



Guri Mette Vestby (red.)

Byenes attraktivitet Kongsberg i fokus

NOTAT
2006:106

Tittel: Byenes attraktivitet –Kongsberg i fokus

Forfatter: Guri Mette Vestby (red.)

NIBR-notat: 2006:106

ISSN: 0809-6929
ISBN: 82-7071-606-5

Prosjektnummer: O-2373
Prosjektnavn: Byenes attraktivitet

Oppdragsgiver: Østfold og Buskerud fylkeskommuner. For dette notatet:
Kongsberg kommune

Prosjektleder: Guri Mette Vestby

Referat: Notatet er en sammenstilling av fakta og forestillinger om Kongsberg som er fremskaffet gjennom prosjektet ”Byenes attraktivitet – byutvikling som grunnlag for profilering og markedsføring”. Byene ønsker å øke sin tiltrekningskraft for næringsetablering, bosetting og besøk/turisme. Et mer samlet blikk på kjennetegn ved næringslivet, den humane kapital og byens fysiske og estetiske særtrekk vil være verdifullt når en skal arbeide lokalt med utviklingen og profileringen av byen. Byens potensial som sentrum for handel og service vies også oppmerksomhet. Bærekraftbarometeret gir et fortettet bilde av en lang rekke indikatorer for miljø, økonomi, levekår og lokal livskraft. Surveydata gir kunnskap om hvilke bilder andre har om byen, og om eksterne næringslivslederes vurderinger av attraktiviteten ved byen. Byens selvpresentasjoner via sine nettsteder ses i lys av ønsket om å nå potensielle innbyggere, næringsetablere og turister.

Sammendrag: Norsk

Dato: April 2006

Antall sider: 77

Utgiver: Norsk institutt for by- og regionforskning
Sinsenvn. 47 B, Postboks 44 Blindern
0313 OSLO

Vår hjemmeside: Telefon: 22 95 88 00
Telefaks: 22 22 37 02
E-post: nibr@nibr.no
<http://www.nibr.no>

Org. nr. NO 970205284 MVA

© NIBR 2006

Forord

Dette notatet er en sammenstilling av data fra det empiriske grunnlagsmaterialet og analyser som spesielt gjelder Kongsberg i prosjektet "Byenes attraktivitet". I dette prosjektet, som Norsk institutt for by- og regionforskning har gjennomført på oppdrag for fylkeskommunene Østfold og Buskerud, er søkelyset på alle de ti bykommunene i disse fylkene. Byene får slik anledning til å sammenligne seg med hverandre. Prosjektet har inngått i det europeiske "Metropolitan Areas +" – prosjektet som disse byene har deltatt i.

Arbeidet er gjennomført i perioden mai-oktober 2005. Kongsberg kommune ønsket at vi påtok oss arbeidet med å sammenstille dataene for deres kommune. Forsker Guri Mette Vestby, som har vært prosjektleder for "Byens attraktivitet", har utført dette arbeidet.

Bortsett fra den innledende byprofilen og sammendraget fra hovedrapporten, er hvert av kapitlene hentet fra eller basert på et NIBR-notat med samme navn. Notatene kan lastes ned elektronisk fra NIBR's hjemmeside www.nibr.no/publikasjoner/notater (År 2005). I disse notatene beskrives nærmere de metodene vi har anvendt for de enkelte tema. Samlet har prosjektet benyttet et stort spekter av metoder, analyse av flere ulike type registerdata, surveys, litteraturstudier, evaluering av nettstedet og befaringer i byene.

I hovedrapporten fra prosjektet drøftes temaet byers attraktivitet, omdømme og imagebygging nærmere. Der er også dataene i det foreliggende grunnlagsmaterialet satt i en større analytisk sammenheng som retter søkelyset på særtrekk og fellestrekk ved de ti byene. Rapporten er tilgjengelig i papirversjon og kan bestilles fra NIBR: *Byenes attraktivitet – byutvikling som grunnlag for profilering og markedsføring*. Av Guri Mette Vestby (red.) NIBR-rapport 2005:13.

Arbeidet inngår i NIBR's tverrfaglige satsing på stedsforskning (www.stedsforskning.no).

Oslo, april 2006

Eva Falleth
Fung.forskningssjef

Innhold

Forord	1
Tabelloversikt	4
Figuroversikt.....	5
1 Byenes attraktivitet	6
1.1 Byutviklingens egenverdi og salgsverdi.....	6
1.2 Det fysiske bymiljøet: synlige sentrumssatsinger og skjulte verdier	7
1.3 Bevegelser i byenes humane kapital og ressursgrunnlag	7
1.4 Dynamikk og endring i et varierende næringsliv	8
1.5 Byene er handelssentre i konkurrerende posisjoner	9
1.6 Ikke turistbyer – men besøksbyer?.....	10
1.7 Byene er bærekraftige ut fra ulike dimensjoner	10
1.8 Bybilder utydelige for utenforstående	11
1.9 Fakta, forestillinger, mentalitet og praksis	11
2 Byprofil for Kongsberg	12
2.1 Kongsberg	12
3 Trekk fra historien.....	14
4 Næringslivet i dag - trender og dynamikk.....	18
4.1 Datagrunnlaget	18
4.2 Ulike målsetninger for næringsutvikling og stedsutvikling:	19
4.3 Attraktivt næringsliv – for hvem?	19
4.4 Fordeling av sysselsatte i byer i Buskerud	20
4.5 Kunnskaps- og teknologinæringer	20
4.6 Kultur- og kreative næringer	21
4.7 Image-næringer/bostedskvaliteter	22
4.8 Turisme/reiseliv.....	22
4.9 Lokaliseringskoeffisienter.....	23
4.10 Dynamikk.....	24
4.11 Tilflytting av bedrifter til Kongsberg	25
4.12 Utflytting av bedrifter fra Kongsberg.....	26
4.13 Tilgang på venturekapitalister	27
4.14 Generelt næringsmiljø.....	28
4.15 Totalt miljø.....	29
4.16 Næringslivet sett fra Oslo og Akershus.....	29
4.17 Oppsummering	31
5 Handels- og servicestatistikk for Kongsberg	33
5.1 Metode: Kommunenes attraktivitet som handels- og tjenestested	34
5.2 Kommunenes attraktivitet som handelssteder i Buskerud.....	35
5.3 Detaljhandelsutviklingen i kommunene og regionene i Buskerud.....	37
5.4 Turismens betydning for detaljhandelsomsetningen.....	39

5.5	Andre indikatorer på byene attraktivitet.....	40
6	Bosetting og flytting blant unge voksne.....	43
6.1	Innledning: livsløpsanalyse av etableringsfasen	43
6.2	Hvor mange kongsbergensere bor i hjemkommunen?	44
6.3	Tilflytting og videreflytting.....	46
6.4	Utdanning og sysselsetting.....	47
6.5	Tabeller for Kongsberg	47
7	Bærekraftbarometer for Kongsberg	51
7.1	Hva er bærekraftbarometer?.....	51
8	Utenforståendes bilder av byen.....	60
8.1	Innledning	60
8.2	Oppfatninger om Kongsberg.....	62
9	Det fysiske bysentrum.....	65
9.1	Fysisk selvpresentasjon. Hva ser vi på nettstedene og hva ser vi i virkeligheten?	65
9.2	”Kongsberg har konsentrert handelen ved å legge et kjøpesenter midt i byen og har dermed opprettholdt sentrums betydning”	67
9.3	”Industriidentiteten reflekteres i bybildet”	68
9.4	”Kongsberg har valgt å være en ’bakkekontaktby’ med lav familievennlig boligbebyggelse”	69
9.5	”Det er lett tilgang til naturherligheter både fra boligområdene og byen, elv, skog og fjellterreng”	70
10	Byens selvpresentasjon via nettet.....	72
10.1	Metode: Utenfrablikket og byens fortellinger	72
10.2	Kongsbergs selvpresentasjon på kommunens hjemmeside	74
10.2.1	Hovedsiden.....	74
10.2.2	Presentasjon til potensielle tilflyttere	74
10.2.3	Attraktive tilbud	75
10.2.4	Næringsliv	75
10.2.5	Oppsummering.....	76
	Publikasjoner fra prosjektet	77

Tabelloversikt

Tabell 5.1	Detaljhandelens dekningsgrad for kommunene i Buskerud.....	35
Tabell 5.2	Detaljhandelens dekningsgrad fordelt på handelsregioner i Buskerud	35
Tabell 5.3	Detaljhandelens dekningsgrad for kommunene i Buskerud (eks. motorkjøretøyer/ drivstoff).....	36
Tabell 5.4	Detaljhandelens dekningsgrad fordelt på handelsregioner i Buskerud (eks. motorkjøretøyer/ drivstoff)	36
Tabell 5.5	Detaljhandelens dekningsgrad fordelt på dagligvarer og spesialvarer i Buskerud	37
Tabell 5.6	Detaljhandelsomsetningen i mill. kr. eks. mva. – Buskerud	38
Tabell 5.7	Detaljhandelsomsetningen i mill. kr. eks mva. (ekskl. motorkj.tøy/ driv- stoff) - Buskerud fylke.....	39
Tabell 5.8	Omsetningsfordeling over året – Buskerud fylke.....	40
Tabell 5.9	Detaljhandelsomsetning pr innbygger.....	40
Tabell 5.10	Forventet befolkningsutvikling 2005 - 2020	41
Tabell 5.11	Tettstedsutvikling 2003-2005 (pr 1/1).....	41
Tabell 5.12	Bruttoinntekt i kr etter kommune: medianverdi 2000, 2001, 2002.	42
Tabell 6.1	Prosentandel tilbakeflyttere av alle i fem årskull (33-37 år) som vokste opp i byen:	45
Tabell 6.2	Flyttehistoriske fordelinger for menn og kvinner i Kongsberg og i seks andre byområder på Østlandet. Årskull født 1966-70, fulgt fra de var 15 år, til de i 2003 var i alder 33-37 år. Prosent av tallet på gutter og jenter som bodde i byene som 15-åring.	48
Tabell 6.3	Utdanningsnivå, sysselsettingsnivå, arbeidssted og næringstilknytning. Prosentvise fordelinger for årskullene født 1966-70 ved utgangen av 2003 (i alder 33-37 år). Fordeling for gruppen midt i 30-årene under ett (ALLE), og for de bofaste (BOF), tilbakeflytterne (TBF), og for tilflytterne (TIL) hver for seg. Kongsberg.....	48
Tabell 6.4	Indekser for innslag med høy utdanning, arbeid og noen næringsgrupper. Årskull født 1966-70, da de ved utgangen av 2003 var 33-37 år. Menn og kvinner i Kongsberg og seks andre regioner på Østlandet. Landsinnslaget for årskullene = 100.	49
Tabell 6.5	Forskjell mellom lokalbefolkning og tilflyttere i sammensetning, utdanning, sysselsetting og jobb i Kongsberg, og i seks andre regioner på Østlandet. Årskull født 1966-70 fulgt fra de var 15 år til de var midt i 30-årene. Prosent i hver gruppe ved utgangen av aldersfasen	49
Tabell 6.6	Oslo-magneten. Tiltrekningen Kongsberg har på personer vokst opp i Oslo. Andel flyttere ut fra Oslo i forhold til andelen fra de samme årskull i landet ellers som vokste opp i Kongsberg. Proporsjonalitet gir magnetverdi = 100. Årskull født 1966-70 fulgt fra de var 15 år, til de var midt i 30-årene.....	50
Tabell 8.1	Påstandene om Kongsberg; grad av enighet. Prosent. N= 600 i alderen 25-45 år i Oslo og Akershus	63

Tabell 8.2	Prosentandel som er helt eller delvis enig i påstandene om Kongsberg etter bosted, inntekt, utdanning, alder og kjønn. N= 600 i alderen 25-45 år i Oslo og Akershus.....	64
------------	---	----

Figuroversikt

Figur 4.1	Fordeling av sysselsatte i byer i Buskerud	20
Figur 4.2	Image-næringer/bostedskvaliteter	22
Figur 4.3	Lokaliseringskoeffisienter (2000 og 2005)	23
Figur 4.4	Dynamikk i næringslivet perioden 2002-2004	24
Figur 4.5	Tilflytting av bedrifter til Kongsberg	25
Figur 4.6	Utflytting av bedrifter fra Kongsberg.....	26
Figur 4.7	Tilgang på venturekapitalister	27
Figur 4.8	Generelt næringsmiljø	28
Figur 4.9	Totalt miljø.....	29
Figur 4.10	Næringsledere i Oslo og Akershus: syn på byene i Buskerud. Prosentandel som er enige i den enkelte på såstand om byen. N=1022	30
Figur 4.11	Næringsledere i Oslo og Akershus: syn på byene i Buskerud. Prosentandel som er uenige i den enkelte på påstand om byen. N=1022.....	31
Figur 6.1	Andel blant 33-37 åringene som er fra byen	44
Figur 6.2	Andel blant 33-37 åringene som er tilflyttere som flytter videre	46
Figur 7.1	Samlebærekraftindeks bykommuner Østfold og Buskerud.....	56
Figur 7.1	Sammenheng mellom lokal livskraft og miljø	57
Figur 7.2	Sammenheng mellom lokal livskraft og økonomi	57
Figur 7.3	Sammenheng mellom lokal livskraft og levekår	58

1 Byenes attraktivitet

Dette kapitlet er sammendraget i hovedrapporten: NIBR-rapport: 2005:13

Byenes attraktivitet

Byutvikling som grunnlag for profilering og markedsføring

Av Guri Mette Vestby



1.1 Byutviklingens egenverdi og salgsverdi

Materialet om Kongsberg er hentet fra et større prosjekt om byene i Østfold og Buskerud. Innledningsvis presenterer vi derfor sammendraget fra dette prosjektet, slik at stoffet om fakta og forestillinger om Kongsberg "rammes inn" av dette:

Bykommunene i Østfold og Buskerud ligger i randsonen av hovedstadsområdet. Byene er Hønefoss, Kongsberg, Hokksund, Drammen, Moss, Askim, Mysen, Sarpsborg, Fredrikstad og Halden. De er med i et europeisk prosjekt med andre byer i samme situasjon; Interreg-prosjektet Metropolitan Areas +, og samarbeider seg i mellom om de

utfordringer dette representerer. Samtidig er de i større og mindre grad konkurrenter om å fremstå som attraktive for næringsetablering, bosetting og turisme. Stedskvaliteter kan være avgjørende for om byer er attraktive og konkurransedyktige. Byer med gode steds-kvaliteter tiltrekker seg høyt utdannet arbeidskraft og kreative personer som bidrar til nyskaping og økonomisk vekst. Byutvikling som rommer mange forskjellige forhold har en egenverdi for byens befolkning og næringsliv, samtidig som dette øker attraktiviteten ved det ”produktet” som skal selges gjennom mer aktiv profilering og strategisk markedsføring. Byene blir derved også mer attraktive som samarbeidspartnere. Flere av byene er godt i gang med byoffensiver, omdømmeprosjekter og profileringsprosjekter, mens andre står på startstreken. Norsk institutt for by- og regionforskning, NIBR, legger her fram materiale basert på *fakta og forestillinger om fellestrekk og særtrekk* som byene selv kan bruke i dette strategiske arbeidet; positive faktorer og kvaliteter som kan forsterkes og utvikles, negative forhold som kan reduseres og endres, feilaktige inntrykk som kan korrigeres, og underkommuniserte særtrekk og kvaliteter som bør gis oppmerksomhet.

1.2 Det fysiske bymiljøet: synlige sentrumssatsinger og skjulte verdier

Det mest konkrete og synlige er den fysiske byutviklingen som bidrar til å gjøre byen attraktiv som bosted, arbeidssted, handlested eller besøks- og turistmål. Alle disse byene i Østfold og Buskerud har et bysentrum som er opprustet og estetisk fornyet, eller større bygge- og anleggsarbeider er på gang for å vitalisere byens kjerneområde. Sentrums-områder er bevisst prioritert mer enn bydelene og bo-områdene. Nyere sentrumsnære boliger er bygget eller prosjektert, og det satses på boliger og næringslokaliteter ved sjøsider og elvebredder. Men adkomstårene som ”inngangspartier” er lite innbydende og gir besøkende et dårlig førsteinntrykk. Det er også mange eksempler på rotete ”baksider” i sentrumskvartalene. Informasjon om byenes fysiske struktur, særtrekk og kvaliteter er forøvrig underkommunisert på kommunenes hjemmesider på Internet. Det samme gjelder mangfoldet av ulike typer sentrumsnære boligmuligheter som finnes i disse byene, det framstår som en ”skjult” kvalitet for potensielle tilflyttere. Byene selv er bekymret over at de flotte leilighetskompleksene først og fremst er tiltrekkende for godt voksne og vil bli pensjonisteldoradoer om ti-femten år. Dagens unge voksne i etableringsfasen velger ikke bolig eller bosted bare ut fra pris og barnevennlighet, men også fordi det å bo er et identitetsprosjekt og en livsstil. Utenforstående synes i liten grad å kjenne til de positive kvalitetene knyttet til de fysiske byfornyelsene. Norske betraktninger om fysisk byattraktivitet dreier seg både om bysentrum og om byens naturomgivelser, og vi ser at nærhet til sjø, fjell og skogsområder er med på å forsterke et positivt image.

1.3 Bevegelser i byenes humane kapital og ressursgrunnlag

Byens befolkning er en viktig ressurs, en human kapital for byene. Samtidig ønsker de å styrke denne kapitalen og økt tilflytting er derfor et mål med stedsprofileringen. Et hovedmønster er at sju av disse ti byene har relativt sett flere eldre og færre barn og unge enn i landet som helhet. Våre data forteller noe om hvordan byene i det lange løp har klart å rekruttere unge personer i etableringsfasen og hvem de er ut fra utdanning og arbeidstilhørighet. Byens attraktivitet kan også i en viss grad leses ut fra data om bofasthet og videreflyttinger. Graden av stabilitet og fornyelse i befolkningen er på hver sin måte av

betydning for byutviklingen i et videre perspektiv. De fleste stedene er lokalbefolkningen i flertall. Men byene nærmest hovedstaden har en stor andel tilflyttere og størst videreflytting, noe som fører til at det stadig er relativt store omskiftninger i befolkningen. Byens størrelse er av mindre betydning i denne sammenheng, det ser vi blant annet ved at småbyene Askim og Mysen hører til i kategorien med mye innflytting og videreflytting.

Mens avstand fra storbyen synes viktigere enn størrelse når det gjelder flyttebevegelser som allerede har funnet sted, er dette omvendt når det gjelder forestillinger om potensiell flytting blant utenforstående. Befolkningssurveyen vi gjennomførte blant 25-45 åringer i Oslo og Akershus viser at urbanitet er attraktivt; de største byene scorer høyest på spørsmål om de kunne tenke seg å bo i disse konkrete byene. Men dette kan også være et uttrykk for at de største er mest kjent blant folk, eller det kan være at tilflytterpotensialet ikke først og fremst ligger i Oslo og hovedstadens nærmeste omegn. Å få egne bysbarn til å flytte hjem igjen bør også være et mål med den strategiske stedsprofileringen. Nå er det slik at mellom 15 og 25 prosent av de som bodde i disse byene som 15-åringer har flyttet tilbake når de nå er midt i 30-åra. Størst tilbakeflytting finner sted i Moss.

Den unge voksenbefolkningen skal de neste par tiårene utgjøre en vesentlig del av disse byenes humane kapital i arbeidslivet, i lokalpolitikken og i det lokale sivilsamfunnet. Sammenlignet med landsgjennomsnittet for fem årskull midt i 30-årene, har byene i Østfold og Buskerud generelt et noe lavere utdanningsnivå (unntatt Kongsberg). I de aller minste byene finner vi lavest utdanningsnivå, mens den største byen (Drammen) ligger høyest ved at 1/3 av de unge voksne har høy utdanning. Mønsteret speiler en kombinasjon av bystørrelse og type næringsliv. Et fellestrekk i denne alderskategorien er at andelen med høyere utdanning er større blant kvinner enn menn, noe som blant annet skyldes at disse byene har hatt mange industriarbeidsplasser å tilby unge menn som gikk direkte ut i arbeidslivet. Unntaket finner vi i Kongsberg, men denne byen er spesiell også ved et særskilt høyt utdanningsnivå, både blant menn og kvinner, noe som i stor grad skyldes byens høyteknologiske næringsliv.

I alle byene er det slik at kvinnes arbeidsplasser først og fremst er innen undervisning og helse, slik den er andre steder, mens de unge voksne mennene i stor grad jobber innen ulike industrinæringer. I hele seks av disse ti byene er lokaliseringkoeffisienten for industrinæringer over 1,5, dvs. at de ligger langt over landsgjennomsnittet. Kun Drammen ligger under dette snittet.

1.4 Dynamikk og endring i et varierende næringsliv

En sterk industritradisjon er felles for disse ti byene, og den nyere næringshistorien er alle steder en fortelling om store omstillinger og endringer. Flere av byene har gått fra å ha en eller noen få store hjørnestensbedrifter til å få en mer allsidig og sammensatt næringsstruktur. Industrien står fremdeles sterkt, men vi finner tildels svært forskjellige industrier på disse stedene. Indikatorer for næringsmiljøet i byene viser et sammensatt bilde; enten er dagens situasjon positiv eller de scorer høyt på utviklingen de siste fem årene. Dette kan tyde på at næringslivet i den enkelte by enten er i en utviklingsprosess eller har vært det, men at utvikling ikke nødvendigvis genererer ytterligere utvikling.

Dynamikken i næringslivet er forskjellig i disse byene. Om det er en positiv eller negativ forskjell på etablerte og nedlagte arbeidsplasser de siste fem årene varierer. Det er dessuten store forskjeller mellom byene når det gjelder andel sysselsatte innen det som på landsbasis defineres som vekstnæringer og nedgangsnæringer. Et interessant trekk her er forøvrig at vekstnæringer ikke i noen særlig grad dreier seg om tradisjonelle næringer,

men er knyttet til disse som underleverandører, bearbeidingsprodusenter eller tjenesteleverandører.

Bedriftene i Oslo og Akershus har liten kjennskap til hvorvidt myndighetene i byene i Østfold og Buskerud har lagt til rette for næringsvirksomhet og nyetablering. Drøyt en av ti næringslivsledere i hovedstadsområdet har vurdert flytting til eller oppstart av ny virksomhet i noen av disse byene. Forretningsmessige tjenester som ikke er kunnskapsintensive er mest aktuelle flyttekandidater, dernest følger lowtech industri. High-tech næringer er mest positive til de større byene. Størrelsen på bedriften har lite å si, men en noe større andel blant bedrifter med 6-15 ansatte er positive til flytting. En av tre bedriftslederne vurderer de store byene i Østfold, samt Drammen, som attraktive på grunn av deres sentrale kommunikasjonsmessige beliggenhet. En av fire betrakter Kongsberg, Fredrikstad og Drammen som attraktive pga sitt næringsmiljø og tilgang på relevant kompetanse. Bostedskvaliteter er viktige for små bedrifter, og det er disse som oftest flyttes eller etableres. På spørsmål om attraktivitet pga. bostedskvaliteter, er det Fredrikstad som scorer høyest, dernest følger Kongsberg, Drammen og Moss. De små byene scorer lavest. Begrunnelsen for å etablere virksomhet på de mindre stedene dreier seg først og fremst om relativt lave kostnader ved utbygging.

Mange byer ønsker seg high-tech og kunnskapsintensive næringer med høyt utdannede og antatt resurssterke og kreative personer. Men disse er verken de mest lukrative, stabile eller ekspanderende næringer. Det som gjør dem interessante er først og fremst at de antas å ha positive ringvirkninger for det øvrige næringsliv. Blant disse byene er det særlig Kongsberg, men også Halden, som har et høyt innslag av slike næringer.

Næringer med et kulturelt og kreativt tilsnitt har på mange måter overtatt rollen som IKT-næringene hadde for ti år siden, nemlig det "alle" satser på i en omstillingsprosess. Men alle byer kan ikke bli spesielle kulturbyer, selv om alle kan stimulere kulturvirksomhet og kreative næringer. Den relative andelen sysselsatte innen slike næringer er forøvrig forskjellig i disse byene, men andelen er ikke som forventet avhengig av bystørrelse. De kultur- og opplevelsesnæringene som samtidig gir tilbud og aktiviteter til folk på stedet, vokser jevnt over i antall sysselsatte i alle byene. Verdt å merke seg er at Fredrikstad ikke utmerker seg her, selv om denne byen de senere årene har fått et image som en kulturby.

1.5 Byene er handelssentre i konkurrerende posisjoner

Handels- og servicevirksomheten i byene er en viktig del av næringslivet, den er i stor grad med på å generere nye virksomheter. Et attraktivt handels- og servicetilbud får folk til å komme til byene og preger by- og gatelivet. De ti bykommunene er handelssentre i sine regioner og våre data viser at de har potensial til å utvikle seg som attraktive steder fordi de har betydelig kjøpekraft i sitt nære omland. Alle har dessuten gode utviklingsmuligheter, slik vi måler det. I Buskerud har byene Drammen, Hønefoss og Kongsberg høye dekningsgrader dvs. at de trekker til seg omsetning fra omlandet. I Østfold er det Moss og Mysen som kommer sterkest ut. Tallene viser tydelig handelslekkasjen til Sverige, særlig for Halden nærmest grensen.

Det er ikke bare konkurransen fra Sverige som har betydning i Østfold. Tallene for omsetningsutvikling, overdekning og handelslekkasje viser også at konkurransesituasjonen mellom byene som handelsbyer er betydelig, noe som krever gode strategier i forhold til egne muligheter. De små merker konkurransesituasjonen sterkest, samtidig er ikke dette et entydig bilde. For eksempel er det en høy dekningsgrad i Mysen (Eidsberg),

mens nabobyen Askim ikke har klart å styrke sin posisjon som handelsby de siste 5-6 årene.

Tall på detaljhandelens omsetning pr. innbygger er også en indikator på attraktivitet. Det er ikke et entydig bilde av byene vi får her, men heller en variasjon. Drammen ligger høyest med en omsetning på kr. 71343 pr. innbygger. Men ikke bare byens størrelse gir seg utslag, for Mysen (Eidsberg) følger like etter Drammen, mens Fredrikstad ligger i det nedre sjiktet.

1.6 Ikke turistbyer – men besøksbyer?

Turisme er viktig for profilering og for næringsliv, men ingen av de ti byene er spesielt kjente turistmål (selv om enkelt av dem har kjente turiststeder), og ingen kan skilte med mange sysselsatte innen denne næringen. Men denne næringsveien er ikke så ubetydelig som en kanskje skulle tro. Åtte av de ti byene har lokaliseringskoeffisienter på over 0,8 (landssnitt er 1), og tre av disse ligger på minst landsgjennomsnittet mht. sysselsettingsandel. Likevel, turister og besøkende i ferier synes ikke å ha noen særlig betydning for disse byene, det kan man lese ut av omsetningsstatistikker for handel og service; i typiske turiststeder stiger nemlig denne betydelig i månedene juli/august.

Vi kan imidlertid anlegge et annet attraktivitetsmål på turisme; en kommune med mange hytter, må være en kommune med attraktive områder og arealer for rekreasjon og friluftsliv. Hovedbildet er at noen av kommunene har svært mange hytter innen sine grenser og de andre har få. Nærhet til sjøen, marka og fjellet er tydelige attraktivitetsindikatorer: flest hytter er det i Fredrikstad kommune (4355), deretter følger Ringerike (3557), Kongsberg (2152), Sarpsborg (2778) og Halden (1740).

Byenes beliggenhet, særpreg og tilbud er kanskje vel så aktuelle for besøkende som tradisjonelle turister på ferie? Lokalisering i en folkerik region rundt landets hovedstad, med gode transportforhold, bidrar til at byene kan være tiltrekkende overfor mange besøkende med sine attraksjoner, opplevelser, rekreasjonsmuligheter og handelstilbud.

1.7 Byene er bærekraftige ut fra ulike dimensjoner

Byenes særpreg og utviklingsmuligheter, og de utfordringer de står overfor for å øke attraktiviteten, kan også knyttes til "bærekraftig byutvikling". Dette begrepet rommer ulike og komplekse forhold. Vi har laget bærekraftbarometre for alle de ti byene. Bærekraftindikatorene er relative uttrykk for situasjonen, dvs. når en *sammenligninger byene med hverandre* på bærekraftens fire hoveddimensjoner: økonomi, levekår, miljø og lokal livskraft. Ser vi på alle de 41 bærekraftindikatorene under ett får vi to hovedmønstre. For det første viser det seg at byer som kommer godt ut på noen indikatorer, ligger dårlig an på andre. Alle har med andre ord både kvaliteter og utfordringer å gripe fatt i. For det andre viser samlet bærekraftindeks at det er stor spredning. Kongsberg ligger på topp, etterfulgt av Drammen, og er altså samlet sett "den mest bærekraftige" byen når vi sammenligner dem som her. Særlig positivt kommer byen ut i forhold til levekår, men det er også mange uttrykk for et livskraftig lokalsamfunn. Fredrikstad ligger i bunnen, noe som er interessant med tanke på at denne byen kom så definitivt best ut av omdømme-testen som ligger i den survey vi gjennomførte blant folk bosatt i Oslo og Akershus, og også i surveyen blant næringslivsledere i den samme regionen.

Den samlede *økonomindeksen*, som består av både offentlige og private økonomiske faktorer, har et hovedmønster som viser at alle byene i Buskerud kommer bedre ut enn byene i Østfold. På den samlede *miljøindeksen* er bildet mer blandet. Hovedmønsteret har form av to ”divisjoner”, men likevel er det stor spredning. Byer som har fått miljøoppmerksomhet- og satsing viser seg forøvrig å ligge lavere: Drammen, som fikk Bymiljøprisen i 2003, har tydelig flere miljøutfordringer å gripe fatt i. Det samme har Fredrikstad, som var en av Miljøbyene i Miljøverndepartementets utviklingsprosjekt på 90-tallet. Men dette viser også at bærekraftbegrepet er langt videre enn miljøbegrepet.

1.8 Bybilder utydelige for utenforstående

Befolkningssurveyen blant 600 personer i alderen 25 til 45 år bosatt i Oslo og Akershus viser at mange ikke kjenner noe særlig til disse byene, og spesielt ikke de minste byene. De oppfattes i en viss grad som trauste og kjedelige, men mest framstår de som anonyme byer som folk utenfra ikke har noe bilde av. Dessuten er det de største eller mest markante byene som folk har positive bilder av, - dårlig kjennskap til de små ser ut til å slå ut som relativt sett mer positive bilder for de større stedene som flere har forestillinger om. Det ser vi blant annet på det at det ikke er småbyene, men de større, som får høyest score på forestillingen om at det er trygt og godt der.

Jobbmuligheter og sosiale bånd til familie og venner er generelt vesentlige årsaker til folks bostedsvalg og flyttemotiver. I tillegg vurderes bostedskvaliteter som *naturomgivelser, kulturliv og uteliv* høyt av de fleste. Fredrikstad har et spesielt godt omdømme. Tallenes tale er at bildene av byene som arenaer for kulturliv er negative, med unntak av Fredrikstad, Drammen og Kongsberg, i noen grad også Moss. Heller ikke forestillingene om stedenes naturomgivelser gir noe tydelig mønster, utover at vi registrerer en viss usikkerhet. Rundt halvparten av de spurte sier seg enig i at Fredrikstad og Kongsberg har fine naturomgivelser. Det som byene selv ser som en selvfølgelighet er ikke nødvendigvis allment kjent; for eksempel er det nesten annenhver av de spurte som ikke synes de vet nok til å ha noen mening om naturkvalitetene på Ringerike.

Dagens bosteds- og flyttediskusjoner retter ofte søkelyset på tiltrekningskraften ved storbyer som tilbyr sine beboere et variert uteliv med noe for enhver smak. Ikke uventet scorer de største byene, som Fredrikstad og Drammen, høyest på dette, men også Moss ligger over de andre.

1.9 Fakta, forestillinger, mentalitet og praksis

Fakta, forestillinger, lokal mentalitet og praksis er samvirkende i de prosesser som former byenes identitet og image. Derfor bør disse elementene ses i sammenheng når byene skal profilere seg. Lokal forståelse om byenes ressurser og muligheter, særpreg og kvaliteter, samsvarer ikke alltid med de forestillinger utenforstående har om byene. Kommunene har derfor en jobb å gjøre, både med å øke kjennskapen til byene i omverdenen og med å få bedre fram de kvalitetene de har. Steders image blir dessuten preget av signaleffekter av hendelser og begivenheter av så vel positiv som negativ karakter. Dette er ofte undervurdert i imagesammenheng. Det er også grunn til å peke på at byutvikling også forteller noe vesentlig om den lokale mentalitet og praksis som finnes blant sentrale aktører i byen når det gjelder hvilke grep som velges på tvers av så vel fagmiljøer som politiske miljøer og andre som er involvert i byutvikling. Såkalt hjemmeblindhet skjuler altså ikke bare byens kvaliteter og positive særtrekk, den kan også skjule handlingskompetanser når det gjelder måter å møte utfordringer på.

2 Byprofil for Kongsberg¹



2.1 Kongsberg

Kongsberg er "Sølvbyen" med bergverksdriften, skihistorien og våpenfabrikken. Selv om alt dette er historiske imagefaktorer, gir det byen en spesiell posisjon fordi den med dette også bidro til et positivt nasjonalt omdømme. I dag er dette del av byens identitet som museer, turistattraksjoner og forløperen til et avansert høyteknologisk næringsliv. Kongsberg Våpenfabrikk har en spesiell posisjon i norsk industrihistorie. Våpenproduksjonen er videreført til en avansert industri og ca. 4000 mennesker jobber i kunnskapsintensive bedrifter i byen. De fleste bedriftene har også virksomhet andre steder i verden, og plasserer derved byens næringsliv i et internasjonalt nettverk. Det gode næringsmiljøet på Kongsberg vitner dessuten om innovative egenskaper ved næringsmiljø og politisk miljø,

om utvikling av samarbeidskulturer og evne til å konkurrere og markedsføre seg internasjonalt. Også dette er viktige elementer i profilering overfor næringslivet.

Når byen på sitt nettsted presenterer seg som «småbyen med den store industrikompetansen» - som Norges teknologiby i elitedivisjonen, så er det utvilsomt med rot i virkeligheten. At næringslivet skiller seg ut nasjonalt ved å være et tyngdepunkt for high-tech og elektronisk industri, bidrar vesentlig til at byen også har andre særlige positive kjennetegn. Byens "humane kapital" er sterk og en viktig ressurs som kjennetegnes av høyt utdanningsnivå og gode levekårsindikatorer som et høyt inntekstnivå, få arbeidsløse, få trygdede og lav dødelighet. Det spesielle næringslivet er antakelig også hovedforklaringen til at flyttemønsteret ligner det vi finner i byer nærmere hovedstaden dvs. stor inn- og utflytting. Blant de unge voksne består halvparten av lokalbefolkning og halvparten tilflyttere. En viktig forklaring på Kongsbergsbedriftenes suksess er nettopp

¹ Dette kapitlet er hentet fra hovedrapporten i prosjektet: "Byens attraktivitet. Byutvikling som grunnlag for profilering og markedsføring". NIBR-rapport 2005:13. Av Guri Mette Vestby

forekomsten av flere høyteknologiske bedrifter som fagfolkene kan flytte mellom. Men å holde på flere av tilflytterne bør være en viktig del av profileringstrategien fremover.

Kongsberg kommune er kommet langt i utviklingen av sitt nettsted og presenterer seg også godt for utenforstående, som potensielle tilflyttere. Men profileringen synes i for liten grad å være rettet mot yngre generasjoner voksne med ulike livsstiler, urbane fritidsinteresser og andre boligbehov enn eneboliger i skogkanten. Kultur- og utelivsmuligheter, urbane kvaliteter og arbeidsmuligheter innen andre bransjer enn den teknologiske, bør fokuseres sterkere.

Utenforstående har tydeligere bilder av Kongsberg enn av mange andre mindre byer, men likevel er det mange som ikke har noe kjennskap til byens kvaliteter. Sammenlignet med de andre byene scorer Kongsberg relativt høyt på oppfatninger om et rikt kulturliv, fine naturomgivelser og pent bysentrum. Byen har også høy score på trygghet når vi sammenlikner med de andre byene. Men om byen har et variert uteliv er derimot de spurte mer i tvil om. Dette er tross alt er en liten by og med relativt få som bor i bykjernen.

Det er neppe feil å si at Kongsberg har et visst image i turistsammenheng, også pga. store fjellområder og alpinanlegg i omlandet, men dette gjenspeiles lite i arbeidsplasser eller omsetning i handelsnæringer i byen. Handels- og servicenæringen i byen er i en konkurranse situasjon med Drammensdistriktet og i enkelte bransjer ser vi en betydelig handelslekkasje. Samtidig trekker byen til seg kjøpekraft fra kommunene i nord, og er et regionalt handelssenter som også besøkes av innbyggere i Øvre Eiker. Men omsetningen pr. innbygger var betydelig mindre enn for Drammen i 2004.

Det visuelle bildet av byen rommer først og fremst den flotte fossen og elvebredder midt i byen, en rekke historiske bygninger som er godt bevart, og et intimt og hyggelig sentrum omgitt av åssider og natur. Men det er mye trafikk og støy i sentrum og en del "baksider" som er kaotiske og rotete. Velkomsten til byen med bil er ikke spesielt innbydende. Det livlige bylivet finner sted på Nymoen på østsida, mens det tidligere sentrum på Vestsida nå virker dødt og i bakleksa. Ikke bare reduserer det kvaliteten ved byen, det kan og gi negative signaleffekter om at "kommers er viktigere enn kultur". I dette området må det være et stort potensial for vitalisering og bykulturell imagebygging.

Byens næringsliv har neppe et kulturimage. Andelen sysselsatte i kultur- og kreative næringer er høyere i flere av de andre byene enn i Kongsberg, og byen har en lavere score på indikatorer for næringsmiljø innen såkalte *imagenæringer* (kreative næringer, næringer med kultur, fritidstilbud og turisme). Men ettersom en her kan vise til positiv utvikling de siste fem årene, ligger det kanskje en mulighet for å utvikle en ny kulturdimensjon ut over det historiske og jazzfestivalen?

3 Trekk fra historien

Dette kapitlet er hentet fra NIBR-notat 2005:130

Trekk ved historien til bykommunene i Østfold og Buskerud.

Av Yngve Carlsson og Knut Onsager. Teksten om Kongsberg er skrevet av Yngve Carlsson.

Kongsberg har spilt en sentral rolle i norsk bergverks- og industrihistorie. Mens flere av de andre byenes grunnleggelse og vekst har sammenheng med foredling av trevirke, skyldes Kongsbergs grunnleggelse og utvikling i første omgang rike sølvforekomster i fjellet, og senere en avansert industri med våpenproduksjon som utgangspunkt. Kongsberg er i dag et av landets absolutt viktigste høyteknologiske miljøer.

Fra sølvverk til våpenproduksjon og høyteknologiske sivile produkter

Byen ble grunnlagt av Christian 4. i 1624, året etter at det ble funnet sølv i fjellet. På meget kort tid vokste det fram et by- og bergverkssamfunn. Midt på 1700-tallet var sølvverket Norges største bedrift med 4200 arbeidere på det meste. Med sine 10.000 innbyggere var Kongsberg landets nest største by etter Bergen. Byen var det kulturelle og kunnskapsmessige tyngdepunktet på Østlandet. Kongsberg kirke fra 1761 ble et viktig symbol på byens betydning. Med hele 2400 sitteplasser er den landets største barokk-kirke.



I 1757 ble Bergseminaret, Norges første vitenskaplige lærested, etablert med undervisning i mineralogi, kjemi og bergvitenskap. I 1811 ble Kongsberg utpekt til universitetsbyen i Norge av kong Fredrik 6, men etter stort påtrykk fra stiftsamtmannen og biskopen i Akershus ble denne beslutningen omgjort i 1812 og universitetet ble lagt til Christiania. Etableringen av "Vaapenfabrikken" i 1814 fungerte som et plaster på såret. Denne etableringen kunne samtidig erstatte noen av de arbeidsplassene som hadde gått tapt i gruvevirksomheten som ved inngangen til 1800-tallet var sterkt redusert fra noen ti-år tidligere.

Kongsberg Våpenfabrikk utviklet seg til å bli byens hjørnesteinsbedrift.

Produksjonen av våpen, herunder det verdenskjente Krag-Jørgensen geværet, forutsatte presisjon, håndverksmessig dyktighet og derved fagarbeiderkompetanse. Antall ansatte var oppe i ca. 800 på slutten av første verdenskrig. Ved siden av geværer, mitraljøser og kanoner, startet bedriften i 1920-årene en stor sivil produksjon av verktøy, sagblad, hvalkanoner, sykler, gearkasser og drivakser til biler. Fra midten av 1950-tallet skjedde det en teknologisk revitalisering av bedriften som ledd i en bevisst politisk strategi for å skape en høyteknologisk industri i Norge. Ressursene kom både fra NATO og norske myndigheter. Statsbedriften var et nasjonalt industripolitisk organ og et lokomotiv i den teknologiske utvikling av norsk verkstedindustri. Bedriften ble sterkt vevd inn i ulike sider ved norsk politikk, og virksomheten ble i betydelig grad avhengig av politiske beslutninger. Samtidig bidro denne koblingen til å gjøre bedriften mindre sårbar i konkurransen med andre. Store midler ble brukt på innovasjon og på å ligge i forkant av den teknologiske utvikling, uten strenge krav til inntjening på kort sikt (Fraas og Wicken 2005).

På 1970-tallet startet bedriften produksjon av nye missilesystemer, utstyr for oljeutvinning på havet, gassturbiner, deler til jetmotorer, samt datasystemer for verkstedindustrien. Mye av den teknologiske utviklingen skjedde i nær kontakt med teknisk-naturvitenskaplige forsknings- og utviklingsmiljøer som Forsvarets Forskningsinstitutt, SINTEF og NTH.

Kongsberg våpens omstrukturering til en rekke store høyteknologiske bedrifter

På 80-tallet gikk Kongsberg Våpen inn i en alvorlig økonomisk krise. Bedriften hadde svært dårlige resultater, og viljen hos de statlige eierne til å skyte inn friske midler var begrenset. Løsningen ble å splitte opp den store statsbedriften. Staten beholdt kontroll over forsvarsaktiviteten, mens den svært omfattende sivile produksjonen ble solgt til private aktører. Ut av KV's gamle divisjoner fikk en nye store bedrifter som Kongsberg Gruppen, Kongsberg Subsea, Kongsberg Automotive, Dresser-Rand og Volvo Aero Norge. Produktspekteret er høyteknologiske produkter til forsvar, romfart, flymotorer, skipsfart, oljeutvinning og biler.

Omstruktureringen av Kongsberg Våpen i en rekke store og mellomstore industribedrifter har vært vellykket. I dag arbeider ca. 4000 mennesker i kunnskapsintensive bedrifter i Kongsberg.

De fleste bedriftene har også virksomhet andre steder i verden, og sysselsetter omtrent like mange ansatte utenfor Kongsberg. En viktig forklaring på Kongsbergsbedriftenes suksess er nettopp forekomsten av flere høyteknologiske bedrifter som fagfolkene kan flytte mellom. Hvis en bedrift har gått dårlig, har det vært arbeid å få i bedrifter som har gått bedre. For bedrifter i oppgang har en slik stor og velutdannet lokal arbeidsstokk betydd tilgang på dedikert arbeidskraft fra bedrifter i nedgang. De ansattes ansettelsestrygghet ligger ikke i den enkelte bedrift som i Kongsberg Våpens dager, men i et variert høyteknologisk bedriftsmiljø. Høyt utdannet arbeidskraft har turt å satse på Kongsberg.

Utdanningsnivå og lokale utdanningsinstitusjoner

Kongsberg er blant de byene i Norge som har det høyeste utdanningsnivået, noe som skyldes et stort antall ingeniører og sivilingeniører. Mens sivilingeniørene fikk opplæring i Trondheim og evt. i utlandet, ble det i Kongsberg utviklet egne utdanningsinstitusjoner for å dekke behovet i det lokale næringsliv. Ved århundreskiftet ble det opprettet en børsemakerskole. Tinius Olsens tekniske skole ble opprettet på 1950-tallet fordi Kongsberg Våpen fikk behov for personale med kunnskap innen servo- og regulerings-teknikk. Ut av Tinius Olsens skole sprang Kongsberg ingeniørhøgskole i 1977. Denne ble

i 1994 innlemmet i Høgskolen i Buskerud som på et nytt høgskolesenter på Kongsberg i dag tilbyr bachelorutdanning innen informasjonsteknologi, elektro, maskin og optometri, økonomi-administrasjon og statsvitenskap.

Fra stedsprofilering i nasjonalidretten til jazz

Kongsbergnavnet var i første halvdel av 1900-tallet nært knyttet til norsk hoppспорт. I en tjue-årsperiode fra 1928 til 1948 tok Kongsberghoppere 16 medaljer i verdensmesterskap og olympiske leker – herav åtte gullmedaljer. Den mest kjente hopperen var Birger Ruud, men det mest spesielle var allikevel bredden. I en årrekke hadde byen et tyve-talls skihoppere som alle kunne hevde seg i verdenseliten.

Skiidretten spilte en vesentlig rolle i utviklingen av den nasjonale identiteten i den nye norske nasjonen etter løsrivelsen fra Sverige i 1905. Etter at vinteridrettene ble internasjonalsert gjennom verdensmesterskap og olympiske leker fra 1920-tallet, spilte skisporten en nøkkelrolle i å forsvare nasjonens ære og utvikle det nasjonale selvbildet. Skisporten var viktigere enn andre idretter fordi den ble regnet ”som vår idrett” (Goksøy 1995). Det kom selvsagt gode langrennsløpere og skihoppere fra andre steder også, men ikke i samme antall som fra Kongsberg. Spørsmålet er om det i det hele tatt i nyere norsk historie finnes idrettsutøvere som til de grader har kastet glans over sitt hjemsted, slik som hopperne fra Kongsberg gjorde i tiden før og rett etter andre verdenskrig.

Kongsberg er ikke lenger noe kraftsentrum innen norsk skisport. Dessuten har andre idretter, og særlig fotball, fått en langt viktigere rolle for utviklingen av en lokal og nasjonal identitet. Knappt noen norsk by av en viss størrelse har over så lang tid hatt et så dårlig fotballag som Kongsberg. Et lag i basketballigaen blir ikke helt det samme.

I de senere ti-år har derfor ikke idretten profilert Kongsberg utad i noen utpreget grad. Det har derimot Kongsberg jazzfestival gjort siden dens oppstart i 1965. Tusener av jazzelskere fra hele landet har besøkt byen hvert år. De har ikke bare opplevd musikken og festivalstemningen. De har også opplevd byens fysiske kvaliteter. Og de har møtt de mange frivillige medarbeidere som på sin måte profilerer stedets indre kvaliteter – entusiasme og evne til å skape noe i fellesskap. Kongsberg som sted får på denne måten profilert seg over et ressurssterkt publikum, noe som har stor betydning for stedets omdømme.

I dag har de fleste byer en musikkfestival som de bevisst bruker for å profilere stedet. Få kan måle seg med Kongsberg jazzfestival når det gjelder programmets kvalitet, omfang, antall festivaldeltakere og mediaomtale. Her befinner Kongsberg seg i den nasjonale ligaen.

En historie som er godt tatt vare på

Et særpreg ved Kongsberg er at både bergverkshistorien og skihistorien er godt vare på gjennom Norsk Bergverksmuseum som også inneholder Kongsberg skimuseum. Sølvverksskogene er et av Europas best bevarte gruveområder fra 16-1700-tallet, og er Norges største fredningsområde med ca. 1500 minner, herunder en rekke gruver, bygninger, tekniske anretninger, dammer og vannsystemer. Gruvetoget 2300 meter inn i fjellet til Kongens gruve har i årtier vært en av landets største turistattraksjoner. Det er grunn til å anta at folks bilde av Kongsberg i betydelig grad er knyttet til byens historie – slik den er formidlet gjennom muséene og gruvene.



I tillegg har byen fortsatt en rekke historiske bygninger som er godt bevart, og et intimt ligger ute av syne for tilreisende. Byen skjemmes i liten grad av falleferdige industribygg eller nyetablerte stålbygg, og heller ikke av slitte og falleferdige boliger langs trafikkårene. Overfor gjennomreisende presenterer byen seg på en mer positiv måte enn de fleste andre av byene i Buskerud og Østfold.

4 Næringslivet i dag - trender og dynamikk

Mer detaljerte data finnes i NIBR-notat 2005:125
Næringsliv i bykommunene i Østfold og Buskerud
Av Frants Gundersen



4.1 Datagrunnlaget

Gjennomgangen av bykommunene i Buskerud og Østfold baserer seg på to datakilder. Det mest omfattende materialet kommer fra Det sentrale bedrifts- og foretaksregisteret (BoF), som beskriver byene med hensyn til næringsstruktur og utbredelsen og utviklingen av enkelt næringer. NIBR har også viderebearbeidet registeret til også å kunne beskrive dynamikken i næringslivet ved hjelp av etableringer, nedleggelse og inn- og utflytting av bedrifter.

Den andre kilden er en spørreundersøkelse blant næringsdrivende i Oslo og Akershus, der sentrale personer i bedriften ble spurt om deres syn på næringsmiljøet i de ti byene. I tillegg ble de spurt om de har eller har hatt planer om å etablere eller flytte virksomhet til Buskerud eller Østfold. Næringsstilhørighet, beliggenhet og antall sysselsatte i bedriften

ble heftet på fra registeret i ettertid. Spørreundersøkelsen ble gjennomført sommeren 2005 og ble besvart av litt over 1000 personer/bedrifter.

4.2 Ulike målsetninger for næringsutvikling og stedsutvikling:

- Få bedrifter til å flytte til Kongsberg
- Få bedrifter til å la være å flytte fra Kongsberg
- Få bedrifter til å etablere seg i Kongsberg
- Få bedrifter til å ekspandere/unngå konkurs
- Få personer til å flytte til Kongsberg
- Få personer til å la være å flytte fra Kongsberg

Når en skal snakke om attraktivitet er det naturlig å spørre seg: hvem skal synes at Kongsberg er attraktivt for næringsvirksomhet og hva skal vi oppnå? Vi kan få bedrifter til å flytte til Kongsberg, la være å flytte ut av Kongsberg, etablere seg her eller ekspandere. I tillegg er det viktig å unngå konkurser. Ekspansjoner og konkurser faller litt utenfor dette prosjektet, men vil selvfølgelig også påvirke det imaget Kongsberg over tid får.

De to siste punktene; det å få personer til å flytte til Kongsberg, og å få bosatte til å la være å flytte herfra, har etter hvert fått større oppmerksomhet når det gjelder næringsutvikling. Hovedgrunnen er at en stadig større andel jobber i bransjer der jobben kan følge personene og ikke nødvendigvis omvendt.

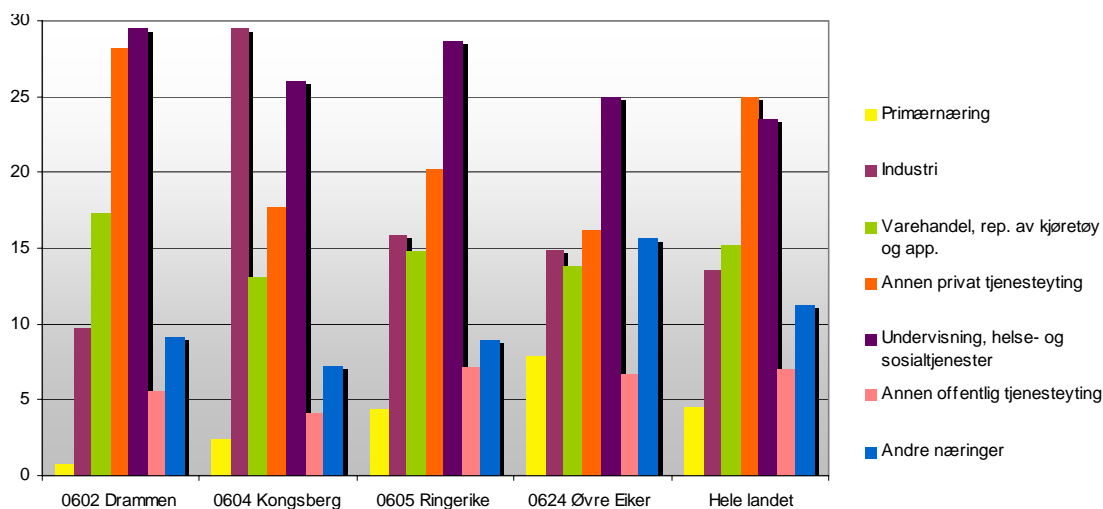
4.3 Attraktivt næringsliv – for hvem?

- Det er små bedrifter som flytter
- Bedrifter innen (nesten) alle næringer flytter
- Nyetablerte bedrifter forblir gjerne små gjennom flere år
- Store bedrifter flytter sjeldent, men betyr mye for sysselsettingen

Det er små bedrifter som flytter, og bedriften kan flytte med personen. Flytting skjer innen nesten alle næringer, en trenger følgelig ikke satse på én nisje når det gjelder profilering. Nye bedrifter forblir små i mange år og kan lettere flyttes enn store og veletablerte. Noen etableringsordninger er dessuten innrettet på at bedriften skal flytte etter en viss tid. Etablering og flytting av store bedrifter er viktig for sysselsettingen, så utfordringen er å tiltrekke seg både små og store bedrifter. For å tiltrekke seg små bedrifter vil bostedskvaliteter være spesielt viktige. Det er ikke uviktig for de store bedriftene, men her er det bedriftsstrategier som vil veie tyngre for etableringsvalg.

4.4 Fordeling av sysselsatte i byer i Buskerud

Figur 4.1 *Fordeling av sysselsatte i byer i Buskerud*



Når vi ser på næringslivet i en by, bør en huske at det er tjenesteytende sektor, og spesielt den offentlige delen, som dominerer. Buskerudbyene skiller seg imidlertid noe ut ved å ha levere andel av de sysselsatte innenfor privat tjenesteyting enn landsgjennomsnittet. Kongsberg skiller seg ut ved å ha svært mye industri i forhold til både andre byer i fylket og til landsgjennomsnittet.

Fremveksten av søylen, "Annen privat tjenesteyting", har aktualisert bostedspreferanser når det gjelder næringspolitikk. Her finner vi mange små og mellomstore bedrifter som er knyttet til enkeltpersoner og hvor lokaliseringen derfor vil være avhengig av hvor disse menneskene vil bo. Selv om dette er næringer som ikke er så utbredt i Kongsberg som i andre byer er de av økende viktighet også her.

4.5 Kunnskaps- og teknologinæringer

- Ikke nødvendigvis så lønnsomme, ekspansive eller stabile bedrifter
- Men antakelse om spredning av kompetansen til resten av næringslivet
- Generelt høyt ressursnivå på sysselsatte

High-tech og kunnskapsintensive næringer er ikke nødvendigvis verken de mest lukrative, stabile eller ekspanderende næringene som finnes. Hvorfor er det da så mange som vektlegger innslag av high-tech næringer som fremtidsrettet og attraktivt? Mye skyldes nok at man tidligere antok at disse næringene var fremtidsrettet, ikke minst pga. vedvarende vekst innen IT-næringen frem til boblen sprakk. Etter hvert er et mer nøkternt syn at det som gjør disse næringene spesielt interessante, er at de antas å gi positive ringvirkninger for resten av næringslivet. Disse næringene sysselsetter høyt utdannede og antatt ressurssterke og kreative personer. Disse sysselsatte kan en anta vil bidra positivt til både næringslivet (både gjennom sine jobber og ved eventuelle skifte av arbeidssted) og til stedet generelt ved at ressursene og kunnskapen jo også er der på fritiden. Et stort innslag av kunnskapsintensive næringer vil derfor være fordelaktig for videre utvikling av

et sted, samtidig som en ikke skal se bort i fra at selve begrepene, slik som teknologi, kunnskap og high-tech er positivt ladede begreper som det ikke er dumt å ta med seg når stedets image skal presenteres.

4.6 Kultur- og kreative næringer

- Gjør noe med et steds image
- Tilskudd til den kreative kapital
- Påvirker direkte bostedskvaliteten (miljøtilbud)
- Tilhører delvis vekstnæringene

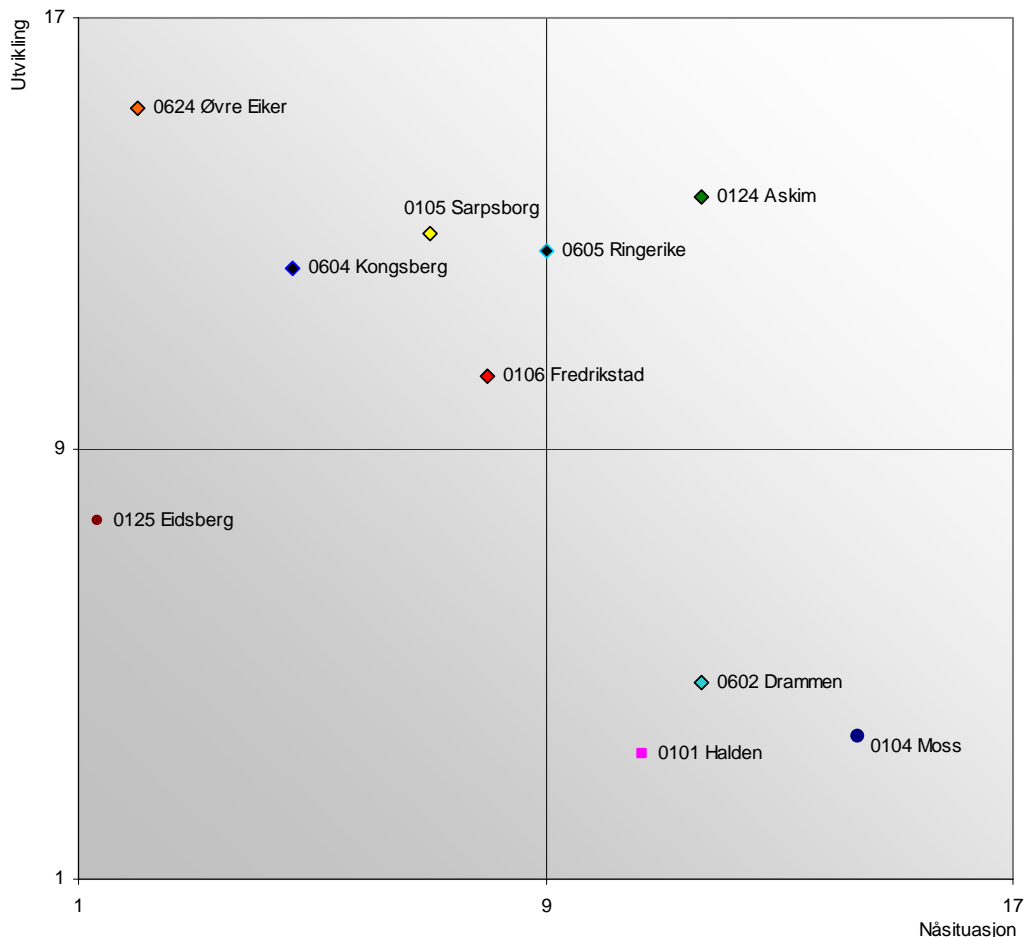
Kultur og kreative næringer har overtatt en del for high-tech næringene som det som "alle" skal satse på. Dette er litt to-sidig. Alle kan ikke være generelle kultursentra, samtidig som stedet bør ha et minimum av slike tilbud for å fremstå som attraktiv. En mulig løsning vil være å satse på det spesielle og det lokale særpreget.

I analysen har vi delt de aktuelle næringene opp i to kategorier:

- Kreative næringer som gjør noe med et steds image (for eksempel kunstnere, designere, filmskapere med mer).
- Næringer med kultur- og fritidstilbud på stedet, dvs. som representerer tilbud eller aktiviteter til befolkningen eller besøkende (for eksempel kinodrift, gallerier, opplevelsesnæringer, restauranter, idrett med mer – dvs. det utvidede kulturbegrep)
- Image-næringer/bostedskvaliteter

4.7 Image-næringer/bostedskvaliteter

Figur 4.2 *Image-næringer/bostedskvaliteter*



Hvis vi ser på de næringene som innvirker på bomiljøet, både direkte (kultur- og fritidstilbud for lokalbefolkningen) og gjennom image (andel som jobber i kreative næringer), er bildet blandet for Kongsberg. Dagens situasjon er relativt sett ikke så god som for de fleste andre byene, men utviklingen de siste fem årene har vært bedre for Kongsberg. Byene i Østfold og Buskerud sprer seg pent utover diagonalen som går fra oppe til venstre og ned mot høyre, med to steder som avviker (Askim og Eidsberg). Kongsberg ligger litt under snittet når det gjelder nåsituasjonen, men kan vise til god utvikling de siste fem årene i forhold til de andre byene.

4.8 Turisme/reiseliv

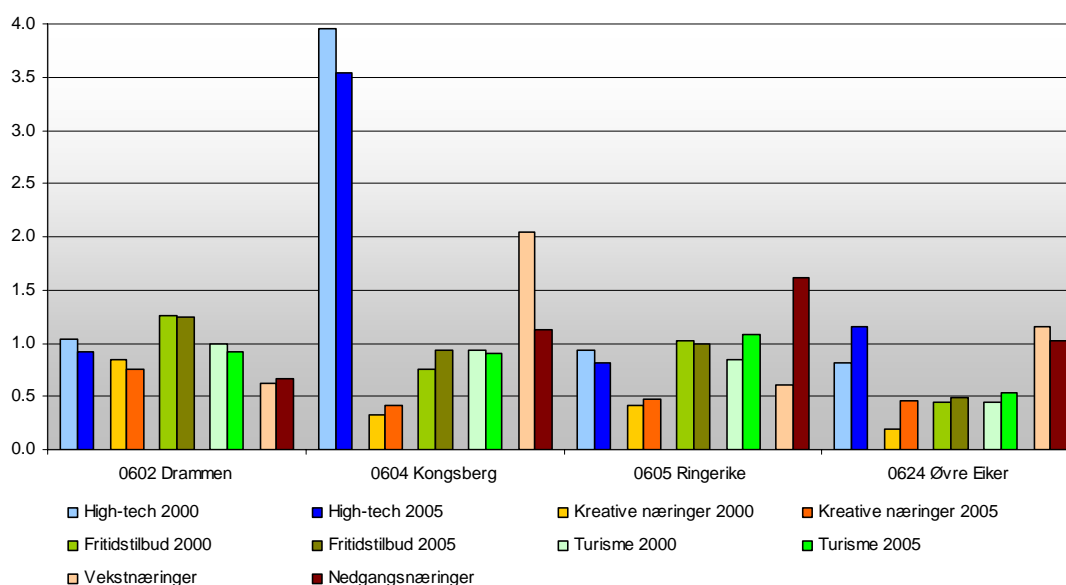
- Driver med stedsreklame
- Avhengig av lokale ressurser og image
- Får mennesker til fysisk å komme til et sted

- ikke nødvendigvis et satsningsområde, men viktig allianse i "imagebyggingprosessen"

Vi skal ikke dvele mye ved turisme, men bare poengtere at dette er en næring en ikke bør se bort fra når man skal bygge image, særlig fordi denne næringen jo produserer og formidler stedsreklame og stedsprofilering. Det er ikke sikkert at en skal satse på turisme, men denne næringen bør være med på laget. Her er det nemlig mange mennesker som daglig jobber for å skape et positivt image for Kongsberg.

4.9 Lokaliseringskoeffisienter

Figur 4.3 Lokaliseringskoeffisienter (2000 og 2005)



Lokaliseringskoeffisienter er mål på hvor dominerende næringene er i forhold til tilsvarende næringer i en referanseregion (som regel hele landet). Hvis andelen sysselsatte innen næringen er 6 prosent, mens den på landsbasis er 4, vil lokaliseringkoeffisienten være 1,5 (6 delt på 4). Fordelen med en slik koeffisient er at man kan beskrive hvor viktige næringer er relativt til et gjennomsnitt (i utgangspunktet vet man jo ikke om 6 prosent innen en næring er mye eller lite), og man kan også sammenligne over tid (selv om andelen sysselsatte innen f.eks IT-tjenester øker på et sted, kan det jo hende at andelen øker mer på landsbasis, noe som indikerer at stedet faktisk taper terreng i forhold til næringen, noe som vil fremgå av lokaliseringkoeffisienten (som synker), men ikke av andelen sysselsatte (som jo øker).

Vekstnæringene er de næringene som relativt øker mest i sysselsetting de siste fem årene, og samtidig utgjør ti prosent av de sysselsatte per 1. januar 2005. *Nedgangsnæringene* er tilsvarende, dvs de næringene som har hatt størst relative nedgang i sysselsettingen siste fem år, og som utgjør 10 prosent av alle sysselsatte 1. januar 2005.

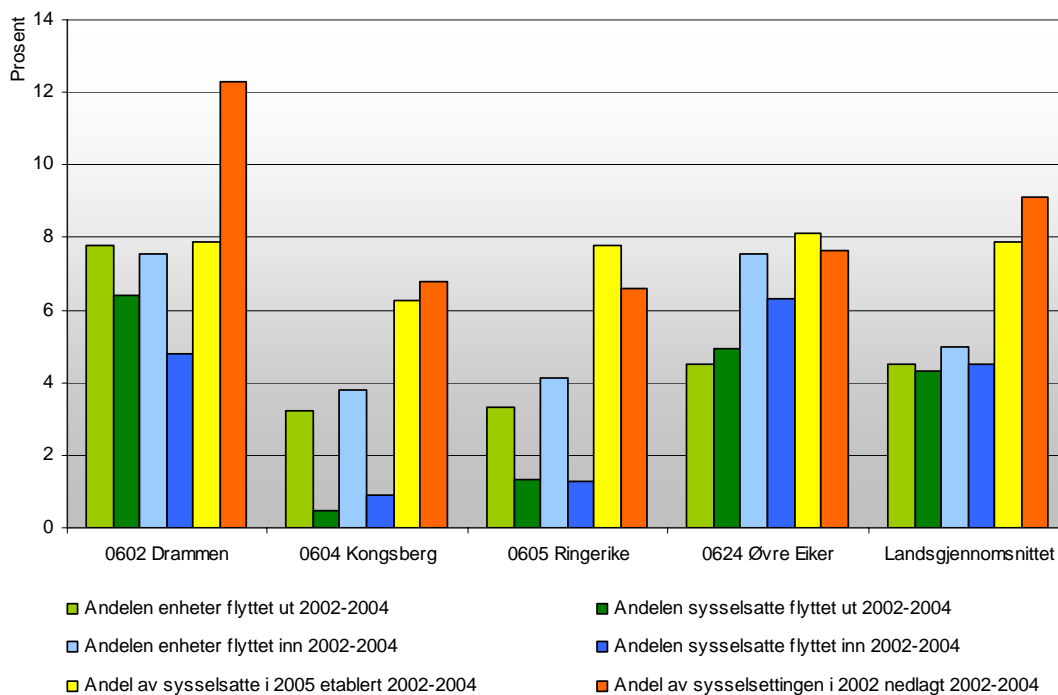
Kongsberg fremstår – ikke uventet – som ett av de aller mest teknologitunge miljøene i Norge. Det finnes per januar 2005 tre kommuner med høyere lokaliseringkoeffisient (Raufoss, Farsund og Årdal), men dette er mindre steder, og Kongsberg sysselsetter flere

personer innen high-tech-næringer enn disse tre stedene til sammen. Det første stedet på lista over de mest teknologiintensive kommunene som har flere sysselsatte innen disse næringene enn Kongsberg er Bærum, men her er lokaliseringskoeffisient til gjengjeld godt under 3.

Når det gjelder kreative næringer skiller Kongsberg seg noe ut i negativ retning, dog med en svak positiv utvikling siste årene. Det er ellers interessant at Kongsberg har over dobbelt så mange sysselsatte innen vekstnæringer enn landsgjennomsnittet, og *samtidig* har flere sysselsatte innen nedgangsnæringene. Sammensetningen av sysselsettingen er derfor litt mer kompleks enn at alt i Kongsberg er fremtidsrettet. Nedre Buskerud er ikke noe typisk turistområde, men har likevel betydelig aktiviteter innen bransjen. Bortsett fra Øvre Eiker har byene sysselsetting knyttet til turisme på linje med resten av landet.

4.10 Dynamikk

Figur 4.4 *Dynamikk i næringslivet perioden 2002-2004*



Figuren gir et bilde av dynamikken i næringslivet når vi ser på de siste årenes innflyttinger, utflyttinger, etableringer og nedleggelse. Det er glidende overgang mellom utflytting og nedleggelse av bedrifter, og mellom etablering og innflytting. En bedrift som planlegger å flytte kan legge ned bedriften ett sted, og etablere ny bedrift et annet, uten at registrene vil ha disse oppført som samme bedrift. Det er imidlertid visse ulemper, slik som papirarbeid og formelle krav, som gjør at det er enklere å flytte en bedrift enn å nedlegge og starte opp igjen, slik at en kan anta at registrene ikke er så langt fra sannheten.

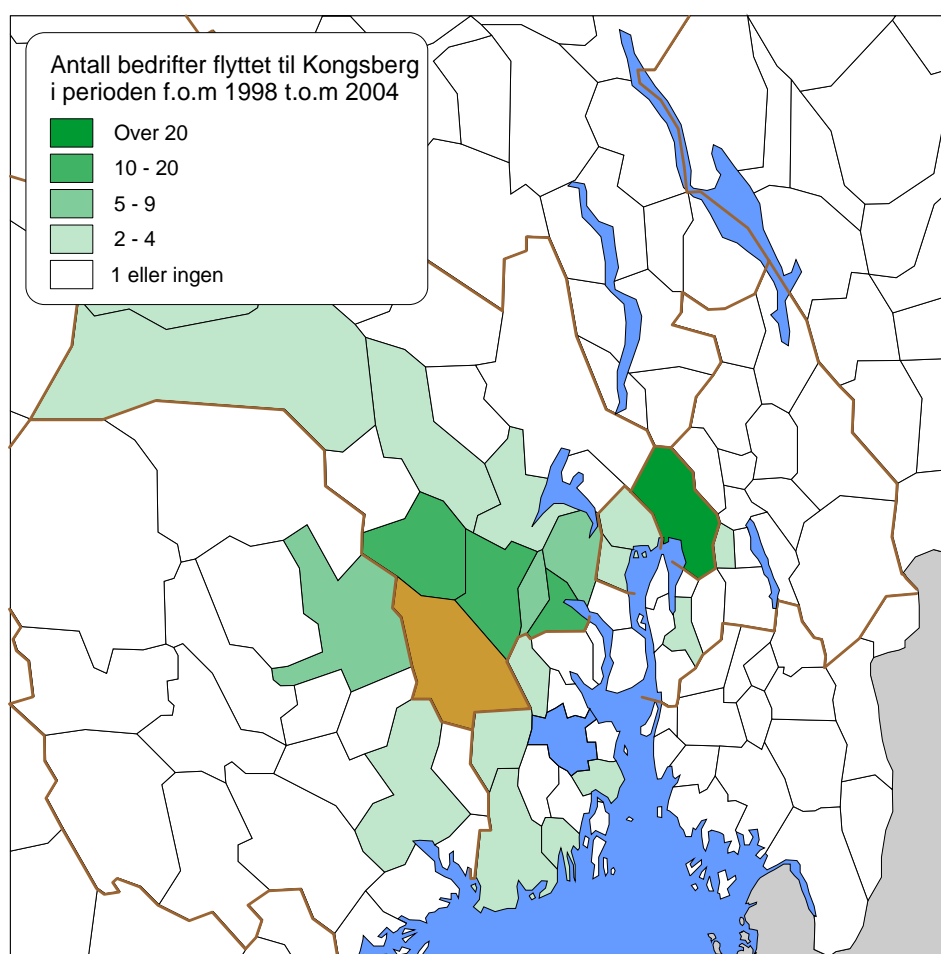
Som vi ser er det naturlig at nedleggelse er en høyere søyle enn etableringer, rett og slett fordi det er flere sysselsatte og enheter i 2005 enn i 2002. Dvs nedleggelse regnes som andel av et lavere utgangspunkt (2002-tall) enn etableringer (2005-tall). Etableringsraten

av bedrifter innen Kongsberg er under landsgjennomsnittet, og Kongsberg har også i liten grad tilflytning av allerede eksisterende bedrifter. Det er imidlertid også lavere andel av Kongsbergs bedrifter som flytter ut av kommunen, og på samme måte som i Ringerike ser det ut som om bedriftepopulasjonen i Kongsberg ”lever sitt eget liv”.

Innflyttede bedrifter er gjennomgående mindre enn utflyttede, pga at det er vanlig med en viss nedskalering under flytteprosessen. Dvs det kan se ut til å være mer å hente på å beholde en bedrift enn å få en bedrift til å flytte inn.

4.11 Tilflytting av bedrifter til Kongsberg

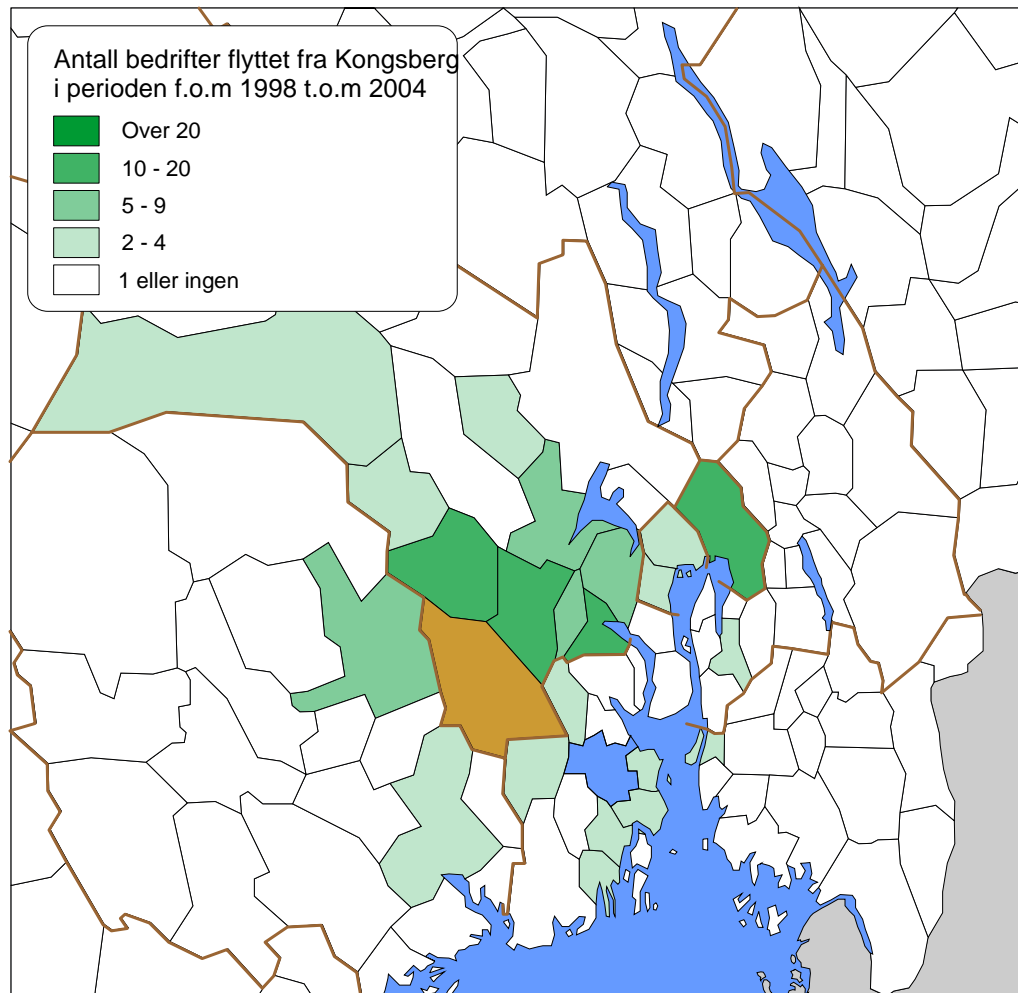
Figur 4.5 *Tilflytting av bedrifter til Kongsberg*



Av denne figuren ser vi at det er det nære omland pluss Oslo som er viktigst som rekrutteringsområde for innflytterbedrifter.

4.12 Utflytting av bedrifter fra Kongsberg

Figur 4.6 *Utflytting av bedrifter fra Kongsberg*



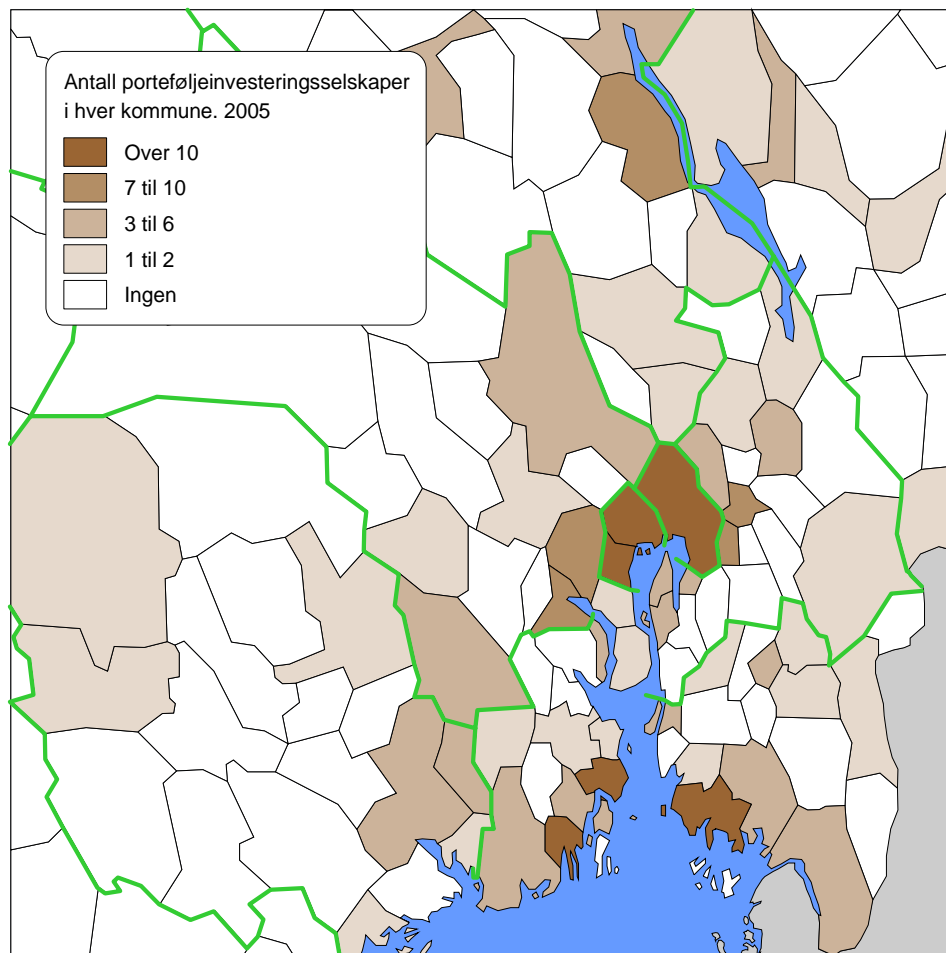
Også denne figuren viser at nærområdet er viktigst; det er i nabokommunene flest bedrifter flytter når de etablerer seg utenfor Kongsberg. Utflytterkartet og innflytterkartet er nokså like, og det er de samme kommunene som både avgir og mottar bedrifter fra Kongsberg.

Kongsberg avviker fra andre byer i Buskerud og Østfold på to m ter: For det første er nivået på både inn- og utflytting av bedrifter lavere enn for andre byer. Dette er også vist i figur 4.4. For det andre har Oslo en relativt viktigere rolle for Kongsberg enn for andre byer i de to fylkene. For alle andre byer er det først og fremst nabokommunene som er primærområde for utveksling av bedrifter (selv om også Oslo er viktig for dem), mens det er Oslo som kommer først på lista for Kongsberg.

Det kan også for øvrig nevnes at av alle kommuner utenfor de to flyttekartene er det ingen kommuner med inn- eller utflytting av bedrifter av noe betydning i forhold til Kongsberg. Vi finner bare en og annen flytting til og fra enkeltkommuner (først og fremst de største byene i resten av landet) i 7-årsperioden.

4.13 Tilgang på venturekapitalister

Figur 4.7 Tilgang på venturekapitalister



Mange vektlegger finansieringsmuligheter som essensielt ved næringsutvikling. Dette gjelder spesielt den finansieringen som retter seg mot nystartede foretak som ennå ikke er i ordinær drift eller skal foreta ekstraordinære investeringer, og dermed ikke kan benytte seg av de ordinære kapitalkildene (som først og fremst er banker). Ventureselskaper og porteføljeinvesteringsselskaper er foretak som ikke har egen virksomhet, men som har som sin forretningside å investere i foretak som er under utvikling for siden å selge seg ut med fortjeneste når foretaket de har investert i er kommet i ordinær drift. Vi har ikke tatt med data om tilgang på venturekapitalister i det opprinnelige prosjektet, men viser det her fordi det muligens vil være interessant.

Porteføljeinvesteringsselskaper har en tendens til å være svært konsentrert til de største byene, men vi ser her at det også finnes noen få i Kongsberg. Tatt i betraktning at det finnes mye high-tech og mye vekstnæringer (som en del ventureselskaper har profilert seg med som "sine" næringer) i Kongsberg er det kanskje noe overraskende at det ikke er flere selskaper. Da skal en huske på at venturebransjen har vært minst like knyttet til storbyområdene som den har vært til de enkelte næringene.

Kartet viser antall bedrifter, og forteller ikke om antall sysselsatte innen portefølje-bedriftene (normalt svært få ansatte per selskap), og heller ikke noe om størrelsen og profilen på investeringene.

4.14 Generelt næringsmiljø

Figur 4.8 *Generelt næringsmiljø*

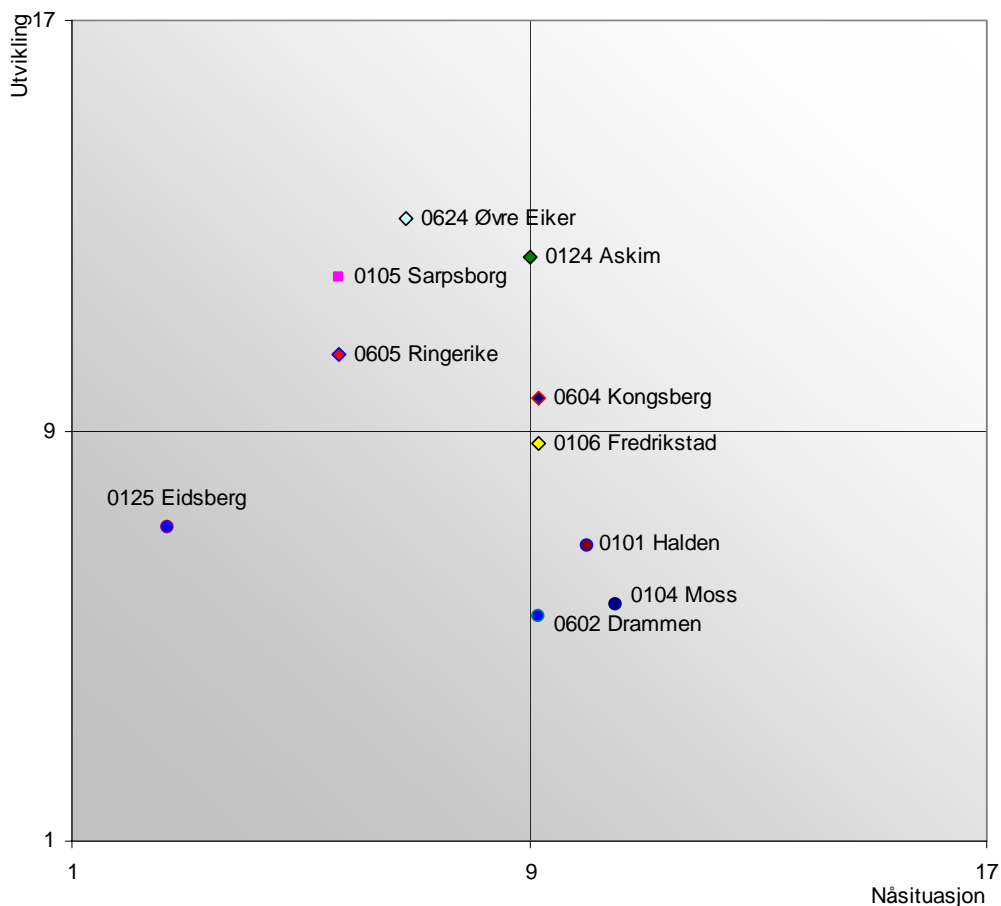


Denne figuren viser generelt næringsmiljø, basert på flere indikatorer som vi tidligere gjennomgikk (teknologi, flyttinger, vekst- og nedgangsnæringer, etableringer og nedleggelse). Den vannrette akse viser hvordan Kongsberg plasserer seg i forhold til andre byer (også 7 referanseregioner som ikke er vist²) når det gjelder nåsituasjonen, altså dagens situasjon. Byen plasserer seg best av samtlige byer. Når det gjelder indikatorer som måler utviklingen de siste fem årene, dvs. den lodrette akse, ligger Kongsberg imidlertid litt under snittet for de byer og andre regioner vi sammenligner med her. Med godt utgangspunkt og middels utvikling vil nok Kongsberg holde stand som attraktivt næringsmiljø, selv om vi så at det var enkelte indikatorer som ikke var helt på topp.

² Andre referanseregioner: Oslo, Asker/Bærum, Follo byen, Gardermo-korridoren, Mjøsregionen, Vesfoldbyene og 'resten av landet'.

4.15 Totalt miljø

Figur 4.9 *Totalt miljø*



I denne figuren er alle 10 indikatorer slått sammen. Indikatorene er de variablene som er gjennomgått, dvs teknologinæringer, turisme, soloppgangsnæringer, solnedgangsnæringer, kreative næringer, miljøtilbud, utflytting, innflytting, etableringer, nedleggelser. De samme indikatorene benyttes nå situasjon og for utviklingen de siste fem årene. Kongsberg plasserer seg svært nær aksekorset, og har dermed både en gjennomsnittlig utvikling og gjennomsnittlig nåsituasjon.

4.16 Næringslivet sett fra Oslo og Akershus

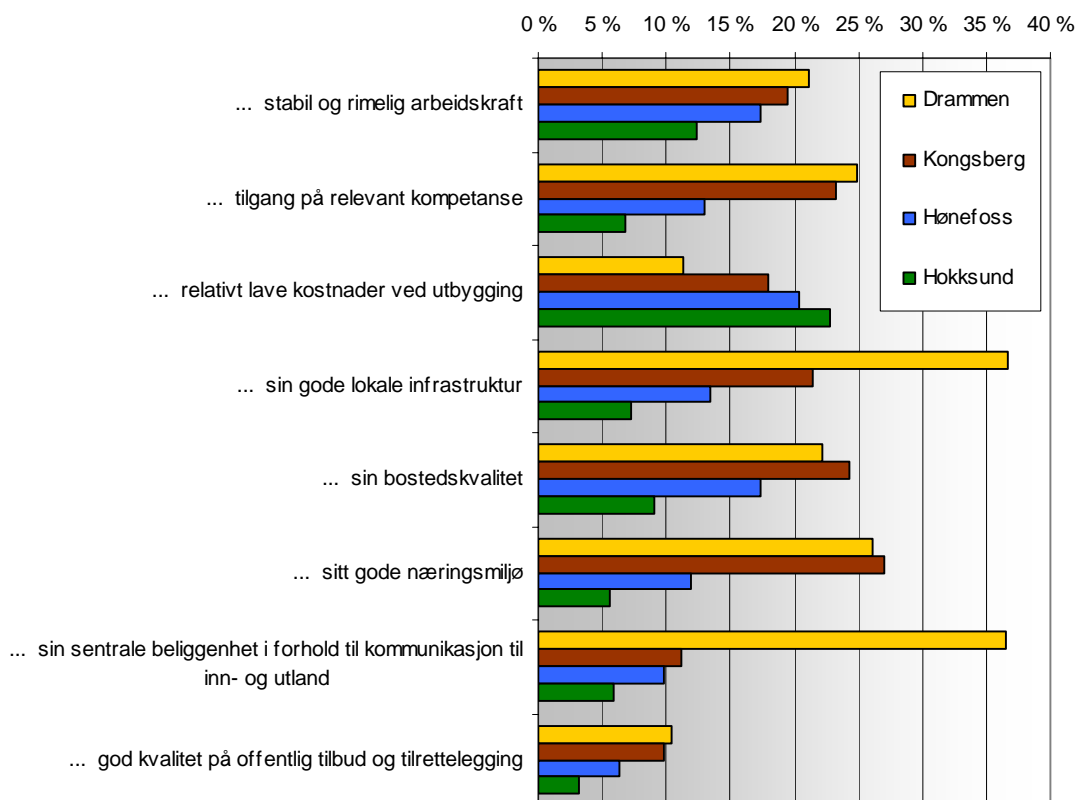
- Spørreundersøkelse sommeren 2005: Litt over 1000 næringsdrivende i Oslo og Akershus tok stilling til 8 påstander om 10 byer i Østfold og Buskerud, bl.a. Kongsberg
- 12 prosent har vurdert flytting til enten Buskerud eller Østfold
- Lite kunnskap om byene
- Få variasjoner mht næring, størrelse eller beliggenhet (innen Oslo og Akershus)

Vi gjennomførte spørreundersøkelsen som internettundersøkelse sommeren 2005.

Det var noen variasjoner: de små var mer flyttevillige enn de store, og bedrifter innen forretningsmessig tjenesteyting (men ikke hightech) var mer flyttevillige enn andre. Bedrifter i Oslo ville helst ikke flytte. Men som sagt: forskjellene var ikke så store, og når det gjaldt holdningene til de ulike byene var resultatene for de ulike næringsdrivende påfallende like.

Nedenfor presenterer vi resultater fra undersøkelsen blant næringslivslederne.

Figur 4.10 *Næringsledere i Oslo og Akershus: syn på byene i Buskerud. Prosentandel som er enige i den enkelte påstand om byen. N=1022*

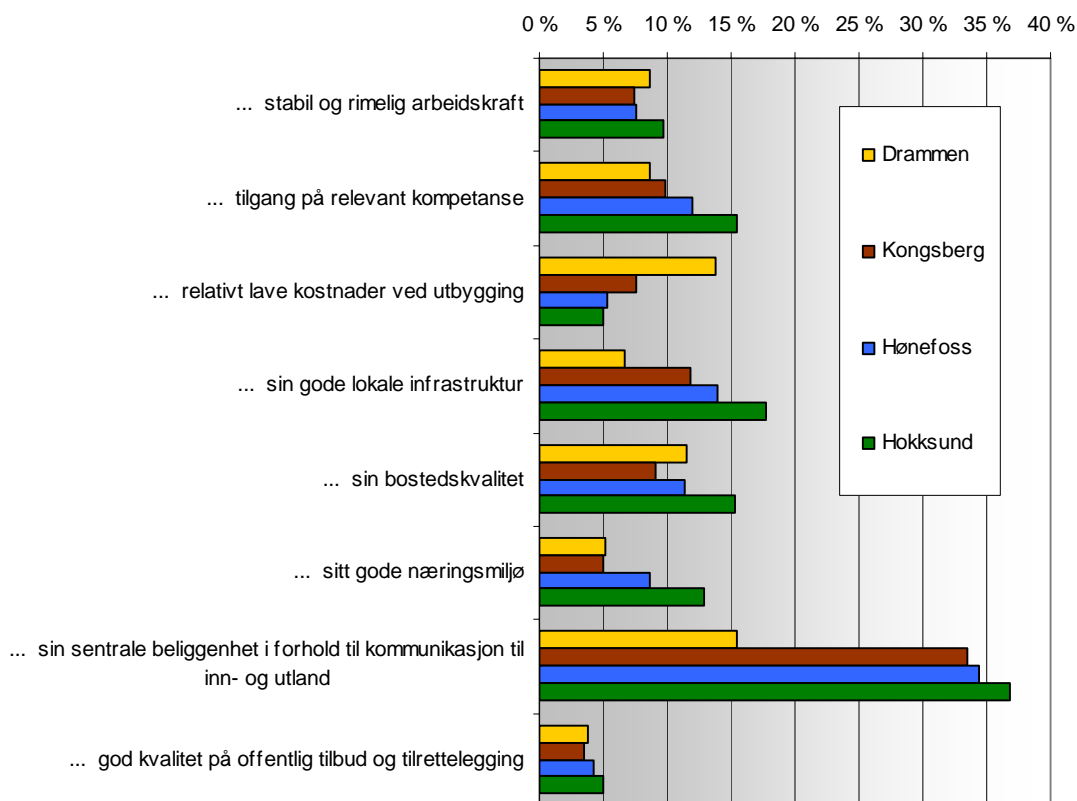


Kongsberg er de brune søylene, og viser at byen scorer jevnt over godt i forhold til de andre byene. Bare Drammen scorer noe høyere på en del av påstandene. Interessant er det også at Kongsberg scorer høyest når det gjelder bostedskvaliteter, selv om gjennomgangen av registerdata ikke ga byen en slik topplassering.

Ett trekk alle byene imidlertid har felles er at det offentlige tilbudet scorer svært lavt, men vi skal se at dette ikke kommer av at de næringsdrivende i Oslo og Akershus vender tommelen ned for tilbudet, men vet rett og slett ikke noe om det.

Som vi ser ligger ”enighetsprosenten på mellom 5 og 30 prosent. Betyr det da at 70 til 95 prosent er uenige. Spørsmålet er retorisk. Ser vi på de som er uenige i påstandene blir bildet som følger:

Figur 4.11 *Næringsledere i Oslo og Akershus: syn på byene i Buskerud. Prosentandel som er uenige i den enkelte påstand om byen. N=1022*



Her er det, for Kongsberg og Drammen, stort sett færre som er uenige i påstandene enn det var enige. Lav score her er altså positivt, og man bør sammenligne med forrige graf for å få riktig helhetsinntrykk. For Hokksund er det omvendt. Byen scorer dårlig på alle påstandene, bortsett fra når det gjelder kostnadsnivå på utbygging. Ringerike plasserer seg i en mellomposisjon, noe som tyder på at næringsdrivende har verken et spesielt negativt eller positivt syn på Ringerike som næringslivskommune.

Det er verdt å merke seg at det er enda færre som er uenige i påstandene om det gode offentlige tilbudet, enn det var som var enig. Cirka en fjerdedel svarte at de verken var enig eller uenig, noe som betyr at rundt to tredjedeler av alle spurte hadde ikke grunnlag for å gjøre seg opp noen mening om det offentlige tilbudet og tilrettelegging når det gjelder næringsetablering og næringsvirksomhet.

Andelen som verken er enig eller uenig i påstandene er ganske høy. Det kommer først og fremst av at andelen som svarte at de ikke hadde grunnlag til en mening var stor, ikke at de hadde kunnskapen, men var nøytrale til påstandene.

4.17 Oppsummering

- Hver tiende bedrift har vurdert flytting
- Kongsberg er lite kjent blant næringsdrivende i Oslo og Akershus, mindre kjent enn Drammen som arena for næringslivsdrift, men likevel bedre kjent enn Hønefoss og Hokksund.

- Kongsberg fremstår som high-tech, fremtidsrettet og med et godt næringsmiljø som burde kunne benyttes i en bevisst imagebygging som kan bidra til en dynamisk utvikling i årene som kommer. Byen har imidlertid også en god del nedgangsnæringer og kan ikke vise til så høy etableringsrater eller innflytting av nye bedrifter en kanskje skulle forvente i forhold til næringsstrukturen. Her må det understrekes at vekst- og nedgangsnæringer ikke er synonymt med noen spesiell kategori næringer (F.eks "high-tech" eller noen annen kategori). Vekst- og nedgangsnæringer finner vi alle sektorer, og illustrerer mer næringslivets generelle evne til å tilpasse seg nye rammebetingelser.
- Tilflytting og utflytting av bedrifter skjer i stor grad i forhold til Oslo, der nabokommunene ikke har en like stor utveksling av bedrifter i forhold til andre byer i Østfold og Buskerud.
- Kongsberg er likevel lite kjent for næringsdrivende i Oslo og Akershus, spesielt det offentlige virkemiddelapparat for næringsdrivende. Men sammenlignet med de andre byene i undersøkelsen er Kongsberg noe bedre kjent.
- Kongsberg scorer bra mht bostedskvaliteter, på tross av at registerdata ikke gir like god uttelling.

Det er et stort potensial til å skape et image som kombinerer bostedskvaliteter og kvaliteter for næringsdrift. Attraktivitet knyttet til næringslivet har to sider. For det første er det den attraktiviteten som fører til at næringsvirksomhet etableres eller flyttes til det aktuelle stedet, basert på mer eller mindre veloverveide bedrifts- og forretningsstrategier hos allerede etablerte bedrifter eller gründere. Denne typen attraktivitet skapes gjennom at byen kan, over tid, vise til at andre etablerer seg der, at byen har næringer som er kjennetegnet av generell vekst, at relativt få går konkurs eller flytter ut og at næringslivet har godt med andre næringer som støtter opp om generell næringsvirksomhet (f.eks IT-næringen).

Den andre typen av attraktivitet for næringsdrivende baserer seg på bostedspreferanser. Flestparten av de bedriftene som faktisk flytter er små, gjerne bare med én eller noen få sysselsatte. Vi finner dem også i næringer der énmannsforetak er vanlig og det ikke er noen spesiell innsats- eller annen lokaliseringsfaktor som er avgjørende for beliggenheten (spesielt som konsulenter og annen forretningsmessig tjenesteyting). De aller fleste av nyetableringer er også små bedrifter. Hvor bedriftseieren vil bo blir derfor viktig. Kulturnæringer, næringer som yter tjenester i form av fritidstilbud og næringer som profilerer steder som del av sin virksomhet vil derfor vær indikatorer på denne typen attraktivitet.

Beslutning om flytting eller etablering av virksomhet tas av enkeltpersoner, og det er i mange tilfeller enkeltpersoners meninger og holdninger som til syvende og sist avgjør hvor en virksomhet skal ligge. Attraktivitet ved en by kan derfor også beskrive ved en kartlegging av oppfatninger (om byen) hos næringsdrivende utenfor byen, og dermed få et bilde av hvordan byen fremstår som potensiell etableringssted for dem som ikke bor der. Dette som en justering av hva som faktisk finnes i byen av næringsliv, siden det ikke nødvendigvis er en entydig sammenheng mellom byens næringsliv og eksterne næringsdrivendes holdninger.

5 Handels- og servicestatistikk for Kongsberg

Dette kapitlet er hentet fra NIBR-notat 2005:126

Handels- og servicestatistikk for bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Vidar Vanberg



Kongsberg

Kongsberg konkurrerer med handelen i Drammensdistriktet, dvs. med både Nedre Eiker og Drammen. I noen grad også med Oslo. I dag er det en betydelig lekkasje innen enkelte bransjer, bl.a klær. Kongsberg trekker til seg kjøpekraft fra kommunene i nord, og er et regionalt handelssenter som også besøkes av innbyggere i Øvre Eiker. Fra 2001 til 2004 økte omsetningen med 15,3% for detaljhandel (ekskl. bilbransjen). Tilsynelatende betyr ikke turistene så mye for omsetningen, den er jevn gjennom året. Omsetningen pr. innbygger var betydelig mindre enn for Drammen i 2004, mens inntekten pr. skatteyter var høyest av de ti kommunene i 2002. Ssb's framskrivning tilsier en økning i innbyggertallet i Kongsberg kommune på ca. 1700 innbyggere fram til 2020.

I det følgende gis korte kommentarer til situasjonen når det gjelder byens muligheter som handels- og servicesenter. Tabellene bør studeres sammen med de kortfattede kommentarene i dette avsnittet, slik at en selv kan bedømme best mulig hvordan utviklingen har vært fram til nå både lokalt og regionalt. Tallene for dekningsgrad, omsetningsutvikling og kjøpekraft er ment å gi noe av det grunnlagsmaterialet som sammen med de øvrige

resultatene fra prosjektet kan danne basis for utformingen av strategier som gir byene størst mulig attraktivitet i årene som kommer.

5.1 Metode: Kommunenes attraktivitet som handels- og tjenestested

Ved hjelp av offentlig statistikk kan en si noe om en kommunes attraktivitet som handels- og tjenestested, selv om en ikke har statistikk for byene/tettstedene i kommunen å holde seg til. En kan også si noe om utviklingen på regionalt nivå, som kommunen og hovedsentret i kommunen er en del av som handels- og tjenestested.

I NIBRs database for nærings- og stedsutvikling har vi ved hjelp av modellberegninger kommet fram til årlige anslag på detaljhandelens dekningsgrad/handelslekkasjen i kommunene. En sammenstilling av beregninger for flere år gir et bilde av den enkelte kommunes situasjon i sin region, og utviklingen over tid.

Dekningsgradstallene framkommer ved at vi vurderer den faktiske omsetningen i kommunen i et bestemt år (A) mot den mulige omsetningen basert på forbruk til detaljhandelskjøp fra innbyggerne, næringsliv og storhusholdninger i kommunen (B) samme år. Er A-B positiv, er det en positiv dekningsgrad, er A-B negativ, er det en negativ dekningsgrad, dvs. handelslekkasje.

Formelen for beregning av dekningsgrad (D) er:

$$D = \frac{\text{Faktisk detaljhandelsomsetning inkl.mva}}{\text{Omsetningspotensialet fra forbrukere, næringsliv og storhusholdninger}} \cdot 100$$

Er detaljhandelsomsetningen i kommunen 100 mill. kr inkl. mva for et bestemt år, og omsetningspotensialet også 100 mill. kr., blir dekningsgraden 100. En dekningsgrad på 100 vil mao. si at omsetningen tilsvarer potensialet i kommunen. En dekningsgrad på 80 tilsier at det er 20% lavere omsetning enn det potensialet tilsier (og derved handelslekkasje). En dekningsgrad på 120 tilsier at det er en overdekning i detaljhandelsomsetningen på 20 %.

Tallene beregnes vanligvis for detaljhandelen totalt, og for detaljhandelen ekskl. den kapitalkrevende bransjen motorkjøretøyer/drivstoff. Det kan selvsagt være store variasjoner fra bransje til bransje, og dekningsgradtallet er beheftet med usikkerheter, som f.eks turismens omsetningsmessige betydning og omsetningsandelen fra bedrifter og storhusholdninger i kommunen.

Det må også tillegges at det ikke er noe mål å ha en dekningsgrad på 100 i hver kommune. De mindre kommunene må nødvendigvis ha en viss handelslekkasje, noe som er en forutsetning for at det skal utvikles sentra med et tilbud til omland som omfatter flere kommuner.

5.2 Kommunenes attraktivitet som handelssteder i Buskerud

Tabell 5.1 *Detaljhandelens dekningsgrad for kommunene i Buskerud*

Kommune	1995	1997	1999	2202	2003
Drammen	167	165	169	154	149
Kongsberg	139	136	138	143	140
Ringerike	145	142	141	140	145
Hole	40	54	62	75	76
Flå	74	84	90	91	89
Nes	158	184	192	211	205
Gol	188	176	219	235	231
Hemsedal	135	123	121	126	126
Ål	100	96	90	89	85
Hol	124	119	120	128	131
Sigdal	52	53	81	69	72
Krødsherad	79	75	86	87	85
Modum	95	92	90	96	95
Øvre Eiker	87	85	72	88	91
Nedre Eiker	100	101	97	105	106
Lier	145	156	145	151	153
Røyken	52	55	57	60	59
Hurum	59	57	54	63	61
Flesberg	51	48	57	54	54
Rollag	65	59	56	58	61
Nore og Uvdal	90	84	87	85	86

Tabell 5.2 *Detaljhandelens dekningsgrad fordelt på handelsregioner i Buskerud*

Region	1994	1997	1999	2002	2003
Drammen-regionen	132	128	125	124	122
Ringerike-regionen	130	130	130	131	135
Midt fylket	87	82	88	90	89
Hallingdal-regionen	142	137	148	158	156
Kongsberg/Numedalregionen	135	120	123	127	125

Tabell 5.3 *Detaljhandelens dekningsgrad for kommunene i Buskerud (eks. motorkjøretøyer/ drivstoff)*

Kommune	1993	1995	1997	1999	2002	2003
Drammen	139	138	139	139	135	131
Kongsberg	108	104	106	112	117	113
Ringerike	114	128	120	120	117	118
Hole	12	12	28	41	48	46
Flå	38	40	40	45	51	48
Nes	104	101	108	122	117	116
Gol	128	157	159	172	197	196
Hemsedal	131	137	134	138	131	135
Ål	87	96	96	96	91	89
Hol	103	107	111	124	128	135
Sigdal	46	48	49	51	66	69
Krødsherad	59	69	71	85	74	72
Modum	85	91	91	96	100	99
Øvre Eiker	67	72	76	73	76	79
Nedre Eiker	95	109	111	112	118	118
Lier	106	101	108	101	106	103
Røyken	54	50	57	60	64	64
Hurum	52	59	60	59	70	68
Flesberg	39	43	43	56	50	49
Rollag	58	57	57	54	61	56
Nore og Uvdal	68	59	62	69	73	74

Tabell 5.4 *Detaljhandelens dekningsgrad fordelt på handelsregioner i Buskerud (eks. motorkjøretøyer/ drivstoff)*

Region	1994	1997	1999	2002	2003
Drammen-regionen	111	109	109	109	108
Ringerike-regionen	107	108	109	107	107
Midt fylket	81	81	86	91	90
Hallingdal-regionen	117	117	126	131	132
Kongsberg/ Numedalregionen	102	94	101	105	102

I tabell 5.5 under har vi splittet opp detaljhandelen på dagligvarer og spesialvarer. Det er tallene for detaljhandelen totalt som er utgangspunktet ("Alle varer"), dvs. inkl. motorkjøretøyer og drivstoff. Med dagligvarer forstås i denne sammenheng summen av næringsgruppe 52.11 ("butikk med bredt vareutvalg med hovedvekt på nærings- og nytelsesmidler") og næringsgruppe 52.2 ("butikkhandel med nærings- og nytelsesmidler i spesialforretninger"). Differansen mellom "alle varer" og "dagligvarer" blir de øvrige varegruppene innen detaljhandelen, dvs. det som er benevnt "spesialvarer".

Her er det viktig å være oppmerksom på at feilkildene kan være store. Det har sammenheng med at en forretning som omsetter spesialvarer, og som samtidig defineres som en dagligvareforretning fordi dagligvarer er hovedbransjen, får spesialvareomsetningen

registrert som dagligvareomsetning i varehandelsstatistikken. Resultatene i tabellen med dekningsgradsberegninger for dagligvarer og spesialvarer må derfor tas med det nødvendige forbehold. Med det utgangspunktet ser vi at mange av kommunene får en positiv dekningsgrad for dagligvareomsetningen, mens dekningsgraden av spesialvarer er beskjeden i de mindre kommunene.

For kommuner der en ønsker en mer detaljert oversikt over detaljhandelen totalt (og ekskl. bilbransjen), bør en supplere dekningsgradsinformasjonen med tall for omsetningsutviklingen. Dekningsgradstall for detaljhandelen splittet opp på flere underbransjer enn dagligvarer og spesialvarer krever innhenting av mer eksakte bransjevise omsetningsdata enn det den offentlige varehandelsstatistikken kan gi.

Tabell 5.5 *Detaljhandelens dekningsgrad fordelt på dagligvarer og spesialvarer i Buskerud*

Kommune	Dagl.varer	Dagl.varer	Spesialvarer	Spesialvarer
	2002	2003	2002	2003
Drammen	147	143	157	150
Kongsberg	142	139	144	140
Ringerike	140	139	141	147
Hole	77	81	74	74
Flå	113	94	82	87
Nes	143	142	233	226
Gol	222	212	239	238
Hemsedal	215	218	89	87
Ål	104	104	83	78
Hol	195	208	100	99
Sigdal	119	120	49	54
Krødsherad	141	139	66	63
Modum	136	134	80	80
Øvre Eiker	97	95	85	89
Nedre Eiker	144	143	90	92
Lier	110	105	165	169
Røyken	109	109	41	39
Hurum	106	103	47	45
Flesberg	97	95	37	37
Rollag	144	106	23	43
Nore og Uvdal	144	147	61	61

5.3 Detaljhandelsutviklingen i kommunene og regionene i Buskerud

Byenes utvikling som handelsbyer kan også måles ved hjelp av den årlige omsetningsutviklingen innen detaljhandelen. Er det vekst, stagnasjon eller tilbakegang for bykommunene og den regionen de er en del av?

Tabell 5.6 til 5.9 gir svar på dette gjennom en oversikt over utviklingen i detaljhandelsomsetningen i kommunene og regionene i Buskerud fylke i perioden 1999 til 2004.

Tabell 5.6 *Detaljhandelsomsetningen i mill. kr. eks. mva. – Buskerud*

Kommune/region	1999	2001	2003	2004*	Endring i % 2001-2004
Drammen	10732	9410	9995	11809	25,5
Lier	2625	3063	3399	4102	33,9
Røyken	581	725	759	877	21,0
Hurum	259	321	347	370	15,3
Nedre Eiker	2220	2227	2560	2894	30,0
Øvre Eiker	1012	1229	1293	1316	7,1
Drammensregionen	17429	16975	18353	21368	25,9
Ringerike	2650	2804	3101	3329	018,7
Hole	180	256	263	275	7,4
Ringerikeregionen	2830	3060	3364	3604	17,8
Modum	705	785	852	879	12,0
Sigdal	177	139	173	172	23,7
Krøsherad	167	171	166	189	10,5
Midtfylkeregionen	1049	1095	1191	1240	13,2
Flå	59	61	62	60	-1,6
Nes	457	528	542	546	3,4
Gol	703	768	839	954	24,2
Hemsedal	149	166	168	157	-5,4
Ål	274	272	284	307	12,9
Hol	340	355	416	410	15,5
Hallingdalregionen	1982	2150	2311	2434	13,2
Kongsberg	2085	2227	2448	2661	19,5
Flesberg	83	94	91	95	1,1
Rollag	46	50	55	51	2,0
Nore og Uvdal	144	166	196	201	21,1
Kongsberg/Numedal-regionen	2358	2537	2790	3008	18,6

*Tallene for 2004 er basert på SSB's terminvise detaljhandelsstatistikk for 2004.

Tabell 5.7 Detaljhandelsomsetningen i mill. kr. eks mva. (ekskl. motorkj.tøy/driv- stoff)
- Buskerud fylke

Kommune/region	1999	2001	2003	2004*	Endring i % 2001-2004
Drammen	3515	3779	3927	4049	7,1
Lier	950	1059	1149	1245	17,6
Røyken	410	492	552	650	32,1
Hurum	209	280	295	315	12,5
Nedre Eiker	1028	1131	1310	1448	28,0
Øvre Eiker	467	569	613	631	10,9
Drammensregionen	6579	7310	7846	8338	14,1
Ringerike	1505	1551	1732	1774	14,4
Hole	83	101	118	124	22,8
Ringerikeregionen	1588	1652	1850	1898	14,9
Modum	517	579	639	641	10,7
Sigdal	75	86	120	117	36,0
Krøsherad	83	76	79	81	6,6
Midtfylkeregionen	675	741	838	839	13,2
Flå	21	22	24	22	0
Nes	195	206	209	217	5,3
Gol	362	428	497	546	27,6
Hemsedal	124	140	137	143	2,1
Ål	201	202	209	209	3,5
Hol	261	282	326	339	16,1
Hallingdalregionen	1164	1280	1402	1476	15,3
Kongsberg	1115	1214	1379	1400	15,3
Flesberg	58	67	59	64	-4,5
Rollag	34	37	41	37	0
Nore og Uvdal	81	90	99	96	6,7
Kongsberg/Numedal- regionen	1288	1408	1578	1597	13,4

*Tallene for 2004 er basert på SSB's terminvise detaljhandelsstatistikk for 2004.

5.4 Turismens betydning for detaljhandelsomsetningen

Hvor attraktive er byene som turistmål? I noen grad kan dette måles ved å se på detaljhandelsomsetning i byene i typiske turistmåneder og foreta en sammenligning med omsetningen i måneder av året som i mindre grad har besøk av turister. Til å få svar på dette benytter vi Statistisk sentralbyrås månedsstatistikk for detaljhandelen (terminstatistikken). Den gir grunnlag for å sammenligne omsetningen i sommermånedene i forhold til omsetningen i typiske ikke-turistbaserte måneder.

Statistikkgrunnlaget for terminstatistikken som SSB utgir er basert på foretakenes innberetning til momsregistret, og kommer til SSB via fylkesskattekontoret. For ca. 80 % av foretakene er foretaket en enkeltbedrift. For de resterende 20 % (med 40 % av omsetningen), er foretaket sammensatt av flere enkeltbedrifter. Her må omsetningen fordeles etter en nøkkel som SSB bruker, og som er basert på den årlige varehandelsstatistikken. Usikkerheten i disse tallene er derfor større enn i den årlige varehandelsstatistikken. Vanligvis ligger tallet for detaljhandelens totalomsetning innen pluss/minus

1% i forhold til de endelige tallene fra varehandelsstatistikken. Avvikene innen hovedvaregruppene er vanligvis på pluss/minus 2 %. På kommunenivå, og spesielt i små kommuner kan avvikene være større, i enkelte tilfelle opp mot 20-30 %.

Alternativt til å vurdere turismens betydning ut fra termintallene i varehandelsstatistikken, er å gjennomføre en spørreundersøkelse til et utvalg bedrifter. En registrering av omsetningstall for typiske turistmåneder i forhold til typiske ikke-turistmåneder vil, sammen med den forretningsdrivendes egen vurdering av turismens betydning, gi et grunnlag for å anslå hva den betyr for den lokale handelsstanden.

I tabellene som følger er det detaljhandelsomsetning i mill kr. eks. mva. i hovedgruppe 52 (detaljhandel ekskl. motorkjøretøyer/drivstoff) fordelt over året (2004) som legges til grunn for å vurdere turismens betydning. Det er tatt med tall for tre terminer: mars/april-juli/august-september/oktober.

Tabell 5.8 *Omsetningsfordeling over året – Buskerud fylke*

Kommune	Mars/april 2004	Juli/august 2004	Sept/okt 2004
Drammen	631	631	679
Kongsberg	220	227	234
Ringerike	274	299	292
Øvre Eiker	98	105	114

5.5 Andre indikatorer på byene attraktivitet

Detaljhandelsomsetningen pr innbygger for de ti kommunene gir en indikasjon på hvor attraktive byene er som handelssteder. Det sammen gjør forventet befolkningsutvikling for bykommunene og veksten i byenes innbyggertall. Det er også en sammenheng mellom inntekts- og kjøpekraftsnivået i bykommunene. Tabellene 5.9 til 5.12 viser hvilke av bykommunene som fremstår som mest attraktive i forhold til de nevnte indikatorene.

Tabell 5.9 *Detaljhandelsomsetning pr innbygger*

Kommune	Detaljhandelsoms. pr innbygger 2004
Drammen	71343
Kongsberg	60422
Ringerike	63159
Øvre Eiker	40876
Halden	44646
Moss	66790
Sarpsborg	59768
Fredrikstad	55940
Askim	50336
Eidsberg	69160

Kilde: SSB

Tallene er eksklusiv omsetning av motorkjøretøyer og bensin, og eksklusiv merverdiavgift.

Tabell 5.10 *Forventet befolkningsutvikling 2005 - 2020*

Kommune	1/1-2005	2010	2015	2020	Forventet %-vis endring 2005-2020
Drammen	57148	58741	60422	62178	8,8
Kongsberg	23244	23683	24303	24955	7,4
Ringerike	28079	28573	29028	29641	5,6
Øvre Eiker	15633	15531	15808	16152	3,3
Halden	27582	28415	29136	29952	8,6
Moss	28040	29212	30239	31238	11,4
Sarpsborg	49753	50051	51008	52099	4,7
Fredrikstad	70418	71482	73300	75275	6,9
Askim	14089	14246	14593	15002	6,5
Eidsberg	10203	10495	10842	11217	9,9

SSBs framskrivning, alternativ MMMM

Alternativ MMMM står for middels nasjonal vekst med forutsetninger om: middels fruktbarhet, middels levealder, middels innenlandsk mobilitet og middels netto innvandring

Tabell 5.11 *Tettstedsutvikling 2003-2005 (pr 1/1)*

By	2003	2004	2005	%-vis endring 2003-2005
Drammen	89500	89976	90722	1,4
Kongsberg	17401	17643	17667	1,5
Hønefoss	13775	13797	13678	-0,7
Hokksund*				
Halden	21921	21916	21970	0,2
Moss	34323	34329	34492	0,5
Fredrikstad/Sarpsborg	95994	96595	97094	1,1
Askim	12300	12373	12482	1,5
Mysen	5458	5460	5516	1,1

Kilde: SSB Statistikkbanken

*Tall i tettstedsstatistikken for Hokksund inngår i Drammen tettsted. Hokksund inngikk med 6857 innbyggere i 2003, 6874 innbyggere i 2004 og 6966 innbyggere i 2005. Tallene for Hokksund tettsted inkluderer også tall fra Nedre Eiker, noe som tilsier at Hokksund tettsted har et samlet innbyggertall på ca. 8300-8500 innbyggere i 2005

Tabell 5.12 *Bruttoinntekt i kr etter kommune: medianverdi 2000, 2001, 2002.*

Kommune	2000	2001	2002	%-vis endring 2000-2002
Drammen	215000	220400	229000	6,5
Kongsberg	228200	235300	244200	7,0
Ringerike	206800	212800	221300	6,6
Øvre Eiker	203300	209700	218300	7,4
Halden	188900	195700	203100	7,5
Moss	204100	209200	219100	7,3
Sarpsborg	192300	198200	208000	8,2
Fredrikstad	195100	201500	209800	7,5
Askim	202300	209500	217600	7,6
Eidsberg	200100	204300	213400	6,6

Kilde: SSB

Selv om det ikke nødvendigvis er en direkte sammenheng mellom kjøpekraftsgrunnlag og inntektsnivå, gir tallene en indikasjon på lokal kjøpekraft målt etter inntektsnivået. Tabellen gir tall for bosatte personer 17 år og over (2002-kr).

6 Bosetting og flytting blant unge voksne

Dette kapitlet er basert på: NIBR-notat 2005:124

Bosetting og flytting i etableringsfasen for bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Kjetil Sørлие



6.1 Innledning: livsløpsanalyse av etableringsfasen

Hvordan velger de unge voksne i dag, de som er i etableringsfasen? Og hvem består den unge voksgenerasjonen av, byens ”humane kapital”? De dataene vi presenterer her, er hentet fra en registeranalyse av flytting i livsløpsperspektiv, hvor fem årskull (født 1966-70) er fulgt fra de var 15 år, til de ved utgangen av 2003 var midt i 30-årene. Hensikten med å sette søkelyset på en lang livsfase på denne måten er å få fram hvordan samfunnsutviklingen langsiktig og i sum påvirker flytteprosessene, og hvordan befolkningssammensetningen formes og omformes over livsløpet på veien fra barn til voksen. Vi har valgt de årskullene i befolkningen som nyligst har gjennomlevd denne aldersfasen, og får for hver by dermed fram de ferskeste lokale nedslagene av samfunnsutviklingen.

Aldersfasen 15-35 år bringer befolkningen fra ungdomstrinnet, hvor lite av deres livsprogram ennå er fastlagt, til de er etablert med utdanning, arbeid, bolig og eventuelt

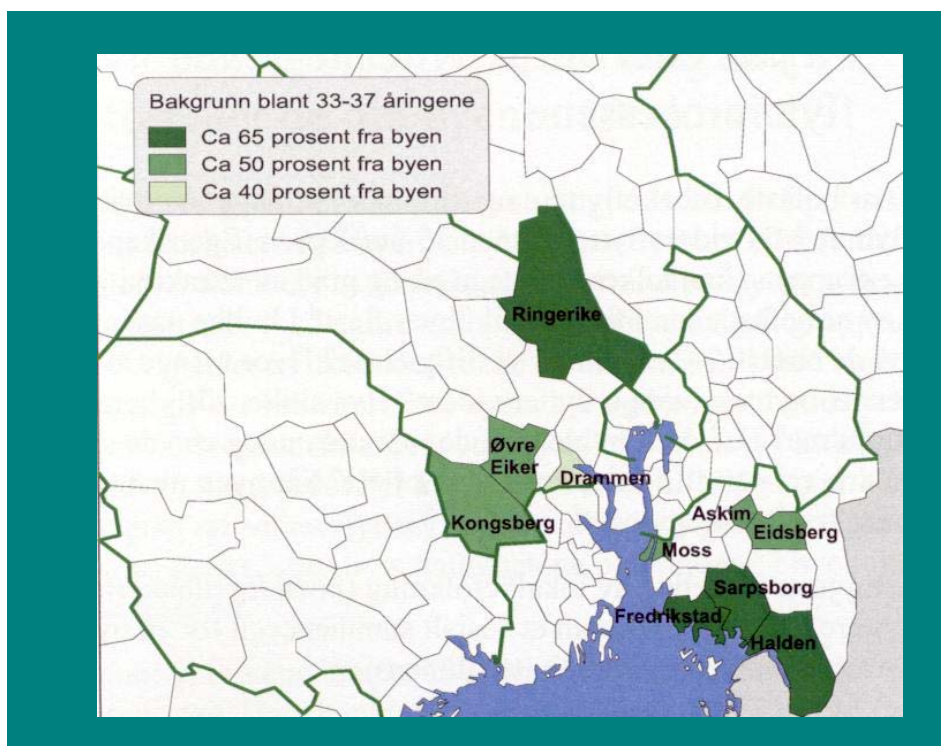
familie. Midt i 30-årene har det meste av karrieredannelsen tatt form, for eksempel har kvinnene fått nær 90 prosent av barna sine når de er blitt 35 år. Dermed er også det meste av grunnlaget (utgangspunktet) for bosettingen av neste generasjon også blitt lagt. Det er en tendens i samfunnet til at prosessen "fra barn til voksen" stadig tar lenger tid, som følge av at flere tar utdanning og at familieetableringen skyves utover i livsløpet. Likevel er de hovedstrukturene vi kan observere ved 35-årsalderen festnet seg såpass at de i hovedsak kan tolkes som et varig resultat av flytteprosessene.

Analysen består altså i å følge alle personer i landet fra de fem årskullene, fra de gikk ut av grunnskolen og til de var godt voksne, midt i 30-årene. For hver by identifiserer vi bofaste, fraflyttede og tilbakeflyttere blant dem som bodde i byen som 15-åringer. I tillegg identifiserer vi nyinnflyttere utenfra og videreflyttere blant disse som flytter ut igjen i løpet av fasen.

Ved å følge disse fem kullene, og ved å identifisere de bofaste og de ulike flyttegruppene, består analysen videre i å se på hva som kjennetegner gruppene, hvem de består av og hva de gjør. I denne analysen har vi studert dette i lys av utdanningsnivå, sysselsettingsnivå, pendlingsaktivitet og næring.

6.2 Hvor mange kongsbergensere bor i hjemkommunen?

Figur 6.1 *Andel blant 33-37 åringene som er fra byen*



Byene nærmest hovedstadsområdet har flest tilflyttere. I Kongsberg er omlag halvparten i den unge voksenbefolkningen opprinnelig fra byen, mens halvparten er tilflyttere.

Hvor mange kongsbergensere bor i Kongsberg?

- 53% av de unge voksne er opprinnelig fra byen, 47% er tilflyttere
- Av de som bodde i byen som 15-åringer er det (menn og kvinner samlet):
 - 37% som har bodd i byen hele tiden
 - 16% som har vært ute og flyttet tilbake
 - 47% som nå bor andre steder

Omlag halvparten av de som vokste opp i Kongsberg bor nå andre steder (N= alle menn og kvinner i fem årskull midt i 30-åra som bodde i byen som 15-åringer). Det betyr samtidig at den andre halvparten har slått seg ned i hjembyen, - trettisju prosent av dem har bodd der hele tiden fram til de nå er midt i 30-åra. Byer som ligger nærmere hovedstadsområdet, som Drammen og Moss, har alle en større andel tilflyttere og en lavere andel som har vært bofaste hele tiden. Tabellen nedenfor viser at 16-17 prosent av bysbarna som har bodd andre steder en periode flytter tilbake til Kongsberg når de kommer i etableringsfasen.

Tabell 6.1 *Prosentandel tilbakeflyttere av alle i fem årskull (33-37 år) som vokste opp i byen:*

KOMMUNE	MENN	KVINNER
Drammen	19	20
Ringerike (Hønefoss)	16	21
Kongsberg	17	17
Øvre Eiker (Hokksund)	15	20
Moss	22	24
Eidsberg (Mysen)	16	17
Askim	17	22
Sarpsborg	19	22
Halden	19	18
Fredrikstad	17	21

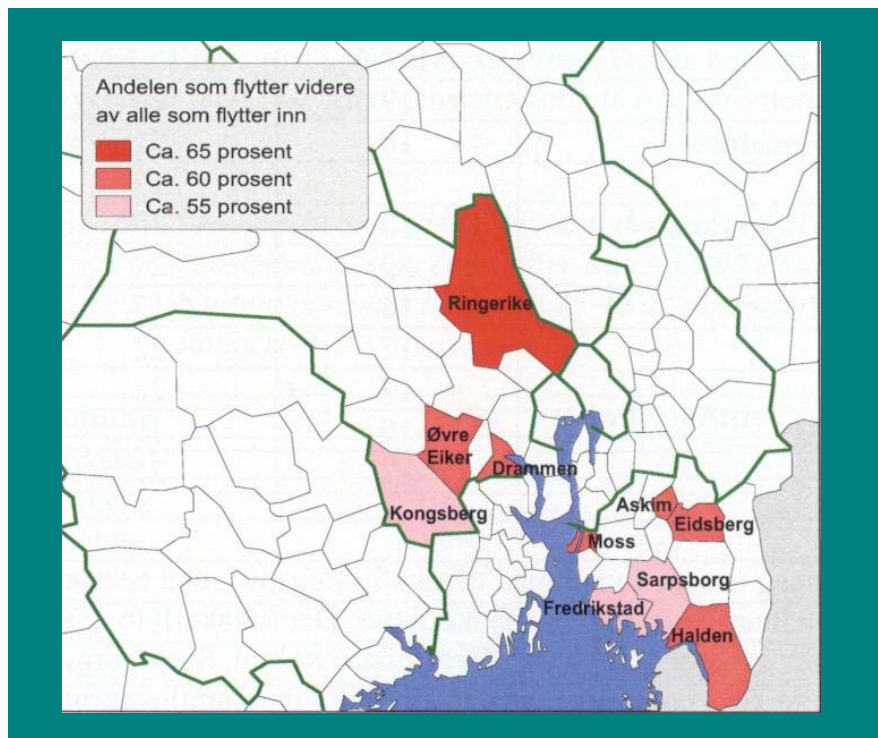
6.3 Tilflytting og videreflytting

Hvilke veier fører til Kongsberg?

- Av de 47% i den unge voksenbefolkningen som er tilflyttere, kommer opprinnelig
 - 31% fra Østlandet utenom Buskerud
 - 29% fra andre landsdeler
 - 21% fra andre kommuner i Buskerud
 - 15% fra utlandet
 - 4 % fra Oslo

Det er få av de andre kommunene som har så stor andel av tilflytterne som kommer fra andre fylker på Østlandet og fra andre landsdeler. Samtidig er prosentandelen tilflyttere som vokste opp i andre kommuner i fylket relativt sett lavere. Det samme mønsteret finner vi i Ringerike.

Figur 6.2 *Andel blant 33-37 åringene som er tilflyttere som flytter videre*



Data for Kongsberg, som her gir byen en rosa farge, viser at ca. 55% av de i den unge voksenbefolkningen som flytter inn flytter videre ut av kommunen. Dette betyr at Kongsberg er av de kommuner i disse to fylker som best klarer å "holde" på innflyttere. Bare Sarpsborg og Fredrikstad har like lav andel videreflytting som Kongsberg.

6.4 Utdanning og sysselsetting

I den unge voksgenerasjonen som nå er i 30-åra, er det 43% av mennene og 40% av kvinnene som har høyere utdanning (de fleste av dem såkalt kort høyere utdanning). Dette er det høyeste nivået vi finner i de ti byene i Østfold og Buskerud.

Når det gjelder sysselsettingen blant de unge voksne er denne høy, særlig blant lokalbefolkningen der 90 % av mennene og 74% av kvinnene er i arbeid. Sysselsettingen blant tilflyttere i samme alderskategori er omlag ti prosentpoeng lavere.

Andelene sysselsatte unge voksne i industrien er langt større enn på landsbasis. Dette gjelder både kvinner og menn. Som i andre kommuner er det en stor andel av kvinnene som jobber innen undervisning og helse; 37% av de unge voksne kvinnene har sin arbeidsplass i disse sektorene. De fleste, både menn og kvinner, har sin arbeidsplass i Kongsberg, det er lite pendling ut av kommunen.

6.5 Tabeller for Kongsberg

I notatet der disse tabellene er hentet fra, gis det en grundig redegjørelse for hvordan lese og tolke tabellene. (NIBR-notat 2005:124 *Bosetting og flytting i etableringsfasen for bykommunene i Østfold og Buskerud*. Notatet ligger elektronisk tilgjengelig på nettet via www.nibr.no).

En del forkortelser er brukt:

BOF:	Bofaste
TBF:	Tilbakeflyttere
TIL:	Tilflyttere
M:	Menn
Kv:	Kvinner
A/B:	Asker/Bærum
Gar:	Gardermo-regionen
Mjø:	Mjøsbyene
Vfo:	Vestfoldbyene

Tabell 6.2 *Flyttehistoriske fordelinger for menn og kvinner i Kongsberg og i seks andre byområder på Østlandet. Årskull født 1966-70, fulgt fra de var 15 år, til de i 2003 var i alder 33-37 år. Prosent av tallet på gutter og jenter som bodde i byene som 15-åring.*

KONGSBERG 604	MENN								KVINNER					
	M	Kv	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo
Bofaste	40	37	45	33	28	35	50	46	40	28	25	28	43	40
Tilbakeflyttere	17	17	16	16	19	19	17	19	15	19	20	22	20	23
Fraflyttede	43	46	39	51	53	46	33	35	45	53	55	50	37	37
ALLE	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tilflyttere	52	65	157	68	70	76	26	41	149	83	94	83	35	45
Videreflyttere	78	79	167	89	114	94	39	47	221	101	152	100	47	52
Tap/gevinst	+9	+19	118	+17	+17	+30	-7	+6	104	+30	+39	+33	-2	+8

Tabell 6.3 *Utdanningsnivå, sysselsettingsnivå, arbeidssted og næringstilknytning. Prosentvise fordelinger for årskullene født 1966-70 ved utgangen av 2003 (i alder 33-37 år). Fordeling for gruppen midt i 30-årene under ett (ALLE), og for de bofaste (BOF), tilbakeflytterne (TBF), og for tilflytterne (TIL) hver for seg. Kongsberg*

Kongsberg	MENN				KVINNER			
	ALLE	BOF	TBF	TIL	ALLE	BOF	TBF	TIL
HOVEDFORDELING	100	37	16	47	100	31	14	55
Utdanning	100	100	100	100	100	100	100	100
Grunnskole	8	3	9	12	9	7	7	10
Videregående utdanning, kort	19	22	26	13	22	26	20	20
Videregående utdanning, lang	30	44	27	21	29	42	25	23
Høyere utdanning kort	29	28	29	29	33	22	41	37
Høyere utdanning, lang	14	3	9	25	7	3	7	10
Sysselsatte	84	92	84	78	69	76	69	64
I jobb	100	100	100	100	100	100	100	100
I kommunen	74	87	59	67	76	93	64	69
I fylket	9	8	12	9	8	3	15	9
I Oslo/ Akershus	8	2	17	10	8	2	14	10
Andre steder	9	3	12	14	8	2	7	12
I jobb etter næring	100	100	100	100	100	100	100	100
Primær	1	2	0	0	1	1	0	0
Industri	41	33	31	51	18	21	11	19
Varehandel	14	18	18	10	11	10	14	10
Annen privat tjenesteyting	19	19	22	18	23	21	28	23
Undervisning/ helse	6	5	8	7	37	36	37	38
Offentlig administrasjon	7	3	14	7	6	7	5	5
Annet	12	20	7	7	4	4	5	5

Tabell 6.4 *Indekser for innslag med høy utdanning, arbeid og noen næringsgrupper. Årskull født 1966-70, da de ved utgangen av 2003 var 33-37 år. Menn og kvinner i Kongsberg og seks andre regioner på Østlandet. Landsinnslaget for årskullene = 100.*

KONGSBERG 604			MENN						KVINNER					
	M	Kv	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo
INDEKSER														
Kort høy utdann	113	103	134	108	142	92	96	107	125	101	136	84	100	102
Lang høy utdann	162	115	237	117	247	66	55	76	274	116	254	59	59	50
Jobb i hjemby	137	120	132	36	53	48	96	94	137	44	53	51	95	96
Jobber ikke	81	106	133	83	104	74	96	109	92	97	96	83	92	105
Arbeidsløshet	69	46	92	33	54	58	84	106	80	81	37	70	94	109
Primærnæring	27	34	7	41	24	43	122	49	15	25	38	60	125	71
Industri	195	193	40	52	44	65	119	107	78	75	75	79	110	109
Varehandel	93	73	94	158	120	164	105	118	88	121	99	138	99	115
Ann. priv.tj.	78	93	158	137	171	131	84	86	141	127	148	138	93	98
Undervisn/helse	70	100	108	96	99	60	113	98	78	84	81	83	117	98
Ann. Off tj, yt.	97	72	129	113	108	144	100	95	155	123	110	122	76	70

Tabell 6.5 *Forskjell mellom lokalbefolkning og tilflyttere i sammensetning, utdanning, sysselsetting og jobb i Kongsberg, og i seks andre regioner på Østlandet. Årskull født 1966-70 fulgt fra de var 15 år til de var midt i 30-årene. Prosent i hver gruppe ved utgangen av aldersfasen*

KONGSBERG 604			MENN						KVINNER					
	M	Kv	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo
FORSKJELL 1) Lokale/tilflyttere														
Nivå	+5	-10	-44	-16	-20	-16	+44	+22	-46	-28	-34	-24	+30	+16
- lokalbefolkn	53	45	28	42	40	42	72	61	27	36	33	38	65	58
- tilflyttere	47	55	72	58	60	58	28	39	73	64	67	62	35	42
Høyeste utd	-20	-15	-14	-14	-12	-9	-15	-7	-11	-12	-5	-7	-11	-6
- lokalbefolkn	33	32	38	30	49	24	26	31	44	33	55	27	33	34
- tilflyttere	53	47	52	44	61	33	41	38	55	45	60	34	44	40
Sysselsatte	+9	+9	+6	+7	+6	+5	+9	+6	+6	+5	+5	+5	+8	+9
- lokalbefolkn	90	74	79	90	85	89	86	83	72	75	74	78	76	73
- tilflyttere	81	65	73	83	79	84	77	77	66	70	69	73	68	64
Jobb i hjemby	+19	+18	+14	+14	+13	+14	+20	+21	+10	+10	+9	+15	+14	+17
- lokalbefolkn	71	62	67	25	32	30	50	51	63	26	30	31	47	49
- tilflyttere	52	44	53	11	19	16	30	30	53	16	21	16	33	32

1. Forskjell i prosentandel i hver gruppe ved utgangen av fasen 15-35

Tabell 6.6 *Oslo-magnetten. Tiltrekningen Kongsberg har på personer vokst opp i Oslo. Andel flyttere ut fra Oslo i forhold til andelen fra de samme årskull i landet ellers som vokste opp i Kongsberg. Proporsjonalitet gir magnetverdi = 100. Årskull født 1966-70 fulgt fra de var 15 år, til de var midt i 30-årene.*

KONGSBERG 604			MENN						KVINNER					
	M	Kv	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo	Oslo	Follo	A/B	Gar	Mjø	Vfo
Oslo-magnet	21	62	-	530	382	483	47	58	-	531	454	464	63	79

7 Bærekraftbarometer for Kongsberg

Dette kapitlet er basert på NIBR-notat 2005: 123
Bærekraftbarometre for bykommunene i Østfold og Buskerud
Av Vibeke Nenseth

7.1 Hva er bærekraftbarometer?



Norsk institutt for by- og regionforskning (NIBR) har i regi av Miljøalliansen og forskningsrådsprosjektet «Bærekraftig byutvikling» arbeidet med å finne fram til velegnete indikatorer for bærekraftig byutvikling. Et bærekraftbarometer viser hvordan byene (eller kommunene) skårer i forhold til sentrale faktorer langs hver av bærekraftens hoveddimensjoner: miljø, økonomi, levekår og institusjonelle forhold. Arbeidet har tatt utgangspunkt i det italienske «Ecosistema Urbano», et datasett for miljøforhold utviklet av det italienske miljøforskningsinstituttet «Ambiente». Formålet med prosjektet har vært å videreutvikle og tilpasse dette til norske forhold med sikte på en mer systematisk bruk i lokal politikk og planlegging. For å videreutvikle datasettet til et fylldigere uttrykk for *lokal bærekraft*, har NIBR tatt i bruk programvaren ”dashboard of sustainability” (utviklet ved EUs forskningsinstitutt i Ispra, Italia), som kan presenterer indikatorer langs flere dimensjoner. Vårt bærekraftbarometer består av 15 miljø-faktorer, 8

levekårsfaktorer, 6 økonomi-indikatorer og 12 sivilsamfunns- eller institusjonelle faktorer (jf tabell 1). Den siste dimensjonen, som vi her har kalt ”*lokal livskraft*”, består av ulike samfunnsmessige eller sosiokulturelle faktorer som gir et uttrykk for hva vi kan kalle lokalsamfunnets livskraft, vitalitet eller attraktivitet.

I barometeret representerer hver sektor en (ikke-vektet) faktor, der sentrumssonen er uttrykk for et sammensatt mål, og fargene angir byenes relative rangering: grønt er best, rødt dårligst og gult gjennomsnittlig. Utslagene (fargene) på hver enkeltindikator og samleindeksen for hver dimensjon vil da være avhengig av hvilket utvalg – hvilke andre byer eller kommuner – case-kommunen blir sammenliknet med. Utvalget her er bykommuner i Østfold og Buskerud. Dataene er basert på SSBs Statistikkbank, hovedsakelig Kostratall³ (kommune-stat-rapporteringsystem).

Bærekraftbarometer for norske byer - et prosjekt i NIBR-regi

- for å få fram velegnete, heldekkende bærekraftindikatorer for norske byer
- for å legge til rette for systematisk bruk og sammenlikning i praktisk politikk og planlegging, på tvers av fag- og sektorområder
- *inspirert av ”Ecosistema Urbano” for italienske byer*

Indikatorer er variable som ...

- er *politikkrelevante* (~ som politikk kan endre ...)
- kan *måles*, kvalitativt eller kvantitativt
- kan *sammenliknes* (i tid/rom, i mål vs. resultat)
- forenkler og
- kommuniserer
- komplekse mål og sammenhenger

Bærekraftindikatorer...

- for å få fram et *sammensatt* bilde av utviklingstrekk på ulike områder
- for å vise *sammenhenger* mellom
- økologiske faktorer
- økonomiske faktorer
- sosiale faktorer
- institusjonelle faktorer

I bærekraftbarometeret inngår følgende følgende faktorer: miljøfaktorer, levekårsfaktorer, økonomiske faktorer og faktorer er uttrykk for ’lokal livskraft’:

³ fra www.ssb.no (lagt ut i april ’05)

Miljøfaktorer

tettstedsbeboere %
 sentrumsbeboere %
 jordbruksareal (andel)
 vannlekkasje
 vannforbruk
 CO₂-utslipp (1000 tonn)
 utslippsendring 1991-2003
 avfall kg/cap
 resirkuleringsandel
 kommunal elbruk
 andel pendlere /cap
 biltetthet /10000
 sykkel- og gangstier
 tursti/løype
 dispensasjoner i LNF-områder

Levekårsfaktorer

(”Styrings- og informasjonshjulet for helse- og sosialtjenester”, Sosial- og helsedirektoratet)

sosialhjelp
 dødelighet
 uføretrygd
 attføring
 vold
 arbeidsledige
 overgangsstønning
 lav utdanning

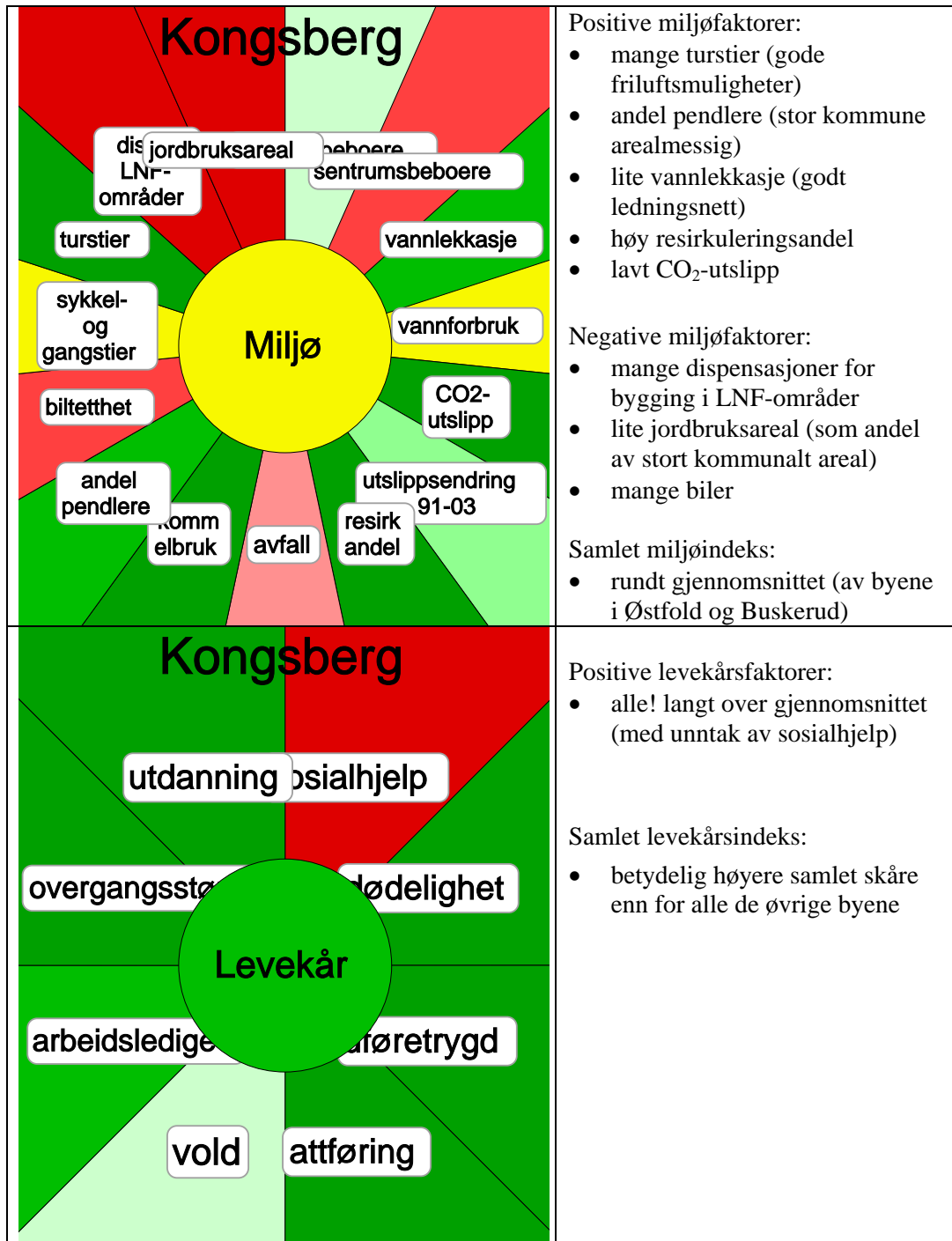
Økonomiske faktorer

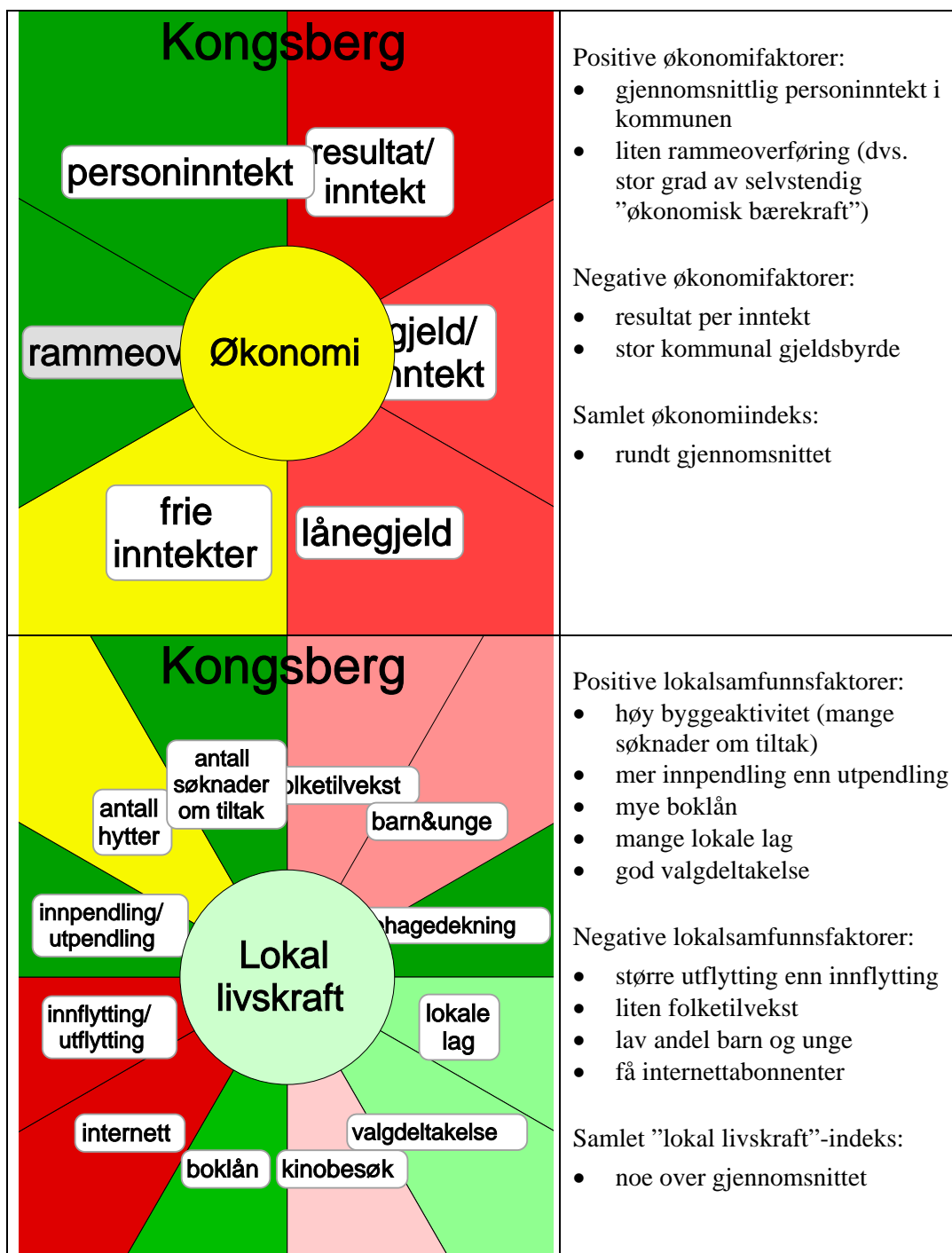
kommunalt *resultat* / brutto driftsinntekt
 kommunal *gjeld* / brutto driftsinntekt
lånegjeld / capita
 frie inntekter / capita
rammeoverføring / brutto driftsinntekt
 personinntekt / capita

Lokalsamfunnsfaktorer

- ”lokal livskraft”

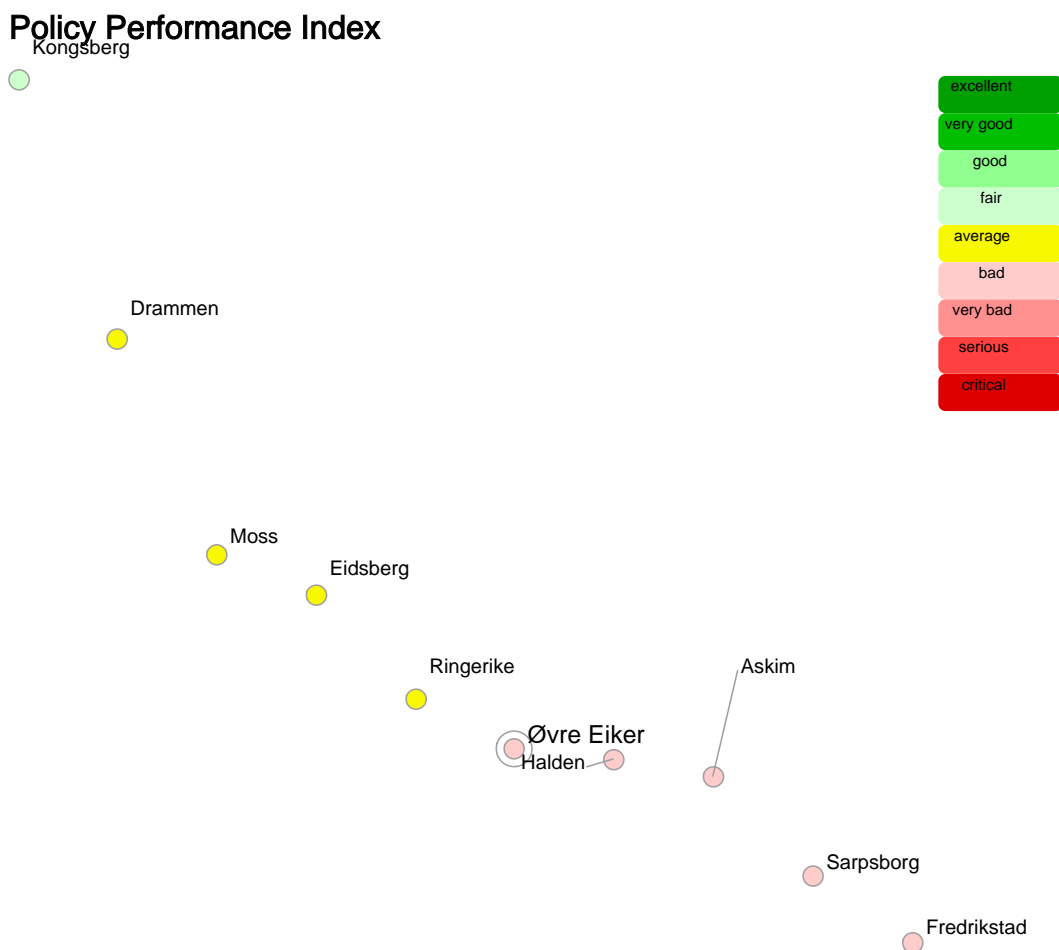
folketilvekst /1000
 andel barn&unge
 barnehagedekning
 lokale lag /1000
 valgdeltakelse
 kinobesøk /capita
 boklån /capita
 internett abonnement/capita
 innflytting/utflytting
 innpendling/utpendling
 antall hytter antall søknader om tiltak





Samlet sett er Kongsberg ”den mest bærekraftige” av alle byene vi sammenlikner med her. Særlig positivt kommer byen ut i forhold til levekår: høyt utdanningsnivå, lav dødelighet, få arbeidsløse og få trygdede. Det er også mange uttrykk for et livskraftig lokalsamfunn: høy byggeaktivitet, mange innpendlere, mange lokale lag, mye boklån og høy valgdeltakelse. Gjennomsnittlig personinntekt er høy, og statlig rammeoverføring (et uttrykk for økonomisk uavhengighet) er lav, mens det kommunale resultatet og gjelden viser dårlige tall. Også miljømessig kommer Kongsberg ut gjennomsnittlig – i forhold til de byene vi sammenlikner med her.

Figur 7.1 Samlebærekraftindeks bykommuner Østfold og Buskerud

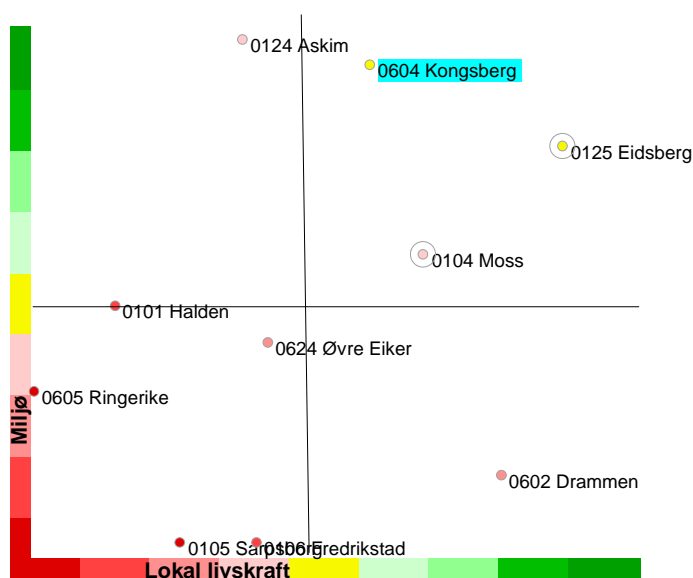
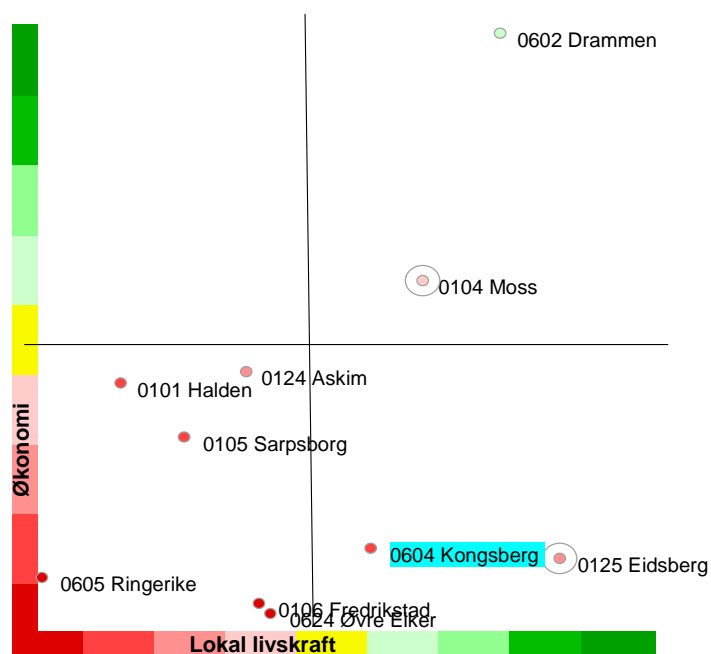


På den samlede bærekraftindeksen, som rommer alle 41 indikatorene, ligger Kongsberg klart øverst når en sammenligner disse ti kommunene.

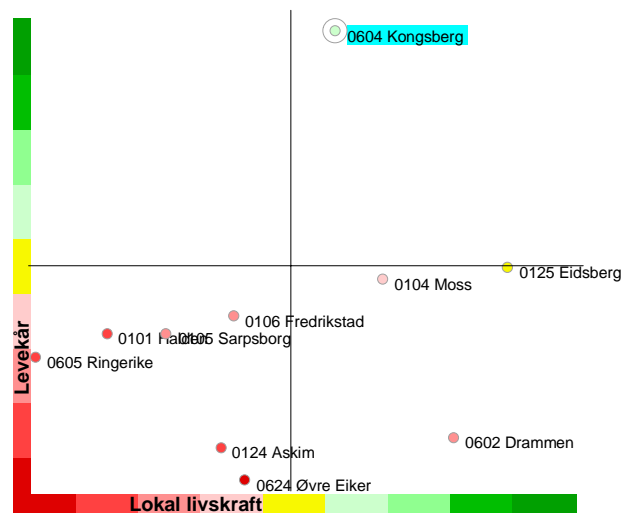
Parvise sammenhenger:

Figurene under gir enkle visuelle uttrykk for de parvise *sammenhengene* mellom enkeltindeksene i bærekraftbarometeret. Her viser vi sammenhengene mellom 'lokal livskraft' og henholdsvis 'miljø', 'økonomi' og 'levekår'. (Kongsberg er "opplyst" i turkis).

Vi ser at Kongsberg havner i den positive kvadranten (bedre enn gjennomsnittet langs hver av dimensjonene) når det gjelder både lokal livskraft og miljø og lokal livskraft og levekår. I figur 2 er det imidlertid utslaget langs den økonomiske dimensjonen som trekker ned.

Figur 7.2 *Sammenheng mellom lokal livskraft og miljø*Figur 7.3 *Sammenheng mellom lokal livskraft og økonomi*

Figur 7.4 Sammenheng mellom lokal livskraft og levekår



Bærekraftbarometerets indikatorer (variable og verdier)

Tabellen under viser Kongsbergs tallmessig skåre på hver av faktorene (stort sett 2004-tall).

	Kongsberg	
<i>indikator:</i>		
Miljø	tettstedsbeboere %	83,3
	sentrumsbeboere %	4,19
	vannlekkasje	4,8
	vannforbruk	167
	CO ₂ -utslipp (1000 tonn)	98
	utslippsendring 91-03	2,08
	resirk andel %	55
	avfall kg/cap	534
	komm elbruk	101
	andel pendlere /cap	23,45
	biltetthet /10000	4706
	sykkel- og gangstier	31
	tursti/løype	882
	disp i LNF-områder %	83
jordbruksareal %	4,71	
Levekår	sosialhjelp (indeks 1-10)	9
	dødelighet (indeks 1-10)	4
	uføretrygd (indeks 1-10)	3
	atføring (indeks 1-10)	4
	vold (indeks 1-10)	6
	arbeidsledige (indeks 1-10)	4
	overgangsstonad (indeks 1-10)	3
lav utdanning (indeks 1-10)	2	
Økonomi	komm. resultat/brutto dri.inntekt	-4,8
	gjeld/brutto driftsinntekt	177
	lånegjeld/cap	64043
	frie inntekter /cap	23141
	rammeoverføring/vr.driftsinnt	9,3
personinntekt /cap	285700	
Lokal livskraft	folketilvekst /1000	3,2
	barn&unge %	21,98
	barnehagedekning %	83,3
	lokale lag /1000	4,49
	valgdeltakelse %	56,2
	kinobesøk /cap	2,5
	boklån /cap	4,9
	internett ab/cap	0,4
	innflytting/utflytting	0,49
	innpendling/utpendling	1,45
hytter antall	2152	
antall søknader om tiltak	165	
Grunndata	kommunenr	604
	folketall	23154
	antall barn&unge	5090
	kommuneareal	793
	tettstedsareal	14,88
	innbyggere i tettsted	19288
	folketilvekst	75
	innflytting	43,6
	utflytting	89,3
	innpendlere	3212
	utpendlere	2217
	lag med støtte	104
	bokutlån	112886
	internett-abonnenter	10094
	CO ₂ -ekvivalenter 1991	96
netto lånegjeld, konsern	1488612	
langsiktig gjeld, konsern	1658906	
brutto driftsinntekter i alt, konsern	939132	

Datakilde: SSBs Kostradata, Statistikkbank, valgt ut og satt sammen av NIBR

8 Utenforståendes bilder av byen

Dette kapitlet er hentet fra NIBR-notat 2005:127

Utenforståendes bilder av bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Ragnhild Skogheim

8.1 Innledning



Bykommunene i de to fylkene ønsket å få vite noe om hvordan byene oppfattes av utenforstående. I samråd med oppdragsgiverne ble det bestemt utvalget skulle trekkes blant voksne i aldergruppen 25-45 år bosatt i Oslo og Akershus. Det europeiske prosjektet dette inngår i, Metropolitan Areas+, har fokus rettet mot byer i beltet rundt storbyregioner. Oslo og Akershus som storbyregion er på mange måter disse byenes konkurrent når det gjelder næringsetablering og bosetting. NIBR har innenfor dette oppdraget laget en survey blant befolkningen og en blant næringslivsledere. Her presenteres data fra befolkningssurveyen. (For sammenlignende data for de andre byene; se NIBR-notat 2005:127)

Denne befolkningssurveyen er gjennomført med et utvalg på 600 personer i Oslo/Akershus var utgangspunktet å få innblikk i folks oppfatninger av de ti byene i Østfold og Buskerud, oppfatninger som igjen avspeiler hvilket image eller omdømme disse byene besitter. Personene har dermed gitt et bilde av hvilke forestillinger de har om byene, uavhengig av kunnskap og viten om dem. Vi valgte å intervjuere personer mellom 25 og 45 år, siden det er innen disse alderskategoriene vi finner flest potensielle flyttere.

Utvalget er for øvrig trukket ut fra representative kriterier. Undersøkelsen ble gjennomført via telefonintervjuing av Analysehuset i månedsskiftet mai –juni 2005. Ved intervjuingen ble rekkefølgen på byene systematisk variert.

Bakgrunnsvariable vi har tatt i betraktning ved analyse av datamaterialet

- Kjønn
- Alder fordelt på to grupper; unge voksne mellom 25-34 år og voksne mellom 35-45 år
- Bosted Oslo/ Akershus fordelt på regionene Akershus Øst, Oslo og Asker/Bærum
- Utdanningsnivå fordelt på gruppen med høyskoleutdanning og gruppen uten høyskoleutdanning
- Inntekt fordelt på gruppen med husholdningsinntekt under 600 000 og gruppen med inntekt over 600 000 kroner

Attraktivitetsmål

Byenes image skapes og omskapes i forhold til byens fysiske, sosiale og kulturelle karakteristika. Som oftest søker byer og steder å tiltrekke seg spesialisert, oftest høykompetent, arbeidskraft, unge folk i etableringsfasen, turister og næringsliv. Disse gruppene deler noen preferanser som til sammen gir muligheter til å kategorisere hvilke attraktivitetsmål som har betydning for byenes image. Et rikt og variert *kulturliv* med mange og ulike tilbud og aktiviteter, og et *uteliv* med bredde i tilbudet når det for eksempel gjelder bevertningssteder gir en pekepinn om hvor livlig og mangfoldig byen er når det gjelder tilbud til befolkningen og tilreisende. Estetiske trekk ved byene er også stadig viktigere. *Bysentrum* skal være vakkert, moderne, historisk, eller ha andre unike trekk ved seg som gjør det opplevelsesverdig. Rekreasjonsmuligheter i *naturomgivelser* og aktiviteter knyttet til friluftsliv er et annet aspekt ved steder som verdsettes både på bakgrunn av visuelle og funksjonsmessige preferanser. At stedet er *trygt og godt* er viktig for dem som ønsker å etablere et familieliv. Lav kriminalitet og et oversiktlig lokalsamfunn kan være av stor verdi for enkelte potensielle flyttegrupper. Stedsoppfatninger innebærer videre hvilken mentalitet stedets innbyggere forbindes med. Enkelte steder har image som vitalt, nyskapende og moderne, mens andre steder fremstår som *trauste og kjedelige*, med en negativ mentalitet som kan være et hinder mot handlekraft og nybrottsarbeid blant stedets innbyggere. Disse bildene trenger ikke stemme med virkeligheten. Basert på disse imageindikatorerne har vi stilt følgende spørsmål, formulert som sju påstander, som til sammen sier noe om hvilket image de respektive byene besitter:

- Byen har et rikt kulturliv
- Byen har et pent bysentrum
- Byen har et variert uteliv
- Byen er et godt og trygt sted å bo
- Byen har fine naturomgivelser
- Byen er et traust og kjedelig sted
- Jeg kunne tenke meg å bo i byen

Siden telefonintervjuet skulle dreie seg om alle de 10 byene, la dette sterke begrensninger på omfanget av spørsmål vi kunne stille. Spørsmålene var utformet som *påstander* som respondentene skulle si seg enig/uenig i innenfor en 5-delt skala. Det var og mulig å svare 'vet ikke'. I bearbeidingen og presentasjonen har vi i de fleste tilfellene slått sammen kategorier:

- høyeste grad av enighet (5+4), er en kategori: helt eller delvis enig
- laveste grad av enighet (1+2), er en kategori: helt eller delvis uenig
- ”midt på treet”, dvs. 3, står som egen kategori
- i tillegg var det altså mulig å svare ’vet ikke’

I noen av tabellene har vi bare tatt med de to kategoriene ’helt eller delvis enig’ og ’helt eller delvis uenig’, det viser hovedtyngden av svarene i positiv eller negativ retning. Det kan imidlertid være tilfelle der det kan være relevant å inkludere ”*midt-på-treet*”-kategorien, dvs. de som har valgt 3 på skalaen fra 1 til 5. Dette kan kommunene eventuelt selv gjøre med utgangspunkt i vårt tallmateriale. Kategorien 3 kan tolkes som nøytral i forhold til de to andre kategoriene (enig/uenig). For eksempel vil de som plasserer sitt svar i kategorien 3 når det gjelder påstanden ”Byen har fine naturomgivelser” kanskje tenke at det er ganske bra rundt byen, men ikke så fint at de rangerer det spesielt høyt. Tilsvarende vil de som svarer 3 på spørsmålet om de kunne tenke seg å bo i byen oppfattes som litt positive ettersom de ihvertfall ikke plasserer sitt svar på den negative siden av skalaen. For en del betyr det muligens et ’kanskje’-svar, eller et betinget svar.

Vet ikke – svarene må også kommenteres spesielt når det gjelder denne surveyen. Når ’vet ikke’-kategorien er ganske stor forteller dette at byene eller de spesifikke sidene ved byene, er lite kjent blant folk i Oslo og Akershus. Det er vanskelig å si om svarfordelingen ville blitt annerledes om vi hadde spurt middelaldrende og eldre. De svarene vi presenterer her viser oppfatninger og kjennskap til byene blant 25-45 åringer.

Metoderefleksjoner

Dette materialet utgjør bare en av flere elementer i ”bildene av byene” og av våre datainnsamlinger i dette prosjektet. Telefonintervju som metode har noen fordeler og noen ulemper. Fordelen er at en raskt kan nå mange, og at en får det ønskede antall respondenter. Ulempen er at en må ha et svært strukturert intervju, - i dette tilfellet var det påstander de skulle ta stilling til. Disse påstandene måtte dessuten være de samme for alle byene. For å kunne gjennomføre en undersøkelse om hvordan 10 byer blir oppfattet, måtte vi begrense antall spørsmål, og det var heller ikke rom for utdypinger og nyanseringer. Vi ønsket å dekke ulike dimensjoner som vi mente var viktige i vurderinger av byers image og attraktivitet, og valgte ut noen vi anså som særlig sentrale.

Hvordan spørsmål i en intervjuundersøkelse som denne tolkes av respondenten kan det knytte seg noe usikkerhet til. Respondentene kan imidlertid ha ulike oppfatninger om hva som er å forstå med ”rikt kulturliv” (”smal” versus ”bred” forståelse) og det kan prege hvordan de ulike byene kommer ut, altså at det kulturlivet byene har ikke fanges fullt og helt opp. Et par av spørsmålene/påstandene kan også forstås som todelte (altså at man spør om to ting i et spørsmål). Det gjelder ”trygt og godt” og ”traust og kjedelig”. Det kan tenkes at noen vil oppfatte en by som et trygt sted men ikke et godt, og som et traust men ikke kjedelig sted (eller omvendt). Slike divergenser fanges ikke opp i denne undersøkelsen.

8.2 Oppfatninger om Kongsberg

Kongsberg er blant de tre byene som får høyest score på rikt kulturliv (de andre er Fredrikstad og Drammen). Når det gjelder naturomgivelsene er det bare Fredrikstad som har høyere score. Kongsberg har videre høy score på ”trygt og godt” når vi sammenlikner med de andre byene (38 prosent versus ”naboen” Drammen med 14 prosent og omtrent

likt med Fredrikstad). Også bysentrum får relativt sett høy score (25 prosent). Men også når det gjelder Kongsberg er det mange som svarer ”vet ikke” eller ”verken eller”. Men svarene avspeiler også at kunnskapene om større byer som Kongsberg er bedre enn det som gjelder for de mindre byene. Kulturlivet forbindes kanskje med ”flaggskip” som jazzfestivalen, som bidrar til å gi byen et kulturelt image. Nærheten til Blefjell og andre naturomgivelser trekker kanskje også opp inntrykket av Kongsberg.

Tabell 8.1 Påstandene om Kongsberg; grad av enighet. Prosent. N= 600 i alderen 25-45 år i Oslo og Akershus

	Helt eller delvis enig	Verken enig eller uenig	Helt eller delvis uenig	Vet ikke
Byen har et rikt kulturliv	31	15	4	50
Byen har et pent bysentrum	25	20	7	48
Byen har et variert uteliv	14	18	10	59
Byen er et trygt og godt sted	38	10	1	52
Byen har fine naturomgivelser	49	9	1	41
Byen er et traust og kjedelig sted	11	18	22	49
Jeg kunne tenke meg å bo i byen	10	13	46	31

Helt eller delvis enig i påstandene etter bosted, utdanning, alder og kjønn

(se tabell 8.2 nedenfor)

- Flere med inntekt under enn over 600.000 mener Kongsberg har et pent bysentrum (åtte prosentpoeng forskjell) og variert uteliv (fem prosentpoeng forskjell). På de andre spørsmålene slår inntekt mindre ut. Flere i den øvre aldersgruppen enn blant de yngre mener Kongsbergs bysentrum er pent
- Flere fra Oslo enn fra Akershus Øst og Asker/Bærum synes Kongsberg er traust og kjedelig
- Færre fra Oslo enn fra de to andre områdene kunne tenke seg å bo på Kongsberg (seks prosent versus rundt 12 prosent)
- Noen flere uten høyere utdanning enn uten kunne tenke seg å bo på Kongsberg (12 prosent versus ni prosent)
- Menn er overveiende mer enige i påstandene enn kvinner, men kvinner og menn svarer noenlunde likt på om de kunne tenke seg å bo på Kongsberg

Tabell 8.2 *Prosentandel som er helt eller delvis enig i påstandene om Kongsberg etter bosted, inntekt, utdanning, alder og kjønn. N= 600 i alderen 25-45 år i Oslo og Akershus*

	AKERSHUS ØST	ASKER/ BÆRUM	OSLO	OVER 600 000	UNDER 600 000	HØY- SKOLE	IKKE HØY- SKOLE
Byen har et rikt kulturliv	30	33	31	31	29	33	28
Byen har et pent bysentrum	24	24	27	23	31	24	27
Byen har et variert uteliv	13	14	14	12	17	14	13
Byen er et trygt og godt sted	32	41	43	39	37	39	35
Byen har fine naturomgivelser	46	54	51	49	53	51	47
Byen er et traust og kjedelig sted	8	9	16	12	10	12	9
Jeg kunne tenke meg å bo i byen	12	13	6	9	10	8	13

	25-34 ÅR	35-45 ÅR	MENN	KVINNER
Byen har et rikt kulturliv	30	32	35	27
Byen har et pent bysentrum	22	27	28	22
Byen har et variert uteliv	13	14	16	11
Byen er et trygt og godt sted	34	41	42	34
Byen har fine naturomgivelser	46	52	54	45
Byen er et traust og kjedelig sted	11	12	13	10
Jeg kunne tenke meg å bo i byen	8	11	10	10

Data om "vet ikke"-besvarelsene:

- Bosatte i Akershus Øst har svart mest "vet ikke", men det er mer vekslende mellom Oslo og Asker/ Bærum. Hvorvidt geografisk avstand forklarer høyere andel "vet ikke" svar i Akershus Øst enn de andre stedene er vanskelig å si
- Inntekt slår lite ut
- Heller ikke store forskjeller relatert til utdanning, men noen flere med lavere enn høyere utdanning i "vet ikke"- kategorien.
- Flere i den yngre en den eldre aldersgruppen som var svart "vet ikke", og flere kvinner enn menn i denne kategorien

9 Det fysiske bysentrum

Dette kapitlet er hentet fra NIBR-notat 2005:128: De fysiske bysentrum i bykommunene i Østfold og Buskerud.

Av Jon Guttu i samarbeid med Heidi Bergsli

9.1 Fysisk selvpresentasjon. Hva ser vi på nettstedene og hva ser vi i virkeligheten?



Hva sier kommunene om byenes fysiske egenskaper, hvilke kvaliteter fremhever de og hva velger de ikke å nevne? Har de dekning for sine påstander om fysiske kvaliteter? Hva kan den besøkendes blick registrere av det kommunen skilter med? Og hvilke kvaliteter ser vi som kommunene slett ikke forteller om?

Disse spørsmålene forsøker vi å besvare på grunnlag av besøk på kommunenes nettsteder og besøk i 10 Buskerud- og Østfoldbyer i august og september 2005. Framgangsmåten er enkel:

1. Vi leter etter omtale av fysiske egenskaper på kommunenes nettsteder og linker.

2. Vi oppsummerer dette i form av 3 – 4 *påstander* for hver by. Dette kan være rene sitater fra nettstedene, eller *våre* sammenfatninger av inntrykk etter lesningen.
3. Vi oppsøker byene, kjører bil, vandrer i sentrum. Vi er tre forskere, en sosiolog, en samfunnsgeograf og en arkitekt som noterer, fotograferer og diskuterer underveis. Vi er tilreisende med bevisstheten konsentrert om førsteinntrykk og image.
4. Vi oppsummerer våre inntrykk og formulerer dem i forhold til påstandene til kommunene. Resultatene blir presentert med en påstand, ett bilde og en halv sides refleksjon for hvert tema, fra to til fire sider for hver by.

Vi tar forbehold om at det kan være opplysninger som har unngått vår oppmerksomhet på kommunens nettsteder og ting vi burde ha sett ved besøket i byene. Generelt vil det være slik at kommuner som har lagt vekt på fysiske aspekter i sin presentasjon også vil få flere kommentarer tilbake fra oss.

Vi pretenderer ikke å lage noen ny stedsanalyse for hver by. Det er snakk om *inntrykk*. Vårt poeng er å danne oss et bilde av byenes fysiske egenskaper gjennom vår lille øvelse. Vi ser på oss selv som nettstedslasere som undersøker hjemmesidene fordi vi ønsker å besøke byene som turister eller for å sondere terrenget for eventuelt å flytte dit. Hva slags image gir byene for slike besøkende?

Vi har definert tre områder som vi retter våre blikk mot: sentrum, boligområdene og landskapet rundt. Vi noterer oss det umiddelbare estetiske inntrykket, byens atmosfære, mulighetene for opplevelser og rekreasjon og boligtilbudet. Et spørsmål vi har vært spesielt opptatt av, er om byen har noe "hjerte", et sted hvor folkelivet utfolder seg, hvor ting foregår og som fungerer både som en sosial og kulturell kjerne i byen. En annen problemstilling er om byene klarer å utnytte og presentere sine spesielle fortrinn når de viser seg selv. Følger den i sporet til de andre, eller prøver den å skape noe unikt på sitt spesielle grunnlag?

Nedenfor presenteres resultatene våre. I notatet som dette stoffet er hentet fra, oppsummerer vi noen generelle funn som gjelder de fleste av våre 10 byer, blant annet hva de fleste byene underkommuniserer.

Her beskriver vi erfaringene for Kongsberg, og diskuterer i hvilken grad påstandene kan bekreftes og hva byen eventuelt legger for liten vekt på. Vi skriver i journalistisk form. Dette er ikke dyptpløyende forskning!

9.2 ”Kongsberg har konsentrert handelen ved å legge et kjøpesenter midt i byen og har dermed opprettholdt sentrums betydning”



Et godt grep dersom det først skal bygges et kjøpesenter. Plasseringen midt i byen sørger for minst mulig transport, bevarer sentrums betydning som møtested og beholder kundegrnlaget for andre butikker i sentrum. Vi finner, ganske riktig, små spesialforretninger og større kjedeforretninger side om side. Behagelig og annerledes handel enn i storbyen. En uheldig side kan være at kjøpesenteret og handlestrøket på Nymoen har sugd for mye kjøpekraft ut av Vestsida. Torget der virket dødt og i bakleksa.

Hovedveien til Numedal og Notodden tangerer kjøpesenteret. Veien kan betraktes som en forutsetning for anlegget og gir god tilgjengelighet for bilende kunder, antakelig de aller fleste. Senterets utforming overbeviser når en kommer fra Storgata. Inngangen er diskret, nesten vanskelig å få øye på, gjennom en eldre bygning. Inne fortsetter gatene, som i en orientalsk basar. Senteret er stort og rikholdig. Vi går ut nede og får en ubehagelig overraskelse. Her finner vi bilatkomsten, en bakside full av trafikk, slumset parkerte biler og utflytende reklame. Området er ikke tilrettelagt for fotgjengere og er nærmest farlig. Baksiden av kjøpesenteret kunne representert ”bymuren”, et klart skille mellom by og land, men skillet er forkludret ved en etablering av lagerutsalg i skur og gamle shabby haller. Det er kaotisk og rotete, i motsetning til den ryddige oversiden. Dersom kommunen setter grenser, renser og bearbeider denne frynsete delen av byen, vil fordelene med den sentrale plasseringen av kjøpesenteret gi full uttelling.

9.3 ”Industriidentiteten reflekteres i bybildet”



Vakkert, mektig, spennende – hvor mange byer har en sånn foss i sin midte?

Som bilister får vi godt inntrykk av Kongsbergs bybilde fra veien som svinger seg langs fossen. Bergverksmuseet ligger lett synlig i bylandskapet. Vi aner industriidentiteten og byens genius, et historisk sus fra 16 - 1700-tallets sølvutvinning. Vi sanser også senere industrireiseing i tilknytning til fossekraft. Sammen med Vestsidas praktbygninger, spesielt kirken, vitner dette om en identitet som går utover industrireiseingen og som handler om enevoldssamfunnets manifestasjoner. Severdighetene ligger sentralt og i gåavstand, selv om trafikkstøy ødelegger ganske mye av opplevelsen for fotgjengeren. Ellers er skiltingen til de andre museene til dels dårlig, og de synes heller ikke i landskapet. Men hva med den moderne industribyen Kongsberg, ”teknologibyen i elitedivisjon”, som det prales med på nettsidene? Den ser vi fint lite til i bybildet. Vi forsøker å oppsøke Kongsbergs aktuelle teknologimuskler, konkretisert gjennom Kongsberg Næringspark og Høyskolen i Buskerud. Ingen av disse er synlige i bybildet og hva verre er: De er plassert i hver sin ende av byen, riktig nok med fint utemiljø og nær naturen, men uten å gi noe bidrag til industriidentiteten i bybildet. Slik forblir det visuelle bildet av Kongsberg en eldre, staselig industriby, med minner og museer fra svunnen storhet. Tenk om høyskolen hadde ligget inntil elva i bysentrum...

9.4 ”Kongsberg har valgt å være en ’bakkekontaktby’ med lav familievennlig boligbebyggelse”



Gamlegrendåsen, et av Kongsbergs tilbud til småbarnsfamilien

Kongsberg presenterer seg selv om en familievennlig by og har dekning for dette. Dette er også synlig i bybildet. Store eneboligområder, byens tilbud til den unge ingeniørfamilien, omkranser tettbebyggelsen. Dette er områder med lav tetthet og Kongsberg er da også en av Norges mer spredtbygde byer, med bare 14 personer per km² innenfor tettstedsgrensen.

Selv om boligene ikke ligger langt utenfor sentrum, vil nok en vesentlig del av transporten foregå med privatbil. Selv besøkte vi et eneboligfelt i Gamlegrendåsen. Dette må kalles barnevennlig bebyggelse, men som besøkende følte vi oss fortappt i eneboligensomheten og et labyrinthisk veisystem. Fordi all bebyggelse er lav og terrenget ensartet, var det få holdepunkter som feste for å orientere seg. Området vi trålet gjennom, hadde heller ikke utsikt, og kunne i prinsippet ligget hvor som helst i landet. Denne bebyggelsen kan være viktig nok for å tiltrekke seg middelklassebeboere, men som tilskudd til Kongsbergs byidentitet har den lite å bidra med. Vi savnet innslaget av nye byboliger som vi finner i andre byer av samme størrelse. Etter hvert som barna flytter ut fra eneboligtilværelsen vil det høyst sannsynlig oppstå et behov for mer urbane boformer. Det samme gjelder for mange unge som i dag ønsker en sentrumsbolig. Det ser ut til at slike stort sett finnes i den eldre delen av Kongsbergs trebebyggelse.

9.5 ”Det er lett tilgang til naturherligheter både fra boligområdene og byen, elv, skog og fjellterreng”



Mellom hovedveien og elva er anlagt en promenade med trappeatkomst fra bybrua. Skogkledte åser er nærværende.

I Kongsberg er naturherlighetene nær fra alle punkter i bylandskapet. Nærheten til elva opplever vi som besøkende fra elveskråningen på Vestsida, fra bybrua som forbinder Vestsida og Nymoen, fra parken på østsida og fra en fotgjengerpromenade som er anlagt mellom hovedveien til Numedal og Notodden og elva, som her går i stryk. Attraksjonen er godt ivaretatt, og elvebredden benyttes tydeligvis av innbyggerne. Trafikkstøyen forstyrrer riktig nok naturopplevelsen, men for forbikjørende turister er dette et gjevt syn, et bilde som spontant knyttes til byens image.

Kongsberg er både elveby og dalby. Beliggenheten i dalbunnen gjør at tilreisende, spesielt fra sør, får oversikt før de dukker ned i bebyggelsen. Dalformasjonen gjør også at skogkledte åser er allestedsnærværende når vi beveger oss i gatene. Naturen rammer inn byen. Vi har riktig nok ikke testet ut turveiforbindelsene i praksis, men observerer at avstanden ut til skog og mark er kort og direkte. I tillegg vet vi at vi er nær fjellet, en heller sjelden bykvalitet.

Dette underkommuniserer Kongsberg:



- Det maleriske bybildet som forteller om byens historie. Bylandskapet med den historiske Vestsida og den dominerende kirken som landemerke
- Den veldige elva med brus og fosserøyk. Hvor mange av verdens byer har noe slikt i sin midte?
- Den historiske arkitekturen, trebyen Kongsberg.
- Utvalget i boligtyper og bomuligheter. Kongsberg kan tilby mer enn eneboliger i naturterreng.

10 Byens selvpresentasjon via nettet

Dette kapitlet er hentet fra NIBR-notat 2005:129
Selvpresentasjoner på nettstedene av bykommunene i Østfold og Buskerud
Av Heidi Bergsli

10.1 Metode: Utenfrablikket og byens fortellinger



Høgskolen i Buskerud

Hvordan byer velger å fremstå, har betydning for hvordan de oppfattes, og hvilke bilder som tegnes. Det handler om representasjonen byer gir av seg selv og som bidrar til imagebyggingen. Begrepet *representasjon* passer egentlig bedre enn *presentasjon*, fordi det viser til hvordan vi alle velger ut hva vi fremstiller- om oss selv, og om stedene vi tilhører. Fremstillingen bør gjenspeile virkeligheten, selv om noe selvsagt utelates fra presentasjonen, av forståelige årsaker. At noe profileres spesielt kan være viktig for å få oppmerksomhet, - men i bestrebelsene på å løfte noe fram kan en lett komme til å overdrive, i værste fall blir det løgn og fantasi. På den annen side ser vi også en del eksempler på underkommunikasjon av kvaliteter og positive særpreg når vi vurderer byenes fortellinger med den utenforståendes blick.

Vi har besøkt nettstedene med "utenfrablikket", og lest de fortellingene byene har gitt om seg selv. Med utgangspunkt i hovedsiden har vi navigert etter linkene vi fant på denne siden. Gjennom befaringer til byene fikk vi senere muligheten til å vurdere en del av de forholdene som presenteres på nettsidene (Se også NIBR-notat 2005:128 *Det fysiske bysentrum i bykommunene i Østfold og Buskerud*).

Hjemmesidene er selvsagt først og fremst viktige som kommunale informasjonsaviser til kommunens egne innbyggere. Men det er også av stor betydning hvordan byene gjennom hjemmesidene framstår eller presenterer seg overfor eksterne grupper som de ønsker å tiltrekke seg. Vurderingen av nettsidene er derfor gjort med tanke på at kommunene ønsker å fremstå som attraktive for boligetablering, næringsetablering og turister. Det er altså ulike målgrupper i tillegg til kommunens egne innbyggere.

De gruppene som ikke kjenner byen har behov for en annen type informasjon enn de som bor der i dag, både fordi de er ukjente med forholdene og fordi de etterspør annen informasjon når de er i en valgsituasjon. Viktigst her er de som søker på kommunesiden fordi de vurderer å bosette seg i byen, søke jobb, starte bedrift, eller feriere. Hvilket image er det kommunen bygger opp om overfor alle disse gruppene, og får hver gruppe de opplysningene de trenger?

Gjennomgangen av nettsidene ble foretatt i perioden juni-august 2005. Vi tar forbehold om at nettsidene er under kontinuerlig endring og at elementer vi etterlyser kan være tilført, eller elementer vi vurderer kan være tatt ut. Det kan også være stoff og linker vi ikke har funnet frem til. Men vi har gått relativt grundig til verks, og det som ikke da er lett tilgjengelig, vil heller ikke være det for andre som måtte søke å finne stoff og "bilder" av byen.

Gjennom en systematisk gjennomgang av de ti kommunesidene har det også blitt synlig hva som er en logisk, formmessig oppbygging av nettsidene, der hensynet til ulike målgruppers behov for informasjon bør tas.

Vi kjenner ikke til at det tidligere er gjort lignende vurderinger av kommunenes selvpresentasjoner via sine nettsteder. En implisitt metode i dette arbeidet er det sammenlignende perspektivet som ligger til grunn. Når vi har sett etter de samme elementene ut fra de spesifikke målgruppene kommunene ønsker å nå, blir informasjonen og "bildene" vurdert på bakgrunn av hva og hvordan de andre byene har gjort. I en viss forstand er disse byene i en konkurransesituasjon. Når en by inkluderer visse elementer eller gjør det på en god måte, vil de andre byene bli vurdert i lys av dette; har de det ikke med fremstår dette som fravær av informasjon.

I notatet som dette stoffet er hentet fra, presenterer vi generelle kjenne tegn ved de eksisterende selvpresentasjonene på nettet, dvs. kjennetegn som går igjen i mange av kommunene. Dessuten evaluerer vi hvordan nettinformasjonen til potensielle tilflyttere og næringsliv er. Her gir vi bare en vurdering av Kongsbergs hjemmeside.

10.2 Kongsbergs selvpresentasjon på kommunens hjemmeside



- Slagord:** Sølvsbyen
(del av) Opplevelsesregionen
- Kongsberg er «småbyen med den store industrikompetansen» - Norges teknologiby i elitedivisjonen.
- Visjon:** ”Kongsberg - vi skaper verdier”

10.2.1 Hovedsiden

Kongsberg Kommune har tilgjengeliggjort informasjon for alle grupper som kan ha interesse av å gå inn på nettsiden. Den mest tilgjengelige linken på siden er *Byen vår*, hvor vi deretter finner en ny hovedmeny med valgene *Som sted å bo*, *Som sted å lære*, *Som sted å arbeide*, *Som sted for kultur*, og *Som sted for friluftsliv*. Presentasjon av boligprosjekter og boligområder med illustrasjoner, og enda mer informasjon til potensielle studenter i kommunen, kunne likevel vært inkludert. De fleste linkene er her koplet til næringslivet i Kongsberg på en eller annen måte, og det henvises til den teknologiske utviklingen som er kommet langt. Kommunen henvender seg derfor til ny- og høyutdannede som ønsker seg et avansert og ledende arbeidsmiljø. Presentasjonen er imidlertid noe gammelmodig og appellerer ikke like mye til unge mennesker. Bildene er litt ”80-talls”, og vi undrer om utviklingen innen næringen befinner seg i den tiden! På kulturfronten er det naturlig nok den sterke og brede industrikulturen som fremheves, men samtidig er det linker til et variert spekter av tilbud og attraksjoner, ikke minst den viktige jazzfestivalen. De ungdommelige og utelivsorienterte aktivitetene er imidlertid langt nede på kulturlisten. Selv om sidene er svært detaljerte med mye informasjon, kunne det være hensiktsmessig å presentere noen av tilbudene med mer forrang, eventuelt rangere linker i flere menyer. Men nettstedet byr på all type informasjon ulike lesere vil ønske seg,

10.2.2 Presentasjon til potensielle tilflyttere

Kongsberg kommune har gjort informasjonen svært tilgjengelig gjennom hovedmeny henvendt til personer som vurderer å arbeide eller studere i Kongsberg, og vi får vite mye om hvilke fritidstilbud byen tilbyr. Men i og med at det finnes en link til ’studere i Kongsberg’, kunne det her gjerne vært lagt inn flere lenker som omhandlet alt fra boligmarked, fritidstilbud, relevante tjenester og mer om høyskolen. Mest informasjon er rettet til mennesker med kompetanse innen Kongsbergs kjerneområde. Andre arbeidssektorer representert i Kongsberg er lite nevnt, noe som kan være av interesse for ektefeller og samboere, eller de som søker seg til Kongsberg av andre grunner enn at de kjenner til det høyteknologiske industrimiljøet. I tillegg er en del av informasjonen av en

mer generell art. Det kunne derfor være hensiktsmessig å tilby linker med mer detaljerte fakta. Det er også få bilder fra Kongsberg, slik at det er vanskelig å se for seg byen gjennom nettstedet. Under linken *Gater og Navn* foreligger 600 bilder, men da detaljerte gatebilder som gir liten oversikt. For Kongsberg, som for de aller fleste andre kommunene, er det lite informasjon om boligmulighetene, og det er eneboligfeltene som fremheves. Samtidig vet vi at byen har attraktive boligområder i sentrum som vil være av interesse for enkelte grupper.

Presentasjonen gir ikke noe spesielt inntrykk av å være rettet mot yngre mennesker,- for eksempel presenteres ikke sammenhengen utdanning, bolig og kultur/ utelivstilbud. En slik type presentasjon har Kongsberg anledning til å frembringe på en av nettsidene, da byen er preget av stor variasjon av tilbud på mange måter. Vi finner imidlertid link til høyskolen i Kongsberg som selv presenterer bolig- og barnhagetilbud.

Kommunens informasjon om barnehager og skoler dekkes bredt og grundig. 'Om handelslivet' har også link til virksomhetene, som igjen gir en grundig selvpresentasjon. Vi får inntrykk av at Kongsberg har gjort en meget god jobb i å koordinere ulike typer virksomheter til å gi tilstrekkelig og god informasjon. Men; det er ingen søkemotor på websiden til Kongsberg kommune,- mangler den, eller er den bare ikke godt tilgjengelig?

Vi savner også flere bevis på at den høyteknologien som kommunen anser viktig å formidle gjenspeiler hele Kongsberg-samfunnet, og at Kongsberg har andre elementer å tilby nettopp på grunn av et fremskridende næringsliv. Moderne boliger, en rekke kulturtilbud, relaterte næringer, og jobber... Presentasjonen dekker veldig godt, men burde kanskje likevel rettes i større grad mot unge mennesker?

10.2.3 Attraktive tilbud

Industrikulturen er aller viktigst i Kongsberg, og det er en rekke turistattraksjoner tilknyttet denne. Spørsmålet er imidlertid om tilbudet er godt nok for de som skal bo og arbeide i Kongsberg. Holdes utstillinger som innbyggerne kan besøke jevnlig, eller er det en engangsforeteelse å besøke utstillinger på museene? Kulturkalenderen bør gjenspeile aktiviteter rettet mot kulturhungrige beboere. Vi undrer om imaget jazzfestivalen bidrar med, samt Kongsberg Kirke som konsertlokale, kan bidra til at Kongsberg tiltrekker seg både artistnavn og besøkende også utenfor festivaltiden? Nærheten til Oslo og Akershus kan også benyttes i forbindelse med kulturbesøk!

En by med høyteknologisk og internasjonal profilering og tyngde burde ha eminente tilbud på kafé- og restaurantfronten, - bredde, kvalitet, ulike priser og profiler, selv om befolkningsgrunnlaget ikke er det største på Kongsberg. Kulturattraksjonene Kongsberg har bør knyttes til andre målgrupper og ikke bare turister. Det skal ikke være bare høykultur, men likevel bør byen styrke image som kvalitetsbærer av kultur, både historisk, industriell og moderne, - og knytte dette til andre tilbud innen rekreasjon. Å tilby campingplasser og moteller passer ikke til Kongsbergs høyteknologiske profil.

10.2.4 Næringsliv

På 'Om næringslivet' er det vanskelig å finne informasjon om annet enn teknologi. Kongsberggruppen og bedriftene presenteres, men det sies lite om forbindelsen mellom bedriftene, og vi finner ikke link til en bredere presentasjon om sammensetning av næringslivet eller andre arbeidsmuligheter. Det sies også lite om næringsparken utover enkeltbedriftene. I menyen under *Næringsliv* er det kun nyheter, ikke mer informasjon. Det er en link til Kongsberg Nærings- og Handelskammer, men her er det mest generell

og kort informasjon. Det belyses at nettstedet er under utvikling. *Jobbe i Kongsberg* presenterer også hovedsakelig industrimiljøet, lite sies om noe annet.

10.2.5 Oppsummering

Kongsberg kommune har kommet meget langt i utviklingen av nettstedet, og de ulike målgrupper ønskes velkommen innledningsvis. Selv om lokalsamfunnets informasjonsbehov ivaretas, greier kommunen å rette blikket utover og presentere byen til utenforstående. Elementer som mangler er som for de andre byene bedre presentasjon av boligtyper, områder, og livsstilsmuligheter, i tillegg til arbeidsmuligheter for de som ikke jobber innen de høyteknologiske næringene. Dessuten virker det som presentasjonen retter seg mot en litt eldre årgang, både i forhold til fritidsinteresser, og det historiske imaget Kongsberg har. En naturlig målgruppe for Kongsberg vil være unge nyutdannede innen det sentrale teknologimiljøet, samtidig som lokalsamfunnet i tillegg må tiltrekke seg mennesker som jobber innen andre bransjer. Kultur- og utelivsmuligheter og de urbane kvalitetene for øvrig, vil være attraktive elementer i denne forstand, mens presentasjon og illustrering av byens fysiske landskap vil gi en bedre forståelse av hva Kongsberg har å tilby. Visjonen om at Kongsberg skaper verdier må nå formidles og overføres også til yngre generasjoner.

Publikasjoner fra prosjektet⁴

NIBR-rapport 2005:13

Byenes attraktivitet – byutvikling som grunnlag for profilering og markedsføring

Av Guri Mette Vestby (red.)

NIBR-notat 2005:124

Bosetting og flytting i etableringsfasen for bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Kjetil Sørli

NIBR-notat 2005:125

Næringsliv i bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Frants Gundersen

NIBR-notat 2005:126

Handels- og servicestatistikk for bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Vidar Vanberg

NIBR-notat 2005: 123

Bærekraftbarometre for bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Vibeke Nenseth

NIBR-notat 2005:127

Utenforståendes bilder av bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Ragnhild Skogheim

NIBR-notat 2005:128

De fysiske bysentrum i bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Jon Guttu i samarbeid med Heidi Bergsli

NIBR-notat 2005:129

Selvpresentasjoner på nettstedene av bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Heidi Bergsli

NIBR-notat 2005:130

Trekk ved historien til bykommunene i Østfold og Buskerud

Av Yngve Carlsson og Knut Onsager

NIBR-notat 2005:131

Metoder i strategisk byutvikling og stedsprofilering

Av Guri Mette Vestby, Vidar Vanberg, Heidi Bergsli og Per Gunnar Røe

NIBR-notat 2006:101

Bedre enn sitt rykte – om byers omdømme – men mest om Drammen

Av Yngve Carlsson

⁴ Rapporten er tilgjengelig i papirversjon og kan bestilles fra NIBR. Notatene kan lastes ned elektronisk fra NIBR's hjemmeside. www.nibr.no/publikasjoner/notater (År 2005 eller 2006)