

FAGTRYKK



Strategisk grunnlag og innsiktsrapport

Omdømmeprojekt for Osen Kommune
Oktober, 2025

1 Innledning	2
2 Oppsummering av hovedfunn	3
A. Identitet og tilhørighet	3
B. Fellesskap og folk	4
C. Natur og livskvalitet	5
D. Kultur, møteplasser og hverdagsliv	6
E. Arbeid, næring og bosetting	7
F. Infrastruktur og regional tilknytning	8
F. Omverdenens inntrykk	9
3 Fellesnevnerne og mønstre	10
4 Verdier	11
5 Videre bruk av innsikten	11



1 Innledning

Denne rapporten sammenfatter innsikten fra dybdeintervjuer utført av Smart Media og Fagtrykk, strategisamling 11. september 2025, samt Norconsult sitt arbeid med innbyggerundersøkelse, medvirkningsmøter og andre innspill. All innsikten er innhentet høsten 2025. Målet er å gi et helhetlig bilde av hvordan innbyggerne opplever kommunen, hvilke styrker og utfordringer som preger lokalsamfunnet, og å danne et strategisk grunnlag for videre utvikling av tiltak og konseptarbeid knyttet til omdømme og attraktivitet.



2 Oppsummering av hovedfunn

A. Identitet og tilhørighet

Osen beskrives som et **trygt og godt sted å vokse opp** – ei bygd der alle passer på alle.

Sterk lokal stolthet og tilknytning preger fortellingene; mange omtaler Osen som *heimplassen* eller til og med verdens fineste kystkommune. **Frihet, natur og trygghet** går igjen i beskrivelsene. Mange som har flyttet ut snakker om Osen med varme og savn – særlig knyttet til trygg oppvekst, ro og fellesskap.



B. Fellesskap og folk

Osen kjennetegnes av **nærhet og omsorg** – alle kjenner alle.

Dette skaper trygghet og tilhørighet, men kan også gjøre det vanskelig for nye tilflyttere å passe inn. Samarbeid fungerer best rundt felles arrangementer som Osenhæljå og idrettsaktiviteter, men grendetilhørighet og «hver for seg»-mentalitet kan svekke fellesskapet.

Flere beskriver en generasjonsarv av negativitet – at Osen ofte snakkes ned. Det oppleves stor avstand mellom tradisjonelt jordbruk i indre deler av kommunen og industrien ved havet - som oftest er det sistnevnte som trekkes frem. Et sentralt mål fremover vil være å bygge en «vi-kultur»: en kultur for framsnakk, stolthet og samhold – på tvers av grendene.



C. Natur og livskvalitet

Naturen trekkes fram som Osen sitt **sterkeste kort**.

Havet, fjellet, stillheten, sjølukta og de grønne omgivelsene beskrives som det beste Osen har å tilby. Naturen symboliserer frihet, ro og livsrom – et sted der man kan leve slik man vil, uten press og stress.

Mange ønsker at naturen i større grad brukes som aktiv sosial arena – for turer, arrangementer og møteplasser mellom generasjoner.



D. Kultur, møteplasser og hverdagsliv

Møteplasser er viktige for innbyggerne i kommunen.

Arenaer som NOTA, Osentrimmen, Osenhælja, Nordmeland Gårdshotell, kaféen og butikken samler folk og gir tilhørighet.

Samtidig etterlyser innbyggerne flere lavterskel møteplasser – lekeplasser for småbarn, parker, sosiale soner for eldre, og bedre transport for å kunne delta. Osen har mange ildsjeler og lag, men trenger sterkere koordinering, synlighet og samarbeid mellom initiativene.



E. Arbeid, næring og bosetting

Mangel på arbeidsplasser og boliger er den største barrieren for utvikling.

Kommunen oppleves som lite offensiv i næringsarbeidet, men har mange ressurser og lokale drivkrefter. Bedrifter som Hepsø Rederi, MOWI, Modino, Woolero, Mørenot og Nordmeland Gårdshotell viser at man kan lykkes.

Flere trekker frem Flatanger som forbilde, særlig i samspillet mellom næring, kommune og boligpolitikk. Sentrumsutvikling, levende grender og bedre kommunikasjon mellom dem løftes fram som avgjørende for fremtiden.



F. Infrastruktur og regional tilknytning

Behovet for **bedre vei- og transportløsninger**, særlig mellom **Osen og Flatanger**, løftes fram i flere av intervjuene og innspillene.

Mange peker på at manglende veiforbindelse over fjellet gjør deler av kommunen isolert og svekker både bosetting og næringsutvikling.

Et bedre vegnett og mer **effektiv kollektivtransport** vil ikke bare gjøre det enklere å bo og jobbe på tvers av kommunegrensene, men også bidra til å samle grendene i kommunen rundt ett funksjonelt sentrum og derav styrke **regional attraktivitet og samarbeid**.

Infrastruktur omtales derfor som en **strategisk nøkkel** for både samfunnsutvikling, folkehelse og framtidig næringsliv.



F. Omverdenens inntrykk

Folk utenfra kjenner lite til Osen, men de som gjør det forbinder kommunen med **natur, trygghet og ro.**

En utbredt misoppfatning er at Osen ligger langt unna og er vanskelig å nå. Kommunens største utfordring utenfra er lav synlighet og svak regional posisjon sammenlignet med mer fremoverlente nabokommuner.

Det finnes et stort potensial i historiefortelling, synlighet og profilering for å gjøre Osen kjent som den lille kystkommunen med stort hjerte og høy livskvalitet.

3 Fellesnevner og mønstre

Basert på innsikten fremstår følgende tema som gjennomgående på tvers av alder, bosted og bakgrunn.

Tema	Fellesnevner	Potensial
Identitet	Trygghet, frihet, natur, sjø, ro	Bygge profil rundt «frihet, natur og trygg oppvekst»
Menneskene	Rause, hjelpsomme, sosialt sammensveiset	Synliggjør varme og raushet i kommunikasjonen
Utfordring	Manglende arbeidsplasser, boliger, samarbeid mellom grender og en «vi-kultur» der vi heier på hverandre	Tiltak som gir felles stolthet og «framsnakk»
Stolthet	Kyst, oppvekstmiljø, arrangementer, dugnadsånd	Bygg kommunikasjon rundt stolte og ekte historier
Omdømme utenfra	Ukjent, men oppfattes som vakker naturkommune	Øke kjennskap gjennom historiefortelling og synlighet
Fremtidsønske	Flere arbeidsplasser, levende bygder, bedre infrastruktur	Satse på samarbeid, næring og livskvalitet

4 Verdier

De fire begrepene **frihet, trygghet, natur og fellesskap** går igjen i hele innsiktsgrunnlaget, og kan sees på som grunnleggende verdier.

- **Frihet:** går igjen i nesten alle intervjuer – folk snakker om ro, stillhet, rom, sjø og natur som symbol på frihet. «Kan gå ut i trusa uten at noen ser oss», «frihet til å leve som man vil» osv.
- **Trygghet:** nevnes eksplisitt av både foreldre, eldre og ungdom som Osen sin største verdi – trygg oppvekst, trygge rammer, trygghet i å kjenne folk.
- **Natur:** er den mest konsistente faktoren i hvordan Osen beskrives – sjø, fjell, stillhet, fiske, frisk luft, rekreasjon.
- **Fellesskap:** både en styrke og utfordring – «alle kjenner alle» som gir samhold, men også grendestridd og ekskludering. Derfor blir «fellesskap» et sentralt utviklingsmål internt i kommunen.

De fire verdiene fungerer godt som bærende prinsipper for videre konseptutvikling og tiltak – både for kommunikasjon (fortelling og profil) og for konkrete handlinger (møteplasser, prosjekter, samarbeid).

5 Videre bruk av innsikten

Funnene i denne rapporten danner et helhetlig grunnlag for utvikling av konsepter og tiltak som kan styrke Osen som samfunn og omdømme utad.

Innsikten peker tydelig på hva som skaper stolthet, og hva som hemmer utvikling — og gir dermed retning for både kommunikasjon, næringsarbeid og samfunnsplanlegging.