

Oppsummering av dialogseminar Skjervøy kommune 09.12.09

OPPGAVE 1. SELVFORSTÅELSESPERSPEKTIVET

1. *Hvem er vi som kommunested? Hva er spesielt med oss?*
2. *Hvem er vi som region? Hva er spesielt med oss?*
3. *Hvordan eller på hvilke måter er vi lik/forskjellig fra andre?*

Oppgave 1.1

- kystkommune
- fiskerikommune
- øykommune
- friluftskommune
- ressurssterk kommune
- kommune med godt utbygd tjenestetilbud
- sterkt sentrum
- fra topp til sjø (natur)
- maritimt miljø
- 70 ° Nord
- kompakt tettsted med største delen av befolkningen
- rent miljø
- tidl. regionsenter (ca.100 år siden)
- tidl. kirkested
- vill, vakker og tøff natur
- flott fiskecamp (som setter fokus på de riktig tingene i forhold til å være fiskeri- og kystkommune)
- videregående skole (akva-, fiskeri-, mat-, helse- og sosialfag)
- god næringsutvikling (godt og variert varetilbud)
- aktivt og variert kultur- og idrettsmiljø
- maritimt senter
- kommunesenter med flere bygdesenter

Oppgave 1.2

- natur
- tre stammers møte
- historisk strengt religiøs
- mørketid og midnattssol
- fra topp til sjø (natur)
- mange og varierte naturoplevelser
- lett tilgjengelig (infrastruktur)
- fokus på primærnæringer (reindrift, fiske, landbruk)
- vidt spenn naturmessig (vidder og fjord, fjell og sjø)
- øy-, kyst- og innlandskommune (Norge i miniatyr)- 17.000 innbyggere på et areal større enn Rogaland fylke –spredt bosetting

Oppgave 1.3

Regionen:

- flott natur
- mange muligheter næringsmessig
- naturen spesiell i Nord-Troms (fra topp til sjø)
- samisk, kvensk, finsk, norsk
- en del av tiltakssonen
- trygt å bo her
- helt ulik næringsstruktur i N-T kommunen
- vi bor i fremtidens og mulighetens land

Kommunen:

- øykommune

OPPGAVE 2. UTENFRAPERSPEKTIVET

1. *Hvem tror vi er de viktigste aktørene i kommunestedets omgivelser?*
2. *Hvordan tror vi disse aktørene oppfatter oss som kommunested og som region?*
3. *Hvor kommer disse oppfatningen fra?*

Oppgave 2.1

- næringslivsaktører
- fylket
- staten
- politikere (sentrale, regionale)
- markedet
- media
- hurtigruta
- Troms fylke (finansiering)
- flere større nasjonale firma
- turister
- utflyttede Skjervøyværing
- politikere
- ungdom
- ordfører
- journalister
- næringsaktører
- ressurssterke personer innen kulturliv
- fagfolk (studenter og vikarer –de tar med seg inntrykk ut fra Skjervøy)

Oppgave 2.2

- livskraftig samfunn
- relativt god infrastruktur
- mange muligheter for næringsutvikling
- viktig med videregående skole og studiesenter/studieverksteder
- usikkerheta skaper forgubbing av Skjervøy (ungdom forsvinner)
- samhold
- idyllisk liten småby (markering av idrettsmiljø)
- kvalitetsprodukter tilknyttet industrien

Kommunen:

- vill, vakkert og rent
- rik på naturressurser
- enten sterkt religiøs eller overhodet ikke religiøs
- en plass med muligheter
- utdanningsmuligheter
- opplevelser
- sterke meningsbærere

Oppgave 2.3

- media
- nettsider
- kunder
- de ”positive” utflytta Skjervøyværingene
- turister (på godt og vondt)
- egenopplevelser
- munn til munn
- venner/fiender
- konkurrenter

OPPGAVE 3. FRAMTIDSPERSPEKTIVET

1. *Hvem ønsker vi å være –som sted og region? Hvordan ønsker vi at andre skal oppfatte oss?*
2. *Dersom det er et gap mellom det vi selv ønsker å være og de bilder/ oppfatninger vi tror andre har av oss – Hvordan ”lukker” vi dette? Hvilke tiltak eller virkemidler kan vi ta i bruk?*

Oppgave 3.1

- øykommune
- kystkommune
- sjømatkommune
- fremtidsrettet kommune
- samhandlingskommune både lokalt og regionalt
- godt handelssted
- godt tilrettelagt ungdomsmiljø

- stolt og positiv
- beste bosted
- attraktiv region
- region rik på muligheter
- variert næringsliv
- fremtidsrettet
- pålitelig og trygg
- god innen idrett og kultur

Kommunen:

- maritimt senter
- attraktiv kystkommune
- kommune med trivsel og samhold (turisme, næring, tjenester, kultur)
- næringsvennlig kommune (potensielle næringsaktører –spesielt sjøbaserte næringer)
- en kommune som satser på kompetanse

Regionen:

- et område i vekst og utvikling
- en samarbeidsregion
- Nord-Troms som pilot i opplevelsesbasert turisme
- vi skal være JA-region full av energi og optimisme

Oppfatning:

- ren natur
- åpne og vennlig
- kompetent/ flinke på det vi driver med
- stressfri sone

Oppgave 3.2

- kanskje få med andre utenfra (eks. idrett) i forhold til ”steke vafler”
- være mer inkluderende
- samarbeid og internett (NT-kommuner -samarbeid på internett)
- sterkt maritimt senter
- spesielt næringsutvikling sjøbasert næring

Kommunen:

- satse på positive krefter bl.a. med omdømmebygging
- kultursatsing
- øke tjenestetilbudet innen maritimt miljø
- en ”hjelpsom” kommune (varm og medmenneskelig kommune) -løsningsorientert
- ta vare på de gode ambassadører (ungdom eller andre som flytter fra)

Regionen:

- øke samarbeidsprosjekter
- markedsføring
- flere kompetanse arbeidsplasser
- være åpne for nye muligheter

- brosjyre ("En smak av Nord-Troms")
- seminar i alle Nord-Troms kommunene
- ta i bruk You tube, Facebook, Twitter –invitere venners venner for positiv markedsføring i inn- og utland