

Omdømmeprojektet i Trysil

Innsatsvilje for flere helårs arbeidsplasser

Men da må ordfører og rådmann gå foran....



Foto: Ola Matsson

Av: Erik Larsen

Innhold

Sammendrag	3
Innledning	4
<i>Formål og problemstilling</i>	
<i>Hvorfor grupper?</i>	
<i>De som var med</i>	5
<i>Deltakere i gruppeintervjuer</i>	6
Gruppe 1, jenter fra ungdomsskolen	8
Gruppe 2, gutter fra ungdomsskolen	11
Gruppe 3, elever fra vgs	13
Gruppe 4, innbyggere fra Innbygda	15
Gruppe 5, innbyggere fra grendene	18
Gruppe 6, næringsdrivende fra reiseliv/turisme	20
Gruppe 7, næringsdrivende for øvrig	23
Vurderinger og anbefalinger	26
Konklusjon	28

Sammendrag

Undersøkelsen er gjennomført for Omdømmeprosjektet i Trysil kommune. Hensikten har vært å få et dypere innblikk i hva ulike grupper i befolkningen mener er bra og/eller kunne vært bedre i Trysil i dag.

Sju grupper deltar i undersøkelsen; tre med ungdommer, to med befolkning fra sentrum og grender og to med representanter for næringslivet.

Hovedinntrykket er at svært mye er bra; Trysilfjellet, naturen, kulturen, dugnadsånden og en rekke andre forhold trekkes fram som positive. utfordringene er å skaffe helårs arbeidsplasser som gir stabil bosetting og skatteinntekter. Uro knyttet til nedskjæringer i kommunale tjenester, synes å gi ytterligere engstelse for at tilbud og tjenester kan bli borte – også stillinger. Undersøkelsen viser at det finnes vilje til å delta for å skaffe flere arbeidsplasser blant annet gjennom et mer aktivt samarbeid mellom ulike næringer, men det er et klart uttalt krav at ordfører og rådmann må stille seg i spissen for et slikt arbeid.

Styring med informasjon internt og eksternt framstår også som et klart forbedringsområde. Medienes bilde av kommunen er selvsagt preget av journalistenes kriterier for nyhetsformidling. Kommunen som avsender av strategisk informasjon, vil trolig ha en rekke andre budskap som bør nå ulike brukergrupper og interessenter.

Innledning

Å lytte til innbyggerne er et viktig tidlig skritt i Trysil kommunes arbeide med å bedre sitt omdømme. Ved å lytte til ulike grupper av innbyggere, kan kommune fange opp hvilke forventninger og utfordringer som finnes til kommunen som tjenesteleverandør og innen kommunegrensene.

Omdømmeprojektet bestilte derfor gruppesamtaler med sju grupper av befolkningen i april i år. Samtalene ble gjennomført i løpet av mai/juni, og dette er rapporten med funn, analyser og anbefalinger fra samtalene.

Formål og problemstilling:

Formålet med gruppesamtalene er å lytte åpent til de ulike gruppenes vurderinger av Trysil (som geografisk område og tjenesteleverandør). I utgangspunktet hadde vi bare to problemstillinger:

- *Hva er bra?*
- *Hva må, kan eller bør bli annerledes?*

Spørsmålene er blitt fulgt opp med konkrete oppklaringer og underspørsmål der det har vært naturlig i gruppesamtalene. Disse spørsmålene har alle grupper måttet svare på i utgangspunktet.

Hvorfor også et positivt fokus?

Det er viktig i omdømmearbeidet å ha dette todelte fokus: Noe er helt sikkert bra eller ganske bra, ja noe kan til og med oppleves som for bra. Dessuten aktiverer et slikt spørsmål en økt bevissthet om at det finnes noe eller mye i egen kommune å være stolt av og fornøyd med.

Det virker ofte lettere å finne fram til det negative, det man er misfornøyd med, enn det positive. Noen mener dette er en tidsånd, hvor det gamle "gjøre-samfunnet" – der alle deltok og dugnadsånden var det framtreddende, er erstattet med et "mene-samfunn", der mange har meninger om alt som er galt, og forventer at "de andre" skal gjøre noe med det. Politikere og "de i kommunen" har lett for å være de "andre" som misfornøyde innbyggere peker på.

Omdømme handler mye om å avstemme forventninger. Nøkkelord er kvalitet og kommunikasjon. God kvalitet på tjenester gir gjerne et godt omdømme. Innbyggerne liker den tjenesten de får. Vanligvis skårer tjenester hvor det er god kontakt mellom brukere (direkte og indirekte brukere) som for eksempel barnehager og skoler, høyt på brukerundersøkelsene. Det kan ha sammenheng med at kvaliteten er rimelig god, og at det i hyppig kommunikasjon med de som utøver tjenestene og brukerne, skjer en løpende avstemming av forventninger. Tjenester som ytes fjernere fra brukerne og hvor kommunikasjonen er sjelden og kanskje heller ikke direkte, har en utfordring mht å ha forventet kvalitet.

Samspillet mellom politikk – innbyggere – tjenester er også interessant i forhold til vurderingen av omdømme:

- Skaper politikerne forventninger som ikke kan innfris?
- Bli innbyggerne misfornøyd som følge av at tjenestene ikke er som forventet ut fra det politikerne har sagt

- Er tjenesteyterne misfornøyde fordi politikerne ikke har bevilget nok penger til deres tjenestefelt?

Men dette kan også handle mye om styring av informasjon og dialog mellom de ulike nivåene i en kommune. Hvem formidler politikernes valg til tjenesteytere og innbyggere? Hvilke budskap får ulike målgrupper gjennom hvilke kanaler? Ofte vil bevissthet om omdømme medføre en kritisk gjennomgang av hvem som snakker med hvem i egen kommune. Mediene får ofte en alenerolle som formidler av kommunens budskap til innbyggerne, noe som gjør at budskapene formuleres ut fra mediens forståelse og premisser – ikke som talerør for politikere eller administrasjonen. Mediens utvalg er heller ikke tilfeldig eller representativt, men styrt ut fra journalistiske vinklinger og valg. Et bevisst grep om å styre egen informasjon og kommunikasjon gir gjerne et grunnlag for å ha direkte dialog om kvalitet og forventninger mellom ulike aktører i kommunen.

Kvalitet er et vanskelig begrep. Vi bruker ordet i betydningen ”opplevd kvalitet” – og det er denne opplevelsen av kvalitet som vi håper at gruppesamtalene har gitt oss innblikk i. Kvaliteten av en tjeneste vil også bli påvirket av kommunikasjonen om tjenesten. Vi vil likevel lete etter om det innbyggerne beskriver er kvalitets- og/eller kommunikasjonsutfordringer for kommunen. Den prosessen avsluttes ikke med denne rapporten, men gir noen føringer og retninger som Omdømmeprojektet må bringe videre inn i arbeidet.

Hvorfor grupper?

Gruppesamtaler er en av flere kvalitative metoder. Den er ikke representativ for et utvalg av befolkningen, slik at vi kan konkludere med at åtte av ti eller mange eller få mener at....om konkrete spørsmål. Gruppesamtaler gir oss en mulighet for tilgang til informasjon på et mer nyansert og/eller dypt nivå. Gjennom samtalene får vi tilgang til virkelighetsforståelsen hos de som deltar i den aktuelle samtalen – der og da. Innholdet i gruppesamtalene preges av situasjonen; ikke minst av hvem de er samme med, tryggheten i gruppen, hvor relevante spørsmålene er, osv.

En profesjonell prosessleder skal likevel innen avsatt tidsrom (vanligvis to til to og en halv time) få hver enkelt til å tenke og snakke og gruppa til å ta aktivt del i de aktuelle temaene. Dersom gruppa ikke styres er det en fare for at individuelle mønstre får dominere; for eksempel ved at den sjenerte ikke sier noe, mens en annen med stor tro på egne meninger og stort behov for oppmerksomhet, dominerer hele gruppa med seg og sitt.

Bruk av kvalitative metoder (som gruppesamtaler) gir ofte et godt grunnlag for å finne ut hvilke spørsmål som bør stilles til et større utvalg av innbyggerne. Hvilke meninger er det viktig å sjekke ut om er representative for gruppa? For eksempel: Hvor villige er ungdommene i Trysil til å ta utdanning? Hvor mange er fornøyd med tjenestene fra ungdomsklubben?

Vi gir noen anbefalinger i siste del av rapporten i forhold til hvilke spørsmål som kan egne seg for en bredere spørreundersøkelse.

De som var med

Omdømmeprojektet sto for valg av grupper og deltakerne til de ulike gruppene. Vi har intervjuet:

- En jente- og en guttegruppe fra ungdomsskolen
- En kjønnsblandet gruppe fra videregående skole
- En gruppe innbyggere fra sentrumsnære områder
- En gruppe fra ulike grender
- En gruppe med ulike næringslivsrepresentanter
- En gruppe fra turisme og reiseliv

Deltakerne var:

Deltagere gruppeintervjuer

Gutter ungdomsskolen

Oscar Sanaker Knutsen
Eivind Fallet
Magnus Pedersen
Jesper Nohr
Magnus Berg Engen
Martin F Tøraasen
Bror Sætre
Ståle Bråten
Markus Hjemli

Jenter ungdomsskolen

Hilde Kristine Pettersen
Julie Marie S Engh
Kirsten te Walvaart
Stine Bogsveen
Linn Emilie Ivans Kristiansen
Nora Camilla Kristiansen
Pernille Engerbakk Skei
Thea Emilia Axelsson
Sara Vestmo
Linnea Myrvold Bergqvist

Innbyggere sentrum

Finn Brattestad
Anne Karine Sørhus
Harald Østmoe
Elin Ramleth Østli
Gro Amdal
Arnfinn Kalfoss
Tor Morten Odden
Ine Holt

Innbyggere grender

Mari Tveit Rundfloen
Hans Nordli
Nils O Øverby
Per Bryn

Oddvar Skogstad
Harald Nyberg
Vidar Linstad
Pernille Lans
Marianne Lund
Gro Eggen Hansen

Reiselivsrepresentanter

Gudrun Sanaker Lohne
Helge Bonden
Jens Søgaard
Malin Skålholt

Næringsliv øvrig

Hjørdis Midjord
Anja Holmøy Aamold
Stig Jørgensen
Runar Pettersen
Torbjørn Lyseggen
Kjetil Svingen
Synnøve Galaasen Olsen

Trysil Videregående skole

Henrik Lien
Wilde Matsson
Camilla Bakke
Anne Bråten
Vetle Lemberget Wigdel
Stian Tårneby
Trude Nordsveen

Referent:
Knut Løken, Trysil kommune, Omdømmeprojektet

Prosessleder:
Erik Larsen, Erik Larsen informasjonstjenester

Hva sa gruppedeltakerne?

Gruppe 1: Jenter fra Trysil Ungdomsskole

Hva er det som er bra ved å være ung i Trysil?

"Bare du letter på rumpa, er det mange muligheter for flotte naturopplevelser"

Naturen og kulturen i Trysil er gjengangere i denne delen av samtalen. Trysilfjellet er flott om vinteren for skiståere og –gåere. Men også om sommeren og i andre deler av Trysil, byr naturen på et mangfold av opplevelser.

Det organiserte idretts- og sportslivet framstår også som bra med god oppfølging fra ledere og trenere.

Kulturlivet og særlig kulturskolen blir trukket fram som veldig bra av en del. Flere har gått eller går selv på kulturskolen, og opplever det som veldig bra.

Gruppen ser også samstemt ut i forhold til at det er trygt å vokse opp i Trysil. Lite narkotika og gode skoletilbud gir oversiktelige og gode rammer for oppveksten. Noen mener at de trygge forholdene gjør at ungdom som sliter med narkotika kan flytte til Trysil og få det bra der.

Trysilfjellet omtales som et godt tilbud, men turistene beskrives som en gruppe som stort sett holder seg i fjellet.

Ei uttrykker det slik:

"Vi merker lite til turistene. Det hadde vært bedre for næringa å få dem ned til sentrum."

Mange av de andre nikker, og tilbud og prisnivå i Trysil og Norge for øvrig, blir omtalt. Noen har hørt fra folk i restaurantbransjen i Trysil at turistene har med seg egen mat og drikke fordi det er for dyrt å spise ute i Norge/Trysil.

Samtalen glir over mot neste spørsmål:

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

Alle blir bedt om å tenke litt hver for seg. Så spør vi en etter en. Svarene handler mest om dårlig kinotilbud, dårlig busstilbud, skolenedleggelse og mangel på fritidsaktiviteter særlig om sommeren. Det de deler er ganske så samstemt.

Vi splitter opp jentene slik at de blir delt i to grupper med personer som ikke har satt seg ved siden av hverandre. (Av trygghetsgrunner setter vi oss gjerne ved siden av den eller de vi kjenner best).

Gruppene får beskjed om å prioritere de tre viktigste temaene/sakene for at forholdene skal bli bedre i Trysil:

Gruppe 1 prioriterer:

1. Bedre busstilbud
2. Skatepark/samlingssted for ungdom

3. Flere ungdomskinoer

Gruppe 2 prioriterer:

1. Flere kulturtilbud for ungdom
2. Bedre shoppingtilbud
3. Bedre kollektivtransport

Forbedringene av kollektivtilbudet handler i hovedsak om Trysilbussen og det lokale busstilbudet mellom grendene og sentrum. Det at de nå må bestille billett på Trysilbussen, oppleves som tungvint og problematisk.

"Til og med elever fra videregående skole har ikke fått være med bussen fordi de ikke hadde bestilt plass. Det må alltid være plass på bussen!"

Bussene til grendene går for sjeldent og ikke på tidspunkter som passer med de aktivitetene og arrangementene som er.

Bedre kulturtilbud handler om at Trysilfestivalen bør ha lavere aldersgrense, og at det bør være egne arrangementer for ungdom under atten år. Behovet er der hele året, men særlig om sommeren hadde det vært bra med rockeband, grilling og andre aktiviteter. Prate og høre musikk er det som framstår som hovedønsket. Et bedre tilbud til ungdommene gjør Trysil mer attraktivt, mener noen.

Samlingssted/skatepark framstår som et ønsket alternativ til dagens ungdomsklubb. Flere er tydelig samstemte i:

"Ungdomsklubben fungerer ikke!"

Det er en ungdomsklubb i Innbygda og en i Tørberget. Klubben i grenda er åpen en gang i måneden med temaarrangementer. Vi får inntrykk av at noen bruker dette, andre ikke. Klubben i sentrum ser ut til å ha lagt om virksomheten noe, men likevel er inntrykket at få bruker tilbudet. Ungdommene i denne gruppa er opptatt av at de må være mer ute og at en skatepark med benker vil kunne bli et slikt samlingssted. Før var klubben viktig fordi den ga tilgang til pc og dataspill. Nå har "alle" dette, og sitter heller hjemme alene eller hos hverandre, blir det sagt.

Shoppingstilbudet er det av temaene som skaper mest engasjement i begge gruppene.

"Finner du noe fint, finner alle det!"

Utsagnet handler om at alle blir like når tilbudet er begrenset; og det er det jentene ønsker. De ønsker større variasjon og mer tilbud rettet mot ungdom. En Vero Moda-butikk ville gått bra, mener flere. De påpeker handelslekkasje til Elverum og Oslo, og er helt samstemte om at flere og bedre butikker i sentrum også kunne ha fått flere turister ned fra fjellet.

Kinotilbudet er, i følge den ene gruppa, ikke tilpasset ungdom. De påpeker at det ikke er nødvendig med helt nye filmer, men de må være innen flere sjangere; ikke bare "kliss og skrekk". Flerkinobygg står på ønskelista og for de som bor i grendene skulle det gjerne vært et tilbud der også.

Vi ber gruppene beskrive en drømmedag i Trysil. Svarene blir ganske like:

- Buss til sentrum. Møter venner. Shopper i handlegate med godt utvalg. Går på kafe og kjøper is. Sitter i skateparken. Kikker på gutter (som er turister). Går på kino – i fullstappet sal med 3D, og tar bussen hjem på kvelden.

Gruppene er opptatt av at sentrum må bli mer attraktivt for turistene. De har følgende forslag:

- Bedre kontakt/kommunikasjon mellom fjellet og sentrum, for eksempel med en gondol
- Flere overnattingstilbud i sentrum.
- Mer positiv reklame for Trysil sentrum. Gjøre sentrum mer synlig for turistene.
- Flytte vinmonopolet ut i gata.

Til slutt lurte vi på hvilke framtidsplaner de har og dersom de skal flytte ut, hva som kan få dem til å flytte tilbake til Trysil igjen.

Noen har helt klare utdanningsplaner, andre er mer usikre. At alle sikter seg mot høyere utdanning, virker klart.

Hva som skal få dem tilbake til Trysil i voksen alder, er ikke så vanskelig å få innspill om:

- Gode barnehager
- Gode skoler
- Gode og utfordrende jobber

Noen vil gjerne flytte tilbake til grenda dersom tilbudene finnes der. Andre vil absolutt ikke tilbake til grenda og synes grendemiljøet kan bli for lite. Men ønsket om å flytte ut og komme tilbake, er tydelig uttalt hos flere.

Oppsummert

Jentene synes at naturen, kulturen og tryggheten ved å vokse opp i Trysil er bra. Bedre shoppingtilbud lokalt, bedre busstilbud og flere kulturtilbud for de under atten år, står høyt på ønskelista for forbedringer. Jentene sikter seg mot høyere utdanning og vil ut – og kanskje tilbake...

Gruppe 2: *Gutter fra Trysil Ungdomsskole*

Første spørsmål til hver enkelt i denne gruppa var (også): Hva er bra ved å være ung i Trysil?

De fleste av guttene svarer jakt og fiske og Trysilfjellet. Fotball og kulturskole blir også nevnt av flere. En synes at kinotilbudet er bra, mens en annen er opptatt av at crossbanen på Seteråsen er god. Når vi spør om hva som kan være positivt i Trysil for å trekke ungdom fra andre kommuner, er svarene omtrent som for dem selv: skitilbudet, jakt/fiske og fotball. I møte med ungdom fra andre kanter av landet snakker de gjerne om nettopp tilbudet i Trysilfjellet. Noen diskuterer fotball, og Nybergsund-laget er godt kjent. Naturen og tilbudet i videregående skole, blir også nevnt.

Guttene er samstemte i at utdanning er viktig. Studiespesialisering og idrett er det de fleste ønsker å velge. Enkelte drømmer om å bli fotballproff mens andre vil bli lege eller dataprogrammerer. De synes ikke at de gamle holdningene om at arbeidsplassene var sikret fordi Trysil hadde skogen, preger utdanningstilbøyeligheten blant dagens unge.

"De før oss var ikke dårligere. Det bare det at vi må tenke mer på framtida nå".

Når vi spør om de ønsker å vende tilbake til Trysil etter endt utdanning, er det bare en som tenker seg en tid som pensjonert fotballproff i Trysil. Resten mener at spørsmålet henger sammen med mange andre faktorer som hvor de får seg jobb og hvem som er eventuell livsledsager...

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

I utgangspunktet er det mange ønsker og tanker:

- Flere sommeraktiviteter
- Skatepark kan bli en møteplass
- Downhill i fjellet
- Spa
- Laksefiske i Trysilelva
- Mer tilbud til turistene der hyttene ligger
- Flere konserter og revyer
- Mer aktivitet i grendene
- Jernbane fra Elverum til Trysil
- Ny flyplass i Sälen

Men det som synes å få størst tilslutning er ønsket om bedre internett. Vi forstår at dette gjelder både utbredelse – altså at nettet er tilgjengelig i hele Trysil – og at det gjelder hastigheten på bredbåndet. Guttene bruker nettet mye til spill og underholdning, men de tenker også på muligheten som nettet gir mht å bruke hytta som arbeidsplass eller rett og slett å kunne ha hjemmekontor i Trysil en gang i framtida.

Gruppa er opptatt av turistene.

"Det er turistene vi lever av"

Litt mye fulle folk og hærverk, trekker ned, men ellers ser de positivt på turistene. Når vi spør om hvordan unge turister ser på ungdom i Trysil, så svarer de: "Bondeknøler"

"De tror at alle driver med jordbruk".

Men oppfatningen er at ungdom er ganske like uansett hvor de bor i landet. De synes ikke det er plagsomt at noen eventuelt ser ned på dem, men når vi spør om jentene viser interesse for dem, så er nok den heller laber.

Vi gir guttene i oppgave å markedsføre Trysil – og legger inn som et premiss at de har mye penger til oppgaven. De fleste ville bruke pengene på natur og friluftsliv. En vil tilby kvoter innen jakt og fiske. En annen vil legge til rette for bedre løyper og stier – hele året. Enkelte vil ha rafting, hinderløyper i skogen og aktiviteter som kan brukes av skoleklasser eller næringslivet (til for eksempel teambygging).

Vi lurte også på hva som skal til for at de skal vende tilbake til Trysil etter endt utdanning. Vi stiller spørsmålet på nytt for å se om samtalen har gitt oss tilgang på andre oppfatninger enn de vi møtte tidlig i samtalen.

Hvis det finnes gode jobber innen det de har utdannet seg innen, er det flere som kan tenke seg å vende tilbake. Lave levekostnader, trygt oppvekstmiljø og masse sunne aktiviteter på fritiden, blir nevnt som tilleggsfaktorer. Noen mener at vegene og kollektivtilbudet må bli bedre slik at det er mulig å bo i grendene. Enkelt legger vekt på at sentrum må bli bedre med flere butikker.

Når vi spør guttene om innholdet i en drømmedag i Trysil, får vi mange kreative forslag:

- Champion League-finale i Trysil
- Zoombie-kamp! Alles kamp mot alle (på nettet da)
- Bedre nettilgang og nattklubb!

Oppsummert

Jakt og fiske og Trysilfjellet er ungdomsskoleguttene enstemmige om at er bra ved Trysil. Fotball og kulturskole blir også nevnt. Forbedringsområdene er mange, men størst trykk er det når de snakker om å bedre nettilgangen. Bedre bredbånd er bra for både ungdom og voksne, mener de. Også guttene vil ut og ha utdanning. Bare en har tanker om å vende tilbake til Trysil; som "fotball-pensjonist".

Gruppe 3: Jenter og Gutter fra Trysil videregående skole

På Trysil videregående skole møter vi en gruppe på sju; gutter og jenter. De fleste bor i Trysil, en er fra Løten og bor på hybel i Trysil, mens ei anna bor i Engerdal. Sistnevnte er 23 år, og fem – seks år eldre enn de øvrige i gruppa. Elevene er fra ulike linjer ved den videregående skolen.

Også denne gangen vil vi begynne samtalen med det som er bra i Trysil i dag.

En elev Løten er glad i å ta seg en kaffe på Rialto; en åpen kafe der man kan kose seg. For øvrig er det en del bra teateraktiviteter og et godt pol i Trysil, synes han.

Men også i denne gruppa er det Trysilfjellet de fleste framhever som positivt.

"Trysilfjellet er mer kjent enn Trysil!"

Skianlegget gir masse muligheter på vinteren for den som er interessert. Enkelte mener at veldig mye i Trysil dreier seg om fjellet og ikke om resten av kommunen, men det er liten tvil om at skianlegget er et betydelig trekkplaster både for turister og lokale. Om sommeren er det derimot mindre å finne på for den som ikke er veldig opptatt av jakt og fiske – eller musikk. Ei av deltakerne tilhører denne gruppen og synes det blir for lite å velge mellom.

Vi ber etter hvert gruppa konkludere med de tre tingene som er bra ved Trysil, og endre opp med fire:

- Trysilfjellet
- Skogen
- Kulturskolen
- Videregående skole

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

Et par er opptatt av tilbudet til ungdommen. De mener det er lite folk på ungdomsklubben og at ungdommen må brukes mer aktivt i forhold til å utforme tilbud. I og med at en av deltakerne sitter i Ungdomsrådet, blir det en del samtale og diskusjon om tilbudet fra Sweet om en innendørs skaterampe som kommunen sa nei til. Hun fra Ungdomsrådet er ikke helt enig i at tilbudet på klubben er dårlig og framhever kafeen der som god.

Ei anna er opptatt av at det er dyrt å bo i Trysil og at boliger må bli billigere. Det samme gjelder hybler. Han fra Løten bor på hybel sammen med mange sesongarbeidere i Trysilfjellet. Det blir mye fest og bråk i bygget. Enkelte er også opptatt av at det bør finnes flere læringsplasser innen byggfag, helse og sosial og kokkefaget.

Vi ønsker å vite hvor deltakerne i gruppa ser seg selv om tre år. De fleste er da rundt tjue år gamle, ei er 26. Den eldste sier hun kanskje har flyttet tilbake til Engerdal, men hun vil se verden litt først. Det gjelder de øvrige også – bortsett fra han fra Løten som mener han jobber som barne- og ungdomsarbeider i hjemkommunen Løten. De øvrige mener de går på høgskoler og universiteter gjerne i noen av de største byene.

Når vi spør hva som kan få trukket dem til(bake til) Trysil, så er det flere som er opptatt av at det er trygt å vokse opp og at det derfor kan være at de har stiftet familie og vendt hjem med denne.

Men det avhenger også av arbeidsplasser for partner/ektefelle og at de selv har en sikker og god jobb.

Vi spør litt mer generelt om hva Trysil bør gjøre for å få flere til å bosette seg i kommunen.

Svarene varierer:

- Flere utesteder – både for de over og under atten år
- Etablere lekeland og andre tilbud for de små
- Flere spennende jobber innen helse- og sosialsektoren
- Stimulere gründere mer, og gjerne starte tidlig med elevbedrifter og annet som kan gi gründere

Svaret på hvem som må ta tak i dette med arbeidsplasser, svarer de fleste politikerne/ordføreren eller ungdommen selv. Hun fra Ungdomsrådet mener at dette må brukes mer aktivt.

Til slutt spør vi om hvilket omdømme Trysil har utenfor kommunegrensene. Også denne gangen er det stor variasjon i svarene:

"Politikerne har ikke høy stjerne. De legger ned alt!"

"Ingen jobber gjør at Trysil får lav karakter."

"Mange svensker jobber på sykehjemmet. Det er lite gjennomtenkt."

Andre svar er mer positive:

"Trysilfjellet og skogen gir positivt omdømme"

"Folk tenker på Trysilfjellet. En egen verden. En fin plass for de som har fritid!"

Oppsummert

Elevene fra videregående skole mener at Trysilfjellet, skogen, kulturskolen og videregående skole er bra. De er opptatt av at det er lite å gjøre for ungdom under atten år, og de diskutere om ungdomsklubben har et riktig tilbud. Flere mener at de kan komme til å vende tilbake til Trysil etter studier dersom det passer i forhold til partner/ektefelle. Det krever at det finnes gode jobber lokalt.

Gruppe 4: *Innbyggere fra Innbygda*

Den neste gruppen vi snakket med var innbyggere fra Innbygda (Trysil sentralt). Fire menn og fire kvinner stilte til intervjuet. Alderen varierte fra i slutten av 20-åra til litt over 60. En er pensjonist, mens de øvrige fordeler seg på ulike offentlige og private jobber.

Innledningsvis vil vi vite hva som er bra med å bo og leve i Trysil?

Svarene sitter lett hos de voksne deltakerne. Det er veldig mye som er bra i Trysil i dag. Vi ber den enkelte uttrykke noen setninger om hva han eller hun mener er bra. Her er et lite utvalg:

"Jeg synes jeg fikk et stort nettverk med en gang. Tidligere satt jeg i skogen og ble nesten gal."

"Jeg fikk jobb her på skigymnaset, og engasjerte meg i idrettsmiljøet. Et positivt miljø med positive foreldre. Det skjer mye bra, og mye av dette tar barna med seg videre i voksenlivet sitt."

"En får ikke noe gratis, men har du evner og lyst er det plass og rom i Trysil, også til litt sære interesser."

"Vi får i pose og sekk i Trysil. Det er bra utvalg med butikker og restauranter; litt bykvalitet på landet!"

"Kort vei til jobben er viktig. Jeg har så mye annet å bruke fritida på!"

"Alltid noen kjente, alltid noen som sier hei – på tvers av stilling og rang. Jeg tror vi føler et ansvar for hverandre. Vi bryr oss kanskje også litt på vondt, men jeg har liten følelse av at det er spesielt mye rykter."

"I Solør er man kjappere på å ta kontakt. I Trysil tar det litt mer tid før man tar kontakt. Men kulturlivet i Trysil er mye rikere enn i Solør!"

Sagt med andre ord: Trysil framstår som et utmerket sted å vokse opp med små barn. De kommer lett inn i ulike fritidsaktiviteter, og der møter man andre voksne. For den som ønsker å ta aktivt del som trener eller igangsetter av nye tilbud, er mulighetene der. Handlings- og mulighetsrommet synes å være der for den som vil.

Samtalen gir et inntrykk av tryslingen som noe mer reservert enn for eksempel både nordlendingen og solungen. Nyansen synes å ligge i at tryslingen sier hei og smiler, men venter en stund med å slippe fremmede for nært innpå seg.

Innbygda er mer enn et lite og kjedelig småkommunesenter. Turismen og særlig Trysilfjellet gir grunnlag for butikker og restauranter i tillegg til de tilbudene som følger med i selve fjellet. Dette gir litt preg av urbanitet, men uten at byens skyggesider som mye trafikk, høy kriminalitet, m.m. er til stede. Kort vei til jobben uten kø blir framhevet som viktig av flere. De får tid. Og likevel er det liv og røre i bygda – særlig på vinteren.

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

Samtalen dreier seg først om holdningen til utdanning og kompetanse. Flere har inntrykk av at det fortsatt er mange i Trysil som ikke er så opptatt av å skaffe seg kompetanse.

"Det er liten respekt for kompetanse, og kanskje også for annen kompetanse enn den vi har fra før."

En mener at det er kultur for å ikke sette pris på kompetanse. Det er ikke gjevt å være best i klassen i teoretiske fag. Han mener også at ledige stillinger i liten grad blir annonsert utenfor lokalmiljøet/lokalavisene; at det ikke gjøres nok for å få tak i de aller beste.

Stolthet overfor yrkesfagene blir også trukket fram. Trysil trenger førsteklasses håndverkere, men må importere hjelp fra nabokommuner fordi kommunen selv mangler flinke folk eller noen som tør å satse stort nok.

Med innbyggere fra sentrumsområdet er det ikke overraskende samspeillet mellom turisme og lokale forhold som får mye oppmerksomhet:

"Vi må innse at Trysilfjellet er motoren i samfunnet vårt. Vi må erkjenne at turismen er viktig. Vi må få en holdning som ser reiseliv og lokalsamfunn i sammenheng!"

Vi får inntrykk av at det skjer og har skjedd en gedigen utvikling i og rundt Trysilfjellet, at det har vært mye fokus på turismen, men at tryslingen har følt seg litt i skyggen av fjellet.

"Også tryslingen skal ha det bra. Jeg er litt mett av at alle turistene blir prioritert."

Eller som ei anna uttrykker det:

"Vi elsker turistene, men ønsker å beholde vår egen bygd."

En mener at kanskje tryslingene er blitt litt bortskjemte. Veksten har vært stor, og mange har hatt positiv effekt av dette.

"Vi har kommet litt lett til det. Det er ikke uvanlig at utviklingen går i bølger, og at det stopper opp litt!"

Men som han sier videre: Det finnes ingen plan for hvordan vi kan komme videre. Han mener at innbyggerne i sentrum kan lære av de som bor på bygdene. Han mener det er for mye sutring sentralt, mens det i grendene er mer motivasjon for å bygge i fellesskap. Kommunen har selvsagt et ansvar, men det har også den enkelte, framhever han.

En annen ser situasjonen i et litt mer globalt perspektiv. Han mener at folk lever over evne. I tillegg gir lokalavisene et konstant negativt inntrykk av det som skjer.

"Vi må bruke de negative krusningene til å fornye oss. Vi kan ikke late som om alt skal bli som før."

Samtalen dreier innom hvordan kjøpekraften fra turistene kan komme flere til gode, for eksempel ved at turistene bruker mer av tilbudet i sentrum. Et forslag om å legge et stort

kjøpesenter i krysset der turistene svinger av til fjellet, blir møtt med betydelig motstand. De fleste vil heller gjøre sentrum mer levende og attraktivt.

"Ønsker vi mer penger fra turistene, må vi ha åpnet etter at heisene stenger!"

I dag stenger de fleste butikkene omtrent samtidig med at heisene stopper og lyset slukkes i fjellet. Flere mener at åpningstidene må tilpasses turistene slik de fleste opplever det på egne ferier i utlandet.

Noen mener at prisnivået er for høyt. Andre mener dette er en myte. Flere mener at tryslingene må få mer sjøtillit og by på mer av egen kultur.

"Vi er redde for at ting ikke er bra nok."

Stolthet etterlyses. Og gjerne kombinert med aktiv markedsføring. Noen mener at sentrum er for lite kjent for turistene. Det mangler skilt og kart som viser hvor sentrum ligger og hva turistene kan finne der.

Noen mener at kommunen (ikke spesifisert hvem her) er for passiv i forhold til sentrum. Næringsdrivende i Innbygda savner oppfølging og positive tilbakemeldinger.

"Det skaper avstand mellom øvrig næringsliv og fjellet fordi fjellet får for mye oppmerksomhet!"

Samtalen dreier videre inn mot forholdet mellom sentrum og grendene. Flere påpeker den motivasjon og drivkraft som holder grendene levende og aktive, og at en slik "drive" savnes i sentrum.

"Dagens konflikt tapper oss for krefter og vi gjør hverandre dårlige!"

Andre etterlyser møteplasser for de som bor og driver næringer i sentrum. Noen mener at det finnes arrangementer, men at alle applauderer det som skjer, men sitter hjemme når det foregår...

"Vi må bli flinkere til å støtte."

Til slutt i samtalen spør vi hva som er det viktigste for å snu utviklingen og hva som eventuelt må gjøres av hvem.

Svarene er ikke entydige verken om hva som må gjøres eller av hvem. Noen mener politikere og administrasjonen i kommunen har ansvaret for å lytte til befolkningen og så handle ut fra dette. Enkelte synes at etatene i kommunen bryr seg for lite, og for eksempel teknisk etat må gjøre mer for tilgjengeligheten. Andre har ingen tro på politikerne, og mener at det handler om å engasjere ildsjelene og lage en plan for videre arbeid.

Troen på at det finnes gode krefter i Trysil, er absolutt til stede, men tida blir for knapp til å gå i dybden på de gode løsningene i denne runden. Kanskje de kunne møtes igjen...?

Oppsummert

De urbane fordelene som Trysil har som bygdekommune, blir sterkt framhevet. Større enighet om betydningen av turistene og mulighetene de gir for å styrke sentrum, blir trukket fram som en viktig mulighet.

Gruppe 5: *Innbyggere fra grendene*

Ti personer stiller til gruppesamtale for innbyggere fra grendene. De kommer fra Grøndalen, Tørberget, Søre Trysil, Nybergsund, Ljørdalen, Jordet, Søre Osen, Vestby, Flendalen og Østby. Alderen varierer fra 26 til 69 år. Her er det selvstendig næringsdrivende, daglig leder for egen bedrift, lærere, banksjef, meierist og sagbruksarbeider.

Størrelsen på gruppa gjør at vi gir færre individuelle oppgaver, men heller lar deltakerne jobbe i grupper på ulik størrelse.

Hva er bra i Trysil i dag?

Oppgaven løses i grupper på to. Tre momenter med begrunnelse skal legges fram for resten av gruppa.

Disse momentene blir nevnt av flest av gruppene:

- Kulturliv
- Natur (jakt/fiske, turterreng, muligheter for naturopplevelser)
- Reiseliv/turisme
- Tilbud til barn og unge
- Kvaliteten ved grendene

Særlig det siste punktet blir utdypet.

"Engasjementet i grendene utløses av at generasjon følger generasjon. Du føler deg forpliktet til å stille opp. I motsetning til storsamfunnet, er grendene basert på at du er villig til å ta på deg ansvar for fellesskapet. Det gir stolthet og mestringsfølelse. Du hjelper andre og bidrar til fellesskapet."

Andre trekker fram at grenda er en gjennomslukt kultur enhet. Du kan ikke gjemme deg bort. Tidligere slekter som har gått opp veger, er kjente og ens egen arv er synlig. I sentrum blir det for stort, og slike sammenhenger blir borte.

Kjærlighet til grenda er viktig, mener ei. Folk er glad i grenda og må gjøre noe for at den skal overleve. Man mange er også engasjert i styre og stell i sentrum. Det er ikke nødvendigvis slik at alt engasjementet legges til grenda.

17.-maifeiringen blir trukket fram som et eksempel på dugnad. Og også at folk fra Innbygda kommer til bygdene for å feire der, rett og slett fordi det er triveligere, blir det sagt.

"Grendene ser mulighetene og gjør noe med det selv."

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

Når deltakerne blir bedt om å finne fram til hva som må, kan eller bør bli bedre, deler vi dem inn i grupper på tre. Vi ber dem bli enige om de tre viktigste momentene.

Svarene fordeler seg slik:

Gruppe 1:

- Flere helårs arbeidsplasser
- Bedre veger/infrastruktur
- Bedre og bredere markedsføring

Gruppe 2:

- Flere arbeidsplasser som trekker ungdom tilbake til Trysil etter endt utdanning
- Satsing på næringsutvikling som gir flere helårs arbeidsplasser
- En sterk kommune med balanse i økonomien
- Bedre utnyttelse av skogen og naturen

Gruppe 3:

- Flere arbeidsplasser som skaper tilflytting og vekst i folketallet
- Trygge egne arbeidsplasser og ikke skape usikkerhet og uro rundt de arbeidsplassene som finnes i dag
- Skaffe mer positiv medieomtale
- Komme på forskudd med økonomien slik at det finnes penger til å gjøre noe med gode formål

Punktene synes å henge godt sammen: Utfordringen er å opprettholde eller helst øke folketallet. Trysil må gjøres attraktivt for ungdom som flytter ut og tar utdanning, slik at disse kommer tilbake, men også for andre aktuelle personer. Solide arbeidsplasser er avgjørende for å få til en slik utvikling, og derfor må det satses på arbeidsplasser som ikke er sesongbetonte, slik de gjerne er det i deler av turistnæringen. Det sies ikke rett ut at Trysil er blitt for avhengig av Trysilfjellet og vinterturismen, men vi hører savnet av at det gis støtte og rom for å utvikle mindre næringer og grener. I og med at arbeidsplasser gir bosetting og folk gir skatteinntekter, kan dette også være oppskriften på å løse de problemene som har oppstått på grunn av dårlig kommuneøkonomi.

Hvem som skal ta ansvar for hva, fikk vi dessverre ikke tid til å snakke med gruppa om.

Oppsummert

Grendegruppa synes at natur, kultur, turisme og dugnadsånden i grendene er blant det mest positive ved Trysil i dag. Flere helårsarbeidsplasser, sterkere satsing på næringsutvikling og tryggere kommuneøkonomi står på listen over forbedringsområder.

Gruppe 6: *Næringsdrivende fra reiseliv/turisme*

Til denne gruppa møtte det fire personer; to kvinner og to menn, alle med sterk tilknytning til og sentrale posisjoner i reiseliv og turisme i Trysil. Alderen varierte fra 38 til 60 år.

Hva er bra med Trysil i dag?

Trysilfjellet kommer raskt som svar på hva som er bra i dag. Norges største skisted, en turistattraksjon for alpin og langrenn, jo da reiselivet vet hva de har!

Men de fire har også andre forhold som er bra:

- Veien til beslutningstakerne er kort. En kan være med å påvirke det som skjer.
- Trysil er en liten plass i innlands-Norge som har mange ulike aktiviteter i tillegg til Trysilfjellet.
- Tilbud rett utenfor døra. Korte avstander, ingen køer, masse aktiviteter for barn, mange engasjerte.
- Trivelige folk
- Godt nettverk. Uformell stil.
- Alle kjenner alle.
- Nye inntrykk gjennom turismen
- Gode sportsbutikker.
- Kort vei til sentrale strøk; (Elverum, Hamar, Gardermoen og Oslo).

Vi spør også om hva som er bra ved å være næringsdrivende i Trysil?

Svarene virker samstemte:

- God relasjon til lokale leverandører
- God service
- Rask hjelp
- Et godt produkt gir lojale medarbeidere
- Stabil arbeidskraft i sesongen. Mange kommer tilbake.

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

Trysil sentrum får raskt og mye oppmerksomhet når dette spørsmålet blir stilt.

"Vi er gode på sport og mat, men ellers skorter det på det meste!"

Et bredt tilbud er viktig for å kunne trekke til seg kunder. Men de er også enige om at åpningstidene må tilpasses turistene.

"Det burde være minst en langdag. Det er for liten vilje til å holde oppe slik det er i dag."

Grappa virker samstemt i at et sterkt sentrum er viktig for både turister og innbyggere. Et sterkt sentrum er noe mer enn Trysilsenteret. Et koselig sentrum som gjerne åpnes mer mot elva, blir etterlyst.

Samtalen penser inn på behovet for en sentrumsplan. I dag finnes det visstnok bare en reguleringsplan. Den betegnes som kjedelig. Flere mener at kommunen er for passiv i forhold til utviklingen, og mener at ballen spilles over til næringslivet.

"Grunneierne skal ta ansvar for eget areal, men det må skje innenfor en plan."

En sier at det er tungt å møte kommunen. Han møter liten forståelse for hva som skal til og hvem som skal eie prosjektet. Han ønsker at ordføreren og andre politikere skal komme mer på banen. Noen mener at kommunen mangler kompetanse og kapasitet. Det burde vært ansatt en samfunnsplanlegger, men det har de ikke råd til, blir det sagt.

"Kommunen må være villig til å bruke penger for å få til en positiv utvikling. Se på Ringsaker og det de får til der. Vi graver oss ned og skylder på at vi ikke har penger!"

Grappa diskutere hva som egentlig er problemet: Holdningen, viljen eller evnen. En mener at kommunens ledelse ikke evner å se mulighetene fordi alt er så negativt. Ei mener at viljen er for dårlig. At det ikke er vilje til å se muligheter.

Flere mener at kommunen må satse mer på å få statlige kompetansebedrifter lagt til Trysil. Sterkere tilknytning til aktører innen reiselivet, er et annet forslag. Flere burde satse på turisme!

"Det satses alt for lite på ungt entreprenørskap."

Før vi vil vite mer om hvem som skal ta ansvar for hva, ønsker vi deres tanker om det er blitt et oss/dem mellom tryslingen og turistene/fjellet.

"Det har blitt bedre. Skistar ønsker å få flere tryslinger på ski. Hvert år selges det om lag 1300 heiskort til innenbygdsboende."

I tillegg har barn gratis adgang i fjellet med barnehager og skoler. Problemstillingen virker ikke så interessant på grappa.

"Hvis folk er lei snøen, kan de flytte herfra!"

Vi vender tilbake til samspillet mellom kommune og næringsliv.

"Skistar drar gjester til Trysil. Trysil kommune må ta ansvaret for tilflytningen. Kommunen må vise fram de mulighetene som finnes og legge til rette for arbeidsplasser. Selv om det ikke er noen store hoteller som bygges nå, er det store vedlikeholdsoppgaver. Dette gir muligheter!!"

Alle er enige om at det er frustrerende å møte kolonnen av håndverksbiler fra Elverum retning Trysil tidlig om morgenen. En oppgave for kommunen må være å prøve og få disse til å etablere base i Trysil, mener flere i grappa.

Forslagene er flere:

- Flere tomter i sentrum som folk har råd til å kjøpe.
- Bedre bredbånd, så folk kan ha hjemmekontor her.

- Tenke næringshage. Samle folk med kompetanse.
- Etablere en tilflyttingspakke og stå for den.
- Skape mer blest om Trysil.
- Ha næringsutvikling og sentrumsutvikling mer i fokus.
- Trysil må markedsføres ut som en kommune som er attraktiv å bo og etablere seg i.

Gruppen er opptatt av rådmannens rolle. Flere mener at rådmannen må bli mer synlig og kjøre prosessen med sentrum og næringsliv.

”Godt omdømme får du fordi du gjør noe og forteller om det. Administrasjonen i Trysil kommune har negativt omdømme fordi den gjør for lite, gjør rare ting og forteller om det på feil måte. Stavgaket foran blir helt feil når svømmebassenget må stenges og man ansetter kommunalsjefer godt oppe i åra.”

Flere i gruppen understreker at Trysilfjellet må verdsettes som motoren for det øvrige næringslivet i Trysil.

”Hvis vi klarer å trekke flere folk til Trysil enten som turister eller beboere, så lykkes vi også med gardsturisme. Men vi må bruke det trekkplasteret vi har for alt det er verdt!”

Ei savner visjoner, og mener det er for mye kortsiktig tenkning. En annen mener at politikerne styrer for mye og at administrasjonen ikke får handlingsrom. En ide lanseres om å finne investorer blant hytteeiere og turister. Der finnes det muligens næringslivsfolk som kan etablere seg i Trysil.

Vi spør hvem som skal ta ansvaret for å bedre de forholdene som er trukket fram?

Enigheten er stor:

”Ordfører, rådmann og næringssjef må sette seg i førersetet og dra lasset. Det må etableres en politisk vilje til å satse og gi rom, da vil også næringslivet stille opp.”

Rolleavklaring blir nevnt som viktig. I klartekst oppfatter denne gruppen det som at kommunen leder arbeidet og sørger for at relevante aktører blir involvert i arbeidet. Som Skistar selger Trysil, må kommunen også selge Trysil, blir det sagt.

Oppsummert

Næringsdrivende fra turisme og reiseliv er enige om at Trysilfjellet er det mest positive med og for Trysil i dag. De savner at rådmann, men også ordfører, setter seg i førersetet for nærings- og sentrumsutvikling i kommunen.

Gruppe 7: *Næringsdrivende* fra virksomheter utenom reiseliv og turisme

Sju personer stilte til denne gruppesamtalen. Tre kvinner og fire menn i alderen 31 til 46 år. Gruppen har representanter fra bank, personal, gardsturisme, daglige ledere for lokale virksomheter med litt ulik størrelse.

Hva er bra i Trysil i dag?

Vi stilte spørsmålet til hver enkelt:

"Finnes mange gode ildsjeler som jobber hardt og engasjerer seg. Men møter kanskje litt for ofte de samme personene."

"Trysil er unike på vinter. Mange som misunner oss de mulighetene som turismen gis oss."

"Alt er lett tilgjengelig i Trysil. Det er enkelt å flytte seg fra a til b."

"Trysilfjellet gir følelsen av å være en urban bygd."

"Kulturliv, idrett og musikk sammen med det store mangfoldet vi får av turismen."

"Naturen med flotte skiløyper og nedfarter. Også det at folk bryr seg om hverandre."

"Det er godt å bo urbant og samtidig kunne bo litt for seg selv. Her kan vi flykte til skogs eller fjells."

Etter runden blir det lagt spesielt vekt på at tryslinger er trivelige folk, men at det kan være litt vanskelig å komme innpå han eller henne i starten. Folk er ikke like åpne som i Nord-Norge. For den som har barn er det lettere å bli kjent med andre voksne. Uten egne barn, tar det lengre tid å føle seg inkludert i lokalsamfunnet.

Samtalen dreier seg over mot betydningen av turismen og turisten som kunde. Det er viktig at turistene er kjøpsterke. Pengene sitter nok litt lettere der enn hos tryslingene. Turistene ser dessuten ut til å trives i Trysil – også som kunder. Her er det folk med litt mer tid og køene i kassa er kortere enn de er vant til.

En er opptatt av at han kan kjenne igjen kunder. Det opplever ikke turistene fra sine egne hjemsteder, og det skaper en relasjon og et kundeforhold som gjerne gir gjenkjøp. Ofte husker han kunder fra flere år tilbake.

Hva må, kan eller bør bli bedre i Trysil?

Det kommer tidlig fra at alle er stolte av Trysil, men at internt – innenfor kommunens grenser – er det en del misnøye. Omdømmet utad er godt. Innad er det dårlig. Svømmebassenget mangler

vann, skoletilbud blir lagt ned og det brukes masse penger på renseanlegg, mens kommunen ikke har råd til spesialpedagoger og nattevakter (på sykehjemmet).

"Kommunen mangler ledelse. Folk mister troen når ingenting skjer. Samlet sett finnes det utrolig mye kompetanse for utvikling, men fokuset rettes bare mot innsparing."

Flere mener at det bør finnes et eget næringsforum der kommunens toppledelse møter jevnlig. De ønsker bedre dialog med spesielt ordfører og rådmann. Kvinnenettverket som er startet opp, framheves som veldig positivt.

"Vi som driver næringer må bli mer kjent med hverandre og produktene. Det kan bidra til nye arbeidsplasser."

Men noen må ta ansvar for å kalle inn til slike møter. I kvinnenettverket har det fungert. Der har deltakerne tatt ansvar og vil noe. Næringslivsfolkene retter gjerne noe av ansvaret mot egne rekker.

"Næringslivet er for lite sultne. Mange er fornøyd med at de har jobb til sine ansatte og går i balanse. Vi trenger nok noe utskiftning. Slik det er nå gir vi bare rom for bedrifter fra andre kommuner; rørleggere, elektrikere, tømrere og snekkere."

En mener at Trysil har hatt medvind for lenge. Det er først nå at det merkes noe motgang. Da blir det lett rom for sutring og misnøye, i stedet for at man tar tak og gjør noe med situasjonen.

"Tryslingen har mye negativt å si. Vi må bli flinkere til å stille opp og fortelle om det som er bra!"

Ei har gode erfaringer med Næringsavdelingen i kommunen. Som gründer har hun fått meget god hjelp til sine prosjekter. En annen mener at avdelingen spiller på lag med Innovasjon Norge, fordi der finnes det penger. Så snart det blir spørsmål om egne midler, er det vanskeligere å utløse noe kommunalt engasjement.

"Du må føle at kommunen er interessert i å hjelpe. Kommunen må vise interesse for truede arbeidsplasser."

Ei med tilknytning til bank mener at det nok er muligheter for å aktivere bedriftsavdelingen der i større grad enn nå.

En annen er opptatt av at næringsdrivende kvier seg for å ta kontakt med kommunen fordi man ikke får svar. Utsagnet utløser en konkret historie fra en av de daglige lederne av lokale virksomheter. Han ønsket mer areal til butikken, men fikk ikke kontakt med folk i kommunen. Så sendte han e-post til ordføreren, men selv etter purring fikk han ikke kontakt. Han tolker dette som mangel på kompetanse og en ukultur i forhold til å være passiv ut fra tanken om at det ikke finnes penger.

"Vi må ha større tro på oss sjøl. Vi må vise oss fram i lokalavisene og markedsføre oss bedre internt. Jeg tror ikke vi ser skogen for bare trær."

Ei sier at det finnes masse utredninger og planer. Det som mangler er handling. Hun er redd for at også Omdømmeprojektet blir lagt i en skuff.

Til slutt vil vi ha en oppsummering av hvem som bør ta et hovedansvar for å snu utviklingen?

Svarene viser bredde:

- En sjøl må være aktiv
- Sentrale personer må vise seg fram og dra i fellesskap, slik som i kvinnenettverket.
- Ledere må vise seg som bjellesauer. Noen må gå foran.
- Alle må investere for å få noe tilbake. Vi må rekruttere riktig og få riktig folk på rett plass.
- Næringslivet må selv bli flinkere på intern markedsføring.
- Kommunen må ta tak og gå foran og vise lederskap.
- Kommunen må lede, og spille på lag med næringslivet.
- Vi trenger en sterk leder for kommunen som tør å stå fram og fronte; som vil vise fram bedrifter som gjør det bra. En som skaper positivitet.

Oppsummert

Trysilfjellet og turistene er viktige også for representantene for de øvrige næringslivet i Trysil. De savner en møteplass mellom næringsdrivende og også med kommunen. Flere ser til de gode erfaringene med kvinnenettverket.

Vurdering og anbefalinger

I denne undersøkelsen har vi hatt to hovedproblemstillinger:

- Hva er bra?
- Hva må, kan, bør bli bedre?

Det som er bra

Det første spørsmålet besvares nesten forbausende like i alle grupper: Naturen, turismen/reiselivet, kulturen og fritidsaktivitetene er svært framtrødende i alle svarene. Dette rommer alt fra individuelle muligheter til et vell av organiserte aktiviteter for store og små. I dette igjen ligger ildsjelene, dugnadsånden og andre menneskelige kvaliteter som det å bry seg om og ta vare på hverandre. Trygge oppvekstvilkår er ikke bare noe de godt voksne snakker om, men også ungdommene opplever det samme – og de lever midt i det. Fraværet av storbyproblemer er en annen positiv side, og samtidig er det flere som mener at nettopp Trysil har urbane trekk samtidig som det er en kommune med småbygder på landet.

Noen sier veldig tydelig at Trysilfjellet – turismen og reiselivet – har gjort Trysil annerledes enn mange andre småkommuner rundt om i Norge. I alle grupper er det mange som er stolte av Trysil – og som i møte med personer utenfra Trysil – opplever at assosiasjonene går til Trysilfjellet.

Men følelsen av at innbyggerne har havnet i skyggen fra veksten og utviklingen i fjellet, blir satt ord på. Forventningene til at det skulle dryppe på alle og at det skulle være enkelt å henge seg på og hente ut synergieffektene, er kanskje ikke innfridd. Dårlig kommuneøkonomi og krangler om skolenedleggelse og andre lokale tilbud, gjør at det er en del som ikke oppleves som bra nok. Tryslingene har kanskje begynt å sutre, ikke utad i møte med andre, men internt, overfor hverandre. Misnøyen virker mest uttalt hos de som bor i sentrum (Innbygda). Grendefolket synes vant til å måtte stå sammen og kjempe for å bevare det de har. I sentrum settes det ord på at fellesskapsfølelsen ikke er så sterk, at motivasjonen for å stå på mangler og at det er liten vilje til å støtte opp om hverandre når det endelig tas noen nye og større initiativ.

Hva er det som ikke er bra nok?

Vårt hovedinntrykk er at den største bekymringen er knyttet til mangel på arbeidsplasser på helårsbasis. Arbeidsplasser som ikke bare er knyttet til sesongbetonte næringer, er nødvendig for at ungdom fra Trysil skal flytte tilbake med ferdig utdanning og kanskje familie. Arbeidsplasser gir tilvekst og inntekter, og det er disse inntektene som gir kommunen et bedre handlingsrom.

Noen mener at mulighetene som Trysilfjellet gir for nettopp denne typen arbeidsplasser ikke er utnyttet godt nok. De peker på næringene selv, men også ledelsen i kommunen (ordfører og rådmann spesielt) når det gjelder å ta ansvar for å snu utviklingen. Selv om det ikke er de store

byggeprosjektene som står for tur, så finnes det arbeid i vedlikehold og drift. Nå går mange av tjenesteoppdragene til nabokommunene fordi lokale bedrifter ikke er konkurransedyktige nok.

Andre vil nok heller betone at andre deler av næringslivet som nettopp gir varige og sikre helårs arbeidsplasser må få større oppmerksomhet. Det sies ikke direkte at oppmerksomheten om Trysilfjellet er et hinder for dette, men noen uttaler i klartekst at turistene får mye, mens tryslingen får mindre.

Trysilfjellets plass og øvrige nærings plass i næringspolitikken synes i alle fall ikke entydig uttalt, og tendensen til motsetninger kan forsterkes og virke negativt over tid.

Næringslivet, men også folk i fra sentrum, synes å etterlyse en eller annen form for møteplass. Kvinnenettverket får ros for å ha blitt en slik møteplass. Nå er ønsket at noen, kanskje ordfører, rådmann eller næringssjef, tar initiativet til å samle næringsdrivende og folk fra kommuneapparatet til samtaler om visjoner, mål, muligheter og løsninger. Dette er et tiltak som kan motvirke motsetninger – særlig også om næringslivet i grendene inviteres inn.

Ønsket om flere butikker i sentrum og mer liv i gatene utover ordinære åpningstider, kan lett ses i sammenheng med behovet for å se mulighetsrommet i fellesskap – og ikke bare fra "fjellet" eller fra "sentrum". Dersom åpningstidene utvides, vil det trolig gi flere turister i butikkene, som igjen kan gjøre det mer attraktivt å utvide eller åpne nye tilbud. Nok en gang vil motsetning virke negativt – og samarbeid kunne gi gjensidig positive løsninger.

Kvalitets- og/eller kommunikasjonsutfordringer?

I omdømmearbeidet sett fra kommunen som et politisk og administrativt system er det viktig å vurdere om kvaliteten på tjenestene er gode nok og/eller om det er kommunikasjonen om tjenestene som er for dårlig.

Når vi leser gjennom funn fra gruppesamtalene for å utdype om det er problemer knyttet til manglende kvalitet eller til kommunisert forventning/kvalitet på tjenester, så er det lite av det gruppene har brukt sin tid og krefter på som direkte handler om de kommunale tjenestene. Det mest konkrete er knyttet til tilbudet ved ungdomsklubben, noe som absolutt bør vurderes i det videre arbeidet.

Det ligger imidlertid en betydelig forventning til næringspolitikken i kommunen. Særlig at rådmann og ordfører går sterkere sammen med næringssjefen og blir en motiverende og offensiv drivkraft for felles innsats. Det ligger noe kritikk i at planer er laget, men ikke fulgt opp. Det aner oss også at en del av gruppedeltakerne savner en toppledelse i kommunen som kommuniserer positivt, optimistisk og mulighetsorientert - selv når kommunen mangler penger og må kutte i tilbudet til befolkningen. For noen synes det også være en del negative erfaringer mht å få kommunen i tale, å få kontakt og svar. Men dette er erfaringer som noen har, ikke alle.

Noen refleksjoner

Det er ikke unaturlig at det er kommunens ledelse som får kritikk når noe oppleves litt vanskelig. Hvis det stemmer at den kollektive "løft"-perioden er over knyttet til "gullrush"-opplevelsen med hensyn til Trysilfjellet, og at hverdagen synker innover den ellers så trivelige tryslingen, så er det kanskje ikke så rart at vi kan ane en viss skuffelse over at kommunen (tjenesteapparatet) er så fattig at det må spares, mens fjellet går så det holder.

Kutt i kommunale tilbud, butikker i sentrum som stenger og konkurser blant mindre næringsdrivende, er dagligdags kost i de fleste mindre kommuner. Ledige lokaler-skiltene er snart flere i sentrumsgatene i kommuner på størrelse med Trysil enn neonlys og innbydende plakater. Utkantene avfolkes. Ungdom strømmer til utdanninger i store byer. Og mange flytter dit folk bor; der det er arbeidsplasser, rikt kulturliv, servicenæringer i fleng og mange andre muligheter. Akkurat det er ikke trysilordføreren eller rådmannens feil at utviklingen er og har vært slik en god stund. Trysil kjemper som småkommune med alle de typiske småkommuneutfordringene som finnes alle andre steder.

Ønsket om at kommunens toppledelse samhandler mer med næringslivet og andre ildsjeler, høres rimelig ut. En kommune kan se på seg selv som en næringsstasjon for samhandling med sine innbyggere, næringsliv, frivilligheten og andre god krefter. Alt må ikke (og kan ikke) løses via kommunebudsjettene og vedtak i kommunestyret. Det å skape møteplasser, lytte til innbyggergrupper og tenke og handle nytt i forhold til å finne løsninger, synes å være en mulighet som mange i samtale strekker ut en hånd i forhold til. Det er utvilsomt innsatsvilje til stede dersom kommunetoppene tar ledelsen – ikke minst i næringslivet!

Gjennom Omdømmeprojektet er Trysil i ferd med å lete seg fram til andre kommuner på omtrent samme størrelse som kan synes i å ha lykket med å skape arbeidsplasser og en positiv giv i samhandlingen mellom kommune og næringsliv. Det er mulig at det ikke skal så veldig mye til for å snu det som ellers kan bli en tungt befestet negativ oppfatning. Trenden kan snus.

Informasjonsstyring synes også å være en utfordring for Trysil kommune. Lokalavisene framstår som hovedkanaler til befolkningen i tillegg til det den enkelte ansatt eller politiker formidler i sine sosiale nettverk. Ideelt sett bør det være et samsvar mellom det ansatte sier i sine nettverk og det bildet av kommunen som presenteres utad. Derfor er det viktig å jobbe med egen organisasjon og tilfredshet med egen arbeidsplass/tjeneste parallelt med at kommunen tar sterkere styring over informasjonen. Mange kommuner og virksomheter har egne kanaler (aviser, nyhetsbrev, e-poster, Facebook-sider osv) til sine brukergrupper og øvrige interessenter, og sørger dermed for at det er ens eget budskap som når mottakerne direkte. Sterkere satsing på intern og ekstern kommunikasjon kan bidra til at også det positive som skjer i Trysil får oppmerksomhet. Gode nyheter kan bygge opp stolthet.

Sunnhetstrekkene ved Trysil er mange: Positiv innbyggere. Stolthet over egen natur og kultur. Masse frivillighet. Bøtter av dugnadsånd og tradisjon for å hjelpe hverandre i grenda og utenfor grenda og i velforeningene i sentrum. Trysilfjellet som en motor gir muligheter som nesten ingen andre småkommuner i Norge har – og som markedsfører Trysil langt utover landegrensene. For utenforstående kan det kanskje virke underlig at Trysil har opprettet et omdømmeprojekt... Sett bare noen mil vest for Trysil, så framstår Trysil som en gullkantet kommune. Trysil er ikke en vanlig småkommune. Det framstår som en høyst uvanlig småkommune.

Konklusjon

Gruppesamtalene skal utgjøre en del av grunnlaget for videre arbeid med omdømme i Trysil kommune. Vi har fått vite at svært mye er bra ved Trysil i dag, men også at det en del utfordringer. Hovedutfordringen synes å være knyttet til mangel på helårs arbeidsplasser. Løsningen som framheves av flere handler om at kommunens toppledelse (ordfører og rådmann) går sammen med næringsjefen om å skape møteplass(er) mellom ulike grupper. En forventet synergieffekt av dette er nettopp at kreftene forenes og rettes inn der det er muligheter for å få til mer vekst og utvikling. Innsatsviljen finnes for å skape flere helårs arbeidsplasser.

Kommunen bør også satse mer på internt og ekstern kommunikasjon slik at strategisk viktige budskap kommer ut slik avsender ønsker – og ikke slik medier og andre aktører ønsker å tolke dem.