

Hælt Ekte Podkast

Identitet, innsikt og inspirasjon

Spidsbergseter, 11. september 2024



Ideen bak Hælt Ekte Podkast?

- Strategisk ledelse. Hva forklarer ulike prestasjonsforskjeller?
- «Tause ressurser»
- Fokus på kortreist kompetanse
- Få frem mulighetene for unge voksne - et udekket behov i dalen
- Prosjektgruppe bestående av studenter og nyutdanna gudbrandsdøler
- Nysgjerrighet
- Motsetning til tradisjonell media – vi ønsker mer dybde/innsikt
- En plattform der man kan koble seg på Gudbrandsdalen igjen
- Delingsarena med dybdeintervju - fokus identitet, innsikt og inspirasjon



Menneskene bak Hælt Ekte Podkast



Sivert Rønn Sætre
26 år

- Bachelor øk.ad NHH + bachelor i statsvitenskap
- Kontaktperson og prosjektleder i Helt Ekte Podkast og Bed.Pres Innlandet



Simen Ingebrigtsen
30 år

- Sivilingeniør fra NTNU (ind.øk)
- Bakgrunn fra strategirådgivning og mgmt. consulting



Ida Laingen
26 år

- Bachelor i journalistikk
- Film/foto/tekst



Håkon Odenrud
27 år

- Lektor i norsk
- Intervjuer i «inspirerende-serien» og «historie-serien».



Kristina Aas
27 år

- Sivilingeniør fra NTNU (ind.øk)
- Tidligere strategi-konsulent
- Manusforfatter



Synne Rønn Sætre
29 år

- Medisinstudent
- Intervjuer



Andreas Kleiven
30 år

- Siviløkonom
- Intervjuer i «næringsliv-serie»



Regine Stokkevåg Eide
25 år

- Offiser
- Intervjuer



Eskil Volberg
26 år

- Siviløkonom
- Intervjuer i Bed.Pres Innlandet



Livia Sauter
27 år

- Reiselivsleder
- Tidligere intervjuer



Martine Rudi Teige
26 år

- Veterinærstudent
- Tidligere intervjuer



Amund Grytting
28 år

- Bærekraftsrådgiver
- Tidligere intervjuer



Mari Nøvik
26 år

- Journalist WSJ
- Tidligere intervjuer



Tomas Holmestad
26 år

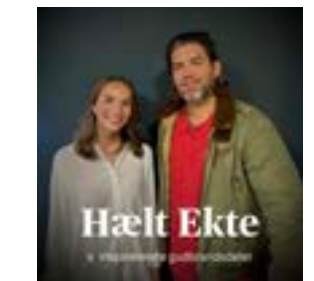
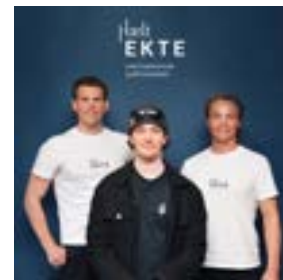
- Produksjonsleder bygg
- Tidligere intervjuer



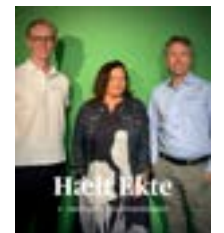
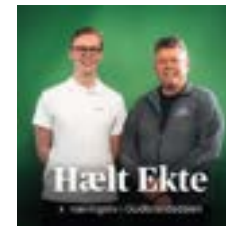
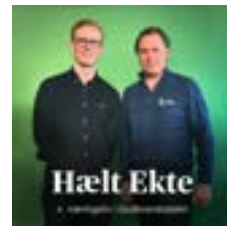
Live Haugen
27 år

- Biolog
- Tidligere intervjuer

Hælt Ekte x inspirerende gudbrandsdøler



Hælt Ekte x næringsliv i Gudbrandsdalen



Andre Hælt Ekte-produksjoner





Hælt Ekte

Gudbrandsdalen

Hva har vi oppnådd med Hælt Ekte Podkast?

- Økt innsikt i differensiatoren ved «gudbrandsdølen»
- Økt innsikt i mulighetene man har i og fra Gudbrandsdalen
- Inspirasjon – vise at alt er mulig gjennom gode historier

- Totalt nærmere **60 produksjoner**
- Topp 3 i Norge våren 2022 med «inspirerende gudbrandsdøler»
- Topp 80 i Norge våren 2023 med «næringsliv i Gudbrandsdalen»
- Dokumentert viktig Gudbrandsdalshistorie – mer på vei
- Løftet frem unge verdiskapere – ny serie på vei

- Nærmere **70.000 lyttertimer** (50 episoder)
- Lyttere i over 60 land og i over 100 norske kommuner. Flest lyttere i Oslo og Mjøsbyregionen
- Største engasjement i hovedmålgruppen 20-35 år

Hvorfor har vi lykket?

- Eget og genuint initiativ, på våre premisser
- Vi er selv en del av målgruppen, vi kjenner selv hvor “skoen trykker”
- Prosjektgruppen har bestått av stolte gudbrandsdøler som ønsker å bidra i sine lokalsamfunn
- Tenkt hele Gudbrandsdalen både ift prosjektgruppe, gjester og partnere
- Prosjektpartnere med tro på prosjektet
- Involverte har støttet opp under ønsket om økt grad av delingskultur
- *“I anelsens mangel har fyren med hoven sin beste engel”* ref Peer Gynt. Stiller du feil spørsmål får du feil svar
- Dybdeintervju - motstrøms



Helt Ekte Podkast

Samfunn:

- Helt Ekte Hverdagshelter Innlandet
 - Helt Ekte Fremtidsdialog Innlandet
-

Inspirasjon:

- Helt Ekte Gyntere
- Helt Ekte Eventyrlige innlendinger



Bed.Pres
Innlandet

Bakgrunn for ideen bak Bed.Pres-konsept

Tradisjonell form og substans for bedriftspresentasjoner



Tradisjonell arena for bedriftspresentasjoner



Bed.Pres Innlandet: relevante trender



Mangel på arbeidskraft



«Hjerneflukt»



Utenforskap



Lav score på gründerskap og privat verdiskaping



Flere stakeholdere

Tematikk i Bed.Pres dybdeintervju – 7 bolker

1

Introduksjon av bedrift

2

Gründerkap/oppstart, kjerneverdier og bedriftshistorie

3

Misjon i dag, markedsstatus og relevante trender

4

Humankapital: rekruttering, ledelse og kulturbygging

5

Teknologi, bærekraft, fremtid og visjoner

6

Samfunn og samfunnsansvar

7

Overordnede refleksjoner og praktiske råd

Bed.Pres Innlandet - hensikt for bedrift

Legge til rette for dypere innsikt i selskapet:

- Gir en omfattende innsikt i selskapets historie, nåværende situasjon og fremtidsvisjoner overfor et bredt spekter av interessenter

Fremheve differensiatoren ved selskapet:

- Identifisering og kommunisering av differensiatorer ved bedriften

Engasjement gjennom dybdeintervju:

- Dybdeintervju og historiefortelling med lyd/film som kommunikasjonsformat forsterker budskapet og har langt større påvirkning på mottakeren enn andre kommunikasjonsformer

Offisiell digital bedriftspresentasjon overfor sine interessenter:

- Standardisert bedriftspresentasjon under samme brand

Bed.Pres Innlandet - hensikt for samfunn

Erfaring- og kunnskapsdeling:

- Innsikt i erfaringer og kunnskaper fra lokale bedrifter/kompetansemiljø

Tilgjengeliggjøring av informasjon:

- Gjør informasjonen tilgjengelig for alle

Synliggjøring av muligheter

- Viser lokale karrieremuligheter og bidrar til å fremmer mangfoldet regionens arbeidsmarked

Økt forståelse for næringslivet

- Gir innsikt i hvordan bedrifter bidrar til samfunnsutvikling og lokal verdiskaping

Kultur og stolthet

- Fremhever regionens styrker, avliver myter om næringslivet, og bygger lokal stolthet og delingskultur

Vår relevans overfor FJELLNETTVERKET

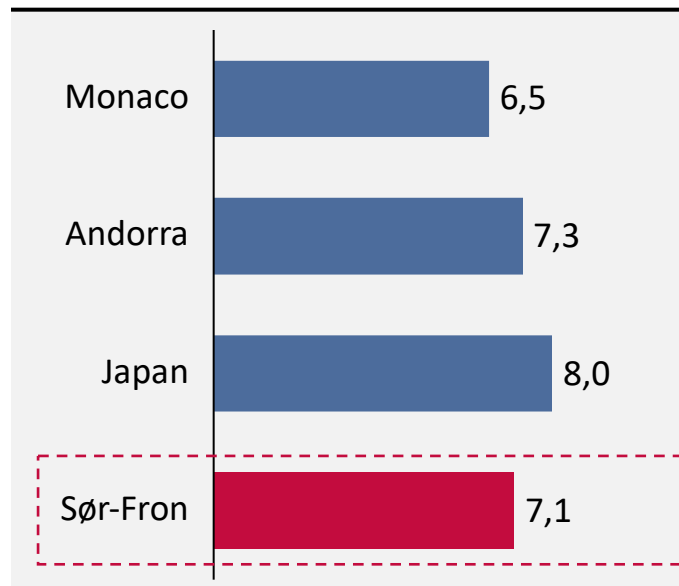
Distriktskommuner vil i tiden fremover møte demografiske utfordringer

«Demografiske utfordringer refererer til problemer eller endringer i et samfunn som følge av utviklingen i befolkningsstrukturen. Dette kan omfatte aldrende befolkning, lav fødselsrate, urbanisering, migrasjon, og skjev kjønnsbalanse, som alle påvirker økonomi, arbeidsmarked, velferdssystemer, og sosiale forhold.»

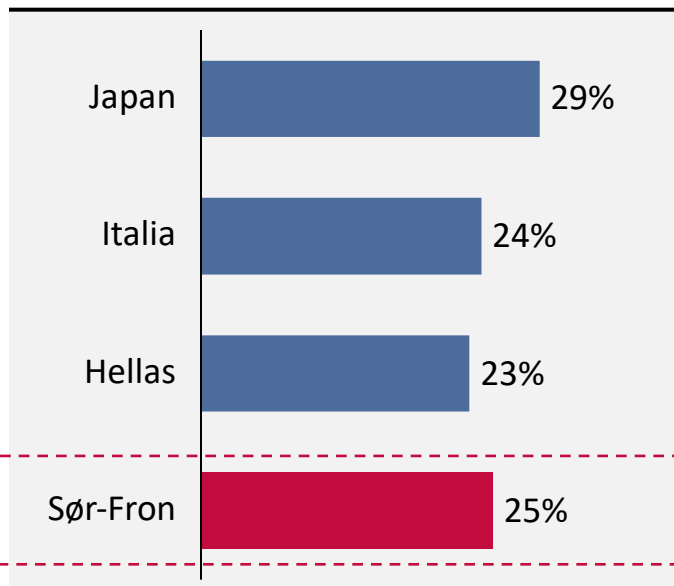


Demografiske utfordringer i Sør-Fron Kommune

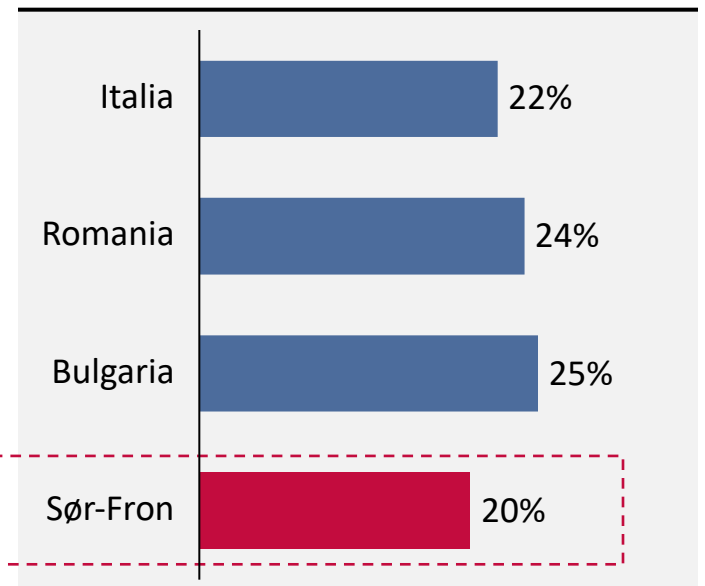
Land i verden med laveste fødselstall per 1000 innbygger



Land i verden med største andel av befolkningen over 65 år



Land med laveste andel utdannede i Europa



I Sveits, en av verdens mest innovative økonomier, har ~50% av befolkningen høyere utdanning

Representant fra viktig målgruppe



Håkon Odenrud
27 år

- Fra Sør-Fron Kommune
- Mastergrad fra NTNU
- Samboer med spesialpedagog
- Ansatt som lektor i Trondheim kommune
- Ønsker å etablere seg nærmere fjell og hjemtrakter

Håkon mener at følgende faktorer er viktige for at en kommune skal fremstå som attraktiv:

- Arbeidsmuligheter
- Gode skoler med faglig fokus
- Fritidstilbud
- En fremoverlent og åpen kommune
- Mulighet for å bygge hus
- At man føler seg ønsket

Hvorfor hører ikke vi (målgruppen) noe fra kommunene?

Vi lurer også på:

1. Hva er kommunens samfunnsrolle? Misjon
2. Hva er kommunens mål? Visjon
3. Hva er kommunens kjerneverdier? Hva betyr disse i praksis?
4. Hva er kommunens største strukturelle utfordringer fremover?
5. Hvilke strategier har kommunen for å møte disse strukturelle utfordringene?
6. Hvem er kommunens viktigste interessenter?



Kommune.Pres

Dybdeintervju - innhold

Historie og identitet

- Kort om kommunens historie, kjerneverdier og unike trekk.

Nåværende situasjon

- Demografi, økonomi, nøkkelinteressenter og hovedutfordringer.

Fremtid og strategier

- Attraktivitet, mål og tiltak for å tiltrekke unge voksne, familier og næringsliv.
- Fokus på bærekraft og innovasjon i kommunens utvikling.
- Samarbeid med innbyggere og næringsliv for å nå mål.

Invitasjon til dialog

- Oppfordring til åpen dialog og samarbeid om fremtidige løsninger.

Hensikt

1. Dypere innsikt i kommunen
2. Økt forståelse for kommunens rolle
3. Erfarings- og kunnskapsdeling
4. Synliggjøring av muligheter
5. Fremheve kommunens differensiator
6. Engasjement gjennom dybdeintervju
7. Tilgjengeliggjøring av informasjon
8. Kultur og stolthet



*«Verdien av kommunikasjon er uendelig stor, når man klarer
å bruke kommunikasjon til å lage bedre felleskap»*

- Hans Geelmuyden