

Søknad

Søknadsnr.	2025-0084	Søknadsår	2025	Arkivsak
Støtteordning	Agder: Tilskudd til regionale næringsutviklingsprosjekter			
Prosjektnavn	Region Lister			

Kort beskrivelse

Prosjektet skal styrke næringsutviklingen i Lister gjennom strategiske tiltak innen markedsføring, kompetanseheving og nettverksbygging. Målet er å øke regionens attraktivitet for bedrifter og investeringer, med vekt på innovasjon, bærekraft og digitalisering. Prosjektet er forankret i Regionplan Agder 2030 og gjennomføres i samarbeid med næringsliv, kommuner og FoU-miljøer for å sikre langsiktig vekst og verdiskaping.

Prosjektbeskrivelse

Lister-regionen har utfordringer med rekruttering, synlighet og attraktivitet som bosted og arbeidsmarked. For å sikre vekst og utvikling må regionens kvaliteter kommuniseres tydeligere gjennom målrettet markedsføring og styrket samarbeid mellom kommuner og næringsliv. Lister skal fremstå som en synlig, attraktiv og samkjørt region – både nasjonalt og internasjonalt. Prosjektet skal gjennom målrettet markedsføring og lokalt forankret innholdsproduksjon styrke regionens identitet og synlighet. I tillegg skal det legges grunnlaget for en robust organisasjonsmodell som sikrer langsiktig drift og videreutvikling av arbeidet med regional attraktivitet.

Prosjektet skal etablere en helhetlig markedsføringsstrategi for hele Lister-regionen, basert på en tydelig merkevareplattform og strategisk samkjørte kampanjer. Dette skal skape økt synlighet, forsterke regionens identitet og gi næringslivet bedre verktøy for rekruttering og posisjonering. For å sikre en autentisk og troverdig kommunikasjon skal markedsinnhold produseres lokalt av nøkkelaktører i hver kommune. Smaabyen Flekkefjord, Handelshuset Kvinesdal, LyngdalBy, Lindvirke i Farsund, Visit Sirdal 365 og Hægebostad kommune har ansvaret for å utvikle innhold som reflekterer deres særegne kvaliteter. Region Lister samordner og distribuerer innholdet både lokalt for å styrke stolthet og tilhørighet, og nasjonalt og internasjonalt for å øke regionens synlighet utenfor kommunegrensene.

Lister skal være en tydelig og gjenkjennbar merkevare på digitale plattformer. En helhetlig strategi for sosiale medier, nettsider og øvrige digitale kanaler sikrer at regionen når sine målgrupper på en effektiv og målrettet måte. Prosjektet er solid forankret i Regionplan Agder 2030, hvor økt attraktivitet, kompetansetiltrekning og bærekraftig verdiskaping er sentrale mål. Innsiktsarbeid og dialog med næringslivet, kommunene og regionale aktører har avdekket behovet for en samordnet regional profilering og en mer målrettet innsats for å tiltrekke arbeidskraft.

Per i dag er over 60 lokale bedrifter engasjert i prosjektet, hvorav over 40 har signert intensjonsavtaler om deltakelse. Prosjektgruppen har lagt stor vekt på forankring i både kommuner og næringsliv for å sikre bred støtte og langsiktig gjennomføring. I løpet av prosjektperioden skal den mest hensiktsmessige organisasjonsmodellen for videre drift identifiseres. Alternativer som vurderes

inkluderer videre drift under Lister Nyskaping, etablering av et selvstendig selskap eller et kommunalt samarbeidsselskap, samt andre relevante strukturer.

Prosjektet er i dag stasjonert i Lister Nyskaping. Prosjektgruppen består av Aksel Skage Myhre og Roar Hole (Trainee Lister, Lister Nyskaping), Frode Johannessen (innleid prosjektleder), Aleksander Egeli (teknisk ansvarlig, Smaabyen Flekkefjord) og Per Gunnar Økland (kommunikasjon og medieproduksjon). Styringsgruppen ledes av næringssjef i Farsund, Thora Arnadottir, og består av representanter fra Flekkefjord Sparebank, Kvinesdal Sparebank, Sparebanken Sør, Lister IPR (Ingrid Williamsen og Svein Vangen), Lister Næringsforening (Hans Fredrik Grøvan) og Agder fylkeskommune.

På sikt vil prosjektet også utforske mulighetene for å inkludere reiseliv, arrangementer og nye initiativer som kan styrke regionens attraktivitet og skape flere synergier mellom ulike satsinger.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	Lister Nyskaping AS Org.nr:984004389 aksel@listernyskaping.no	Stasjonsgata 26 4580 LYNGDAL	90984179
Kontakt-person	Aksel Skage Myhre aksel@listernyskaping.no	Grønnes 51 4407 FLEKKEFJORD	90984179
Prosjekt-leder	Frode Johannessen frode@smaabyen.no	-	-

Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

Prosjektet har tidligere mottatt støtte fra Lister IPR og Listerfondet. Ellers mottar Lister Nyskaping, hvor prosjektet er stasjonert, støtte fra SIVA, Agder FK og kommuner til næringsrelaterte prosjekter, næringshageprogrammet mm.

Spesifikasjon

Bakgrunn

Lister-regionen har et stort potensial for vekst og utvikling, men står overfor utfordringer knyttet til rekruttering av arbeidskraft, befolkningsutvikling og regional synlighet. Mange unge flytter ut for studier uten å vende tilbake, og bedrifter melder om utfordringer med å tiltrekke seg og beholde kompetent arbeidskraft. Samtidig har regionen sterke næringsklynger, spennende jobbmuligheter og en høy livskvalitet som ikke kommuniseres godt nok til potensielle tilflyttere.

For å sikre en bærekraftig utvikling må regionens kvaliteter synliggjøres bedre gjennom målrettet markedsføring, styrket samarbeid mellom næringsliv og kommuner og en tydeligere posisjonering av Lister som en attraktiv region for bosetting og arbeid. Det er behov for en mer helhetlig tilnærming der næringsliv og offentlige aktører jobber sammen for å skape en felles strategi som styrker regionens attraktivitet.

Dette prosjektet er utviklet for å møte disse utfordringene ved å etablere en felles merkevare, utvikle en digital kommunikasjonsstrategi og legge til rette for et tettere samarbeid mellom aktørene i regionen. Gjennom en samlet innsats skal prosjektet bidra til å øke regionens attraktivitet innen bo, leve og jobbe, samt legge grunnlaget for et langsiktig arbeid med regional utvikling.

I Smaabyen Flekkefjord har de jobbet med dette siden 2023, hvor kommunen og de 35 av de større aktørene i kommunen deltar i prosjektet. Resultatene er gode, og tilbakemeldingene fra bedriftene er svært positive. Forretningsmodellen som brukes i Smaabyen Flekkefjord bistår prosjektet med å implementere i tilsvarende destinasjonsselskaper i resterende kommuner i Listerregionen. Dette vil bidra til økt forutsigbarhet for de lokale aktørene, som igjen åpner for å kunne jobbe strategisk over tid.

Prosjektmål

Målet med prosjektet er å styrke Lister-regionens attraktivitet innen bo, leve og jobbe gjennom strategisk merkevarebygging, målrettet kommunikasjon og tettere samarbeid mellom kommuner og næringsliv.

Prosjektet skal bidra til å øke synligheten av regionens jobb- og bokvalitet, styrke tilflytting og rekruttering av kompetanse samt sikre en mer helhetlig regional profilering. Dette skal oppnås gjennom utvikling av en felles merkevare, en digital kommunikasjonsstrategi og et sterkere samarbeid mellom offentlige og private aktører.

På lang sikt skal prosjektet legge grunnlaget for en bærekraftig strategi for videre arbeid med regional attraktivitet, slik at Lister blir et mer synlig og konkurransedyktig valg for både nåværende og fremtidige innbyggere.

Forankring

Prosjektet er forankret i Regionplan Agder 2030, der økt attraktivitet, kompetanseutvikling og bærekraftig verdiskaping er sentrale mål. Videre bygger det på innsiktsarbeid og analyser fra næringslivet, kommuner og regionale aktører som har identifisert behovet for en styrket regional profilering og økt innsats for å tiltrekke arbeidskraft. Prosjektet har i skrivende stund over 60 lokale bedrifter engasjert i prosjektet. Prosjektgruppen har fokusert over lengre tid på å forankre dette prosjektet i regionen, både i kommuner og næringsliv.

Prosjektorganisering

I løpet av prosjektperioden skal den mest hensiktsmessige organisasjonsmodellen for videre drift og utvikling identifiseres. Prosjektet skal vurdere ulike strukturer, inkludert videre drift under Lister Nyskaping, etablering av et nytt selskap eller et kommunalt samarbeidsselskap, eller andre relevante strukturer.

I dag er prosjektet stasjonert i Lister Nyskaping. Prosjektgruppen består av Aksel Skage Myhre og Roar Hole (representerer Trainee Lister) fra Lister Nyskaping, i tillegg er Frode Johannessen innleid som prosjektleder og Aleksander Egeli (teknisk ansvarlig) fra Smaabyen Flekkefjord og Per Gunnar Økland til kommunikasjon og medieproduksjon.

Styringsgruppen ledes av næringssjef i Farsund Thora Arnadottir og består av representant fra Flekkefjord Sparebank, Kvinesdal Sparebank, Sparebanken Sør, Ingrid Williamsen (Lister IPR), Svein Vangen (Lister IPR), Hans Fredrik Grøvan (Lister Næringsforening) og representant fra Agder Fylkeskommune.

I hver kommune er det også nedfelt en lokal arbeidsgruppe, med representanter fra kommune og næringsliv. Denne arbeidsgruppens rolle er å sikre retning for lokal kommunikasjon, arrangementer og andre attraktivitets-relaterte aktiviteter.

Samarbeidspartnere

Våre nærmeste samarbeidspartnere er de lokale destinasjonsselskapene, som har en sentral rolle i prosjektet. De leverer markedsinnhold fra hver kommune for regional distribusjon og fungerer som bindeledd mellom prosjektet og næringslivet i sine kommuner. Dette sikrer en lokal forankring og et bredt engasjement fra næringsaktørene. De involverte destinasjonsselskapene er:

Smaabyen Flekkefjord

Handelshuset Kvinesdal

LyngdalBy

Visit Sirdal 365

Lindvirke

Hægebostad Kommune

Alle Lister-kommunene samt Lister IPR er sentrale samarbeidspartnere. Kommunene er blant regionens største arbeidsgivere og har en viktig samfunnsutviklerrolle, noe som gjør deres engasjement avgjørende for prosjektets gjennomføring og suksess. Agder fylkeskommune er også en viktig aktør i dette arbeidet.

Lister Næringsforening har vært en aktiv samarbeidspartner siden prosjektets oppstart og spiller en sentral rolle i styringsgruppen. Næringslivet er selvfølgelig også en sentral samarbeidspartner. Sammen med kommune er næringslivet sitt behov avgjørende for prosjektet, det er derfor helt naturlig at prosjektet videreutvikles sammen med dem.

Bankene i regionen er viktige støttespillere og viser stort engasjement for prosjektet:

Sparebanken Sør

Flekkefjord Sparebank

Kvinesdal Sparebank

På leverandørsiden bistår Kvikk Studio med kommunikasjon, mens Tripple leverer nettsideløsninger. Fabel Sør har utviklet merkevaren som skal lanseres.

Blant de regionale samarbeidspartnerne er Vekst i Sør en nøkkelaktør for fremtidig utvikling. Dette prosjektet kan ses på som en pilot for Vekst i Sør, der erfaringene herfra vil kunne bidra til videre utvikling av felles regionale satsinger.

Internasjonalt er South West Norway, et samarbeidsprosjekt mellom Agder og Rogaland fylkeskommuner, en viktig partner for den internasjonale satsingen. På vegne av Lister-regionen vil prosjektgruppen delta sammen med South West Norway på Emigration Expo i Houten, Nederland, for å promotere regionen overfor potensielle tilflyttere og kompetansearbeidere.

Aktiviteter

Prosjektet skal gjennomføre en rekke strategiske aktiviteter for å styrke Lister-regionens attraktivitet innen bo, leve og jobbe. Hovedfokuset er å utvikle en helhetlig merkevare og kommunikasjonsstrategi, synliggjøre regionens kvaliteter og styrke samarbeidet mellom næringsliv og kommuner.

En felles merkevare og visuell profil skal etableres for å styrke Lister-regionens identitet og gi en enhetlig fremstilling av regionens muligheter. Det skal utvikles en digital kommunikasjonsstrategi med målrettet innholdsproduksjon for å synliggjøre jobbmuligheter, bokvalitet og fritidstilbud. Dette inkluderer kampanjer i digitale kanaler, historiefortelling basert på lokale suksesshistorier og optimalisering av informasjonsflyten til målgruppene.

For å sikre lokal forankring vil de lokale destinasjonsselskapene levere markedsinnhold fra sine respektive kommuner, slik at kommunikasjonen speiler regionens mangfold og styrker koblingen mellom næringsliv og innbyggere. Prosjektet vil også styrke samarbeidet mellom kommuner og næringsliv gjennom møteplasser og strategiske initiativ som skal gjøre regionen bedre rustet til å tiltrekke og beholde arbeidskraft.

En viktig del av prosjektet er også den internasjonale satsingen i samarbeid med South West Norway. Prosjektgruppen vil representere Lister-regionen på Emigration Expo i Houten, Nederland, for å tiltrekke internasjonal kompetanse og synliggjøre regionens muligheter for tilflyttere.

For å sikre at arbeidet med attraktivitet videreføres etter prosjektperioden, skal det utvikles en bærekraftig modell for videre drift. Denne modellen vil kartlegge finansieringsmuligheter, ansvarsfordeling, nye forretningsmuligheter og organisatoriske løsninger for å sikre at regionens arbeid med attraktivitet og synlighet fortsetter på lang sikt.

Målgrupper

Prosjektets primære målgruppe er unge voksne og familier som vurderer å etablere seg i en ny region, enten som tilflyttere eller tilbakeflyttere til Lister. Dette inkluderer utflyttede studenter og unge yrkesaktive med tilknytning til regionen, samt nye innbyggere som kan være interessert i jobbmuligheter, livskvalitet og bokvalitet i Lister.

En annen viktig målgruppe er arbeidstakere med relevant kompetanse innen bransjer hvor regionen har et udekket behov for arbeidskraft, spesielt innen industri, teknologi, energi og helse. Prosjektet vil målrette kommunikasjonen mot spesifikke fagmiljøer og profesjonelle nettverk, både nasjonalt og internasjonalt, for å tiltrekke kvalifiserte arbeidstakere til regionen.

Lister-regionens næringsliv og bedrifter er også en sentral målgruppe. Gjennom prosjektet får de bedre verktøy for synlighet og rekruttering, samt en sterkere regional merkevare som kan brukes til å tiltrekke seg arbeidskraft og styrke deres posisjon.

Kommuner og offentlige aktører spiller en nøkkelrolle i regional utvikling og vil gjennom prosjektet få en plattform for samarbeid med næringslivet. Dette gir dem mulighet til å styrke sin innsats for å tiltrekke og beholde innbyggere, samtidig som de får tilgang til felles strategier og kommunikasjonsverktøy.

En viktig del av prosjektet er også å aktivere lokalbefolkningen som ambassadører for regionen. Innbyggerne er de beste representantene for Lister, og ved å involvere dem i formidlingen av regionens kvaliteter og muligheter, vil prosjektet bidra til en sterkere stolthet og eierskap til egen region. Gjennom digitale kampanjer og innholdsproduksjon vil lokale historier og opplevelser spille en sentral rolle i å vise frem regionens attraktivitet.

Til slutt er internasjonale interessenter en relevant målgruppe, særlig gjennom samarbeidet med South West Norway. Prosjektet vil rette seg mot potensielle tilflyttere og arbeidssøkere utenfor Norge, spesielt i forbindelse med deltakelsen på Emigration Expo i Nederland, hvor Lister-regionens muligheter vil bli presentert.

Resultat

Prosjektet vil resultere i en etablert og implementert felles merkevare for Lister-regionen, som gir en mer samkjørt og tydelig kommunikasjon om regionens kvaliteter. Det vil utvikles en digital kommunikasjonsstrategi og en innholdsplattform som synliggjør jobbmuligheter, bokvalitet og fritidstilbud.

Som en del av prosjektet vil det produseres målrettet innhold og kampanjer som skal brukes av næringsliv, kommuner og destinasjonsselskaper for å promotere regionen på en helhetlig og effektiv måte. Dette vil gi bedrifter og offentlige aktører bedre verktøy for rekruttering, samtidig som det styrker regionens omdømme overfor potensielle tilflyttere.

Videre vil prosjektet resultere i etableringen av felles møteplasser og samarbeid mellom næringsliv og kommuner, som skal bidra til mer strategisk arbeid med regional attraktivitet. Deltakelsen på Emigration Expo i Nederland vil også være et konkret resultat, hvor regionen vil få internasjonal synlighet overfor målgrupper som vurderer å flytte til Norge.

Prosjektet vil også utvikle en bærekraftig modell for videreføring av arbeidet etter prosjektperioden, slik at innsatsen for å styrke regionens attraktivitet blir en varig satsing.

Effekter

Prosjektet vil bidra til en varig styrking av Lister-regionens attraktivitet, noe som kan føre til økt bosetting og bedre rekruttering av arbeidskraft. En mer helhetlig merkevare og tydeligere synlighet vil styrke regionens omdømme og gjøre det lettere for både næringsliv og kommuner å tiltrekke seg talent og innbyggere.

Over tid vil økt bevissthet om Lister som en attraktiv region kunne føre til lavere fraflytting, spesielt blant unge voksne. Flere vil få øynene opp for jobb- og bokvalitetene regionen tilbyr, noe som kan bidra til at flere vurderer å bli boende eller flytte tilbake etter endt utdanning.

For næringslivet kan prosjektet gi langsiktige positive effekter i form av bedre tilgang på arbeidskraft, økt investering i regionen og et sterkere samarbeid mellom bedrifter, kommuner og utviklingsaktører. Kommunene vil også stå bedre rustet til å jobbe systematisk med regional attraktivitet i fremtiden, ved å videreføre strategier og samarbeid etablert gjennom prosjektet.

Den internasjonale satsingen vil kunne føre til økt oppmerksomhet og tilflytting fra utlandet, særlig gjennom initiativer som Emigration Expo. På sikt kan dette gi regionen et større og mer mangfoldig arbeidsmarked, som styrker både næringsliv og lokalsamfunn.

Samlet sett vil prosjektet bidra til en mer konkurransedyktig region, både nasjonalt og internasjonalt, med et sterkere omdømme og bedre forutsetninger for vekst, rekruttering og bosetting.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Merkevareutvikling (Mai 2024 – Desember 2024)

Prosjektet startet med utviklingen av en felles merkevare for Lister-regionen. Arbeidet har inkludert strategi, visuell profil og konseptutvikling, med mål om å skape en tydelig og samlende identitet for regionens attraktivitet.

Sikring av finansiering (Oktober 2024 – Pågående)

Fra oktober 2024 har prosjektgruppen jobbet aktivt med å sikre fullfinansiering for regionalt nivå, med støtte fra lokale og regionale aktører. Agder fylkeskommune er siste ledd i denne finansieringsprosessen.

Implementering og innholdsproduksjon (Desember 2024 – Mai 2025)

Etter at merkevaren ble ferdigstilt, har fokus vært på å bistå lokale aktører i hvordan de kan ta i bruk verktøyene i sin egen kommunikasjon. Samtidig utvikles en digital portal som skal være et samlingspunkt for informasjon og markedsføring av regionen. Våren 2025 brukes til produksjon av kampanjer, utvikling av en markedsplan og implementering av strategien.

Lansering av merkevare og digital portal (Innen 1. juni 2025)

Den offisielle lanseringen markerer en ny fase for prosjektet, der verktøyene blir tatt i bruk av kommuner, næringsliv og destinasjonsselskaper. Dette innebærer en bred markedsføringskampanje og en koordinert innsats for å synliggjøre regionens muligheter.

Videreføring og varig driftsmodell (Juni 2025 – Desember 2025)

Etter lanseringen vil hovedfokuset være å sikre at prosjektets resultater blir en varig satsing. Det legges til rette for en bærekraftig driftsmodell både på lokalt og regionalt nivå, slik at arbeidet med attraktivitet og synlighet fortsetter etter prosjektperioden.

Kostnadsplan

Tittel	2025	2026	2027	2028	2029	SUM
Drift og utvikling av nettside	250 000					250 000
Kampanjer og markedsaktiviteter	450 000					450 000
Kostnad prosjektmedarbeidere	700 000					700 000
Messekostnader	200 000					200 000
Sum kostnad	1 600 000					1 600 000

Finansieringsplan

Tittel	2025	2026	2027	2028	2029	SUM
Agder Fylkeskommune	600 000					600 000
Flekkefjord Sparebank	200 000					200 000
Kvinesdal Sparebank	200 000					200 000
Listerfondet	200 000					200 000
Listerkommunene	200 000					200 000
Sparebanken Sør	200 000					200 000
Sum finansiering	1 600 000					1 600 000

Geografi

4206-Farsund, 4207-Flekkefjord, 4225-Lyngdal, 4226-Hægebostad, 4227-Kvinesdal, 4228-Sirdal

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato