

designu

Sjøgata 8, 2 etg.  
9600 Hammerfest

hallo@designu.no  
(+47) 906 78 590

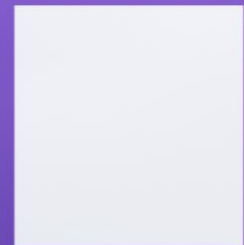
Org nr:  
921 194 641



Rapport - 22. november 2022

# Workshop om Bolyst

Designu



## Innhold

<b>Workshop om bolyst</b> .....	<b>2</b>
<b>Bakgrunn</b> .....	<b>2</b>
<b>Metode</b> .....	<b>3</b>
Disneymetoden.....	3
<b>Gjennomføring</b> .....	<b>3</b>
<b>Funn i hovedtrekk</b> .....	<b>4</b>
Sosiale utfordringer.....	4
Nettverk på tvers av bakgrunn .....	4
De lokale snakker ned Hammerfest.....	4
Hammerfest som springbrett.....	4
Tilgjengelig informasjon.....	4
Bredere kulturtilbud.....	5
Det er utfordrende å reise hjem på besøk.....	5
<b>Refleksjoner</b> .....	<b>6</b>
<b>Et sammendrag av forslagene fra Post-it-lappene</b> .....	<b>7</b>

## Workshop om bolyst

Dato: 20. oktober 2022

Arrangør: Designu

Prosjektleder: Karina Hansen

Målgruppe: tilflyttet og tilbakeflyttet mellom 20-40 år

Oppmøte: 15 stykker i aldersspennet 26-44.

Kjønnsfordeling: 3 menn, 12 kvinner. Det ble lagt ekstra innsats i å rekruttere flere menn via nettverk, men det lyktes ikke.

Samarbeidspartnere: Hammerfest næringsforening, Pro Barents og Hammerfest kommune.

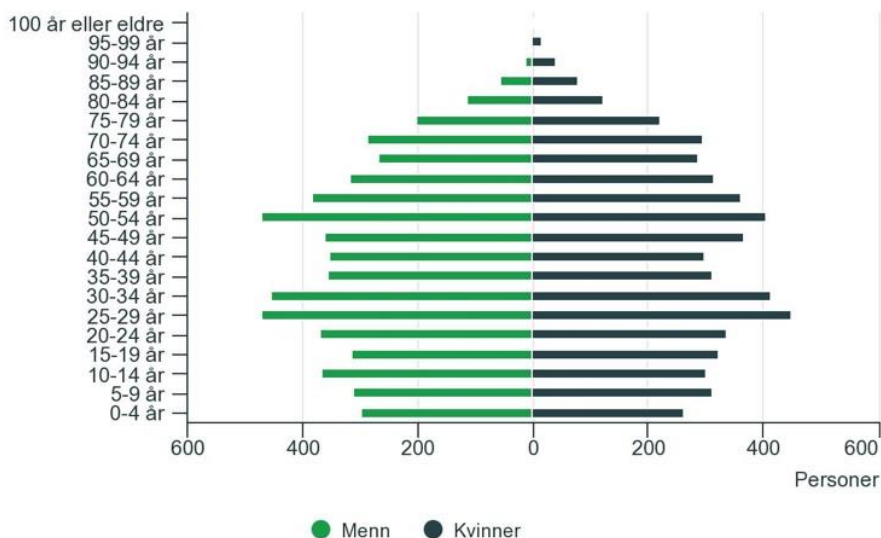
Annonsering: Facebook event med samarbeidspartnere som medarrangører. Direkte markedsføring via nettverk.

## Bakgrunn

Ifølge kommunefakta fra SSB er det -49 i nettoflytting i Hammerfest i 2021. Det vi og ser er at de mellom 25-35 år utgjør den største aldersgruppen i kommunen. Dette er bakgrunn for målgruppen. Det er i denne alderen man skal etablere seg, og som kjent er det rimeligere å holde på en kunde enn å skaffe seg nye.

### Aldersfordeling for innbyggerne i kommunen

Alder



1 Screenshot av alder-statistikk i Hammerfest, SSB, kommunefakta

Som tilbakeflyttet for mindre enn to år siden har undertegnede allerede opplevd å miste to nære venner til fraflytting, samt flere bekjente. Vi ville forsøke å finne ut av hva det egentlig er som gjør at folk flytter herfra, selv om de tilsynelatende trives. Er det noe grunnleggende som mangler, eller er det bare det lille ekstra? Og kan vi gjøre noe med det? Målet med prosjektet er å undersøke hos målgruppa hva som skal til for at de vil bli i Hammerfest, hva som gjør at de ikke trives og hva som gjør at de trives.

## Metode

Design thinking består av flere faser: Innsikt, definere, idéfase, prototyping og testing. Første steg i design thinking er som å skaffe innsikt fra målgruppa om hva de *egentlig* trenger. I design thinking skal en alltid forbedre ideer og løsninger, prosessen skal være en loop, ikke en linje med en slutt. Det overordnede målet med workshopen var å utgjøre en innsiktsfase av en større design thinking-prosess, fordi vi håper at dette kan være startskuddet for et større prosjekt.

## Disneymetoden

Fordi design thinking er en relativt stor og avansert prosess valgte vi å forenkle det til workshopen ved å bruke Disneymetoden. Kort fortalt er det en kreativ metode for å løse et problem.

- Man begynner i drømme-rommet
  - Her er alt lov. Du kan fly, du kan gå på vannet, fysikkens regler er ikke-eksisterende.
- Neste rom er realistrommet
  - Her skal ideene ned på jorda igjen. De ideene som ikke er fysisk mulig å gjennomføre kan modereres. Si ja, men.
- Siste rom er kritikeren.
  - Her skal ideen vurderes, men løser ideen virkelig problemet vi står overfor?

Deretter kan en gå tilbake til start og gjøre ideen enda bedre gjennom flere runder.

## Gjennomføring

Workshopen ble gjennomført hos Designu, i TekTanks lokaler. Arrangementet startet med en sosial del, hvor det ble servert mat og drikke. Under maten tok vi en introduksjonsrunde for å ha litt bakgrunns info om hverandre, samt en oppvarmingsøvelse for kreativ tenking. «Hvordan ville du tjent penger på en fisk?» var spørsmålet som ble stilt som oppvarming.

Deretter ble deltakerne introdusert for bakgrunn til prosjektet og fikk en kort innføring i Disneymetoden, samt begrensinger for workshopen. Begrensingene tok utgangspunkt i Maslows behovs-pyramide. Ideene skulle i hovedsak handle om det øverste sjiktet av pyramiden. Vi tok altså i workshopen utgangspunkt i at de som var i rommet allerede hadde en jobb og et sted å bo, de er jo allerede i Hammerfest.



## **Funn i hovedtrekk**

Det ble mange diskusjoner rundt bordet. Noe vi fant interessant var at noe så enkelt som slike workshoper, hvor man samles på tvers av bakgrunn, med et enkelt tema var noe mange satt veldig stor pris på. Heretter følger en oppsummering av observasjoner vi gjorde underveis.

### ***Sosiale utfordringer***

Det er vanskelig for tilflyttede å bli kjent med lokale. Et forslag var å ha et introduksjonsprogram for tilflyttere hvor de får en «vert» som følger dem opp og introduserer dem i lokalmiljøet og tar de med på opplevelser. An skaper en delingskultur, hvor tilflyttere også får muligheten til å bli med på aktiviteter som ellers er utfordrende, som å bli med på hytta i helgene eller bli inkludert i en families søndagsmiddag. Det savnes også introduksjonsprogram på tvers av arbeidssted. Kommunen har i dag et introduksjonsprogram, men dette kunne med fordel vært mer sexy og kanskje hatt fordel av å inkludere flere arbeidssteder.

### ***Nettverk på tvers av bakgrunn***

Sosiale og faglige, gjerne tverrfaglige, møteplasser er det lite av for de som ikke jobber innen sekundærnæringer. Mange av tilbudene, som for eksempel Grunderaften i regi av Pro Barents, retter seg mot sekundærnæringer. De mange som jobber innen andre næringer, men som også har interesse for lignende arrangementer faller da utenfor. Grunderaften er et kjempegodt opplegg, og det savnes noe lignende som når ut bredere.

### ***De lokale snakker ned Hammerfest***

Ingen klager så mye på været som Hammerfestinger fikk vi høre. Andre hadde fått beskjed om at det er vanskelig å bli kjent med Hammerfestingen, fordi holdningen er at det «ikke er vits» å bli kjent med tilflyttere, for de flytter jo bare uansett. Mange opplever at Hammerfestinger snakker negativt om byen, om folk og om tilbud. Det er en negativ kultur som drar ned inntrykket og legger føringer for hvordan tilflyttere oppfatter situasjonen.

### ***Hammerfest som springbrett***

Mange bruker Hammerfest som et springbrett videre i karrieren, derfor blir de ikke så lenge. Det er færre om beinet her oppe, man får jobber som det flere hunder søkere på lengre sør. I tillegg får man skrevet ned studielån av å bo her.

### ***Tilgjengelig informasjon***

Det er et stammespråk og lokale selvfølgeligheter som ikke alle forstår. Hammerfest har mye å by på, men det er utfordrende å orientere seg som tilflyttet, det savnes informasjon.

### ***Bredere kulturtilbud***

Hammerfest kommune bruker nesten dobbelt så mye på kultur og idrett per innbygger enn Alta og Tromsø (SSB, Kommunefakta), likevel savner mange noe som treffer flere målgrupper. Tilbudene i Hammerfest oppleves som «enkle og mainstream» eller høykultur, alt imellom mangler. Igjen er informasjon savnet for å kunne få med seg det som skjer, tilflyttere vet ikke nødvendigvis hvilke kanaler eller Facebooksider man får informasjon i. Det er viktig for trivsel at en har et godt tilbud også etter jobb.

### ***Det er utfordrende å reise hjem på besøk***

Det var unison enighet om er at det enten er for vanskelig eller for dyrt å reise hjem. Mange mente at dersom det hadde vært enklere eller rimeligere å reise hjem for å besøke familie, ville det ikke vært så vanskelig å bli boende lenge. Noe av årsaken til høye billettpriser fra Hammerfest er industri og sekundærnæring, et forslag som ble diskutert her var å innføre ulike billettpriser for bedrifter og privatpersoner.

## Refleksjoner

Tenk deg at du er ny i en bedrift. Hvis de som har jobbet der lengst bare snakker negativt om bedriften får du ikke et særlig godt inntrykk og du får sannsynligvis ikke lyst til å bli der heller. De negative holdningene smitter over, du blir selv negativ og ser svart på situasjonen. Du finner ingen informasjon om det som skjer eller hva du kan forvente, og det er vanskelig å bli kjent med kolleger. Du begynner kanskje å se deg om etter en ny jobb ganske umiddelbart. Du ville fortalt flere venner og bekjente om den dårlige opplevelsen, og anbefalt dem å ikke søke jobb der.

Hadde derimot de som jobbet der fra før tatt deg godt imot, snakket positivt om bedriften og sørget for at du ble inkludert og fikk en god velkomst, ville du sannsynligvis blitt lengre i jobben. Kanskje kommer det flere nyansatte og du gir dem den samme velkomsten som du fikk. Selv om du etter en stund velger å gå videre, sitter du igjen med et positivt inntrykk og en fin opplevelse. Du ville sannsynligvis anbefalt stedet videre til andre, og snakket positivt om opplevelsen. Ved neste jobbutlysning har det gode ord spredt seg, og arbeidsstedet har flere søknader i bunken. Det er blitt en attraktiv arbeidsplass fordi den er kjent for sin gode kultur.

Hvis vi tenker oss at Hammerfest er arbeidsstedet, og de lokale er de som har jobbet i bedriften lengst. Det tar tid å endre en kultur, ved å jobbe med holdninger kan man endre den litt etter litt. Hvis vi sammen jobber aktivt for å endre holdninger til både lokale, tilflyttere og tilbakeflyttere vil det kanskje ha en positiv effekt på sikt.

Den store aldersgruppen mellom 25-35 år kan kanskje bekrefte at mange bruker Hammerfest som springbrett. Vi vet at etter fylte 25 år er man ferdig med høyere utdanning. Aldersstatistikken kan indikere at de som er nyutdannet flytter til Hammerfest for å jobbe noen år, før de velger å etablere seg permanent andre steder.

Er det egentlig så dumt at Hammerfest er et springbrett for videre karriere? Vi vil si nei. Det som er dumt, er om de som bruker Hammerfest som springbrett får en dårlig opplevelse. Vi burde sørge for at alle som er i Hammerfest har en positiv opplevelse, uavhengig av hvor lenge de skal være her. Egentlig er det jo kjempefint om folk vil bruke Hammerfest som et springbrett, vi ville fått et enormt mangfold av mennesker, det ville alltid vært noen nye å bli kjent med og nye inntrykk å ta inn.



## Et sammendrag av forslagene fra Post-it-lappene

### Sosiale nettverk

Dating-app for Hammerfest, og flere single menn  
Flere tilbud til mindre barn, der man kan møte andre foreldre  
Flergenerasjonsområder/kollektiv. Eldre og unge hjelper hverandre, barnehage underholder eldre. Med felles oppholdsrom og utearealer.  
Innendørs folkeforum i gamle banken

### Faglig nettverk

Penger til å investere i gründerbedrifter  
Gratis lunsj sammen for de som arbeider i små bedrifter, for sosiale og faglige nettverk

### Holdninger/omdømme

Fjerne fordommer  
Introduksjonsprogram for tilflyttere, med «vert» som er fastboende  
Tilrettelegge for at det blir lettere å bli kjent med de som ikke er tilflyttere

### Sentrum og næring

Gågate med pop-up butikker for mer variasjon og mer utvalg av butikker  
Triveligere, og renere sentrum, og lys i alle vinduene i sentrum

### Bryggerier

Spritfabrikk på Kvaløya  
Bryggeri/gin destilleri  
Ølbryggeri

### Uteliv

En sjarmerende bakeri/kafe/kaffebar i sentrum, lik kulturhuset i Oslo. Som en sosial samlingsplass, med mulighet for å sitte og jobbe. Med uteservering, god kaffe og god bakst.

Flere uteplasser, bartilbud. Nisjer som: Vinbar, gin-bar, Huskykafe eller reinkafe  
Restaurant under vann, med tema arktisk liv.

### Kultur

Filmfestival eller vinterfestival  
Frivillighetens hus, samlingssted for alle som jobber med kultur, en kulturkafe ala kulturhuset i Oslo. Med kreativt-verksted, åpent for de som vil være kreativ i et fellesskap

### Opplevelser

Spøkelsestur til Langstrand internat  
Rib hvalsafari, hvalreservat med tilhørende kunnskapssenter





Heis til Salen eller Tyven med filmshow i fjellet og skybar eller tivoli på toppen. Zipline ned fra Salen til sentrum.

Arktisk Farmen, realityshow eller vikinglandsby på Seiland eller Farmen hotell på Sørøya  
Teknologisenter (meridianbuen, astronomi)

Gårdsbruk som er åpen for besøk, eller Arktisk zoo

Eliasbåten-/Pirat-/Vann- temapark

### **Helse**

Gratis lavterskel tilbud til barn/foreldremøteplasser og aktivitet

Treningssenter med barnepass

Gruppetreninger rundt omkring i naturen

### **Fritidsaktiviteter**

Skøytebane eller paintball-bane, vinterhage over utendørs aktivitetspark

Hundepark med treningsbane

Sjark kollektiv – bli med en lokal fisker på tur

Mer ekstramsporttilbud - Redbull x-treme sparkeløp

### **Bad eller badstue**

Utendørs badstue, badestamper, basseng og dødsetårn, for eksempel ved AKS

Flytende basseng i storvannet

Undervanns svømmehall i sentrum. Undervanns-by

### **Reise**

Enklere å reise ut og inn av Hammerfest. Storflyplass, med direktefly til Oslo.

Billigere flybilletter for de som ikke jobber på Melkøya

Tog til resten av landet, og Sverige/Finland.

### **Infrastruktur**

Lettere å komme seg rundt

Knytte sammen Rypefjord og fuglenes med by sti+ promenade fjæretråkk langs sjøen, ingen biler på fuglenes promenade med tilrettelegning for grilling og bading

Sykkelfelt og sykkelveier i hele byen, gangvei til Forsøl

Bru fra fuglenes til byen, men uten å ødelegge utsikten.

Skispor, også mellom boligfelt

Tunell til Sørøya og Seiland

### **Finere by:**

Lyssette Tyventårnet i farger

Male hele byen i regnbuefarger

En penere by med bedre vær

Robot som plukker opp søppel og skitt

Et innbydende torg som skaper liv i byen

Varmepumpe fra havet til å varme fortau i hele byen



**Tilpasse overgang**

Rabatt på vinterklær for tilflyttere

Unngå mørketiden, bli sponset med sydenturer en gang i året

**Kompetanse:**

Større bibliotek, typ Deichmanns

Flere statlige arbeidsplasser med hovedkontor i Hammerfest

Universitetet med flere studieretninger