

20. MARS 2018

STRATEGI

RINGERIKE NÆRINGSFORENING 2018-2021

Innhold

1. Innledning.....	2
2. RNF-Historikk.....	2
4. Visjon – virksomhetsidé – kjernefunksjoner	3
5. Interessenter	3
6. Suksesskriterier	5
7. Strategi med utgangspunkt i kjernefunksjoner	5
8. Mål	6
9. Aktiviteter	7
10. Organisasjon	9
11. Finansiering.....	9
12. Kommunikasjon	10

1. Innledning

RNF's strategiplan har en horisont på tre år og rulleres hvert år, med en mer omfattende revisjon hvert tredje år. Denne strategiplanen er en slik mer omfattende treårig revisjon.

Det forventes byggestart for Ringeriksbanen og E16 i 2021 og antas ferdigstilt i perioden 2026 – 2028. En viktig forutsetning og forventning fra sentrale myndigheter til lokale myndigheter, er regional vekst og utvikling som rettferdiggjør og øker lønnsomheten i investeringen. I denne veksten og utviklingen skal RNF spille en vesentlig rolle.

RNF skal ha og forsterke sin tydelige rolle som næringslivets talerør overfor politikere og byråkratiet på alle nivåer, samt jobbe for bedre og forutsigelige rammebetingelser og forutsetninger for sine medlemmer.

2. RNF-Historikk

RNF ble stiftet som et BA selskap i 1995 etter initiativ fra de to daværende banksjefer i henholdsvis Ringerike Sparebank og Hønefoss Sparebank.

I 2012 gikk selskapsformen over fra BA selskap til forening, og navnet ble endret fra å være Ringerike Næringsforum BA til Ringerike Næringsforening.

2.1. SWOT analyse

STYRKER	SVAKHETER
<ul style="list-style-type: none">• En etablert, anerkjent og legitim organisasjon• Fri og uavhengig i forhold til det offentlige• Gode relasjoner til kommunale myndigheter• Tydelig talerør for medlemmene• Representerer en sterk lokal merkevare• Anerkjente programmer, aktiviteter og arrangementer• Nettverksskaper og den naturlige møteplass• Sterk posisjon som etablererveileder• Nettverk for gründere med mentorordning	<ul style="list-style-type: none">• Liten og sårbar organisasjon• Begrensede ressurser økonomisk og personalmessig• Liten kapasitet til nyrekruttering medlemmer• Liten kapasitet til medlemskontakt ute hos medlemmene• Begrenset engasjement i medlemsmassen• Svak tilslutning fra Hole og Jevnaker
MULIGHETER	TRUSLER
<ul style="list-style-type: none">• Øke RNF's verdi som rådgivingsorgan overfor medlemmer og kommunale myndigheter og nærings- og arealutvikling• Samle byaktørene i et felles byattraktivitetsprosjekt• Økt tilslutning gjennom synliggjøring av arbeid og resultater• Det naturlige mottaksapparat for nye bedrifter• Identifisere nye bidragsytere og finansieringskilder• Ta en utvidet rolle fra etablererveiledning til innovasjon og nyskaping	<ul style="list-style-type: none">• Frafall av medlemmer med stor økonomisk og legitim betydning• Oppmerksomhetsk konkurranse utydeliggjør rolle og profil• Mange aktører med utydelige grensesnitt - konkurranse om knappe prosjektmidler• Konkurrerende foreninger/organisasjoner på viktige kjerneområder• Kortsiktig og uforutsigbar finansiering av RES - RES ut på anbud

4. Visjon – virksomhetsidé – kjernefunksjoner

4.1. Visjon

RNF – av næringslivet – for næringslivet

4.2. Virksomhetsidé

Ringerike Næringsforening er en felles interesse- og utviklingsorganisasjon for næringslivet i Ringeriksregionen, basert på medlemskap og allianser med andre aktører – private og offentlige

4.3. Kjerneområder

NÆRINGSPOLITIKK	NETTVERK
KOMPETANSE	NÆRINGSUTVIKLING

5. Interessenter

Vi har valgt å skille på næringsaktører og sponsorer selv om det også blant sponsorene er næringsaktører.

NÆRINGSAKTØRER:

- Industrien
- Bygg- og anleggsektoren
- Varehandelen
- Gård- og grunneiere
- Primærnæringen
- Reiselivet
- Tjenesteytende næringer
- «Ikke medlemmer» i alle næringer

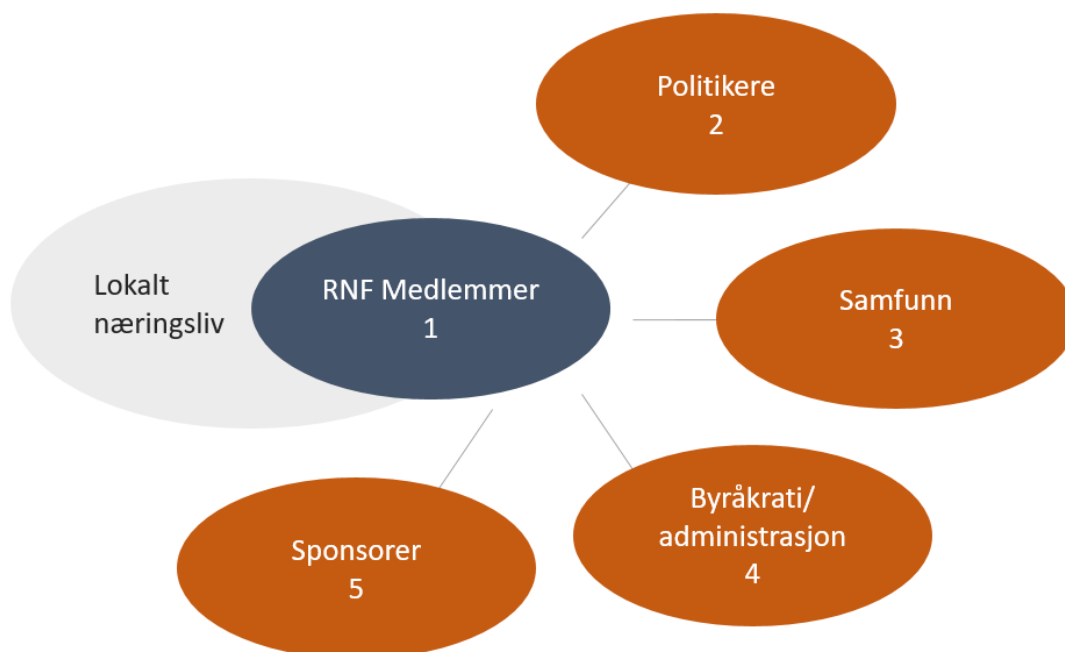
SPONSORER

- Bankene
- Sparebankstiftelsen
- Sparebank1 R H næringsstiftelse
- Regionrådet
- Fylkeskommunen
- Medlemmer i f h til arrangement
- Innovasjon Norge

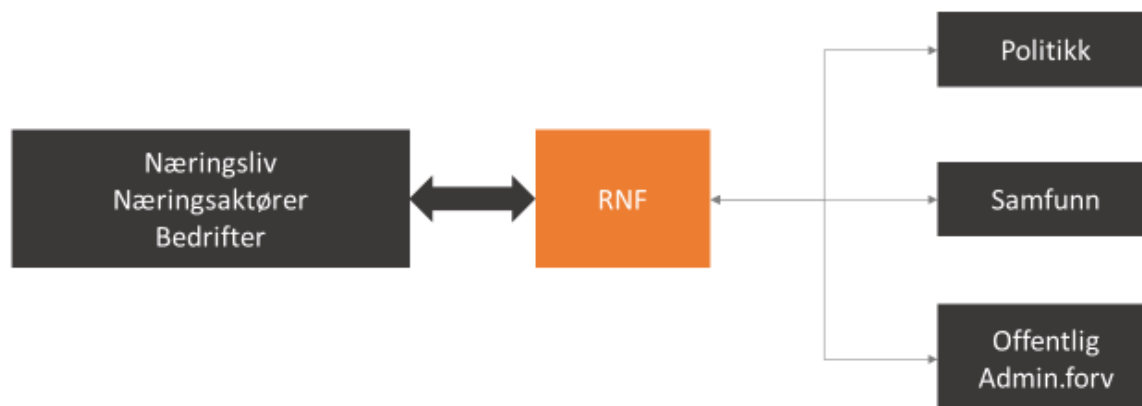
ANDRE INTERESSENTGRUPPER

- POLITIKERE
- BYRÅKRATI/ADMINISTRASJON – LOKAL OG REGIONALE
- SAMFUNNET FOR ØVRIG

Illustrasjon av RNFs interessentgrupper



RNFs virkefelt



6. Suksesskriterier

1. Beholde og utvikle nøkkelpersoner
2. Beholde RES under RNF-paraplyen
3. På sikt – øke det økonomiske handlingsrommet
4. Øke medlemsmassen
5. Skape engasjement hos en større del av medlemmene
6. Stå frem som en tydelig representant for næringslivet og medlemmene
7. Forstå og respondere på medlemmenes behov og etterspørsel
8. En faktor offentlige myndigheter regner med og tar på alvor
9. Synliggjøre verdi for sponsorer og andre særskilte bidragsytere

7. Strategi med utgangspunkt i kjernefunksjoner

Strategien utledes i stor grad av hva som fremgår av SWOT-analysen og hva som er definert som suksesskriterier.

NÆRINGSPOLITIKK

- Felles talerør for næringslivet generelt og for medlemmer spesielt
- Ta en aktiv posisjon i utviklingen av kommunale planverk – «byplan», næringspolitisk plan, kommuneplaner og annet
- Delta aktivt i den samfunnsdebatten som angår næringslivet
- Påvirke rammebetingelser for næringslivet til stimulans for vekst, utvikling og nyskaping
- Jobbe spesielt med den delen av rammebetingelsene som angår infrastruktur
- Føre en dialog med alle nivåer i samfunnshierarkiet – kommune – fylke – stat
- Bidra til å ta frem faktainformasjon som underlag for argumentasjon og påvirkning

KOMPETANSE

- Gi relevante kompetansebyggende tilbud i tråd med medlemmenes behov og etterspørsel
- Bidra til å tilføre personell med riktig og etterspurt kompetanse hos medlemsbedriftene

NETTVERK

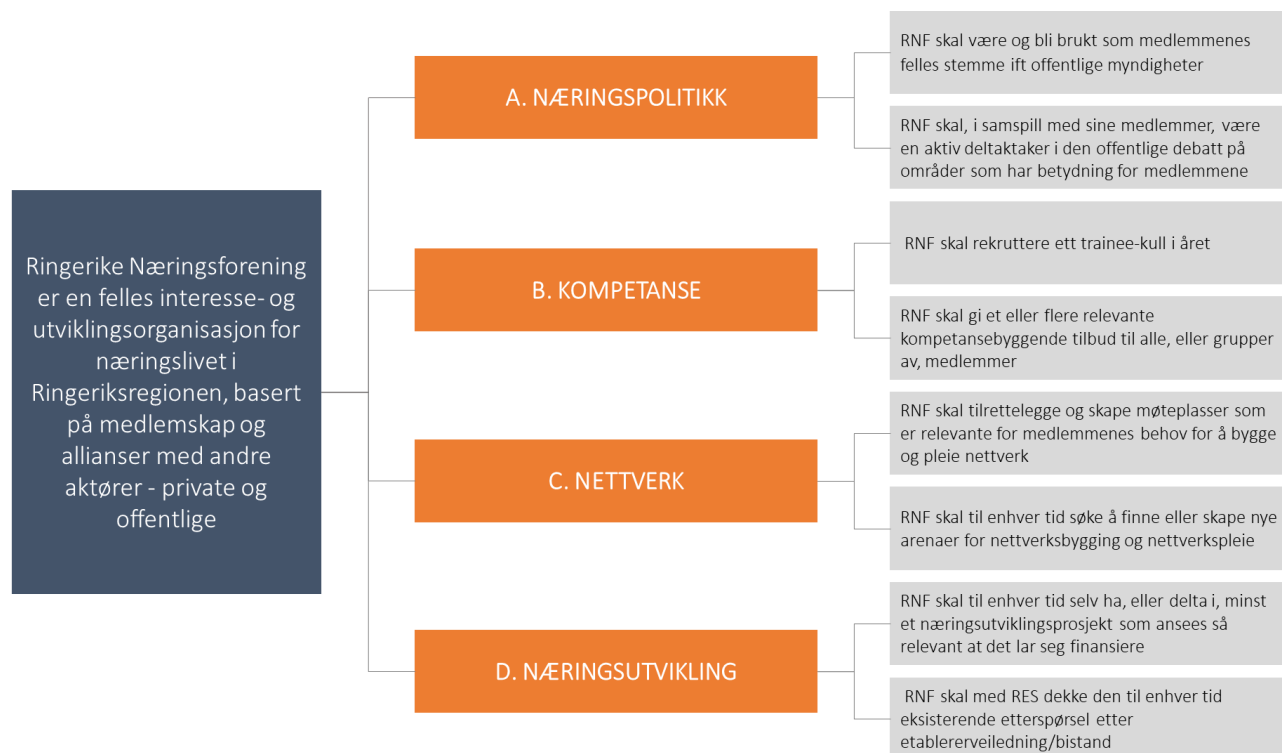
- Tilrettelegge arenaer der nettverk kan dannes og pleies
- Være i stand til å etablere og utvikle nettverk der dette fremmer et interessefelleskap
- Varehandelssamarbeidet
- Gårdeiergruppen

NÆRINGSUTVIKLING

- Til enhver tid ha et eller flere relevante prosjekter hvor RNF sitter i førersetet
- Delta sammen med andre i prosjekter hvor RNF kan ha en interesse eller utgjøre en merverdi
- Tilby gode relevante og etterspurte tjenester til de som ønsker å etablere og drive egen Næringsvirksomhet.

8. Mål

RNF målhierarki fra virksomhetsidé via kjernevirksomhetsområder til MÅL



9. Aktiviteter

9.1. Aktiviteter knyttet til kjerneområdene

Næringspolitikk

- Ta en sentral rolle i arbeidet med næringspolitisk plan
- Aktiv bidragsyter i utviklingen av områdeplan Hønefoss («Byplan»)
- Synliggjøring som aktiv meningsbærer og debattant i media
- Årlig møte med Buskerudbenken
- Dialogmøter med kommunen(e)
- Deltakelse i regionråd og Ringerikstinget
- Ringeriksløsningen – regionrådsprosessen – Øst/vest konferansen
- Vekstbarometeret
- Høringsuttalelser til fremlagte planer

Kompetanse

- Kompetanseløft Ringerike
- Trainee Ringerike
- Epperspurte opplærings- og kompetanseutviklingstiltak

Nettverk

- Ringerikskonferansen (nå også med en ungdomsprofil)
- Waterhole
- Treffpunkt
- Varehandelssamarbeidet
- Gårdeiergruppen

Næringsutvikling

- Prosjekt «Erigo» (øke Hønefoss sentrum sin attraktivitet)
- Bfk partnerskapsavtale
- RES
- Oslo Datacenter location (i samarbeid med RU og andre)
- Prosjekter som kommer til

9.2. Aktiviteter som ikke kan knyttes direkte til kjerneområdene

- Medlemsbesøk – besøksplan for hvert halvår (*Mål: 60% av medlemmene eks medlemmene i kollektive tilslutninger, skal ha vært besøkt i løpet av 3 år*)
- Medlemsverving med hovedvekt på de større bedriftene + en offensiv mot Holebedriftene *)
 - (*Mål: En ny større bedrift skal rekrutteres hvert år de neste 5 år*)
- Nye og alternative finansieringsformer og kilder

- *(Mål: sikre en økonomi som gjør det mulig å styrke bemanningen i RNF administrasjonen)*

*) Gründermedlemmer gjennom RES får en tilpasset medlemskostnad ved at det betales

1/3 av ordinært medlemsbidrag, år 1

2/3 av ordinært medlemsbidrag, år 2

Fullt ordinært medlemsbidrag f o m år 3

10. Organisasjon

RNF ledes av et styre på 7 personer med to varamenn/kvinner. RNF-organisasjonens administrasjon, består av tre personer:

- Daglig leder
- Prosjektleder
- Etablererveileder

Det er med dagens aktivitetsnivå behov for å styrke organisasjonen, primært for å avlaste med administrative oppgaver. Dette vil øke organisasjonens kapasitet og leveringsevne innenfor kjerneområdene. Med en dreining fra å være sterkt varehandelsoperativ til i større grad å ta et lederskap i utviklingsprosjekter, vil RNF sin rolle overfor varehandelen endres.

11. Finansiering

RNF har sin grunnfinansiering fra tre hovedkilder: medlemmer, sponsorer og offentlige prosjekttilskudd. Det typiske for denne type organisasjoner, rent finansielt er at store «byorganisasjoner» med et stort antall medlemmer, er mer eller mindre rent privat finansiert. De organisasjonene som har sin tilhørighet i småbyer og tettsteder, med et spinklere medlemsgrunnlag, har større innslag av offentlige bidrag til driften. Typisk er kommunale tilskudd/bidrag, gjerne oppdragsbasert. Organisasjonen har i alle sine 22 år vært avhengig av sine to stiftere, Hønefoss Sparebank og Sparebank1 Ringerike Hadeland. Bidragene fra disse vil fortsatt være avgjørende for å kunne opprettholde og utvikle RNF's posisjon og aktivitetsnivå.

Prosjekter og aktiviteter av mer forretningsmessig karakter, får økt betydning, også rent økonomisk. Med andre ord, RNF beveger seg og har behov for å bevege seg i forretningsmessig og kommersiell retning.

For å gjøre seg mindre avhengig av sparebankenes bidrag på sikt, er de tilsynelatende mest opplagte veien å gå:

- A. Øke medlemsmassen
- B. Øke bidraget fra eksisterende medlemmer
- C. Aktivere nye sponsorer som verdsetter RNFs arbeid utover normale medlemsbidrag
- D. Bli mer kommersiell og gå etter mer forretningsmessige aktiviteter og prosjekter

12. Kommunikasjon

Medlemsbesøkene viste at synlighet er en utfordring for RNF. Spesielt er det en viss forvirring rundt hvilke av utviklingsaktørene som gjør hva og det blir ekstra viktig for oss fremover å synliggjøre RNFs verdi og bidrag for næringslivet i Ringeriksregionen. Samtidig skal vi ha fokus på å rekruttere nye medlemmer og kommunikasjon blir sentralt også i den sammenheng.

Det er derfor viktig at vi er tydelig på hvem vi kommuniserer til og hva vi vil oppnå med det. RNF forholder seg til ulike interessegrupper, og disse skal behandles ulikt i kommunikasjonen:

Interesse-gruppe	Mål med kommunikasjon	Kanaler	Virkemidler/ uttrykk	Eksempler
RNF-medlemmer	Informere om tilbudet til RNF, arrangementer de kan delta på som medlem osv.	<ul style="list-style-type: none"> Nyhetsbrev Nettside 	<ul style="list-style-type: none"> Ryddig og oversiktlig Bilder og tekst 	<ul style="list-style-type: none"> Waterhole Kompetanseløft Temamøter Dialogmøter Årsmøte
Næringslivet på Ringerike	Informere om saker RNF jobber med som er viktig for lokalt næringsliv	<ul style="list-style-type: none"> Nettside Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> Ryddig og oversiktlig Bilder og tekst 	<ul style="list-style-type: none"> Vei og bane Ringeriks-konferansen Trainee-program Byutvikling
Øvrige befolkning	Skape engasjement rundt saker RNF jobber med	<ul style="list-style-type: none"> Instagram Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> Bruke video ofte Fine bilder og engasjerende tekst med hashtags osv. 	<ul style="list-style-type: none"> Reiselivs-arrangementer Arrangementer ifm lokal handel Byutvikling
Potensielle medlemmer *	Få frem fordelene ved å være RNF medlem, vise bredden av hva vi jobber med	<ul style="list-style-type: none"> Instagram Facebook 	<ul style="list-style-type: none"> Bruke video ofte Bruke sosiale medier aktivt for å nå yngre medlemmer Spisse budskap mot noe som er aktuelt for Hole og/eller Jevnaker 	<ul style="list-style-type: none"> Trainee-program Ringeriks-konferansen Smaken av Ringerike

**Disse befinner seg også i de to gruppene over men det som er ment her er å spisse kommunikasjon spesielt mot f.eks. Hole og Jevnaker eller mot en yngre målgruppe.*