



id: SI\_006

model: anthropic/claude-sonnet-4.6

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: makt

05\_handling: implementer

01\_perspektiv: operasjonell

02\_tidhorisont: langsiktig

## Instans SI\_006

**Seeds:** operasjonell | langsiktig | makt | sårbarhet | implementer

### Kjerneobservasjon: Maktasymmetrien ingen snakker om

Kongsberg har **arbeidsgiversiden** — men arbeidstakerne har **bostedsmakten**. Kommunen ber om noe uten å ha forhandlingsposisjon. Det er her sårbarheten ligger: tiltak iverksettes nedenfra, uten at de som faktisk kan flytte føler press eller pull fra riktig hold.

### Rootcause: Ikke penger — det er risiko

Pendlere pendler fordi **usikkerheten ved å flytte overstiger ubehaget ved å pendle**. Spesifikt:

- Partner jobber i Oslo/Drammen — én inntekt kan ikke forsvare boligkjøp
- Barn i etablerte skolemiljøer — sosial kostnad ved relokering er undervurdert
- “Hva om jeg mister jobben?” — Kongsberg har smal næringsbase (Kongsberg-gruppen dominerer)

Sårbarhet nr. 1: **Ensidig arbeidsmarked skaper reell risiko** som rasjonelle aktører priser inn.



## Segmentering som operasjonell nøkkel

Segment	Barriere	Operasjonell løsning
Unge par (28–35)	Partner-jobben	Aktiv rekruttering av to-inntektshusholdninger
Barnefamilier	Skole/nettverk	“Soft landing”-program med fadderordning
Seniorpendlere (45+)	Boligkapital bundet i Oslo	Bytteavtaler / nedbetalingsordninger

## Implementer: Tre konkrete tiltak med makt-logikk

**1. Arbeidsgiveralliansen** — Kongsberg-gruppen, Aker og andre store aktører forplikter seg til å **tilby partnerjobb-matching** som del av onboarding. Koster lite, fjerner største enkeltbarriere.

**2. Garantert boligreservering** — Kommune og utbygger lager 50 boliger med 6-måneders reservasjonsrett for tilflyttere. Fjerner “hva om det ikke finnes noe”-angsten. Budsjett: ~2 MNOK i garantikapital.

**3. Nettverkskontrakt** — Nye tilflyttere kobles til eksisterende innflyttere (ikke kommuneansatte). Peer-to-peer-troverdighet > brosjyrer.

## Langsiktig risiko: Fellen alle faller i

Kommuner bruker penger på **synlighet** (branding, kampanjer) fremfor **friktonsreduksjon**. Det er ikke mangel på informasjon som stopper folk — det er **transaksjonskostnadene** ved selve flytten.

## Neste steg

- Uke 1-4:** Intervju 20 eksisterende pendlere — kartlegg reell barriere #1 per segment
- Måned 2:** Formaliser arbeidsgiverallianse med 3 store lokale arbeidsgivere — skriftlig forpliktelse
- Måned 3-6:** Pilot “Soft landing”-program med 10 familier, med målepunkt: 12-måneder-retensjonsrate