skal legge til rette for næringsutvikling i sentrale områder

Lunner kommune skal i behandlingen av planer for Harestua og Roa vektlegge næringsutvikling og næringslivets deltakelse. Sentrale områder i denne planens sammenheng vil være Harestua og Roa.

Tiltak for Harestua	Beskrivelse	Ønsket effekt
Utvikle en stedsveileder for hele Harestua.	Utvikle en stedsveileder med delveidere for sentrum, næringstomter ved Rv 4 og friarealene.	Sikre kvaliteter og uttrykk som er juridisk bindene ved byggeprosjekter.
Støtte arbeidet ved å utvikle Harestua Næringspark.	Harestua Næringspark beliggende rundt avkjøringen fra Rv4 vil bli et viktig næringsområde, men også viktig visuelt. Stedet bør ha et fotavtrykk som setter Harestua på kartet.	Harestua skal bli et attraktivt område for næringsaktører og bidra til at folk fatter interesse for området og kjører innom.
Sørge for at kommunale tjenestetilbud legges til sentrumsområdet.	Kommunens viktigste bidrag til å utvikle sentrum er å legge kommunale tjenester dit.	At sentrum får et pulserende liv.

Tiltak for Roa	Beskrivelse	Ønsket effekt
Gjennomføre et sentrumsprosjekt for Roa som skal resultere i en stedsutviklingsplan.	Utarbeide og gjennomføre et sentrumsprosjekt for Roa.	Helhetlig stedsutviklingsplan som ivaretar ønsket utvikling.
Sørge for at veiserviceanlegg legges til nytt kryss mellom Rv 4 og E 16.	Ledelsen i eindomsavdelingen for Statoil har vært i møte med kommunen og sendt inn høringsuttalelse til arealplan om ønsket etablering av servicestasjon ved nytt veikryss Rv 4/E 16.	Nye stedlige arbeidsplasser og synlig effekt på at kommunen ønsker næringsetablering.
Sørge for at det utvikles plasskrevende næringsvirksomhet (logistikkvirksomhet) sør for Roa sentrum.	Ny firefelts vei for Rv 4 medfører nye kryssløsninger. I Roa sørområde vil dette åpne for utvikling av nye næringsområder.	Plasskrevende næringsvirksomhet plassert på ett sted.
Sørge for videreutvikling av Lupro	Lupro står stadig ovenfor utfordringer i forhold til mangel på arealer. Næringskomiteen bør derfor se nærmere på kommunens eierstrategi og fremme en mer langsiktig plan.	At kommunen sørger for trygge rammebetingelser for langsiktig drift.

2.4 Lunner kommune skal sørge for at det er klargjorte næringsstomter

Det skal være klargjorte tomter for næringsetablering, ferdig regulerte med infrastruktur.

Dersom kommunen skal være attraktiv å etablere seg i for næringsaktører, kan det ikke kreve langvarige planprosesser og ventetid i forhold til at infrastruktur skal komme på plass. I konkurransen om etableringer vil tidsperspektivet kunne være avgjørende.

Det lokale næringslivet uttrykker stor bekymring for at det ikke er tilgjengelige byggeklare næringsstomter i kommunen. Det er vedtatt gjennom kommuneplan Samfunnsdelen at kommunen skal jobbe for at dette tilbudet kommer på plass, men ikke på hvilket nivå. Gran kommune eier, utvikler og selger næringsstomter i egen regi, mens Jevnaker eier regulert område som de har solgt til utvikler. Andre kommuner velger å løfte dette ut av kommunal drift og etablere heleide utviklingsselskaper eller i samarbeid med private aktører. Hvilken løsning og hvilke prinsipper som skal legges til grunn krever en mer grundig redegjørelse.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Lunner kommunes rolle i utbygging av nærings-tomter utredes og fremmes som egen politisk sak.	Saksutredning som bør se på prinsipper, økonomi, eksempler fra andre kommuner m.m.	Avklaring rundt temaet.
Forskuttere utbygging av infrastruktur frem til potensielle næringsarealer.	Kommunen kan være utbygger og forskuttere kostnadene for å få på plass nødvendig infrastruktur frem til byggegrense. Tilbakebetalings-ordninger fremforhandles med utbygger i utbyggingsavtaler.	Næringsstomter realiseres.
Være en pådriver for at eksisterende ledige næringsarealer utvikles/selges.	Det er i dag flere næringsområder som er ferdigstilte, men som ikke utvikles. Kommunen bør innkalle eierne til møter for å avklare fremdrift.	Næringsstomter realiseres.

2.5 Lunner kommune skal drive aktiv markedsføring og omdømmeprofilering

Lunner kommune må settes på kartet og bli kjent. Til tross for kort avstand til arbeidsmarkedet i Oslo-regionen ligger Lunner i skyggen av andre nærliggende regioner. Det må derfor jobbes med målrettet markedsføring og Lunner kommune må oppfattes som en profesjonell og attraktiv kommune.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Utvikle en visuell identitet. Profil/logo.	Det er et stort behov for å profesjonalisere kommunens ansikt utad.	Et profesjonelt ansikt utad.
Utvikle en attraktiv hjemmeside med egen fane om næringslivet.	Utvikle en attraktiv hjemmeside for å «selge» kommunen. Informasjon Om kommunen, om rutiner og næringsaktører i kommunen. Engasjere proffe folk til utvikling av siden. Link til Hadelandshagen.	Gjøre det enklere å finne relevant informasjon. Fremstå mer profesjonelt.
Utvikle en «skrytebrosjyre».	Utvikle en skrytebrosjyre i både web og trykket format. Sendes innflyttere og brukes aktiv i markedsføring.	Økt tilflytting.
Stå på stands og drive utadrettet tiltak.	Kommunen er på mange arenaer og møteplasser. Muligheten for å drive utadrettet markedsføring er mange og det bør tilstrebes at kommunen er synlig.	Økt oppmerksomhet.
Markedsføre attraktive næringsarealer.	Kommunen bør bistå private utviklere med å markedsføre sine næringsarealer. Dette kan skje på kommunens hjemmeside eller økonomisk bidrag i form av annonser, brosjyrer m.m.	Realisering av næringstomter.
Bruke og støtte Regionrådets kommunikasjonsstrategi	Regionrådet for Hadeland har utviklet en kommunikasjonsstrategi som definerer målgrupper og tiltak for å drive en mer målrettet markedsføring.	Økt tilflytting og vekst i næringslivet.
Annonsering i tidsskrifter og på websider	Kjøp av annonseplasser for målrettet markedsføring.	Økt treff på hjemmeside.

2.6 Lunner kommune skal bidra til etablering av kompetansenæringer

På grunn av stor andel med pendlere har også Lunner kommune et høyere utdanningsnivå enn Oppland ellers. Det ligger derfor til rette for etablering av kunnskapsbedrifter. Dette vil gi flere stedlige arbeidsplasser og lavere andel pendlere. Satsingsområdet bør sees i et regionalt perspektiv og i samarbeid med Hadelandshagen.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Drive målrettet markedsføring mot kunnskapsbedrifter.	Kartlegge potensielle bedrifter og drive målrettet markedsføring.	Få disse bedriftene til å flytte etter kunnskapsarbeiderne.
Sørge for knoppskyting fra lokale bedrifter.	Kartlegge bedrifter og analysere trender. Sørge for klyngedannelser.	Nye kompetansenæringer med utspring i lokale bedrifter.
Jobbe for å skape et industrielt miljø.	Hvilke industrimiljøer kan med fordel ligge i Lunner kommune?	Stedlig arbeidsplasser.

2.7 Lunner kommune skal sørge for utvikling av turist- og opplevelsesnæringen

Kommunens beliggenhet skal utnyttes spesielt. Solobservatoriet er under utvikling og har et potensiale til å bli kjent landet over for sine aktiviteter. Kommunen har gitt økonomisk bidrag til prosjektutvikling og etablererveilederen følger utviklingen tett. I tillegg er utviklingen av Bislingen hotell spennende og kommunen har gått langt mtp bidrag til utbygging av infrastruktur. Lunner kommune har med sin nærhet til Marka og Oslo blitt en kommune med høy andel hytter. Potensialet er stort og flere hyttefelt er under utvikling og tilleggsnæringer rundt hyttemarkedet bør ligge til stede.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Støtte aktivt lokale destinasjonsbedrifter.	Etablere eget forum for destinasjonsbedrifter og avdekke hvilken rolle kommunen bør ha.	Målrettet satsing.
Kartlegge hytteeierne og markedet.	80 % av hytteeierne i Lunner kommune kommer fra Oslo. Hvilke preferanser har de?	Målrettet satsing.
Markedsføre kommunen i Hytteguiden som sendes alle hytteeiere.	Et konsept som kommunen kan benytte gratis.	Økt fokus på Lunner.
Fortsette videre samarbeid med Solobservatoriet.	Interkommunal etablererveileder fortsetter sitt samarbeid.	Bli en nasjonal destinasjonsbedrift.
Opprettholde satsingen med Hadeland og Ringerike reiseliv og bedre samarbeidet	Kommunen støtter HRR med 100.000 kr årlig. Et tettere samarbeid bør dog opprettes.	Vekst i turistnæringen.
Tilrettelegge for etablering av kurs- og konferansetilbud.	Kurs- og konferansetilbud med mulighet for overnatting mangler i kommunen.	Konkret etablering.

2.8 Lunner kommune skal kjøpe lokale varer og tjenester

Regler for offentlige anskaffelser setter begrensinger for denne strategien, men kommunen kan allikevel legge til rette for at det lokale næringslivet velges.

Tiltak	Beskrivelse	Ønsket effekt
Ved behov for ekstern kjøp av konferansefasiliteter bør kommunen velge lokale aktører.	Tilstrebe at lokale aktører velges.	Vekst i lokalnæringen.
Arrangere målretta opplæring for aktører på hvordan legge inn anbud. Krav m.m.	Sørge for at lokale aktører ikke faller ut av anbudprosesser på feil i søknader.	Flere lokale søkere som kommer opp til vurdering.
Være en pådriver for at ulike næringer danner større allianser slik at det blir enklere å legge inn anbud på større entrepriser.	Etablering av ulike klynger kan være en fordel for å vinne større anbud. Eks. etablering av bygg- og anleggsklynge.	Flere lokale søkere som kommer opp til vurdering.
Være bevisst på å dele opp større entrepriser i delentrepriser.	Om ikke alliansene er på plass kan dette være en måte å få lokale til å gi anbud.	Flere lokale søkere som kommer opp til vurdering.
Bruke interkommunal innkjøpskoordinator mer aktivt ved faglig råd m.m.	Sørge for å øke innsikt rundt anbudskonkurranser m.m.	Flere lokale søkere som kommer opp til vurdering.
Sende informasjonsbrev til lokale næringsaktører når anbudet foreligger på Doffin.	Utøve en «ekstraservice» for det lokale næringslivet.	Flere lokale søkere som kommer opp til vurdering.

3 Økonomi og årlige kostnader

Tjeneste 3252 Tilrettelegging og bistand for næringslivet har for 2013 et budsjett på 673.433 kr. I tillegg ble mindreforbruket for 2012 på 180.000 kr overført til 2013.

Mange av tiltakene i kap 2 kan gjennomføres med tilgjengelige ressurser uten kjøp av ekstern bistand. Tiltak som årlig støtte til Hadelandshagen og HRR er bunnet i langsiktige avtaler, mens etablererveileder er et IS-samarbeid med Gran kommune.

Tabellen nedenfor beskriver kostnader fordelt i tre bolker; årlige faste bidrag, arrangementer og markedsføring. Disse områdene ansees som de viktigste i årene som kommer.

Tiltak	Kostnader	Sum
Årlige økonomiske bidrag		
• Opprettholde satsingen med interkommunal etablererveileder	200.000	
• Opprettholde satsingen med Hadelandshagen	200.000	
• Sørge for at kommunen har næringsforeninger nord og sør bygda og gi årlige økonomiske bidrag til disse	50.000	
• Opprettholde satsingen med Hadeland og Ringerike reiseliv og bedre samarbeidet	100.000	
Sum økonomisk bidrag		550.000
Arrangementer		
• Arrangere ettermiddagsmøter for næringslivet Beverting og foredragsholdere	50.000	
Sum arrangementer		50.000
Markedsføring		
• Utvikle en visuell identitet. Profil/logo	50.000	
• Utvikle en «skrytebrosjyre»	20.000	
• Annonsering i tidsskrifter og på websider	30.000	
Sum markedsføring		100.000
Sum årlige kostnader		700.000
Avsatt til ikke spesifisert formål		153.433

4 Fakta om næringsutvikling i Lunner kommune

4.1 Historisk utvikling av lokal sysselsetting

Nedenfor er en kort gjennomgang av Lunnens sysselsettingshistorie blant annet basert på Arnfinn Gravems bok "Lunner kommune 1898 - 1998". I 1953 var det 24 dagligvarebutikker som søkte kommunestyret om rett til ølsalg. Det var også 8 bensinstasjoner i kommunen. I 1956 var det 106 helårsarbeidere i Lunner Allmenning og en god del andre på deltid.

Lunnens industrihistorie er innslag av en mengde små og nokså mellomstore bedrifter som har kommet og gått. Kommunen har oppmuntret til etableringer, men det har vært mange skuffelser. Noe av det siste ordfører Schiong uttalte seg om som ordfører, var luftige industrietableringer som ikke var særlig mye verdt, særlig hvis kommunen måtte ut med store utgifter til bedrifter som seinere gikk dårlig.

I 1960 var det registrert 122 industri- og bergverksarbeidsplasser i Lunner. Den største enkeltindustrien var tekstil- og konfeksjonsindustrien, hvor det var 45 arbeidsplasser. Disse var hovedsakelig fordelt på tre bedrifter på Roa. Systua El-Jor, Thoresnes Skjortefabrikk og Ciro konfeksjonsfabrikk. Den siste var opprinnelig en avdeling av en større Oslo bedrift, som få år etter krigen hadde søkt ut for å dra nytte av arbeidskraftoverskuddet på Hadeland. Men felles for tekstilindustrien på Roa ble likevel at det var vanskelig å skaffe tilstrekkelig arbeidskraft. Noe de mente skyltes de dårlige kommunikasjonene og boligmangel. Dette endte med at Ciro flyttet til Gran i 1966 og El-Jor fortsatte å sy kjoler i noen år til før det ble slutt.

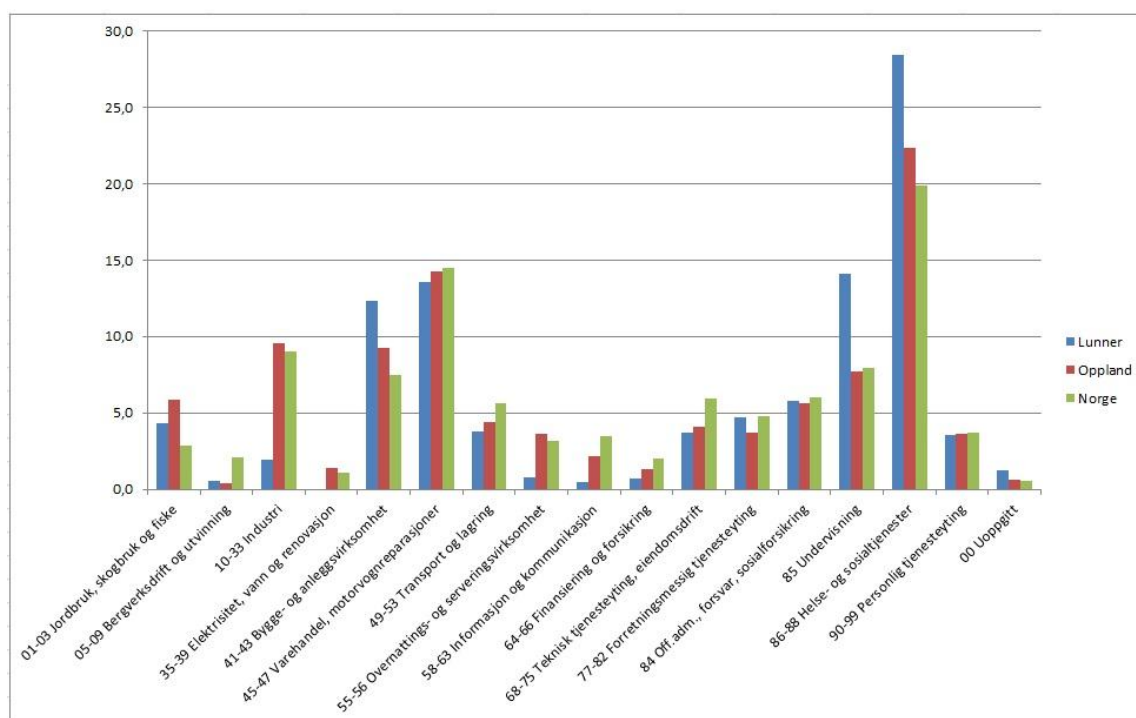
Sagbruks- og møbelindustrien, det vil si Harestua bruk, beskjeftiget rundt 15 stykker midt på 60-tallet. Møbelindustrien ca. det samme. Ellers var det mindre bedrifter innen næringsmiddelindustrien, steinbrudd og kalkverk. Lunner kalkverk gikk konkurs i 1967. Det året viste statistikken bare 68 arbeidsplasser innen industri- og bergverk. En plastfabrikk, Kibra, etablerte seg i kommunen i 1979-tallet, men måtte gi tapt i løpet av 80-tallet. Det ble etablert en kjøttvareindustri, Roakjøtt, som gikk godt i mange år med opptil 20 - 25 ansatte, men også den måtte gi opp i 1990. I dag opererer den kommunale bedriften for yrkesvalghemmede, Lunner Produkter, i de tidligere lokalene til Roakjøtt.

Etter århundreskiftet 1900 reiste mange rikfolk til kommunen som turister. Middelklassen fulgte også etter. Det var vanlig at rikfolk kjøpte seg nedlagte bruk eller lignende og bygde om til staselige feriesteder. Blant annet var grosserer Gunerius Pettersen og forlags bokhandler J.W. Cappelen eiere av slike. I en periode var Hadeland synonymt med pensjonatferie for mange i hovedstaden. Det var passende avstand fra hovedstaden, forbindelsene var gode og prisene overkommelige. Etter andre verdenskrig dabbet denne turismen av. Lønnsomheten var ikke lenger stor nok til at en fant det bryet verdt å drive gardspensjonat. Turismen sank, men isteden for å bli helt borte fikk den en dreining mot hyttebygging.

4.2 Sysselsetting

Arbeidsplasser i Lunner fordelt på næring	2008	2009	2010	% fordeling 2010
01-03 Jordbruk, skogbruk og fiske	103	97	89	4,4
05-09 Bergverksdrift og utvinning	10	9	11	0,5
10-33 Industri	61	43	39	1,9
35-39 Elektrisitet, vann og renovasjon	0	0	0	0,0
41-43 Bygge- og anleggsvirksomhet	268	250	252	12,3
45-47 Varehandel, motorvognreparasjoner	271	283	278	13,6
49-53 Transport og lagring	73	85	78	3,8
55-56 Overnattings- og serveringsvirksomhet	23	22	16	0,8
58-63 Informasjon og kommunikasjon	4	5	10	0,5
64-66 Finansiering og forsikring	20	16	14	0,7
68-75 Teknisk tjenesteyting, eiendomsdrift	74	83	75	3,7
77-82 Forretningsmessig tjenesteyting	87	87	96	4,7
84 Off.adm., forsvar, sosialforsikring	117	117	118	5,8
85 Undervisning	281	279	288	14,1
86-88 Helse- og sosialtjenester	596	608	582	28,5
90-99 Personlig tjenesteyting	68	61	72	3,5
00 Uoppgitt	28	31	26	1,3
Total:	2084	2076	2044	100,0

Grafen nedenfor viser arbeidsplassfordelingen per bransjekategori og sammenlignet med fordelingen for Oppland og Norge.



4.3 Pendlerkommunen

Lunner kommune er i likhet med mange andre kommuner som tilhører Osloregionen en pendlerkommune. I 1950 pendlet omkring 300 personer, noe som steg til omtrent 400 ti år etter. På 60-tallet steg pendlingen raskt og stabiliserte seg på over 40 % av de yrkesaktive.

På oppdrag for Distriktssenteret har Telemarksforskning utviklet en sårbarhetsanalyse av kommuners tilgang på arbeidsmarkedet. Rapporten viser at Lunner kommune har svært lav sårbarhet i arbeidsmarked. På landsbasis bare slått av Rælingen kommune.

Sårbarhetsanalysen er målt ved å kombinere tre faktorer:

- Om en kommune er avhengig av en hjørnesteinsbedrift. Jo større hjørnesteinsbedriften er i forhold til stedets sysselsetting, jo mer sårbart vil stedet være.
- Om kommunen har spesialisert seg omkring én bransje. I for eksempel en fiskerikommune vil fallende priser på fisk eller lav fiskebestand ramme hele næringen.
- Om kommunen er så geografisk isolert at det er liten pendling inn og ut av kommunen. Desto mer isolert en kommune er, desto større blir konsekvensene ved bortfall av arbeidsplasser.

Det er spesielt den siste faktoren Lunner har skåret best på. Kommuner med en høy andel pendlere til andre kommuner, har høy arbeidsmarkedsintegrasjon og dermed mindre sårbar for bortfall av lokale arbeidsplasser. Rapporten peker på at det finnes eksempler på beslektede indekser hvor høy utpendling er et tegn på sårbarhet og liten bærekraft. Telemarksforskning mener derimot at dette er feil. Høy utpendling betyr at stedet har lett tilgang til et nærliggende arbeidsmarked. Det vil alltid være en fordel. Dermed burde det hete «overskudd på folk» i stedet for «underskudd på arbeidsplasser».

Antall pendlere til Oslo kommune har gått ned med hele 34 % fra år 2000 til 2010, men er fortsatt den dominerende utpendlerkommunen. Samtlige nabokommuner har en markant oppgang.

Utpendling - antall sysselsatte	År		Endring	
	2000	2010	Antall	%
0301 Oslo kommune	1789	1337	-452	-34 %
0534 Gran	517	681	164	24 %
0233 Nittedal	184	303	119	39 %
0605 Ringerike	88	125	37	30 %
0231 Skedsmo	53	107	54	50 %
0532 Jevnaker	88	100	12	12 %
0219 Bærum	44	80	36	45 %
0235 Ullensaker	32	60	28	47 %
0230 Lørenskog	43	52	9	17 %
0502 Gjøvik	26	47	21	45 %

Fra år 2000 til 2010 har antall innpendlere økt med 11 % fra 569 til 637 personer. Gran kommune er dominerende, mens Oslo-innbyggere har en markant og interessant økning.

Innpendling	År		Endring	
	2000	2010	Antall	%
0534 Gran	285	299	14	5 %
0532 Jevnaker	91	115	24	21 %
0301 Oslo kommune	27	59	32	54 %
0605 Ringerike	30	36	6	17 %
0233 Nittedal	12	17	5	29 %
0219 Bærum	2	10	8	80 %
0612 Hole	1	8	7	88 %
0231 Skedsmo	3	7	4	57 %
0237 Eidsvoll	2	7	5	71 %
0238 Nannestad	2	6	4	67 %

4.4 Flyttemønstre - fra hvilke kommuner kommer tilflytterne?

Tall fra SSB i 2011 viser at den relative utflyttingen fra Oslo er størst i aldersgruppen 30-39 år og 0-5 år. Det vil si at det i stor grad er familier med små barn som søker seg ut av storbyen. Over halvparten av familiene flytter til Akershus, sannsynligvis for å beholde nærhet til arbeid og venner i Oslo-regionen.

Innflyttede personer (kun innenlandske flyttinger) for 2011.

2011	Kommune	Antall
	I alt	489
1	Oslo	147
2	Gran	87
3	Nittedal	47
4	Jevnaker	15
5	Skedsmo	14
6	Bærum	12
7	Asker	9
8	Lørenskog	9
9	Nannestad	9
10	Søndre Land	9
11	Ullensaker	8
12	Gjøvik	8
13	Sørums	7
14	Ringerike	7
15	Østre Toten	6
16	Etnedal	6

I følge tall for 2011 ser vi at Oslo kommune fortsatt er den dominerende tilflytterkommunen. Det er derimot interessant at nabokommunene i sør og nord er til sammen nesten like stor som Oslo alene. Ved målrettet markedsføring mot potensielle innflyttere er derfor Nittedal og Gran kommuner meget aktuelle. Kommune har mange likheter og relasjonene til regionen er mange.

5 Rapporter og studier

5.1 Areal- og transportanalyse Civitas

Viktige funn i areal- og transportanalysen:

- befolkningsutviklingen har ligget på om lag 0,5 % i året de siste ti årene
- Lunner har fødselsoverskudd, men for stor utflytting
- Virksomheter og tjenester er for spredt. Dette bidrar til mangel på attraktivitet i eksisterende tettsteder. Det blir ikke tilstrekkelig tetthet i tjeneseter, tilbud og opplevelser.
- Det er for høy andel eneboliger.
- Bosettingsstrukturen gjør at det ikke er velegnet til å få reisende til å gå, sykle eller bruke kollektive transportmidler.
- Skal Lunner ta en del av Osloveksten må det gjøres vesentlige endringer for å øke attraktiviteten ved tettstedene.
- Utvikling av næringsområder må styres tydelig og nyanseres gjennom kommuneplanene. Rett virksomhet må lokaliseres på rett sted; dette gjelder også handelsdestinasjoner. All næringsetablering er nødvendigvis ikke en bra etablering mtp tettstedets attraktivitet.

5.2 Næringsutvikling, innovasjon og attraktivitet i Oppland

Viktig funn om næringsutvikling, innovasjon og attraktivitet i Oppland:

- Lunner skiller seg ut fra de andre kommuner i Oppland på alle områder
- Til tross gode tall sammenlignet med Oppland ellers ligger Lunner lavere enn landsgjennomsnittet på vekst i antall arbeidsplasser
- Lunner er den kommunen med klart høyest netto utpendling i Oppland. Her tilsvarte nettoutpendlingen 54,9 prosent sysselsettingen. Kun sju kommuner hadde høyere netto utpendling i 2010.
- Hadeland har høyest arbeidsmarkedsintegrasjon av regionene i Oppland og Hedmark, og reflekterer at regionen er geografisk liten med gode pendlingsmuligheter inn til Oslo. Hadeland har niende høyest arbeidsmarkedsintegrasjon blant de 83 regionene i landet.
- Lunner og Jevnaker er de to kommunene som har høyest arbeidsmarkedsintegrasjon i Oppland. Disse er rangert som nummer 48 og 56 i landet. Begge kommunene er mindre kommuner i relativ nærhet til større steder med godt arbeidsmarked, og Oslo spesielt.
- Lunner er etter Lillehammer og Gjøvik den kommunen i Oppland med størst andel høyere utdannede personer (25 % av sysselsatt befolkningen). Derimot er den lavere i forhold til landsgjennomsnittet (34 %).
- Andel ansatte med høyere utdanning i næringslivet i Lunner er på 16 %, mens landsgjennomsnittet er på 25 %.
- Nærings-NM: Lunner på topp i Oppland på etableringsindeksen (105 av 430)

5.3 Telemarksforskning: Hvordan gjøre seg attraktiv?

I Attraktivitetspyramiden forklares steders utvikling gjennom deres attraktivitet langs tre dimensjoner: Attraktivitet for bedrifter i basisnæringer, attraktivitet for besøkende og attraktivitet som bosted. I strategisk næringsplan er de ulike strategiske valgene kategorisert i disse tre dimensjonene.

5.3.1 Bedriftsattraktivitet

Handler om steder som kan har en høy andel sysselsetting knyttet til næringsvirksomhet som handler om produksjon av varer og tjenester som kan selges ut av regionen. Stedet er attraktivt fordi det er gunstig å produsere noe som kan eksporteres til andre steder.

Næringsvirksomheten deles opp i tre *basisnæringer*:

Naturbasert næring: landbruk, fiske, havbruk og gruvedrift

Industri: industriell produksjon

Teknologiske tjenester: IKT, engineering og telekom

Både naturbaserte og industri har hatt synkende antall arbeidsplasser i Norge. Tidligere var bedrifters lokalisering avhengig av tilstrekkelig naturressurser (skog, vannkraft m. m). I dag er norske produksjonsbedrifter mer avhengig av kompetent og tilstrekkelig arbeidskraft og konsentreres fortrinnsvis mot byer og urbane strøk.

Man kan bli attraktiv for bedrifter ved å:

- Gjøre seg attraktiv for bedrifter med behov for høykompetanse
- Samarbeide over kommunegrensene
- Innovasjon og nettverk

Bedriftsattraktivitet i Lunner:

For Lunner sin del er bedriftsattraktivitet av liten betydning som drivkraft for stedlig vekst. Samtidig har Lunner en høy andel med innbyggere med høyere utdanning og med nærheten til Oslo og mange pendlere vil det på sikt ligge til rette for etablering av teknologiske produksjonsbedrifter med behov for høykompetente arbeidstakere.

I første omgang bør Lunner satse på det næringslivet som allerede finnes og sørge for vekst og fremtidig utvikling. Derfor er det allerede iverksatt en kartlegging av næringslivet. Kartlegging bør avdekke:

- hva finnes i dag, antall bedrifter, bransjer, størrelse m.m
- hva skal til for å fremme vekst i dagens næringsliv?
- hvordan sørge for å dekke fremtidig kompetansebehov?

5.3.2 Besøksattraktivitet

Handler om all former for besøksnæring som krever at kunden må møte personlig til stedet. Steder er attraktive fordi de trekker til seg besøkende som skaper arbeidsplasser i besøksnæringen. Besøksnæringen

består av fire kategorier; handel (butikker), overnatting, servering og aktiviteter. Aktiviteter består av kulturvirksomheter, underholdning, sport og aktiviteter. For å få vekst i denne næringen utover lokalbefolkningens behov må man sørge for ”import” av kjøpekraft.

Man kan bli attraktiv for besøk ved å:

- Utvikle gode nok tilbud til sine egne innbygger og for andre regioner og fylke
- Bygge hytter
- Turisme/destinasjonsutvikling

Besøksattraktivitet i Lunner:

Her har Lunner et stort potensial for stedlig vekst, særlig innenfor turisme/overnatting. Solobservatoriet er et eksempel på en besøksnæring i Lunner. I tillegg er det indikasjoner fra bilbransjen i kommunen at tilreisende kommer til Lunner for å kjøpe bil. Man kan f. eks bli hentet på Gardermoen og kjørt til utsalgssted i Lunner.

5.3.3 Bostedsattraktivitet

Bostedsattraktivitet skal fremme innflytting og redusere fraflytting. Økt innflytting gir vekst i *bostedsnæringer*. Bostedsnæringer er alle tjenester som er direkte rettet mot stedets egne innbyggere. Først og fremst vil dette være som kommunale tjenester.

Man kan bli attraktiv for bostedskommune ved å:

- Tilby gode kommunale tjenester og ha et godt kultur- og fritidstilbud
- Stimulere boligbygging
- Skape sosiale møteplasser og sentra
- Støtte næringsutvikling hos naboer
- Bedre kommunikasjon for pendlere
- Ta vare på innvandrere

Bostedsattraktivitet i Lunner:

Dette er den dimensjonen som Lunner kommune er best på i dag. Lunner kommune er en vekstkommune til tross for lav andel stedlige arbeidsplasser. Det vil si at folk flytter ikke hit på grunn av arbeidstilbud, men fordi det er kort vei til Norges største arbeidsmarked. Derfor bør Lunner kommune fortsette å være gode på nettopp denne dimensjonen.

5.3.4 Hva gjør andre suksesskommuner?

Telemarksforskning har i samarbeid med Sintef utarbeidet en rapport som tar for seg suksessrike distriktskommuner (2012). Selv om Lunner ikke er en distriktskommune er det allikevel mange likhetstrekk mellom Lunner kommune og de kommunene som trekkes frem i rapporten.

Kortfattet peker rapporten på en del funn for en suksesskommune (vekst i næring og befolkning):

- Det er først og fremst adferdsmønsteret som preger folkene som bor der som avgjør vekst
- Folk skaper et sted med sine holdninger og handlinger
- Offensiv og optimistisk utviklingskultur
- Mer vekt på tilpasning og fleksibilitet, enn på regler og kontroll

- Kommunene kan håndtere regler når det er påkrevd, orientere seg i et marked når det må og snu seg raskt for å få i gang et prosjekt. Små kommuner med kort vei fra idé til beslutningstaker = smådriftsfordeler.
- Gode på å håndtere krise og nedgang; konkursbedrift = nye muligheter
- Legge til rette for arbeidsinnvandring; stille boliger til disposisjon, aktive integreringstiltak og legge til rette for arbeiderinnvandrernes familier
- Et næringsliv som gjør det bra ved å rasjonalisere og effektivisere betyr også færre sysselsatte. Dette skaper ikke vekst!

I tillegg ble det under arbeidet med rapporten avkreftet enkelte oppfatninger mtp vekst:

- Rike energikommuner med god økonomi er sjelden en suksesskommune
- Sentral beliggenhet ved en viktig gjennomfartsåre er ikke ensbetydende med vekst. Det er faktisk lettere å finne en distriktskommune sentralt beliggende ved en gjennomfartsåre og som ikke har vekst, enn motsatt! Mange kommuner har faktisk fått kraftigere vekst etter at veien ble lagt om utenom kommunens sentrumsområder.
- Kommunale planer er ikke tilstrekkelig og ikke engang nødvendig for stedlig suksess.
- Hvordan man har organisert sin næringspolitikk spiller mindre rolle enn hvordan man utfører den.

6 Oppsummering av Idédugnad for næringslivet

Onsdag 24. april 2013 arrangerte Lunner kommune idédugnad for næringslivet. 29 personer møtte opp og bedriftene var representert fra sør til nord og fra liten til stor.

I forbindelse med utvikling av en strategisk næringsplan for kommunen ble næringslivet invitert til å gi sine innspill til planen. Selve idédugnaden ble gjennomført som en prosess basert på idéverkstedsmodellen. Prosessen ble ledet av kommunens næringsrådgiver og næringskomiteens medlemmer, støttet av ekstern innleid konsulent. Det ble nedsatt fem arbeidsgrupper som i løpet av to timer arbeidet med ulike problemstillinger. Resultatene ble en rekke ideer for konkrete tiltak (se eget vedlegg).

Tilbakemeldingene fra arrangementet har vært gode. - Jeg ønsker å takke for et veldig bra arrangement i dag! Det var en god organisering av prosessen og der kom fram mye interessant og viktig kommunen har å jobbe videre med. Bra tiltak! Skriver daglig leder i Otrera, Siri Skogvold Isaksen på våre facebooksider.

Kildehenvisninger

Telemarksforsking: Suksessrike distriktskommune - en studie av kjennetegn ved 15 norske distriktskommune. TF-rapport nr. 303/2012.

Telemarksforsking: Næringsutvikling, innovasjon og attraktivitet i Oppland. TF-notat nr.8/2012.

Civitas: Areal- og transportanalyse for Hadeland. Januar 2012.

Lunner kommune 1898 - 1998, Arnfinn Gravem