

# Merkevarebygging av Dalane som tilflytningsdestinasjon

Våren 2007



*"Hvordan kan merkevarebygging av regionen Dalane brukes til å forhindre fraflytting og øke tilflytting?"*

- Hvilke assosiasjoner folk fra Dalane har til regionen
- Hvordan de opplever Dalane som bosted
- Hvilke årsaker som gjør at noen vender tilbake
- Hvilke assosiasjoner folk har til det rurale Dalane – "the rural idyll" eller "the rural dull"

Finnes Dalane i folks  
bevissthet?

# Assosiasjonsundersøkelse

- Spørreskjema, 19 respondenter, 18-55 år

## Personlig intervju

- 1 time, 8 respondenter, midten av 20-årene

## Dybdeintervju

- 2 familier

# Analyse av Assosiasjonsundersøkelsen

## Beskrivelse av Dalane:

- Natur, fine turområder, kyst, sjø, fiske og fjell
- Koselig og rolige omgivelser
- Trossamfunn, idrett, trygghet, nærhet, janteloven, familievennlig, sladder
  
- Lund ble ikke nevnt
- Kultur ble nevnt kun en gang

# Hva beskriver Dalane best?

"Alle kjenner alle"

Natur  
Religiøs  
Koselig

# Negative assosiasjoner

Sladder og rånekultur

# Analyse av personlige intervju

Respondentene tenker med èn gang på de 4 kommunene, men mener videre at disse ikke er samlet som en enhet.

Natur, idyll og koselig  
"Alle kjenner alle" (bygdedyret)

# Hva ville respondentene satt fokus på dersom de skulle reklamere for Dalane?

Trygghet

Gode skoler og barnehagedekning

Korte avstander til det meste

Idyllen ved å bo et rolig sted med vakker natur

# Ulemper med Dalane

- Ikke flinke til å ta imot nye mennesker
- Lund er kommunen respondentene vet minst om
- Få muligheter for egenutfoldelse (skal ikke tro man er noe)
- Man bør ikke vise man er annerledes

- Få arbeidsmuligheter for de med høy utdanning
- Jentene mente Dalane var et lite sted med få muligheter
- Noen mente kommunen er vanskelig å få tak i, og at man ikke tilrettelegger bra nok for boligutbygging

# Idyll- Bygdedyret

Mette Marit

Katt

Sau

# Analyse dybdeintervjuer

**Man føler tilhørighet**

**Dalane er et begrep som kommer til å bli  
brukt mer fremover**

**Dalane er blitt mer opptatt av å utvikle seg i  
en positiv retning**

**Samfunnet preges i større grad enn før av  
nytenkning og gründerskap**

**Man reiser mest til stavanger dersom man  
skal gjøre større innkjøp**

**Er få utfordrende jobber**

**Janteloven råder – hemmer for personlig  
utfoldelse**

# Hvem bør holde seg borte fra Dalane?

Folk som skiller seg ut fra mengden.

Å skille seg ut fra Dalane vil si å være urbane og karrieremennesker eller det å ha en uttrykksfull personlighet og livsstil som skiller seg fra den store mengden.

# Diskusjon

Imaget til Dalane er fraværende eller svakt

Det kan se ut som at respondentenes definisjon av det gode liv er å bo i Dalane, er at de ofrer mye for å nettopp kunne gjøre det.

Undersøkelsene viser at det ikke er primært økonomi og arbeidsmarkedet som trekker folk til Dalane, men det sosiale samværet med familie og venner, samt oppfatningen av den rurale idyll som bringer dem til Dalane.

# Hva må til?

Den økonomiske utviklingen av et sted er avhengig av at folk er åpne for nye ideer og for kreative mennesker. Dalane har, ifølge dalbuen selv, personlige egenskaper som er stikk motsatt av den kreative klasse og høyt utdannede mennesker.

Når det er et mål å få folk tilbake etter endt utdanning, er det svært negativt at målgruppen ser på Dalane som et sted med lite muligheter for de med høyere utdanning.

Dalane er preget av janteloven, og dermed ikke spesielt mottakelig for folk som prøver å starte noe nytt.

# Nå er tiden inne!!!

Med to nye kjøpesentre, mye nyskaping og annerledeshet i Sokndal er Dalane på god vei i den økonomiske utviklingen.

Dalane er inne i en tid hvor innbyggerne opplever at det kommer mye nytt, og kanskje er tiden inne for å begrave janteloven å få folk til å skape nye attraktive tilbud som øker folk lust til å bosette seg i Dalane.

# Markedsføring

Start internt i det administrative og politiske.  
Deretter må innbyggerne læres opp i hva merket/Dalane er.

For at det skal kunne bli en merkevare er det viktig å få forståelse og aksept fra alle som bor og jobber i Dalane.

De interne (næringsliv, reiseliv, innbyggere og det offentlige) må alle være involvert fra begynnelsen av.

Eierskap.

Viktig å bruke elementer i markedsføringen som innbyggerne i Dalane verdsetter.

# Råd & anbefalinger

- Jobbe ut fra assosiasjonene som er satt
- Viktig med tilhørighet og stolthet til regionen som enhet.
- Omforme det negative til noe positivt
  
- "Den kreative klasse" MÅ få vokse frem
- Differensier
- Eks. "Her bryr folk seg på en positiv måte"
  
- Innovativt kan være å beholde tradisjoner

# Skap en Dalane-følelse!!

Felles markedsføringsplan for alle 4 kommuner

Forenkle kjøpsprosessen