



HADELAND

VEDLEGG

TIL SAKSLISTE

REGIONRÅDET FOR HADELAND

19.juni 2015

SAKENE 13/15-17/15



Gran
kommune



Jevnaker
kommune



Lunner
kommune



Oppland
Fylkeskommune



HØRING

Plan for videregående opplæring i Oppland

8. mai 2015

Innhold

1. Bakgrunn og mandat	4
1.1 Oppland fylkeskommune sitt ansvar vedrørende videregående opplæring	5
1.2 Mandat for arbeidet.....	6
1.3 Mål for arbeidet.....	6
2. Faktaopplysninger	7
2.1 Antall elever i videregående skoler i Oppland.....	7
2.2 Antall godkjent lærebedrifter og fordelt på lærefag.....	7
2.3 Antall godkjente opplæringskontor i Oppland	7
2.4 Søkertall til videregående skole i Oppland per 1. mars 2015	7
3. Befolkningsutviklingen	8
3.1 Oppland.....	8
3.1.1 Nord-Gudbrandsdal.....	9
3.1.2 Midt-Gudbrandsdal	9
3.1.3 Lillehammer-regionen	9
3.1.4 Gjøvik-regionen	9
3.1.5 Hadeland	10
3.1.6 Valdres.....	10
3.1.7 Oppsummering.....	10
3.2 Konsekvenser for økonomien	11
4. Kompetansebehovet.....	12
4.1 Ludvigsen – utvalgets vurdering angående kompetansebehov	14
4.2 Partssamarbeidet i fag- og yrkesopplæringen.....	14
4.3 Hovedresultater i NHOs kompetansebarometer 2014.....	14
4.4 Hovedresultater i NHOs kompetansebarometer 2015.....	15
5. Utdanningsprogram.....	16
5.1 Bygg- og anleggsteknikk	17
5.1.1 Videregående skoler med Vg1 Bygg og anleggsteknikk	17
5.1.2 Behov for rekruttering.....	17
5.1.3 Viser til mandat og hovedmål: Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov.....	19
5.2 Design og håndverk.....	19
5.2.1 Videregående skoler med Vg1 design og håndverk.....	19
5.2.2 Behovet for rekruttering.....	20
5.2.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	21

5.3 Elektrofag	22
5.3.1 Videregående skoler med Vg1 elektrofag.....	22
5.3.2 Behov for rekruttering.....	22
5.3.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	24
5.4 Helse- og oppvekst.....	25
5.4.1 Videregående skoler med Vg1 helse- og oppvekstfag	25
5.4.2 Behov for rekruttering.....	25
5.4.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	28
5.5 Medier og kommunikasjon.....	29
5.5.1 Videregående skoler som har Vg1 medier og kommunikasjon	29
5.5.2 Behov for rekruttering.....	29
5.5.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	30
5.6 Naturbruk	31
5.6.1 Videregående skoler som har Vg1 naturbruk	31
5.6.2 Behov for rekruttering.....	31
5.6.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	33
5.7 Restaurant- og matfag	34
5.7.1 Videregående skoler som har Vg1 restaurant- og matfag	34
5.7.2 Behov for rekruttering.....	34
5.7.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	36
5.8 Service og samferdsel	37
5.8.1 Videregående skoler som har Vg1 service og samferdsel.....	37
5.8.2 Behov for rekruttering.....	37
5.8.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	39
5.9 Teknikk og industriell produksjon	40
5.9.1 Videregående skoler som har Vg1 teknikk og industriell produksjon ..	40
5.9.2 Behov for rekruttering.....	40
5.9.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	42
5.10 Musikk dans og drama	43
5.10.1 Videregående skoler som har Vg1 musikk dans og drama	43
5.10.2 Behov for rekruttering.....	43
5.10.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	43

5.11 Idrettsfag	44
5.11.1 Videregående skoler som har Vg1 idrettsfag	44
5.11.2 Behov for rekruttering	44
5.11.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	44
5.12 Studiespesialisering	45
5.12.1 Videregående skoler som har Vg1 studiespesialisering	45
5.12.2 Studiespesialisering og muligheter til å tilby elevene ulike programfag	45
5.12.3 Hvem fastsetter hvilke muligheter som finnes innenfor de enkelte utdanningsprogram	45
5.12.4 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	47
5.13 Påbygging til generell studiekompetanse	48
5.13.1 Videregående skoler som har påbygging til generell studiekompetanse	48
5.13.2 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål ..	49
6. Videregående opplæring på Nord-Gudbrandsdal vidaregåande skule avdeling Dombås	52
7. Rekruttering av voksne	56
7.1 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål	56
8. Inkludering, mestring og det brede samfunnsmandat	57

”

Et av de store målene med utdanningssystemet er at det svarer på det arbeidslivet og næringslivet trenger.

– Kunnskapsminister Torbjørn Røe Isaksen

1. Bakgrunn og mandat

Når Oppland fylkeskommune vurderer organiseringen av struktur på videregående skole, er det sentralt å imøtekomme de unges ønsker om utdanningsprogram, skape skoler med et inkluderende læringsmiljø og samtidig dekke det lokale næringslivets og samfunnets behov for fremtidig arbeidskraft.

Arbeidslivets behov for kompetanse er i stadig endring. Ny teknologi og nye arbeidsformer kan føre til at det som var sentral kompetanse på ett tidspunkt, kan vise seg å bli utdatert i løpet av få år. I arbeidet med fremtidens kompetansebehov har Oppland fylkeskommune først og fremst tatt hensyn til det nasjonale og lokale kompetansebehovet. Det internasjonale behovet er i noen grad blitt vurdert.

Strukturkvalitet, prosess- resultat-kvalitet

Strategiplan for videregående opplæring slår fast at en viktig del av fylkeskommunens samfunnsoppdrag er ansvaret som regional utviklingsaktør. Fylkeskommunen skal arbeide for å sikre næringene og skape grunnlag for nye arbeidsplasser og verdiskapning. Videreutvikling av levedyktige regioner er viktig for å opprettholde bosetning.

For å ivareta fylkeskommunens rolle som regional utviklingsaktør, er det viktig å sette mål og utarbeide strategier i tett samarbeid mellom skole, arbeidsliv og andre kompetansemiljøer både i kommuner og i regionene.

Kompetanse er en avgjørende faktor for velferdsutviklingen i opplandsamfunnet. Dette gjelder for den enkeltes personlige utvikling og evne til å møte arbeidslivet. Oppland har et variert næringsliv med ulike regionale fortrinn; industri, landbruk og besøksnæringer. Det er overordnet viktig at bedrifter og virksomheter får rekruttert kompetent arbeidskraft, og at alle får mulighet til å videreutvikle kompetansen gjennom opplæring og studier.

For sysselsettingen og verdiskapningen i Oppland er det en forutsetning at videregående opplæring til enhver tid tilpasser dimensjoneringen av utdanningstilbudene, slik at dette er i samsvar med arbeidslivets behov for kvalifisert arbeidskraft. Videre skal fylkeskommunen bidra til å legge til rette for endring og oppgradering av kompetansenivået i et livslangt perspektiv.

Videregående skoler i Oppland skal organiseres slik at de blir gode, robuste og utviklende arbeidsplasser både for elevene og de ansatte. Tilbud med få søkere skaper stor usikkerhet om igangsetting av klasser hvert år, og den usikkerheten medfører ofte en slitasje for ansatte. Ved rekruttering av nye medarbeidere, er det attraktivt å kunne søke seg til større fagmiljøer der faglig kompetanse og erfaringsdeling bidrar til videre kompetanseheving.

Dimensjonering og tilbudsstruktur for fremtiden kompetansebehov

Dimensjonering av videregående opplæring er en balanse mellom elevenes ønsker og behovet i samfunnet, arbeidslivet og høyere utdanning. Dette krever et godt kunnskapsgrunnlag om elevenes preferanser og behovene i et framtidig samfunns- og arbeidsliv.

Ut fra framtidens behov for kompetanse, er det nødvendig med videregående skoler som tåler ulike svingninger i elevtallet, og som er store nok til å være attraktive kompetansesentra i regionen.¹ Utdanningsprogram bør lokaliseres og samles i regioner hvor arbeids- og næringslivet kan tilby praksis i faget prosjekt til fordypning og lære-plasser. På den måten kan kompetansemiljøer vokse fram til det beste for elever/læringer² og for ansatte i skoler, bransje- og fagmiljø.

¹ Strategiplan for videregående opplæring 2013–2016, side 15

² Begrepet *lærling* omfatter også *lære-kandidat* i høringsbrevet

Kombinerte skoler i Oppland fylkeskommune

De videregående skolene i Oppland er kombinerte og tilbyr opplæring både innenfor studieforberedende og yrkesfaglige utdanningsprogram. Kombinerte skoler gir et større mangfold av opplæringsarenaer og metoder, samtidig som elevgruppen er mer sammensatt enn skoler som ikke er kombinerte.

Dette gir endringer i dagens struktur:

- Alle videregående skoler skal være kombinerte skoler; yrkesfaglig- og studieforberedende løp.
- Utdanningsprogram skal rendyrkes ut fra egenart og fagmiljø.

1.1 Oppland fylkeskommune sitt ansvar vedrørende videregående opplæring

Skoleeiers ansvar for videregående opplæring er forankret i opplæringslova og forskrift til loven. Det er flere bestemmelser i loven som tydeliggjør skoleeiers ansvar:

Opplæringslova § 1-1 Formålet med opplæringa. Opplæringa i skole og lærebedrift skal, i samarbeid og forståing md heimen, opne dører mot verda og framtida og gi elevane og lærlingane historisk og kulturell innsikt og forankring.

Opplæringslova § 1-3 Tilpassa opplæring og tidlig innsats. Opplæringa skal tilpasses evnene og forutsetningene til den enkelte og føre fram til studiekompetanse, yrkeskompetanse eller grunnkompetanse.

Opplæringslova § 4-7 Internkontroll i den enkelte lærebedrift. Lærebedriften skal ha intern kvalitetssikring, slik at lærlingen eller lærekandidaten får opplæring i samsvar med lova og forskrift.

Opplæringslova § 5-1 Rett til spesialundervisning. Elevar som ikke har eller som ikkje kan få tilfredsstillande utbytte av det ordinære opplæringstilbudet, har rett til spesialundervisning.

Opplæringslova § 13-3 Plikt for fylkeskommunen til og sørgje for vidaregåande opplæring. All ungdom som har fullført grunnskolen eller tilsvarende opplæring, har etter søknad rett til minst tre år vidaregåande opplæring. Fylkeskommunen skal planlegge å bygge ut det vidaregåande opplæringstilbudet i samsvar med blant annet nasjonale mål, ønska til søkerne, og det behovet samfunnet har for vidaregåande opplæring i alle utdanningsretninger og for ulike aldersgrupper.

Opplæringslova § 13-10 Ansvarsomfang. Skoleeier skal i følge opplæringslova ha et forsvarlig system som sikrer at elevenes retter blir innfridd.

Forskriften til opplæringslova § 2-1 Skolebasert vurdering. Skolen skal jamleg vurdere i kva grad organiseringa, tilrettelegginga og gjennomføringa av opplæringa medverkar til å nå måla som er fastsette i Læreplanverket for Kunnskapsløftet

Opplæringslova gir eleven klare rettigheter etter gjennomført Vg1. Dette betyr at dimensjoneringen innen de yrkesfaglige utdanningsprogrammene må ses i sammenheng med arbeidslivets behov allerede på Vg1-nivå slik at det finnes læreplasser til elevene.

Mål og kvalitet i opplæringen³

Høy kvalitet på videregående opplæring i Oppland vil si at alle gjennomfører og at den enkelte oppnår så høy faglig og sosial kompetanse som mulig.

- Målet for Oppland er at andelen som gjennomfører øker og viser en konstant stigende kurve, på sikt er målet å nå 90 % gjennomføring i Oppland.

1.2 Mandat for arbeidet

Mandat for arbeidet⁴

Fylkesutvalget i Oppland fylkeskommune vedtok i juni 2014 følgende mandat med å sikre gode videregående skoler for fremtidens behov for kompetanse.

«Komite for opplæring og kompetanse bes om å vurdere antall utdanningsprogram, samt gjøre forslag om endringer for å sikre gode skoler for fremtidens behov. Utdanningstilbudet skal ses i sammenheng med samfunnets og næringslivets behov. Arbeidet legges fram for fylkestinget juni 2015.»

1.3 Mål for arbeidet

OVERORDNET MÅL FOR ARBEIDET
Formål: • Videregående opplæring i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov fram til 2024.
Hovedmål: • En plan for videregående opplæring i Oppland som viser innhold, omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov.

DELMÅL					
Fase 1 15.1.15 Kunnskaps- grunnlaget	Fase 2 Samfunnets/ arbeidslivets behov	Fase 3 10.4.15 Behovet for kompetansen	Fase 4 15.4.15 Omfang	Fase 5 6.5.15 Hvor tilbys	Fase 6 Sept.15
Omforent kunnskapsgrunnlag foreligger	Dokumentert oversikt over langsiktig kompetansebehov foreligger	Behovet for nye og eksisterende utdanningsprogram er begrunnet	Forslag til omfang av utdanningsprogram foreligger	Forslag til hvor utdanningssprogram skal tilbys foreligger	Sak er ferdigbehandlet i komiteen og klar for behandling i fylkestinget

- Videregående opplæring skal gi den enkelte faglig kompetanse til å stå i arbeid som fagutøver.
- Dimensjoneringen gir grunnlag for bedre gjennomføring.
- Erfaringene med samarbeid mellom forskningsmiljøer og fylkeskommunen gir forutsigbar dimensjonering.
- Samarbeidet mellom fagenheter, høgskolemiljøer/fagskole og andre kompetansemiljøer skaper grunnlag for videre samarbeid.

³ Strategiplan for videregående opplæring, kapittel 3

⁴ Vedtatt i fylkesutvalget 2. juni 2014

2. Faktaopplysninger

2.1 Antall elever i videregående skoler i Oppland

- Skoleåret 2013/2014: 6 860 elever
- Skoleåret 2014/2015: 6 700 elever

2.2 Antall godkjent lærebedrifter og fordelt på lærefag

Se vedlegg

2.3 Antall godkjente opplæringskontor i Oppland

Se vedlegg

2.4 Søkertall til videregående skole i Oppland per 1. mars 2015

Tabell 1: Søkertall til videregående skole i Oppland per 1. mars 2015

Utdanningsprogram	Søkere 2010	Søkere 2011	Søkere 2012	Søkere 2013	Søkere 2014	Søkere 2015	Andel søkere 2015	Endring i antall fra 2014	Endring i % fra 2014
Studiespesialisering	651	773	795	803	886	804	34,1 %	-82	-10,2 %
Studiespesialisering m/formgivningsfag	31	18	10	5	7	7	0,3 %	0	0,0 %
Idrettsfag	252	216	182	208	194	244	10,4 %	50	20,5 %
Musikk, dans og drama	84	90	90	90	81	80	48,2 %	-33	-2,9 %
Sum studieforberedende utdanningsprogram	1 018	1 097	1 077	1 106	1 168	1 135	48,2 %	-33	-2,9 %
Bygg- og anleggsteknikk	176	159	139	141	147	138	5,9 %	-9	-6,5 %
Design og håndverksfag	83	98	103	81	64	78	3,3 %	14	17,9 %
Elektrofag	194	202	169	202	232	215	9,1 %	-17	-7,9 %
Helse- og oppvekstfag	296	291	252	260	262	316	13,4 %	54	17,1 %
Medier og kommunikasjon	186	133	189	126	109	89	3,8 %	-20	-22,5 %
Naturbruk	62	56	51	63	68	66	2,8 %	-2	-3,0 %
Restaurant- og matfag	64	61	52	71	55	65	2,8 %	10	15,4 %
Service og samferdsel	51	91	59	64	57	62	2,6 %	5	8,1 %
Teknikk og industriell prod.	164	178	200	160	186	193	8,2 %	7	3,6 %
Sum yrkesfaglige utdanningsprogram	1 276	1 268	1 214	1 168	1 180	1 222	51,8 %	42	3,4 %
TOTALT	2 294	2 366	2 291	2 274	2 348	2 357	100,0 %	9	0,4 %

Det er særlig søkning til Vg1 som sier noe om trender og endringer i søkermønstret sammenlignet med tidligere år. Søkertall for søkere som kommer direkte fra grunnskolen i Oppland viser i år en økt søkning til yrkesfaglige utdanningsprogram.

3. Befolkningsutviklingen

Ulike regioner i Oppland står overfor ulike demografiutfordringer og muligheter. Befolkningsgrunnlag, flyttetendenser, næringsstruktur og næringsutvikling påvirker den regionale utviklingen. Utviklingen vil sette rammer for fylkeskommunens handlingsrom også når det gjelder videregående opplæring. Selv om det er store forbehold knyttet til framskrivninger, er det nødvendig å forberede samfunnet på fremtidige endringer i kompetansebehovene. Et viktig grunnlag i så måte er å kartlegge kompetansebehovene i dag og i nær framtid.

Vi lever i et globalisert samfunn preget av internasjonalt samarbeid og konkurranse. Mennesker forflytter seg i langt større grad enn tidligere. De unge vokser opp i et samfunn preget av ulikhet og mangfold på mange arenaer. Mobilitet er et av kjennetegnene på globalisering. Stadig flere unge velger opphold i utlandet, enten som del av grunnopplæringen eller høyere utdanning, eller som en pause i studier. Også i Norge ser vi denne mobiliteten. Veldig mange er på flyttefot, særlig de unge, og særlig inn til byene. Vi ser en økt sentralisering, og dette vil påvirke tilgang til både arbeidskraft og kompetanse i privat og offentlig sektor. Oslo og Akershus er vekstområder og ungdom fra Oppland vil etter videregående opplæring naturligvis søke dit hvor det er spennende vekst- og arbeidsmuligheter. For opplandsamfunnet kan dette føre til at lokalt næringsliv i større grad må konkurrere om å beholde fagkompetansen.

Befolkningsframskriving er et estimat på den demografiske utviklingen og gjøres på tre forvaltningsnivåer. Framskrivningen er basert på fire faktorer (fruktbarhet, levealder, innenlandsk flytting og innvandring) som til sammen legger grunnlaget for å estimere befolkningsutviklingen. Framskrivningen gjøres basert på de siste fem års utvikling og estimatet forutsetter dermed en utvikling som følger denne utviklingen videre. Framskrivningen tar med andre ord ikke hensyn til planlagte endringer som eksempelvis utbygging av vei og jernbane, nedleggelse eller opprettelse av arbeidsplasser.

I SSB (Statistisk sentralbyrå) sine framskrivninger fremkommer det noen generelle nasjonale trekk. Ifølge mellomalternativet vil det fortsatt være befolkningsvekst i årene framover, men den største veksten forventes i og rundt de store byene. Økningen i folketallet vil gjelde samtlige fylker, men det er store variasjoner mellom fylkene. Størst vekst forventes i fylkene med de store byene. Innlandsfylkene er blant fylkene med lavest vekst, men det er til dels store variasjoner blant kommunene i Oppland. Et annet utviklingstrekk for hele landet er at levealderen vil fortsette å øke og en større andel av befolkningen blir eldre; i 2060 vil hver femte innbygger i Norge være over 70 år. Dette innebærer en endring i forsørgerbyrden hvor en mindre andel skal stå for verdiskapingen og opprettholdelse av velferdsnivået mens en større andel av befolkningen vil være utenfor arbeidsfør alder.

3.1 Oppland

Tabellen på neste side viser framskrevet folketall i Oppland i følge SSB sitt mellomalternativ. Som vi ser er det en økning i det totale befolkningstallet, men det er variasjon mellom aldersgruppene. Mens det totale folketallet øker med ca. 5 % fra 2014 til 2024, er det nedgang i gruppene «6–15 år» og «16–19 år» på henholdsvis drøye 3 % og 7 %. Det forventes en økning i gruppen «0–5 år» på 6 %, mens den største gruppen, «20–66 år» har en relativt beskjeden prosentvis økning, kun 2 %. Gruppen som øker mest er «67 år og eldre», her er det en økning på hele 22 % fra 2014 til 2024. Tabellen viser altså tydelig den nevnte endringen i forsørgerbyrden med en større andel av befolkningen utenfor yrkesaktiv alder.

Tabell 2: Framskrevet folketall i Oppland, mellomalternativet. Kilde: SSB

	2014 MMMM	2019 MMMM	2024 MMMM	2040 MMMM
Oppland				
0–5 år	11 394	11 337	12 114	12 096
6–15 år	21 757	21 381	21 250	22 675
16–19 år	9 639	9 305	8 955	9 544
20–66 år	112 988	114 696	115 737	116 597
67 år eller eldre	32 042	35 791	39 407	50 857
TOTALT	187 820	192 510	197 463	211 769

SSB sine framskrivninger er også gjort på kommunenivå. Når vi ser på kommunene i Oppland og regionene disse utgjør, får vi et mer sammensatt bilde enn vist over. Østlandsforskning ved Alnes og Lund fremhever i sin befolkningsanalyse at det for fylket som helhet forventes en relativt stabil befolkningsutvikling de nærmeste årene, men det vil være store variasjoner på regionnivå.⁵

3.1.1 Nord-Gudbrandsdal

I Nord-Gudbrandsdal er det frem til 2024 forventet en befolkningsnedgang på til sammen 415 personer, 2,2 % i forhold til 2014. Nedgangen ventes i samtlige aldersgrupper, med unntak av gruppa «67 år eller eldre». Her vil elevgrunnet for videregående opplæring gå relativt mye ned; 142 personer som utgjør 14,3 % i forhold til 2014.

3.1.2 Midt-Gudbrandsdal

Midt-Gudbrandsdal antas å få en liten nedgang i befolkningstallet det neste tiåret. Framskrivningene viser en forventet nedgang på 140 personer, tilsvarende 1 % fra 2014 til 2024. Her er det bare gruppen «67 år eller eldre» som øker hvis vi ser hele perioden under ett. Her er den relative økningen den samme som i Nord-Gudbrandsdalen, 18 %. Elevgrunnet for videregående opplæring forventes å gå ned også her, 85 personer og 13 % mindre i 2024 enn 2014. Ellers er det nedgang i de øvrige gruppene, noe som betyr at det er økningen i antall personer over 67 år som holder befolkningstallet såpass stabilt.

3.1.3 Lillehammer-regionen

I Lillehammer-regionen er det en økning i forventet folketall på 2 638 personer (7 %) fra 2014 til 2024. Her har alle grupper med unntak av «16–19 år» en forventet økning, denne går ned drøye 1 %. Også her øker den eldste gruppen betydelig mer enn de øvrige, men det er en markant økning både i antall barn mellom 0 og 5 år og personer mellom 20 og 66 år. Dette kan ses i sammenheng med den tendensen som er synlig for hele landet, nemlig at befolkningsøkningen er størst rundt byene som et resultat av flytting til mer sentrale strøk.

3.1.4 Gjøvik-regionen

Gjøvik-regionen har tilnærmet lik forventet utvikling som Lillehammer, en forventet faktisk økning på 4 180 personer noe som utgjør 6 %. Også her forventes økning i samtlige grupper, med unntak av «16–19 år» som går ned drøyt 8 %, og absolutt størst økning i gruppen «67 år og eldre». Her er for øvrig den prosentvise økningen i antall eldre betydelig større enn i Lillehammer-regionen. I denne regionen er det også ulikhet mellom kommunene i større grad enn de øvrige regionene i Oppland. Vi kan bl.a. se at mens det er en mindre nedgang i aldersgruppa 16–19 år i Gjøvik (-4 %) og Vestre Toten (-3 %), er det stor nedgang i samme gruppe i Østre Toten (-10 %), Nordre Land (-17 %) og Søndre Land (-26 %).

⁵ Møte i Komite for opplæring og kompetanse, 20 mars 2015

3.2 Konsekvenser for økonomien

Tabell 3: Befolkning 16–18 år per 1. januar 2015, tall fra SSB

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
16–18 år per 1. juli	7 242	7 224	7 208	7 191	7 050	6 900	6 800	6 715	6 703	6 728	6 734
Utvikling i %	100,0	99,75	99,53	99,30	97,35	95,28	93,90	92,72	92,56	92,90	92,99
Endring antall (akkumelert)		-18	-34	-51	-192	-342	-442	-527	-539	-514	-508

Tabell 4: Elevtall ny beregning av framskriving fra 2015, tall fra SSB

Elevutvikling	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Pr. år gjst. fra 2016
Elever pr. 30.10.2014	6 829	6 676	6 645	6 629	6 499	6 361	6 269	6 190	6 179	6 202	6 208	
Endring antall (akkumelert)		-153	-184	-200	-330	-468	-560	-639	-650	-627	-621	-52
Endring i mill kr. (akk)		-12,9	-15,5	-16,8	-27,8	-39,4	-47,2	-53,8	-54,7	-52,8	-52,3	-44
Beregnet pr. elev	84 244	Basert på gjstnl sats (veiet gjennomsnitt) per elev i budsjettfordelingsmodellens siste budsjettår n-1										
Beregnet gjst. akk fra 2016		-4,4	-8,8	-13,2	-17,5	-21,9	-26,3	-35,1	-39,5	-43,8		

I 2024 vil det være 508 færre ungdommer i alderen 16–18 år i Oppland jf. framskriving fra SSB. Når andelen 16–19-åringer av den totale befolkningen i Oppland går ned, reduseres rammetilskuddet fra staten til fylkeskommunen. Rammetilskuddet vil bli redusert med 52 millioner fram til 2024. Antall elever i videregående opplæring har derfor betydning for den totale økonomiske rammen fylkeskommunen har til disposisjon. Elevtallet i Oppland vil derfor få betydning for bredden i tilbudet som gis i videregående skole. Konsekvensene kan bli at elever som ønsker et utdanningsprogram må fra oppstart av Vg1 forberede seg på å reise/flytte dit utdanningstilbudet gis.

Med utgangspunkt i den økonomiske situasjonen bør utdanningsprogram med et lavere antall enn ti søkere samles og tilbys på skoler med et lokalt næringsliv som kan tilby praksis i prosjekt til fordypning både på Vg1 og Vg2.

4. Kompetansebehovet

De siste to årene har NHO publisert kompetansebarometer, hvor medlemsbedriftene svarer på en rekke spørsmål om fremtidig behov for kompetanse.⁶ Mer enn hver tredje bedrift oppgir at de har et stort behov for kompetanse på videregående nivå eller på nivå med fagbrev. Der nest følger fagskoleutdanninger. Et annet gjennomgående trekk ved denne undersøkelsen er at bedriftene er klart mest opptatt av realfaglig- og håndverksmessig kompetanse.

Det vil bli økt etterspørsel etter både arbeidskraft med fagbrev fra videregående skole og med høyere utdanning.⁷ Kompetansebehov og framskrivninger viser at det blir mindre andel jobber der det ikke stilles krav til utdanning. Med et arbeidsliv i rask endring er det aller viktigste å sørge for god omstillingsevne og et læringsintensivt arbeidsliv.

Ungdom er en sårbar gruppe. Å sikre god overgang fra utdanning til arbeid er derfor svært viktig for den enkelte. Men også for samfunnet som risikerer å gå glipp av verdifull arbeidskraft i mange år framover dersom starten på arbeidslivet mislykkes.⁸

Høsten 2013 publiserte SSB en framskriving av etterspørsel etter arbeidskraft fordelt på utdanninger frem mot 2030. Denne viser en spesiell stor vekst i behovet for fagutdannede og et økende gap mellom tilbud og etterspørsel, gitt antallet som i dag tar fag-/svennebrev. For høyskole- og universitetsutdannede viser framskrivningene en bedre balanse mellom tilbud og etterspørsel, selv om behovet også her er økende.⁹

En av de aller største utfordringene for fag- og yrkesopplæringen i Norge i dag, er at offentlig sektor tar inn for få lærlinger. På landsbasis inngås i dag om lag 70 % av alle lærekontrakter i privat sektor, men offentlig sektor står for ca. 30 % av alle lærekontrakter. Situasjonen i Oppland er ytterligere skjev; her er andelen lærlinger i offentlig sektor kun 28 %. Både stat, fylkeskommuner og kommuner må ta et større opplærings- og samfunnsansvar i denne sammenheng.

Med bakgrunn i nasjonal forskning, rapporter og statesikk fra SSB over demografi og befolkningsutvikling vil det bli et stort behov for fagarbeidere i Norge og i Oppland, og i særdeleshet innenfor helse- og omsorgssektoren. Det er en stor utfordring at der hvor rekrutteringsbehovet av fagarbeidere er størst, er det samtidig en videregående opplæring som ikke greier å få nok elever gjennom med fullført fagbrev. Hovedårsaken til dette ligger i at kommunesektoren ikke tar inn nok lærlinger. Måltallet som KS har satt, en lærling per tusen innbyggere, er ikke i nærheten av det volum av fagarbeidere som helse- og omsorgssektorene vil trenge ut fra tilgjengelige prognoser.

⁶ Hovedresultater fra en undersøkelse om kompetansebehov blant NHOs medlemsbedrifter i 2014. NIFU Arbeidsnotat 7/2014

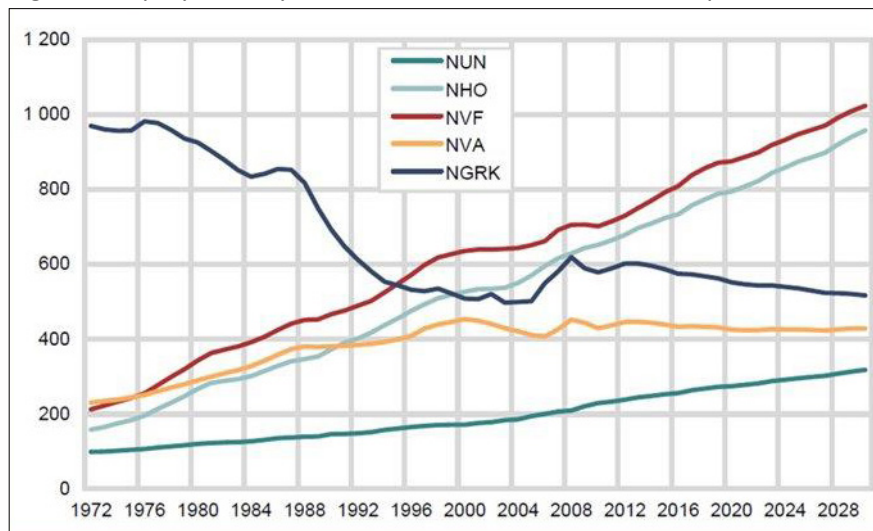
⁷ KS – 2014

⁸ «Utenforskap» og inkludering – riktig omfang og riktig målgruppe. LO Samfunnsnotat nr 3/15

⁹ SSB(2013):Framskrivninger for tilbud og etterspørsel etter arbeidskraft med ulike utdanninger. Rapporten er tilgjengelig her: <http://ssb.no/forskning/makrookonomi/makrookonomisk-aenalyser/framskrivninge-fror-tilbud-og-etterspørsel-etter-arbeidskraft-tmedulike-utdanninger>

I rapporten "Forecasting demand and supply of labour by education" viser SSB at i årene som kommer vil etterspørselen etter arbeidskraft med videregående fagutdanning vokse raskere enn antallet som tar en fagutdanning.

Figur 2: Employment by level of education in thousands of persons, 1972–2030. Kilde: SSB



NUN = Fullført høyere grad i utdanning, NHO = Fullført høyere utdanning på lavere nivå, NVF = Fullført fag- og yrkesopplæring, NVA = Fullført studieforberedende videregående opplæring, NGRK = Fullført grunnskoleopplæring.

I NIFU-rapport 1/2014¹⁰ viser Eifred Markussen at jo høyere utdanningsnivå som er oppnådd, jo større andel er sysselsatt, og jo lavere utdanning som er oppnådd, jo større andeler er arbeidsledige eller mottakere av offentlig støtte. Det er interessant at dette også gjelder for nivåer under fullført videregående opplæring: De med Vg1 er sysselsatt i større grad enn de med grunnskole, og de med Vg2 i større grad enn de med Vg1, mens de med fullført og bestått videregående opplæring er sysselsatt i enda større grad.

OECD mener en god yrkesfaglig utdanning, med innebygd lærlingordning, er et effektivt hinder for utstøtelse fra arbeidslivet. En høy grad av utdannelse og kvalifikasjoner i befolkningen sikrer god velferd, medborgerskap, demokrati, omstilling og sysselsetting. Halvparten av norsk ungdom velger yrkesfag på videregående skole. Disse har krav på et velfungerende utdanningssystem som gir muligheter for arbeid og/eller videre utdanning. Samtidig er det fortsatt viktig å styrke etterutdanningstilbudet til voksne for å sikre god omstillingsevne og livslang læring samt ta i bruk resurser som potensielt ligger i denne gruppen av befolkningen. Det vil derfor i fremtiden være vesentlig med en stor satsing på kunnskap. Det vil være avgjørende for å styrke norsk konkurransekraft, som igjen er avhengig av en bærekraftig yrkesfagutdanning for å bygge landet for fremtiden.

¹⁰ <http://www.nifu.no/news/utdanning-lonner-seg/>

4.1 Ludvigsen – utvalgets vurdering angående kompetansebehov

Hvilken kompetanse må barna utvikle i barnehage og skole for å møte og bygge framtidens samfunns- og arbeidsliv?

Ludvigsen-utvalget vurderer grunnopplæringens fag opp mot krav til kompetanse i et framtidig samfunns- og arbeidsliv. Kompetanse handler om å kunne løse oppgaver og møte utfordringer i ulike sammenhenger og omfatter både kognitive, praktiske, sosiale og emosjonelle sider ved elevens læring, inkludert holdninger og etiske vurderinger. Kompetanse kan utvikles og læres og komme til uttrykk gjennom hva personer gjør i ulike situasjoner og aktiviteter.¹¹ Utvalgets brede definisjon av begrepet kompetanse er begrunnet i kravene til komplekse problemløsninger i samfunns- og arbeidslivet og er i tråd med bredden i skolen samfunnsmandat, slik det beskrives i formålsparagrafen.

Følgende sentrale kompetanseområder har vært utgangspunkt for utvalgets diskusjon:

- Fagkompetanse
- Lese- og skrivekompetanse
- IKT-kompetanse
- Vitenskapelige metoder
- Kommunikasjon og samhandling
- Metakognisjon og selvregulering
- Medborgerkompetanse og sosialt ansvar
- Kreativitet og innovasjon

4.2 Partssamarbeidet i fag- og yrkesopplæringen

Fag- og yrkesopplæringen har to opplæringsarenaer som til sammen skal bidra til å føre elevene fram til fag- eller svennebrev, skole eller bedrift. Dette krever et godt samarbeid mellom utdanningsmyndighetene og arbeidslivets på både nasjonalt, fylkeskommunalt, og lokalt nivå.

De faglige rådene og Samarbeidsrådet for yrkesopplæring (SRY) er en del av partssamarbeidet i fag- og yrkesopplæringen. Dette er blant annet fastsatt i ILO-konvensjon nr. 142, som pålegger landene å samarbeide med partene i arbeidslivet i saker som gjelder fag- og yrkesopplæring. De faglige rådene er myndighetenes rådgivende organ for fag- og yrkesopplæringen. De oppnevnes av Utdanningsdirektoratet etter anbefaling av SRY. Det er ni faglige råd, ett for hvert utdanningsprogram innen yrkesutdanningen.

Utviklingsredegjørelser fra de ni faglige rådene viser behovet for kompetanse og fagarbeidere på nasjonalt nivå. Dette er tatt inn i høringsbrevet under de utdanningsprogrammene rådene er oppnevnt.

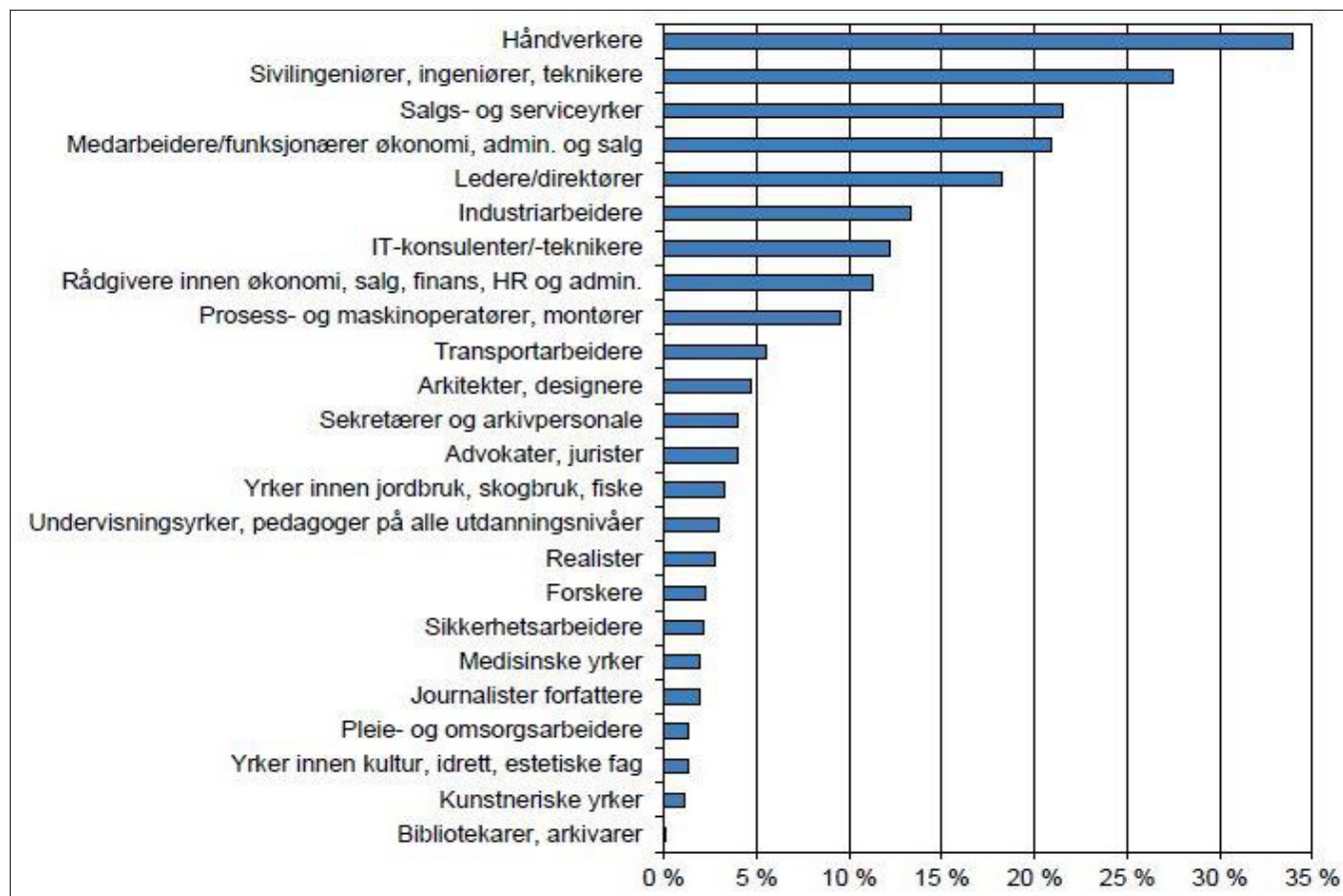
4.3 Hovedresultater i NHOs kompetansebarometer 2014¹²

Figur 3: Figuren på neste side viser yrkesgrupper som utgjør sentral kompetanse. Andelen NHO-bedrifter som oppgir at følgende yrkesgrupper utgjør en sentral kompetanse for bedrifter i dag og/eller om 5 år.

¹¹ Ludvigsen-utvalget definerer kompetanse. Delutredning NOU 2014:7

¹² Hovedresultat fra undersøkelsen om kompetansebehov blant NHOs medlemsbedrifter i 2014. NIFU arbeidsnotat 7/2014

Figur 3: Yrkesgrupper som utgjør sentral kompetanse.



4.4 Hovedresultater i NHOs kompetansebarometer 2015¹³

- 5 700 medlemsbedrifter i NHO er spurt om behov for kompetanse
- 6 av 10 melder om behov for fagarbeidere
- 5 av 10 har behov for arbeidskraft med fagskolekompetanse
- Størst etterspørsel etter kompetanse innenfor bygg og anlegg, elektrofag og industriell produksjon

Når det gjelder fagområder er håndverksfag og ingeniør- og tekniske fag de to fagområdene som klart flest NHO-bedrifter oppgir et behov for. Økonomi, samfunnsfag og juridiske fag framstår som det tredje viktigste fagområdet, mens matematikk/naturvitenskap følger deretter. Men blant de største bedriftene er behovet for ansatte med matematikk/naturvitenskap og samfunnsfaglig utdanning like viktig som håndverksfag.

Rapporten viser videre at for kompetansebehov etter utdanningsnivå, er det samlet sett klart flest bedrifter som oppgir behov for ansatte med yrkesfaglig utdanning. Om lag 60 % av bedriftene oppgir at de har behov på dette utdanningsnivået. Derne følger fagskoleutdanning, bachelor og mastergrad. Et gjennomgående trekk er at de store bedriftene har mer behov for ansatte med høyere utdanning enn de små bedriftene. Yrkesfag og fagskole oppgis imidlertid hyppig uansett størrelse på bedriften.

Viser til figur 3 og oversikten over hvilke yrkesgrupper som utgjør sentral kompetanse. Oversikten over yrkesgrupper som utgjør sentral kompetanse i 2015 er lik den som kom i 2014.

¹³ Hovedresultater fra en undersøkelse om kompetansebehov blant NHOs medlemsbedrifter i 2015. NIFU arbeidsnotat 5/2015

5. Utdanningsprogram

I dag finnes to hovedveier for ungdom i videregående opplæring: Tre utdanningsprogrammer er studieforberevende. De studieforberevende programmene skal gi elevene en god plattform for videre studier – elevene skal være studieforberevde. Ni programmer er yrkesfaglige og skal danne en god plattform for arbeidslivet, hvor hovedmodellen er utdanning i fag gjennom en kombinasjon av skole og læretid.

Alle de 12 utdanningsprogrammene har som formål å gi elevene mulighet til å velge utdanning ut fra interesse, evner, anlegg og ferdigheter. Målsetningen er at ungdom skal gå ut av videregående opplæring med fag-/svennebrev/yrkeskompetanse/vitnemål eller grunnkompetanse (planlagt). Både nasjonalt og lokalt er målsettingen at ungdommen skal gjennomføre og bestå videregående opplæring. På den måten sikres ungdommen en plattform for et arbeidsliv og eller videre studier.

I NIFU s rapport Videregående opplæring- tilstrekkelig grunnlag for arbeid og videre studier¹⁴ vises det til at om lag halvparten av elevene på yrkesfag søker seg videre til lære det tredje året. Andelen varierer betydelig mellom de ulike yrkesfaglige utdanningsprogrammene.

Innen de tradisjonelle håndverksfagene (teknikk og industriell produksjon, restaurant og matfag, bygg- og anleggsteknikk og elektrofag) er det flere som fullfører yrkesopplæringen og tar fag-/svennebrev, og færre som tar påbygging enn i de «nye» lærefagene etter Reform 94.¹⁵

Oppland tilbyr fireårig løp som gir både yrkes- og studiekompetanse

Oppland fylkeskommune tilbyr fireårig løp innen ulike utdanningsprogram som gir eleven både yrkes- og studiekompetanse, betegnes som TAF (teknisk allmennfag) eller YSK (yrkesfag med studiekompetanse). Slike tilbud finnes ved Raufoss vgs og Vinstra vgs. For at eleven skal kunne få benytte seg av denne type utdanningsløp må det være en lærebedrift som ønsker å ta imot eleven over en fireårsperiode. Det er skolen i samarbeid med lærebedrift som innkaller og gjennomfører intervju med søkere til denne type løp, jf. lokal forskrift § 12 om inntak til videregående opplæring i Oppland.

¹⁴ Videregående opplæring- tilstrekkelig grunnlag for arbeid og videre studier? Rapport 50/2013

¹⁵ Def av nye fag: Lærefag som kom inn under hovedmodellen for fagopplæring på 1990 tallet

5.1 Bygg- og anleggsteknikk

5.1.1 Videregående skoler med Vg1 bygg og anleggsteknikk

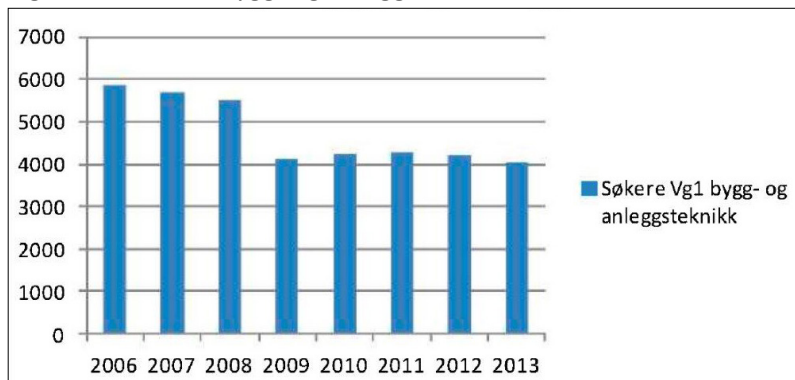
- Dokka videregående skole
- Gjøvik videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule, avdeling Lom
- Valdres videregående skule
- Vinstra videregående skule
- Lillehammer videregående skole, avdeling Nord

BYGG- OG ANLEGGSTEKNIKK Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	367
Søkere til læreplass 2013	153
Søkere som fikk læreplass 2013	137
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	318
Søkere til læreplass 2014	168
Søkere som fikk læreplass 2014	152
Antall fag-/svenneprøve 2014	98
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	326
Søkere til læreplass 2015	132
Intensjonsavtaler ¹⁶ 2015 Flest innen: Tømrer (61) og Anleggsmaskinførerfaget (20)	131

5.1.2 Behov for rekruttering

Nasjonal: Fagarbeiderordningen står sterkt i lærefagene i utdanningsprogrammet. Næringen rekrutterer likevel bare halvparten av sine fagarbeidere gjennom å ta inn 18-åringer gjennom hovedmodellen. Den andre halvparten består av lærlinger som er litt eldre, går etter andre modeller enn hovedmodellen 2+2, eller er ufaglært som tar fagprøven som voksne gjennom praksiskandidatordningen. Det er en betydelig gruppe mellom 20 og 30 år uten fullført videregående opplæring.¹⁷ NHOs undersøkelse viser at det er et stort behov for rekruttering innen byggenæringen.

Figur 4: Søkere til bygg- og anleggsteknikk¹⁸



¹⁶ Intensjonsavtale: Def. rapport som viser lærebedrifter sitt ønske om inntak av lærlinger ¹⁷ NIFU, Rapport 50/2013

¹⁸ Kilde: Udirs statistikk over søkere til BA-utdanningen (vedlegg til bestillingen fra Utdanningsdirektoratet av 18. april 2013)

Antallet søkere til læreplass har gått gradvis ned i utdanningsprogrammet. Nedgangen har vært størst i tømrerfaget, som er det desidert største faget. Antallet søkere til læreplass i tømrerfaget har imidlertid gått noe opp fra 2011 til 2013. Søkere til anleggsmaskinførerfaget økte fra 313 til 363 fra 2012 til 2013. Antall søkere til læreplass i murerfaget har gått ned fra 266 i 2008 til 110 i 2013, og er dermed mer enn halvert.

I mange av lærefagene innenfor bygg- og anleggsteknikk avlegger et flertall fag-/svenneprøve som praksiskandidat. Ser vi på fagene i Kunnskapsløftet, er andelen høyest i steinfaget og renholdsoperatørfaget, der nær 100 % tok fagbrev som praksiskandidat. Behov for faglært arbeidskraft vil være stort i bygg- og anleggsnæringen også på kortere sikt.

En rapport som Fafo har utarbeidet på oppdrag fra BNL og Entreprenørforeningen Bygg og Anlegg (EBA) i 2010, viser at næringen vil trenge 9 000 nye medarbeidere hvert år frem mot 2020 dersom veksten i bygg- og anleggsnæringen fortsetter.¹⁹

Regionalt: Lokalt er det behov for flere lærlinger i lærefagene i utdanningsprogrammer bygg og anleggsteknikk. Behovet er konjunkturavhengig og ulikt i regionene i Oppland. Tilbakemelding fra regionale arbeidsgrupper (kompetanseforum) viser behovet for rekruttering innen utdanningsprogrammet bygg- og anleggsteknikk. Dette er sammenfallende med bedriftenes innspill. Jf. Lærings- og utviklingsteam i Nord-Gudbrandsdal har meldt behov for å opprettholde byggfag både ved Nord-Gudbrandsdal vgs, avd. Lom og ved Vinstra vgs.²⁰

Med utgangspunkt i rekrutteringsbehovet både nasjonalt og regionalt, anbefales det at utdanningsprogrammet opprettholdes på de skolene som har tilbudet. Behovet for økt rekruttering krever et forsterket samarbeid mellom skolene og lokale bedrifter. Ikke alle av utdanningsprogrammene har fungert godt nok når det gjelder rekruttering til lærefagene. Malebransjen i Oppland har ikke klart å rekruttere gjennom ungdomsopplæringen etter endringen i Læreplanverket for Kunnskapsløftet. Samarbeidet mellom opplæringsarenaene skal derfor forsterkes gjennom å etablere rutiner for bl.a. praksisopplæring i bedrift i faget prosjekt til fordypning både på Vg1 og Vg2. Fleksible opplæringsløp bør også prøves ut.

ENDRING

Programområdet Vg2 treteknikk foreslås langt ned ved Lena–Valle vgs. Tilbudet har hatt få søkere i flere år. Tilbudet var ikke igangsatt skoleåret 13/14. Tilbudet ble igangsatt for 14/15 med kun tre søkere. Tilbudet legges ned på grunn av lav søkning til tilbudet.

http://www.oppland.no/Documents/Videregaendeopplaring/12_Kvalitetssystem_NYTT/04_Temasider/01_Rundskriv_FOS/2013/FOS_rrundskriv6_2013_Dimensjonering_opplaringstilbudet_2013_2014.pdf

http://www.oppland.no/Documents/Videregaendeopplaring/12_Kvalitetssystem_NYTT/04_Temasider/01_Rundskriv_FOS/2014/201200044-55%20FOS%20rundskriv%204-2014%20Dimensjonering%20av%20oppl%c3%a6ringstilbudet%202014-2015%20og%20tildeling%201210964_8_0.pdf

¹⁹ Fafo-rapport2010:25 Arbeidstakere byggenæringen – Hvem er de, hvor kommer de fra og hvor går de? Rapporten er tilgjengelig her: <http://www.faf.no/pub/rapp/20169/20169.pdf>

²⁰ Notat 16. mars 2012 fra Lærings- og utviklingsteam i bygg- og anleggsfagene i NG

5.1.3 Viser til mandat og hovedmål: Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov.

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet bygg- og anleggsteknikk utlyses ved Dokka vgs, Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Lom, Valdres vgs og Vinstra vgs.
- Vg2: Programområdet byggteknikk utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Lom, Vinstra vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Dokka vgs og Valdres vgs.
- Vg2: Programområdet klima-, energi- og miljøteknikk utlyses ved Lillehammer vgs avd. Nord, Gjøvik vgs og Hadeland vgs.
- Vg2: Programområdet overflateteknikk utlyses ved Gjøvik vgs.
- Vg2: Programområdet treteknikk legges ned ved Lena-Valle vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøking til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.2 Design og håndverk

5.2.1 Videregående skoler med Vg1 design og håndverk

- Nord-Gudbrandsdal videregående skule, avdeling Otta
- Lillehammer videregående skole, avdeling Nord
- Gjøvik videregående skole
- Lena-Valle videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Valdres videregående skule

DESIGN OG HÅNDVERK Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	269
Søkere til læreplass 2013	46
Søkere som fikk læreplass 2013	39
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	221
Søkere til læreplass 2014	51
Søkere som fikk læreplass 2014	50
Antall fag-/svenneprøve 2014	35 ²¹
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	173
Søkere til læreplass 2015	35
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: Frisør (19)	31

²¹ I hovedsak frisør

5.2.2 Behovet for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet viser til at Norge har forpliktet seg til å ta vare på vår immaterielle kulturarv og norsk håndverkskompetanse. Design og håndverksfag har store utfordringer med å rekruttere ungdom til lærefagene.

Antallet søkere til programområdene på Vg2 har gått ned med 30 % fra 2007 til 2013. Det største programområdet er frisør med 853 søkere i 2013. I 2013 utgjorde søkerne til frisørfaget over 40 % av søkerne til Vg2 innen design og håndverk. Søkertallet til frisørfaget har gått ned med 37 % siden 2007. Av de andre større fagene har interiør og utstillingsdesign og design og tekstil stabile søkertall. Blomsterdekoratørfaget har derimot halvert søkertallet fra 2007 til 2013.

Utviklingsredegjørelsen 2013 fra faglig råd i utdanningsprogrammet viser også at antall søkere til læreplass i design og håndverk har gått gradvis ned hvert år fra 2007. I 15 av lærefagene i design og håndverk var det ingen søkere i 2013, mens det var 11 fag med kun én søker. 34 av fagene har under 10 søkere.²²

Design og håndverk har en høy andel som velger påbygg til generell studiekompetanse. Andelen var 29 % i 2011. I snitt velger 21 % av elever på yrkesfag påbygg etter Vg2.

Faglig råd viser til tilbakemeldinger fra flere bedrifter og bransjer er at elevene som går ut av Vg2 ikke har de ferdigheter og kunnskaper som lærebedriften forventer og forutsetter. Det antas at dette er en medvirkende årsak til at det er få bedrifter som tilbyr læreplasser. I tillegg er svært mange av yrkesutøverne i de små fagene i programmet enkeltmannsforetak. Flere små bedrifter opplever ansvaret for lærlinger spesielt tungt og til dels uoverkommelig.

Videre mener faglig råd det er viktig at elevene velger opplæring i bedrift fremfor Vg3 i skole. Her må man bruke vekslingsmodellen aktivt for å gi elevene best mulig opplæring og bedriftsnær praksis, slik at de får slik kompetanse som bedriftene etterspør.

Faglig råd ønsker også å rette fokus på behovet for et tettere samarbeid mellom skole og arbeidsliv. Både i form av samarbeid mellom skole og bransje og skole og den enkelte bedrift. Dette samarbeidet sees som viktig for å skape gode læringsmiljøer med tett tilknytning til bransjenes bedrifter, og for å bygge sterke kompetansemiljøer.

Regionalt: Utdanningsprogrammet har stor faglig bredde med rike tradisjoner- håndverksmessig- materialmessig og kulturhistorisk. Det skal gi arbeidsmuligheter i en rekke design- og håndverksyrker. I utdanningsprogrammet er det lærefaget frisørfag som har flest lærlinger i Oppland. Frisørfag er et av få lærefag som har eget Vg2 i Læreplanverket for Kunnskapsløftet. Utlysningen har vært ved to skoler: Gjøvik vgs og Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta. De to siste årene har ikke tilbudet vært igangsatt på Otta på grunn av få søkere.

Tilbakemelding fra regionale arbeidsgrupper (kompetanseforum) viser ikke forsterket og økt behov for rekruttering innen utdanningsprogrammet design og håndverk. Faglig råd gir anbefalinger om å bygge sterke kompetansemiljøer med tett tilknytning til bransjene og bedrifter for på den måten bidra til å øke kompetansen i opplæringen underveis og at antallet som går ut i lære etter Vg2 øker. På bakgrunn av lav søkning til tilbudene vil det være behov for å samle interiørrelatert fag på en skole. Fylkeskommunen vil derfor følge faglig råd sine anbefalinger om å bygge sterke kompetansemiljøer.

²² Utviklingsredegjørelse 2013 fra Faglig råd for design og håndverk (FRDH)

Elever i frisørfag ved Gjøvik vgs som ønsker læreplass i Nord-Gudbrandsdal, skal gis mulighet til dette gjennom å benytte vekslingsmodell for opplæringen. Et formalisert samarbeid med lærebedrifter er en forutsetning for at dette kan gjennomføres.

ENDRING

Programområdet Vg2 frisørfag foreslås lagt ned ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, viser til administrativt vedtak 2. mai 2014. Tilbudet legges ned på grunn av lav søkning til tilbudet.

Vg1–Vg2: Utdanningsprogrammet design og håndverk med trearbeid foreslås lagt ned ved Lena-Valle vgs. Tilbudet har i en årrekke hatt få søkere og få elever. Skolen ønsket ikke å lyse ut tilbudet for skoleåret 2015/2016.

Vg1: Utdanningstilbudet design og håndverk ved Lena-Valle vgs foreslås nedlagt pga. lav søking de senere år. Det er tilstrekkelig kapasitet ved de øvrige fire skolene som har tilbudet. For å bevare og å bygge sterke kompetansemiljøer ses det som viktig å samle interiørrelaterte fag på en skole.

Vg2: Programområdet interiør og utstillingsdesign og Vg3 interiør ved Lena-Valle vgs foreslås lagt ned på grunn av lav søking til tilbudet. Tilbudene samles og lyses ut ved på Lillehammer vgs avd, Nord.

http://www.oppland.no/Documents/Videregaendeopplaring/12_Kvalitetssystem_NYTT/04_Temasider/01_Rundskriv_FOS/2014/201200044-55%20FOS%20rundskriv%204-2014%20Dimensjonering%20av%20oppl%c3%a6ringstilbudet%202014-2015%20og%20tildeling%201210964_8_0.pdf

Jf. FOS- rundskriv 16- 2014 Utlysning og dimensjonering av opplæringstilbudet 2015–2016.

5.2.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet design og håndverk utlyses ved Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Gjøvik vgs, Hadeland vgs og Valdres vgs.
- Vg2: Programområdet frisør utlyses ved Gjøvik vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet design og håndverk legges ned ved Lena-Valle vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet design og håndverk med trearbeid legges ned ved Lena-Valle vgs.
- Vg2: Programområdet interiør og utstillingsdesign, Vg3 interiør og Vg3 interiør og utstillingsdesign utlyses ved Lillehammer vgs avd. Nord.
- Vg2: Programområdet interiør og utstillingsdesign, Vg2 design og trearbeid og Vg3 interiør legges ned ved Lena-Valle vgs.
- Vg2: Programområdet frisør legges ned ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøking til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.3 Elektrofag

5.3.1 Videregående skoler med Vg1 elektrofag

- Vinstra videregående skule
- Lillehammer videregående skole, avdeling Nord
- Raufoss videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Dokka videregående skole
- Valdres videregående skule

ELEKTROFAG Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	407
Søkere til læreplass 2013	122
Søkere som fikk læreplass 2013	108
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	448
Søkere til læreplass 2014	155
Søkere som fikk læreplass 2014	121
Antall fagprøver 2014	90
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	431
Søkere til læreplass 2015	155
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: Elektriker (25)	74

5.3.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet viser til at elektrisk installasjonsarbeid og elektrisitetsforsyningen utgjør det som grovt sett kalles elektrobransjen, som igjen rekrutterer en helt vesentlig del av sin arbeidskraft gjennom utdanningsprogrammet for elektrofag. Det er veldig få uten videregående opplæring, og det er få ufaglærte som arbeider i denne bransjen.

Elektrofagutdanningen er i dag en bred elektro- og elektronikkfaglig utdanning som har elementer fra elenergi, automatisering og tele-, data- og sikkerhet. Fra Vg2 er det etablert fem spesialiseringsområder som er automatisering, elenergi, data og elektronikk, flyfag, og kulde- og varmepumpemontørfaget. Utdanningen er gjennomgående fra Vg1 til Vg3.

Et kjennetegn ved den norske elektrofagarbeideren i tillegg til god faglig kompetanse, er at lærlingen også har utviklet stor grad av systemforståelse, egenansvarlighet, høy klima/miljøbevissthet, sikkerhetsforståelse og selvstendighet. Dette er et fortrinn som styrker den norske fagarbeideren og gir et konkurransefortrinn i forhold til fagarbeidere som ikke er utdannet i Norge.²³

²³ Utviklingsredegjørelse 2013, Faglig råd i elektro

Faglig råd viser til at tross nedgang i søkningen til yrkesfag, er det en økt søkning til Vg1 elektrofag og til lærefagene. I mange fylker er det en oversøkning i forhold til skoleplasser, slik at det er konkurranse om å komme inn. Dette bidrar til at motiverte og flinke elever søker elektrofag. Faglig råd ønsker at behovet for søkere til læreplasser og behovet for fagarbeidere skal styre dimensjoneringen innen elektrofagene.

God opplæring i elektrofagene krever at skolen utvikler seg i samarbeid med partene og tilpasser undervisningen til behovet i arbeidslivet. Flere fylker har etablert lokale samarbeidsarenaer, for eksempel læring og utviklingsteam (LUT) i Oppland, nettverk i Sør-Trøndelag. Disse kan bidra til kompetansebygging av lærere, hospitering, utarbeiding av lokale læreplaner, tilrettelegging av prosjekt til fordypning osv. Rådet mener slikt samarbeid må utvikles i alle fylker på en slik måte at alle de lokale aktørene involveres, og at det er fylkeskommunen som skoleeier som tar et koordinerende ansvar.

Regionalt: Bransjeforeningen NELFO har innarbeidet rutiner på å gi fylkeskommunen konkrete innspill i den årlige dimensjoneringsdebatten. Interessen for lærefaget gjenspeiles i søkningen. Det er elektrikerfaget som har flest søkere i utdanningsprogrammet. Antallet som vil ut i lære er i overensstemmelse med bransjens behov i Oppland.

Elektrobransjen i Oppland har gitt tydelige signaler om at arbeidslivets behov er mettet og at andelen som ikke får læreplass er økende. Derfor er det viktig slik det fremkommer av faglig råd sine vurderinger, at bransjene samarbeider med fylkeskommunen slik at dimensjoneringen er i tråd med næringslivets behov – slik det per i dag gjøres i Oppland.

Tilbakemelding fra regionale arbeidsgrupper (kompetanseforum) viser ikke forsterket og økt behov for rekruttering innen utdanningsprogrammet elektrofag. Dimensjoneringen er med noen unntak i tråd med bransjen innmeldte behov.

Med utgangspunkt i rekrutterings- og dimensjoneringsnivået både nasjonalt og regionalt anbefales at utdanningsprogrammet opprettholdes på de skolene som har tilbudet. Behovet for ytterligere rekruttering krever et forsterket samarbeid mellom skolene og lokale bedrifter. Samarbeidet skal legge rutiner for bla. praksisopplæring i bedrift i faget prosjekt til fordypning både på Vg1 og Vg2, jf. Læreplanverket for Kunnskapsløftet, opplæringslova og forskrift.

Viser til innstilling fra Yrkesopplæringsnemnda i Oppland om å utrede behovet for oppstart av Vg2 kulde- og varmepumpeteknikk for skoleåret 2016/2017. *Yrkesopplæringsnemnda gav innstilling i sak 16-2014 om å ta ned dimensjoneringen ved Vg2 data og elektronikk.*

Elever fra Vg3 dataelektronikk som har søkt læreplass og ikke fått læreplass, kan fremstilles til fagprøven etter avsluttet Vg3. Elever med fullført Vg3 kan i tillegg søke om inntak på Fagskolen i Innlandet. Elever som tas inn ved fagskoler skal i utgangspunktet ha bestått fag-/svennebrev. Elever fra Vg3 dataelektronikk tas inn på fagskolen med forbehold om at de består fag-/svennebrev før nyttår etter avsluttet Vg3.²⁴

²⁴ Særavtale mellom Oppland fylkeskommune og Fagskolen i Innlandet

ENDRING

Vg2: Programområdet data og elektronikk ved Valdres vgs og Lillehammer vgs avd. Nord foreslås lagt ned. Elevtallet har over flere år ikke stått i samsvar med antall læreplasser jf. Fos rundskriv 16-2014 Utlysning og dimensjonering av opplæringstilbudet 2015–2016.

Særavtale mellom Oppland fylkeskommune og Fagskolen i Innlandet for denne elevgruppe.

5.3.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet elektrofag utlyses ved Dokka vgs, Hadeland vgs, Lillehammer vgs, avd. Nord, Raufoss vgs, Valdres vgs og Vinstra vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet elektrofag m/yrkes- og studiekompetanse (TAF) utlyses ved Vinstra vgs.
- Vg2: Programområdet automatisering utlyses ved Raufoss vgs.
 - Elenergi utlyses på Vinstra vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Raufoss vgs, Hadeland vgs Dokka vgs og Valdres vgs.
 - Data og elektronikk; Hadeland vgs, Vinstra vgs og Raufoss vgs.
- Vg3: Programområdet dataelektroniker utlyses ved Raufoss vgs og Vinstra vgs.
 - Automatiseringsfaget utlyses ved Raufoss vgs.
- Vg2: Programområdet data og elektronikk legges ned ved Lillehammer vgs avd. Nord og Valdres vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøkning til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.4 Helse- og oppvekst

5.4.1 Videregående skoler med Vg1 helse- og oppvekstfag

- Dokka videregående skole
- Gjøvik videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Lena-Valle videregående skole
- Lillehammer videregående skole, avdeling Nord
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule, avdeling Otta/Dombås
- Raufoss videregående skole
- Valdres videregående skule
- Vinstra videregående skule

HELSE- OG OPPVEKSTFAG Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	767
Søkere til læreplass 2013	145
Søkere som fikk læreplass 2013	114
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	733
Søkere til læreplass 2014	212
Søkere som fikk læreplass 2014	157
Antall fag-/svenneprøver 2014	105
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	729
Søkere til læreplass 2015	161
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: Barne- og ungdomsarbeider (47) og Helsefag (64)	131

5.4.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet viser at kompetansekravet er høyt i denne sektoren, men bare en sjelden andel rekrutteres gjennom lærlingordningen og hovedmodellen fra utdanningsprogrammet for helse og oppvekst. Mønstrer i det som skal være fagarbeiderområdene i sektoren er i stedet å rekruttere voksne ufaglærte på deltid. Sektoren har også en stor gruppe ufaglærte uten fullført videregående opplæring.

Faglig råd i utdanningsprogrammet mener at rekrutteringssituasjonen i helse- og oppvekstfagene ikke er optimal. Alt i alt utdannes for få til å oppfylle samfunnsoppgaven det er å skaffe nok helsepersonell.²⁵ Søkningen til fagene er tilfredsstillende, men altfor mange velger å søke seg inn på påbygg etter Vg2. Rekrutteringen av lærebedrifter er ikke god nok. Det er mangel på læreplasser innen helse- og oppvekstfagene. Dette er alvorlig for ungdommen som ikke får fullført sin videregående opplæring, men også for samfunnet som ikke får produsert nok helsepersonell til å imøtekomme framtidens behov for hender i helsevesenet.

²⁵ Utviklingsredegjørelse 2013/2014 Faglig råd helse- og oppvekst

Velferdsteknologi

Nyvinninger innen velferdsteknologi vil utvilsomt sette sitt preg på helse- og omsorgsyrkene fremover, også på utdanningene. Nytt IKT-system for sykehusene er et eksempel på ny teknologi som kan ha betydning for utdanningsprogrammet. Velferdsteknologi er imidlertid mye mer enn IKT. I St. meld. nr. 25 (2005–2006) *Mestring, muligheter og mening* beskrives velferdsteknologi på følgende måte:

Med velferdsteknologi menes først og fremst teknologisk assistanse som bidrar til økt trygghet, sikkerhet, sosial deltakelse, mobilitet og fysisk og kulturell aktivitet, og styrker den enkeltes evne til å klare seg selv i hverdagen til tross for sykdom og sosial, psykisk eller fysisk nedsatt funksjonsevne. Velferdsteknologi kan også fungere som teknologisk støtte til pårørende og ellers bidra til å forbedre tilgjengelighet, ressursutnyttelse og kvalitet på tjenestetilbudet. Velferdsteknologiske løsninger kan i mange tilfeller forebygge behov for tjenester eller innleggelse i institusjon. ²⁶

I St.meld nr. 29 *Morgendagens omsorg*²⁷ varslet regjeringen at den vil sette i gang et nasjonalt program for utvikling og implementering av velferdsteknologi i de kommunale helse- og omsorgstjenestene. Velferdsteknologiprogrammet er nå en del av Omsorgsplan 2020. Planen en større satsing for å skape bedre kvalitativt i tjenestetilbudet. Et hovedmål er at velferdsteknologi skal være en naturlig del av tjenestetilbudet innen 2020. I tillegg har Helsedirektoratet gitt KS og Sintef i oppdrag å videreutvikle *Veikart for velferdsteknologi*.

St. meld nr. 14 (2014–2015) *Kommunereform – nye oppgaver til større kommuner*.

Oppgavemeldingen som ble lagt fram 20. mars 2015 er en viktig forutsetning for nye oppgaver til kommunene. Oppgavemeldingen viser ønske og målsetning om bedre tjenester, tilpasset det enkelte menneske og lokale behov. Uavhengig av størrelse på regioner/kommuner og hvordan oppgavefordelingen blir, vil det være et stort behov for rekruttering til oppgaver i kommunal sektor.

Regionalt: KS har beregnet rekrutteringsbehovet i kommunesektoren i Hedmark og Oppland for 10 år fremover – mot 2022. Befolkningsprognosene tilsier at det er spesielt befolkning i aldersgruppene 65–74 år og 75–84 år som vokser sterkest. Frem til 2022 forventes det at behovet for ansatte innenfor sektoren helse- og omsorg vil øke med 9,2 %. Behovet for sykepleiere vil øke. For å dekke opp for antall avganger og for å møte fremtidige behov må det ansettes om lag 4 000 sykepleiere. Behovet for ansatte i personalkategorien fagarbeider/helse/sosial/omsorg forventes å øke med nærmere 800 personer per år fram mot slutten av prognoseperioden. Dette tilsvarer en økning på 11,5 %. I hele perioden frem til 2022 er det beregnet turnover blant fagarbeidere innen helse-omsorg på 8 100 personer.

For å dekke opp for antall avganger og for å møte fremtidig behov for fagarbeidere innen helse- og omsorg må det ansettes rundt 8 900 personer fram mot 2022.

Etter innføringen av samhandlingsreformen²⁸ og vedtatt samfunnskontrakt, gjennomførte politisk og administrativ ledelse i Oppland fylkeskommune møte med 22 av 26 kommuner i Oppland i 2014. Ordførere, rådmenn og andre var med i møtene fra kommunene.

Målsetningen var å øke inntaket av lærlinger i kommunene. Referatene fra møtene viser at kommunene ikke ser på inntak av lærlinger som rekruttering til helse og omsorgssektoren. Generelt viser referatene at kommunene ønsker rekruttering av personer med høgskole- og universitetsutdanning og spesielt sykepleiere for helsesektoren.

²⁶ Meld. St.13(2011–2012) Utdanning for velferd

²⁷ Meld. St.29(2012–2013) Morgendagens omsorg

²⁸ Samhandlingsreformen trådte i kraft 1.1.2012

Søkningen til utdanningsprogrammet per 1. mars 2015 viser at flere ikke vil få sitt førsteønske, men de får ett av sine tre valgte utdanningsprogram. Utfordringen for søkere til lærefagene er som tidligere år, det er altfor få intensjonsavtaler i forhold til søkningen til barne- og ungdomsarbeider og helsefagarbeider.

Helsefagarbeider er et lærefag hvor partene i arbeidslivet har definert kompetansemål for opplæringen. Slik fag- og yrkesopplæringen i Norge er organisert, gjennom trepartssamarbeidet, er målsetningen at elever på yrkesfaglig utdanningsløp skal gå ut i lære fra Vg2 hvis hovedmodellen følges. Situasjonen er ikke slik i Oppland.

Situasjonen har over flere år vært den at kommunene har hatt et lavere inntak av lærlinger enn antallet som har søkt læreplass. Dette til tross for at fylkeskommunen deltar i utprøving av vekslingsmodellen i helsefagarbeider.²⁹ Så langt har ikke inntaket av helsefagarbeider økt på grunn av en annen pedagogisk og didaktisk metode i opplæringen. Det har etter vært blitt vanskelig å veilede ungdom til å velge dette lærefaget. Erfaringene elevene får fra praksis i kommunene er at det mangler læreplasser. Videre får elevene kjennskap til at svært få får stor nok stilling til å leve av som nyutdannet. Fylkeskommunen har vært nødt til å igangsette alternativt Vg3 i skole for de elevene som ikke har fått læreplass.³⁰ Oppland fylkeskommune skal organisere en videregående opplæring slik at elevene får fullført sin videregående opplæring, og at samfunn- og næringsliv får rekruttering av arbeidstakere.

Dimensjoneringen i helse- og oppvekstfagene på Vg1 økes, og det opprettes alternative løp som enten gir yrkeskompetanse eller studiekompetanse. Med alternative løp menes barne- og ungdomsarbeiderfaget med studiekompetanse (BUSK) og helsearbeiderfaget med studiekompetanse (HASK). Dette er utdanningsløp som gir studiekompetanse og ikke yrkeskompetanse. En del av elevene som søker utdanningsprogrammet helse- og oppvekstfag har klare ambisjoner om å gå inn i høgskolesystemet (eks. sykepleiestudiet, læreryrket) og ønsker en praktisk tilnærming som for eksempel et BUSK/HASK – løp vil gi.

Dimensjonering innenfor utdanningsprogrammet barn- og ungdomsarbeider har over flere år ikke vært i tråd med næringslivets behov. Derfor tilbys BUSK en klasse per år på Lillehammer vgs avd. Nord.

Elever som søker læreplass, men som ikke får læreplass, skal tilbys et alternativ løp i skolen, jf. forskrift til opplæringslova § 6A-9 Rett til Vg3 i skole. Fylkeskommunen skal tilby søkeren opplæring i skole dersom søkere ønsker det, og dersom de ikke kan skaffe læreplass innen 1. september. Eleven blir gitt et tilbud som går over to år, ett år mer enn kravet i opplæringslova.

Ambulansefag: Det er forskriftsendring i ambulansefaget. Forskriftsendringen stiller krav til organisering av opplæring dette skal ivaretas. Akuttmedisinforskriften vedtatt 20. mars 2015.³¹

Tilbakemelding fra regionale arbeidsgrupper (kompetanseforum) viser behov for økt rekruttering innen utdanningsprogrammet helse- og oppvekst. Behovet for rekruttering er i tråd med den kommunale oversikten fylkeskommunen mottok i 2010, fra Helsedepartementet, ved innføringen av Samhandlingsreformen. Oversikten viser bl.a. antall ansatt som arbeider i helse- og omsorgssektoren og som var over 55 år og eldre i 2010.

²⁹ Def vekslingsmodellen: Eleven veksler etter oppsatt plan om opplæring i skole og lærebedrift over tre år etter Vg1. Det inngår lærekontrakt i september på Vg2. ³⁰ Forskrift til opplæringslova § 6A- 9 Rett til Vg3 i skole ³¹ Forskrift om krav til organisering av kommunale legevaktordning, ambulansetjeneste, medisinsk nødmeldetjeneste mv.

ENDRING

Vg1: Utdanningsprogrammet helse- og oppvekst og Vg2 helsefagarbeider foreslås utlyst ved Gausdal vgs.

Vg1: Utdanningsprogrammet helse- og oppvekst utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs, lokalisert på Dombås og i egne lokaler i tilknytning til Dovre ungdomsskole på Dombås jf. vedtak 69/13 fylkestinget 10.12.13

5.4.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet helse- og oppvekst utlyses ved Dokka vgs, Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Lena-Valle vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal avd. Otta og Dombås, Raufoss vgs, Valdres vgs, Vinstra vgs og Gausdal vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet helse- og oppvekst m/yrkes- og studiekompetanse (TAF) et fireårig løp utlyses ved Raufoss vgs og Vinstra vgs.
- Raufoss vgs tilbyr yrkes- og studiekompetansegivende løp i barne- og ungdomsarbeiderfag og ambulanse.
- Vinstra vgs tilbyr yrkes- og studiekompetansegivende løp i helsearbeiderfaget.
- Vg1: HASK treårig studieforbereende løp utlyses ved Gjøvik vgs og Lena-Valle vgs.
- Vg1: BUSK treårig studieforbereende løp utlyses ved Lillehammer vgs avd. Nord.
- Vg2: Programområdet helsefagarbeider utlyses ved Dokka vgs, Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Lena-Valle vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Valdres vgs, Vinstra vgs og Gausdal vgs.
- Vg2: Programområdet barne- og ungdomsarbeid utlyses ved Dokka vgs, Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Raufoss vgs, Valdres vgs, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta.
- Vg2: Programområdet hudpleie utlyses ved Gjøvik vgs.
- Vg2: Programområdet helseservicefag utlyses ved Lillehammer vgs avd. Nord.
- Vg3: Programområdet hudpleier utlyses ved Gjøvik vgs.
- Vg3: Programområdet helsesekretær utlyses ved Lillehammer vgs avd. Nord.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøkning til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.5 Medier og kommunikasjon

5.5.1 Videregående skoler som har Vg1 medier og kommunikasjon

- Gausdal videregående skole
- Gjøvik videregående skole
- Hadeland videregående skole

MEDIER OG KOMMUNIKASJON Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	353
Søkere til læreplass 2013	2
Søkere som fikk læreplass 2013	2
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	319
Søkere til læreplass 2014	4
Søkere som fikk læreplass 2014	2
Antall fag-/svenneprøver 2014	3
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	284
Søkere til læreplass 2015	1
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: Mediegrafikerfaget (1)	1

5.5.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Kunnskapsdepartementet foreslo i St.meld. nr. 30 (2003–2004) Kultur for læring å dele medier og kommunikasjon i to. De studieforberedende tilbudene skulle samles i ett utdanningsprogram, mens lærefagene skulle flyttes til et nytt utdanningsprogram med navnet design, medier og kommunikasjon. Stortinget vedtok imidlertid å videreføre medier og kommunikasjon som et yrkesfaglig utdanningsprogram.

Medier og kommunikasjon er et yrkesfaglig utdanningsprogram med lærefagene fotograf og mediegrafiker, som begge gir svennebrev samt Vg3 i skole som gir yrkeskompetansen mediedesigner. I tillegg har medier og kommunikasjon et studieforberedende Vg3. Det er et tilbud som ligner Vg3 påbygging til generell studiekompetanse, men med krav om 140 timer programfag i tillegg til fellesfagene.

I Meld. St. 20 (2012–2013) *På rett vei* viser Kunnskapsdepartementet til at flertallet av elevene i utdanningsprogram for medier og kommunikasjon velger et løp mot generell studiekompetanse. Evalueringen av Kunnskapsløftet og flere fylkeskommuner påpekte at programmet bør gjøres om fra et yrkesfaglig til et studieforberedende utdanningsprogram.

Faglig råd i utdanningsprogrammet viser i sin utviklingsredegjørelse til at elevene på medier og kommunikasjon har høy gjennomføring. 84 % fullfører på normert tid + 2 år. På nasjonalt nivå i 2012 var det 114 som tok fag- eller svennebrev innen medier og kommunikasjon. Det største faget var mediegrafikerfaget med 74 avlagte prøver. 33 kandidater avla prøve i fotograffaget. 84 % av de som avla fagprøve, var læringer.³²

³² Utviklingsredegjørelse 2013 Faglig råd i medier og kommunikasjon

De fleste fotografbedrifter er enmannsforetak eller bedrifter med kun en lærling eller assistent. Selv i store bedrifter som benytter mange fotografer er de fleste leid inn som freelancer. Etter endt utdanning må det derfor regnes med at man etablerer sin egen virksomhet. Opplæringskontorene har en sentral rolle for å sikre en god fagopplæring. Det er ikke uvanlig at lærlingene som blir rekruttert har utdanning utover Vg2.

Stortinget vedtok i juni 2013 å omgjøre utdanningsprogram for medier og kommunikasjon fra et yrkesfaglig til et studieforberedende utdanningsprogram og videreføre lærefagene fotograf og mediegrafiker og yrkeskompetansen som mediedesigner innenfor strukturen for de yrkesfaglige utdanningsprogrammene. Utdanningsdirektoratet planlegger at endringen skal skje fra oppstart av skoleåret 2016/2017.

Regionalt: Lokale behov kan vanskelig konkretiseres. Etter fullført videregående opplæring søker de fleste andre studier.

ENDRING

Jf. St. meld. 20 (2012–2013) Det er nasjonalt vedtatt å omgjøre utdanningsprogrammet for medier og kommunikasjon fra et yrkesfaglig utdanningsprogram til et studieforberedende utdanningsprogram.

5.5.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet medier og kommunikasjon utlyses ved Gausdal vgs, Gjøvik vgs og Hadeland vgs.
- Vg2–Vg3: Programområdet medier og kommunikasjon utlyses ved Gausdal vgs, Gjøvik vgs og Hadeland vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøking til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.6 Naturbruk

5.6.1 Videregående skoler som har Vg1 naturbruk

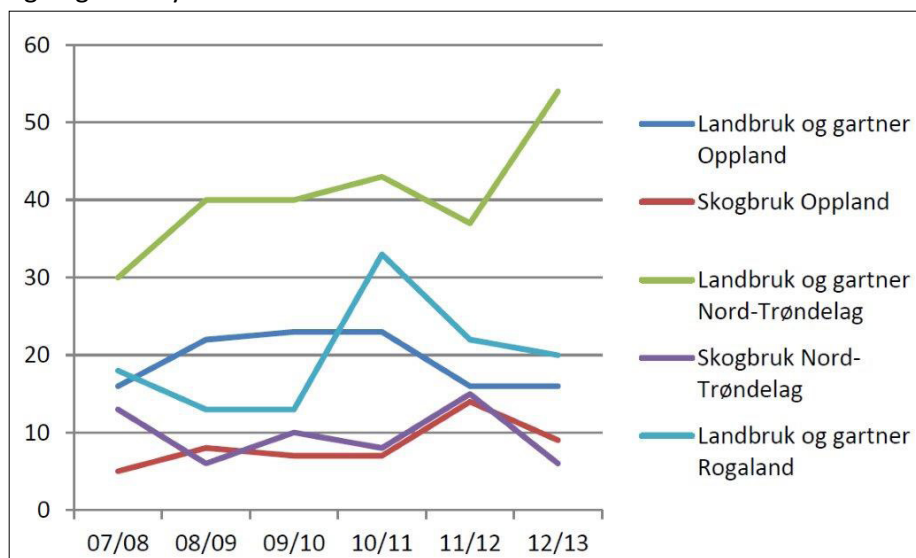
- Lena-Valle videregående skole
- Gausdal videregående skole (settes ikke i gang skoleåret 2015/2016)

NATURBRUK Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	165
Søkere til læreplass 2013	16
Søkere som fikk læreplass 2013	15
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	169
Søkere til læreplass 2014	22
Søkere som fikk læreplass 2014	18
Antall fag-/svenneprøver 2014	10
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	172
Søkere til læreplass 2015	21
Intensjonsavtaler 2015	19
Flest innen: Anleggsgartner (8)	

5.6.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet viser i dokumentet utviklingsredegjørelse til utprøving av 2+2 løp i utdanningsprogrammet. Det er satt i gang forsøk med 2+2 løp innenfor landbruk og gartneri. Det er for tidlig å si noe om dette blir en permanent ordning. Evalueringen av landbruksutdanningen på videregående skole viser behov for fagskoleutdanning.

Figur 5: Elevtall Vg2 landbruk, gartner og skogbruk. Oppland, Rogaland og Nord-Trøndelag fra 2007/2008 til 2012/2013.³³ Kilde: Oppland fylkeskommune, Nord-Trøndelag fylkeskommune og Rogaland fylkeskommune



Figur 5 viser et lavt antall elever på både Vg2 skogbruk og Vg2 landbruk og gartnerutdanning i alle disse tre store landbruksfylkene.

³³ ØF-rapport 5/2014. Evaluering av landbruksutdanningen på videregående nivå og vurdering av behovet for fagskole innen landbruk. Østlandsforskning AS, NIFU og Trøndelag forskning og utvikling.

Med omkring 30 elever samlet på Vg2 landbruk og gartner og skogbruk i Oppland er rekrutteringen svak, sett i forhold til sysselsettingen. Oppland er et av landets største landbruksfylker med en samlet sysselsetting på omkring 5 000 personer i jordbruket og 800 i skogbruket.³⁴

Hestefaget er det største lærefaget av de grønne naturbruksfagene, med i alt 60 fagprøver i 2010–2011 og 59 fagprøver året etter. De som tok fagprøve i hestefaget ser ikke ut til å jobbe i noen spesiell næring. Andre året etter fagprøven (november 2012), jobbet 18 % av de med fagbrev i hestefag i hovednæringen «jordbruk, skogbruk og fiske».

Etter hestefaget kommer skogfaget med 18 fagprøver i 2010–2011 og 21 fagprøver i 2011–2012. I skogfaget var det en mye tydeligere kobling mot skogbruksnæringen. Av de 16 som var i jobb (av 18), jobbet 14 personer (88 %) i «jordbruk, skogbruk og fiske».

Voksenagronomtilbudet finansieres ikke over det fylkeskommunale budsjettet fordi målgruppen ikke er elever som har rett til videregående utdanning. Derfor tas denne ordningen ikke med i høringsbrevet.

Innen skogfaget vurderer Maskinentreprenørers forening (MEF) det nasjonale behovet innen skogfaget til å være 40 lærlinger.

Senter for opplæring i anleggsgartnerfaget (SOA) anslår behovet for lærlinger i anleggsgartnerfaget i Oppland til å være fem til åtte lærlinger per år.

Utprøving av lærlingemodell

Yrkesopplæring basert på hovedmodellen (2+2 løp) utfordrer i større grad næringen til å tenke kompetansebehov for rekruttering. Innenfor naturbruk, grønne fag åpner læreplanen for lærlingeløp innen Vg2 skogbruk, vg2 hest og hovslager, Vg2 anleggsgartner og idrettsanleggsfag og Vg2 reindrift. Oppland fylkeskommune er ikke en av de fem fylkeskommunene som deltar i Kunnskapsdepartementets forsøk, som ledes av Utdanningsdirektoratet.

Rekruttering til naturbruk

Det er ingen tydelig sammenheng mellom naturbrukselevenenes valg av utdanning og senere utdanningsløp og yrkeskarriere. Naturbruk velges derfor av mange elever som en alternativ vei til studiekompetanse. Forskningsrapporten ØF-rapport 5/2014 viser at det ikke kan utelukkes at innslaget av praktisk opplæring gjør utdanningen mer motiverende for mange elever. Når vi ser på de ulike programområdene innenfor naturbruk blir det veldig tydelig at tradisjonelle landbruksutdanninger som skogbruk og gartner har dårlig rekruttering og interessen for agronomutdannelse (Vg3 Landbruk) er heller ikke spesielt stor. Det betyr at de som rekrutteres til landbruksnæringa i stor grad går på andre programområder enn de tradisjonelle landbruksfagene.

Regionalt:

Naturbruksskoler i Oppland

Høsten 2013 vedtok Oppland fylkeskommune en større utbygging av Valle videregående skole, og i 2014 vedtok fylkestinget en sammenslåing av skolene Lena og Valle videregående til en skole med navnet Lena-Valle videregående skole. Ved Gausdal videregående skole tilbys Vg1 naturbruk fram til skoleåret 2015/2016. Hjemstedsregionen for elever ved naturbruksutdanningen på Lena-Valle vgs viser å være mer enn 50 % fra nærområdet Gjøvik-regionen. Det er relativt få elever fra de øvrige regionene i fylket.

³⁴ Lerfald, m/flere (2012) Verdiskapning i landbruk og landbruksbasert virksomhet i Oppland. Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning. Rapport nr. 1. Oslo.

Opplæringskontoret for hestefag og hovslagerfaget er et landsdekkende opplæringskontor. Det er lokalisert på Starum i Østre Toten kommune. Opplæringskontoret har utfordringer med å skaffe nok læreplasser i hovslagerfaget i Oppland.

Kompetanseforum i Lillehammer-regionen viser til behovet for kompetanse innenfor anleggs- gartner og idrettsanlegg.

Oppland fylkeskommune skal gjennom en strategi jobbe aktivt for at Innlandet kan ta en nasjonal posisjon som bioøkonomi-region. Strategien skal bidra til økt konkurransekraft og verdiskaping i Innlandet, og til det grønne skiftet i den nasjonale økonomien. Utviklingen skal skje på en måte som sikrer fremtidig tilgang på ressursene og utvikling av et bærekraftig næringsliv, jf. fylkestingsvedtak saksnr. 7/15.

ENDRING

Vg2: Anleggsgartner og idrettsanlegg ved Gausdal vgs foreslås lagt ned. Tilbudet har hatt få søkere og få elever over flere år. Skolen har signalisert at de ikke ønsker tilbudet utlyst for skoleåret 2015/2016.

Jf. FOS rundskriv 16-2014 Utlysning og dimensjonering av opplæringstilbudet 2015–2016.

Vg1: Utdanningsprogrammet naturbruk foreslås lagt ned ved Gausdal vgs. Tilbudet har hatt få søkere og få elever over flere år. Jf. FOS-rundskriv 3-2014. Dimensjonering av opplæringstilbudet 2014–2015.

5.6.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet naturbruk utlyses ved Lena-Valle vgs.
- Vg2–Vg3: Programområdene landbruk og gartneri, hest- og hovslagerfag, anleggsgartner og idrettsanlegg, skogbruk, Vg3 landbruk og Vg3 naturbruk (studieforberedende) utlyses ved Lena-Valle vgs.
- Vg1–Vg3: Naturbruk energi/miljø med studiekompetanse utlyses ved Lena-Valle vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet naturbruk legges ned ved Gausdal vgs.
- Vg2: Programområdet anleggsgartner og idrettsfag legges ned ved Gausdal vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøkning til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.7 Restaurant- og matfag

5.7.1 Videregående skoler som har Vg1 restaurant- og matfag

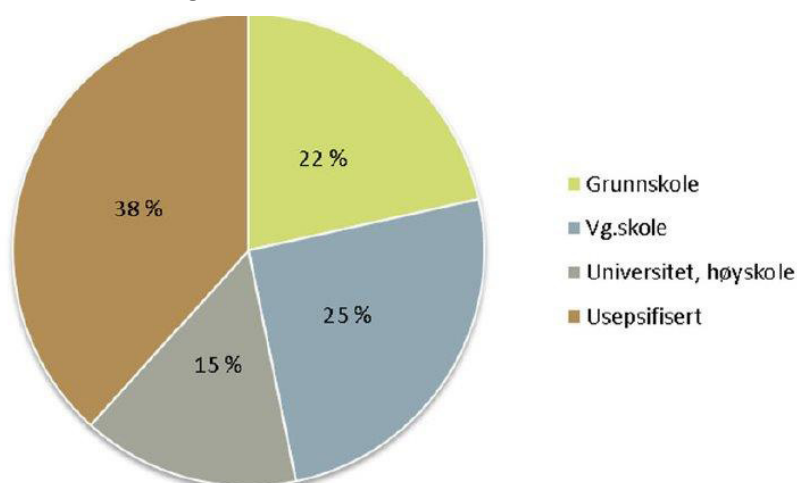
- Hadeland videregående skole
- Lillehammer videregående skole avdeling Sør
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule avdeling Otta
- Raufoss videregående skole
- Valdres videregående skule

RESTURANT- OG MATFAG Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	179
Søkere til lære plass 2013	48
Søkere som fikk lære plass 2013	43
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	198
Søkere til lære plass 2014	54
Søkere som fikk lære plass 2014	49
Antall fag-/svenneprøver 2014	41
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	184
Søkere til lære plass 2015	44
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: Instutisjonskokk (15) og Kokk (12)	36

5.7.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet for restaurant- og matfag viser til behovet for rekruttering av faglært kompetanse til reiselivsnæringen, matindustrien og forpleiningsbransjene. Bransjens egne analyser viser at det er et stort behov for faglært kompetanse i alle næringer.

Næringen har en høy andel ansatte uten videregående opplæring, særlig under 30 år, og det er vanligere å være ufaglært enn lærling blant de under 20 år. Matindustrien benytter utenlandsk arbeidskraft i stor grad.³⁵ Dette kan være en indikasjon på at matindustrien taper i konkurransen om norsk arbeidskraft. En stor del, 38 % av den utenlandske arbeidskraften, faller i kategorien uspesifisert utdanning.



Figur 6: Utenlands sysselsatte i matindustrien fordelt på utdanningsnivå, 4.kvartal 2013

³⁵ Utenlandske arbeidstakere defineres her som innvandrere. SSBs definisjon på innvandrere er: Som innvandrere regnes her en person født i utlandet av to utenlandsfødte foreldre.

Antall søkere til læreplasser totalt sett har vært relativt stabilt fra 2008 til 2013. De største lærefagene er kokkfaget med 547 søkere og institusjonskokkfaget med 231 søkere. Det er også noen fag med få søkere, for eksempel sjømathandlerfaget, sjømatproduksjonsfaget, slakterfaget og pølsemakerfaget, som hver hadde under 10 søkere i 2013.

Det ble inngått 1 012 nye lærekontrakter i restaurant- og matfag i 2012, og det var 155 færre enn i 2011. Mesteparten av nedgangen er i servitørfaget og kokkefaget.

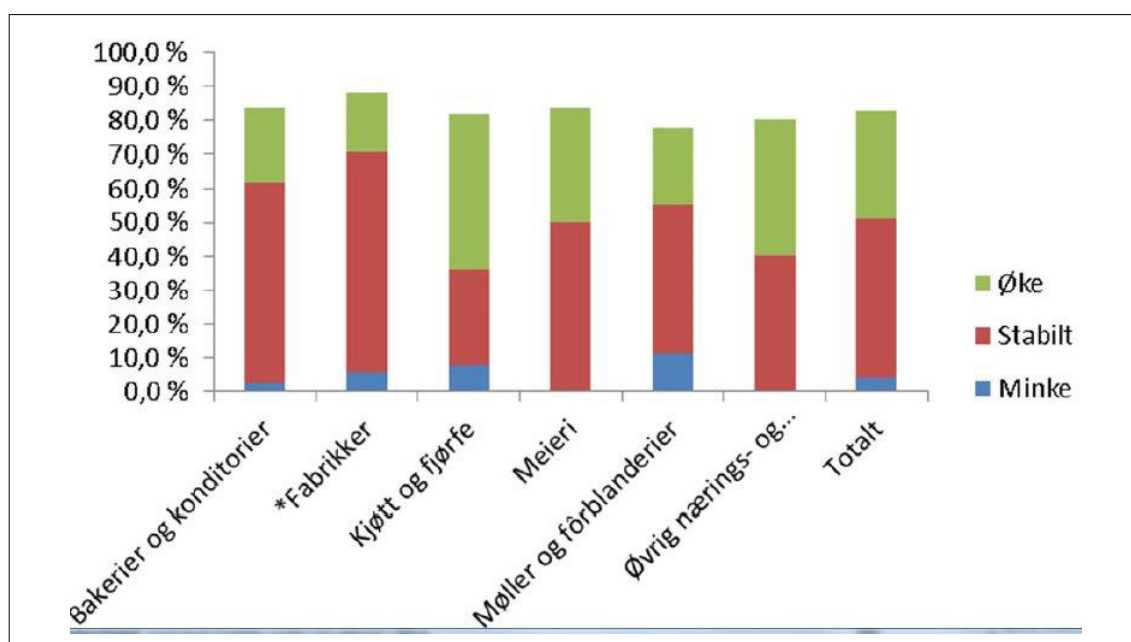
Restaurant- og matfag har en lav gjennomføringsandel. Under halvparten (46 %) av de som begynte på det som var hotell- og næringsmiddelfag i 2005, har fullført og bestått på normert tid.

Mangel på kvalifiserte søkere er hovedutfordringen

Faglig råd for restaurant- og matfag³⁶ mener at hovedutfordringen innen utdanningsprogrammet er at det ikke er nok kvalifiserte søkere til læreplass.

Rekrutteringsproblemet i bransjen er stort

Nøkkeltallene, inkludert formidlingstallene fra 1. november 2013, viser derimot at en stor andel av primærsøkerne ikke får læreplasser innen restaurant- og matfag. I tillegg er andelen elever som gjennomfører innen utdanningsprogrammet lav. Det er ikke mangel på læreplasser for kvalifiserte søkere.



Figur 7: Behov for lærlinger fram mot 2020³⁷

For lærefagene i Vg2 matfag er det et stort behov for fagkompetanse i bransjene. Behovet er størst innen matindustrien. Innen Vg2 matfag er det kjøtt-, baker- og meieribransjen som ser ut til å være enkeltbransjer med de største utfordringer med hensyn til underdekning av faglærte i dag og i nær framtid.

³⁶ Utviklingsredegjørelse 2013–2014. Faglig råd for restaurant- og matfag

³⁷ NILF-Rapport 2014-2 Kartlegging av arbeidskraft- og kompetansebehov i matindustrien.

Regionalt: Matindustrien har et kommunikasjonsproblem som er negativt for rekruttering nasjonal og også i Oppland. For lav tilgang på fagarbeidere og gode lærlinger er indikasjoner på at matindustrien kanskje ikke har høy status. Dette til tross for at industrien har høye standarder, ryddige arbeidsforhold, ivaretar håndverkstradisjoner og i mange tilfeller er høyteknologiske virksomheter.

Sosiokulturelle forhold som matkultur og håndverkstradisjoner og matindustriens potensiale som en fremtidsrettet og høyteknologisk næring basert på bioressurser, er perspektiver som matindustrien ikke får godt nok frem i rekrutteringsøymed.

Per 1. mars viser at antall søkere til utdanningsprogrammet er redusert fra 2014. Lavest søkertall siste fem år. Det er en liten økning i søkertallet til utdanningsprogrammet, men færre søkere til læreplass etter Vg2 i 2014. I flere regioner er det ikke mangel på læreplasser, men det ser ut til at ungdommen ikke ønsker å søke dette utdanningsprogrammet til tross for ledige læreplasser. Rundskriv fra fylkesopplæringssjefen har tidligere redegjort for nødvendigheten av å redusere tilbudet på utdanningsprogrammet restaurant og matfag.³⁸

Regionale kompetanseforum viser til behovet for økt rekruttering innen; kokkfag, institusjonskokk og servitør. Behovet for rekruttering innenfor industriell næringsmiddelproduksjon er også høyt i Oppland.

ENDRING

Vg1: Utdanningsprogrammet restaurant og matfag legges ned på Dokka vgs.
Jf. FOS – rundskriv 16- 2014 er det tilstrekkelig kapasitet ved de øvrige fem skolene til å dekke rekrutteringen.

5.7.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet restaurant og matfag utlyses ved Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Sør, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Raufoss vgs og Valdres vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet restaurant og matfag legges ned ved Dokka vgs.
- Vg2: Programområdet kokk- og servitørfag utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Lillehammer vgs avd. Sør, Raufoss vgs, Hadeland vgs og Valdres vgs.
- Vg2: Programområdet kokk- servitørfag m/yrkes- og studiekompetanse (fireårig løp) utlyses ved Raufoss vgs.
- Vg2: Programområdet matfag utlyses ved Lillehammer vgs avd. Sør og Raufoss vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøking til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

³⁸ FOS, Rundskriv 16-2014 Utlysning og dimensjonering av opplæringstilbudet 2015–2016.

5.8 Service og samferdsel

5.8.1 Videregående skoler som har Vg1 service og samferdsel

- Gjøvik videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Lena-Valle videregående skole
- Lillehammer videregående skole avdeling Nord
- Nord-Gudbrandsdal videregående skole avdeling Otta

SERVICE OG SAMFERDSEL Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	288
Søkere til læreplass 2013	103
Søkere som fikk læreplass 2013	82
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	274
Søkere til læreplass 2014	104
Søkere som fikk læreplass 2014	88
Antall fag-/svenneprøver 2014	73
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	288
Søkere til læreplass 2015	99
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: IKT-servicefag (31) og Salgsfag (16)	84

5.8.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet viser til stabil vekst i søkningen både på Vg1 og Vg2. Antall søkere til læreplasser har økt, mens antall nye læreplasser er relativt stabilt. En slik utvikling kan peke mot en begrenset relevans eller behov for næringslivet. Faglig råd ser også denne utviklingen i sammenheng med at mange elever velger å gå påbygg, i år 2011 var denne andelen på 32 %.

Bruken av fagkompetanse innenfor flere næringer i utdanningsprogrammet er annerledes enn innenfor de tradisjonelle håndverks- og industrifagene. Handelsnæringen har i stor grad rekruttert ufaglært arbeidskraft, ungdom med studiekompetanse og studenter i høyere utdanning. Norge trenger også flere fagarbeidere innen transport sektoren. Det er anslått at vi i 2020 vil mangle 90 000 fagarbeidere i Norge.

Regionalt: Det rekrutteres svært få lærlinger gjennom hovedmodellen og utdanningsprogrammet service og samferdsel. I tillegg til ansatte på kort deltid, rekrutterer bransjen flest uten videregående opplæring også til fast ansettelse, dernest en stor gruppe med bare studiekompetanse fra videregående skole.

I Oppland er det en økning i antall søkere til utdanningsprogrammet for skoleåret 2014/2015. Først og fremst i salgsfaget og sikkerhetsfaget. Service og samferdsel er et utdanningsprogram med potensiale for flere lærebedrifter (spesielt salgsfaget). Videre er potensialet stort hos kjedene i bransjen. Dette jobbes det med fra flere hold i Oppland for tiden.

Flere regionale kompetanseforum viser i sin tilbakemelding om behovet for økt behov for rekruttering innen transport og logistikk.

Transportnæringen

4 206 personer jobber innenfor transport og logistikk i Oppland.³⁹ Det framtidige behovet for rekruttering til transport- og logistikksektoren er stort. Dagens gjennomsnittsalder er høy. Andelen ufaglært utenlandsk arbeidskraft er økende. Norge trenger også flere fagarbeidere innen transport sektoren. Det er anslått at vi i 2020 vil mangle 90 000 fagarbeidere i Norge. Norges Lastebileier-forbund ønsker videre at dimensjoneringen bør økes i Oppland og omfatte flere skoler på Vg2 nivå. Det må være et mål å utnytte kapasiteten der tilbudene allerede finnes.

Kompetanseforum har meldt inn rekrutteringsbehov innen IKT. Det er ønskelig å tilby IKT ved Gjøvik vgs og i samarbeid med Høgskolen i Gjøvik. Høgskolen i Gjøvik er verdensledende innen IT-sikkerhet og da er det naturlig at økningen i tilbudet legges til Gjøvik vgs. Dette utviklingsarbeidet vil fylkeskommunen som regional utviklingsaktør bidra til gjennom at IKT-servicefag tilbys ved Gjøvik vgs.

IKT med studiekompetanse (IKTSK) skal være et treårig studiekompetansegivende løp som skal ta opp de unike mulighetene for utvikling og samarbeid Gjøvikregionen har innenfor IT-teknologi og IT-sikkerhet. Opplæringsløpet skal organiseres gjennom et samarbeid mellom Gjøvik vgs, Opplæringskontoret for håndverk- og industrifag Gjøvik-Toten-Land, Høgskolen i Gjøvik, fylkesopplæringssjefens kontor og den verdenskjente forskningsinstitusjonen CERN i Sveits. Opplæringen skal være bevisst spisset inn mot høgskolestudiene som Høgskolen i Gjøvik i dag tilbyr innenfor IKT. Behovet for økt satsing på IKT er over tid blitt fremhevet av miljøer og kompetanseforum i Gjøvik regionen. Tilbudet skal ha en maksimal dimensjonering på 15 elever og skal ikke erstatte dagens 2+2 modell (som Dokka vgs i dag ivaretar i Gjøvikregionen).

Kompetanseforum har videre meldt inn behovet for rekruttering innenfor reiselivsfaget. Så langt har Oppland én lærling i dette lærefaget.

Reiseliv

Fylkesopplæringssjefen har ved flere anledninger pekt på mangelen på læreplasser i reiselivsfaget i Oppland. Det er svært utfordrende å skaffe læreplasser i faget, til tross for at Oppland er et reiselivsfylke. De fleste av elevene på Vg2 reiseliv går over til påbygg. Tilbudet har vært utlyst på Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Mesna (tidligere Mesna vgs) og på Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta.

De to siste årene har ikke tilbudet vært igangsatt ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, det skyldes få søkere.

Lillehammer vgs avd. Mesna: Tilbudet hadde 11 elever i skoleåret 2013/2014 og 11 søkere for skoleåret 2014/2015. Dimensjoneringen var satt til 20 for 2014/2015.

Hadeland vgs: Tilbudet hadde 12 elever i skoleåret 2013/2014 og 13 elever per 1.10.14 for skoleåret 2014/2015.

Videre ble det i møte i Yrkesopplæringsnemnda den 16. august ble det fattet slikt vedtak: *«Yrkesopplæringsnemnda anbefaler Fylkesopplæringssjefen å utrede et studieforberedende løp på Vg2 reiseliv, enstemmig vedtatt.»*

³⁹ Norges Lasteeier- Forbund (NLF Hedmark og Oppland)

ENDRING

Oppland er definert som et reiselivsfylke. For å øke interessen for reiseliv og utviklingen av dette programområdet foreslås utlysning som et treårig løp som fører fram til studiekompetanse. Reiseliv med studiekompetanse (REISK).

Vg2: Programområdet reiseliv foreslås lagt ned i Nord-Gudbrandsdal. Jf. FOS rundskriv 16. 2014 tilbudet er ikke igangsatt på Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta de to siste skoleårene på grunn av lave søkertall. Det er tilstrekkelig kapasitet ved Lillehammer vgs og Hadeland vgs, som også i dag har tilbudet.

Vg1: Utdanningsprogrammet service og samferdsel utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs, lokalisert på Dombås og i egne lokaler i tilknytning til Dovre ungdomsskole på Dombås jf. vedtak 69/13 fylkestinget 10.12.13

Vg1–Vg3: IKT med studiekompetanse (IKTSK) utlyses ved Gjøvik vgs.

5.8.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet utlyses ved Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Lena-Valle vgs, Lillehammer vgs, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta og Dombås.
- Vg1–Vg3: REISK utlyses ved Lillehammer vgs.
- Vg1–Vg3: IKTSK utlyses ved Gjøvik vgs.
- Vg2: Programområdet IKT-servicefag utlyses ved Nord-Gudbrandsdal, Lillehammer vgs avd Sør og Dokka vgs.
- Vg2: Programområdet reiseliv utlyses ved Hadeland vgs.
- Vg2: Programområdet salg, service og sikkerhet utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs, Lillehammer vgs, Gjøvik vgs og Hadeland vgs.
- Vg2: Programområdet transport og logistikk utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs og Lena-Valle vgs.
- Vg2: Programområdet reiseliv legges ned ved Nord-Gudbrandsdal vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøkning til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.9 Teknikk og industriell produksjon

5.9.1 Videregående skoler som har Vg1 teknikk og industriell produksjon

- Dokka videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Lena-Valle videregående skole
- Lillehammer videregående skole, avdeling Nord
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule, avdeling Otta
- Raufoss videregående skole
- Valdres videregående skule
- Vinstra videregående skule

TEKNIKK OG INDUSTRIELL PRODUKSJON Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	444
Søkere til læreplass 2013	122
Søkere som fikk læreplass 2013	103
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	464
Søkere til læreplass 2014	162
Søkere som fikk læreplass 2014	122
Antall fag-/svenneprøver 2014	91
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	440
Søkere til læreplass 2015	151
Intensjonsavtaler 2015 Flest innen: Bilfag lette kjøretøy (27), CNC maskinerings- teknikk (12) og Industrimekaniker (15)	117

5.9.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Faglig råd i utdanningsprogrammet viser til at søkere til læreplasser i de siste årene har økt. Det er 42 forskjellige lærefag i utdanningsprogrammet og de største fagene er industri-teknologi og bilfagene.

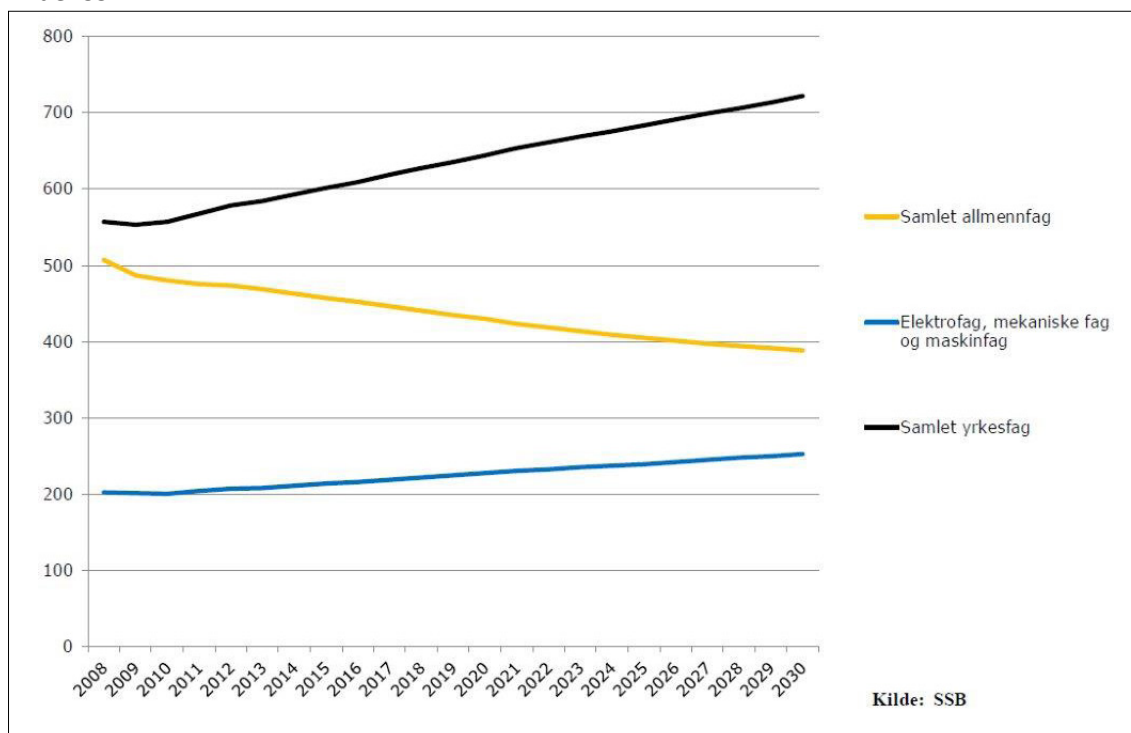
Faglig råd i utdanningsprogrammet etterlyser nasjonal styring av dimensjoneringen. *Fylkeskommunene må vurdere inntak og muligheten for læreplassene når klasser opprettes. Vi etterlyser klare nasjonale retningslinjer for dimensjoneringen. Disse må utarbeides i samarbeid med partene.*⁴⁰

Til mekanisk industri, prosessindustri, bilverksteder, offshore og maritim sektor rekrutteres det mange 18-åringer som lærlinger gjennom hovedmodellen. Flere bransjer i utdanningsprogrammet sliter med rekrutteringen.

Alle framskrivninger viser at vi trenger mer arbeidskraft enn vi selv kan fremskaffe i årene fremover. Faglig råd mener derfor at det er særdeles viktig at vi får på plass systemer som kan bidra til at statusen for fag- og yrkesopplæring styrkes.

⁴⁰ Utviklingsredegjørelse 2013. Faglig råd i teknikk og industriell produksjon

Figur 8: Framskriving av behov for arbeidskraft på videregående nivå 2008–2030 (i tusen).
Kilde: SSB



Regionalt: Utdanningsprogrammet teknikk og industriell produksjon har en god økning i antall søkere fra skoleåret 2013/2014. Det er registrert en økning av søkere til læreplass i flere av lærefagene, noe som er en positiv og ønsket utvikling i Oppland.

Innenfor bilfagene er det en generelt utfordring med nok læreplasser, spesielt innen bilfaget lette kjøretøy. Det er for få læreplasser i kjøretøy på Hadeland i forhold til antall søkere til læreplass i regionen. Hadeland er en vekstregion i Oppland og for bransjens fremtidige behov for rekruttering er det nødvendig å styrke arbeidet for flere læreplasser.

Fremtidsperspektivet med flere El-biler bør bygge opp under et kompetansemiljø knyttet til elektro og teknikk og industriell produksjon.

Utpøving av Vg2 plast og kompositt innenfor utdanningsprogrammet for teknikk og industriell produksjon. Buskerud fylkeskommune har i samarbeid med fagmiljøene på Gjøvik-/Raufoss- regionen og Telemark sendt søknad til Utdanningsdirektoratet om utpøving av landsdekkende linje Vg2 plast og kompositt.⁴¹

Arbeidsgruppen med representanter fra fagmiljøene anbefaler i søknaden til Udir at det etableres en landsdekkende linje. Linjen skal være søkbar utover Buskeruds grenser. Kongsberg videregående har internat ved skolen som forenkler bosituasjonen for elever som søker landslinjen.

Gjøvik/Raufoss-regionen er tenkt å delta i utpøvingen gjennom inngåelse av intensjonsavtale med Kongsberg vgs. Målsetningen er å samarbeide i utpøvingen både når det gjelder elevenes prosjekt til fordypning og hospitering for lærere.

⁴¹ Viser til rundskriv Udir- 3.2013 om forsøk etter opplæringsloven § 1-4. *Avvik fra fag- og timefordelingen og tilbudsstruktur for Kunnskapsløftet.*

Yrkesopplæringsnemnda tilrår at det settes i gang et tilbud Vg2 bilskade- lakk og karosseri på Lena-Valle vgs. Tilbudet lyses ikke ut i Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta og Lillehammer vgs avd. Nord.

Regionale kompetanseforum i Gjøvikregionen viser i sin tilbakemelding til behovet for økt rekruttering innen industrielle teknologi. I Gjøvikregionen med sitt industrimiljø er det et stort behov for rekruttering i industrifagene.

ENDRING

Vg2: Programområdet industriell møbelproduksjon foreslås lagt ned ved Lena-Valle vgs. Tilbudet har ikke vært igangsatt siden skoleåret 2012/2013.

Årsaken er få søkere til programområdet over flere år. Jf. FOS-rundskriv 6-2013.

Dimensjonering av opplæringstilbudet 2013–2014.

Vider til FOS-rundskriv 4-2014. *Dimensjonering av opplæringstilbudet 2014–2015.*

Vg2: Programområdet bilskade- lakk og karosseri foreslås lagt ned ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta og Lillehammer vgs avd. Nord. Tilbudet har lav søkning. Behovet ivaretas ved at en videregående skole har tilbudet.

5.9.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet teknikk og industriell produksjon utlyses ved Dokka vgs, Hadeland vgs, Lena-Valle vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Raufoss vgs, Valdres vgs og Vinstra vgs.
- Vg1: Utdanningsprogrammet teknikk og industriell produksjon, teknisk allmennfag (fireårlig løp) (TAF) ved Raufoss vgs. Raufoss vgs tilbyr yrkes- og studiekompetanse-givende løp innenfor industriteknologi.
- Vg2: Programområdet arbeidsmaskiner utlyses ved Vinstra vgs, Lena-Valle vgs og Valdres vgs.
- Vg2: Programområdet bilskade, lakk og karosseri utlyses ved Lena-Valle vgs.
- Vg2: Programområdet kjøretøy utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Lena-Valle vgs og Valdres vgs.
- Vg2: Programområdet industriteknologi utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Raufoss vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Hadeland vgs og Dokka vgs.
- Vg2: Programområdet industriell møbelproduksjon legges ned ved Lena-Valle vgs.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøking til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.10 Musikk dans og drama

5.10.1 Videregående skoler som har Vg1 musikk dans og drama

- Vinstra videregående skule (dans, musikk, folkemusikk)
- Gjøvik videregående skole (drama, musikk)
- Hadeland videregående skole (drama, musikk)

MUSIKK, DANS OG DRAMA Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	232
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	255
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	256

5.10.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Vinstra vgs er landslinje innenfor folkemusikk. Studieforbereidende med kulturlinjer utlyses ved videregående skoler som har utdanningsprogrammet musikk, dans og drama.

Regionalt: Lokale behov kan vanskelig konkretiseres. Etter fullført videregående opplæring, søker de fleste høyere utdanning innen fagfeltet. Tilbakemelding fra regionale arbeidsgrupper (kompetanseforum) viser behov for en endring vedrørende tilbudet i utdanningsprogrammet musikk, dans, drama. Kompetanseforum på Hadeland viser til at søkertallet på drama er synkende. Kompetanseforum mener derfor at drama bør samles ved Gjøvik vgs og at Hadeland vgs i stedet kan tilbyr dans og bygge opp et fagmiljø og et skoletilbud hvor ikke det vil være konkurranse om opplæringstilbudet i Vestoppland. Kompetanseforum i Lillehammer regionen argumenterer for å legge et musikktilbud til regionen.

Det er i dag ikke bygningsmessige fasiliteter på plass for å ha et dansetilbud ved Hadeland vgs. Dagens dansetilbud ved Vinstra vgs og dagens dramatilbud ved Gjøvik vgs videreutvikles i samarbeid med aktuelle kompetansemiljøer. Musikktilbudene ved de tre skolene står sterkt og bør videreføres. Det antas at Lillehammer-regionens ønske om opprettelse av et musikktilbud vil svekke tilbudene ved de andre skolene. Derfor skal det ikke etableres flere musikk/dans/drama – musikk i Oppland.

ENDRING

Vg1–Vg3: Musikk, dans, drama – drama legges ned ved Hadeland vgs.

5.10.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet musikk, dans, drama utlyses ved Gjøvik vgs, Hadeland vgs og Vinstra vgs.
- Vg1–Vg3: Musikk, dans, drama – dans utlyses ved Vinstra vgs.
- Vg1–Vg3: Musikk, dans, drama – drama utlyses ved Gjøvik vgs.
- Vg1–Vg3: Musikk, dans, drama – musikk utlyses ved Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Vinstra vgs.
- Vg1–Vg3: Musikk, dans, drama – drama legges ned ved Hadeland vgs.

5.11 Idrettsfag

5.11.1 Videregående skoler som har Vg1 idrettsfag

- Gausdal videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Lena-Valle videregående skole
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule avdeling Otta
- Valdres videregående skule

IDRETTSFAG Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	552
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	554
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	538

5.11.2 Behov for rekruttering

Nasjonalt: Nord-Gudbrandsdal vgs tilbyr toppidrett med badminton. Andre fylker viser interesse for dette toppidrettstilbudet og kjøper skoleplasser i Oppland.

Regionalt: Lokale behov kan vanskelig konkretiseres. Etter fullført videregående opplæring søker de fleste elevene utdanning på høgskole- og universitetsnivå. Yrkesretninger som: Sykepleie, fysioterapi, politi, lærere- og instruktøryrker.

5.11.3 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet utlyses ved Gausdal vgs, Hadeland vgs, Lena-Valle vgs, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta og Valdres vgs.
- Vg2–Vg3: Idrettsfag utlyses på de skolene som har tilbudet på Vg1.

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøkning til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.12 Studiespesialisering

5.12.1 Videregående skoler som har Vg1 studiespesialisering

- Dokka videregående skole
- Gausdal videregående skole
- Gjøvik videregående skole
- Hadeland videregående skole
- Lena-Valle videregående skole
- Lillehammer videregående skole, avdeling Sør
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule, avdeling Lom/Otta
- Valdres videregående skule
- Vinstra videregående skule

STUDIESPESIALISERING Oversikten viser søkere både fra Oppland og andre fylker	
	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	2 336
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	2 419
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	2 495

5.12.2 Studiespesialisering og muligheter til å tilby elevene ulike programfag

Lillehammer vgs avd. Sør, samt Raufoss vgs har egne søkbare tilbud til utdanningsprogrammet studiespesialisering med kultur og fotball. Andre skoler i Oppland tilbyr utdanningsprogrammet studiespesialisering med fordypning i programfag fra andre studieforberedende utdanningsprogram slik som idrettsfag, musikk/dans/drama uten å lyse det ut som egne søkbare tilbud.

Enkelte skoler har lagt opp til et forholdsvis bredt og spesialisert løp innen idrett og musikk/dans/drama i samarbeid med eksterne aktører. Slike tilbud gjør det også uoversiktlig for elev, foreldre/foresatte og andre å forstå hva som faller inn under opplæring i videregående opplæring og hva som ikke inngår. Dette har ført til en uoversiktlig situasjon for eleven/foresatte som skal velge utdanningsprogram.

Skoleeier har plikt til å sørge for at opplæringen i videregående opplæring er gratis for alle elever jf. opplæringslova § 3-1.

5.12.3 Hvem fastsetter hvilke muligheter som finnes innenfor de enkelte utdanningsprogram

Utdanningsdirektoratet fastsetter tilbudsstrukturen og fag- og timefordelingen.

For utdanningsprogrammet studiespesialisering, er fag- og timefordelingen sammensatt og inndelt i følgende programområder (studieretninger) på Vg2 og vg3:

- Programområde for realfag
- Programområde for språk, samfunnsfag og økonomi

⁴¹ Vedlegg 1 til rundskriv Udir – 01- 2014

⁴² Endring i utdanningsprogrammet medier og kommunikasjon fra skoleåret 2016–2017

Programområder

På Vg2–Vg3 skal eleven velge fordypning i minst to ulike fag fra eget programområde (programfag er fag som tilhører enten realfag eller språk/samfunnsfag/økonomi).

Hvert fag skal ha minst 280 timer over to år. I tillegg skal eleven velge ett programfag på 140 timer per år. Her kan eleven velge ett programfag innen eget programområde, dvs realfag, språk/samfunnsfag/økonomi, eller fra andre programområder innen utdanningsprogrammene for studieforbereidende, dvs musikk/dans/drama, formgivning eller idrettsfag.

Eleven velger programfag ved oppstart på Vg2 nivå. Alle skoler tilbyr ikke alle programfag. Hvilke programfag eleven kan velge er avhengig av skolens tilbud. Antall elever som ønsker de ulike programfagene og skolens økonomiske muligheter til å tilby bredden i fifta av programfag, styrer hva som tilbys det enkelte år. Flere programfag bygger på hverandre og må tilbys over flere år. Oversikt over hvilke programfag den enkelte skole tilbyr fremgår på nettstedet www.vilbli.no.

Skolene er ansvarlige for at eleven får korrekt fag- og timefordeling som sikrer godkjent vitnemål etter avsluttet videregående opplæring. Det er ønskelig at skolen benytter fleksibiliteten som ligger i fag- og timefordelingen til å velge programfag fra andre programområder innen utdanningsprogrammene for studieforbereidende dvs. musikk/dans/drama og idrettsfag med følgende begrensninger:

- Programfag fra utdanningsprogrammene idrett og musikk/dans/drama, finansieres over skolens ordinære budsjett som andre programfag. Eleven skal ikke betale for trening som foregår innenfor skoledagen (08.00 – 15.30).

Elever som ønsker fordypning/spesialisering innen idrett og musikk/dans/drama skal veiledes til å søke skoler som har disse utdanningsprogram og viser til punkt 5.10 og 5.11

ENDRING

Alle skoler skal være kombinerte skoler; yrkesfaglig og studieforbereidende løp.

- Vg1: Utdanningsprogrammet studiespesialisering utlyses ved Raufoss vgs fra skoleåret 2016/2017.
- Vg1: Utdanningsprogrammet studiespesialisering ved Gjøvik vgs reduseres. I dag utlyses seks parallelle på studieforbereidende utdanningsprogram Vg1–Vg3 (inkl. Vg2 IB Vg3 IB)⁴². Fra skoleåret 2016/2017 skal det ved Gjøvik vgs utlyses fem parallelle på studiespesialisering utdanningsprogram (inkl. Vg2 IB og Vg3 IB).
- Vg1: Utdanningsprogrammet studiespesialisering utlyses ved Nord-Gudbrandsdal vgs, lokalisert på Dombås og i egne lokaler i tilknytning til Dovre ungdomsskole på Dombås jf. vedtak 69/13 fylkestinget 10.12.13.

Skoler med studiespesialisering skal ikke ha søkbare tilbud som konkurrerer med skoler som har utdanningsprogram musikk/dans/drama og idrettsfag. Nåværende tilbud legges ned som en konsekvens av dette:

- Studieforbereidende utdanningsprogram med fotball – fireårig løp ved Raufoss vgs.
- Vg1–Vg3 studiespesialisering med kulturaktiviteter ved Lillehammer vgs avd. Sør.
- Vg1–Vg3 studiespesialisering med kulturaktiviteter ved Valdres vgs.

⁴² International Baccalaureate (IB) er en internasjonalt anerkjent utdannelse på videregående trinn og et alternativ til den norske. Det er et krevende, studieforbereidende kurs og passer for målrettede elever som ønsker en internasjonal videregående skole. Elever med IB- diplom er meget ettertraktet både blant norske og internasjonale universiteter på grunn av de høye krav til selvstendig arbeid og kritisk refleksjon som stilles til dem.

5.12.4 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Vg1: Utdanningsprogrammet studiespesialisering utlyses ved Dokka vgs, Gausdal vgs, Gjøvik vgs, Hadeland vgs, Lena-Valle vgs, Lillehammer vgs, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Lom og Dombås, Raufoss vgs, Valdres vgs og Vinstra vgs.
- Vg2–Vg3: Utlyses ved de videregående skolene som har Vg1 studiespesialisering, unntatt Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Dombås.

Skoler med studiespesialisering skal ikke ha søkbare tilbud som konkurrerer med skoler som har utdanningsprogram musikk/dans/drama og idrettsfag. Nåværende tilbud legges ned som en konsekvens av dette:

- Studieforberedende utdanningsprogram med fotball – fireårig løp ved Raufoss vgs
- Vg1–Vg3 studiespesialisering med kulturaktiviteter ved Lillehammer vgs avd Sør
- Vg1–Vg3 studiespesialisering med kulturaktiviteter ved Valdres vgs

Dimensjoneringen av tilbudet vedtas administrativt hver høst av fylkesopplæringssjefen. Oversøkning til utdanningsprogrammet skal styres til skoler i regionen med ledig kapasitet.

5.13 Påbygging til generell studiekompetanse

5.13.1 Videregående skoler som har påbygging til generell studiekompetanse

Vg3:

- Dokka videregående skole
- Hadeland videregående skole,
- Lillehammer videregående skole avdeling Nord
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule avdeling Otta
- Raufoss videregående skole
- Valdres videregående skule
- Vinstra videregående skule

Vg4: Ettårig løp etter yrkeskompetanse (bestått fag-/svennebrev)

- Dokka videregående skole
- Hadeland videregående skole,
- Lillehammer videregående skole avdeling Nord
- Nord-Gudbrandsdal videregående skule avdeling Otta
- Raufoss videregående skole
- Valdres videregående skule
- Vinstra videregående skule

Vg4: Halvårig løp, etter yrkeskompetanse (bestått fag-/svennebrev)

- Lillehammer videregående skole avdeling Nord
- Raufoss videregående skole

PÅBYGGING TIL GENERELL STUDIEKOMPETANSE	Antall
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2012/2013	465
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2013/2014	488
Elever i utdanningsprogrammet skoleåret 2014/2015	384

Påbygging til generell studiekompetanse er et eget programområde i videregående opplæring, som elever i yrkesfaglige utdanningsprogram kan velge å søke etter Vg2. Påbygging er alternativ til å gå ut i lære i en godkjent lærebedrift. Påbygging består av et skoleår med en fagsammen-setning og et timetall som til sammen ivaretar kravene til generell studiekompetanse. Påbygging er en del av den såkalte ungdomsretten til videregående opplæring.⁴³

Videre vises det til Strategiplan for videregående opplæring.⁴⁴

Videre til 2.8 prioriterte politiske satsingsområder:

- Tilbudet om påbygging Vg3 skal reduseres for søkere fra Vg2 yrkesfag, men økes for de som har gjennomført fag-/svenneprøve.

⁴³ Opplæringslova §§ 3-1, 13-3

⁴⁴ Vedtak i Fylkestinget i Oppland 80/13,10.12.13

Oppland fylkeskommune har for skoleåret 15/16 dimensjonert ned ordinær Vg3-påbygging.⁴⁵ Årsaken til dette er å få flere til å søke yrkesfag og opplæring i lærebedrift etter Vg2. Videre å fullføre og bestå påbegynt yrkesfaglige utdanningsprogram, og imøtekomme arbeidslivets behov og ønske om flere kvalifiserte fagarbeidere. Det er igangsatt flere tiltak innen fag- og yrkesopplæringen som skal støtte opp om dette og øke tilfanget av lære plasser.

5.13.2 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Påbygging Vg3 er ikke gjenstand for høring:

Dimensjoneringen er førende for inntaket vår/sommer 2015 for skoleåret 15/16.

- Vg3: Påbygging til generell studiekompetanse utlyses ved Dokka vgs, Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Raufoss vgs, Valdres vgs og Vinstra vgs
- Vg4: Påbygging til generell studiekompetanse etter yrkeskompetanse ettårig løp ved Dokka vgs, Hadeland vgs, Lillehammer vgs avd. Nord, Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Otta, Raufoss vgs, Valdres vgs og Vinstra vgs.
- Vg4: Generell studiekompetanse etter yrkeskompetanse, halvårig løp ved Lillehammer vgs avd. Nord og Raufoss vgs.

⁴⁵ Vedtak i Fylkestinget sak 68/14, 9.12.14

6. Videregående opplæring på Nord-Gudbrandsdal videregående skule avdeling Dombås

I forbindelse med fylkesutvalgets behandling av søknad om etablering privat videregående skole på Dombås – Dombås Gymnas A/S, ble det gjort følgende vedtak 9. september 2014:

[...]Med bakgrunn i sterkt lokalt engasjement ber fylkesutvalet komite for opplæring og kompetanse sjå nærmare på forslaget om å opprette ei landslinje for skiskyting og andre beslektede idrettsgreiner i Nord-Gudbrandsdalen som ein del av mandat om dimensjonering av utdanning for arbeids- og næringslivets behov.»

Denne saken har blitt fulgt opp av fylkesrådmannen og fylkesopplæringssjefen og det er gjennomført flere møter med Dovre og Lesja kommuner for å belyse både det lokale engasjementet for å etablere et tettere samarbeid mellom idretten og videregående opplæring og hvilke muligheter det ligger i å formalisere et slikt samarbeid.

Dovre og Lesja kommuner viser til at det lokale initiativet for å etablere et landslinjetilbud eller et landsdekkende tilbud innenfor skiskyting, langrenn og alpint (freeski og snøbrett) har røtter i et aktivt idrettsmiljø på Dombås. Stor dugnadsånd og høy kompetanse både på bygging av skipark, arenautvikling og arrangement, gir rom for å tenke innovativt. Inn i dette ligger etablering av et tilbud hvor ungdom fra hele landet kan kombinere utvikling av eget idrettstalent og videregående opplæring. Tilbudet skal sikte mot breddeidrett, samtidig som det skal legges godt til rette for at utøvere skal kunne kombinere skolegang med aktiv utøvelse av idretten gjennom hele vintersesongen.

Dovre og Lesja kommuner viser også til at de deltar som pilotkommuner i forbindelse med kommunereformen. Som pilotkommuner med utfordringer knyttet til alderssammensetting, sysselsetting og næringsutvikling, er det viktig med god realitetsforståelse slik at det kan tas nødvendig grep for å skape vekst og utvikling. Ett av fokusområdene som Dovre og Lesja kommuner ser på, er samfunnsutviklingsperspektivet. I dette perspektivet er skole og opplæring et sentralt tiltak. De to kommunene understreker at videregående opplæring har betydning lokalt både for å videreutvikle gode resultater fra grunnskolen og for å opprettholde kompetansearbeidsplasser. I det lokale engasjementet for et videregående tilbud på Dombås legges det stor vekt på å opprettholde lokalsamfunnets attraktivitet, både som bosteds- og sysselsettingskommuner.

Dovre og Lesja kommuner mener etableringen av et idrettstilbud i kombinasjon med videregående opplæring forutsetter et treårig opplæringsløp innenfor det studiespesialiserende utdanningsprogrammet på Nord-Gudbrandsdal vgs avd Dombås. Det er lite aktuelt å etablere et slikt tilbud med utgangspunkt f.eks. i utdanningsprogrammet idrettsfag på avd. Otta. Nærhet til idrettsanlegg og et aktivt idrettsmiljø vil i følge lokalmiljøet på Dovre ikke bli ivare tatt med en slik løsning.

Dovre kommune mener utbyggingen på ungdomsskolen på Dombås vil på sikt kunne løse de fysiske utfordringer knyttet til undervisningslokaler også for et treårig opplæringsløp. Dette har sammenheng med nedgangen i elevtallet på ungdomsskolen og frigjøring av kapasitet. Bruken av idrettsanlegg lokalt må avtales, men slik situasjonen er i dag er det ledig kapasitet i anleggene.

Fylkesrådmannen merker seg det lokale engasjementet og den aktive tilnærmingen til å utvikle det videregående opplæringstilbudet ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd Dombås. En viktig forutsetning som må være til stede for å kunne gå videre med dette arbeidet, er et tilstrekkelig elevgrunnlag. I de vedtak som er gjort tidligere i strukturen ved Nord-Gudbrandsdal vgs er det synliggjort en samlet elevtallsnedgang. Sammen med kravet om å opprettholde høy faglig kvalitet på opplæring og å samle elevene i større fagmiljøer – særlig på Vg2 og Vg3 – er det vedtatt et ettårig videregående opplæringstilbud på Dombås innenfor utdanningsprogrammene studie-spesialisering, helse og oppvekst og service og samferdsel. Elevtallsgrunnlaget og hensynet til det helhetlige opplæringstilbudet ved Nord-Gudbrandsdal vgs vanskeliggjør et treårig tilbud på Dombås, både faglig og økonomisk. På denne bakgrunnen mener derfor fylkesrådmannen det er uaktuelt å gå videre med et treårig tilbud ved Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Dombås.

Dersom det skal være et grunnlag for å gå videre med tanken om et treårig tilbud på Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Dombås, må dette baseres på søkere fra andre fylker. Dette kan skje på følgende måter:

- Et landslinjetilbud som finansieres over statsbudsjettet. En slik etablering kan kun skje med godkjenning fra Kunnskapsdepartementet. Elever fra hele landet kan søke på tilbudet.
- Et landsdekkende tilbud hvor fylkeskommunene avtaler at elever fra hele landet kan søke på tilbudet mot at det betales en gjesteelevsats.
- En egen avtale mellom Oppland fylkeskommune og en eller flere fylkeskommuner om at elevene kan søke tilbudet på tvers av fylkesgrensen.

Hvorvidt det er en etterspørsel etter et treårig opplæringstilbud i kombinasjon med skiskyting, langrenn og alpint (freeski og snøbrett), er vanskelig å si. I dag er det allerede mange tilbud som elever fra hele landet kan søke på. Idrettsmiljøet på Dovre hevde på sin side at mange av tilbudene er spesielt tiltenkt toppidrettsutøvere, mens breddeidrettsutøvere mangler tilbud. Dette gjelder særlig innenfor freeski og snøbrett. Tabell 5. på neste side viser de ulike landsdekkende tilbudene.

Tabell 5: De ulike landsdekkende tilbudene.

ULIKE LANDSDEKKENEDE TILBUD INNENFOR UTVALGTE VINTERIDRETTER			
Fylke	Skole	Tilbud	Nivå
Aust-Agder	Setesdal vgs avd. Hovden	Vg1 Studiespesialisering med alpint og langrenn	Vg1
Aust-Agder	Setesdal vgs avd. Hovden	Vg2 Realfag med alpint og langrenn	Vg2
Aust-Agder	Setesdal vgs avd. Hovden	Vg2 Språk, samfunnsfag og økonomi med alpint og langrenn	Vg2
Aust-Agder	Setesdal vgs avd. Hovden	Vg3 Realfag med alpint og langrenn	Vg3
Aust-Agder	Setesdal vgs avd. Hovden	Vg3 Språk, samfunnsfag og økonomi med alpint og langrenn	Vg3
Nord-Trøndelag	Meråker vgs	Vg1 Idrettsfag m/skiskyting	Vg1
Nord-Trøndelag	Meråker vgs	Vg1 Idrettsfag m/langrenn	Vg1
Nord-Trøndelag	Meråker vgs	Vg2 Idrettsfag m/ skiskyting	Vg2
Nord-Trøndelag	Meråker vgs	Vg2 Idrettsfag m/langrenn	Vg2
Nord-Trøndelag	Meråker vgs	Vg3 Idrettsfag m/ skiskyting	Vg3
Nord-Trøndelag	Meråker vgs	Vg3 Idrettsfag m/ langrenn	Vg3
Nordland	Narvik vgs	Vg1 Idrettsfag m/alpint	Vg1
Nordland	Narvik vgs	Vg2 Idrettsfag m/alpint	Vg2
Nordland	Narvik vgs	Vg3 Idrettsfag m/alpint	Vg3
Sør-Trøndelag	Oppdal vgs	Vg1 Idrettsfag m/alpint	Vg1
Sør-Trøndelag	Oppdal vgs	Vg2 Idrettsfag m/alpint	Vg2
Sør-Trøndelag	Oppdal vgs	Vg3 Idrettsfag m/alpint	Vg3
Troms	Nord-Troms vgs	Vg1 Studiespesialisering m/ langrenn og skiskyting	Vg1
Troms	Nord-Troms vgs	Vg2 Realfag med langrenn og skiskyting	Vg2
Troms	Nord-Troms vgs	Vg2 Språk, samfunnsfag og økonomi med langrenn og skiskyting	Vg2
Troms	Nord-Troms vgs	Vg3 Realfag med langrenn og skiskyting	Vg3
Troms	Nord-Troms vgs	Vg3 Språk, samfunnsfag og økonomi med langrenn og skiskyting	Vg3
Buskerud	Norsk toppidrettsgymnas (NTG) Geilo	Alpint, langrenn, freeski, skiskyting, snowboard m.m.	
Oppland	Norsk toppidrettsgymnas (NTG) Lillehammer	Alpint, freeski, langrenn, skiskyting m.m.	
Akershus	Norsk toppidrettsgymnas (NTG) Bærum	Alpint m.m.	
Troms	Norsk toppidrettsgymnas (NTG) Tromsø	Langrenn, skiskyting m.m.	
Hedmark	Wang toppidrett	Langrenn m.m.	

I tillegg til dette har Hedmark fylkeskommune vedtatt at det skal settes i gang et spisset topp-idrettstilbud innen langrenn og skiskyting fra neste skoleår ved Nord-Østerdal videregående skole på Tynset.

En vurdering av etterspørselen nasjonalt etter flere tilbud for ungdom som ønsker å kombinere videregående opplæring med skiidrett, mener fylkesrådmannen er vanskelig. Møre og Romsdal skikrets har overfor idrettsmiljøet på Dombås uttalt at det mangler et tilbud i denne delen av landet, og at en etablering på Dombås kan være interessant for flere ungdommer på Nord-Vestlandet.

6.1

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Utfra en helhetlig vurdering av opplæringstilbudet ved Nord-Gudbrandsdal vgs er det ikke aktuelt å etablere et treårig tilbud innenfor utdanningsprogrammet studiespesialisering med programfag toppidrett. Dersom det foreligger en tydeligere forutsigbarhet om elevsøkning fra andre fylker, vil Oppland fylkeskommune vurdere etablering av et treårig studieforberedende opplæringsløp med programfag toppidrett på Nord-Gudbrandsdal vgs avd. Dombås.

7. Rekruttering av voksne

Ifølge prognoser fra SSB vil det i 2030 være underskudd på 134 000 personer med yrkesrettet videregående utdanning i Norge. Statistikk viser også at antall innbyggere i arbeidsfør alder (20–66 år) per innbygger på 80 år og over reduseres. Det betyr at det vil bli færre innbyggere i yrkesaktiv alder for hver innbygger 80 år og over (www.nykommune.no).

Det vil bli nødvendig å ta i bruk de arbeidskraftressurser som finnes. Et mer spesialisert arbeidsmarked øker behovet for faglært arbeidskraft. I kommunene er det en stor andel ufaglærte. Det er viktig å legge til rette for at ansatte kan ta utdanninger på ulike nivåer ut i fra virksomhetens behov.

Arbeidsinnvandring og bosatte flyktninger har bidratt til å dempe mangelen på arbeidskraft. I årene framover er vi avhengige av å ta i bruk den arbeidskraft og kompetanse denne gruppen representerer. Dette forutsetter et godt system for vurdering av utenlandsk kompetanse, muligheter til å lære norsk og til å avlegge fagprøver i utdanningsprogram som kan gi stabil tilknytning til arbeidslivet.

Tilrettelegging for livslang læring vil i tillegg til å øke den enkeltes livskvalitet, bidra til mer fleksibilitet i arbeidslivet og øke verdiskapningen.

Oppland fylke har i Karriere Oppland arenaer og verktøy for å ivareta dette behovet, og gir årlig opplæring til et stort antall voksne i ulike utdanningsprogram. Ca. 50 % av deltakerne får opplæring i helse- og oppvekstfag og det ble avlagt 113 fagprøver i faget i 2014. Dette er voksne som er i arbeid i sektoren og som tar fagprøven som praksiskandidat.

Det må legges til rette for at også ufaglærte voksne uten fast tilknytning til arbeidslivet gis tilbud om å ta fagbrev.

7.1 Videregående opplæring i Oppland som viser innhold og omfang og struktur i tråd med samfunnets og arbeidslivets behov, jf. hovedmål:

Fylkesrådmannen ber om innspill fra høringsinstansene på følgende forslag:

- Ved ledig kapasitet bør det åpnes opp for at voksne med rett kan tildeles plass i videregående skoler.

8. Inkludering, mestring og det brede samfunnsmandat

Uten innvandring ville ingen av Opplands kommuner hatt befolkningsvekst i 2013. Kampen om innbyggerne er tøff og en befolkningsvekst vil være grunnlaget for å møte morgendagens utfordringer og samfunnsutvikling.

Offentlig og privat sektor har behov for kvalifisert arbeidskraft som de i dag ikke får dekket fullt ut. Samtidig venter flyktninger på sted for bosetting i flere år. Kommuner og fylkeskommune har ansvar for opplæring både i språk og fag.

NAV har ansvar for formidling og involvering i arbeidslivet. Vi hører om flere arbeidsgivere og innvandrere som peker på at den skoloring som gis fra det offentlige er for dårlig og utrustrer dem ikke med norskkunnskap som er tilpasset det profesjonelle arbeidsliv.

Oppland fylkeskommune har som resultatmål at det skal tilrettelegges for at innvandrere skal ha lyst og mulighet til å bo i Oppland, skaffe seg kompetanse, og delta i arbeids-, kultur- og samfunnsliv.

Etter politiske drøftinger har Karriere Oppland mottatt signaler med ønske om en bred og helhetlig tilnærming til hvordan kommuner og fylkeskommunen sammen kan finne gode løsninger på hvordan situasjonen for innvandrere kan bedres.

Det er formulert følgende mål for arbeidet:

- Innvandrere integreres i samfunnet gjennom å få tilstrekkelig språk- og fagkunnskap.
- Arbeidslivet får dekket sine behov for arbeidskraft og kompetanse.
- Kommunene sikrer tilgang til en stabil tilstrømming av innbyggere.

Samfunnsmandatet fordrer at gjennomføringsgraden i videregående opplæring må øke, både for å bedre den enkeltes muligheter i livet og for at samfunnet og demokratiet skal fungere godt.

Behovet for faglært arbeidskraft er på vesentlig områder større enn andelen som per i dag ender opp med fag- eller svennebrev. Det er samtidig en kontinuerlig utfordring å sørge for at innholdet i videregående opplæring er relevant for samfunnets og arbeidslivets framtidige kompetansebehov.

Økt fleksibilitet, større mulighet for tilpasning og mer variasjon i gjennomføringsmodeller krever mer av fylkeskommunen, av partene i arbeidslivet og av andre relevante aktører.



OPPLAND
fylkeskommune



**Dimensjonering av antall utdanningsprogram, sett i
sammenheng med samfunnets og næringslivets behov i
Hadelandsregionen.**



OPPLAND
fylkeskommune

Hadelandsregionens kompetansebehov i et langsiktig perspektiv 2015 – 2024

Innhold

Generell utvikling innen videregående opplæring.....	3
Beskrivelse av Hadelandsregionen.....	3
Fremtidig behov, status og utfordringer.....	4
Statistikk for søknad til videregående opplæring i 2015.....	4
Dagens opplæringstilbud i regionen	5
Status formidling av lærlinger – intensjonsavtaler lærlingeplasser	9
Tilbakemelding fra Opplæringskontor for Håndverk og Industrifag Hadeland.....	9
Videregående opplæring for voksne	10
Karriereveiledning	10
Karrierevei for fagarbeidere	10
Oppsummering og anbefaling	10
Involverte parter	12
Vedlegg.....	13

Generell utvikling innen videregående opplæring

Regionalt kompetanseforum for Hadeland støtter fylkeskommunens arbeid med gjennomgang av utdanningsprogrammer med sikte på endringer som er tilpasset samfunnslivet- og næringslivets behov for kompetanse. Vi er av den oppfatningen at denne gjennomgangen er nødvendig, riktig og viktig. Utdanningstilbudet innen videregående opplæring må kontinuerlig være gjenstand for endringer slik at tilbudet speiler samfunnets reelle behov for kompetanse. Skolesteder og regioner kan ikke lene seg på historien og hvilke fagmiljøer som tidligere har vært lokalisert til deres nærmiljø, men gjennom omstilling og endringer ha et tilbud tilpasset sine omgivelser. Fylkeskommunens samlede ressursbruk på tilbudsstruktur, investeringer og drift må vurderes nøye. Utdanningstilbudet kan ikke tuftes på distriktpolitiske hensyn men tilpasse seg samfunnets behov. Hadeland er en distriktsregion i Oppland men vi vil allikevel understreke viktigheten av at utdanningstilbudet i regionen først og fremst skal være basert på faglige vurderinger. Dette er viktig både for at eleven skal kunne ta reelle yrkesvalg som sikrer en deltagelse i arbeidslivet, øker gjennomføringen og for at samfunnet får dekket sitt behov for arbeidskraft. I ytterste konsekvens vil et konservativt utdanningstilbud fremme arbeidsledighet og fraflytting i regionene.

Kompetanseforumet er klar over at dette kan medføre endringer i tilbudet ved skolesteder, internt i regionen og fylket forøvrig. Selv om dette kan være en vanskelig omstilling er dette en nødvendig prosess. Vi er av den oppfatning at man i større grad enn tidligere også må vurdere konkurrerende tilbud internt i regioner og i fylket som helhet. Fylkeskommunen bør vurdere om flere tilbud enn i dag skal være samlet som et felles utdanningsløp for regioner eller for hele fylket.

Beskrivelse av Hadelandsregionen

Hadeland er en av Oppland sine distrikts- og utkantregioner samtidig har vi en gunstig plassering med et omland i vekst og utvikling som også gir synergier i vår region. Regionens sentrale plassering med Gjøvikregionen i nord, Ringeriksregionen i vest, Romerike med Gardermoen i øst og Osloregionen i sør gjør at vi har en positiv utvikling på mange samfunnsområder. Regionen har både økende intern arbeidsplassdekning samtidig som veksten i omlandet vårt gir store muligheter for et variert yrkesliv for pendlere. Hadeland har en historisk tradisjon for dagpendling til våre omkringliggende regioner, noe som medfører at vi ikke bare kan ha et utdanningstilbud som er tilpasset behovene for arbeidskraft i egen region.

Befolkningsveksten i regionen i perioden frem mot 2024 er i følge SSB forventet å ligge på 10,2 % og Hadeland er med det fylkets mest hurtigvoksende region med et innbyggertall som kan sammenlignes med våre byregioner.

Dermed må regionen kunne tilby et bredt opplæringstilbud som er tilpasset den vekst og utvikling vi står ovenfor. Dette er en stor utfordring allerede med dagens dimensjonering av Hadeland videregående skole. Som kjent ble skolen i sin tid dimensjonert for 850 elever mens skolens elevtall ligger godt over dette og må forventes å øke ytterligere. Skal skolen kunne tilby et godt og variert utdanningstilbud må fylkeskommunen investere i lokalene i den kommende fylkestingsperioden.

SSB sin statistikk tilsier at antall 16 – 19 åringer holder seg stabilt på Hadeland, med nærmest ingen endringer, da det er estimert 1,4 % forventet nedgang frem til 2024.

Hadeland vil ta del i den nasjonale demografiske utviklingen som tilsier en stadig eldre befolkning. Samtidig er vi naboer til Osloregionen som nå står ovenfor en «yngre-bølge»

Transportøkonomisk institutt (TØI) og NIBR har tatt for seg Oslo og 77 kommuner rundt hovedstaden, basert på utviklingen over ti år. Forskerne anslår at det i 2024 vil være 23 prosent flere personer i alderen 25-35 år her i landet enn i dag, hvis denne utviklingen fortsetter.

I Oslo kan økningen bli på hele 39 prosent, og over 40 prosent i flere andre omkringliggende kommuner. Hadeland vil med denne utviklingen være en naturlig tilflyttingsregion for mennesker i etableringsfasen.

Fremtidig behov, status og utfordringer

Statistikk for søknad til videregående opplæring i 2015

Nasjonal statistikk for søknad til videregående opplæring i 2015 viser at *«50,5 prosent av elevene som har søkt om plass på VG1, har valgt et yrkesfag, viser søkertallene til videregående opplæring per 1. mars. Programområdet med størst søkerøkning er helse og oppvekstfag, mens teknikk og industriell produksjon opplever den største nedgangen.»*¹

Tilsvarende statistikk for Oppland fylkeskommune viser at *«51,8 % av søkerne fra grunnskolen søker yrkesfaglige utdanningsprogram og 48,2 % søker studieforbereende utdanningsprogram, mot hhv 50 % og 50 % i 2014.»*²

For Hadeland videregående skole viser søkertallet pr. 1. mars at 55 % av søkerne til vg1 søker yrkesfaglige utdanningsprogram. Det ser ut til å være en liten økning fra 1. mars 2014 som viste at 54 % av søkerne til Vg1 søkte yrkesfag.

¹ <http://www.udir.no/Tilstand/Analyser-og-statistikk/vgo/Sokere-inntak-og-formidling1/Sokere-til-videregaende-opplaring-skolearet-20152016/?WT.ac=sokerevgo&boks=3>

² <http://www.oppland.no/Fag-og-tjenester/Videregaende-opplaring/Aktuelt-videregaende-opplaring/Sokertall-videregaende-opplaring-2015-2016/>

Dagens opplæringstilbud i regionen

Vi har valgt å beskrive hvert enkelt utdanningsprogram, status i 2015, hvilke behov og utfordringer det ser ut til å være i fremtiden i Hadelandsregionen

Idrettsfag

Det ser ut til at dagens dimensjonering med en gruppe på 32 elever på Vg1, Vg2 og Vg3 (tot 96) ved Hadeland vdg skole er riktig med hensyn på tilgang til lokaler (les idrettshall). Fagtilbudet innen idrett bør vurderes med tanke på faglig fordypning, sett i sammenheng med Hønefoss / Lena / Vestoppland.

Idrett er et populært utdanningsprogram som gir en mer praktisk tilnærming til generell studiekompetanse. I et folkehelseperspektiv er behovet for denne kompetansen økende i årene fremover. Sånn sett er det ufarlig å øke dimensjoneringa for utdanningsprogrammet. Samtidig vil en økt dimensjonering kunne øke fleksibiliteten med hensyn til at elever som velger idrett, også kan velge programfag innenfor andre studieforberedende utdanningsprogram. Det samme vil da selvsagt også gjelde for de andre studieforberedende utdanningsprogrammene.

Sett i lys av dette, bør det vurderes om studiespesialisering med fotball fordypning kun bør tilbys på et mindre utvalg av skoler i Vest-Oppland.

Musikk, dans, drama

Søkertallet til musikk ser ut til å være noenlunde stabilt. Søkertallet til drama er derimot synkende, og inneværende år er det kun 4 primærseekere til Vg1 drama. Kompetanseforumet mener derfor at drama bør vurderes flyttet til Gjøvik vdg skole, og at Hadeland vdg skole i stedet kan tilby dans og bygge opp et fagmiljø og et skoletilbud hvor det ikke vil være konkurranse om opplæringstilbudet i Vestoppland. Hadelandsregionen har et rikt musikk og kulturliv, med felles kulturskole for Gran og Lunner kommune. Vi holder derfor fast på at det er viktig å opprettholde et godt og variert opplæringstilbud også innafor dette utdanningsprogrammet i regionen.

Studiespesialisering

Søkertall til Vg1 studiespesialisering har gått ned fra 119 til 87 primærseekere. Det er en landstrend at flere søker yrkesfag, idrettsfag og litt færre søker studiespesialiserende. Dette er en villet trend både i fylket og nasjonalt. For Hadeland vgs viser de siste årenes dimensjonering at det er behov for fire paralleller, og at det kanskje er et riktig nivå å legge seg på. Dimensjoner innen studiespesialisering må sees som opp mot eventuelle endringer inne medier og kommunikasjon og design og håndverk.

Bygg- og anleggsteknikk

Det ser ut til at utdanningsområdet er riktig dimensjonert i dag ut fra tilgang på søkere og lære plasser. Tradisjonelt har det vært god tilgang på lære plasser i tømrerfaget, grunnet godt samarbeid med regionens næringsliv over tid.

Innen Klima Energi og Miljø ser det ut til å være tilgang til lære plasser for anslagsvis 5 – 6 elever pr år. Opplæringen i dag foregår ved at skolen henter inn nødvendig kompetanse, og ved at store deler av opplæringen skjer i en kombinasjon med opplæring i bedrift. Det er en modell med god gjennomføring, og fagkoordinator på avdelingen gir uttrykk for at det er et godt tiltak som ivaretar behov i arbeidslivet, og det sikrer samarbeid mellom næringslivet og skolen. Fagkoordinator gir også uttrykk for at næringslivet bedriftene de samarbeider med i dag ikke har kapasitet til å ta i mot flere elever. For at det skal være et årlig tilbud, forutsettes det samarbeid med flere bedrifter, alternativt kan det være et tilbud som startes annet hvert år i forhold til tilgang på lære plasser. Vi mener det er viktig å opprettholde tilbudet innen bygg- og anleggsteknikk som i dag.

Design og håndverk

Ved Hadeland vdg skole er det ett Vg1 tilbud innen design og håndverk. Dette harmonerer godt med søkertallet pr. 1. mars 2015. Vg1 design og håndverk bør opprettholdes for at disse ungdommene primært skal ha et tilbud i regionen, slik at de blir et år eldre før de eventuelt søker tilbud i andre regioner. Utdanningstilbudet rekrutterer i tillegg til frisørfag som tar i mot lærlinger i regionen. Det er et tilbud som balanserer jentetilbud innen yrkesfagene. En utfordring er at en del ungdom går på privat skole i Oslo og betaler forholdsvis stor egenandel for opplæringen, fordi de ikke får skoleplass i Oppland. Det er pr dato ca 12 aktive lærlingekontrakter i frisørfaget på Hadeland. Design og håndverk gir elevene en personlig utvikling som gjør at de motiveres til videre opplæring. Søkertall pr 1. mars 2015 med 15 primærsøkere viser at det er interesse for tilbudet. Det er få eller tilnærmet ingen voksne som går til frisørfaget i regionen, det er derfor viktig å opprettholde Vg1 design og håndverk.

Elektrofag

Ved Hadeland vgs er det 2 grupper VG1 elektro som rekrutterer til Vg2 data og elektronikk, og Vg2 elenergi. Elenergi som rekrutterer til energimontørfag og energioperatørfag er nytt opplæringstilbud ved Hadeland vdg skole, opprettet på bakgrunn av etterspørsel i arbeidsmarkedet. Det ser ut til å være et tilbud som det er behov for i arbeidslivet. Opplæringskontoret i elkraft har skrevet intensjonsavtaler for 8 lærlinger i 2015, i tillegg er det tilgang på lære plasser i bedrifter som ikke er tilknyttet opplæringskontoret. Vg3 dataelektroniker ble flyttet til Raufoss vdg skole. Vi mener det er viktig å opprettholde tilbudet innen elektrofag som i dag.

Helse- og oppvekstfag

Dimensjonering av utdanningsprogrammet ser ut til å være i samsvar med tilgang på læreplasser og videre studier. Det kan imidlertid se ut til at VG2 barne og ungdomsarbeider bør vurderes i et Vestoppland perspektiv, selv om en del av elevene på barne og ungdom går videre og tar barnehagelærerstudiet etterpå. Det er stort behov for barnehagelærere i regionen pr dato. Innen helsearbeiderfaget er det et godt fungerende lærings og utviklingsteam som ivaretar vdg opplæring for ungdom og voksne. Tilgang på læreplasser er imidlertid i underkant av behov, her må kommunene og private bedrifter legge til rette for flere læreplasser for å møte behov for økt andel faglært arbeidskraft i helse og oppvekst. Private helseinstitusjoner med oppdrag har fra 2015 krav om minst 80 % faglært arbeidskraft, dersom de skal ha oppdag fra Oslo kommune. Det er en utfordring innen helse og oppvekst at det i 2015 er liten tilgang på faste stillinger innen helsearbeiderfaget. Kommunene gir uttrykk for at de har størst behov for sykepleiere og vernepleiere. Da det tar 4 år å utdanne nye fagarbeidere, mener vi det er viktig å opprettholde tilbudet innen helse og oppvekst som i dag.

Medier og kommunikasjon

Det ser ut til at medier og kommunikasjon blir studieforberedende tilbud fra 2017. Hvis så blir tilfelle, så ønskes tilbudet fortsatt til Hadeland vgs. På Hadeland er dette et 3 årig tilbud allerede i dag. Så godt som alle elevene avslutter med generell studiekompetanse og rekrutteres ikke til relevante yrkesfag. Etter vår mening er det et kostnadskrevenende tilbud som tilbys på for mange skoler i Oppland i 2015

Naturbruk

Lena Valle tilbyr naturbruk i Oppland, og det er eget tilbud i karriere Oppland på samme skole. Ikke aktuelt ved Hadeland vdg skole.

Restaurant- og matfag

Restaurant og matfag er et utdanningsprogram hvor det på landsbasis har vært en lav rekruttering og søking, samt at det også har utviklet seg til å bli et utdanningsprogram med en stor andel individuelle søkere.

Det er god tilgang på læreplasser og det er et stort behov for faglært arbeidskraft i regionen, og i omkringliggende arbeidsmarked. Ungdom som går denne retningen er garantert jobb, avdelingen ved HVS har et internasjonalt samarbeid for å bidra til å motivere ungdom, og er i en positiv utvikling. Utdanningsprogrammet rekrutterer lærlinger blant annet til Oslo-regionen. Basert på behovet i arbeidsmarkedet bør tilbudet opprettholdes med samme dimensjonering som i dag.

Service og samferdsel

Utdanningsprogrammet har hatt god tilgang på søkere. Innen reiseliv er det en utfordring med at det er få som søker læreplass, og det er ikke den største tilgangen på relevante læreplasser. Utdanningsprogrammet er blant det beste i Oppland innen entreprenørskap, noe som er viktig kompetanse for ungdommene i fremtidig arbeid. Innen service og sikkerhet er det god tilgang på læreplasser, og det ser ut til å være en økning mot salgsfag hvor Opplæringskontoret for Håndverk og industrifag på Hadeland har et økt antall lærlinger. En del søker påbygg i stedet for læreplass, noe som ser ut til å være bevisst valg av ungdommen. Utdanningsprogrammet foreslås opprettholdt som i dag.

Teknikk og industriell produksjon

Innenfor teknikk og industriell produksjon rekrutteres det elever fra Vg1 til VG2 kjøretøy og VG2 industriteknologi. Innenfor industriteknologi er det flere læreplasser enn søkere, noe som tilsier at det er behov for økt markedsføring mot ungdom slik at det rekrutteres flere fagarbeidere til industrien. Tilgang på arbeidsplasser innen dette fagområdet er bra i egen region og i Raufoss-miljøet.

Innenfor kjøretøy viser statistikken at elevene ikke får læreplass, men det ser imidlertid ut til at det er læreplasser i naboregionene, og det medfører at ungdommen kommer tilbake til Hadeland etter at de har tatt fagbrev i andre regioner. Søkergrunnlaget viser en overvekt på bilfag, der det er det lite lærlingeplasser på Hadeland, men Vg2-elever fra bilfag har tilgang på læreplasser utenom Hadelandsregionen – i arbeidsmarkedet i Akershus, Oslo og til dels i Gjøvikregionen.

OHiH har hatt eget møte med bilbransjen med ledere fra alle merkeforhandlerne på Hadeland hvor det ble det drøftet fremtidig behov for fagarbeidere i årene som kommer. «Samtlige er enige i at vi ikke har råd til å miste billinja ved HVS. Da det i dag er et misforhold mellom antall elevplasser og antall intensjonsavtaler så ble det enighet om at det skal gjøres grep for å forsøke å øke inntaket av lærlinger, samt orientere om mulighetene som finnes innenfor «vifta». Det skal sees på mulighetene for å skape nye læreplasser innenfor både reservedel, hjulutrustning og tyngre kjøretøy. Det skal også arbeides for å skaffe nye lærebedrifter i samarbeid mellom bransjen, OHiH og skolen.» (kilde: Kent Arntzen, OHiH)

Utdanningsprogrammet foreslås videreført som i dag. Det forutsetter en videreutvikling av samarbeid med næringslivet om prosjekt til fordypning og lærlingplasser, slik at det blir bedre balanse mellom Vg2-tilbudene og tilgang på lærlingplasser.

Status formidling av lærlinger – intensjonsavtaler lærlingeplasser

Andel elever som går over til læreplass etter vg2 har i de siste årene vært noe økende for regionen. Det er relativt god formidling av søkerne fra Hadeland innenfor de fleste programområdene. Områder vi ser utfordringer på for Hadelandsregionen er innen dataelektronikk for elektrofagene, skogfaget for naturbruk, reiselivsfaget for service og samferdsel samt alle bilfagene.

I oktober 2013 var det registrert totalt 141 søkere fra Hadeland, hvorav 100 var reelle søkere. Av disse var 81 formidlet (81%). Det er altså 32% flere fra Hadeland som er formidlet på samme tid i 2014. (statistikk fra Kjetil S. Norheim, OFK)

For Hadelandsregionen er det inngått intensjonsavtaler på en del fagområder. (se vedlegg) Intensjonsavtaler for læreplasser er en «temperaturmåler» som viser hvor mange lærlinger bedrifter i regionen har planlagt å ta inn. Med tanke på at det skal være en forutsigbarhet for ungdom som søker videregående opplæring, burde antall intensjonsavtaler ideelt sett vært større og bedre tilpasset næringslivets behov. Bedriftene i Hadelandsregionen består i stor grad av små og mellomstore bedrifter (SMB). Vår erfaring tilsier at SMB har kortere tidshorisont for kompetanseutvikling, noe som gjør at de ikke har langsiktige planer som avdekker deres behov for lærlinger. Denne faktoren må det tas hensyn til når videregående opplæring dimensjoneres.

Tilbakemelding fra Opplæringskontor for Håndverk og Industrifag Hadeland

Daglig leder av opplæringskontor for Håndverk og Industrifag Hadeland, Kent Arntzen har gitt følgende anbefaling i saken på vegne av opplæringskontoret:

«Det er svært viktig å opprettholde et skolesystem som sikrer god fleksibilitet på tvers av utdanningsprogrammene. Det rekrutteres i dag flere lærlinger/lærekandidater som har «feil programfag» og som vi lager ulike undervisningsopplegg for med mål om å ta sentralt gitt eksamen (3102 privatisteksamen). Vi har blant annet nettbaserte undervisningsopplegg som skal sikre «god nok» teoribase innenfor bilfag, anleggsgartner og rørlegger, samt de fleste industrifagene i samarbeid med Norsk Industri (fjernundervisning). Dette betyr at vi må ha en skole som sørger for at elevene får opplæring i fellesfag og at opplæring i programfag til en viss grad kan fylles i samarbeid med næringslivet (eks KEM). Ulike vekslingsmodeller blir derfor viktig å utforme da det kan være store variasjoner i inntak av lærlinger ute i regionene fra år til år og at det derfor blir svært utfordrende å dimensjonere riktig i forhold til næringslivets vekslende behov. Det er viktig å ha en bredde på utdanningsprogrammene i de ulike regionene som sikrer denne muligheten til å være kreativ og tenke fleksibelt»

Videregående opplæring for voksne

Sett opp mot NAV sin bedriftsundersøkelse i 2014, ser det ut til at endringene i sysselsetting har bidratt til økt behov for kvalifisert arbeidskraft i flere bransjer. Undersøkelsen tyder på at helse- og sosialtjenesten og bygg- og anleggsbransjen er de som har størst utfordring med rekruttering av kvalifisert arbeidskraft i Oppland i 2014. Noe som kanskje er en følge av økt sysselsetting i disse bransjene. Samtidig kan det tyde på at samfunnet og bransjene ikke har maktet å tilpasse utdanningen til det markedet har behov for.

Aktiviteten på desentrale studietilbud for voksne innen videregående opplæring i Hadelandsregionen har vært størst innenfor programområdet helse og oppvekstfag, og fag til generell studiekompetanse. Opplæringstiltak som har vært gjennomført siste år er helsefagarbeider, barne og ungdomsarbeider, renholdsoperatør, salgsfag og kontorlag. Karrieresenteret tilbyr opplæring i fellesfag til generell studiekompetanse, med fagene Matematikk, Naturfag, Engelsk, Norsk, Historie og Samfunnsfag, og fordypningsfag i realfag i samarbeid med karrieresenteret på Lillehammer. Karrieresenteret har siste 10 år hatt et gjennomsnitt på ca 130 deltakere innen videregående opplæring for voksne. Mange av deltakerne er unge voksne som søker andre utdanningsprogram, og en del søker for å ta opp igjen og forbedre fag.

Karriereveiledning

Karriere Oppland tilbyr karriereveiledning til alle innbyggere, hvor den enkelte veiledes til å kunne foreta bevisste valg av studier eller jobb. Karriereveiledning er et godt virkemiddel for å bidra til økt gjennomføring av opplæring og senke frafall i videregående opplæring.

Karrierevei for fagarbeidere

Ungdom som ut fra egnethet, kunnskap og interesser velger en yrkesfaglig utdanning mangler i dag tilrettelagte karrieremuligheter. Det er innlysende viktig for fagarbeidere, og for andre voksne arbeidstakere, å få lov til å videreutvikle sin kompetanse i et tilrettelagt system, for samtidig å kunne bli i faget sitt. Denne utfordringen er det viktig å ta på alvor ved å legge til rette for opplæringstiltak i et livslangt perspektiv, for om mulig å motivere flere unge til å gå veien til yrkesfag.³

Oppsummering og anbefaling

Det trengs en opprydding i utdanningsprogrammene, det foreslås å tenke Vestopplandstilbud og fylkestilbud, kompetanseforumet støtter fylkeskommunen i dette. Dimensjonering må baseres på behov, og det må i større grad tenkes regionale og fylkeskommunale tilbud.

Kompetanseforumet støtter rektor i at dagens «vifte» er riktig, og at Hadeland vgs må ha et breddetilbud slik at det blir en robust skole. I tiden fremover blir det viktig å fortsette arbeidet med å finne ut av hvilken kompetanse det er behov for, og se det i sammenheng

³ <http://www.byggekostnader.no/>

med hva som er best for elevene. Bredden i antall utdanningsprogram ser ut til å være riktig ved Hadeland vdg skole i dag.

Tilbudet i videregående opplæring må likevel dreies mer over på arbeidslivets behov. Da det er vanskelig å fremskaffe reelt kompetansebehov som sier noe om hvordan det er på Hadeland ut om 5 – 10 år, må dette arbeidet fortsette, da vi mener det må være en tilnærmet kontinuerlig prosess. Bedriftene i Hadelandsregionen består i stor grad av små og mellomstore bedrifter (SMB). Vår erfaring tilsier at SMB har kortere tidshorisont for kompetanseutvikling, noe som gjør at de ikke har langsiktige planer som avdekker deres behov for lærlinger. Denne faktoren må det tas hensyn til når videregående opplæring dimensjoneres.

Kompetanseforumet utfordrer Hadeland vdg skole til å videreutvikle samarbeidet med arbeidslivet, spesielt på fagområder hvor det elvene har behov for opplæring i bedrift. Samarbeidet kan for eksempel videreutvikles gjennom et utvidet samarbeid med bedrifter om opplæring i faget prosjekt til fordypning innen yrkesfagene.

For dimensjonering av utdanningsprogram ved Hadeland vgs henvises det til uttalelse om hvert utdanningsprogram på s. 5 – 8 i dette notatet. Kompetanseforumet foreslår at:

- Opplæringstilbudet i større grad tilpasses næringslivets behov.
- Bredden i Vg1 tilbud opprettholdes på dagens nivå.
- Drama anbefales vurdert flyttet til Gjøvik. Dans anbefales opprettet ved Hadeland vgs i stedet
- Det vurderes om studiespesialisering med fotball fordypning kun tilbys på et mindre utvalg av skoler i Vest-Oppland.
- Dersom medier og kommunikasjon blir et studiespesialiserende utdanningsprogram, ønskes det opprettholdt på Hadeland vgs. Antall elever på studiespesialisering vurderes opp mot andel elever på yrkesfag det er behov for i arbeidslivet.
- Klima energi og miljø foreslås opprettholdt ved å videreutvikle samarbeidet med næringslivet og opplæringskontoret, for å øke andelen læreplasser.
- Bilbransjen involveres og det tas grep for å forsøke å øke inntaket av lærlinger i bilfag. Det skal sees på mulighetene for å skape nye læreplasser innenfor både reservedel, hjulutrustning og tyngre kjøretøy.
- Kommunene utfordres til å øke andelen læreplasser i helse og oppvekstfag
- Næringslivet må utfordres til kontinuerlig å gi tilbakemelding om kompetansebehov
- Det legges til rette for regionale opplæringstilbud som ivaretar behovet for livslang læring / etter og videreutdanning for arbeidslivet.

Involverte parter

Arbeidet med mandatsaken på Hadeland har involvert ulike parter. Regionalt kompetanseforum har vært arbeidsgruppe, og de har behandlet saken i to møter.

Regionalt kompetanseforum Hadeland består av: regionkoordinator Sigmund Hagen (leder), Tone Elisabeth Andersen (Nav Hadeland), Dagfinn Edvardsen (Hadelandshagen), Åge Svarstad (Jevnaker kommune), Anita Øverland (Gran kommune), Jan Woie (Lunner kommune), Soon Elisabeth Øhrling (Hadeland vdg skole), Kent Arntzen (Opplæringskontor for Håndverk og industrifag Hadeland), Liv-Kari Ringen (Karriere Oppland) og John Kristiansen (Karriere Oppland Hadeland, sekretær)

I tillegg har saken vært drøftet på seminar 3. mars 2015 som kompetanseforumet arrangerte. Deltakere på seminaret var representanter fra offentlig og privat sektor som var invitert til å delta, for å bidra med innspill i saken. I dette møtet deltok følgende:

NAVN	
Linda Skau	Gran kommune
Gard Tekrø	Leder fagopplæringen i oppland
Trond Strand	Sintef Raufoss Manufacturing AS
Arne Skogsbakken	Gran kommune
Marthe Alhaug	Karriereveileder
Harald Tyrdal	Ordfører
Frank I Guneriussen	Daglig leder, Elfob
Knut Lehre	Ordfører
Ragnar Haavi	Opplæringskontoret for ..
Åge Svarstad	Kommunalsjef Jevnaker
Kent Arntzen	OHIH
Dagfinn Edvardsen	Hadelandshagen
Per Ingar Rakbjørg	Leder opplæringskontor, Lunner og Jevnaker kommune
Soon Elisabeth Øhrling	Rektor, HVS
Stein Olaf Henriksen	Ass. Rektor, HVS
Tone Elisabeth Andersen	NAV Hadeland, leder
Kari Anne Jønnes	Politiker, repr. Høyre
Sigmund Hagen	Regionkoordinator
John Kristiansen	Karrieresenteret Hadeland, leder

Vedlegg

Hadeland videregående skole							
Studkode	Nivå	Kursnavn	Søkertall pr. 01.03.2014	Elevtall pr.01.10.2014	Vedtak om dimensjonering 07.11.14	Søkertall pr. 01.03.15	Justeringsvedtak dimensjonering 27.03.15
BA	1	Bygg- og anleggsteknikk	27	35	32	28	40
BA	2	Byggteknikk	20	16	16	25	31
BA	2	Klima-, energi- og miljøteknikk	6	5	5	2	0
DH	1	Design og håndverk	13	15	16	15	17
DH	2	Interiør og utstillingsdesign					
EL	1	Elektrofag	56	32	32	39	33
EL	2	Elenergi	16	16	16	17	16
EL	2	Data og elektronikk	13	15	16	8	16
EL	3	Dataelektronikerfaget					
HO	1	Helse- og oppvekstfag	31	42	32	33	35
HO	2	Barne- og ungdomsarbeiderfag	25	17	16	22	21
HO	2	Helsearbeiderfag	9	16	16	16	20
ID	1	Idrettsfag	49	32	32	57	32
ID	2	Idrettsfag	32	29	32	32	32
ID	3	Idrettsfag	31	31	32	27	32
MD	1	Mus/dans/drama,drama	5	6	12	4	0
MD	1	Mus/dans/drama,musikk	14	15	18	15	18
MD	2	Drama	10	10	15	6	15
MD	2	Musikk	15	13	15	13	15
MD	3	Drama	9	10	15	10	15
MD	3	Musikk	8	10	15	12	15
MK	1	Medier og kommunikasjon	26	18	18	12	19
MK	2	Medier og kommunikasjon	16	17	16	19	19
MK	3	Studieforbered. medier og kommunikasjon	12	13	16	12	16
PB	3	Påbygg til gen stk**	36	39	40	49	30
PB	4	Påbygg til gen stk etter yrkeskomp				11	
RM	1	Restaurant- og matfag	9	25	16	17	22
RM	2	Kokk- og servitørfag	14	7	16	11	21
SS	1	Service og samferdsel	28	47	32	18	33
SS	2	Salg, service og sikkerhet	28	16	18	23	20
SS	2	Reiseliv	6	13	16	14	19
ST	1	Studiespesialisering	119	131	96	87	121
ST	2	Språk, samfunnsfag og økonomi	57	53	50	70	70
ST	2	Realfag	46	43	46	54	59
ST	3	Realfag	44	41	46	46	46
ST	3	Språk, samfunnsfag og økonomi	39	41	50	51	50
TP	1	Teknikk og ind. produksjon	30	31	30	37	37
TP	2	Kjøretøy	18	18	15	18	15
TP	2	Industri teknologi	8	13	15	5	15
		Planlagt Vg3 yrkesfag					
TOTAL			925	931	919	935	1015
**Inkludert 6 søkere uten rett i 2014 og 5 søkere uten rett i 2015							

Intensjonsavtaler

Navn	Kurs	Plasser
1000METERSKOGEN FAMILIE & NAT TOMTER	Barne- og ungdomsarbeiderfaget	1
	Total	1
CEBRINA GRAN AS, CEBRINA HÅRSTUDIO AS	Frisørfaget	2
	Total	2
FAGERTUN SYKEHJEM EIVIND SEIGERUD	Helsearbeiderfaget	1
	Institusjonskokkfaget	1
	Total	2
FIX DAME OG HERREFRISØR DA	Frisørfaget	0
	Total	0
HANS-ERIKS BYGG	Tømrerfaget	1
	Total	1
HØIBYBRÅTEN BYGG AS	Tømrerfaget	0
	Total	0
MYLSBRÅTEN & BERG BYGG AS	Tømrerfaget	0
	Total	0
MØLLER BIL GRAN AS	Bilfaget, lette kjøretøy	1
	Total	1
OPPLÆRINGSKONTOR FOR HÅNDVERK OG INDUSTRIFAG HADELAND	Anleggsgartnerfaget	2
	Bilfaget, lette kjøretøy	1
	CNC-maskineringsfaget	3
	Dataelektronikerfaget	3
	IKT-servicefaget	1
	Industrimekanikerfaget	2
	Institusjonskokkfaget	1
	Kontor- og administrasjonsfaget	1
	Platearbeiderfaget	1
	Produksjonselektronikerfaget	1
	Produksjonsteknikkfaget	3
	Rørleggerfaget	1
	Salgsfaget	2
	Sveisefaget	2
	Tømrerfaget	1
	Total	25
OPPLÆRINGSKONTORET ELKRAFT	Energimontørfaget	7
	Energioperatørfaget	1
	Total	8
OPPLÆRINGSKONTORET FOR FAG I OFFENTLIG SEKTOR HADELAND	Barne- og ungdomsarbeiderfaget	8
	Helsearbeiderfaget	5
	IKT-servicefaget	1
	Institusjonskokkfaget	1
	Kontor- og administrasjonsfaget	1
	Total	16
RIKOLL JOHN MAGNE TØMRERMESTER	Tømrerfaget	1
	Total	1
RØYSUMTUNET HABILITERINGSSENTER	Helsearbeiderfaget	1
	Total	1
SKIAKER BYGG AS	Tømrerfaget	1
	Total	1
TRÅKKET FRISØR AS	Frisørfaget	2
	Total	2
Total		55

Opplæringskontoret Elkraft ansetter lærlinger over hele fylket, men den største andelen havner vanligvis på Hadeland. Enkelte andre opplæringskontorer har også lære plasser på Hadeland, men det får vi ikke sortert ut her (bl.a. har opplæringskontoret for fylkeskommunale lærlinger som regel lærlinger tilknyttet Hadeland vgs.

Planlagt inntak Gran kommune:

- Helsefagarbeider, 7
- Barne og ungdomsarbeider, 4
- Kontorfag, Vurderes
- Institusjonskokk, 1
- Tømrer, Ikke aktuelt
- Andre aktuelle fag dere tar lærling i IT vurderes

Vår ref.: 201200758-37

Lillehammer, 07. januar 2015

Intensjonsavtale om lære plasser i Oppland 2015

Bedrift/opplæringskontor	Opplæringskontoret for fag i offentlig sektor, Hadeland
Organisasjonsnummer	974596075
Bedriftens e-post (hvis ny)	Erljo@lunner.kommune.no (obs, det kommer ny leder i løpet av februar)

I tabellen nedenfor er det oppført det antall lærlinger vi forventer å ta inn i 2015, fordelt på lærefag.

Lærefag	Antall lærlinger	Merknader
Barn- og ungdomsarbeider	7-8	Jevnaker 2 og Lunner 5-6, kan påvirkes av mulig inntak av TAF-lærling. Antallet kan også påvirkes noe av om private medlemsbedrifter ønsker lærlinger.
Helsearbeiderfag	5	Jevnaker 2 og Lunner 3
IKT	1	Lunner
Kontor og adm	1	Lunner
Institusjonskokk	1	Jevnaker

Formidling av lærlinger/lærekandidater er regulert av opplæringsloven.

Overganger Vg2 – lære Hadeland vgs

Oppsummering overgang til læreplass fra Vg2 Hadeland vgs

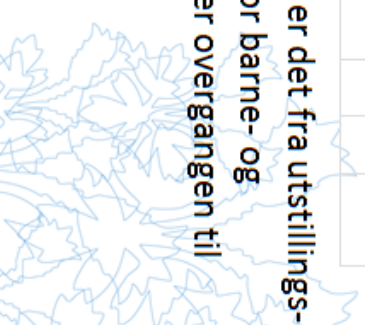
Avgiverturs	Antall elever	Antall søkt læreplass	Andel søkt læreplass	Antall reelle søkere	Andel reelle søkere	Antall formidlet	Andel formidlet	Antall omvalg	Andel omvalg	Antall påbygg	Andel påbygg	Antall ikke søkt	Andel ikke søkt	Antall LK	Andel LK	Overgang til lære
Byggeteknikk	13	11	85 %	11	85 %	9	82 %	1	8 %	0	0 %	2	15 %	0	0 %	69 %
Klima, energi, miljø	5	5	100 %	5	100 %	5	100 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	100 %
Utsillingsdesign	11	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	6	55 %	11	100 %	0	0 %	0 %
Dataelektroniker (Vg3)	9	5	56 %	4	44 %	3	75 %	0	0 %	3	33 %	4	44 %	0	0 %	33 %
Data og elektronikk*	13	2	15 %	2	15 %	2	100 %	1	8 %	3	23 %	11	85 %	0	0 %	15 %
Energi	16	16	100 %	16	100 %	13	81 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	81 %
Barne- og ungdomsarbeider	16	14	88 %	14	88 %	12	86 %	0	0 %	2	12 %	2	12 %	0	0 %	75 %
Helsearbeider	11	5	45 %	5	45 %	4	80 %	0	0 %	2	18 %	6	55 %	0	0 %	36 %
Medier og kommunikasjon**	13	0	0 %	0	0 %	0	0 %	0	0 %	1	8 %	13	100 %	0	0 %	0 %
Kokk og serverer	6	5	83 %	5	83 %	4	80 %	0	0 %	0	0 %	1	17 %	0	0 %	67 %
Reiseliv	12	3	25 %	3	25 %	1	33 %	0	0 %	8	67 %	9	75 %	0	0 %	8 %
Service og samferdsel	15	7	47 %	7	47 %	7	100 %	0	0 %	6	40 %	8	53 %	1	7 %	47 %
Kjøretøy	16	15	94 %	14	88 %	5	36 %	0	0 %	0	0 %	1	6 %	3	19 %	31 %
Industriteknologi	10	8	80 %	8	80 %	8	100 %	1	10 %	0	0 %	2	20 %	0	0 %	80 %
Sum hele skolen	166	96	58 %	94	57 %	73	78 %	3	2 %	31	19 %	70	42 %	4	2 %	44 %

*Data og elektronikk: 5 elever har gått over til vg3 dataelektronikk, 1 er formidlet som elektriker, 1 som dataelektroniker fra vg2

**Medier og kommunikasjon: 12 elever har gått videre til vg3 studieforberedende MK

Størst overgang til lære ser vi fra klima, energi og miljø, med 100%. Lavest overgang er det fra utstillingsdesign og medier og kommunikasjon, med 0%. Legg ellers merke til 75% overgang for barne- og ungdomsarbeiderfaget. Reiseliv ligger lavt, med kun 8% overgang. For skolen totalter overgangen til lære på 44%, mens overgangen til påbygg er på 19%.

Mulighetenes Oppland





Gran, 28. mai 2015

Høringsuttalelse fra HVS – Plan for videregående opplæring i Oppland

Hadeland videregående skole ved ledergruppa, tillitsvalgte og ansatte ved avdeling for Musikk, dans og drama gir samlet følgende innspill:

Hadeland videregående skole startet opp utdanningsprogrammet Musikk, dans og drama i ny skole høsten 2012. Det er først i inneværende skoleår 2014/2015 at utdanningsprogrammet er i drift med tre klasser i programområdene musikk og drama. I realiteten er det først i inneværende skoleår at utdanningsprogrammet har startet opp med alle klasser på alle trinn, og fagområdet drama har dermed fått en liten reell mulighet til å etablere seg i regionen. Sett i lys av dette ønsker skolen at programområdet drama lyses ut i to eller tre skoleår, og starter opp forutsatt et forsvarlig antall søkere. Søkertallene for de tre oppstartsårene representerer et for lite tallmateriale til å være statistisk signifikant, og et tynt beslutningsgrunnlag til en så viktig vurdering som å legge ned programområdet drama i utdanningsprogrammet MDD permanent.

Saksbakgrunn

En naturlig forklaring på at drama trenger noe mer tid til å bygge opp kunnskap om faget både blant rådgivere og framtidige søkere, er at musikk er et timeplanfestet fag i grunnskolen. Det er ikke drama. Den allmenne kjennskapen til drama faget er noe lavere enn til musikkfaget. De fleste skolene i Norge som tilbyr MDD har hatt nedgang i søkertallene de senere årene. Dette er altså ikke spesielt for Hadeland vgs. Selv om det var uheldig at oppstarten av utdanningsprogrammet kom i en tid der den landsdekkende trenden viser nedgang i søkningen, er det ingenting som tyder på at denne trenden vil vedvare. Den kompetansen som tilbys ved utdanningsprogram for drama er, og vil fortsatt være, ettertraktet i arbeidslivet. Vi har tro på at søkertallene til drama vil bli stabilt gode over tid. Dette krever kontinuitet i driften av utdanningsprogrammet.

Musikk- og dramaelevene går i felles klasse. Samspillet mellom musikk og drama på Hadeland gir gode synergieffekter. Vinteren 2015 satte Musikk/dans/drama (MDD) ved Hadeland vgs opp rockemusikalen «RENT». Denne type produksjoner er ikke mulig å gjennomføre uten at både musikk og drama er representert på skolen. Uten drama faget mister musikkelevene mulighet til å arbeide med større tverrfaglige produksjoner. Tverrfaglig forståelse kreves av alle som arbeider både innenfor det profesjonelle kulturlivet, og av de som gjør en innsats i det frivillige kulturlivet. Den samlede klassen får satt sine egne fag i perspektiv fordi de er omgitt av et tverrfaglig miljø. Som eksempel kan nevnes musikkhistorie og teaterhistorie. Disse to fagene utfyller og komplementerer hverandre. Samtidig får elevene repetisjon av, og et nytt perspektiv på, det allmenne historiefaget. Faglærerne ved skolen har etablert et svært godt arbeidsklima med mye utveksling av kunnskap på tvers av fag. Tverrfaglig utveksling av kompetanse lærerne imellom er fruktbart for elevenes utvikling. Dramalærernes kompetanse brukes i vurderingsarbeidet av musikkelevene, og visa versa.

Hadelandregionen er fylkets mest hurtigvoksende region. Hadeland er kjennetegnet ved et rikt kulturliv. Kulturskolen som er felles for Gran og Lunner drifter teatergruppen «Gran og Lunner ungdomsteater» - GLUT. GLUT deltok i vår på «Den unge scene» arrangert av Teater Innlandet. Teatergruppen «Fagertun barne- og ungdomsteater» - FABU har lange tradisjoner for å sette opp

teaterproduksjoner med barn og unge i alderen 10-19 år. «Grymyrgjengen kor- og teatergruppe» er for barn og ungdom fra første klasse til og med videregående, for å nevne noe.

Dette er viktige utviklings- og vekstarenaer for barn og ungdom på Hadeland, og vi mener det er viktig at dette også speiles i utdanningstilbudet regionalt ved å ha et godt og variert tilbud innenfor kunst- og kulturfagene. Dramafaget ved Hadeland vgs kan komplementere og støtte opp om disse tilbudene. Den kunnskapen og kompetansen elevene ved skolen opparbeider seg gjør dem til verdifulle og kompetente aktører i det frivillige kulturlivet både nå og i framtiden, samtidig som det skaffer elevene en verdifull studieforberedende kompetanse for arbeids- og yrkesliv.

Elevene på drama blir gjennom utdanningsløpet brukt som kvalifiserte bidragsytere lokalt til ulike arrangementer, og har også blitt bedt om en opptreden for veilederkorpset til Utdanningsdirektoratet på Gardermoen, noe som viser behov ut over egen region. Utdanningsprogrammet har utviklet et godt samarbeid med både skoler og organisasjoner i lokalmiljøet. Et eksempel er at i vår underviste elever fra Vg3 drama i femteklasse på Trintom barneskole. En sentralisering av dramatilbudet i fylket vil innebære lavere kapasitet og en geografisk begrensing med tanke på denne type bidrag.

Det er gjort store investeringer for å starte opp fordypning i drama ved Hadeland vgs, både når det gjelder byggetekniske løsninger, lysutstyr, lydutstyr, scenografiske elementer, bruk av rom, oppbygning av kostyme- og rekvisittlager, personell mm. Det er lagt ned mye arbeid i å etablere gode rammer for dramaundervisningen, etablere samarbeid med Gjøvik vgs, og i å utarbeide lokale læreplaner. På den måten er det en styrke for fagmiljøet å ha to dramatilbud i fylket. Det fører til kompetanseutveksling og kvalitetssikring av opplæringen. Det er ingen grunn til å tenke på to tilbud som en konkurransesituasjon, men derimot god grunn til å tenke på det som et godt grunnlag for et fruktbart samarbeid. Et større fagmiljø fører til mer diskusjon og utveksling omkring blant annet eksamensformer og arbeidsformer, som igjen fører til kvalitetssikring av det arbeidet som gjøres, spesielt med tanke på vurdering.

Arbeidslivets framtidige kompetansebehov

På nasjonalt nivå har Kunnskapsdepartementet nedsatt Ludvigsen-utvalget, et offentlig utvalg som skal vurdere i hvilken grad skolen dekker de kompetanseområdene elevene vil trenge i fremtiden. Utvalget anbefaler å ha fokus på fire kompetanseområder: Fagspesifikk kompetanse, kompetanse i å lære, kompetanse i å kommunisere, samhandle og delta samt kompetanse i å utforske og skape.

Dramafaget ivaretar i spesiell grad elevenes *formidlingskompetanse* og *samarbeidskompetanse*. Dramafaget kan derfor knyttes direkte til to av kompetanseområdene som Ludvigsen-utvalget trekker fram: Kompetanse i å kommunisere, samhandle og delta samt kompetanse i å utforske og skape. Forskningsprosjektet DICE viser at ungdom som får teater og drama i undervisningen scorer bedre på en rekke områder sammenlignet med elever som ikke får denne undervisningen. Elevene i gruppen som jevnlig deltar i aktiviteter innen drama og teater i undervisningen, føler seg tryggere i lesing, forståelse av oppgaver og i å kommunisere.¹ Elever ved utdanningsprogram for drama trenes systematisk i å formidle med stemme og kropp, og bli trygge på å stå fram og formidle sitt budskap. Det er en sentral del av læreplanen for drama å arbeide både teoretisk og praktisk med temaer som ledelse, gruppedynamikk, arbeidsetikk, dømmekraft og konfliktløsning. Denne kompetansen har stor verdi for enhver arbeidsgiver. Det skaper trygghet og mestringsfølelse hos elevene å arbeide systematisk med disse temaene. Fra forskning vet vi at denne mestringsfølelsen «smitter» over på andre fag, og hever

¹ <http://forskning.no/teatervitenskap/2010/11/flinkere-elever-med-drama-i-skolen>

elevens prestasjoner *også i basisfagene*.² Dramafaget gir i likhet med det kompetanseforumet skriver om Design og håndverk, personlig utvikling og motivasjon for å fullføre videregående opplæring.

Dramafaget har lang tradisjon for å brukes som metode for å lære andre fag. Elever som har gått drama har spesialkompetanse i dette gjennom faget «Drama og samfunn» på vg3. Elevene arbeider både teoretisk og praktisk med læringsteori og didaktikk. De lærer dramametoder som kan brukes i undervisning i andre fag enn drama, for eksempel norsk, engelsk, matematikk og samfunnsfag. Dramafagene danner således et spesielt godt grunnlag for å bli en dyktig lærer i framtiden, et yrke vi vet det vil være voksende behov for framover. Lærerkreftene i dramafagene kan også bidra med sin kompetanse til å styrke undervisningen i fellesfagene internt på skolen.

Dans ved HVS

Anbefalingen om å starte opp fordypning i dans ved Hadeland vgs frarådes. Det vil i tilfelle kreve at det bygges minst en ny dansesal, samt nyansettelser av lærere. Dansesaler er særdeles dyre rom å bygge, spesielt er kravet til areal, lydisolasjon og gulvmateriale fordyrende. Det er lagt ned store ressurser i å starte opp programområdet drama i utdanningsprogrammet MDD ved Hadeland vgs. Større ressurser vil måtte kreves for at skolen skal kunne tilby dans og vil, etter vårt skjønn, ikke være formålstjenlig i det store bildet med hensyn til felles ressursbruk.

² *The WOW factor, Global research compendium on the impact of the Arts in education*, Bamford 2006

Søknad midler Srek på Hadeland 2015

Hadeland Orienteringslag er i full gang med å forberede et gratis lavterskeltilbud for å fremme folkehelsen på Hadeland. Tilbudet kalles Srek på Hadeland og benytter seg av det meget suksessfulle konseptet med stolpejakt fra Gjøvik og Toten. I 2013 startet Gjøvard Orienteringslag opp stolpejakt på Gjøvik under navnet Srek på Gjøvik. I løpet av 2 år er nå 10% av innbyggerne på Gjøvik og Toten kommunene aktive deltagere i tilbudet. Vi starter nå opp Srek på Hadeland med stolpejakt den 10 mai. Tilbudet kommer være tilgjengelig helt frem til 1. November. Ettersom Vi bygger videre på konseptet fra Gjøvik og Toten og leier de digitale tjenestene fra dem har dette vært med på å forenkle vår oppstart.

Stolpejakt er en enkel aktivitet som alle kan gjøre, uansett alder eller funksjonshemninger. Stolpene plasseres ut i nærområder og er markert i kartbrosjyrer som blir distribuert gratis til alle husstandene på Hadeland. Med dette kan alle innbyggerne på Hadeland komme seg i aktivitet med turmål i deres eget nærområde både gående, syklende eller i rullestol.. Tilbudet er en ypperlig mulighet å oppnå "Dine30" minutter med fysisk aktivitet hver dag. Stolpene kan også finnes og registreres ved hjelp av en smarttelefon-app.

I 2015 skal Hadeland O-lag sette ut 100 stolper fordelt i nærmiljøene på Hadeland. For denne sesongen kommer stolpene utplasseres rundt Harestua, Jevnaker, Gran og Brandbu. Se mer informasjon om tilbudet i den vedlagte prosjektpresentasjonen og prosjektbeskrivelsen.

Det første året er det en del nybrottsarbeid som må gjøres. Det er utarbeidelse og ajourføring av kart for de aktuelle områdene. Videre vil det være investeringer i stolper og kjøp av digitale tjenester i webside/app for registrering av stolpene. Kartbrosjyrer skal designes, trykkes og distribueres. I tillegg er det en del mindre kostnader for trykking av informasjonsmateriale osv. Totalt regner vi med kostnader i dette oppstartsåret på kr 300.000,-.

Vi håper å kunne fortsette prosjektet i mange år fremover. Mange av kostnadene dette året er å regne som oppstartskostnader som utarbeidelse av kart, innkjøp av stolper og deler av de digitale tjenestene. Samtidig håper vi i årene fremover å kunne videreutvikle prosjektet til å inkludere flere av nærområdene på Hadeland så flere får tilbudet i sitt nærområde og vi kan bli bedre kjent i flere av områdene rundt om i vår fantastiske region.

For å lykkes med å heve folkehelsen er det viktig at tilbudet blir et lavterskeltilbud. For å gjøre dette vil vi tilby Srek på Hadeland gratis, det vil foregå i nærområdene hvor folk bor eller oppholder seg og alle husstander får tilsendt en kartbrosjyre. Dette håper vi skal motivere de som i dag er inaktive og gi dem motivasjon til å komme seg i fysisk aktivitet.

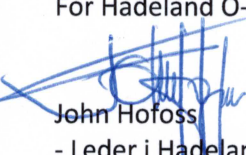
Vi håper dere synes det er et spennende tilbud som kommer til regionen og forhåpentligvis vil være til glede og nytte for innbyggerne på hele Hadeland og tilreisende. Nå i friluftlivets år så passer dette tilbudet perfekt!

For å finansiere tilbudet søker vi samarbeidspartnere innen næringslivet, stiftelser og det offentlige som ønsker å assosieres og bidra til et helsefremmende lavterskeltilbud og styrke identiteten Hadeland. Vi tilbyr tilbake at samarbeidspartnerne vil synes i kartbrosjyrene og digitalt på web og smarttelefon-app. Det er også mulighet til å "kjøpe" stolpenes navn og plasseringer.

Næringslivet har vist seg å være forholdsvis positive til prosjektet og vi har fått inn i underkant av kr 100.000,- i sponsorinntekter. Her har Hadeland Energi AS som tidlig gikk inn som Generalsponsor og medarrangør stått for en betydelig andel og sikkerhet slik at vi kunne dra i gang prosjektet. Det er også søkt stiftelser og fylkeskommunen om støtte til prosjektet slik det vedlagte budsjettet i prosjektbeskrivelsen viser. Disse midlene er enda ikke fordelt.

Med dette som utgangspunkt søker vi derfor Region Hadeland om tilskudd på kr. 75.000,- til prosjektet Srek på Hadeland 2015.

For Hadeland O-lag



John Hofoss

- Leder i Hadeland O-lag



Sprek på Hadeland

Et gratis lavterskeltilbud for bedret folkehelse på Hadeland.

Hadeland O-lag ønsker å starte et nytt mosjonstilbud på Hadeland, "Sprek på Hadeland". Det er et gratis lavterskeltilbud som foregår i nærmiljøet. Målgruppen for tilbudet er alle innbyggerne i kommunene uansett alder eller funksjonshemninger, men med et spesielt fokus på å få de som i dag er inaktive til å nå "Dine30" minutter med fysisk aktivitet hver dag. Deltakerne skal jakte på "stolper" som plasseres ut i sentrumsnære områder. I 2015 planlegges det å starte opplegget på Brandbu, Gran, Harestua og Jevnaker. Kommende år vil tilbudet utvides til flere av nærmiljøene i kommunene.

Det er blitt avvirket tilsvarende stolpejakt i Gjøvik i 2013 og 2014 og i Vestre- og Østre Toten i 2014. Deltakerne kan gå, løpe eller sykle for å finne stolpene. Mange av dem er også tilgjengelige for rullestolbrukere. Stolpene finner deltagerne ved hjelp av gratis kartbrosjyrer som blir distribuert ut til alle husstandene på Hadeland, eller via en smarttelefon app og dens innebygde GPS. I år vil det bli plassert ut 25 stolper på hver av de fire tettstedene på Hadeland, totalt 100 stolper.

Det er flere måter en kan registrere "stolpene" på. En kan notere koden i skjemaet som finnes på kartet, ved at man kan registrere seg på hjemmesida www.stolpejakten.no og legge inn kodene der, eller en kan laste ned appen vår til sin smarttelefon og registrere kodene ved å bruke QR-koden som finnes på hver stolpe.

Ved sesongslutt trekker vi ut noen deltakere som premieres.

Med gode samarbeidspartnere i kommune, fylke og blant private bedrifter på Hadeland ønsker vi å gjøre "Sprek på Hadeland" til et gratis tilbud. Kartet med stolpeplasseringene for Brandbu og Gran deles ut til alle husstandene i Gran kommune, mens kart med alle stolpeplasseringene på Harestua og Jevnaker deles ut til alle husstandene i Lunner og Jevnaker kommune.

Orienteringslaget Gjø-Vard gjennomførte prøveprosjektet "Sprek i Gjøvik" i 2013. Hensikten var å stimulere flere til å delta i lavterskel trimtilbud i nærmiljøet. I 2014 ble opplegget utvidet til også å gjelde de to kommunene på Toten. Deltakertallene fra Gjøvik og Toten viser at de har lyktes med å nå ut til meget stor del av kommunenes innbyggere med over 6000 unike brukere i 2014. Det betyr at over 10% av befolkningen på Gjøvik og Toten har tatt del i opplegget.

I 2015 ønsker Hadeland O-lag å utvide opplegget til Hadeland. Ansvarlig for gjennomføringen av prosjektet er Hadeland O-lag. Opplegget på Hadeland kommer til å være basert på de samme tekniske og praktiske løsningene som på Gjøvik og Toten. En slik gjenbruk av konseptet vil få økt oppslutning og sparer på ressursene.

Forskning de senere år viser at både yngre og eldre i samfunnet har blitt mer inaktive. Noen grupper faller av ulike grunner helt utenfor dagens organiserte idrettsaktiviteter i våre kommuner. Kanskje kan vi være med på å bidra til økt fysisk aktivitet i disse gruppene.



Målsetting

Overordnet mål:

Sprekere befolkning på Hadeland. Flere i fysisk aktivitet.

Hovedmål:

I løpet av 2015 skal totalt 3000 personer på Hadeland ha registrert seg. Mål om 1500 i Gran kommune og 750 i Jevnaker og Lunner kommune.

Delmål:

- Igangsetting 10. mai 2015. Oppsetting av stolper i Brandbu, Gran, Harestua og Jevnaker.
- Utvidelse til flere områder i alle tre kommunene i 2016.

Målgrupper

Målgruppene for prosjektet er:

- Aldersgruppa 0-100. Funksjonsfriske og funksjonshemmede. Alle som bor i kommunen. Tydelig folkehelseprofil.
- Ungdom. Bruk av en smarttelefon app for registrering av stolper og med muligheter for å laste ned kartene på mobiltelefonen vil også gi opplegget en ungdomsprofil.
- Vi ønsker å nå både fysisk inaktive og personer som savner et lavterskeltilbud i sitt nærområde.
- Organisasjoner, Institusjoner, klubber med mer.
 - Ulike mosjonsgrupper/trimgrupper
 - Folk med rehabiliteringsbehov
 - Frisklivsentralen
 - Frivillighetssentralen
 - Skoler
 - Barnehager
 - Bedriftsidretten
 - Innvandrere
 - Fysak
 - Idrettslag
 - Verdens aktivitetsdag 10. mai (Oppstart)
 - Friluftslivets år

”Sprek på Hadeland” – Gjennomføring

Stolper settes ut på sentrumsnære kart. Hver stolpe består av en meterhøy trestolpe med nummer, en bokstavkode og en QR-kode for de som vil bruke smarttelefonen.

Stolpene har ulik vanskelighetsgrad etter hvor vanskelige de er å finne (Det er ikke nødvendig med gode kunnskaper i bruk av kart eller kompass):



- Grønn: Svært lett. Stolpene kan nås med rullestol
- Blå: Lett
- Rød: Middels
- Svart: Vanskelig, men oppnåelig uten spesiell karterfaring

Kartene deles ut til samtlige husstander i kommunene. I tillegg vil de finnes på et utvalg steder som f. eks. treningssentre, noen butikker og bank. Det blir etablert en egen web-side der registrering kan gjøres av hver enkelt deltaker. Registreringen kan gjøres både manuelt og elektronisk.

Det blir i 2015 satt ut 100 stolper i Brandbu, Gran, Harestua og Jevnaker. Totalt antall blir det satt ut 25 i Brandbu, 25 i Gran, 25 i Harestua og 25 i Jevnaker.

Finansiering

Tilbudet er gratis for alle brukerne og det trekkes ut gavepremier blant deltagerne. Samtidig er det en del oppstartsutgifter for opplegget som kartproduksjon, trykk og distribusjon, programmering og tilgang til appen og webside og materielle kostnader for stolper og dekal.

For å finansiere prosjektet søker vi samarbeidspartnere som ønsker å assosieres med et og bidra til et positivt og helsefremmende lavterskeltilbud som tilbys gratis til alle innbyggerne i de tre kommunene.

For samarbeidspartnere tilbyr vi blant annet annonseplass på kartbrosjyrene, muligheter til å "kjøpe" stolpene eller stille med gavepremier til prosjektet. Alle samarbeidspartnere og sponsorer får annonseplass på prosjektets hjemmeside med link til egen hjemmeside.

Budsjett for Sprek på Hadeland 2015

Kostnader:		
Kart - synfaring, digitalisering, design	120 000	
Karttrykking	50 000	
Distribusjon av kartbrosjyre	20 000	
Kjøp av digitale tjenester	40 000	
Prosjektledelse	40 000	
Innkjøp stolper	10 000	
Infomateriell	10 000	
Diverse	10 000	
	300 000	
Finansiering:		
Lokalt næringsliv	90 000	Ok
Oppland fylkeskommune	25 000	Stipulert
Kommunal/region støtte	75 000	Stipulert
Stiftelser etc	100 000	Stipulert
Egenfinansiering	10 000	Ok
	300 000	



Utfrå de erfaringene på Gjøvik og Toten de siste 2 årene skal dette være tilstrekkelig for å gjennomføre prosjektet "Sprek på Hadeland". Deler av utgiftene til dataløsninger og utarbeiding av egnede kart vil delvis være engangsutgifter ved oppstart av prosjektet.

Fremdriftsplan Sprek på Hadeland

- 31. januar – Hovedsponsor på plass
- 1 februar – Dokument med prosjektpresentasjon og sponsorpakker på plass
- 1 februar – Grunnlag for kartproduksjon på plass
- 1 februar – Avtale klar med trykkeri
- 6 februar – Distribusjon på plass
- Februar – Starte Facebookgruppe
- 15 februar - 30 mars – Søke samarbeidspartnere til prosjektet
- 15 mars - Kartproduksjon ferdig
- 1 april – 15 april – Avklare med grunneiere og bestemme endelige stolpeplasseringer
- 20 april – Endelige kartfiler, tekst, bilder og sponsorlogoer oversendt til trykkeri
- 20 april – Endelige kartfiler og stolpekoordinater oversendt til app utviklere
- 1 mai– Kart trykt og hentet på trykkeriet
- 1 - 10 mai – utplassering av stolper
- 7 - 10 mai – distribusjon av kart
- 10 mai – Oppstart – Verdens aktivitetsdag
- 1 november – Stolpene tas inn og gavepremier trekkes ut blant deltagerne

Brandbu, 6. januar 2015.

For Hadeland O-lag

Hans Jørgen Kvåle (prosjektleder)

John Hofoss (leder Hadeland O-lag)

Til Regionrådet for Hadeland

Sigmund Hagen
Vibeke Buraas Dyrnes

Brandbu 26.05.15

Søknad om støtte til prosjekt Oktoberfest i Brandbu, 1. til 3. oktober 2015.

Takker for hyggelig møte og samtaler på telefon. Som fortalt er vi i gang med å etablere arrangementet Oktoberfest i Brandbu. Vår ambisjon er at dette skal bli et årlig arrangement. Vår Oktoberfest skal være tuftet på de samme tankene som lå til grunn for den første Oktoberfesten som ble arrangert i München så tidlig som i oktober 1810. Det skal være en folkefest for alle, og det skal i størst mulig grad benyttes varer og tjenester fra lokalt næringsliv og leverandører. Videre ønsker vi å skape et "utstillingsvindu" hvor lokale arister, musikere, kor og andre får mulighet til å presentere seg på en stor scene med profesjonell lyd- og lysrigg.

Eli Kristin Hansveen, Hege Blaker, Gunda Marie Bruce og Ann Beate Solstad Eide.

Vi har, i all ærbødighet, sett hva noen har klart å skape ved å forene krefter blant artister og musikere i sitt lokalmiljø. Vi tenker på Sommerslagere på Gjøvik Gård, Urbane Totninger på Kapp og Hønefoss revyen, for å nevne noen. Vi har mange fantastiske artister og musikere på Hadeland, og vi har tatt initiativet til å sette sammen en showgruppe av de ovennevnte artistene. Arbeidet med forestillingen er godt i gang, og vi tror at vi kan love et "fyrverkeri" i teltet på Oktoberfesten. En vellykket forestilling med lokale artister tror vi også vil skape lokal stolthet. Så langt har vi kunnet sette prosjektet i gang, med et muntlig tilsagn om støtte fra Regionrådet. Dette takker vi for!

Slik prosjektet står pr. dags dato, er showet ment gjennomført uten musikere på scenen, med backinger innspilt i studio. Dette fordi det ikke er økonomi til å kunne engasjere musikere. Hele showet og opplevelsen ville selvfølgelig vært mye større med musikere på scenen, men da er vi avhengig av ytterligere støtte.

Vedlegger et budsjett for prosjektet og håper Regionrådet for Hadeland vil se positivt på denne søknaden!

Med vennlig hilsen
for arrangementskomiteen

Ole Vidar Lien
Konsulent, Brandbu og Omegn

Budsjett

Eli Kristin, Hege, Gunda Marie og Ann Beate:
kr 15.000,- x 4

kr 60.000,- Bekreftet beløp

Musikere

kr 40.000,- Estimert beløp

Utskriving av arrangement

kr 10.000,- Estimert beløp

Pre produksjon (studio)

kr 10.000,- Estimert beløp

kr 120.000,-

Vi håper selvfølgelig på noe billettinntekter, fredag 2. oktober, når showet skal gå av stabelen. Inntektene skal i sin helhet gå til å dekke kostnader ved showet. Vi er svært takknemlige over at vi har fått tilsagn om støtte fra Regionrådet på kr 50.000,-. Vårt spørsmål er om det er mulig å søke om ytterligere kr 40.000,-. Med en ramme på 90.000,-, og noe billettinntekter vil vi kunne gjennomføre prosjektet med gode forberedelser og "live" musikere på scenen.

Avslutningsvis kan vi nevne at en slik forestilling i fremtiden skal kunne spilles flere ganger, noe som vil gi et bedre utgangspunkt for finansiering.



PROSJEKTPLAN 2015

Hadeland -nært og naturlig

– Regionrådet for Hadeland sitt tilflyttings- og etableringsprosjekt

Prosjekteier	Regionrådet for Hadeland
Prosjektansvarlig	Regionkoordinator Sigmund Hagen
Prosjektleder	Vibeke Buraas Dyrnes

Innholdsfortegnelse:

1. Innledning.....	2
2. Bakgrunn for prosjektet/ forankring.....	2
3. Formål	3
4. Mål (hva skal konkret leveres av prosjektet).....	3
5. Omfang og avgrensning.....	4
6. Hovedinnhold og faser, varighet.....	5
7. Suksessfaktorer.....	8
8. Rammebetingelser.....	8
9. Organisering med prinsippansvarskart, roller og ansvar.....	8
10. Budsjett.....	9
VEDLEGG.....	10

1. Innledning

Hadeland har et stort vekstpotensial i kraft av regionens sentrale beliggenhet i forhold til Oslo, Gardermoen, Gjøvik og Hønefoss. Vekst i form av befolkningsutvikling og ny næringsetablering er både mulig og ønskelig.

“Hadeland – nært og naturlig” er en regional satsing for å bistå kommunene med å nå målene i kommunalplaner og regionale planer /Fylkesdelsplan. Prosjektet startet opp i 2007. Prosjektet er dynamisk utformet og hele tiden under utvikling, og derfor revideres prosjektplanen årlig.

2. Bakgrunn/forankring

“Hadeland – nært og naturlig” er en satsing forankret i flere planer.

- Fylkesdelplan for Hadeland 2004 – 2015¹
- Regionalt handlingsprogram 2014 fra OFK
- Kommuneplanene til Jevnaker, Lunner og Gran
- Regional plan for Hadeland 2014-2021²

Det er ulike utfordringer i regionen som det er ønskelig at prosjektet «Hadeland – nært og naturlig» jobber for:

- Profilering og synliggjøring av Hadeland for å oppnå økt bevissthet blant befolkningen på Østlandet om Hadeland som attraktiv bo- og etablererregion, med kort vei til Oslo, Hønefoss og Gardermoen.
- Stimulere til gode aktiviteter som underbygger at regionen er attraktiv
- Stimulere til god og gjennomtenkt stedsutvikling
- Videreføring av regionens fokus på fornybar energi og bærekraftig utvikling
- Stimulere til flere lokale arbeidsplasser

Befolkningsvekst:

Per 1.1.2014 var total befolkning på Hadeland 29075. Lunner og Gran har nå et mål om en befolkningsvekst på 1,5%, og Jevnaker har et mål om 1%. Veksten de siste årene har totalt vært mye lavere enn dette, og vil har ikke nådd kommunenes mål som står beskrevet i Fylkesdelsplanen om 31 000 innbyggere i 2015.

Det er allikevel positiv vekst i alle kommunene, men det er et ønske om at denne skal være høyere. Det er derfor fortsatt viktig med tiltak for å stimulere til å øke befolkningen på Hadeland.

¹ Det jobbes med ny Regional plan for Hadeland, som erstatning for denne Fylkesdelsplanen

² Regional Plan for Hadeland 2014-2021 ble vedtatt av fylkestinget 18.februar

Historie

Det ble gjennomført et forprosjekt i 2006-2007, og hovedprosjektet "Bo- og etablererregion Hadeland" ble startet opp i oktober 2007. Våren 2011 skiftet prosjektet navn til «Hadeland – nært og naturlig».

Eksempler på ulike tiltak og satsinger som har blitt gjennomført de siste årene er: Utplassering av skilt på hovedinnfartsåre, evaluering av prosjektet, utarbeiding av kommunikasjonsstrategi, undersøkelser av målgruppene og jevnlig markedsføringsarbeid.

Målgruppe

De prioriterte målgruppene for prosjektet er egne innbyggere, barnefamilier i Oslo og omegn, mobile og høyt utdannede arbeidstakere, bedriftsledere og gründere³. Det er også et mål for prosjektet å bistå kommunene og andre utviklingsaktører i arbeid med stedsutvikling og utbyggingsprosjekter.

3. Formål (hvorfor, hva skal oppnås)

Formålet med prosjektet er å bidra til at:

«Hadeland blir den mest attraktive tilflyttings- og etablererregion på Østlandet for den som vil leve i takt med naturens bæreevne».

4. Mål (hva skal konkret leveres av prosjektet)

Hovedmål for «Hadeland – nært og naturlig» er å bidra i prosesser og tiltak som arbeider for at Hadeland skal bli en attraktiv og grønn bo- og etablererregion, og at befolkningstallet og antallet lokale arbeidsplasser øker.

Prosjektet har selv ikke kapasitet eller ressurser til å nå målene på egen hånd. Det er derfor viktig å spille på lag med andre som jobber mot samme mål, og gjøre andre gode.

«Hadeland – nært og naturlig» vil i 2014 bestå av følgende delprosjekter:

1) Synliggjøre og markedsføre Hadeland som attraktiv, grønn og bærekraftig region.

- Mål:
- Hadeland skal bli bedre kjent utover regionens grenser
 - Kommunene får ønsket befolkningsvekst
 - Befolkningen skal føle stolthet for Hadeland og omtale regionen i positive ordelag til alle de snakker med.
 - Regionen skal oppfattes som næringsvennlig/etablerervennlig/attraktiv i forhold til sammenlignbare regioner.

³ Se mer om målgrupper s.8 i kommunikasjonsstrategien – vedlegg 4

- Stimulere til at regionen blir ledende for bærekraftig samfunnsutvikling, og at den er et godt eksempel for bærekraftig miljøbruk i alle ledd, hvor bruk av fornybar energi skal prioriteres.

2) Bidra i arbeidet med stedsutvikling

Mål: at det etableres tilgjengelige, bærekraftige og attraktive bomiljøer og tettsteder

3) Bidra i arbeidet med å få flere til å etablere kompetansebaserte virksomheter på Hadeland, og til å få utviklet et næringsliv i takt med naturens bæreevne.

4) Bidra i arbeidet for en mer aktiv boligpolitikk fra kommunene på Hadeland:

5. Omfang og avgrensning

Hadeland- nært og naturlig er ikke et enkeltstående prosjekt, men en overordnet organisering av flere delprosjekter som skal jobbe for formålet nevnt over.

Det handler først og fremst om «å gjøre andre gode», dvs at mange av målene kun kan oppnås gjennom samarbeid med andre aktører, ikke gjennom egne tiltak. Det er viktig å fungere som døråpner og nettverksskaper.

Prosjektet må hele tiden vurderes og justeres ut fra hva som synes mest hensiktsmessig innenfor vedtatt ramme. Prosjektet vil tjene på en dynamisk gjennomføring.

«Hadeland – nært og naturlig» støtter opp om relaterte prosjekter. Det kan være prosjekter initiert eller støttet av Regionrådet for Hadeland, av kommunene, næringshagen, private og andre, som også jobber for at Hadeland skal være en god bo- og etablererregion. Disse prosjektene kan i ulik grad være med å oppfylle målsettingene til prosjektet. En liten del av budsjettet er avsatt for å støtte aktiviteter/tiltak som bidrar til at Hadeland blir mer synlig og attraktiv ved å skape økt trivsel i regionen eller at Hadelands fortrinn blir kjent utenfor regionens grenser⁴.

Prosjektleder har også støttet prosjekter ved å fungere som sekretær/ koordinator i arbeidsgrupper. Eksempel på slikt arbeid er Øståsen Skiløyper og 9 andre idrettslag på Hadeland sitt arbeid med å sette opp nye skilter og tavler på turstier/ skiløyper og sykkelruter på Hadeland.

En kan i løpet av prosjektperioden se for seg at det utvikles flere prosjekter som vil få konsekvenser for "Hadeland – nært og naturlig". Se vedlegg 3 for oversikt over en del relaterte prosjekter.

⁴ Se mer om dette i Vedlegg 1, s.11

6. Hovedinnhold - tiltak

I tillegg til nettverksbygging og samarbeid med andre, vil det arbeides med egne aktiviteter.

I 2013 ble prosjektet evaluert, og det ble utarbeidet en langsiktig kommunikasjonsstrategi for «Hadeland – nært og naturlig». Ut fra denne ble det laget en handlingsplan for markedsføringstiltak⁵. Gjennomføringen av tiltakene i handlingsplanen har vært en stor del av prosjektet i 2014, og vil også være det i 2015.

Prosjektet er dynamisk, og i henhold til kommunikasjonsstrategien og handlingsplanen vil flere tiltak bli utarbeidet i løpet av året.

1) DELPROSJEKT 1: Synliggjøre og markedsføre Hadeland som attraktiv, grønn og bærekraftig region.

Tiltak	Samarbeid med	Ansvar	Når
Følge opp markedsføringstiltak i henhold til handlingsplan/strategi Eksempler på viktige tiltak i 2015: - Informasjonskampanje: Lage medieplan med saker som forhåpentligvis kan selges inn til regionale og nasjonale medier. - Informasjonskampanje: Samarbeide med kommunene om velkomstpakker til nyinnflyttede. Hensikt er å gjøre kommuneansatte til ambassadører for regionen, og å gi nyinnflyttede en tilhørighet til Hadeland fra første dag. Inneholder ulike elementer, som faddere, velkomstmøter, gratis tilbud på aktiviteter, brosjyre/info - Markedsføre ledige stillinger i regionen Det lages en landingsside «hadelandsjobb.no», og denne markedsføres digitalt og målrettet - Dagens spørsmål: Leverer spørsmål om Hadeland til avisen Hadeland som del i et samarbeid om økt engasjement om regionen	Axent Kommunikasjon Axent kommunikasjon Avisen Hadeland	VBD	Høst 2015 Februar-april Januar

⁵ Handlingsplanen er utarbeidet på bakgrunn av tiltaksplan i kommunikasjonsstrategien. Denne er et dynamisk dokument, og ligger derfor ikke vedlagt prosjektplanen.

- Gjennomgang og konkretisering av målgrupper, samt se på hva som er relevante arenaer for å treffe målgruppene - Film – videreutvikle filmer til bruk av markedsføring av regionen som attraktiv	Axent Kommunikasjon		Vår 2015
	Enjoy Media		Vår/sommer 2015
Drift og oppdatering av hjemmesiden regionhadeland.no og ledigtomt.no - sidene trenger redigering både på innhold, lay-out og design Markedsføre gjennom web-sidene og gjennom egen Facebookside: "Hadeland"⁶	Eksternt IT-firma	VBD	Vår/ sommer 2015
Markedsføre/distribuere logo/profil: • Fortsatt distribuere bodyer til alle nyfødte på Hadeland med logo og slagord gjennom helsestasjonene • Lage flere profileringsartikler med logo og slagord • Følge opp og oppfordre bruken av logo/profil av eksterne brukere	Kommunene	VBD	Løpende
		VBD	Løpende
		VBD	Løpende
Velkomstskilt på hovedinnfartsårene • Utplassering av det siste skiltet i Jevnaker hvis det er mulig • Oppfølging av vedlikehold i henhold til avtale	Jevnaker kommune	VBD	? ⁷
	Mesta	VBD	Løpende
Markedsføre regionen gjennom å delta i Osloregionens faggruppe og andre relevante møtepunkter	Osloregionen	VBD	Løpende
Markedsføre regionen gjennom Oppland Pluss	Oppland FK/ Oppland Pluss	VBD	Løpende

⁶ <http://www.facebook.com/regionhadeland>

⁷ Grunneier gir ikke tillatelse til utplassering av skilt, derfor er det uvisst når dette kommer opp

DELPROSJEKT 2 - Bidra i arbeidet med stedsutvikling: tilgjengelige, bærekraftige og attraktive bomiljøer og regionsenter.

Tiltak	Samarbeid med	Ansvar	Når
Bidra i stedsutviklingsprosjekter som tar sikte på bærekraftig, funksjonell og estetisk bolig- og næringsutvikling. Støtte opp om slike prosjekter der det ikke er aktuelt eller interessant at prosjektleder er med direkte i arbeidet.	Lunner kommune/ Lunner Almenning/ Framtidas Bygder Jevnaker kommune/ Ringerike Utvikling/ Jevnaker 2020 Gran kommune/ Landsbyen Brandbu	VBD	Løpende
Støtte til arrangementer/ sosiale møteplasser ol	Arrangementsutvikler/ Relevante prosjekter og aktører	VBD	Sommer/høst 2015
Ungdomssatsing – «Trygt hjem for en 50-lapp» og støtte «Aktiv sommer» og «Filmfokus»	Kulturkontorene og OFK	VBD	Løpende

DELPROSJEKT 3 - Bidra i arbeidet med å få flere til å etablere virksomheter på Hadeland, og til å få næringsaktører til å utvikle og synliggjøre grønt engasjement:

Tiltak	Samarbeid med	Ansvar	Når
Bidra i arbeidet med planlegging og gjennomføring av Hadelandskonferansen og Hadelandsmessa 2015	Hadelandshagen/ programkomiteen for Hadelandskonferansen	VBD	Løpende
Samarbeide med næringsansvarlige i kommunene og Hadelandshagen for markedsføring av Hadeland som en attraktiv næringsregion	Kommunene/ Hadelandshagen	VBD	Løpende
Lage brosjyrer som næringslivet kan få til utdeling	Rabalderfabrikken	VBD	Vår 2015

DELPROSJEKT 4 – Bidra i arbeidet for en mer aktiv boligpolitikk fra kommunene på Hadeland:

Innhente faglig kunnskapsgrunnlag for hva som bør gjøres for at kommunene skal tiltrekke seg flere innflyttere	Telemarksforskning og kommunene	VBD	Vår 2015
Bistå kommunene i å arrangere temadag/seminar med politikere som grunnlag for å utvikle boligplaner/planer for økt befolkning	Kommunene/ plan- og næringsrådgivere	VBD	Mai

7. Suksessfaktorer

- At kommunene tilrettelegger godt for samarbeid med prosjektet, både på ledelsesnivå og nedover i organisasjonene
- At kommuner og andre aktører tar målet om bærekraftig utvikling på alvor, slik at regionen kan vise konkrete eksempler og ikke bare «tomme ord»
- At næringslivsaktører er villig til å samarbeide med prosjektet
- At kommunene har vilje til å utvikle forpliktende samarbeid og entusiasme innad i regionen
- At det samarbeides bra med relaterte prosjekter og andre relevante samarbeidspartnere
- At det bevilges nok penger til ulike tiltak i prosjektet
- At prosjektet utvikles og er dynamisk, blant annet med tanke på den mulige kommunereformen/ kommunesammenslåing

8. Rammebetingelser

Prosjektet er vedtatt å være en av regionens hovedsatsinger tom 2015. «Hadeland – nært og naturlig» er utviklet til å bli regionens spissede profil. Dette krever tilstrekkelige satsing. For at det skal bli rom for gjennomføring av egne tiltak, i tillegg til lønnsutgifter til prosjektleder må kostnadsrammen være minimum være 1 200 000 kr pr år.

I 2015 er det mange kostnadskrevende tiltak på gang, og for å få gjennomført disse kreves det en økt satsning fra opprinnelig budsjett på 1 500 000 kr, til en ramme på 1 700 000.

9. Organisering med prinsippansvarskart, roller og ansvar⁸

Prosjekteier	Regionrådet for Hadeland v/leder Harald Tyrdal
Prosjektansvarlig	Regionkoordinator Sigmund Hagen(PA)
Prosjektleder	Vibeke Buraas Dyrnes
Styringsgruppe	Ordførere og rådmenn i Jevnaker, Lunner og Gran og Regionkoordinator

⁸ Se også Vedlegg 2

10. Budsjett

Element/aktivitet	2015	Revidert budsjett juni 2015
Prosjektleder lønn (inkl. adm. kostnader, sos.utg. og husleie)	630 000	630 000
Drift, oppgradering og markedsføring av www.regionhadeland.no og www.ledigtomt.no	80 000	100 000
Aktiv boligpolitikk - temadag + analyse	50 000	50 000
Vedlikehold av skilt v/adkomstveier til Hadeland	20 000	20 000
Ungdomssatsing/trygt hjem for en 50-lapp	20 000	20 000
Gjennomføring av markedsføringstiltak i handlingsplan, evaluering og ekstern konsulentbistand bl.a.: - fast konsulentoppdrag a 5 t per mnd (50 000) - hadelandsjobb.no (120 000) - velkomstpakke (50 000)	220 000	220 000
Annonsering – kjøpt markedsføring	60 000	60 000
Profileringsutstyr og gaver – bodyer, roll-up, div. give aways osv.	50 000	100 000
Opplæring/ nettverksbygging/møter	30 000	30 000
Utstyr til kommunenes stand på Hadelandsmessa	30 000	30 000
Støtte til eksterne aktører/prosjekter/arrangementer som bidrar til målene om befolkningsvekst og en attraktiv region ⁹	100 000	200 000
Filmer for Hadeland	150 000	180 000
Brosjyre for Hadeland	40 000	40 000
Reserve	20 000	20 000
Sum	1 500 000	1 700 000

Det settes av 1 500 000 kr fra partnerskapsmidler. I tillegg overføres det kr 200 000 fra ubrukte midler i 2014.

Det vil være nødvendig med justeringer. Årlig budsjett/regnskap blir kontrollert av revisor.

⁹ Se vedlegg 1 med kriterier for hvem som kan få av disse midlene

VEDLEGG 1:

Støtte til eksterne aktører/prosjekter

I prosjektplanen til «Hadeland – nært og naturlig» for 2015 er det avsatt 200 000,-¹⁰ til å støtte tiltak som bidrar til:

- Økt trivsel i regionen – bygge intern stolthet
- Hadeland fortrinn blir bedre kjent utenfor regionen – ekstern markedsføring

Begrunnelse:

Regionrådet får i løpet av året flere henvendelser fra enkeltpersoner (ildsjeler), lag, foreninger eller andre aktører som ønsker å gjennomføre mindre tiltak og arrangement som er positive for folk i regionen, og ønsker økonomisk støtte til dette. Regionrådet har til nå ikke satt av midler til å støtte slike initiativ. Det kan være mulig å få mye igjen for små beløp som utløser eller inspirerer frivillig innsats.

Det innarbeides derfor en pott i prosjektet «Hadeland – nært og naturlig» til støtte for slike initiativ.

Vilkår for tildeling

Forutsetninger for å få midler er at tiltaket støtter opp om målene i «Hadeland – nært og naturlig», og slik bidrar til å fremme Hadelands omdømme på en positiv måte. Dette kan være ved å bygge intern stolthet ved at det skjer noe bra i regionen eller markedsføre Hadeland eksternt.

Tildeling av midler krever kortfattet skriftlig notat om prosjektet/tiltaket med budsjett og en sluttrapport om gjennomføring.

Midlene skal brukes til prosjekter, tiltak eller arrangement og skal ikke gå til:

- Offentlige aktører
- Driftstøtte til lag eller foreninger
- Næringsutvikling
- Innkjøp av utstyr

Tildelingssummen kan variere, men maksimal utbetaling til enkelttiltak vil være 50 000,-. Prosjektleder og prosjektansvarlig disponerer midlene og avgjør tildeling. Rapportering om tildeling gis fortløpende på møter i styringsgruppa.

¹⁰ Endret fra opprinnelig beløp på 100 000,-

VEDLEGG 2:**Prinsippansvarskart som avklarer de ulike instansenes rolle og ansvar i prosjektet**

Funksjoner/roller	Ansvar	Hovedoppgaver	Hvem
Oppdrags-giver/ Prosjekteier	Prosjekteier -øverste ansvarlige for gjennomføringen av prosjektet, resultatansvarlig	-godkjenner prosjektmandatet -utpeker prosjektansvarlig -forankrer prosjektet i linjen og i politiske fora -rekrutterer styringsgruppe	Regionrådet for Hadeland v/ leder Harald Tyrdal
Prosjekt-ansvarlig	Overordnet ansvar for gjennomføring av prosjektet, resultatansvarlig	-rekrutterer prosjektleder og øvrige medlemmer til prosjektorganisering -utarbeider prosjektmandat -sikrer ressurser -sikrer forankring i ulike fora -avklarer tillitsvalgtes deltakelse, ev brukermedvirkning, sikre likestilling -leder styringsgruppa -innkaller til styringsgruppemøter -følger opp prosjektleder -gjør avtaler med bidragsyterne om ressursinnsats -rapporterer til prosjekteier	Regionkoordinator Sigmund Hagen
Styringsgruppa	Overordnet ansvar for gjennomføringen av prosjektet, resultatansvarlig Fungerer på vegne av prosjekteier Månedlige møter	-vedtar strategier, milepælplan og andre rammer -sikrer framdrift og resultatoppnåelse -sikrer ressurstilgangen og overvåker ressursbruken -følger opp spesielle utfordringer/usikkerhet -tar viktige beslutninger -rapporterer til prosjekteier -sikrer god underveis- og sluttevaluering	Ordførere og rådmenn i Jevnaker, Lunner og Gran
Prosjektleder	Daglig leder for prosjektet Ansvarlig for framdrift og resultatoppnåelse	-leder prosjektgruppa og arbeidsprosessene (planlegging, gjennomføring og oppfølging) -sekretær for styringsgruppa -følger opp styringsgruppas beslutninger -rapporterer til styringsgruppa	Vibeke Buraas Dyrnes
Referanse-gruppe	Ingen formell eller forpliktende rolle	Involvering Gir råd og faglige innspill Fungerer som arbeidsgruppe i ulike delprosjekt	Gunnar Haslerud, Hans Tollef Solberg Ole Dæhlen og Kristin Molstad
Konsulenter		Bistår i arbeidet med oppfølging av markedsføringstiltak for prosjektet	Axent kommunikasjon og Oppland + v/ Tor Kristian Mjelde

VEDLEGG 3:

RELATERTE PROSJEKTER OG SAMARBEIDSPARTNERE:

Under følger et utvalg prosjekter og samarbeidspartnere. Lista er ikke fullstendig. Dette er aktører/ prosjekter vi samarbeider med og støtter opp under, også for å unngå dobbeltarbeid.

Prosjekter	Beskrivelse	Ansvarlig
Klimapådriver	Kommunenes prosjekter – etterleve kommunene sine energi- og klimaplaner	Prosjektleder, klimapådriver Kristin Molstad
Harestua – stedsutvikling	På Harestua jobbes det for utbygging av boliger, kommunale byggerier og utvikling av næring i sentrum samt langs RV 4. Det lages veiledere for hvordan stedsutviklingen bør foregå.	Lunner kommune v/ bo- og næringsrådgiver Ole Dæhlen, samt Lunner Almenning v/ Fredrik Bärnholt
Framtidens bygder	Nasjonalt prosjekt der Harestua/Lunner kommune er en av 12 piloter som skal bidra til økt kunnskap og eksempler på hvordan bærekraftig- og klimavennlig stedsutvikling kan gjøre bygdene til gode forbilder.	Prosjektleder Alf Waage i NAL Ecobox, Aasmund Bunkholt i Trefokus og Ingvild Rørenholt i Zero.
Jevnaker 2020	Jevnaker 2020 er et samarbeidsprosjekt mellom Jevnaker Næringsdrivende og Jevnaker kommune/ Ringerike Utvikling – jobbe sammen for Jevnakers utvikling	Prosjektleder Knut Wang
Prosjekt Gran sentrum	Sentrumsprosjekt for å sikre en god og langsiktig utvikling av Gran sentrum. Samarbeid mellom næringsliv, grunneiere, OFK og Gran kommune.	Gran kommune v/ Øyvind Sørle
Skilting av turstier/ løyper/ sykkelruter	Prosjekt med støtte av OFK og Gjensidigestiftelsen for oppsetting av nye skilt. Hensikten er enhetlig og oversiktlig merking av turstier/ løyper og sykkelruter på Hadeland.	Lokale lag og foreninger v/Øståsen Skiløyper, grunneiere, OFK
Tiltak for ungdom	“Trygt hjem for en 50-lapp”, “Filmfokus” og “Aktiv Sommer ”	Kulturkontorene og Regionrådet

Oppland +	Markedsførings-/ omdømmeprojekt for å synliggjøre Oppland som et attraktivt fylke for bosetting og næringsetableringer	OFK v/ Tor Kristian Mjelde
Hadeland og Ringerike Reiseliv/ Gjøvikregionen	Fusjonert reiselivsdestinasjonselskap for regionen	Arne Jørgen Skurdal og Mette Stenersen
Hadelandshagen	Næringshage for Gran og Lunner.	Styret i Hadelandshagen AS og daglig leder Dagfinn Edvardsen
Hadelandsmessa	Næringslivs- handelsmesse for regionen	Hadeland VGS og Hadelandshagen
Hadelandskonferansen	Konferanse for å fremme regionen og næringslivet på Hadeland	Hadelandshagen/ programkomite
Etablererveiledning	Veiledning for nyetablerere.	Etablererveileder i Gran og Lunner - Kari Isingrud Ringerike Etablerersenter - Svein Eystein Lindberg
Granavollen regionale pilegrimssenter	Et av 6 regionale pilegrimssenter langs pilegrimsleden Oslo-Trondheim	Prosjektleder Jane Dahl Sogn
Hadelandsbonden 2020	Prosjektet har som mål å bevare Hadeland som levende bygd, med matproduksjon og vakkert kulturlandskap.	Landbrukets fagråd Hadeland v/ Anne Okkenhaug Berntsen, Pål Arne Oulie m.fl.
Lokale arrangementer	Lokale arrangementer som er med og markedsfører Hadeland og det mangfoldet som finnes. Eksempler er Potetfestivalen i Gran, Oktoberfestivalen i Brandbu og Sagstokk på Harestua.	
Energigården	Energigården er et informasjonssenter for bioenergi og annen fornybar energi.	Erik Eid Hole og Emma Otervik
Glasslåven	Målet er å bygge om den verneverdige 1880-talls låven på	Randi Thorsen

	Granavollen til et senter for skapende kunst, kunsthåndverk og håndverkstradisjoner. Nær pilegrimssenteret på Granavollen.	
Arrangementsutvikling	Prosjekt som skal startes opp i 2015. Mål er økt innovasjon og verdiskaping av opplevelser og arrangementer på Hadeland og i Gjøvikregionen.	Ansatt prosjektleder som starter opp i sept. 2015.



HADELAND

Mottaker
Sekretariatet for Osloregionen
Rådhuset

0037 OSLO

Vår ref.
15/01328-1
vbdy

Arkiv
026

Deres ref.

Vår dato
18.05.2015

Høringsuttalelse - Internasjonale profileringsstrategi for Osloregionen

Viser til utsendte høringsbrev til kommunene med forslag til internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen. Høringsfrist er satt til 18.mai 2015. Det har vært et ønske om en felles uttalelse fra de tre Hadelandskommunene gjennom Regionrådet for Hadeland, selv om høringsinvitasjonen ble sendt ut separat til den enkelte medlemskommune.

Det har ikke vært avholdt noe møte i Regionrådet for Hadeland i høringsperioden, derfor er ikke høringen behandlet der. Men den har vært behandlet i felles ordfører/rådmannsmøte, og det er denne behandlingen som er utgangspunkt for høringsuttalelsen. Den vil bli forelagt regionrådet som referatsak 19.juni.

Proessen som har vært for medvirkning av Osloregionens medlemmer oppfattes som profesjonell og god.

Generelt vil Hadelandskommunene støtte seg til innholdet i Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen. Den virker profesjonelt gjennomarbeidet og tydelig, og oppfattes som en riktig måte å tenke på for å gjøre Osloregionen enda mer attraktiv og synlig internasjonalt.

Profileringsstrategien sier noe om hvordan Osloregionen bør jobbe internasjonalt, og må ikke oppfattes som en nasjonal strategi for tilflytting, næringsetablering og turisme. Det er fra Hadelands side viktig at alle medlemmer i samarbeidsalliansen Osloregionen ser dette, så det ikke blir noen intern konkurranse om hvilke områder som det er viktigst å fremheve osv. Internasjonalt er det merkevaren Oslo som skal og må profileres. Det vil alle områdene også i randsonen til Oslo nyte godt av på lang sikt. Strategien skal bidra til å skape en felles forståelse av forutsetninger og muligheter i et internasjonalt profileringsarbeid.

«Brand filteret» som presenteres i strategien oppfattes som en riktig måte å tenke på, og vil være et viktig verktøy for hvilke satsinger som er riktig fremover. Det virker også riktig at det er merkevaren «Oslo» som prioriteres, og at det ikke er laget et eget slagord, logo el liknende. Det kan evt være aktuelt å lage egne logoer eller slagord for spesifikke satsinger innenfor «Brand filteret» fremover.



Gran
kommune



Jevnaker
kommune



Lunner
kommune



Oppland
Fylkeskommune

Hadelandskommunene er spent på hvordan finansieringsmodellen vil være for den enkelte medlemskommune. Selv om det nå gis tilslutning til innholdet i strategien, vil man selvfølgelig se detaljene i den finansielle modellen før kommunene behandler økonomisk støtte til den. Det er allikevel enighet om at det er en fordel om flest mulig av Osloregionens medlemmer bidrar til en felles innsats på dette området.

Med vennlig hilsen

Regionrådet for Hadeland

Harald Tyrdal

Regionrådsleder/ Ordfører Lunner kommune

Hilde Brørby Fivelsdal

Ordfører Jevnaker kommune

Knut Lehre

Ordfører Gran kommune

Kontaktperson: Vibeke Buraas Dyrnes

Rådgiver/ Prosjektleder i Regionrådet for Hadeland

Saksbehandlers telefon: 61 33 85 32 – Mobil: 93447376

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevne signaturer.

#ProjectOsloRegion

Internasjonal profilerings- strategi for Osloregionen

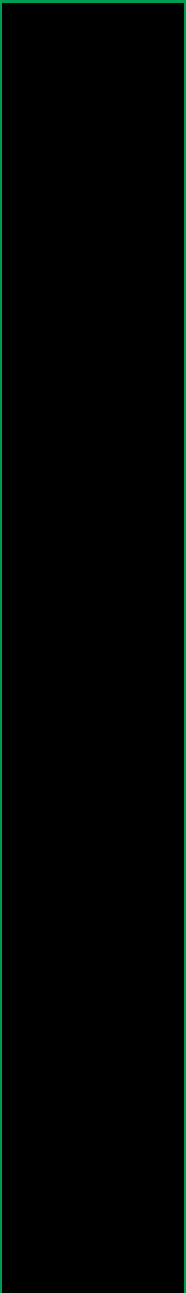




Photo: John Christian Fjellestad



Internasjonal profileringsstrategi for Osloregionen



Del I
Godkjent av styringsgruppen 2. mars 2015.

Invitasjon

Dette er en invitasjon til alle i Oslo regionen om å bli med på en felles satsning for å gi Oslo den internasjonale oppmerksomheten og anerkjennelsen vi både trenger og fortjener. Oslo er foreløpig ukjent ute i verden. Nå som den internasjonale konkurransen mellom storbyer skjerpes, setter det oss i skyggen. Den vil vi ut av.

Den gode nyheten er at vi har mye å tilføre verden. Oslo er allerede attraktiv og full av muligheter, noe som kan gi oss internasjonal konkurransekraft. Denne internasjonale profileringsstrategien handler om å bygge vår identitet og finne vår egen unike stemme. Vi vil synliggjøre Oslos verdier gjennom å målrette og ikke minst samkjøre ulike tiltak. Slike tiltak omfatter både investeringer i *profil, identitet og omdømme* (for eksempel gjennom storytelling og fremstilling i mediene) og investeringer i *virkeligheten* (for eksempel infrastruktur, tjenester og arrangementer). Målet er at vår kollektive innsats blir ”på strategi” (eller on-brand om du vil), slik at Oslo blir mer synlig og ikke minst anerkjent. Det første spørsmålet mange stiller seg er : ”Hva kan jeg få ut av dette?”. Målet er å gi deg et rammeverk å jobbe innenfor, slik at dine aktiviteter og fortellinger både kan bli skarpere og ”on-brand”. Strategien gir oss en felles plattform hvor du kan velge hvilket nivå samarbeid som passer for deg. Vi ønsker også å gi et tydelig bilde på hva som skal gjøres på kort og lang sikt.

Innholdet videre presenteres i tre deler:

Del 1: Strategi.

Presentasjon av merkevaren Oslo og anbefalte strategiske valg.

Del 2: Bakgrunn og innsikt. Et dypdykk inn i arbeidsprosessen og studiene som har drevet frem denne strategien, og en bredere beskrivelse av merkevarebygging og de erfaringene man har gjort i andre storbyer.

Del 3: Biblioteket.

Her er alle detaljer tilgjengelig: projectosloregion.no Du kan laste ned innsiktsrapporter, intervjuer og workshopene i sin helhet.

Samarbeid er kjernen i denne strategien. Vi håper du ønsker å bli med – vi trenger deg for at Oslo skal lykkes internasjonalt!

Med vennlig hilsen

Hallstein Bjercke (Styringsgruppen)

Øyvind Sætvedt (Samarbeidsalliansen Osloregionen)

Fredrik Winther (Oslo Business Region)

Bente Bratland Holm (Visit Oslo)

Involveringsprosessen

Involveringsprosessen i tall

ProjectOsloRegion ønsker å takke alle som har deltatt i prosessen så langt



Som en del av involveringsprosessen inviterte vi **1091** ledere innen kulturliv, næring-sliv og organisasjoner til å delta. Disse representerer over **1/3** av verdiskapingen i Oslo.



128 deltakere på seminar



204 deltakere på workshoper



23 dybdeintervjuer



693 svar på nettbasert spørreundersøkelse



1 studentkonkurranse



7 møter med lokal forankringsgruppe



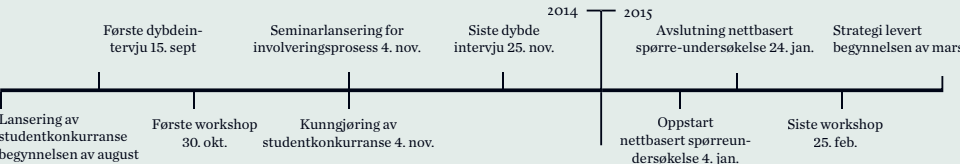
4 møter i rådgivningskomiteen



9 styringsgruppe- møter

Ukentlige møter i #ProjectOsloRegion prosjektgruppe

Tidslinje for involveringsprosessen



Informasjon om og alle resultater fra involveringsprosessen har til enhver tid vært gjort tilgjengelig på projectosloregion.no



Innholdsfortegnelse

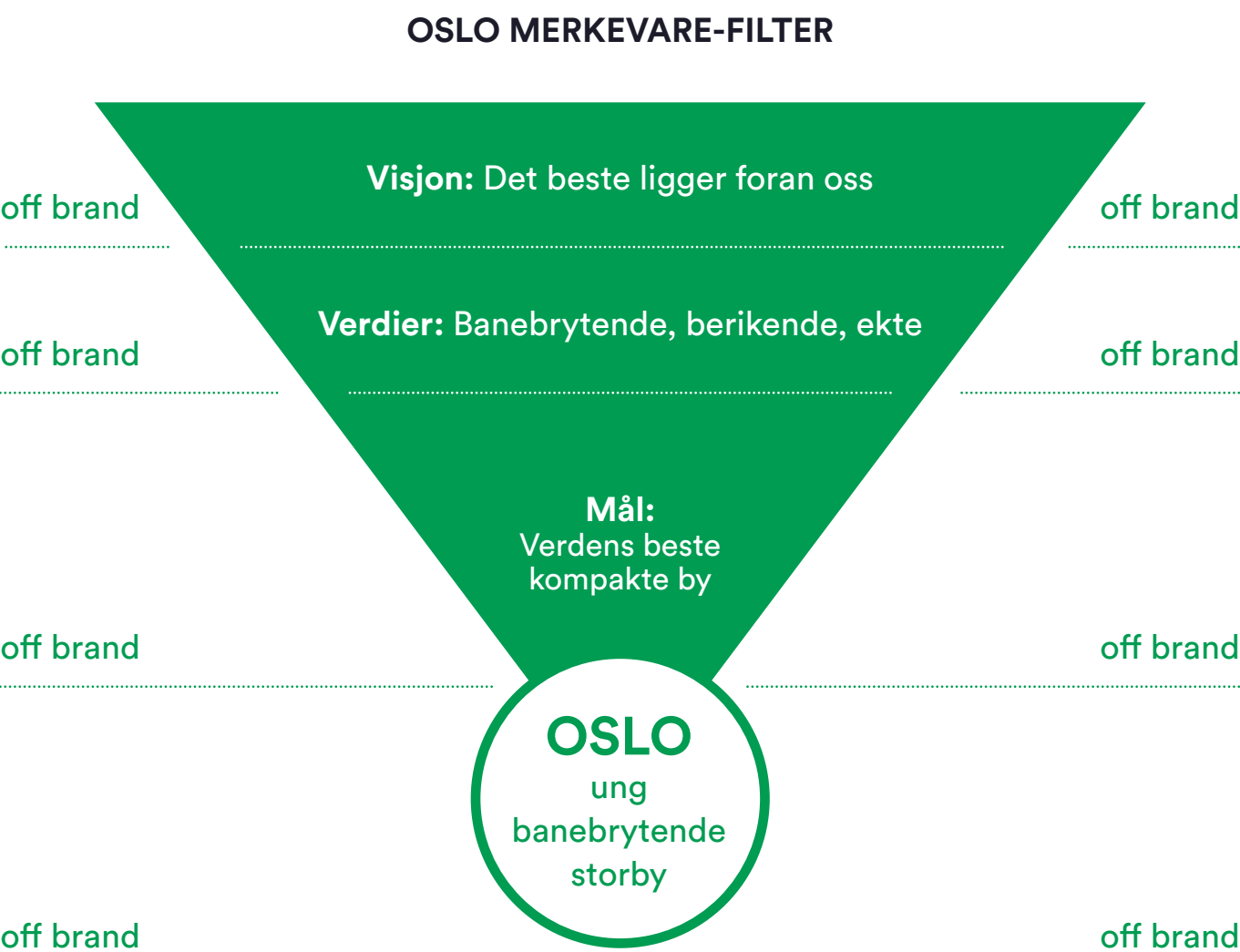
Invitasjon	2
Involveringsprosessen	4
Sammendrag	8
1. Oslo på det internasjonale kartet	10
1.1. Oslo er merkevaren	10
1.2. Oslo i regional og global sammenheng	10
1.3. Koordinering og samarbeid	10
1.4. Bevise og fortelle	11
1.5. Hvorfor Oslo ikke bør hvile på laurbærene	11
2. Merkevaren Oslo	12
2.1. Visjon: det beste ligger foran oss!	14
2.2. Oslos verdier	14
2.3. Mål: verdens beste kompakte by	15
2.4. Oslos posisjon: ung, banebrytende storby	15
2.5. Strategiske tilnærminger	16
2.6. Del-mål og KPIer	17
2.7. Tonefall og fremtoning	17
2.8. Hvordan Oslo oppfattes i dag	18
2.8.1.Øke synligheten	19
2.8.2. Bygge på livskvalitet	19
2.8.3. Forbedre oppfattelsen av kulturtilbud	19
2.8.4. Forsterke attraktiviteten for næringslivet	20
2.8.5.Utbedre kvaliteten på tjenester innen gjestfrihet	20
2.9. Forstå hva du er unik på	20
3. Fra strategi til handlingsplan	22
3.1. Organisering: Oslo Brand Alliance	22
3.1.1. Permanente funksjoner: administrative støttefunksjoner	24
3.1.2. Strategiske prosjekter	24
3.2. Vi bygger på involvering og deling	24
3.2.1. Oslo Brand Leadership Arena	25
3.2.2. Merkevarepartnere: Oslo Brand Partners	25
3.2.3. OMerkevarepartnere: Oslo Brand Partners	25
3.3. En fortelling om Oslo	25
4. Flere gode begynnelse	28
4.1. Å ta Oslo et skritt videre: 2016-2020	28
4.2. Hva nå?	29



Sammendrag

Ingen velger Oslo ved en ren tilfeldighet, enten det er valg av reisemål, sted å flytte, studere, jobbe, starte en bedrift eller investere. I dag mangler Oslo synlighet, verden kjenner for lite til oss. Hadde flere visst om oss, ville langt flere vurdert Oslo. Vi mangler dessuten en tydelig posisjon. En sterkere merkevare ville gjort at flere ville valgt Oslo.

Merkevareplattformen nedenfor skal fungere som et filter for alle aktører i regionen, for å hjelpe aktiviteter å bli ”on-brand”. Dette gjelder både aktiviteter som skal forbedre oppfattelsen av Oslo, men også aktiviteter som leverer opplevelsen av Oslo.



Hovedmålet er å gjøre Oslo til verdens beste kompakte by. Oslo er liten nok til at alle mennesker, bedrifter og ideer kan bli sett og hørt. Samtidig er Oslo ressurssterk og stor nok til å være en banebrytende plattform for innovasjon, vekst og gode liv.

Del-mål og KPIer:

- Øke synlighet og omtale/buzz
- Skape ønskede Oslo assosiasjoner internasjonalt
- Øke Oslos attraktivitet
- Tiltrekke flere kunder og besøkende
- Tiltrekke flere talenter
- Tiltrekke flere investorer
- Forbedre vertskapsfunksjoner
- Et stoltere Oslo (innbyggere)

Strategisk tilnærming:

- Digitale pionerer
- Ungt tenkende
- Fremtidsrettede arrangementer
- Handling er sterkere enn ord
- Lean organisering: Utprøving –erfaring – suksess
- Stimulere eksisterende aktiva

Følgende områder er nødvendige å jobbe med for å styrke Oslos omdømme:

Øke synligheten			
FORBEDE oppfattelsen av kulturtilbud	BYGGE PÅ livskvalitet	FORSTERKE attraktiviteten for næringslivet	UTBEDRE kvaliteten på tjenester innen gjestfrihet

Organisering: Oslo Brand Alliance

Vi anbefaler at Oslo Business Region, Samarbeidsalliansen Osloregionen og Visit Oslo går sammen om å danne en merkevarealliansen kalt Oslo Brand Alliance.

Dagens arbeidsfordeling mellom disse er:

- Visit Oslo: Markedsfører og promoterer Oslo i forbindelse med reiseliv og turisme.
- Oslo Business Region: Promoterer Osloregionen som et sted for investeringer, startups, arbeidsmarked, studier og forskning og utvikling.
- Samarbeidsalliansen Osloregionen: bygger regional stolthet og samarbeid med regionale organisasjoner innenfor næringsliv, transport og byutvikling.

Foreslåtte felles oppgaver:

- Vurdere prosjekter, om de er/kan bli on-brand
- Støttetjenester med verktøykasse for profilering
- Etablere en ”mottakssentral” for nye arrangementer i regionen
- Felles innsikts/kunnskapsbank og måleverktøy
- Tjenester og nettverksarenaer for alle interesser
- Initiere og utvikle profileringsaktiviteter

Det er behov for et bredt samarbeid mellom offentlige etater og private organisasjoner i regionen, og merkevarealliansen skal tilrettelegge og orkestrere dette. Foreslått finansieringsmodell er en gitt sats per innbygger i regionens kommuner.

Oslo Brand Alliance skal motivere og mobilisere alle i Osloregionen på ulike nivåer:

- Oslo Brand Leadership Arena: en arena for 10-12 ledende meningsbærere.
- Oslo Brand Partners: Nøkkeltakere innenfor institusjoner, privat og offentlig sektor, sammen med kommuner og fylker i regionen, vil være partnere i merkevarebyggingen.
- Oslo ambassadører: alle innbyggere

Tidslinje

- **2. kvartal 2015:** Oslo Brand Alliance etableres, og skal umiddelbart begynne arbeidet med felles oppgaver innenfor eksisterende budsjetttrammer.
- **2.-4. kvartal 2015:** olitiske beslutningsprosesser i Oslo og i regionens kommuner og fylker.
- **2016:** Offentlig finansiering på plass.

1. Oslo på det internasjonale kartet

Ettersom Oslos befolkning vokser, blir hovedstadsregionen mer dynamisk, mer integrert og ikke minst internasjonalt gjensidig avhengig. Dette betyr at Oslo er i ferd med å utvikle sin egen, særegne karakter som metropol. Oslo er ikke lenger bare en by med fantastiske naboer, men også en region med en lysende framtid. Denne strategien tar følgende utgangspunkt:

1.1. Oslo er merkevaren

Merkevarebygging av steder erkjenner at det er stedet selv som er merkevaren¹. På like linje med kommersielle merkevarer, er steder assosiert med en dypere mening, steder vekker et konkret sett med assosiasjoner og verdier hos folk. Akkurat som med kommersielle merkevarer, identifiserer vi oss både følelsesmessig og intellektuelt med byer. Vi opplever tilhørighet eller føler tiltrekning. Vi ønsker å reise dit, eller å bli der. På denne måten er det selve stedet (uttrykt gjennom stedets navn) som er merkevaren, ikke stedets logo eller dets visuelle identitet.

1.2. Oslo i regional og global sammenheng

I motsetning til mange merkevarestrategier som fokuserer på byen alene, bygger denne strategien på en regional tilnærming, og vi ønsker å inkludere alle aktuelle sektorer. For å virkelig være en tverrsektoriell strategi, må vi nødvendigvis også inkludere de ressursene og aktørene som geografisk ligger utenfor bygrensen, men som er nært knyttet til byen. En ytterligere og enda viktigere grunn er at Osloregionens næringsliv, arbeidsmarked, boligmarked, fritid og kulturliv blir stadig mer integrert. Regionen er i bunn og grunn én merkevare, i alle fall sett fra et internasjonalt ståsted.

I denne strategien defineres “Oslo” som alle byene, fylkene og kommunene som ligger i regionen. Det er verdt å merke seg at denne merkevaren er *internasjonalt* rettet.

I nasjonal og lokal sammenheng fortsetter de forskjellige byene, kommunene og fylkene i Osloregionen å være selvstendige merkevarer.

Å tiltrekke flere besøkende, kunder, talenter og bedrifter til regionen, vil også kunne berike hele Norge.

1.3. Koordinering og samarbeid

Det finnes for tiden flere organisasjoner og aktører som jobber for å forsterke Oslos merkevare. Dette ser vi på som en ressurs, da dette er organisasjoner med verdifull kunnskap og erfaringer. Målet er ikke å redusere antall aktører og organisasjoner som arbeider for å løfte Oslos merkevare, men å skape et grunnlag for bedre koordinering mellom satsingene, samtidig som man rekrutterer flere organisasjoner og enkeltpersoner til arbeidet med å styrke Osloregionens internasjonale posisjon.

Vi bygger en plattform for endring, ikke et endringsprogram. Vi kommer til å oppmuntre enkeltpersoner og organisasjoner til å ta et personlig ansvar for å få til ønskede endringer. Vi skal gi dem en felles merkevareplattform, verktøy og en nettverksarena. Dersom mennesker får en arena hvor de kan identifisere felles interesser,

dyrke og utveksle idéer, tror vi endring skjer naturlig.

1.4. Bevis og fortelle

Merkevarebygging av et sted er ikke det samme som å markedsføre et sted. For å styrke Oslos omdømme må vi jobbe med å fremme både oppfattelse og virkelighet. Denne merkevarestrategien definerer Oslos verdier og hvordan Oslo skal posisjoneres – og den er gjeldende for all produkt- og tjenesteutvikling, alle profileringsbudskap, alle løfter og opplevelser. Merkevarestrategien bør sees på som et verktøy som hjelper oss å vurdere alle våre tiltak, ikke bare promoteringstiltak. Den skal fungere som et filter som skiller tiltak som treffer merkevaren fra de som ikke gjør det (on-brand/off-brand) for alle regionens aktører.

1.5. Hvorfor Oslo ikke bør hvile på laurbærene

Oslo er i dag den raskest voksende hovedstad i Europa, og regionen som helhet opplever tilsvarende vekst. Arbeidsledigheten er lav, og økonomien er sterk. Det er lett å lene seg tilbake, og tenke at alt går på skinner. Men hvis vi ikke agerer i dag, fra en svært sterk posisjon, vil utfordringen bli større i fremtiden. Mange byer har først iverksatt merkevarebyggingen når de opplever nedgangstider eller står overfor omfattende økonomiske strukturendringer. Da er følelsen av at det haster gjerne sterk, samtidig er ressursene og mulighetene langt mer begrensede. Det er rett og slett langt færre positive historier å bygge på i slike situasjoner. Fra et merkevareperspektiv er det definitivt best å handle nå, og utnytte dagens økonomiske, demografiske og politiske kraft til å styrke Oslos internasjonale posisjon, med klare positive historier og opplevelser. Med utgangspunkt i workshoper og intervjuer forteller aktørene at det haster med å sette Oslo tydeligere på kartet, spesielt i de bedriftene og organisasjonene som har behov for internasjonal arbeidskraft. Både i privat og offentlig sektor er det økt internasjonal konkurranse om de skarpeste hodene.

I 2014 ble totalt 800 millioner dollar investert i nordiske gründerbedrifter². Av dette ble kun 3,22 % investert i norske selskaper. Hvis Oslo skal tiltrekke seg investorer, er det ingen tvil om at Oslo må bli mer synlig.

Vi er avhengige av å utvikle en diversifisert og motstandsdyktig økonomi for tiden som kommer etter oljeeventyret. Oslo kommer til å spille en nøkkelrolle i utviklingen av internasjonal næringsvirksomhet.

Oppsummert: det beste tidspunktet for å gi Oslo en mer synlig og internasjonalt anerkjent posisjon – er NÅ!

¹ Boisen, M. (2011). The selective nature of place branding.

² Teknisk Ukeblad February 21, 2014.

2. Merkevaren Oslo

Ingen velger Oslo ved en ren tilfeldighet, uansett om det gjelder hvor de skal reise, investere, arbeide, studere, eller starte en bedrift. I dag er Oslo nærmest usynlig for de mange, verden kjenner ikke til Oslo. Hadde flere visst om oss, hadde langt flere vurdert Oslo. I tillegg mangler vi en tydelig posisjon. Flere ville valgt Oslo hvis vi hadde en kjent og overbevisende merkevare.

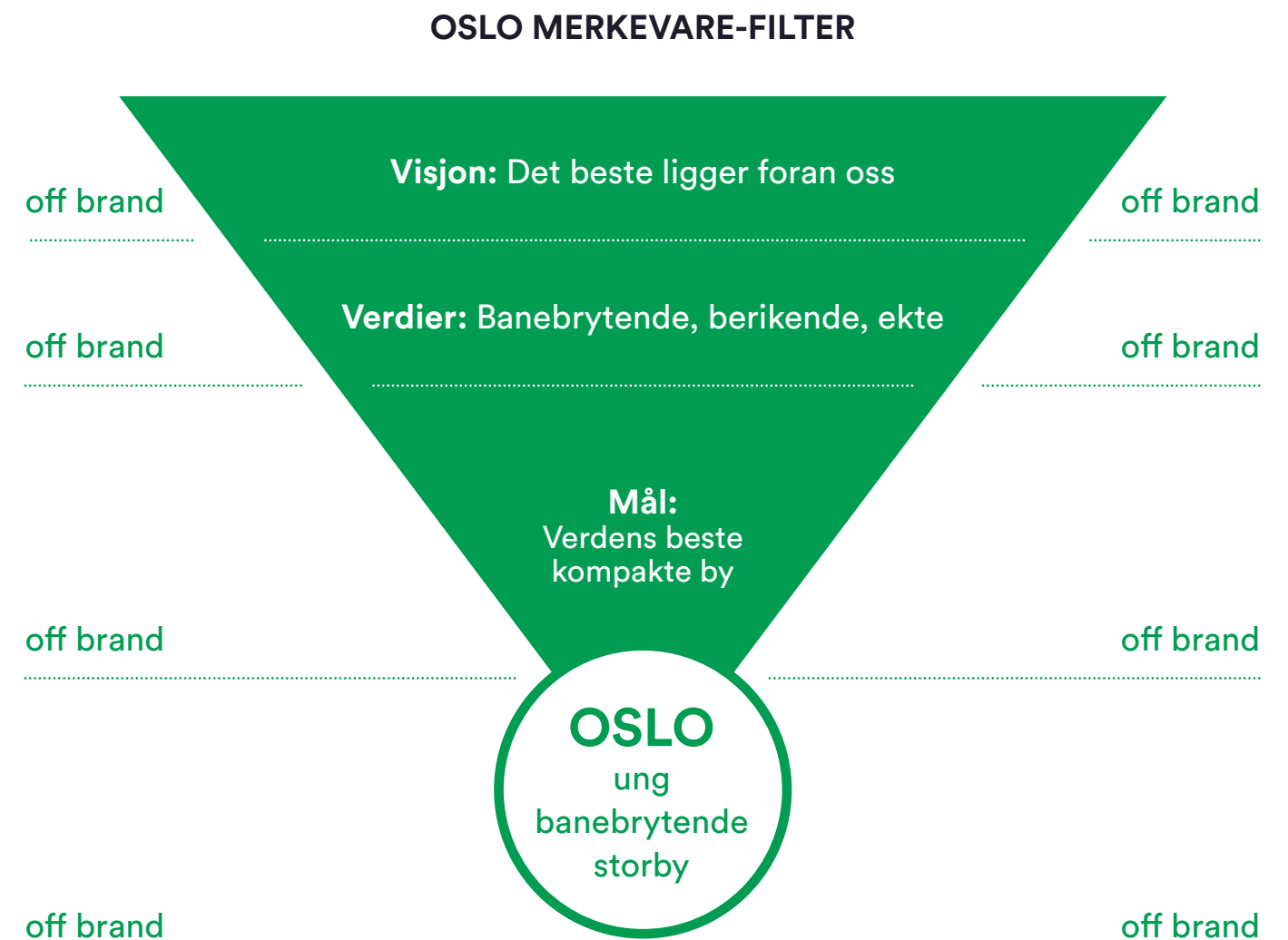
Å definere merkevaren Oslo innebærer en forenkling. Når man beskriver en merkevare, må det være distinkt, vi forsøker å beskrive den unike og overbevisende essensen av Oslo. Hvis man prøver å få sagt alt på en gang, får man ikke kommunisert noe som helst.

Vi trenger en felles merkevareplattform for å kunne kommunisere Oslo enhetlig, på tvers av organisasjoner og selskaper. Uten en slik felles forståelse vil alle kommuner, universiteter, bedrifter, foreninger, journalister og andre aktører kommunisere forskjellige idéer, konsepter og premisser. Følgen er at Oslo som merkevare blir utydelig og mindre synlig. Jo flere budskap, jo svakere blir det samlede helhetlige budskapet.

For å håndtere dette har vi utviklet et merkevarefilter. Dette bygger på:

- Hvordan vi ser oss selv (workshop, intervjuer, spørreundersøkelse)
- Hvordan andre ser oss (internasjonalt referansegrunnlag)
- Noe som både er unikt for Oslo og tiltrekkende i verdenssammenheng

Merkevarefilteret skal fungere som et on-brand/off-brand filter. Uansett hvem som er målgruppen din, uansett hvilken næring du driver i - dine fortellinger og tiltak har potensialet til å treffe merkevaren (være on-brand)!



2.1. Visjon: det beste ligger foran oss!

Oslos visjon er et uttrykk for en ekte og sterk fremtidsoptimisme, og denne ønsker vi å dele med alle, vi inviterer alle til å bli med.

Det er vår helljertede overbevisning at det beste ligger foran oss. I motsetning til mange andre europeiske byer, har vi en svært sterk økonomi. Vi skårer høyt på kreativitet, og vi har ung befolkning, med rask vekst i aldersgruppen 25-35 åringer. Oslo er grobunn for yrende gründeraktivitet, med store mengder uutnyttet potensial. Høydepunktet i et av verdens rikeste land er på ingen måte nådd.

Det beste ligger foran oss!

2.2. Oslos verdier

Merkevareverdiene våre må være ekte. De vil bli opplevd i det daglige, og kan ikke brukes for å pynte på virkeligheten. På jakt etter den ekte Oslo-identiteten har vi funnet verdier som både er representative for folk i Osloregionen, som utlendinger kjenner igjen, og som gjør at Oslo skiller seg ut fra andre steder. Dette er ikke verdier som skal kommuniseres som sådanne – de er ikke slagord. Istedenfor er de retningsgivende for alt vi gjør og alt vi kommuniserer. Sammen med visjonen skal de fungere som hovedfilteret for å skille mellom det som treffer merkevaren (on-brand) og det som ikke treffer (off-brand).

BANEKRYTTEDE³ (PIONEERING)

Oslo er fremtidsrettet, besluttosom og ambisiøs. Selv om vi er få i antall mennesker sett med internasjonal målestokk, har vi en kraft og tyngde som langt overgår størrelsen. Oslos befolkning er blant de høyest utdannede i verden, og flere av verdens ledende bransjer og bedrifter er etablert i regionen.

Oslos innbyggere er raske til å tilegne seg ny teknologi og nytt utstyr. Entreprenørene er de nye rockestjernene, og nye sektorer vokser raskt frem. Oslo er i dag Europas raskest voksende hovedstad, og i motsetning til mange andre, opplever regionen økonomisk vekst. Oslo er i ferd med å vinne anerkjennelse for å være både fremtidsrettet og kreativ på en rekke områder⁴.

Norsk historie er full av pionerer, fra verdensberømte og internasjonalt anerkjente oppdagere som Roald Amundsen, Fridtjof Nansen og Thor Heyerdahl, til norske nobelprisvinnere de senere år, både innenfor økonomi (1989) og fysiologi/medisin (2014).

Å være banebrytende påvirker måten vi gjør og sier ting på, på mange måter. I et kommunikasjonsperspektiv må vi alle være med på å vise vei, ikke minst digitalt, i 2015. Dette betyr ikke at alt vi gjør skal være digitalt. Tvert i mot, vi skal definitivt operere i den virkelige verden. Men skal du holde en konferanse eller et event – så må du også ha på plass en strategi for sosiale medier for å tiltrekke deg den oppmerksomheten og ”buzzen” som Oslo behøver. Hvis roll-up og annonser er førstevalget ditt, er det lett å havne off-brand.

BERIKENDE (ENRICHING)

Livet i Oslo er i stor grad et spørsmål om å virkeliggjøre ditt potensial som enkeltperson innenfor rammen av et samfunn som tar vare på folk og der alle har rett til å lykkes. Oslo anses som et trygt sted med et stabilt og forutsigbart styresett. Sikkerhet gir frihet, både frihet fra bekymringer og frihet til å agere. Du slipper å bekymre deg for livets nødvendigheter, og du kan ha fullt fokus på å realisere evner og drømmer. Oslo har et miljø der verdier skapes og deles.

God balanse mellom jobb og familieliv er viktig i vår kultur. Her er det mulig å ha en familie der begge kan gjøre karriere — man må ikke velge mellom karriere og barn.

Oslo tilrettelegger for og støtter opp om personlig utvikling, ikke bare ved å muliggjøre en sunn balanse mellom jobb og hjem, men også i kraft av sitt energiske kulturliv, etniske mangfold og enestående nærhet til naturen. Fritid og jobb går hånd i hånd.

EKTE (REAL)

Folk i Oslo er jordnære, uformelle og rett på sak. Regionens institusjoner og bedrifter kjennetegnes av flate strukturer og åpenhet. Ytringsfriheten står svært sterkt, og det er rom for alle stemmer. Folk er til å stole på, pålitelige, og direkte.

Vi setter pris på ekthet, og vi holder ord. Vi har mange eksempler på at vi produserer førsteklasses kvalitet og fremragende produkter — alt fra verdens beste kaffekultur til anerkjent undervannsteknologi.

ordmenn regnes for å være et flittig folk⁵, og betraktes internasjonalt for å være «hardt arbeidende», «ærlige» og «dyktige». Dette er norske assosiasjoner som er sterkt gjeldende for storbyen.

Når noe eller noen er ekte gjenkjenner du det raskt, og det er en egenskap som verdsettes høyt.

2.3. Mål: verdens beste kompakte by

Oslo er ikke noen stor by i internasjonal målestokk. Men vi ser på størrelsen vår som en fordel, ikke en hindring. Avstandene i Oslo er korte:

GEOGRAFISK

Når det gjelder fysisk infrastruktur og transportnettverk, stiller Oslo i verdensklasse. Tiden som brukes på å komme seg til og fra jobb er blant de laveste sett i forhold til konkurrerende byer⁶, noe som bidrar til å den høye livskvaliteten.

Avstand til kultur og natur. Oslo er én av bare fem europeiske byer som tilfredsstiller over 90 % av sine innbyggers behov, både med hensyn til kulturelle tilbud og tilgang til grøntområder.

HIERARKISK

De sosiale forskjellene i Norge er små. Samfunnet er lite hierarkisk og preget av flate strukturer; i arbeidslivet er det kort vei mellom ledelse og ansatte. Nordmenn arbeider ofte på tvers av hierarkier framfor å følge linjeorganisasjonen. Lederstilen er uformell og bygger på at medarbeiderne får frihet under ansvar. Norsk næringsliv og det offentlige er preget av transparens.

SOSIAL MOBILITET

Norge er et samfunn med høy grad av sosial mobilitet. Indeksen ”Inequality of Opportunity Index 2014” utarbeidet av Francisco Ferreira ved Verdensbanken viser at bare 2 % av den sosiale ulikheten i Norge kan forklares med hvilken klasse man er født inn i — samtidig som det er små sosiale forskjeller her i landet. Brasil ligger f.eks. på den andre siden av skalaen, her skyldes en tredjedel av inntektsforskjellene folks sosiale bakgrunn. I denne sammenhengen likner USA mer på Brasil enn Norge. For å si det på en annen måte: i Oslo har alle muligheten til å lykkes

KULTURELT

Vi har langt større kulturelle muskler enn man skulle tro med tanke på størrelsen. Hvert år holdes det nesten 5 000 live forestillinger i Oslo, mer enn dobbelt så mange som i Stockholm eller København.

Man kan si at ”det er stort å være liten”. Oslo er en by som er liten nok til at folk, bedrifter og idéer kan bli sett og hørt, og stor nok til å by på de ressursene som er nødvendige for kunne bidra til innovasjon, vekst og berikelse av de enkeltes liv. Oslo er en kompakt by. Dette er en unik egenskap, og vår overordnede målsetting er å få Oslo til å bli verdens mest populære kompakte by. Målet er stort og hårete – men også oppnåelig.

2.4. Oslos posisjon: ung, banebrytende storby

Unge mennesker er fremtiden. Men selv om alle verdens byer er avhengige av å tiltrekke seg yngre mennesker, er det ingen storby som hittil har knyttet posisjonen sin til de unge. I og med at denne strategien skal tjene Oslo på lang sikt, vil en ”ung” posisjon være verdifull. Regionen har en relativt ung befolkning, og den blir stadig yngre. Norge står overfor store endringer når det

³ Banebrytende (definisjon): som er helt ny og som åpner for nye muligheter, som viser vei for andre.

⁴ <http://martinprosperity.org/2013/08/14/insight-creative-and-diverse-ranking-global-cities/>

⁵ The Anholt-GfK Roper Nation Brands Index™ 2014 Report October 2014

⁶ www.bot.com/advocacy/Documents/Scorecard/Scorecard_2014.pdf

⁷ TØI report 1378/2014

gjelder befolkningssammensetning⁷, en yngre-bølge med 25-35 åringer kommer til å vokse med 23 % i løpet av de neste 10 årene. Veksten i Oslo vil være langt større, befolkningsframskrivinger tyder på at denne aldersgruppen kan vokse med hele 40 %.

- Oslo har dermed muligheten til å ta posisjonen som den unge, banebrytende storbyen.
- Posisjonen er ledig, ingen annen storby har så langt tatt den
 - Det er sant for Oslo, gitt veksten i byens yngre befolkning
 - Det er sant også fra et historisk perspektiv, da vi er en relativt ung storby i verdens-sammenheng

Den unge befolkningen har et høyt utdanningsnivå, og de blir gitt store muligheter til å ta ansvar innenfor næringsliv og kultur. Det store antall unge og høyt utdannede innbyggere gjør at folk er sultne på innovasjoner, og er raske til å tilegne seg ny teknologi.

Verdiene våre — banebrytende, berikende og ekte — bør passe godt sammen med den yngre generasjonens egne ambisjoner for fremtiden.

Vil Oslo være en attraktiv by også for de ikke fullt så unge? Selvsagt! Byen kommer selvfølgelig til å omfavne alle aldersgrupper. Men i internasjonal sammenheng er de unge en prioritert målgruppe, både når det gjelder aktiviteter og budskap.

2.5. Strategiske tilnærminger

Vi har identifisert seks viktige strategier for alle som ønsker å treffe merkevaren (on-brand):

DIGITALE PIONERER

Vi har tatt inn over oss at dette er det 21. århundre. Digitale virkemidler og kanaler skal prioriteres for å kommunisere Oslo til verden. Gjennom digitale virkemidler får vi også tilbakemeldinger på tiltakene våre og vi kan raskt justere dem. Målet er å være digitale pionerer innen merkevarebygging av byer.

Dette er ikke en kritikk mot eller en erstatning av ansikt-til-ansikt aktiviteter. Men det er et farvel til dyre, ineffektive, tradisjonelle mediekkanaler.

UNGT TENKENDE

For å posisjonere Oslo som en ung, banebrytende by skal vi ha søkelyset på unge målgrupper (og i noen tilfeller unge til sinns), og på unge stemmer i merkevarebyggingen av Oslo internasjonalt.

FREMTIDSRETTEDE ARRANGEMENTER

For å treffe merkevaren (være on-brand) må arrangementer innen politikk, idrett, kultur og næringsliv kurateres som fremtidsrettede, ikke ”vi gjør det samme som i fjor” eller ”vi må også gjøre som de andre”. Istedenfor må arrangementene våre bli kjent for å være stedet man fikk høre, se eller oppleve noe for første gang.

HANDLING ER STERKERE ENN ORD

Å få Oslo opp og fram, og gi byen den oppmerksomheten og anerkjennelsen den fortjener dreier seg om mye mer enn bare markedsføring. Alle aktører – både offentlige og private – må være med på å tenke nytt når de utarbeider tiltak som forteller historien om Oslo, og som gir oss et internasjonalt gjennombrudd. Ett eksempel er den unike fysiske forvandlingen Oslo har gjennomgått i forbindelse med fjordbyen, med bl.a. spennende ny arkitektur, nye kulturelle arenaer og nye offentlige rom.

Vi må være modige og ekte. Handler har et langt større viralt potensiale enn det rene markedsførings-idéer har. Å forbedre byen er den beste markedsføringen vi kan gjøre. Vi er alltid på utkikk etter utradisjonelle tiltak med stor gjennomslagskraft.

LEAN ORGANISERING: UTPRØVING –ERFARING – SUKSESS

Å ha en lean arbeidsmetode er sentralt i arbeidet med merkevarebyggingen av Oslo. Dette betyr at vi:

- Gjennomfører mange mindre aktiviteter fremfor én kjempekampanje.
- Vi satser på å eksperimentere. I stedet for å tenke ”prøve og feile”, går vi får konseptet ”utprøving - eksperiment - suksess”.⁸
- Vi måler kontinuerlig effekten av det vi gjør gjennom digitale verktøy.

STIMULERE EKSISTERENDE AKTIVA

Vi skal identifisere og støtte de tilgangene vi allerede har i merkevarebyggingen av Oslo, da det allerede finnes sterke Oslo aktiva. Åpningen av det nye Munchmuseet er et godt eksempel på en mulighet vi bør bruke til å koordinere og samarbeide for å treffe merkevaren (bli on-brand), og som kan løftes av mange samarbeidspartnere.

2.6. Del-mål og KPIer

Vi ønsker at Oslo skal tiltrekke seg oppmerksomhet og anerkjennelse internasjonalt gjennom et økende antall on-brand aktiviteter i regionen der alle aktører er involvert. Vårt overordnede mål er å gjøre Oslo til verdens mest populære kompakte by.

Delmål og KPIer som skal bidra til at vi oppnår dette er:

ØKT SYNLIGHET OG BUZZ-VERDI

- Øke Oslos digitale fotavtrykk med 20 % per år
- Øke Oslos tilstedeværelse i internasjonale rangeringer fra 50. plass
- Øke redaksjonell omtale, med hovedvekt på underkommuniserte områder
- Øke antall internasjonale journalister som besøker Oslo

SKAPE ØNSKEDE OSLO ASSOSIASJONER INTERNASJONALT

- Økt andel aktiviteter som treffer merkevaren (er on-brand)
- Måle assosiasjoner til Oslo (ung, banebrytende storby, en kompakt arena)

ØKT TILTREKNINGSKRAFT

- Høyere gjennomsnittsskår på attraktivitetsbarometeret
- Definere 10 internasjonale rangeringer vi ønsker å være ledende i

GENERERE FLERE KUNDER OG BESØKENDE

- Samkjøre med referansegrunnlaget for Visit Oslo

TILTREKKE SEG FLERE TALENTER

- Bedre resultater i rangeringer

TILTREKKE SEG FLERE INVESTORER

- Bedre resultater i rangeringer

FORBEDRE VERTSKAPSFUNKSJONER

- Bedre resultater i rangeringer

ET STOLTERE OSLO

- Gjennomføre innbyggerstudie

Vi vil også å bidra til å gi Oslo større internasjonal innflytelse. Dette anbefales ikke som en direkte KPI, men økt synlighet og omtale/buzz, økt tiltrekningskraft og de rette assosiasjonene til Oslo vil bidra indirekte til å øke Oslos internasjonale innflytelse (om ikke annet, enn som døråpner).

I 2015 skal det utvikles balansert målstyring for delmål og KPIer:

	Økt synlighet og buzz-verdi	Assosiasjoner til Oslo internasjonalt	Økt tiltrekningskraft	Generere flere kunder og besøkende	Tiltrekke seg flere talenter	Tiltrekke seg flere investorer	Forbedre vertskapsfunksjoner	Et stoltere Oslo
Verdi > X								
Verdi < X, > Y								
Verdi < Y								

2.7. Tonefall og fremtoning

Alt vi gjør, kommuniserer. Verdiene våre gir føringer for hvordan vi oppfører oss i leveransen og kommunikasjonen av Oslo internasjonalt. Føles det ekte? Er det banebrytende? Tilfører vi verdi til noe eller noen, beriker vi dem? Snakker vi de unges språk? Er det fremtidsrettet? For å oppsummere, er vi on-brand?

Hvis vi skal være ekte, må vi kommunisere som mennesker, ikke som bedrifter. Språket vårt må være alt annet enn innholdsløst. For å ære ekte, må vi være personlige.

⁸ The expression is from "Urban Express" by Per Schlingmann and Kjell A. Nordström 2014

Vi må snakke til enkeltmenneskene, ikke til utydelig definerte markeder eller abstrakte målgrupper. I en tidsalder preget av internett og mobil kommunikasjon er vi i stand til å møte enkeltpersoner og være ekte i våre møter med dem. Det finnes i dag flere mennesker med tilgang til mobiltelefoner enn til tannbørster.

Personlige medier (digitale medier kombinert med møtearenaer/arrangementer/ansikt-til-ansikt) skal være selve kjernen i profileringsaktiviteter. Vi må også få alle innbyggere involvert og oppmuntre dem til å dele sitt Oslo med resten av verden. Innbyggerne i Oslo er helt sentrale i arbeidet med å utvikle Oslos omdømme.

Som pionerer må vi være nyskapende både i våre aktiviteter og i vår kommunikasjon. Andre storbyer har kanskje tilgang til større økonomiske ressurser enn det Oslo har, eller drar fordel av at de allerede har en godt kjent og etablert merkevare. Derfor må vi tenke nytt.

2.8. Hvordan Oslo oppfattes i dag

Å lukke gapene mellom den internasjonale oppfatningen (persepsjonen) av Osloregionen og hvordan vi faktisk presterer, er viktig. Men når det gjelder de områdene som har direkte innvirkning på Oslos tiltrekningskraft er det ikke nok å lukke persepsjonsgapene. Vi må også ta for oss de områdene der det foreligger et prestasjonsgap. Denne strategien har imidlertid ikke fokus på prestasjonsgap generelt.

Edderkoppdiagrammet nedenfor (referansestudien) illustrerer hvordan Oslo skårer på en rekke områder, sammenlignet med Oslo-innbyggernes egen opplevelse og med omverdenens opplevelse, fordelt på 13 kategorier. *Diagrammet viser et overlappende og lite omstridt bilde av Osloregionens utfordringer, styrker og svakheter.*



Siden både investeringer, bedriftslokalisering og turisme/reiseliv vil bli strategisk viktige satsingsområder for Osloregionen i årene som kommer for å transformere og utvikle Oslos og Norges økonomiske plattform, er det naturlig å legge vekt på disse områdene i denne strategien.

Følgende områder er kritiske for å styrke Oslos omdømme:

Øke synligheten			
FORBEDE oppfattelsen av kulturtilbud	BYGGE PÅ livskvalitet	FORSTERKE attraktiviteten for næringslivet	UTBEDRE kvaliteten på tjenester innen gjestfrihet

2.8.1. ØKE SYNLIGHETEN

Verden beundrer Oslo for sin høye livskvalitet, styresett og stabilitet, men mange organisasjoner, bedrifter og individer virker likevel tilbakeholdne med å delta direkte i Oslos suksess. I 2014 ble Oslos internasjonale eksponering og rekkevidde kun rangert som nummer 50 av 135 av verdens storbyer. IESE Business School har observert at Oslo, sammen med Seoul, Chicago og Osaka tilhører en gruppe byer hvis internasjonale omdømme ikke står i forhold til deres lokale ressurser.

Vi har studert over 50 internasjonale indekser og referanselister der Oslo står oppført⁹. Sett under ett, er Oslo kun halvparten så synlig som Stockholm og København i europeiske eller globale sammenlignende undersøkelser av byers prestasjoner og persepsjoner. Dette er i seg selv en indikasjon på Oslos begrensede tilstedeværelse og opplevd betydning blant de som evaluerer byene.

Det at Oslo trenger å få fortalt sin historie, er noe av det mest uttalte i workshopene, og noe som det hersker bred enighet om.

Når vi synliggjør byen er det også viktig at vi lar byen fremstå med sin egen identitet. På mange måter drar Oslo fordel av å være forbundet med den nasjonale merkevaren Norge. Men det kan også være en ulempe. For at Oslo skal kunne innta sin rolle som en internasjonal storby med gode urbane kvaliteter, må Oslo skille seg fra den norske turistmerkevaren som vektlegger natur, troll og midnattssol.

2.8.2. BYGGE PÅ LIVSKVALITET

«Livskvalitet» og «styresett» er de to områdene der måten Oslo oppfattes på i stor grad sammenfaller med det Oslo har å tilby, samtidig som det er her Oslo får best skår. Dette gjelder spesielt for livskvalitetskategoriene 'personlig trygghet', 'bærekraft og robusthet' og 'balanse mellom jobb og hjem', samt for styresettkategoriene 'kvalitet og integritet' og 'åpenhet og stabilitet'.

Å bygge på disse sidene ved Oslo er derfor «lavt hengende frukt» i merkevarerammen. Vi må imidlertid huske at Oslo internasjonalt først og fremst betraktes som et godt sted å leve, og ikke i like stor grad som et godt sted å besøke eller drive næringsvirksomhet. Derfor må livskvalitet og styresett gjøres relevante og interessante også i den konteksten, ellers hjelper de oss ikke med å tiltrekke talenter, investeringer, entreprenører eller besøkende.

2.8.3. FORBEDRE OPPFATTELSEN AV KULTURTILBUD

Vi må øke fokuset på kultur, fritid og rekreasjon, som alle er viktige sider av "livskvalitet". Oslo er én av bare fem europeiske byer som tilfredsstiller over 90 % av sine innbyggers behov med hensyn til kulturelle tilbud og tilgang til grøntområder¹⁰. Men - sett utenifra - fremstår det kulturelle aspektet som svakest innenfor byens generelt høye bokvaliteter (liveability). I tillegg utpeker internasjonale undersøkelser kultur som et av Oslos forbedringsområder.

Selv om enkeltpersoner kan ha mange ulike grunner til å ville komme til en by eller en region, er det allment anerkjent at kulturelle, fritids- og rekreasjonstilbud spiller en viktig rolle (for besøkende og fremtidige innbyggere) i å påvirke slike beslutninger. Det samme gjelder skoler, barnehager, gode transportløsninger og personlig trygghet. Både trivsels- og omdømmemålinger viser at Osloregionen tilbyr høy livskvalitet. Men måten

⁹ International benchmark study by Prof Greg Clark & Dr Tim Moonen, The Business of Cities Group, London, 2015.
¹⁰ http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/urban/survey2013_en.pdf

Oslos tilbud innen kultur, fritid og rekreasjon oppfattes *internasjonalt* er en strategisk utfordring for Oslo når byen skal tiltrekke seg besøkende eller høyt kvalifiserte fremtidige innbyggere.

Vi må derfor gjøre mer for å synliggjøre Oslos kulturelle appell. Oslo er en liten hovedstad, men det holdes flere forestillinger per innbygger enn i noen andre europeisk by, med rundt 5 000 live forestillinger hvert år, det dobbelte av hva Stockholm og København kan skilte med.

Vi må få frem nærheten til natur (fritid), men med en urban vri.

2.8.4. FORSTERKE ATTRAKTIVITETEN FOR NÆRINGSLIVET

Oslo rangerer ganske høyt når det gjelder hvor tiltrekkende Oslo er for næringslivet, men vi har et forbedringspotensial. Bakgrunnstallene viser at Oslo blir en stadig bedre by for forretningsvirksomhet, delvis takket være økt tilgang til finansielle tjenester. Likevel viser en nyere internasjonal undersøkelse at byen er mindre anerkjent som et sted for å drive forretninger enn Stockholm, Zürich eller Boston.

Næringslivssektoren i Norge må være på høyden med de mest sofistikerte forretningsmiljøene i verden. I denne sammenhengen er kompetanse sentral. For at næringslivet skal lykkes, og for at Oslo skal skåre bedre på dette området, må Osloregionen øke sin tilgang til verdens skarpe hoder. Vi kan oppnå dette ved å gjøre oss attraktive for høyt kvalifiserte medarbeidere fra andre deler av verden, men også ved å øke kvaliteten på høyere utdanning i Osloregionen.

Siden den internasjonale talentstrømmen også spiller en viktig rolle for kvaliteten på regionens forsknings- og høyere utdannelse sinstitusjoner, er det vi har valgt å kalle «gjestfrihet» et nøkkelområde for Osloregionens tilgang til talenter. Når man har fått på plass bedre vertskapsfunksjoner for besøkende, studenter og medarbeidere med høy kompetanse, kan slike tjenester også bidra til å løfte verdenssamfunnets bedømmelse av Osloregionen både mht. «gjestfrihet» og «forretningsklima».

2.8.5 UTBEDRE KVALITETEN PÅ TJENESTER INNEN GJESTFRIHET

Blant de områdene der Oslo skårer lavest er «gjestfrihet», og her haster det at vi forbedrer oss. Dersom det hersker en forventning om at Oslo tilbyr et rikt og variert liv med et mangfold av muligheter, er gjestfriheten blant de første områdene hvor Oslo vil bli evaluert. Sannhetens første øyeblikk kommer når folk møter Oslo på reise i forretningsøyemed eller privat, eller når de ankommer for å studere eller arbeide. Måten de opplever oss ved denne ankomsten er avgjørende for deres helhetsopplevelse av og hvordan de oppfatter Oslo generelt. Du får som kjent bare én sjanse til å gi et godt førsteinntrykk.

Utfordringen innenfor dette temaet dreier seg om tjenester (vertskapsfunksjoner) og holdninger, samt de rettslige og praktiske sidene som påvirker potensielle tilflyttere når de fatter en beslutning om hvorvidt de vil komme til Osloregionen for å bo, studere eller arbeide. Her står og faller alt på hva Oslo kan levere. Optimaliserte tjenester for besøkende, utenlandske studenter og tilflyttere er av avgjørende betydning hvis Osloregionen skal forbedre sin internasjonale posisjon og tiltrekke seg nye bedrifter og muligheter.

2.9. Forstå hva du er unik på

Ethvert sted (også Oslo) har forskjellige tilbud til ulike markeder, overfor ulike målgrupper. Nøkkelen er å ha en mer samstemt plattform av merkevareverdier på tvers.

På hvilken måte Oslo velges og hvem som er våre konkurrenter varierer, alt etter situasjonen. Folk vektlegger ulike ting avhengig av om de skal velge en feriedestinasjon eller bestemme seg for hvor de skal studere eller arbeide. Investorer på sin side er opptatt av helt andre faktorer.

Det er viktig å forstå hva som er «hygienefaktorene» i disse situasjonene, og hva som gjør at vi skiller oss fra våre konkurrenter. Det er alt for mange selskaper og organisasjoner som forsøker å selge seg selv som noe utenom det vanlige, eller påstår at de tilbyr et fremragende produkt, ved hjelp av faktorer som i realiteten er hygienefaktorer. Det er viktig å alltid ta utgangspunkt i hva som motiverer målgruppen.

Oslos referansestudie viser at hygienefaktorene er på plass. Vi oppfyller de kriteriene som innfris av storbyer som er ledende innenfor livskvalitet: god infrastruktur, pålitelighet, kompetanse og kunnskap, kultur, bærekraft, politisk stabilitet, kvalitet og integritet, forretningsklima. Vi vet også hvor vi har persepsjonsgap og prestasjonsgap som vi må lukke.

Merkevarefilteret for Oslo er det som definerer vår unike plass i verden. Hver bidige ting vi gjør må gjøres på en måte som gjenspeiler Oslo.

UNIK

Det som gjør at det er du som blir valgt.

Merkevaren Oslo

HVA SOM DRIVER KATEGORIEN

Hva du måles mot.

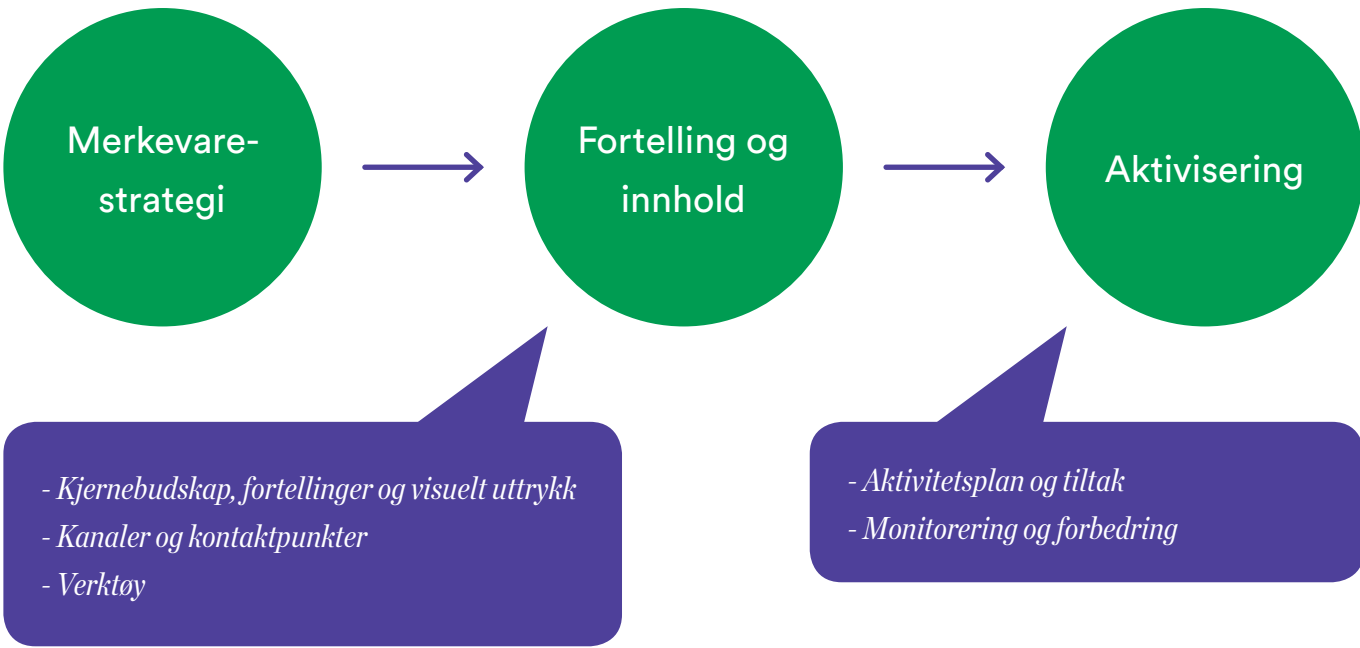
NØDVENDIG

Dette er hygienefaktorene. Hvis du ikke har dette er du rett og slett ikke aktuell i denne kategorien.

3. Fra strategi til handlingsplan

Merkevarestrategien er første skritt på veien i arbeidet som skal sørge for at Oslo får økt oppmerksomhet og anerkjennelse. Merkevareplattformen kan allerede nå brukes som et filter for en rekke aktiviteter og budskap, slik at disse kan vurderes ut fra hvorvidt de treffer merkevaren eller ikke (on/off-brand). Samtidig er de fleste aktørene utålmodige etter å sette strategien ut i livet.

De neste skrittene er:



Nedenfor forklarer vi hvordan dette skal utvikles.

3.1. Organisering: Oslo Brand Alliance

Oslo har allerede et antall organisasjoner med mandater innenfor internasjonal profilering. Vi anbefaler at disse tre danner en merkevareallianse:

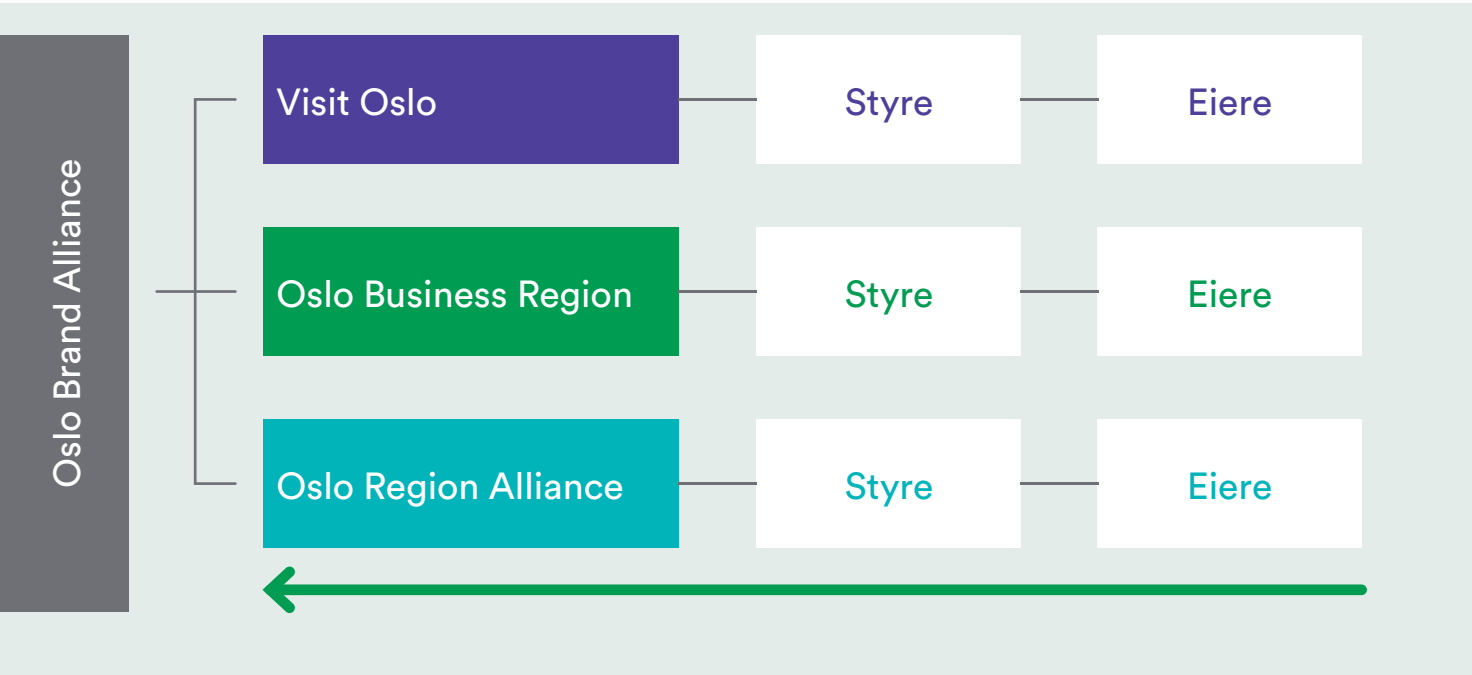
- Oslo Business Region
- Samarbeidsalliansen Osloregionen
- Visit Oslo

Dette er aktører som har etablerte mandater og ressurser som er sentrale for merkevarebyggingen av Oslo, og som allerede samarbeider med mange regionale og nasjonale organisasjoner innenfor saker som berører internasjonal profilering av Oslo og Norge. Disse tre organisasjonene vil inngå en felles avtale om aktivitetsplaner og budsjett for Oslo Brand Alliance.

Når vi danner en merkevareallianse betyr dette at vi ikke trenger å etablere noen ny organisasjon, med alle de kostnader det ville medført. Vi anbefaler istedenfor at de tre organisasjonene danner et samarbeid for å realisere Oslos merkevare. Med tanke på å oppfylle formelle krav og sikre åpenhet og etterrettelighet, er en av alliansens første oppgaver å komme fram til enighet om de økonomiske transaksjonene som Oslo Brand Alliance innebærer.

Det er helt sentralt at Oslo kommune tar en aktiv lederrolle i dette arbeidet. Oslo kommune er representert på ulike nivåer i de tre organisasjonene.

Vi foreslår følgende beslutningsstruktur:



Dagens arbeidsfordeling mellom disse er:

- Visit Oslo: Markedsfører og promoterer Oslo i forbindelse med reiseliv og turisme.
- Oslo Business Region: Promoterer Osloregionen som et sted for investeringer, startups, arbeidsmarked, studier og forskning og utvikling.
- Samarbeidsalliansen Osloregionen: bygger regional stolthet og samarbeid med regionale organisasjoner innenfor næringsliv, transport og byutvikling

Foreslåtte felles oppgaver:

- Vurdere prosjekter, om de er/kan bli on-brand
- Støttetjenester med verktøykasse for profilering
- Etablere en «mottakssentral» for nye arrangementer i regionen
- Felles innsikts/kunnskapsbank og måleverktøy
- Tjenester og nettverksarenaer for alle interessenter
- Initiere og utvikle profileringsaktiviteter

Det er behov for et bredt samarbeid mellom offentlige etater og private organisasjoner i regionen, og merkevarealliansen skal tilrettelegge og orkestrere dette. Dette skal implementeres gjennom administrative støttefunksjoner og strategiske prosjekter.

3.1.1. PERMANENTE FUNKSJONER: ADMINISTRATIVE STØTTEFUNKSJONER
Merkevarealliansen skal levere en rekke permanente funksjoner, såkalte administrative støttefunksjoner. Dette er permanente funksjoner og verktøy som skal være allment tilgjengelige, og som ikke skal utvikles eller eies av noen enkeltorganisasjon. Dette er en offentlig oppgave og slike funksjoner hverken kan eller bør utvikles av enkeltorganisasjoner.

Her inngår kunnskapsbank og måleverktøy (innsikt om Osloregionen), kompetanse og opplæring (treffer merkevaren eller ikke, dvs. on-brand/off-brand; markedsføringskompetanse), nettverksarenaer, og en felles verktøykasse:

Fortellingen om Oslo	Utvikle fortellingen om Oslo, rettet mot: Studenter Besøkende Innbyggere Bedrifter
Merkevarefilter	On-brand/off-brand filter, en praktisk sjekkliste med utgangspunkt i merkevaren Oslo.
Innhold	En samling fortellinger som støtter opp under merkevaren Oslo, som alle kan benytte. Mulige formater er tekst, fotografier, video, infografikk.
KPI-monitorering	Utvikle målinger og «dashboard» som gjør det enkelt å følge med på KPI-utvikling
Arrangementer	Utvikle en «arrangementssentral» med én felles dør for å ta i mot og vurdere on-brand potensialet for alle arrangementshenvendelser.

3.1.2. STRATEGISKE PROSJEKTER
Merkevarealliansen skal igangsette prosjekter innenfor følgende strategiske satsingsområder:

Øke synligheten			
FORBEDE oppfattelsen av kulturtilbud	BYGGE PÅ livskvalitet	FORSTERKE attraktiviteten for næringslivet	UTBEDRE kvaliteten på tjenester innen gjestfrihet

Hvert prosjekt skal ha en egen prosjektgruppe med representanter fra merkevarealliansen og samarbeidspartnerne (Oslo Brand Partners), samt en handlingsplan som inkluderer:

- Mål
- Prosjektleder
- Beskrivelse av aktiviteter
- Ønskede resultater
- Tidsplan
- Budsjett og finansiering

3.2. Vi bygger på involvering og deling

Alle kan dra fordeler av at Oslo blir sett av verden, at vi blir mer anerkjent og likt. Vi satser på en tilnærming der alle inviteres til å delta i samarbeidet. Dette blir et samarbeid mellom private og offentlige organisasjoner. Når det er sagt er det beste utgangspunktet for enhver arena at folk både bidrar og lar seg inspirere. Folk må få noe igjen for å bruke av sin tid, og dette er en frivillig dugnad. De fleste av oss har kastet bort tid i kjedelige møter uten tydelig agenda eller verdi. Vi skal arrangere møter som er handlingsorienterte, hvor deltakerne gir tilbakemelding om at de får noe ut av å delta. Med utgangspunkt i det grunnleggende prinsippet «handlingsorientert, bidra og få inspirasjon», ønsker vi å motivere og mobilisere alle i Osloregionen på ulike nivåer:

3.2.1. OSLO BRAND LEADERSHIP ARENA
Vi skal skape en møteplass for 10-12 viktige meningsbærere fra Osloregionen. Disse skal gi merkevarealliansen innspill på hvordan de permanente funksjonene og de strategiske prosjektene skal utvikles.

3.2.2. MERKEVAREPARTNERE: OSLO BRAND PARTNERS
Nøkkelaktører innen selskaper, både i privat og offentlig sektor, sammen med regionens kommuner og fylker, inviteres til å bli merkevarepartnerne som jobber sammen i strategiske prosjekter for å fremme Osloregionens omdømme. Vi regner at de mest motiverte melder seg først – og at gruppen vil vokse med tiden.

De strategiske prosjektene vil ha en samfinansiering mellom offentlige og private organisasjoner, og avklares prosjektvis.

En foreslått tilleggsmo

3.2.3. OSLO AMBASSADØRER
Vi ønsker at kjente innbyggere som er aktive innenfor kunst, idrett, næringsliv, kreative yrker, vitenskap og diplomati skal bli Oslo ambassadører. Deres oppgave er å spre det nye budskapet om Oslo — der hvor de store beslutningene tas.

Vi ønsker også å inkludere alle Oslos innbyggere. Folk fra hele Oslo, som elsker regionen og ønsker å være med på å fortelle sine historier om hvor glade de er i Oslo, og hvorfor de elsker Oslo, må vi gi verktøy og anledninger slik at de kan fortelle til sine medborgere, til besøkende, til investorer, og alle andre de møter.

Alle kan ha en rolle i å synliggjøre Oslos verdier, og vi inviterer alle Oslos innbyggere, uansett alder eller interesser, til å bli Oslo ambassadører.

3.3. En fortelling om Oslo

I vår region er det både offentlige og private organisasjoner som promoterer Oslo internasjonalt, gjennom handling og gjennom ord. Vi ønsker å orkestrere og koordinere disse fortellingene på en bedre måte enn det som er tilfelle i dag.

Samtidig trenger vi noen felles aktiviteter for å starte samarbeidet.

Hva kunne vært vår første felles fortelling om Oslo som er on-brand?
Denne strategien bygger på et bredt og grundig samarbeid, på samme måte skal kommunikasjonsinitiativ utvikles. Den første on-brand fortellingen om Oslo bør være merkevarealliansens oppgave (økt synliggjøring), men vi har allerede i dag lyst til å invitere deg til å reflektere rundt en mulig idé: the Oslopolitan. Så langt befinner idéen seg kun på tegnebordet – og spørsmålet vi stiller deg er følgende:

Kan din organisasjon benytte seg av idéen om the Oslopolitan?
Ordet Oslopolitan har vi beholdt på engelsk i forklaringen nedenfor, da det er en idé ment for verden.

Vi ønsker å engasjere innbyggere og venner over hele verden slik at de deler og deltar i fortellingen om Oslo. En mulige idé er «the Oslopolitan». Hva kaller du en person som bor i eller som elsker Oslo?

Oslopolitan er et nytt ord, og det er opp til oss å fylle det med innhold. Vi tolker det slikt at Oslopolitan = Oslo + metropolitan + cosmopolitan.

Bruk av ordet metropol spiller på det regionale. Kosmopolitisme kan oversettes med verdensborgerskap. Det betyr å ha vilje, evne og toleranse til å forstå, være vertskap for og leve blant andre. Andre assosiasjoner i dag inkluderer urbant, verdslig, sofistikert og moderne.

The Oslopolitans er ikke bare mennesker som bor i Oslo, de er også forkjempere for Oslo og venner av byen - folk som vil Oslo vel, og som vil at Oslo skal få skinne. Noen av dem lever faktisk ikke i Oslo, men de kjenner Oslo og elsker byen. Det handler ikke bare om et sted, men om en livsstil.

Har the Oslopolitan potensiale til å fortelle Oslo historien både hjemme og i utlandet, over tid, på ulike plattformer/kanaler, og til å invitere folk til å bli en del av fortellingen?

Kan din organisasjon/bedrift ta del i ideen, og gi den liv – i liten eller større grad?



4. Flere gode begynnelser

Mange regionale merkeveragesatsinger er kjent for å arbeide langsomt og byråkratisk. Vi ønsker å unngå dette. Organisasjonene i merkevarealliansen ønsker tydelig å samarbeide, og det finnes en dagsorden med prioriterte oppgaver som er godt kjent og forstått. Vi vil gjerne komme i gang og gjøre det som lar seg gjøre allerede nå – samtidig som vi søker ytterligere moment og ressurser for fremtiden.

Vi velger å starte i dag, og gjøre alt som er fruktbart og gjennomførbart nå. Med utgangspunkt i en tilnærming som bygger på samarbeid, vil følgende aktiviteter igangsettes i 2015 (ettersom disse allerede er en del av eksisterende virksomheter og mandater):

- Etablere Oslo Brand Alliance gjennom et samarbeid mellom de enkelte organisasjonenes øverste ledere.
- Etablere en ledelsesarena for merkevaren Oslo (Oslo Brand Leadership Arena), invitere 10-12 ledende meningsbærere.
- Etablere felles innsikts/kunnskapsbank og måleverktøy: en felles kunnskapsentral for alle som arbeider med posisjonering.
- Utvikle en felles aktivitet som introduserer Oslo merkevaren til verden.
- Utvikle fortellinger som kan være en del av verktøykassen.
- Starte opp nettverksarenaer.
- Utvikle felles database over internasjonale mediekontakter.
- Strategi og protokoller for arrangement (hvilke arrangementer, hvordan støtte dem).
- Strv
- Forbedre rangeringen i internasjonale undersøkelser.
- Ta initiativ til strategiske prosjekter.

The strategic action lines will guide all activities:

- Digitale pionerer
- Ungt tenkende
- Fremtidsrettede arrangementer
- Handling er sterkere enn ord
- Lean organisering: Utprøving – erfaring – suksess
- Stimulere eksisterende aktiva
-

4.1. Å ta Oslo et skritt videre: 2016-2020

Når denne strategien for Oslo er godkjent, venter flere oppgaver på oss:

- Etablere ambisjonsnivå, KPIer og budsjett
- Budsjett, finansieringsmodell og satser må være etablert
- Utvikle en detaljert kommunikasjonsstrategi
- Utvikle aktivitets- og markedsføringsplan (koordinere aktørenes arbeid og planlegge egne internasjonale aktiviteter); gjennomføre planen
- Utvikle digitale verktøy
- Utvikle felles arena for læring/bestep praksis (både fysisk og digital)
- Koordinere Oslo-fortellinger for internasjonal presse
- Etablere rådgivningstjeneste for å øke tiltakenes treffsikkerhet (on-brand/off-brand)

Det sier seg selv at ikke hvert eneste tiltak, policy, investering eller arrangement i byen kommer til å treffe merkevaren 100 %, noen av tiltakene kommer til (og skal) være «off-brand». Det er likevel viktig at nøkkelaktører i regionen er klar over og identifiserer hvilke av deres aktiviteter som kan ha stor innvirkning på den Oslo merkevaren vi i fellesskap ønsker å bygge. Da kan vi planlegge dem på en slik måte at de får maksimal effekt ved å bygge på hverandre. Vi kan bare oppnå dette dersom regionens nøkkelaktører er fortrolige med merkevaren og har forstått hva det betyr å «treffe» merkevaren og være «on-brand» i sine beslutninger, tiltak, kommunikasjon og i sin atferd.

Dette krever en god del opplæring og trening av ansatte hos nøkkelaktørene, slik at de forstår hvordan de kan bidra til å implementere Oslos merkevare. En løpende dialog av denne typen krever tilrettelegging i form av støttefunksjoner, med et støtteapparat som leverer administrative tjenester og har dyktige folk med tilgang til aktører i både privat og offentlig sektor.

4.2. Hva nå?

Tidspunktet for å gjøre Oslo mer internasjonalt synlig og anerkjent har kommet. Snøballen har begynt å rulle, og de foreslåtte samarbeidspartnerne i Oslo Brand Alliance har allerede fått mandater til å samarbeide innenfor området. Mye av satsingen og tiltakene kan finne sted i dette samarbeidet, uten at dette krever noen ekstra prosesser.

Samtidig er det noen avgjørelser som krever politiske vedtak, både m.h.t. strategiens retning og offentlig finansiering. Prosessen er i gang, og kommer til å involvere Oslo kommune sammen med regionens kommuner og fylker. Offentlig finansiering bør avklares slik at full oppstart kan finne sted i januar 2016.









HADELAND

Se mottakertabell

Vår ref.
11/02958-62
siha

Arkiv
025

Deres ref.

Vår dato
03.06.2015

Tildeling av midler til Årbok for Hadeland 2015.

Regionleder har imøtekommet søknaden fra redaksjonen til Årboka for Hadeland.

Regionskontoret overfører 21 350,- til kontonummer: 2020.08.01289.

Midlene belastes prosjekt 170, parnerskapsmidler.

Med vennlig hilsen
Regionrådet for Hadeland

Sigmund Hagen
Regionkoordinator
Saksbehandlers telefon: +47 924 64 255

Mottaker	Adresse	Post	Kontaktperson
Kultur	Rådhusvegen 39	2770 JAREN	
Kultur	Rådhusvegen 39	2770 JAREN	Kari Møyner
Kari Møyner	Røykenviklinna 611	2760 BRANDBU	
Mari Svenbalrud			



Fra: Kari Møyner
Sendt: 9. mars 2015 12:43
Til: Sigmund Hagen
Kopi: Tommy Jensen
Emne: Årbok for Hadeland - Søknad om støtte til hjemmeside
Vedlegg: [360.391311]Søknad om prosjektstøtte til Årbok for Hadeland.msg.pdf

Hei

Redaksjonskomiteen og styret for Årbok for Hadeland har gjort - og gjør - en kjempeinnsats. Det er veldig mye gratisarbeid som legges ned, som igjen befolkning og kulturminnevernet nyter godt av.

De søker nå om støtte til arbeidet med en forbedret hjemmeside på kr 21.350 til sammen fra hadelandskommunene (de tar seg da ikke noe betalt for eget arbeid). Her på Kultur har vi ikke frie midler til dette, men siden det er et interkommunalt prosjekt kan det kanskje vurderes med regionale midler/Regionrådet?

Med hilsen

Kari Møyner
Kulturvernkonsulent
Gran kommune
Sentral 61 33 84 00, Direkte 61 33 84 09, Mobil 45 20 76 15
<http://www.gran.kommune.no/>

Med hilsen

Kari Møyner
Kulturvernkonsulent
Gran kommune
Sentral 61 33 84 00, Direkte 61 33 84 09, Mobil 45 20 76 15
<http://www.gran.kommune.no/>

Fra: Mari Svenbalrud <marisvenbalrud@gmail.com>
Sendt: 2. mars 2015 13:22
Til: postmottak@jevnaker.kommune.no; postmottak;
postmottak@lunner.kommune.no
Emne: Søknad om prosjektstøtte til Årbok for Hadeland
Vedlegg: Søknad prosjektstøtte Lunner, Gran og Jevnaker.docx

Hei,

Vedlagt følger søknad om støtte til digitaliseringsprosjektet Årbok for Hadeland jobber med for tiden.
Likelydende søknad er sendt til både Gran, Lunner og Jevnaker.

Med vennlig hilsen

Mari Svenbalrud, 93055196

Til kulturkontoret for Gran og Lunner og kulturkontoret i Jevnaker kommune.

Søknad om prosjektstøtte til heimeside med artikkelregister for Årbok for Hadeland.

Årbok for Hadeland er en publikasjon som hvert år siden 1968 har trykt lokalhistorie fra de tre hadelandskommunene, Gran, Lunner og Jevnaker. Det er de tre kommunene som eier boka. Redaksjonen har liten godtgjørelse for å redigere boka, men alt annet, med unntak av regnskapsførsel og pålagt revisjon, er gratisarbeid. Vi har opp gjennom åra presentert mellom 1000 og 1100 artikler, eller med et annet mål, ca 5500 sider med lokalhistorie.

Fram til 2010 hadde vi et brukbart søkeregister, men det var i sin tid laget i et system som ikke lot seg konvertere til dagens webhotell.

Vi må med andre ord bygge heimesida helt fra bunnen av. Til dette har vi fått et tilbud fra et samarbeid mellom et lokalt trykkeri, Tint, og et firma i Oslo, Marcello. Begge to er seriøse aktører. Tilbudet vi har fått ser slik ut:

Tilbud.

Oppsett og tilpassing av design: 7,5 timer

Innhold/struktur: 3 timer

Feilsøking, bugfixs og lansering: 3 timer

Opplæring: 2 timer

Total: 23,5 timer a 700,-/timen = 16 450,- eks MVA

*)Designet baserer seg på en mal, som er tar utgangspunkt i skissene dere sendte.

Forslag 1 bokarkiv(tungvint å administrere):

Legge listefilen inn slik den står i dag på en webside som tekst: 3 timer - 2100,-

Forslag 2 bokarkiv(Lettvint å administrere): 4900

Vi greier godt å betjene den vanlige driften gjennom salg av bøkene våre, men står altså i 2015 foran et stort løft med å lage ei ny heimeside. Dette er viktig for salget, men i enda viktigere for bruken av bøkene for historieinteresserte hadelendinger, skoler, lag og foreninger osv. Registeret inneholder selvsagt titler på artiklene, men redaksjonen har også gitt seg i kast med å lage et søkbart emneregister. Dette vil i stor grad øke bruksverdien for bøkene.

Redaksjonen har lagt ned/vil legge ned en stor *dugnadsinnsats* for å få opp denne heimesida, og vil i framtida drifte heimesida selv uten ekstra kostnad, når programmering og opplæring er på plass.

Dugnadsinnsatsen er regnet ut til følgende:

Skrive inn tekst til heimesida 20 timer.

Utarbeidelse av register: (Avskrift artikkeltitler og ikke minst gjennomlesning av artikler for å finne søkbare stikkord. Dette er stor arbeid det ikke er urimelig å regne 5 timer for hver årgang. Med 47 årganger blir dette 85 timeverk, eller mellom 2 og 3 vanlige arbeidsuker.

Opplæring/prøving og feiling for å kunne handtere heimesida: 18 timer.

SUM dugnadsarbeid: 123 timer.

Vi håper kulturkontoret for Gran og Lunner og kulturkontoret i Jevnaker kan være behjelpelige med støtte til prosjektet vårt. Som dere ser trenger vi 21 350,- kr for å få gjennomført prosjektet slik vi ønsker, og søker derfor om denne summen, som vi håper dere vil gå sammen om å gi oss. Ta gjerne kontakt for utfyllende informasjon eller hvis dere har spørsmål.

Med vennlig hilsen, for Årbok for Hadeland

Mari Svenbalrud, styremedlem

Tlf. 930 55 196

Fra: Mari Svenbalrud <marisvenbalrud@gmail.com>
Sendt: 2. mars 2015 13:22
Til: postmottak@jevnaker.kommune.no; postmottak;
postmottak@lunner.kommune.no
Emne: Søknad om prosjektstøtte til Årbok for Hadeland
Vedlegg: Søknad prosjektstøtte Lunner, Gran og Jevnaker.docx

Hei,

Vedlagt følger søknad om støtte til digitaliseringsprosjektet Årbok for Hadeland jobber med for tiden.
Likelydende søknad er sendt til både Gran, Lunner og Jevnaker.

Med vennlig hilsen

Mari Svenbalrud, 93055196

Til kulturkontoret for Gran og Lunner og kulturkontoret i Jevnaker kommune.

Søknad om prosjektstøtte til heimeside med artikkelregister for Årbok for Hadeland.

Årbok for Hadeland er en publikasjon som hvert år siden 1968 har trykt lokalhistorie fra de tre hadelandskommunene, Gran, Lunner og Jevnaker. Det er de tre kommunene som eier boka. Redaksjonen har liten godtgjørelse for å redigere boka, men alt annet, med unntak av regnskapsførsel og pålagt revisjon, er gratisarbeid. Vi har opp gjennom åra presentert mellom 1000 og 1100 artikler, eller med et annet mål, ca 5500 sider med lokalhistorie.

Fram til 2010 hadde vi et brukbart søkerregister, men det var i sin tid laget i et system som ikke lot seg konvertere til dagens webhotell.

Vi må med andre ord bygge heimesida helt fra bunnen av. Til dette har vi fått et tilbud fra et samarbeid mellom et lokalt trykkeri, Tint, og et firma i Oslo, Marcello. Begge to er seriøse aktører. Tilbudet vi har fått ser slik ut:

Tilbud.

Oppsett og tilpassing av design: 7,5 timer

Innhold/struktur: 3 timer

Feilsøking, bugfixs og lansering: 3 timer

Opplæring: 2 timer

Total: 23,5 timer a 700,-/timen = 16 450,- eks MVA

*)Designet baserer seg på en mal, som er tar utgangspunkt i skissene dere sendte.

Forslag 1 bokarkiv(tungvint å administrere):

Legge listefilen inn slik den står i dag på en webside som tekst: 3 timer - 2100,-

Forslag 2 bokarkiv(Lettvint å administrere): 4900

Vi greier godt å betjene den vanlige driften gjennom salg av bøkene våre, men står altså i 2015 foran et stort løft med å lage ei ny heimeside. Dette er viktig for salget, men i enda viktigere for bruken av bøkene for historieinteresserte hadelendinger, skoler, lag og foreninger osv. Registeret inneholder selvsagt titler på artiklene, men redaksjonen har også gitt seg i kast med å lage et søkbart emneregister. Dette vil i stor grad øke bruksverdien for bøkene.

Redaksjonen har lagt ned/vil legge ned en stor *dugnadsinnsats* for å få opp denne heimesida, og vil i framtida drifte heimesida selv uten ekstra kostnad, når programmering og opplæring er på plass.

Dugnadsinnsatsen er regnet ut til følgende:

Skrive inn tekst til heimesida 20 timer.

Utarbeidelse av register: (Avskrift artikkeltitler og ikke minst gjennomlesning av artikler for å finne søkbare stikkord. Dette er stor arbeid det ikke er urimelig å regne 5 timer for hver årgang. Med 47 årganger blir dette 85 timeverk, eller mellom 2 og 3 vanlige arbeidsuker.

Opplæring/prøving og feiling for å kunne handtere heimesida: 18 timer.

SUM dugnadsarbeid: 123 timer.

Vi håper kulturkontoret for Gran og Lunner og kulturkontoret i Jevnaker kan være behjelpelige med støtte til prosjektet vårt. Som dere ser trenger vi 21 350,- kr for å få gjennomført prosjektet slik vi ønsker, og søker derfor om denne summen, som vi håper dere vil gå sammen om å gi oss. Ta gjerne kontakt for utfyllende informasjon eller hvis dere har spørsmål.

Med vennlig hilsen, for Årbok for Hadeland

Mari Svenbalrud, styremedlem

Tlf. 930 55 196