



id: SI\_009

model: openai/gpt-5.4-mini

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: makt

05\_handling: implementer

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: kortsiktig

## Instans SI\_009

**Seeds:** strategisk | kortsiktig | makt | sårbarhet | implementer

**Kjerneanalyse:** Kongsbergs problem er ikke primært «manglende attraktivitet», men **manglende overgangslogikk**. Pendlerne har allerede en velfungerende livsstrategi: jobb i Kongsberg, sosialt nettverk/bolig i Oslo-Drammen-korridoren. Å flytte krever at Kongsberg vinner på tre makt-faktorer samtidig: **bolig, hverdagslogistikk og sosial trygghet**. Hvis én av dem svikter, velger de status quo.

**1) Root cause** De største barrierene er ofte:

- **Sårbarhet i familie-/nettverksliv:** partnerjobb, barnehage, skole og «hvem kjenner vi her?»
- **Opplevd karriererisiko:** frykt for å «komme for langt unna» større arbeidsmarked.
- **Bolig er ikke bare pris:** det er også timing, utvalg og trygghet. Mange pendler fordi de allerede eier/har bolig der de bor.
- **Livsstil:** ikke «Kongsberg er kjedelig», men at de ikke ser en tydelig gevinst som kompenserer for tapet av urban valgfrihet.

**2) Segmenter**

- **Unge fagarbeidere/ingeniører (25-35):** mest flyttbare; vil ha leie-til-eie, sosial arena, kort vei til tog.
- **Familier (30-45):** trenger skole, barnehage, partnerjobb, plass og forutsigbarhet.
- **Karrierependlere:** flytter bare hvis Kongsberg reduserer sårbarhet ved jobbskifte. Strategien bør være ulik: én kommunikasjonslinje passer ikke alle.



**3) Hva Kongsberg kan tilby** Kongsberg må selge **strategisk nærhet**: «mindre reisetid, mer liv». Konkret:

- 15-minutters bolig til jobb
- større bolig for samme kostnad som leilighet i Oslo
- natur + høykompetent arbeidsmarked Dette må vises med konkrete boligområder, ikke slogans.

**4) Økonomiske insentiver** Penger alene virker svakt. Bedre er **målrettede overgangsinsentiver**:

- depositum/egenkapital-tilskudd: 50–100k
  - 2 år med redusert kommunal avgift/eiendomsskatt der relevant
  - arbeidsgiverpakke: flyttehjelp, boligmatching, partnernetttverk
- Budjett: 1–3 mill. i pilot, ikke 50 mill. på bred kampanje.

**5) Infrastruktur/livskvalitet** Kritisk er ikke «smartby», men:

- barnehagekapasitet
- kveldskultur/fritidsarenaer
- hyppigere lokal transport mellom boligfelt og stasjon/arbeid
- sosial onboarding for tilflyttere

**6) Organisering** Kommune + 5–10 store arbeidsgivere + 2–3 utbyggere må inngå en felles «flyttepakke». Arbeidsgiverne har makt til å normalisere bosetting lokalt.

### Neste steg

1. Gjennomfør 20 dybdeintervjuer med pendlere i tre segmenter.
2. Start en 12-måneders pilot med 30–50 husholdninger og mål flytteandel.
3. Lag én konkret bolig- og partnerjobb-pakke med arbeidsgiverne, før branding.