

“In Holland we are a nice family.  
In Norway we are a happy family!”

---

*Om nederlandske entreprenører i bygde-Norge*

**Lillian Beate Risvaag**

**Masteroppgave i geografi  
Geografisk institutt  
Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Vår 2011**



## **Abstract**

**“In Holland we are a nice family. In Norway we are a happy family!”**

A study among Dutch entrepreneurs in rural Norway

Lillian Beate Risvaag

Spring 2011

Norwegians keep moving away from the small villages in the countryside to the bigger towns. They seek the urban life far away from the boring and all too safe life in the parish. In other countries we can see something different, and among these are Netherland. More and more people here wants away from the stressful life in the big tows, to peace and quiet in rural areas. Their only problem is the lack of these places. Some solve this problem by moving to countries like Norway.

This thesis is about Dutch who move to the Norwegian countryside to find the perfect place to live, a place where it's quiet, where they can be close to nature and give their children a safe place to grow up. They are in search for the rural idyll. The picture they have of this idyll also involves more freedom at work, including less working hours and the opportunity to arrange this themselves. Another wish is to have more spare time with their children. To achieve this, they become entrepreneurs. The theme of this thesis will be discussed within a theoretical framework of the concepts of rurality and entrepreneurship. Globalization and place will also be introduced. To find out more about this subject, I have talked to five Dutch couples living in rural areas in southern Norway, and operating their own businesses.



## Forord

Med tanke på hvor mange timer jeg må ha brukt på å spille kabal dette året (antall spilte spill: 2592. Antall spill vunnet: 482. Vinnprosent: 18. Rekorden ble satt 03.06.11 og ble gjort unna på 94 sekunder, noe som gav meg 8122 poeng), er det i grunn litt rart at jeg i dag sitter med en ferdig masteroppgave.

Jeg hadde ikke klart meg uten proff veiledning fra Nina Gunnerud Berg, eller informasjon fra ti imøtekommende nederlendere. Jeg hadde heller ikke overlevd uten mine fantastiske studievenner på Geografisk institutts “Lukkede Avdeling”, og da spesielt jentene på “Pauserommet”. Familie, kjæreste og venner har gjort disse fem årene på universitetet mulig. Tusen takk hele gjengen!

Bukker og nikker!

Ærbødigst hilsen en stolt og ufattelig letta

Lillian Beate Risvaag



# INNHold

Abstract .....	iii
Forord.....	v
Figurer.....	x
<b>1 INTRODUKSJON.....</b>	<b>1</b>
1.1 OPPGAVENS OPPBYGGING.....	3
<b>2 HVA ER RURALITET?.....</b>	<b>5</b>
2.1 RURAL IDYLL .....	9
2.2 MOT-URBANISERING OG BYGDA SOM BOSTED.....	11
2.3 GLOBALISERING OG DET RURALE .....	14
2.3.1 Kulturell globalisering og rural idyll.....	16
2.4 BRUK AV SANSENE I OPPFATTELSEN AV DET RURALE .....	18
2.4.1 Å se bygda.....	18
2.4.2 Å høre bygda .....	19
<b>3 HVA ER ENTREPRENØRSKAP? .....</b>	<b>21</b>
3.1 SCHUMPETERS DEFINISJON.....	21
3.2 ANDRE DEFINISJONER AV ENTREPRENØRSKAP.....	24
3.2.1 Klassifisering ved motiver for entreprenørskap .....	24
3.3 ENTREPRENØRSKAP FINNER STED.....	26
3.3.1 Sted som aktiv faktor og analytisk kategori .....	28
3.3.2 Marginaliserte steder og entreprenørskap .....	29
3.4 SMÅFORETAK PÅ BYGDA – ET EKSEMPEL FRA SVERIGE .....	31
3.5 MIGRASJON OG ENTREPRENØRSKAP – ET EKSEMPEL FRA ENGLAND.....	33
3.6 ENTREPRENØRSKAP, RURALITET OG LIVSSTILS-MIGRASJON .....	34
3.6.1 Kort oppsummering.....	37
<b>4 FORSKNINGSPROSESSEN .....</b>	<b>39</b>
4.1 VALG AV METODE .....	39
4.2 FORBEREDELSE TIL FELTARBEID .....	39
4.2.1 Hvem, hvor og hvorfor.....	40

4.2.2 Intervjuguide .....	41
4.3 GJENNOMFØRINGEN AV INTERVJUENE .....	41
4.4 ANALYSE OG TOLKNING .....	43
4.4.1 Koding .....	44
4.4.2 Fortolkning .....	45
4.5 STUDIETS TROVERDIGHET OG KVALITET .....	45
4.5.1 Reliabilitet .....	45
4.5.2 Validitet .....	46
4.6 ETISKE BETRAKTNINGER .....	48
<b>5 PRESENTASJON OG ANALYSE .....</b>	<b>51</b>
5.1 RURALITET I NEDERLAND .....	52
5.2 Å VILLE FLYTTE <i>FRA</i> NEDERLAND, <i>TIL</i> NORGE .....	54
5.2.1 Å ville flytte <i>fra</i> Nederland .....	54
5.2.2 Hvorfor flytte <i>til</i> Norge? .....	55
5.2.3 Veien til en annen hverdag i Norge .....	56
5.3 HVORFOR KOMMER DE HIT? EGENTLIG? .....	60
5.3.1 For oss en traust bygd, for dem rural idyll .....	63
5.4 Å BO I NORGE .....	67
5.4.1 Virksomhetene .....	67
5.5 ER DE VIRKELIG ENTREPRENØRER? .....	72
5.5.1 Motiver for å bli entreprenører .....	73
5.6 ENTREPRENØRENE OG STEDET .....	75
5.6.1 Hverdagslivet .....	77
5.6.2 Nettverksbygging .....	78
5.6.3 Nordmenn vs. nederlendere .....	79
5.7 FREMTIDA .....	81
<b>6 AVSLUTTENDE KOMMENTARER .....</b>	<b>83</b>
6.1 PÅ SPORET AV RURAL IDYLL .....	83
6.2 IDYLLISK ENTREPRENØRSKAP? .....	84
6.3 SISTE BETRAKTNINGER .....	86



<b>REFERANSER</b> .....	<b>86</b>
<b>VEDLEGG</b> .....	<b>95</b>
INTERVJUGUIDE .....	95

## FIGURER

<b>Figur 1:</b> Rurale rom og hva det utgjør etter Halfacrees modell .....	8
<b>Figur 2:</b> Rural idyll skulle få folk til å kjøre mer. Reklameplakater for Shell fra 1930-årene..	9
<b>Figur 3:</b> Innenlands nettoinnflytting, i kommuner etter sentralitet .....	12
<b>Figur 4:</b> Ulike former for utvikling av virksomhet .....	23
<b>Figur 5:</b> Ulike entreprenører identifisert ved motivasjon.....	25
<b>Figur 6:</b> Presentasjon av de intervjuede;type næringsvirksomhet og botid i Norge .....	52
<b>Figur 7:</b> Motiver for å flytte til Norge. ....	61
<b>Figur 8:</b> Motiver for å flytte fra Nederland. ....	61
<b>Figur 9:</b> Det “norske”, fremstilt på Placements nederlandske hjemmesider.....	65

# 1 Introduksjon

---

Bygda. De fleste av oss har vel hørt ulike oppfatninger av den. Disse små stedene som for ungdommen er så ufattelig kjedelig og uten tilbud og underholdning. Den bygda de unge og lovende forlater tidlig og aldri skal tilbake til, som ikke gir noen framtidsutsikter. Stedene som blir litt glemt når folk er flytter til storbyen og blir vant med at bussene går hvert tiende minutt og at det bare er å sette seg på en av de tyve cafeene som befinner seg rett utenfor utgangsdøren om man vil treffe venner. Men bygda er også det mange tenker på i det de er ferdig utdannet og fått litt nok av byens tjas og mas. Bygda er det mange drar tilbake til for å stifte egen familie, og søker like god oppvekst for sine barn som den de selv fikk en gang. Men det er ikke alltid slik.

Mange bygder i Norge er preget av at det flytter flere ut enn det som flytter til. Man kan stadig lese i media om steder som sliter med en negativ befolkningsendring grunnet for få folk. Små steder mister skolene sine og andre offentlige tilbud, fordi befolkningsgrunnlaget er for lite til å drive eksempelvis skole, butikk og legesenter. Jeg selv er fra bygda, og var en av mange i venneflokken som flyttet for å gå på videregående skole. Men jeg er en av de få som hele tiden har visst at jeg vil tilbake. Livet på bygda engasjerer meg, og om jeg tar litt ekstra i, er drømmen å bo og leve av det man kan produsere selv. Slik de gjorde i riktig gamle dager.

Inspirasjonen til å skrive denne oppgaven fikk jeg gjennom NRK-serien "Bygdelig" som gikk for en tid tilbake. Der fulgte vi flere familier som jaktet på drømmen om å bo og leve på små steder som normalt ikke er preget av tilflytting. Blant disse familiene var det også en fra Nederland. De fulgte en sterk drøm om å flytte hit til landet. Jeg ble nysgjerrig på hva som lå bak deres ønske om å slippe tak i det tilsynelatende trygge, forlate gode jobber og flott hus, for å leve i en liten bygd som har hatt sine glansdager. Ved nærmere undersøkelse fant jeg ut at det er mange nederlendere som gjør akkurat som familiene jeg så på tv. De bosetter seg over hele landet. Det eneste kriteriet synes å være at det skal være på bygda - de samme bygdene som mange nordmenn reiser ifra, til fordel for storbyene.

Fraflytting er noe også regjeringen er opptatt av å ta opp. I en stortingsmelding skriver de om hvordan innflyttere fra blant annet Nederland kan spille en rolle for fraflyttede steder;

*“I område med reduksjon i folketalet kan lokale initiativ retta direkte mot innflyttarar og potensielle tilflyttarar spele ei sentral rolle for å auke tilflyttinga. Vi har fleire døme på tilflyttingsprosjekt i samarbeid mellom kommunar i eit område, retta mot utflytta unge eller mot innbyggjarar i større byområde. Ein del kommunar har også leigd inn bistand i samband med målretta arbeid for tilflytting frå land i Europa, særleg Nederland.”*

(Stortingsmelding nr. 25 2008-09, s.37)

Flytting som ble foretatt fra urbane til rurale områder, mot-urbanisering, ble første gang identifisert i USA på 1970-tallet (Johnston 2000). Også her hjemme startet det en trend der folk flyttet vekk fra byene og til bygda i den samme tidsperioden. Etter 1979 endret dette seg, og i dag kan vi se at urbaniseringen her til lands er den dominerende trenden. Allikevel er den, på femte året, avtagende, og tilflyttingen til mindre sentrale strøk har de siste fem årene vært økende (SSB 2011). Det er flere som har studert hva som ligger bak ønske om å flytte fra by til bygd, og blant de viktigste årsakene er et steds rurale karakter. Dette inkluderer natur, frisk luft og oppfattelser av at det her eksisterer tette, trygge samfunn som gir gode oppvekstvilkår (Antonsen 2011, Berg 2007, Blekesaune et al. 2007 og Villa 2005).

Noen av de som flytter til bygdene starter egne bedrifter. Entreprenørskap er et gammelt fenomen, siden man i alle årtier har leitt etter muligheter som kan gi økonomisk gevinst (Landström 2005). Entreprenøren oppretter nye kombinasjoner av ressurser og bryter et steds økonomiske likevekt (Lithander 2005). Disse ressursene trenger ikke å være nye, men allerede eksisterende, kombinert på nye måter. Det er mange ulike motivasjoner for å bli entreprenører, og den første man tenker på er ofte behovet for inntekt. Allikevel er det mange andre faktorer som motiverer, for eksempel ønske om å bo et spesifikt sted, man har et inspirerende lokalt næringsmiljø eller at man har behov for å ta i bruk egne ressurser og evner (Bolkesjø & Brun 2006). Andre grunner til oppstart, som er funnet i Sverige, er blant annet misnøye med tidligere arbeidsplass og bånd til stedet (Lithander 2005). Endring av livsstil kan også være en faktor som motiverer entreprenørskap, dette er funnet blant migranter i Spania og Frankrike (Stubbs 2007).

Så vidt meg bekjent, etter søk i ulike databaser og journaler, er det ikke utført liknende forskning på entreprenørskap blant nederlendere i bygde-Norge, eller bare nederlendere på bygde-Norge for den saks skyld. I så måte kan man si at denne oppgaven kan fylle et hull blant alle de oppgaver som er skrevet om entreprenørskap blant utlendinger i de større byene, særlig Oslo.

Mediedekningen på området er derimot større, og for å få en oversikt foretok jeg søk i Atekst, nordens største mediearkiv på nett. Søket ble gjort i databasenes norske aviser og med ulike søkeord. Ved å søke på “flytte + Nederland” fikk jeg hele 2281 treff. For å få mer relevante søkeresultater søkte jeg på “Nederland + bosette” og fikk 196 treff. Enda mer spesifikt søkte jeg også på “Nederland + flytte + bosette” og fikk 66 treff der den nyeste artikkelen var fra dagen før søket ble gjort. At temaet for oppgaven derfor er dagsaktuelt, tviler jeg ikke på.

Når det kommer til nederlendere i Norge, er det to ting jeg lurer på, det er hva som får nederlenderne til å flytte til Norge, og hvorfor svært mange av dem etablerer egne bedrifter? Ut fra dette har jeg formulert problemstillingen;

*“Hva ligger til grunn for at nederlendere flytter til Norge og etablerer bedrifter?”*

Det er dette forskningsspørsmålet jeg skal gjøre et forsøk på å belyse gjennom denne oppgaven.

## **1.1 Oppgavens oppbygging**

I det påfølgende kapittelet vil jeg definere begrepet ruralitet. Det finnes flere ulike tilnærminger til dette, og jeg vil presentere de viktigste. Også begreper som rural idyll vil bli belyst, og både dette og ruralitet vil bli sett på i lys av globaliseringsprosessen.

Kapittel 3 ser på begrepet entreprenørskap. Her er det også mange ulike tilnærminger som vil bli sett nærmere på. Sammenhenger med sted og ruralitet vil bli presentert, og jeg vil legge frem empiri fra både England, Sverige, Frankrike, Spania og Norge.

I kapittel 4 vil forskningsprosessen bli presentert. Det innledes med grunnlaget for valg av metode, etterfulgt av hvilke forberedelser som ble gjort før intervjurunden fant sted. Deretter vil det bli argumentert for hvorfor studiet er gjort på de enkelte stedene og hvem jeg skulle snakke med. Gjennomføringen og hvordan analysen har foregått vil bli presentert og diskutert, før en gjennomgang av oppgavens troverdighet og kvalitet. Kapitlet avsluttes med noen etiske betraktninger.

Kapittel 5 inneholder en presentasjon av de funnene som er gjort under intervjurundene. Disse vil bli tolket og analysert opp mot det teoretiske rammeverket som ble presenter i henholdsvis kapittel 3 og 4. Kapitlet er delt inn i to deler som diskuterer informantenes fortellinger fra henholdsvis før og etter at de er kommet til Norge. Første del i analysen/presentasjonen vil konsentreres rundt motivene for å flytte fra Nederland og til Norge. Andre del har et hovedfokus på virksomhetene og entreprenørskapet blant de intervjuede.

I oppgavens siste kapittel vil jeg forsøke å oppsummere de funnene som er gjort og forsøke å svare på problemstillingen presentert i begynnelsen.

## 2 Hva er ruralitet?

---

Denne oppgaven ser på hvorfor Nederlendere slår seg ned i Norge og starter bedrifter. Begrepet ruralitet står sentralt fordi alle mine informanter har valgt å bosette seg i rurale områder. Ved å bruke dette begrepet vil vi i større grad forstå deres valg av bosted og også mer om hvorfor de velger å bli entreprenører. Mange som i de senere år har villet forklare begrepet (blant annet Nelson & Nelson 2010; Woods 2009; 2010; 2011) viser til Clokes (2006) kapittel “Conceptualizing rurality” i boken “Handbook of rural studies” (Cloke et al 2006) i forsøk på å forklare begrepet nærmere. Fra man formulerte ruralgeografien på tidlig 1970-tallet, kan man i følge Cloke se tre ulike tilnærminger til ruralitet; den funksjonelle, den politisk økonomiske og den sosialt konstruerte.

De tidligste studiene innenfor ruralgeografien fulgte positivistiske prinsipper. Den funksjonelle tilnærmingen tar derfor utgangspunkt i at man kan definere et område som ruralt gjennom funksjonene det innehar (Cloke 2006). Et ruralt område vil derfor være dominert av jord- og skogbruk, lite bebyggelse med innbyggere som anser området som ruralt og lever tett opp mot naturen og omgivelsene. Hvilke steder som kommer ut som rurale på grunnlag av slike kriterier, blir sjelden feilfritt siden mye må avgjøres ved skjønn. Halfacree (1993) kaller dette for deskriptiv definisjon, og viser til hvordan man kunne klassifisere steder som rurale gjennom å måle verdier som befolkningsstørrelse, hva landjorda ble brukt til og stedets avstand fra andre steder. Han påpeker allikevel at slike deskriptive metoder bare *beskriver* rurale områder, og *definerer* dem ikke på noe vis.

En annen funksjonell tilnærming forsøker å definere ruralitet gjennom sosiokulturelle forhold (Berg & Lysgård 2004). Her tar man sikte på at folketall i en region har noe å si for hvordan de sosiokulturelle forholdene på plassen er. Der det er mange folk vil det også være urbane forhold, med det som følger med; ulikhet, anonymitet og et samfunn i stadig bevegelse. Hvis en region derimot har få innbyggere, vil dette føre til mer sosial kontroll, stabilitet og omsorg, med andre ord et ruralt samfunn. En slik tilnærming definerer heller ikke ruralitet i seg selv, men aspektene det fokuseres på er på den annen side viktige for utvalgte regioner og steder. Her ligner også sosiokulturelle definisjoner på de deskriptive ved at de baserer seg på en

forståelse av at mange regioner er så like at de trenger en felles betegnelse; rurale regioner. På grunn av likhetstrekkene faller de to definisjonene under det vi kaller “funksjonelle definisjoner”. De kan beskrive spesifikke rurale rom og samfunn, men uten å være i stand til å bevise at disse karakteristikene er utelukkende rurale. Rurale regioner er tross alt i stadig endring og vil være svært ulike hverandre.

Cloke (2006) omtaler den andre tilnærmingen som politisk-økonomisk, og viser til hvordan det ble mer og mer tydelig at ting som foregikk innenfor rurale områder ble styrt av nasjonal og internasjonal politisk økonomi. Fra 1970- og 80-tallet utviklet man teorier påvirket av neo-marxisme, og man innså at de funksjonene man tidligere hadde sett på som beskrivende for rurale regioner stadig ble påvirket og utviklet av forhold utenfor den enkelte region. For å forklare det rurale begynte man derfor å bruke politisk-økonomiske begreper. Dette inkluderer at man legger vekt på for eksempel maktforhold og mekanismer for sosial produksjon av tilværelsen, og slik ble grensen mellom det rurale og det urbane mindre klar. Men det ble allikevel ikke mindre aktuelt å studere det rurale. Berg og Lysgård (2006) ser en sammenheng mellom endringer lokalt og endringer på nasjonalt og globalt nivå. Rom ble sett på som produsert/reprodusert gjennom sosiale handlinger, og det lokale, nasjonale og globale ble knyttet tett sammen som gjensidig påvirkende. Noe av det man så på gjennom denne tilnærmingen kunne være hvordan matvareproduksjonen gjennom jordbruk ikke bare hadde påvirkning på det lokale (rurale) markedet, men også det urbane (Cloke 2006). Som et motstykke til, men ikke uforenelig med, det økonomiske rammeverket, begynte man etter hvert å komme inn på postmoderne og post-strukturalistisk tankegang.

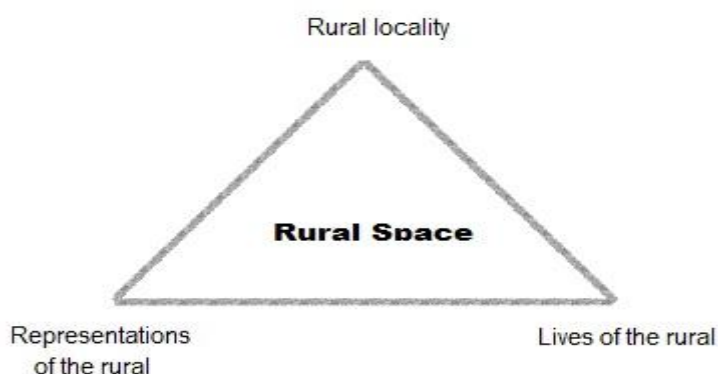
Det nye tankesettet vokste frem på 1990-tallet, i kjølvannet av den kulturelle vendingen, og innebar at man ikke lengre lette etter én objektiv sannhet. Det som derimot ble gjeldene var individers individuelle oppfatninger av virkeligheten og hvordan man gjennom disse forstår verden (Woods 2011). En slik tankegang viser hvordan det rurale blir viktig med en gang man forbinder noe med det, med en gang sosiale, kulturelle og moralske verdier blir knyttet opp mot ruralt rom, levesett og ruralitet generelt (Cloke 2006; Woods 2011). Ruralitet i postmoderne tankegang blir med andre ord sosialt konstruert. Man knytter sosiale og kulturelle meninger til rurale steder, som igjen påvirker oppførsel, praksis og hvordan man tar avgjørelser hos de ulike. Det som ansees som ruralt er noe sosialt og kulturelt konstruert, slik at det er representasjonene av steder som ble viktige, ikke hva selve stedene består av. Disse representasjonene forhandles det om hele tiden, og de endres i ulike sosiale settinger. Tanken



om rural idyll er blant de fenomener som populært har blitt studert med et slikt rammeverk. Når Halfacree (1993) ser for seg at sosialt konstruerte rurale rom er blitt mer uavhengige av de geografisk funksjonelle rurale rom, kan man dra det så langt som til å si at man står ovenfor en slags virtuell ruralitet. Hvordan landsbygda blir fremstilt i ulike diskurser trenger derfor ikke å ha særlig rot i virkeligheten og hvordan liv leves i rurale områder.

Det sosialkonstruktivistiske perspektivet er blitt kritisert for en viktig ting, nemlig at man overser det materielle. Cloke (2006) mener at man ikke kan ignorere det materielle siden det har en direkte påvirkning på folks på liv og levnet og tolkningen av det, og mange er av samme oppfatning (se blant andre Berg & Lysgaard 2004; Woods 2009,2010). Woods (2009) identifiserer i denne sammenheng ulike forsøk på rematerialisering av begrepet som er gjort de siste årene. Blant annet har noen forsøkt dette ved å gå tilbake til et funksjonelt perspektiv. Dette er blant annet gjort gjennom bruk av GIS og større statistiske enheter knyttet til dette. Et eksempel han gir er å kartlegge og behandle “rurale behov”, og i den forstand bruke det politisk. Bortsett fra dette har de nye kvantitative definisjonene, i følge Woods (2009), liten analytisk verdi for forskning innen ruralgeografien.

Et annet forsøk på å rematerialisere begrepet er interessant for oss som studerer innen samfunnsgeografi. Her blir det rurale definert som et hybrid og sammensatt rom som kan bidra med en videre forståelse av subdisiplinen ruralgeografi (Woods 2011). Halfacree (2006) har kommet med et bidrag i denne debatten der han ser for seg ruralt rom som bygget opp av tre ulike aspekter; “Rural localities” som kan forstås som romlige praksiser, for eksempel produksjon og konsumpsjon knyttet til et område, “representations of the rural” som er representasjoner, slik de kommer til uttrykk gjennom for eksempel politikere og byråkrater, og til slutt har vi “lives of the rural” som utgjør hverdagslivet (kulturen) på bygda som blir tolket og forhandlet. Disse tre faktorene utgjør til sammen det rurale rom, og kan ikke vurderes uavhengige fra hverandre (se figur 1).



**Figur 1: Rurale rom og hva det utgjør etter Halfacrees modell**

Videre sier Halfacree (2006) at om et individuelt *sted* kan kalles ruralt, avhenger dette av hvorvidt stedets totalitet domineres av rurale rom. Som Woods (2011) oppsummerer det, går denne teorien ut på at mange ulike imaginære, materielle og praktiserte ruraliteter er sammenflettet i det som til slutt oppfattes som ruralt rom.

En annen måte å innlemme det materielle i ruralitetsbegrepet har vært å vise til aktør-nettverk-teori, som i hovedsak går ut på å koble mennesker og det som setter dem i stand til å handle. For geografien og ruralitetsbegrepet innebærer dette en kombinasjon av det sosiale livet og naturen, slik at landsbygda blir sett på som et sammensatt rom (Woods 2011). Opprettelsen av rurale steder skjer mellom mennesker og ikke menneskelige objekter, og landsbygda kan således defineres som et nettverk av selvstendige og heterogene enheter som er kombinert på utallige måter. Dette gir landsbygder som alle er ulike, og ikke kan bli sett på som en *av* mange, men som en *blant* mange andre. Man tar tilbake både det materielle og de sosiale dimensjoner i denne oppfattelsen, i tillegg til at de også tillegger kultur en viktig rolle.

Begrepet ruralitet og hvordan steder blir oppfattet som rurale har mange forklaringer. Jeg vil si meg enig i at ruralitet er noe alle har individuelle oppfatninger og meninger om, men jeg er også enige med de som mener at man ikke kan se begrepet uavhengig av den materielle verden. Samtidig som det er viktig å ha teoretiske forklaringer på slike begrep, tror jeg også det er viktig å forstå at det er mange ulike oppfattelser av det, og hva jeg mener er ruralt stemmer muligens ikke overens med slik andre oppfatter det. Til syvende og sist mener jeg at våre individuelle meninger om hva ruralitet er, har opphav i representasjoner som ikke er uavhengig av, men heller bundet til det materielle rundt oss. Når OECDs definisjon (i

Haartsen et al. 2003a) av hva som er rurale områder blir presentert senere i oppgaven, er dette en ren deskriptiv måte å beskrive områder som rurale. Da er det viktig å huske at det ligger mer til det enn folketetthet og avstander i kilometer. Når jeg drar inn begrepet ruralitet i denne oppgaven, er det fordi mitt feltarbeid har foregått i en region som nok både gjennom funksjonelle, politisk økonomiske og sosialt konstruerte tilnærminger vil bli sett på som ruralt. Det vil være viktig å ha en forståelse for begrepet når jeg senere skal legge frem hvordan mine informanter ser på områdene de bor i.

## 2.1 Rural idyll

Før informantene i denne oppgaven kom til Norge, har de alle hatt et bilde av hvordan det er å leve på bygda. Dette har i stor grad vært årsaken til at de har flyttet hit. Slike idylliske representasjoner av livet på landet har eksistert siden man begynte å skrive om det rurale (Woods 2011). I mellomkrigstiden, da både Nord-Amerika og Europa befant seg i en periode med økt urbanisering og industrialisering, fikk ideen om det idylliske rurale en oppsving (Short 2006). Spesielt blant beboerne i urbane områder, rådet det diskurser om blant annet anti-urbanisme og bilder på en romantisert rural fortid. Vi kan blant annet se hvordan Shell brukte rurale tiltrekkende steder i sine reklameplakater for kjeden på denne tiden. Ved å kikke på bildene i figur 2 kan vi se hvordan man fremstiller det rurale, oppfordrer folk til å oppsøke det, og med vilje utelater bilde av selve bensinstasjonen. De bygger sine reklamer på ideen om at det finnes noe "ekte" i enden av og utenfor motorveiene.



Figur 2: Rural idyll skulle få folk til å kjøre mer. Reklameplakater for Shell fra 1930-årene. Alle hentet fra <http://www.nationalmotormuseum.org.uk>

Short (2006) viser til hvordan Storbritannia i etterkrigstiden gled inn i en post-produktivistisk periode der landsbygdene skulle forbli uforandret og tilgjengelig for konsumpsjon blant middelklassen, til tross for den stadige usikkerheten globaliseringen førte med seg. I dag ser vi også hvordan det rurale er blitt kommersialisert, både gjennom tv-serier som “Heartbeat” og magasiner som “Country Living”, som begge er blitt henholdsvis vist og solgt her til lands. Landsbygda med det rurale blir ofte fremstilt som “det gode liv”, og bidrar til moturbanisering flere steder. Folks tiltrekning mot det ruralt idylliske er en sterk trekkfaktor for moturbanisering og et salgsargument for rural turisme (Woods 2011). Det som ofte er et faktum er derimot at forventningene folk har rundt det rurale liv sjeldent innfrir, og mange modifierer sitt bilde av rural idyll. Bell (2006) spør seg om den rurale idyllen bare er imaginær, som et produkt av massemedier, turisme og mat, og eksisterer som et motstykke og alternativ til det urbane. Han mener at stedet man må lete etter den rurale idyllen er i nettopp byene. Selv om Bell har et godt poeng her, mener jeg at man heller ikke med rural idyll kan se bort ifra det materielle. Hva rural idyll egentlig betyr vil alltid være avhengig av tid og sted, akkurat som med begrepet ruralitet som jeg har skrevet om over. Bunce (2003:25 i Woods 2011:22) beskriver det slik:

*“...even if we accept that there are many versions of the rural idyll, they all converge around a normative nostalgic ideal which is embedded in social and economic structures”.*

Begrepet rural idyll står svært sentralt i denne oppgaven, og jeg vil komme tilbake til det senere i kapittelet. Tre avsnitt skiller seg ut; 2.3.1 vil sette rural idyll opp mot kulturell globalisering, avsnittene 2.4.1 og 2.4.2 tar for seg hvordan vi oppfatter hva som er ruralt idyllisk gjennom bruk av sansene våre. Kapittel 5 vil bli innledet med resultater fra ulik forskning som har skrevet om ruralitet i Nederland, og der i blant også hvordan de oppfatter rural idyll og om dette bildet eksisterer blant nederlendere.

## 2.2 Mot-urbanisering og bygda som bosted

The Dictionary of Human Geography (Johnston 2000) skriver dette om mot-urbanisering:

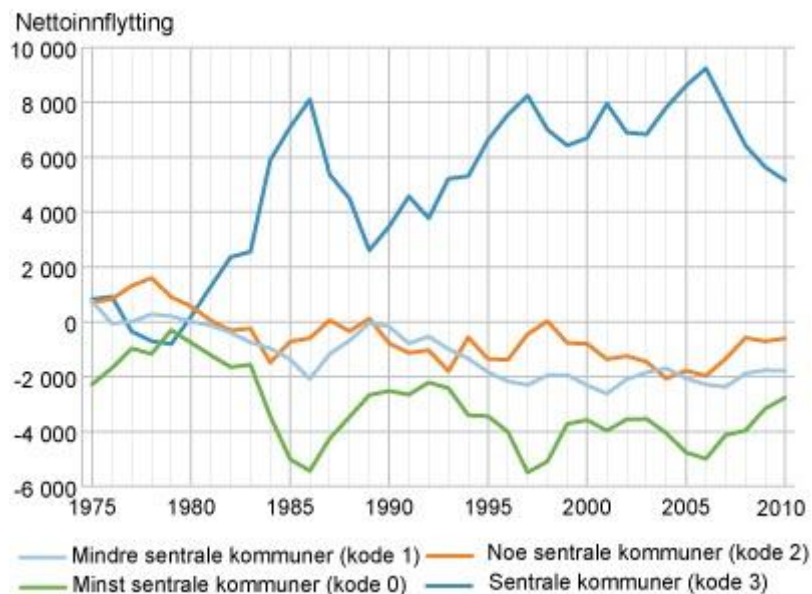
*“A process of population deconcentration away from large urban settlements first identified in the USA in the 1970s where metropolitan areas, especially the largest and oldest, were losing population to non-metropolitan areas”*

Det motsatte, urbanisering, der folk flytter fra bygda til byene har foregått lenge i årene før 1970. I England bodde halve befolkningen i rurale områder i 1851, ett århundre etterpå, i 1951, var det bare en femtedel igjen (Woods 2005). Mange andre land opplevde akkurat det samme, der folk flyktet fra bygd til by for å få seg jobb da industrialiseringen var et faktum. Blant annet gjorde introduksjonen av nye hjelpemidler innen for landbruket at det var mindre behov for arbeidere. At toget kom førte også til økende mobilitet bant de som bodde utenfor byene, og utvikling innen kommunikasjon og utdanning gjorde at flere fra bygda fikk muligheten til å bevege seg oppover i de sosiale lag. Folk begynte også å jakte på frihet og uavhengighet, og dro til byene fra den ellers isolerte virkeligheten i rurale samfunn.

Woods (2005) understreker at “ruralitet” i seg selv er en viktig “pull-faktor” for migrering fra urbane til rurale strøk. En undersøkelse Halfacree (1994 i Woods 2005) har gjennomført, fant han ut at nesten halvparten av de spurte blant tilflyttede i landsbygder i Lanchester og Devon i England konstaterte at områdets rurale karakter var “ekstremt viktig” for at de flyttet dit. Mindre enn en tiendedel svarte at det ikke var viktig i det hele tatt.

I Norge har vi ingen skikkelige tall på flytting innad i landet som er fra tidligere enn 1951, men disse forteller at det i hovedsak flyttet folk fra nord til sør, og at folk fra ellers i landet flyttet inn i Oslo-området (SSB 1999). Som i England og mange andre utviklede land så man også i Norge på begynnelsen av 1970tallet, en trend der folk igjen flyttet fra urbane områder og til byer. Dette kan vi se i figur 3. I årene 1975-79 ser vi hvordan innflyttingen til de minst sentrale kommunene øker, og at det er en tilsvarende nedgang i folk som flytter til de sentrale kommunene. I 1979 er det til og med flere som flytter til de minst sentrale kommunene enn det er til de mest sentrale.

### Innenlands nettoinnflytting, etter sentralitet. 1975-2010



Figur 3: Innenlands nettoinnflytting, i kommuner etter sentralitet. Hentet fra SSB.no

Etter 1979 derimot, er det en annen trend som preger Norge, og det er at urbaniseringen, eller sentraliseringen fortsetter og er dominerende i alle år frem til i dag. Hvert eneste år har summen av flyttingene vært sentraliserende, også i fjor. Det som preger situasjonen er at flere flytter til enn fra Oslo-regionen, og utflyttingen skjer fra Nord-Norge og Vestlandet til fylkene rundt Oslofjorden (SSB 2011). Sentraliseringen er allikevel avtagende, på femte året.

Her hjemme er det også noen som har studert flytting mellom urbane og rurale områder og synet på rurale steder. Karin Marie Antonsen (2011) skriver om det å velge Lofoten som bosted, og kommer frem til at blant annet jobbtilbud, kafeliv, "kort vei til alt", natur og gode oppvekstforhold er viktige faktorer. Marit S. Haugen og Mariann Villa (2005) skriver om hvordan ungdom opplever og ser på bygda. De finner at bygda sees på som trygg å vokse opp i som barn, med nær kontakt til naturen. Men det fremheves at det er lite å gjøre for ungdommen. Blekesaune, Haugen og Villa (2007) fremhever at det er lite forskning på ønsket om å flytte til rurale strøk, i forhold til urbane her i Norge. De ser på ulike folk fra byen som ønsker, og kjøper, seg småbruk på bygda. Her finner de ulike verdier som knyttes til det rurale, som trygge og rene omgivelser, sunn livsstil og sterke samfunn. De identifiserer tre ulike grupper, de som kjøper småbruk for å drive det, de som kjøper det for å ha som vanlig bolig, og de som kjøper det for å ha det som hytte. Ulike ønsker og syn ligger til grunn hos de tre gruppene. Gro Marit Grimsrud (2000) ser på kvinner som flytter, byr til bygder og byer, og viser til at ulike livsfaser spiller en viktig rolle.

Nina Gunnerud Berg forstår flytting og valg av bosted som en handling som er rettet mot å skape mening i livet (Berg 2009). I en studie fra 2007 har hun snakket med fem par som alle har flyttet til et ruralt område i en kommune som i dette tilfellet er anonymisert. Ingen av informantene kom fra det aktuelle stedet, men alle kom fra nærliggende områder, som ikke nødvendigvis var urbane. Den mest åpenbare grunnen til at fire av parene flyttet til dette området var jobb. Den ene fikk seg jobb i den aktuelle kommunen, og da fulgte partneren med på flyttelasset. Etter nærmere studier av flyttehistoriene til de fem parene, kom det frem at det er tilknytning til stedet og ønske om å bo på bygda som er det viktigste for valg av bosted. Valget handlet også om hva de så for seg som viktige elementer for at de skulle trives, og hvordan de selv trodde det stod til med disse i den aktuelle kommunen. Den faktiske kunnskapen om tilflyttingsstedet de ulike parene hadde før de flyttet, varierte.

Berg (2007) beskriver historien til to av parene i kapittelet fra 2007. Det første paret, Trine og Lars, flyttet til studiekommunen først og fremst fordi hun fikk jobb der, men også fordi de ville bo relativt nært foreldrene sine og bo landlig av hensyn til sine barn. Da Trine havnet i en delikat sak via jobben, der en av hennes venninner var innblandet, ble hun raskt utpekt som syndebukk og fikk merke på kroppen at hun var innflytter. Siden hun ikke kom fra stedet merket hun at hennes nettverk var svært lite og at hun derfor ble helt forsvarsløs ovenfor ryktene som spredte seg i bygda. På intervjuetidspunktet vurderte de å flytte fra kommunen.

Det andre paret som det fortelles om i Bergs (2007) kapittel har en helt annen opplevelse av bostedet sitt. Begge har vokst opp på landet, men har bodd i større byer før de flyttet til studiekommunen. De var på jakt etter drømmehuset i drømmeomgivelsene, og fant det. På tross av at de sto midt opp i oppussingen av huset da intervjuet ble foretatt, var det ingen av de to som stresset. Det mente de begge bare var dumt, da de var opptatt av å leve det gode liv uten for mye arbeid og stress. Begge hadde også funnet seg godt til rette sosialt, noe hun mener er fordi hun opprinnelig er fra nabokommunen og vet hvordan folk tenker og handler i området. Han trakk frem at det var positivt å selv ha vokst opp på bygda, og det faktum av at han har flyttet mye har bidratt til at han kommer fort i kontakt med nye mennesker. Med særlig hensyn til barna hadde de ingen planer om å flytte fra huset på landet, selv om de ikke hadde noe i mot bylivet.

Et tredje intervju fra samme forskningsprosjekt blir omtalt i en annen bok (Berg 2009). Der får vi vite Ellens grunn til å flytte tilbake til hjembygda etter mange år i store byer i både inn- og utland. På tross av at hun selv trives svært godt i større byer, tok hun seg selv i å lengte etter naturen i hjemtraktene. For henne føltes det godt at barnet hennes skulle vokse opp i slike trygge omgivelser på landet, nær besteforeldrene. Hun så også frem til et roligere liv med mindre stress, mindre folk og med en utsikt over skogkleddede åser. Omvendt av slik det var i Oslo, byen hun flyttet fra. Det sosiale nettverket deres hadde blitt større siden de bosatte seg på stedet, og mange av dem de hadde blitt kjent med var innflyttere slik som dem. Paret ville bli boende så lenge de hadde hjemmeboende barn, men Ellen så ikke bort ifra at rastløsheten ville få dem til å flytte, muligens tilbake til Oslo, på et senere tidspunkt.

De tre historiene viser oss hvordan landlighet, natur og bevissthet om barnas oppvekst er tre viktige stikkord i hvorfor noen flytter til rurale strøk. Sosialt nettverk er en viktig del av det å trives, og har man ikke det kan oppholdet på et sted oppleves vanskelig, som var tilfelle hos Trine og Lars.

Teori og historier om mot-urbanisering vil, som ruralitet, være med på å belyse hvorfor mine informanter forlater sine liv i store byer i Nederland, til fordel for et liv i de rurale delene av Norge. Samtlige av de fem parene jeg har snakket med har forlatt en urban livsstil til fordel for den rurale, og ved å lese om andre som har gjort det samme, kan vi lettere dra sammenligninger med informantene jeg har pratet med. Kanskje lengter også informantene i denne oppgaven etter natur og mindre stress, og at det er derfor de søker mot rurale områder. Nettverk kan vise seg å ha en viktig rolle også i livene til nederlenderne jeg har pratet med, spesielt i sammenheng med bedriftene deres.

### **2.3 Globalisering og det rurale**

Globalisering er et mye brukt ord som kan referere til mer enn bare økt mulighet til reise rundt om i hele verden, eller kunne spise på McDonalds. Blant annet bidrar globalisering til skapelsen av nye, og utvidelsen av allerede eksisterende, sosiale nettverk (Woods 2011). Det fører også til at sosiale og økonomiske relasjoner ekspanderer og blir stadig mer avhengige av hverandre over økende avstander. Sosialt utbytte og aktiviteter blir mer intenst, akselererer fortere og man får muligheten til å opprette kontakter over økende avstander, på mindre tid og



oftere enn før. De sosiale forholdene knyttes ikke bare på et objektivt og materialistisk nivå, men involverer også utviklingen av global bevissthet. Med dette forstås at folk blir mer bevisste på verden som et hele, og på hvilken plass de har i den. Alt som er nevnt over gjelder heller ikke bare for forholdene mellom mennesker, men også steder. Det finnes også en gjensidig avhengighet mellom lokasjoner rundt om i verden, gjennom for eksempel internasjonale selskaper, immigranter eller importert teknologi. På samme måte knytter nettverk rurale steder til andre steder langt unna gjennom handel, turisme og konsum.

For å oppsummere begrepet globalisering kan man se på hvordan Steger (2003 i Woods 2011:266) definerer det;

*“..a multidimensional set of social processes that create, multiply, stretch, and intensify Worldwide social [and economic] interdependencies and exchanges while at the same time fostering in people a growing awareness of deepening connections between the local and the distant”*

Globaliseringen har en påvirkning på alt fra økonomisk utvikling, turisme, migrasjon, media og miljøreglement. Woods (2005, 2011) deler opp i tre ulike måter globalisering påvirker det rurale. Økonomisk globalisering har en effekt på økonomien i rurale områder gjennom ulike, men allikevel sammenkoblede, elementer. Blant disse finner vi internasjonal handel, som da inkluderer handel med jordbruksvarer og som fremmer en global markedsplass. Andre elementer er opprettelsen av globale verdikjeder der et produkt besøker mange land før det blir solgt i et siste, og muligheten for investeringer i andre land. De ulike elementene påvirkningen økonomisk globalisering har, kan spesielt sees innenfor landbruket.

Et annet fenomen globalisering har stor innvirkning på, er mobilitet. Dette kan særlig merkes gjennom forbedringen av transportmuligheter, kommunikasjonsteknologi og liberaliseringen av reise- og immigrasjonsskontroll (Woods 2011). Gjennom mobilitetsglobaliseringen har vi fått muligheten til å reise lengre og til deler av verden man noen år tilbake ikke trodde var mulig for “mannen i gata”. Mot-urbanisering og arbeidsinnvandring endres også ved økt mobilitet. Dette har hatt stor innvirkning på rurale steder, da det både fører til at det flytter folk til og fra rurale områder. En effekt av dette er at folk i dag kanskje føler mindre tilknytning til steder, noe som igjen har ført til at den tryggheten man før forbandt med rurale samfunn er i ferd med å forsvinne (Woods 2005). At det er blitt lettere å bevege seg rundt om

i verden har også bidratt til at det rurale har kunnet bli en handelsvare. Å bruke det rurale ved et produkt i reklameringen for det har blitt stadig mer vanlig. Det rurale landskapet og opplevelser blir brukt for å få turistene til bygdene, for eksempel gjennom opplevelsesturer og økoturisme. Samtidig kan økt turisme i et området også føre til at det må gjøres store forandringer for den lokale økonomien og tap av lokal makt ettersom deres representasjon av det rurale må appellere til de internasjonale turistene.

Kulturell globalisering har blant annet ført til opprettelsen av en global massekultur der folk over hele verden ser de samme filmene, tv-programmene, leser de samme bøkene og hører på den samme musikken (Woods 2005). Bildene folk har av og kunnskapen de har om det rurale påvirkes av dette har sitt opphav i de ulike mediene som stadig viser stiliserte representasjoner av det rurale liv. At det finnes en annen virkelighet, og at det er både nasjonale og regionale forskjeller på rurale områder ignoreres. At det mangler forståelse om det rurale liv og tradisjoner kan fort føre til konflikter, der Woods gir eksempler på konflikter mellom ulike jakt og jordbruksprosedyrer.

Globaliseringsprosesser er relevant for studiet av nederlandske entreprenører i Norge, fordi det har bidratt til at de i det heletatt er her. Blant annet kan vi gjennom økt mobilitet se at de har fått muligheten til å komme hit på en lettere måte enn før. Bildene de har fått om den norske bygda, når noen av dem ikke en gang har vært der, er blitt muliggjort gjennom kulturell globalisering. Disse bildene har også en sammenheng med globaliseringen av rural idyll, som vil bli omtalt under.

### **2.3.1 Kulturell globalisering og rural idyll**

En som har skrevet om kulturelle globaliseringsprosesser og dets påvirkning på rurale områder er David Bell (2006). Han mener at det produseres en form for global idyllisering av det rurale, og presenterer tre ulike eksempler på dette; media idyll, turist idyll og gastronomisk idyll.

Med medie idyll kommer Bell inn på massemedier, slik også Woods (2005, 2011) gjør. Mediene gir oss et krysskulturelt bilde på den rurale idyll. Påvirkningen amerikanske "roadmovies" har på hvordan folk fra andre land ser på den amerikanske landsbygda er avgjørende. Eller hva med Postmann Pat, som kjører rundt i postbilen sin på den engelske

landsbygda, og tegner et nostalgisk bilde av den for oss i en av de 65 landene serien blir sendt i. I dag er også internett og bloggere en viktig del av kildene vi har på rural idyll. De som blogger legger gjerne ut bilder fra sine romantiske boliger i landlige omgivelser. Det kan fort fremstå som om massemedia homogeniserer den globale kulturen, men Bell (2006) understreker at bildet er mer komplekst enn som så. Det rurale som blir formidlet gjennom mediene blir dekodet utallige ganger av de som mottar det, og kan bli tolket på ulike måter avhengig av hvem som mottar det.

Som skrevet tidligere har vi gjennom økt mobilitet fått muligheten til å reise til flere steder, lengre borte enn før. Bygda er blitt en salgbar plass og gjennom ferier blir turistene ofte servert akkurat det de vil ha. Alt fra vandring i storslått natur, til vill rafting i brusende elver. Det er en sammenheng mellom de bildene media gir oss og det som presenteres på arrangerte ferieturer til landsbygda, altså produksjonen av turistidyllen (Bell 2006). På den ene siden får byfolk et ønske om å feriere i de idylliske områdene de ser gjennom media. På den annen side må disse rurale områdene leve opp til de forventningene som bygger seg opp. For å etterfølge kravene fra turistene blir det stadig funnet opp nye aktiviteter. Opplevelsesnæringen tilbyr mer enn fugletitting og pikniker, her er det alt fra brevandring og “kiting”, moskussafari, opplæring i seterdrift osv. På denne måten gjør de alle mulige rurale steder om til åsted for eventyr.

Den siste av Bells (2006) eksempler på produksjon av global idyll handler om mat. Her fremhever han både sider som bidrar til idyll og antiidyll på bygda. Episoder der det bryter ut sykdom blant dyr, forurensning gjennom kunstig gjødsling, gir oss bilder som står i sterk kontrast til det idylliske jordbruket vi gjerne vil se for oss. Idylliske bilder av jordbruket innebærer kortreist mat og riktig og sunn fremstilling. Økologisk mat er blant den typen mat som blir sett på som idyllisk. Som Bell legger det frem er det en...

*“...tension between the production of idyllic food and the idyllic production of food.”*

Oppsummert mener Bell at rural idyll er et produkt av urbanisering, industrialisering og modernisering. Idyllen dannes som bilder av hva folk lengter etter og ønsker å finne, og blir satt opp mot det urbane. Massemedier, turisme og mat er tre ting som stadig forer oss med nye bilder og forestillinger av det ruralt idylliske, som vi aktivt bruker når vi oppsøker det. Disse bildene kan noen ganger føre til skuffelse over det “virkelig rurale”. Allikevel oppfordrer ikke

Bell til å skille det virkelige og den idyllen folk fantaserer om, siden det stadig er forhandlinger mellom bilder, ideer og virkelige opplevelser. Slike bilder på ruralitet kan være en av årsakene til at nederlendere kommer og slår seg ned i bygde-Norge. Selv om de idylliske bildene er skapt av en dose fantasi, er det flere som har vært på ferie i Norge, og har fått virkelige opplevelser de kan bygge disse bildene på.

## **2.4 Bruk av sansene i oppfattelsen av det rurale**

I det landsbygda og det rurale blir gjort til en handelsvare, kan man fort tenke seg at dette innebærer salg av for eksempel jordbruksprodukter. Men i en stadig mer kapitalistisk verden kan man se at også andre objekter, funksjoner og opplevelser får en verdi på lik linje med materielle produkter (Woods 2011). Eksempler vi kan nevne er blant annet naturobservasjoner, frisk luft, landskap og biodiversitet, som har en verdi definert gjennom kulturelle oppfatninger heller enn objektets nytteverdier og produktets kvalitet. Trenden er blitt å selge mer abstrakte komponenter av det rurale.

### **2.4.1 Å se bygda**

Det er langt ifra noe nytt å dra på ferie til landsbygda, sightseeing ble populært allerede på 1700tallet da folk dro dit for å klare hodene sine og pleie kroppen (Woods 2011). Allerede da de første jernbanene kom og dermed kunne frakte stadig flere ut til avsidesliggende områder, kom entreprenørene på banen for å utnytte turistene. Det ble tidlig populært å vise folk rundt i landlige omgivelser. Når turistene i dag drar til landsbygda, møter også de på opplevelser som setter i gang alle sansene de har. Og synet er kanskje den sansen som er mest aktiv. Her kommer vi inn på det som blir kalt “gaze”; det å kikke på, og ta for eksempel et landskap i nærmere åsyn, er ikke en så nøytral og enkel prosess som man kanskje skulle tro.

Det var Foucault (1976 i Woods 2011) som først brukte begrepet “gaze” (betraktning, stirre på) om folks måte å se ting på. I korte trekk går det ut på at det vi ser på, hva vi velger å se, og hvordan vi tolker dette, i stor grad påvirkes av ulike sosiale normer. Selv har Foucault brukt medisinske eksempler (“medical gaze”) der psykisk syke pasienter tidligere ble sett på som besatte, ikke som innehavere av en mental lidelse. I sammenheng med denne oppgaven kan vi snakke om to ulike typer “gaze”; “rural” og “tourist”.

“Tourist gaze” tar utgangspunkt i at måten turistene ser på og oppfatter, enten det er landskap, kulturelle arrangement eller andre objekter, er sosialt betinget. Hva turistene betrakter som flotte landskap, og hvordan de bedømmer dets autenticitet og naturlighet, påvirkes av sosiale og kulturelle normer. Disse får vi gjennom alt fra utdanning til guidebøker og bildene vi får fra massemedier. Denne måten å se på landskapene innebærer også ofte at turistene overser elementer i landskapet de ikke bryr seg om, for eksempel de som bor og jobber i området, og som vedlikeholder landskapet slik de ser det. Det de ser er rett og slett ofte det de vil se, og retter seg etter deres egne forventninger (Woods 2005). Negative bilder, som fattigdom, blir også oversett til fordel for det flotte bildet omgivelse rundt gir.

På samme måte som måten turister ser på omgivelsene rundt seg, er også måten folk ser på det rurale og landsbygda sosialt konstruert. Begge typene “gaze” både rural og tourist, er like på dette området, og har den effekten at de lager et nostalgisk bilde av omgivelsene, slik at disse kan brukes til å distansere en fra nyere tids kapitalisme og globaliseringsprosesser (Woods 2011). Selv om “rural gaze” i stor grad er det samme som “tourist gaze”, kan dette begrepet i brukes i noe større grad, utover turisme. “Rural gaze” kan for eksempel bruke om hvorfor noen velger å flytte til rurale samfunn. Folk er villige til å kjøpe seg utsikt. Dette er tilfelle i flere land, blant annet Australia, England, Nederland, USA og også her i Norge, hvor Flognfeldt (2006) viser til at i de fleste tilfeller han har sett av migrasjon til fjellområdene i landet, har naturmiljøet vært blant de viktigste, eller den viktigste grunnen til flyttingen.

#### **2.4.2 Å høre bygda**

Det er ikke bare det vi ser som er med på å gi oss et bilde av landsbygdene og det rurale. Lydene vi hører er også en del av det vi “ser” og er derfor viktige siden det tillegger “rural gaze” en ekstra dimensjon (Woods 2011). For å gi et eksempel kan man se for seg bildene man har på rural idyll. Da kommer det gjerne frem bilder av velpleide jorder, rikt natur- og dyreliv og lignende. Tillegg ord som stille, rolig og fredfullt, og bildet blir noe mer enn bare visuelt. Ved også å tenke på lydbildet får man et mer komplett inntrykk som står i enda sterke kontrast til bilde av en bråkete og stressende by. Samtidig er det viktig å huske at lydbilde av det rurale ikke er det samme som komplett stillhet, men er en samling behagelige lyder, som fuglekvisper og elvebrus.

Det vil være relevant for oppgaven å vite at det å se og høre bygda har mye å si for hvordan vi oppfatter den, og hva som er ruralt. At tolkningene vi foretar oss påvirkes av ulike sosiale normer er interessant når vi vet at de som i dette tilfelle har gjort observasjonene (oppgavens informanter) ikke er fra Norge, og derfor kanskje har et helt annet grunnlag for disse tolkningene.

### 3 Hva er entreprenørskap?

---

Dette er en oppgave som i all hovedsak handler om skapervilje. Den handler om hvordan noen kommer fra et annet land, bosetter seg på den norske bygda og starter opp egne bedrifter. For å belyse det sistnevnte vil det under bli presentert ulike syn på begrepet entreprenørskap, hvordan det kan brukes, hvem som er entreprenørene og hva de kan gjøre for sine lokalsamfunn. Entrepenørskap vil også bli knyttet opp mot stedsbegrepet. Kapitlet begynner med å presentere Joseph A. Schumpeter sitt syn på entreprenørskap, siden han har hatt stor innflytelse på hvordan vi ser på begrepet i dag. Deretter ser vi på hvem entreprenørene er, før andre definisjoner av entreprenørskap blir presentert. Etter hvert vil også entreprenørskap bli satt i sammenheng med begrepet sted og hvordan stedet og entreprenørskap påvirker hverandre. Kapitlet avsluttes med to eksempler fra henholdsvis Sverige og England.

#### 3.1 Schumpeters definisjon

Å oppdage og utnytte nye foretaksmuligheter som kan gi økonomisk gevinst er noe man har gjort i årtier. Med andre ord er entreprenørskap et gammelt fenomen (Landström 2005). Joseph A. Schumpeter kan på mange måter betraktes som en av de mest innflytelsesrike teoretikerne innen entreprenørskap (Berg & Foss 2002; Bill, Bjerke & Johansson 2010; Landström 2000; Lithander 2005; Spilling 2006a). Schumpeter mente at entreprenøren fremstod som en endringsagent og drivkraften i en økonomisk utvikling som står som et brudd med rådende forhold (Lithander 2005; Spilling 2006a). Han/hun bidrar med nye kombinasjoner i kjente omgivelser. Selv om det er et poeng at det skal være noe nytt som kommer til, vil ikke dette si at det som kombineres må være nytt i seg selv. Man kan kombinere kjente ressurser på nye måter. Med andre ord trenger entreprenørskap ikke være basert på en ny oppfinnelse eller innovasjon, men helt konvensjonelle tjenester eller produkter.

Disse ulike kombinasjonene kan være viktige å se på. Schumpeter (1934/96:66 i Spilling 2006a:22) la frem følgende fem nye kombinasjoner som kunne utvikles:

- 1 Introduksjonen av et nytt produkt, dvs. noe som forbrukerne ikke er kjent med enda, eller en ny kvalitet av et produkt.
- 2 Introduksjonen av en ny produksjonsmetode, dvs. en produksjonsmetode som ikke er utprøvd i den aktuelle bransjen (men den kan være kjent i andre bransjer).
- 3 Gå inn i et nytt marked, dvs. et marked der det aktuelle produktet ikke har blitt introdusert tidligere, men uavhengig av om det aktuelle markedet eksisterte tidligere eller ikke.
- 4 Utnytting av en ny type råvare eller halvfabrikat i en produksjon, dvs. en råvare eller halvfabrikat som er ny i forhold til den aktuelle typen produksjon, men uavhengig av om råvaren er kjent i andre produksjoner.
- 5 Ny organisering innenfor en næring, for eksempel en monopoldannelse eller å bryte opp en monopolsituasjon.

Som man kan ser ut fra disse, var Schumpeter mest opptatt av vareproduksjon når det gjaldt entreprenørskap, men de fem punktene lar seg også overføre til andre typer næring.

Man må også skille mellom innovative og imitative virksomheter, og siden det bare er førstnevnte som kan betegnes ved begrepet entreprenørskap, er dette viktig å avdekke før man tar det i bruk (Spilling 2006a). Det er dog lettere sagt enn gjort siden innovasjon kan strekke seg fra de helt grunnleggende og lite interessante ting rent økonomisk, til store tiltak som har påvirkning på samfunnsutviklingen. Slik sett vil det være mer hensiktsmessig å snakke om grad av entreprenørskap. Schumpeter var inne på dette, med tanken om at entreprenørskap opptrer ujevnt over tid. Om man skal sette et klarere skille, er de imitative etableringene de som ikke representerer noen “ny kombinasjon”.

Spilling (2006a:33) klassifiserer fire ulike former for utvikling av forretningsmessige virksomheter, hvorpå to av disse (nr. 1 og 2) kan kalles entreprenørskap, slik Schumpeter definerer det.



Organisering av aktivitet i:		
Virksomhetens karakter:	Ny virksomhet	Bestående virksomhet
Innovasjon	(1) Entreprenørskap	(2) Intraprenørskap
Imitasjon	(3) Imitativ etablering	(4) Imitativ ekspansjon

Figur 4: Ulike former for utvikling av virksomhet (Spilling 2006a)

- 1 **Entreprenørskap:** Utvikling av ny forretningsmessig virksomhet basert på innovasjon, dvs. en ny kombinasjon av ressurser, der virksomheten etableres som en uavhengig organisasjon,
- 2 **Intraprenørskap:** Utvikling av ny forretningsmessig virksomhet basert på innovasjon, men innenfor rammen av en bestående virksomhet. Den nye virksomheten kan etter hvert bli skilt ut som en ny og uavhengig virksomhet.
- 3 **Imitativ etablering:** Det etableres en ny forretningsmessig virksomhet, men denne er en etterligning av andre virksomheter, den representerer ingen “ny kombinasjon”.
- 4 **Imitativ ekspansjon:** En bestående virksomhet utvikler et forretningsområde som for den selv er nytt, men som etterlikner virksomhet som drives av andre.

Over ser vi ulike måter man kan starte entreprenøriell aktivitet. Men hvem er det som setter det hele i gang?

*“Nye virksomheter startes av personer som ser muligheter, og som har ønske om å gjøre noe.”*

Spilling (2006b:108)

Som sagt kreves det opprettelse av nye kombinasjoner av ressurser for at entreprenørskap skal finne sted. Menneskene som iverksetter disse nye kombinasjonene som bryter den økonomiske likevekten, kan kalles entreprenører samt de som kan benytte allerede eksisterende ressurser på nye måter (Lithander 2005). I følge Schumpeter er entreprenøren innehaver av en funksjon som med tid ikke vil være gjeldende. Når de nye kombinasjonene blir kjente og vel etablert, kan man ikke lengre kalle seg en entreprenør, men heller leder eller eier. Som en motsats til Schumpeters syn på entreprenører presenterer Lithander Kirzner fra den Østeriske skolen. Han er av den oppfatning at entreprenører oppdager ubalanse i og feilbruk av markedet, produkter og ressurser. Ved å jobbe ut i fra denne viten, ta opp og utnytte den vil de vinne på at andre ikke ser de samme mulighetene og kombinasjonene.

Entreprenøren i Kirzners versjon er med andre ord en som finner markeders uutnyttede muligheter og benytter seg av disse. Resultatet vil være gevinst for entreprenøren og en mer effektiv økonomi som nærmer seg likevekt.

## **3.2 Andre definisjoner av entreprenørskap**

Til nå har jeg lagt frem Schumpeters versjon av hva entreprenørskap er, men begrepet er mye brukt og definisjonene er mange. Selv om andre definisjoner er svært like og har mange fellestrekk med den over, er det allikevel noe som skiller dem fra hverandre. Fellestrekene som går igjen er økonomisk aktivitet, en grad av innovasjon og kombinasjon av ressurser (Spilling 2006a). Davidsson (2003 i Spilling 2006a) er blant de som har diskutert begrepet nærmere, og slik han ser det, er entreprenørskap introduksjonen av ny økonomisk aktivitet som fører til endringer i markedet. Det som er interessant ved Davidssons definisjon, spesielt for denne oppgaven, er at han inkluderer også imitative etableringer (foretak som kopierer eksisterende virksomheter). Dette gjør han fordi han mener alle nye virksomheter vil påvirke situasjonen i det markedet det går inn i. Denne måten å definere entreprenørskapsbegrepet avviker fra Schumpeters definisjon.

### **3.2.1 Klassifisering ved motiver for entreprenørskap**

Hvem er det så som blir entreprenører? Hvorfor velger noen å starte egne og kanskje usikre bedrifter fremfor å ha fast lønnet arbeid? Lithander (2005) diskuterer dette og trekker frem ulike sider av saken. Schumpeter definerer for eksempel tre kategorier motiv; ønske om forretningsmessig fremgang, ønske om å vise andre at man får til noe ingen andre før har gjort (der det og vinne blir viktigere enn det finansielle) og til slutt skaperglede, tilfredstilelsen man føler ved å få til noe. Disse er jo utelukkende positive, og Lithander påpeker at det også kan være negativt ladde motiver som kan være årsaken til at noen blir entreprenører. For eksempel kan dårlig privatøkonomi være en årsak, ekskludering fra arbeidsmarkedet med bakgrunn i for eksempel etnisitet eller kjønn, eller mangel på arbeidsplasser. Et eksempel på en blanding av positive og negative motiver kan man ta fra Island, hvor svært mange mistet jobbene sine etter finanskrisen og derfor valgte å starte for seg selv. Negative motiver kom fra at de mistet jobbene sine og var tvungne til å finne egne måter å skaffe inntekt, mens positive var at mange endelig kunne realisere drømmene sine, for

eksempel starte egne designbutikker. Man kan med andre ord dele opp i to ulike faktorer; “push” og “pull” faktorer (Spilling 2006b), henholdsvis negative og positive faktorer som motivasjon.

Det er mange forhold som påvirker entreprenøriell aktivitet i ulike områder. Globale forhold blir reproduisert lokalt, og dette vil ha ulike konsekvenser avhengig av hvor man befinner seg. Bolkesjø og Brun (2006) viser til at blant de forhold som derfor kan ha mye å si for nye etableringer i en region, er den regionale kulturen. Uten kultur vil det ikke være noen økonomisk aktivitet og omvendt. Hvilken tilknytning man har til en region vil også ha påvirkning på prosessen rundt etablering av nye bedrifter. Folk som allerede har tilknytning til et sted, vil kanskje ha vanskeligere for å bryte med tradisjonelle og vel etablerte mønstre enn innflyttere. Bolkesjø og Brun har, ut fra feltarbeid i tre ulike regioner i Norge, laget tre ulike klassifiseringer av entreprenørrollen med utgangspunkt i hvilke motiver de har for å starte egen virksomhet. La oss se på de tre identifiserte entreprenørtypene i en tabell:

Entreprenørtyper	Sterk positiv samvariasjon med
Lokalsamfunnsentreprenøren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- God lokal tilrettelegging for næringsvirksomhet</li> <li>- Inspirerende lokalt næringsmiljø</li> <li>- Gode offentlige økonomiske støtteordninger</li> <li>- Behov for å få i gang mer virksomhet på stedet</li> <li>- Opptatt av å få til noe på stedet de bor</li> <li>- Omgivelsesmotiver tillegges stor vekt</li> </ul>
Selvrealiseringsentreprenøren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Behov for å ta i bruk egne ressurser og evner</li> <li>- Ønske om å bestemme over egen arbeidssituasjon og arbeidstid - frihetsmotivet</li> <li>- God ide som måtte prøves ut</li> <li>- God støtte fra familie og venner</li> <li>- Lite opptatt av offentlig støtte men har tro på markedet</li> </ul>
Arbeidsledighetsentreprenøren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Behov for inntekter</li> <li>- Ble arbeidsledig eller hadde usikker jobb</li> <li>- Ønske om å forbedre arbeidssituasjon</li> <li>- Ønske om å bo i dette området</li> <li>- God idé som måtte prøves (negativ samvariasjon)</li> </ul>

Figur 5: Ulike entreprenører identifisert ved motivasjon (Bolkesjø & Brun 2006 (noe redigert))

Spilling (2006b) har funnet lignende motivasjonsfaktorer som han har tolket ut fra resultater fra Etablererundersøkelsen fra 1996 der flere rurale områder ble studert. Han kaller de for “arbeidssøkermotiver”, “selvrealiseringsmotiver” og “omgivelsesfaktorer”. Tross noen

forskjeller er de tre kategoriene like de Bolkesjø og Brun har kommet frem til. Spilling trekker frem at det ligger både en sosial og lokalsamfunnsmessig dimensjon bak ønske om å etablere egne bedrifter. Undersøkelsen fra 1996 viste også at det var selvrealiseringsmotivene (som kan kobles til Bolkesjø og Bruns kategori “selvrealiseringsentreprenøren”) som var dominerende blant de spurte. Både ønske om å ta i bruk egne ressurser, gode markedsutsikter og muligheten til å bestemme over egen arbeidssituasjon var viktige her. Ellers var også økonomiske behov viktige. Ønsket om å bo i ett spesielt område skilte seg også ut, sammen med at området trengte mer virksomhet. På den annen side var verken arbeidsløshet eller misnøye med tidligere arbeid viktige motiver for entreprenørskap. Det var heller ikke lokal tilrettelegging eller offentlige virkemidler.

### **3.3 Entreprenørskap finner sted**

Det finnes mange måter å betrakte entreprenørskap. Björn Bjerke (2010) bruker sted for å tillegge begrepet flere muligheter. Ved å analysere entreprenørskap i lys av sted som kategori, mener han at man kan forstå begrepet bedre. Sted påvirker oss og våre hverdagsliv. Steder er der folk lærer seg selv, og andre, å kjenne. Gjennom sosial interaksjon tilegner man steder følelser, og de blir en viktig del av våre liv. Også i en verden der folks mobilitet øker blir sted stadig viktigere. Blant annet gjennom immigrasjon. Litt av poenget med å se entreprenørskap i lys av begrepet sted er at man ikke skal bli helt forlagt i det økonomiske. Det kan være med på å vise at det finnes mer til begrepet enn det mange tror. La oss først se på ulike aspekter ved begrepet sted.

Sted er også et mangesidet begrep, og man kan angripe det på forskjellige måter. John Agnew (1987 referert i Castree 2009) identifiserer tre grunnleggende forståelser av sted: “location”, “sense of place” og “locale”. Førstnevnte er spesielt brukt innen økonomisk geografi og lokaliseringsteori, og vurderer et sted ut fra dets lokaliseringsfordeler for næringsvirksomhet. Stedet fungerer da som en slags bakgrunnsramme og de ytre, objektive, fysiske og materielle betingelsene er viktige. Sted som “sense of place” legger på den annen side vekt på det subjektive og den opplevelsesmessige dimensjonen av stedet. I en slik forståelse blir ikke geografisk rom sted før noen forbinder noe med det og gir det mening. Denne forståelsen ser bort ifra ulike strukturers påvirkning. Den tredje tilnærmingen, sted som “locale”, setter fokus

mot den sosiale konteksten og hvordan steder og menneskelig aktivitet og interaksjon gjensidig påvirker hverandre. Her er det også viktig å se på hvordan globale krefter påvirker det lokale og omvendt, og hvordan lokale steder får sine ulike karakterer gjennom sine mønstre av linker til andre steder.

Bruk av sted i entreprenørskapsforskning er et viktig redskap, og sett i lys av de tre ulike tilnærmingene til sted kan vi ane tre ulike bruksområder. Berg (2002) er blant de som har sett på nettopp dette. Sted som “location” kan utgjøre blant annet kostnad- og markedsforhold, eksisterende næringsstruktur og beliggenhet i forhold til næringsstruktur som allerede finnes i nærheten. Når man ser på dette, er det liten tvil om at vurdering av sted som “location” er relevant, spesielt for kommende entreprenører. Det vil gi god informasjon om hvilke betingelser man har for start av en bedrift. På den annen side er det ikke sikkert dette er hva som ligger til grunn for valg av etablering på stedet, om man for eksempel først og fremst valgte bosted før lokalisering av bedriften, vil denne tilnærmingen være utilstrekkelig.

“Sense of place” vurdert sammen med entreprenørskap vil kunne gi oss et inntrykk av hvordan entreprenører tolker og opplever steder. Det vil være nyttig og bruke denne stedstilnærmingen om entreprenørene ikke fokuserer på hva steder *er*. En slik tilnærming vil altså være reell å bruke dersom motivene for å etablere seg på nettopp dette stedet i hovedsak er at man opplever det på en svært positiv måte og/eller er tilknyttet til det. Problemet her, som ved vurdering av stedet i seg selv, er at man ser bort ifra strukturene som også spiller en rolle.

Den siste tilnærmingen til sted er “locale”. Ved bruk av denne kan man se på entreprenørskap både fra innsiden og utsiden fordi fokuset ligger på dynamikken mellom aktør og struktur. I hovedsak vil en slik tilnærming åpne for at entreprenører alltid vil være en av årsakene til at steder endres, og at entreprenørene igjen er påvirket av stedet. Et slikt kontekstuelstedsbegrep vil blant annet kunne fange opp lokale normer for hverdagshandling som påvirker etablering og videre utforming av entreprenørskap. Selv om dette stedsbegrepet er godt egnet til å belyse forholdet mellom entreprenørskap og sted, er det ikke like egnet til å forstå alle sider ved det. For eksempel ignoreres planlagte og intensjonelle handlinger. I tillegg legges det større vekt på kollektive oppfatninger av stedet enn på entreprenørene som enkeltindivider, på tross av at de ofte ser muligheter ved steder som ingen andre ser (Berg 2002).

Viktig her er å vite at det er sted som *samlet* begrep som er viktig i denne sammenhengen, ikke som en av de tre tilnærmingene som er nevnt over. Hvor nye foretak etableres er et resultat av mange ulike faktorer (Spilling 2006b). Blant disse finner vi økonomiske, miljømessige og velferdsmessige forhold, og ikke minst, men faktisk viktigst i følge en etablererundersøkelse fra 1996 (Spilling 1996), sosial forankring til stedet. Det er med andre ord *sammen* de tre dimensjonene vil komme til nytte i et forsøk på å forstå forholdet mellom sted og entreprenørskap (Berg 2002). De tre begrepene er komplementære.

### **3.3.1 Sted som aktiv faktor og analytisk kategori**

Alt vi gjør finner sted en eller annen plass. I følge Bjerke (2010) er sted en aktiv faktor. Han mener at en situasjon ikke ville vært den samme uten at man tok sted med i regninga. For å forklare forholdet mellom entreprenørskap og sted bruker Bjerke sistnevnte som en analytisk kategori og viser til tre ulike situasjoner der entreprenørskap skjer. “Business situations” (i markedet), “common situations” (i offentlig sektor) og “social situations” (i samfunnet generelt, uten om markeder og offentlig sektor). Entreprenører i dag vil nok se på grensen mellom disse situasjonene som heller uklar, og vil fokusere på at entreprenørskap er noe som foregår mellom dem, kalt entreprenørielle bevegelser. Ved å øke forbindelsene mellom entreprenørskap og samfunnet får man, i følge Steyaert & Katz (2004), muligheten til å se mange nye sider ved entreprenørskap og det mangfoldet det utgjør av sosiale, kulturelle, økologiske og artistiske muligheter.

Historisk har entreprenørskaps begrepet tatt form gjennom økonomiske diskurser (Bjerke 2010). Dermed har entreprenørskap innen for markeder vært kjent lenge. Teorier om markedsbasert entreprenørskap kan bli diskutert i sammenheng med sted gjennom narrativer, nettverk og sosial kapital. Entreprenørskap i “common situations” innebærer ikke bare offentlig, men nå også privat sektor. Grunnen til dette ligger i at tjenester som før var en offentlig oppgave å ta seg av, som offentlig transport, renhold og avfallshåndtering, i dag ofte blir tatt hånd om av private selskaper. På samme tid ser man også at tradisjonelt privat virksomhet også kan ha statlig styring, både nasjonalt og lokalt.

Å se på entreprenørskap i “social situations” bygger på ideen om at entreprenørskap kan observeres i hele samfunnet, ikke bare i økonomien (Bjerke 2010). Disse situasjonene går

ofte under betegnelsen “den tredje sektor”. Av ulike grunner vokser denne sektoren i de fleste industrialiserte land. En av grunnene til dette kan være at offentlig og privat sektor har sett en nedgang, og dermed gir rom for nye aktører. En annen kan være at man i en stadig mer globalisert verden ser et behov for lokal og regional identitet. Dette fremmer det vi kaller samfunnsøkonomi der drivkraften er samfunnets eller medlemmers beste, ikke private interesser.

Nettverk og sosial kapital er to viktige verktøy blant entreprenører som bidrar til etablering, utvikling og vekst. Noen går så langt som å si at entreprenørskap ikke ville eksistert uten nettverk (Bjerke 2010). Samtlige små firmaer går gjennom en prosess for å bli integrert i samfunnet. Dette skjer ikke bare gjennom økonomiske transaksjoner, men gjennom oppbyggingen av sosiale relasjoner mellom ulike aktører. For at også det økonomiske skal sitte på plass forutsetter dette et sosialt forhold mellom den eller de som styrer bedriften og forretningsforbindelsene. Om dette forholdet svekkes, vil også bedriften være i fare. Her legges det til grunn at sosial kapital er en drivkraft for sosial handling og er en del av sosiale relasjoner og nettverk. Dette forholdet er også gjensidig, ved at man gjennom nettverksbygging også bygger opp sin sosiale kapital.

Sosial kapital blir også viktig i det vi snakker om det Johnstone og Lionais (2004) kaller “utarmede”, eller marginaliserte, steder. Dette vil bli nærmere omtalt i neste avsnitt.

### **3.3.2 Marginaliserte steder og entreprenørskap**

Under industrialiseringen av mange land tok man det for gitt at masseproduksjon var veien å gå for å oppnå økonomisk utvikling (Bjerke 2010). Dette skulle gjennomgå en helomvending på 70tallet da industrialiserte land møtte konkurranse fra land med lavere arbeidskostnader. Brått ble industrien flyttet, og bedrifter måtte kjempe gjennom innovasjon, fleksibilitet og produktivitet. Dette skulle vise seg å være vanskelig for store firmaer, og mange steder mistet arbeidsplasser og det som skulle til for å vokse økonomisk. Det viser seg på den annen side at mindre firmaer taklet denne omstillingen lettere enn de store.

Det å kalle stedene jeg har studert marginaliserte, vil nok være å ta litt i, men mange av dem er rent statistisk truet av fraflytning og dårlig økonomi. Johnstone og Lionais (2004) kaller slike samfunn, og de som er hardere rammet, for utarmede eller marginaliserte. Her står

økonomien for fall og det mangler mekanismer som igjen kan få det til å vokse. På tross av dette er slike samfunn fortsatt noe folk er knyttet til. Negative økonomiske krefter blir satt til veggs av positive sosiale krefter, og slik fortsetter disse samfunnene å eksistere. Om disse stedene skal kunne utvikle seg økonomisk, må man gå veiene om alternative former for entreprenørskap som kan tilpasses forholdene som finnes på stedet. Selv om det økonomiske vil tilsi at folk burde flytte fra disse samfunnene, er de følelsesmessige båndene sterke. Dette kan forklares gjennom de to begrepene rom og sted. Slik Hudson (2001 i Johnstone & Lionais 2004) ser på disse utgjør rom evaluering av en plass gjennom dets muligheter for profitt. Sted derimot, er en plass evaluert gjennom dens sosiale meninger. Det vil i utarmede samfunn, på grunn av blant annet stor andel risikokapital, liten grad av støtte fra andre institusjoner og mangel på arbeidskraft, være vanskelig for tradisjonelle entreprenører å etablere seg. Johnstone & Lionais ser ikke at entreprenørskap derfor er uaktuelt i slike samfunn, men at det krever andre og mindre tradisjonelle retninger. Det handler om at disse entreprenørene må tilpasse seg de omstendighetene de har valgt å leve i.

De entreprenørene Johnstone & Lionais (2004) snakker om i slike situasjoner kalles "community business entrepreneurs". For å forklare denne typen entreprenørskap kan vi sette det opp mot de tradisjonelle entreprenørene og sosialentreprenører. I forhold til førstnevnte er de største forskjellene hvem som kan nyte godt av den nye bedriften og lokaliseringen av den. Tradisjonelle entreprenører er ute etter å starte bedrifter som kan gi profitt, og dette påvirker også valget av lokalisering. Overskuddet av bedriften går til entreprenøren selv. De fordelene som kommer samfunnet til gode, vil være det som kommer ved eventuelle nye arbeidsplasser og økte inntekter til den aktuelle kommunen. Sosialentreprenører på den annen side vil fokusere på samfunnets beste og ikke på personlig profitt. "Community business entrepreneurs" kan sees på som en blanding av disse to. De bruker verktøyene til de førstnevnte for å oppnå sistnevntes mål. Gjennom entreprenørielle prosesser blir sosiale nettverk brukt for å bedre ens egen og andres livskvalitet.

"Community business entrepreneur" er, som nevnt tidligere, flinke til å tilpasse seg ugunstige forhold der utvikling er vanskelig. Siden personlig profitt ikke er et mål, kommer dette i andre rekke (Johnstone & Lionais 2004). Hovedfokuset ligger på at det skal være til nytte for samfunnet som helhet og dets mulighet for å overleve økonomisk. De kan også benytte seg av andre organisasjonsformer enn vanlige entreprenører, og har også muligheten til å benytte seg av frivillig arbeidskraft. Dette kan være med på å forbedre situasjonen i tider der markedet



endrer seg. Et sterkt engasjement ovenfor stedet åpner for at disse entreprenørene kan benytte seg av andre sider ved samfunnet for å overkomme dets mangler som følge av utarming.

Andre interessante sider ved denne typen entreprenørskap er at mange har utdannelse fra andre steder enn der de bedriver entreprenørskap (Johnstone & Lionais 2004). Dette fører til at de har betydelige nettverk utenfor stedet, noe de kunne nyte godt av. At de opererer uten et ønske om profitt, gjør det enklere for dem å bruke sin sosiale kapital til å nå sine mål. Siden mange har utdanninger som ikke har med entreprenørskapet å gjøre, er mange nødt til og tre ut av sine sedvanlige roller. Dette er ikke nødvendigvis noe negativt, men kan bidra til tilgang på ressurser som ellers hadde vært vanskelig å benytte seg av.

Gjennom en kombinasjon av samfunns mål og tradisjonell forretningspraksis klarer “community business entrepreneurs” å opprette effektive og levedyktige bedrifter. De bruker sted aktivt for å overvinne de manglene man kan finne i rom. Med andre ord innebærer dette at de, på tross av dårlige forhold for profitt, klarer å utnytte stedets sosiale mening for å opprettholde bedrifter. Slike uvanlige løsninger på entreprenørskap er i følge Johnstone & Lionais (2004) helt nødvendig for utarmede steders fremtid. Selv har jeg ikke snakket med noen man kan kalle “community business entrepreneurs”, men kan være interessant å se hvilke fellestrekk denne typen entreprenørskap har med entreprenørene jeg har pratet med.

### **3.4 Småforetak på bygda – et eksempel fra Sverige**

En som har tatt for seg entreprenørskap på bygda er svensken Jörgen Lithander. I sin avhandling “Gränslandets ekonomi och entreprenørskap – en studie av småföretagande i glesbygden” fra 2005 skriver han om nettopp hva stedet har å si for fremveksten av små bedrifter, og om de kan være redningen for små plasser der jobbene forsvinner og folk flytter fra. For å belyse dette har han gjennomført kvalitative studier i Jämtlands län<sup>1</sup> som i forhold til befolkningsstørrelse, sammenlignet med resten av Sverige, har klart flere sysselsatte i små bedrifter, flere økonomiske foreninger og flere lokale utviklingsgrupper. Han finner gjennom studiet flere mulige grunner til hvorfor:

---

<sup>1</sup> Sveriges statlige forvaltning er delt opp i 21 län, som Norge er delt i 19 fylker.

- **Manglende alternativ:** på grunn av lite marked oppretter folk småforetak som et alternativ til å gå arbeidsløs eller forlate regionen.
- **Misnøye med tidligere arbeidsplass:** noen ønsker større selvstendighet enn det normalt lønnsarbeid kan gi dem. I tillegg er det mange som ønsker å realisere egne ideer og få utløp for energi. Mangel på alternative arbeidsplasser spiller inn også her, siden man ikke får muligheten til å bytte til en annen jobb som kanskje kunne vært nærmere de ønsker man har for arbeidsoppgaver og arbeidet generelt.
- **Bånd til stedet:** jo sterkere bånd man har til et sted, jo hardere vil man anstrenge seg for å finne alternativer som kan forsørge seg og en eventuell familie.
- **Påvirkning av omgivelsene:** her handler det om at endringer i nærområdene påvirker folk i den grad at de starter egne bedrifter. Eksempler kan være nedlegging av servicetilbud eller andre bedrifter og høy andel fraflytning/arbeidsløshet. Om noen føler sterk nok tilknytning til stedet kan dette føre til at, selv om vedkommende ikke selv er direkte berørt av endringene, noen starter egne foretak som de ser det er behov for i lokalsamfunnet. Positive endringer i samfunnet kan på lik måte fungere som inspirasjon til å starte opp egen bedrift.

Ved å kikke nærmere på sted (i denne sammenhengen små steder på bygda) konkluderer Lithander (2005) med at det har en betydning i den forstand at det på grunn av størrelsen tydeliggjør behov, muligheter og hindre. På samme måte vil ikke større, mer homogene steder være i stand til å gjøre dette. Små steder kan også bidra til at produksjonskvaliteten blir bedre, mye grunnet de tette forholdene mellom mennesker som skaper tillit. Dette er vanskelig å finne i større og mer markedsrettet miljø, eller i foretak i offentlig regi.

Lithander (2005) mener også at små foretak kan skape tilvekst. Om enn ikke i stor skala, så i det minste på lokalt nivå. Her er det snakk om at slike små bedrifter ikke nødvendigvis topper listene over hva som bidrar til tilvekst, men at de kan ha svært mye å si for innbyggerne og andre foretak. Kanskje får man mulighet til å utvide bedriften ytterligere og med ny arbeidskraft fra andre steder. Uansett kan disse nye småforetakene være med på å opprettholde et steds attraktivitet, både for de som allerede bor der og for eventuelle nye etablerere, entreprenører eller ikke.

### 3.5 Migrasjon og entreprenørskap – et eksempel fra England

Flytting (in-migration) fra urbane områder er, i følge Christos Kalantaridis (2010), en av nøkkelforsakene til økonomisk utvikling i rurale strøk i England, Europa for øvrig og USA. Gjennom en sammenligning av området East Cleveland i nordøst England med andre rurale steder i landet har han prøvd å finne valide beviser for nettopp dette. Han undersøker også om migrasjon fra urbane til rurale steder kan ha noe å si for entreprenørskapet i disse områdene, og om migrantenes sosiale nettverk og kulturelle kapital kan bidra til en tettere gjensidig avhengighet mellom rurale og urbane områder.

Gjennom Kalantaridis (2010) sin studie kommer det frem at East Cleveland skiller seg ut fra de andre områdene som er blitt studert tidligere. I forhold til de andre områdene er innflytterne i East Cleveland på likt utdanningsnivå med de som er født på stedet. De andre undersøkte stedene viste noe annet, nemlig et høyere utdanningsnivå blant innflytterne. East Cleveland byr heller ikke på noen forskjell mellom hvilke type forrentning innflytterne starter opp i forhold til de født på stedet. Dette mener Kalantaridis kan være et resultat av at det er lite forskjeller mellom deres personlige karakter. Innflytterne i området er rett og slett for like de som allerede bor på stedet. Dette har noe med hvem som kommer til området. I forhold til de andre stedene det sammenlignes med har East Cleveland en rik industriell arv som gjør noe med hvordan folk anser det; det svarer nemlig ikke til bildet om en rural idyll. Som et resultat av dette kommer det ikke bare færre innflyttere til stedet, men det er også en annen gruppe mennesker. Mange kommer dit som en del av pensjonisttilværelsen, for å komme seg unna byen og dens stressede hverdag. Ser man disse ulikhetene i en sammenheng; et lavt antall innflyttere, høy alder og lavt utdanningsnivå, ser man grunnen til at mange av de foretakene som settes i gang i dette området er svært like de som allerede er der og derfor ikke står for noen endringer i det allerede etablerte. Dette står altså i kontrast til alle de andre områdene det sammenlignes med.

På spørsmålet om hvorvidt innflyttede entreprenører kan bidra til et tettere gjensidig avhengighetsforhold mellom rurale og urbane områder, viser det seg at innflytterne med en universitetsgrad vil med større sannsynlighet få salg til å strekke seg over grensene til nabokommuner (Kalantaridis 2010). Siden det var få av disse i studieområdet East Cleveland, viste de seg å stille svakere enn sine sammenlignede innflyttere andre steder med tanke på å samhandle med fjerntliggende kunder og forhandlere. Selv om East Cleveland ser ut til å

bidra lite i en ruralt – urbant avhengighetsforhold, står dette i sterk kontrast til andre rurale steder i England.

I dette eksempelet fra Nordøst England kan man konkludere med flere punkter:

- På steder der tallene for innflyttingen er høy, i motsetning til East Cleveland, er deres bidrag som entreprenører merkbar.
- Kulturell kapital, gjennom utdanning, og nettverk av kontakter fra tidligere er også avgjørende for eventuell oppstart av entreprenørvirksomhet. En høy grad av dette vil også bidra til bedre kontakt og avhengighet mellom det enkelte området og stedene rundt.
- At rurale områder virker tilgjengelige er viktig for at potensielle entreprenører skal flytte dit.
- Innflytting fra urbane til rurale strøk *kan* føre til økonomisk vekst gjennom entreprenørskap og bidrag til avhengighetsforholdet mellom steder, der forholdene ligger til rette for det.

### **3.6 Entreprenørskap, ruralitet og livsstils-migrasjon**

Ian Stone og Cherrie Stubbs (2007) har skrevet en artikkel om en voksende trend innenfor entreprenørskap, nemlig opprettelse av egne bedrifter blant mennesker som migrerer til andre land for å jakte på en ny livsstil i naturskjønne omgivelser. I deres tilfelle tar de for seg migrasjon fra velstående land i Nord-Europa til rurale områder i henholdsvis Frankrike og Spania. Forskningen er gjort i områder i landenes sørlige deler, som alle er tynt befolket og utenfor de viktigste turistsentrene.

Funnene viser at det rent statistisk er en del forskjeller mellom migrantene i de to landene. Alderen på migrantene i Frankrike er gjennomsnittlig lavere inn i Spania. I førstnevnte land var 2/5 mellom 30 og 40 år, og samtlige under 60. I Spania derimot, var 30 % av informantene over 60 år, og hele 65 % over 50 år. Utdanningsnivået var også høyere blant de intervjuede som var bosatt i Frankrike. Her hadde 2/3 høyere utdanning, og påfølgende 20 % hadde fullført videregående. Blant informantene i Spania var bildet nesten omvendt. Her hadde bare to av 31 informanter høyere utdanning. Ellers var det fordelt omtrent likt mellom

de som kun hadde fullført ungdomsskole og videregående. Noen av de spurte hadde også drevet egen bedrift tidligere. I Frankrike gjaldt dette halvparten, mens det i Spania var 45 % av de spurte som hadde eid egne bedrifter, men bare 10 % av disse hadde drevet samme type næring som de startet etter flyttingen.

Blant de sterkeste kontrastene som dukket opp mellom de to gruppene var evnen til å snakke det lokale språket. Alle som hadde bosatt seg i Frankrike, mente at de kunne snakke språket flytende, i motsetning til 39 % i Spania. Hele 61 % av informantene i Spania svarte at de bare hadde begrensede eller beskjeden kunnskap om det lokale språket. Dette, påstår Stone og Stubbs (2007), henger sammen med utdanningsnivå, og reflekterer at det er en generelt større interesse blant informantene i Frankrike for å integrere seg i lokalsamfunnet.

Motivasjonen for å starte egne bedrifter er ulike, men et klart flertall av de spurte (hele 2/3 av informantene i Spania) mente at det å bli entreprenører var deres måte å skaffe seg et levebrød. Alternativet, å være arbeidstaker i privat eller offentlig sektor, er kjent for å være problematisk for immigranter grunnet fremmed språk, kultur og diskriminering, men dette gjelder ikke blant de spurte i denne artikkelen. Selv om vanskeligheter med språk i noen tilfeller var årsaken til at noen ikke hadde søkt arbeid, var det konflikten arbeidstaker-rollen ville utgjøre med deres ambisjoner om en ny livsstil som var hovedårsaken. Lange, lite fleksible og upassende arbeidstimer, lave lønninger og lang pendlevei var årsaken til at alle styrte bort fra det å være arbeidstaker. Å jobbe for andre var ikke noe som passet til deres bilde av det nye livet i et nytt land. De to hovedmotivene for å starte egen bedrift viste seg å være nødvendigheten av en inntekt for å kunne innrette seg i sin nye livsstil, og bedriftens rolle som en avledning, innfrielse av og som en del av livsstilen i seg selv.

Det ble funnet at deres nye bedrifter hadde få likheter med det informantene hadde drevet med i hjemlandene. Dette reflekterer, ifølge Stone og Stubbs (2007), entreprenørenes tiltrekning mot næringer som er enkle å starte opp, og at de så seg om etter hvilke typer bedrifter som kunne lønne seg i området først etter at de kom til landet. Observasjoner som dette samsvarer med synet på at immigranter til rurale områder ser og responderer raskere på markedsmuligheter enn sine lokale sambygdinger.

Gjennomsnittlig tid fra ankomst på det nye stedet til informantene startet opp bedriftene var litt over tre år. I noen tilfeller gikk det opp til seks år før de startet opp bedriften. De som var

tidligst ute av de spurte, var de som var yngre enn snittet og de som i større grad hadde planlagt oppstart av egen næring før ankomst. Sparepenger og penger fått etter hussalg i hjemlandet var i mange av tilfellene viktig for finansieringen av flytting, kjøp av ny eiendom og oppstart av bedrifter. Hele 81 % av de spurte i Spania oppga dette. På grunn av lavere alder og behov for mer kapital til investeringer oppgir halvparten at de benyttet seg av lån, enten i bank eller av familie.

Gjennom intervjuene kom det frem at en viktig del av livet i det nye landet var nettverket informantene opparbeidet seg med andre tilflyttere til stedet. Hvor lett disse nettverkene oppsto, var det delte meninger om, men desto vanligere. Lik kulturell bakgrunn og opplevelser var pådrivere for kontakt mellom de innflyttede. Spesielt viktig er denne formen for sosial kapital for de som ikke var så flink i det lokale språket, slik at også disse kunne få informasjon, opprette kontakter og få støtte fra andre og innblikk i markedet. Nettverket fungerte også som en trigger for de som aldri før hadde drevet egne bedrifter, til å starte nettopp dette. Markedsmulighetene som dukker opp når man har slike nettverk er også uvurderlige gjennom koblingen det gir mellom bedriftene internt og kontakten med eksterne gjennom besøkende og nye migranter. Informantene i Frankrike viste seg å ha nettverk som strakk seg også over landegrensene til hjemlandet og flere kontakter blant de innfødte. Husholdningene i Frankrike var også mer involvert i lokalsamfunnet enn de i Spania.

Hvilken type bedrift de intervjuede drev, var forskjellig. Det varierte mellom alt fra gartner oppdrag til IT-konsulting. Noe som også viste seg å være vanlig var at husholdningene hadde mer enn en bedrift, slik at de kunne utnytte seg av forskjellige markeder og tilpasse seg sesongene. En informant blant de som holdt til i Spania kunne melde om hele sju ulike bedrifter. Selv om bedriftene var vel etablerte, var de aller fleste av beskjeden størrelse.

Mange av de intervjuede kunne fortelle at de i den nye hverdagen hadde lavere og mindre sikre inntektskilder enn før de flyttet, og at de i tillegg jobbet svært lange arbeidsdager. 62 % av informantene i Spania jobbet fem eller flere fulle dager per uke. Blant disse var det overvekt av de yngste og de som jobbet med turistrelaterte bedrifter som møtte konkurranse på stedet. I Frankrike var det lignende tilstander blant de samme bedriftene der mange oppga mer enn 60 arbeidstimer i uka, og 55% oppga at de jobbet mer enn 40 timer i uka. De så ikke på dette som noe negativt, men heller som en byttehandel; enten som en kortvarig investering av tid for å få bedriften operativ, eller som en vedvarende innsats som er akseptabel når man

setter det opp mot hva de får igjen for det i sitt nye liv. Det var ikke mange av de spurte som var interessert i at deres bedrift skulle vokse så mye, mye fordi de ikke var interessert i mer interaksjon med byråkratiet enn nødvendig (ofte på grunn av dårlige språkkunnskaper). Dette ville også i mange tilfeller komme i konflikt med deres nye livsstil. Selv om et flertall ville ønske økt omsetning velkommen, var de ikke fullt så positive om dette ville føre med seg ansettelse av nytt personale. Det var viktig for mange å holde bedriften på et slikt nivå at det ikke ble et “fabrikk-preg” på den. Kvalitet og personlig service var viktige stikkord.

Stone og Stubbs (2007) slår fast at det å drive egen bedrift er en mekanisme for å oppnå endringer i livsstil, og at det fungerer for folk i ulike alder, med ulike bakgrunner og tilgang på ressurser. Av de spurte som hadde høy utdanning og som drev kunnskapsbasert tjenesteyting, blomstret i en slik ny kontekst, både i økonomisk og ikke-økonomisk forstand. Også de med mindre eller ingen utdanning kom godt ut av det, og kunne gjennom entreprenørskapet finansiere sin nye livsstil. Selv om de fleste tjente mindre enn det de hadde gjort i hjemlandet, viste mange til de ikke-økonomiske gevinstene de hadde fått, som status, fleksible arbeidstimer og bedre selvtillit.

Entreprenørene i de rurale områdene i Frankrike og Spania har påvirkning på sine omgivelser (Stone & Stubbs 2007). Blant annet har deres aktivitet gitt nytt liv til fraflytningstruede bygder og sliten bygningsmasse og tomme næringsareal. Økonomien de ulike plassene bedres også, gjennom husholdenes forbruk og investeringer (ved å bruke importerte kapital) i vedlikehold og oppussing av eiendom. Siden informantene kommer til disse områdene for å endre livsstil, er de ekstra opptatt av å benytte seg av lokale tilbud og material, og av å betjene de som allerede bor der på lik linje med andre innflyttere og besøkende. På tross av at få bedrifter ansetter hjelp, utgjør det noen få arbeidsplasser, og dette virker positivt inn på et sted. Samtidig var det like stor sannsynlighet for at de som ble ansatt var utenbygds fra eller en annen innflytter som det var en innfødt.

### **3.6 1 Kort oppsummering**

Informantene i de franske områdene hadde høyere utdanning og yrkestitler enn sine motstykker i Spania. Dette kan være noen av grunnen til at de også snakket det lokale språket bedre enn de andre. Blant entreprenørene i Frankrike var det også en høyere andel av de som hadde planlagt på forhånd å starte egne bedrifter, og driver mer mangfoldig og produktive

næringer. Integreringen gikk også lettere blant informantene i Frankrike, grunnet deres vilje til å lære språket og delta i lokalmiljøet. De bruker også bedriften sin aktivt for å integreres lettere. På grunn av dårlige språkkunnskaper, viste det seg at entreprenørene i Spania hadde færre sosiale og profesjonelle kontakter innenfor lokalsamfunnet, og deres nettverk besto i hovedsak av andre innflyttere.

Drivkraften bak den entreprenørielle aktiviteten i Stone og Stubbs (2007) forskningsartikkel mener de er inntekt i jakten på en ny livsstil. På denne måten er entreprenørskapet i seg selv bare et resultat av at de har migrert til et nytt land. Slik Stone og Stubbs selv skriver det;

*“Self-employment is the crucial mechanism whereby longer-term lifestyle aspirations can be achieved within a new environmental, institutional and social context.”*

Stone & Stubbs (2007:444)

Stone og Stubbs (2007) har stor relevans for denne oppgaven gjennom de mange likhetstrekk den har med mine funn. Den er blant de få artikler jeg har funnet som omhandler noe lik tematikk som denne oppgaven, og vil være nyttig å ha som sammenligning og for å øke oppgavens validitet.



## 4 Forskningsprosessen

---

Det er så visst ingen enkel oppgave å velge metode for hvordan forskningen skal foregå. Og når man har funnet ut hvordan man vil innhente informasjonen man trenger, og er i full gang med prosessen, dukker det som regel opp uventede situasjoner. Det fikk i hvert fall jeg oppleve under mitt feltarbeid. I dette kapitlet vil jeg legge frem grunnlaget for valg av metode, mine opplevelser og valg underveis i feltarbeidet og hvordan analysen har foregått. Underveis vil begrepene intervju og samtaler blir brukt om hverandre. Det er intervjusituasjonen jeg sikter til, men de fleste var rett og slett bare samtaler mellom meg og informantene.

### 4.1 Valg av metode

Metoden som blir brukt i denne oppgaven, kvalitativt forskningsintervju, har som formål å skaffe god innsikt i hvordan mine informanter opplever ulike sider av deres livssituasjon (Dalen 2004). Den skal kunne gi meg en dypere forståelse av informantens livsverden, deres opplevelse av, og holdning til sitt hverdagsliv. Jeg vil bruke metoden for å forstå verden fra deres synspunkt og ikke min egen. Jeg har, som Smith (2001) tar opp, gått bort ifra ideene om at det finnes én verden, ett stort bilde av den og en absolutt sannhet. Ved dette har jeg i følge Smith tatt en politisk avgjørelse ved valget av metode. Man skal gjennom kvalitativ forskning kunne oppnå, slik Smith ser det, en tolkning av informantens tolkning av egne og andres representasjoner av hvordan de oppfatter verden. Man får et unikt bilde av deres individuelle historie (Valentine 2001). Videre vil jeg skrive om hvordan jeg kom frem til disse.

### 4.2 Forberedelser til feltarbeid

Ved å gå igjennom lokalaviser fra studieområdene på nett, gjorde jeg en slags forstudie for hvor relevant oppgaven min faktisk var. Siden ideen til tema kom fra kun én historie om

Nederlendere som var flyttet til Norge, og basert på det folk sa om at det var mange Nederlendere i områdene jeg har vært, var jeg avhengig av å få bekreftelse på dette. Dette endte i en gjennomgang av ulike lokale medier fra hele fylket, og jeg fikk bekreftet de historiene jeg var blitt fortalt. Samtidig som jeg fikk bekreftet mine antagelser, gjorde den grundige gjennomgangen av artikler at jeg tidlig i prosessen satte meg opp egne meninger om saken. Dette har jeg måttet jobbe med under hele prosjektet, og da spesielt under intervjuene siden jeg har måttet ta meg selv i å ha lyst til å komme med innspill som kunne vært ledende for informantene.

Som et annet ledd i forstudiene snakket jeg med sentrale personer i de respektive kommunene. Disse samtaler har ikke fått noen plass i selve oppgaven, men hjalp meg blant annet med å gi meg bakgrunnsinformasjon og kontaktinformasjon til relevante informanter. Vi kan kalle de en slags “gatekeepers” på grunn av dette, fordi de allerede har hatt kontakt med de fleste jeg ville snakke med. Jeg hadde ikke kommet like lett i kontakt med mine informanter om jeg ikke hadde snakket med folk i kommunene.

#### **4.2 1 Hvem, hvor og hvorfor**

Jeg bestemte meg tidlig for tema og hvilke kriterier som gjaldt for de jeg skulle intervju. Mine informanter måtte være fra Nederland, ha flyttet permanent til Norge og drive egen næring. Studieområdet avgrenset jeg til deler av et fylke (dette er anonymisert, noe jeg vil komme tilbake til i avsnitt 4.6) siden jeg hadde en oppfattelse av at det ville være rikelig med informanter der. Det er det også, men det viste seg etter hvert at det var vanskelig å komme i kontakt med folk. I utgangspunktet sendte jeg en informasjonsmail på både norsk og engelsk (se vedlegg) med forespørsel om deltakelse til åtte ulike par fordelt i de respektive kommunene. Etter hvert skulle det vise seg at noen ikke en gang var i landet på denne tiden av året, andre svarte aldri på mailen jeg sendte. Da svar uteble fra noen informanter, sendte jeg brev til dem via posten. Slik kunne jeg være sikker på at de ville få det. Siden jeg heller ikke da fikk svar fra ett av parene, tok jeg dette som et nei. Til sammen fikk jeg positiv respons fra fem nederlandske par.

Grunnen til at jeg valgte å kontakte eventuelle informanter via brev og ikke telefon, var først og fremst fordi jeg var redd jeg over telefon ikke ville få muligheten til å forklare bakgrunnen for studiet godt nok. Ved å sende mail/brev mener jeg også at det ville bli lettere å bli tatt

seriøst. Det ga informantene tid til å tenke over saken og de slapp og gi umiddelbar respons. Dette gikk fint i og med at det da var lenge til intervjurundene skulle finne sted.

## **4.2 2 Intervjuguide**

Siden jeg ikke er noen erfaren intervjuer, gikk jeg for en semistrukturert intervjuguide. I hovedtrekk er intervjuguiden delt opp etter tema, og under hvert tema har jeg satt inn flere spørsmål. Selv om det ser ut som en strukturert guide, fungerte aldri spørsmålene som annet enn en huskeliste. Spørsmålene var der som en trygghet, og om samtalene stoppet opp, kunne jeg støtte meg til disse og få intervjuet i gang igjen. Om intervjuene fungerte godt, kunne jeg bruke spørsmålene for å forsikre meg om at jeg hadde fått all den informasjonen jeg ville ha. Siden språk kunne bli en utfordring, forberedte jeg meg på dette ved å lage to versjoner av intervjuguiden, en på norsk og en på engelsk. Det skulle vise seg at den engelske ikke kom til nytte da alle snakket godt norsk, med unntak av paret som kun hadde vært i landet i syv måneder. Jeg kunne allikevel intervjuguiden så godt at jeg klarte meg fint med å oversette den norske der og da.

## **4.3 Gjennomføringen av intervjuene**

Den delen av fylket jeg har gjort mitt feltarbeid i er ikke blant de som er tettest befolket, noe som igjen fører til at kollektivtransporten er så å si intet eksisterende. Dette har ført til at logistikken tok mye tid å planlegge. Løsningen ble lån av bil, eller at jeg har fått andre til å kjøre meg. Dette viste seg å ha flere positive sider. Ikke bare var jeg fleksibel til å kjøre dit jeg ville til en hver tid, men jeg fikk også et godt innblikk i informantenes nærområder. Landskapene jeg har kjørt igjennom er mye av grunnen for at mine informanter har kommet til Norge. Ved å bruke bil har jeg hatt muligheten til å ta en ekstra god kikk på omgivelsene, og dermed fått et mer helhetlig bilde av deres uttalelser om temaet.

Hvor intervjuene skulle finne sted ble opp til informantene. Jeg foreslo dag og tidspunkt, og de kom med eventuelle andre forslag, da inkludert hvor vi kunne møtes. Tre av fem intervju foregikk hjemme hos informantene, og samtlige på arbeidsplassene deres. Med andre ord har tre av parene jeg intervjuet arbeidsplassen tilknyttet boligen. Jeg har derfor fått svært god innsikt i hvordan de både lever og jobber. Det var lærerikt å få se ting de snakket om. Alle jeg

intervjuet sa at naturen i Norge har vært viktig for dem, uten å gå nærmere inn på dette her. Men det å faktisk ha vært i, og opplevd, den naturen de snakker så mye om har gitt meg en ekstra dimensjon til det de alle har fortalt meg.

Jeg finner ingen gode argumenter i litteraturen om kvalitativ metode for *ikke* å bruke opptaker, derimot oppfordrer de fleste folk til å bruke det (blant andre Dalen 2004, Crang & Cook 2007, Valentine 2005). Blant argumentasjonen for dette er at man kan hente ut korrekte sitater og dermed bevare informantenes egne utsagn. Man slepper også å bli stresset av at man må rekke å notere ned alt informantene sier. Om noe skulle være uklart vil man ha muligheten til å høre på intervjuene om igjen. Et opptak kan i tillegg fange opp den umiddelbare stemningen under intervjuet; om det er glad stemning, om det er ironi eller humor i det som blir sagt og lignende.

Som nevnt er det svært mange argumenter for å bruke opptaksutstyr, og det var også min plan i forkant av feltarbeidet. Men da opptakeren sluttet å fungere under de to første intervjuene, måtte jeg ta til pennen og notere alt som ble sagt. Dette gikk overraskende greit, og informantene tilpasset seg raskt situasjonen. De tok naturlige pauser slik at jeg fikk notert det de sa, og vi fikk fort en fin flyt i det hele. Etter kun kort tid fikk vi også en svært uformell tone, noe som også gjelder for de resterende intervjuene. Jeg sier her at jeg rett og slett tror fraværet av opptakeren hadde mye og si for at jeg fikk en personlig og god tone med mine informanter. Siden mine informanter i stor grad forteller om sine livshistorier og opplevelser av disse, mener jeg at den uformelle tonen har bidratt til at jeg har fått et unikt bilde av hvordan de ser på sin hverdag. Jeg har aldri hatt følelsen at jeg har intervjuet noen, vi har bare hatt lange samtaler. På grunnlag av dette valgte jeg å gjennomføre alle intervjuene uten opptaker.

Risikoen vil allikevel være der for at jeg mistet gode sitater, eller at jeg skulle gå glipp av annen viktig informasjon. For å minske denne risikoen var jeg raskt ute med å renskrive notatene straks det var mulig etter hvert intervju. Med samtalene friskt i minnet ble det mulig å huske både korrekte sitater og stemningen i rommet under intervjuene. Siden alle intervjuene varte mellom en og en halv til tre timer, og med (rundt regnet) ti timer intervjuer, er jeg i ettertid glad for at ikke disse er på bånd. Det hadde virkelig blitt en utfordring å transkribere en slik mengde material. Jeg noterte underveis og fikk med meg de viktigste sitatene ordrett.

Intervjuene mine var på forhånd lagt opp til å være semistrukturerte, og nesten samtlige intervju gikk etter planen. De aller fleste jeg intervjuet hadde, på grunnlag av hva jeg skrev i infobrevet, en ide om hva jeg ville vite. Dette gjorde at disse selv foreslo å fortelle sine historier om hvordan de kom seg til Norge, ideen bak det og hvordan de har det her i landet. Under de to første intervjuene ble jeg overrasket over dette, og var ikke helt forberedt, men det gikk veldig greit, og jeg kunne skyte inn spørsmål om ting jeg ville vite mer om. På tross av at ett intervju gikk noe tungt grunnet at informantene ikke var så snakkesalige, gikk gjennomføringen av intervjuene bedre enn forventet og i ett tilfelle ble jeg vartet opp med lunsj, og samtalen dro ut til tre timer.

Derimot var det en ting som kom litt uventet på meg, og det var at jeg var innstilt på å intervju par sammen. I ettertid har jeg sett at ønske om dette ikke kom frem tydelig nok i informasjonsbrevet. Da jeg kom til mitt første intervju, var ikke mannen til stede, og jeg måtte få begges syn på saken gjennom kona i huset. Siden det viste seg i senere intervju at parene jeg snakket med var svært samstemte om det vi pratet om, har jeg forhåpentligvis ikke gått glipp av så mye relevant informasjon. Man kan allikevel aldri vite. Med andre ord burde jeg vært tydeligere om at jeg ville snakke med begge parter allerede tidlig i prosessen.

#### **4.4 Analyse og tolkning**

Som sagt tidligere benyttet jeg meg ikke av opptaksutstyr under intervjuene. En viktig del av analysen har derfor vært å renskrive notatene. Ved å gjøre dette så tidlig etter intervjuene som mulig, hadde jeg samtalene friskt i minnet og kunne komme på ting jeg ikke fikk skrevet ned eller kunne tolke skrift som var uleselig i mine egne notater. Jeg kunne også notere meg hvilken stemning det var under samtalene. Etter dette vil det være nødvendig med en slags koding av materialet (Jackson 2001). Uten kodingen vil intervjumaterialet være til liten nytte. Eksempelvis kan man kode teksten etter ord eller fraser som ofte blir gjentatt. Ved å kode intervjuene får man gått grundig igjennom det som er blitt sagt og man unngår forhåpentligvis å tolke teksten ved forhastede slutninger. Kodingen hjelper også forskeren med å unngå det Jackson (2001) kaller “cherry picking”, å lete frem sitater og ta de ut av sammenheng, slik at de kan underbygge de meninger man har satt seg om temaet på forhånd. Gjennom koding

oppnår man struktur og overblikk i intervjuetekster som ofte kan være svært omfattende og uoversiktlige (Kvale & Brinkmann 2009).

#### **4.4.1 Koding**

Selv om det gjennom hele prosessen med denne oppgaven har vært viktig å holde forutinntatte meninger på avstand, er det allikevel ikke mulig å legge de helt fra seg under analysen. Dette underbygges av Crang og Cook (2007) når de legger frem to ulike kategorier koder man kan bruke. Her skiller de mellom “emic” og “etic” kategorier, hvor den førstnevnte inneholder de kodene/ordene informantene selv bruker for å forklare sin hverdag. “Etic” kategorier og koder innebærer altså de ordene forskeren vil bruke for å forklare fenomener. Siden det ofte vil kreve tolkning av utsagn for å finne “emic” kategoriene, er det en litt flytende overgang mellom de to måtene å kode materialet. Det mest vanlige under koding av intervjumaterialet vil dermed være å bruke disse to kategoriene om hverandre.

Kvale og Brinkmann (2009) legger frem ulike former for analyse. Blant disse er det tre ulike fokus; mening, språk og generelle analyser. Med andre ord kan man fokusere på betydningen av det som sies, språkformer som benyttes under intervjuene og hvilke betydninger som uttrykkes mellom disse, eller man kan ta for seg mer generelle tilnærminger til analyse som er mer teoretiske måter å lese intervjumateriale. Siden mine intervjuer i stor grad er livshistorier, og har foregått med mennesker som ikke har snakket språket så veldig lenge, har jeg gått for en analyse av meningene i mine intervjuer. Og for å få frem disse meningene må man begynne med en koding av materialet.

Kodingene er, kort sagt, nøkkelord som knyttes til intervjueteksten slik at man senere kan identifisere de uttalelser som er gjort (Kvale & Brinkmann 2009). Disse nøkkelordene eller kodene skal være korte og kunne definere intervjupersonens beskrivelser av handlinger eller opplevelser. Kodene kan være begrepsstyrt eller datastyrt, noe som vil si at de enten bestemmes på forhånd, eller at man begynner uten koder og lager dem etter hvert som det blir aktuelt i teksten. Selv har jeg benyttet meg av begge. Temaene som tas opp i intervjuguiden har vært utgangspunktet for kodene. Etter hvert dukket det også opp andre interessante tema og vinklinger, slik at jeg lagde nye koder til disse. For å holde styr på de ulike ble det brukt forskjellige farger.

#### **4.4.2 Fortolkning**

Meningsanalyse innebærer meningsfortolkning. Det betyr at man går dypere inn i det som er blitt sagt i intervjuene og finner frem til meninger og betydninger som ikke umiddelbart kommer frem av det informantene sier (Kvale & Brinkmann 2009). Hvordan man tolker en tekst vil i stor grad være avhengig av hvilke spørsmål man stiller seg i sammenheng med det man leser. Ulike spørsmål vil gi ulike svar, så hvordan en tekst blir tolket avhenger igjen av hvem som gjør dette. Dette er viktig å være klar over under hele prosessen. Det vil ikke finnes en objektiv sannhet, men det informantene sier, skal bli fremstilt rettferdig, og ikke bare etter hva forskeren vil at skal komme frem. Forskeren må selv være klar over, og gjøre leseren oppmerksom på, hvilke tolkninger han eller hun selv har gjort, og hva som kommer direkte fra informantene selv. Gjennom hele prosessen med koding og gjennomgangen av intervjumaterialet må man ikke bare se de enkeltes uttalelser, men også hvordan disse henger sammen (Crang & Cook 2007). En grundig analyseprosess skal kunne oppnå et troverdig og reliabelt resultat.

#### **4.5 Studiets troverdighet og kvalitet**

For å vurdere en oppgaves kvalitet er det to sentrale begreper som er viktige. Validitet og reliabilitet er kanskje mest kjent fra kvantitativ forskning, men er de siste årene blitt tatt inn i varmen av flere forskere innen kvalitativ forskning. Dalen (2004) er blant disse, men hun mener at begrepene bør omformuleres før de brukes i en slik sammenheng.

##### **4.5.1 Reliabilitet**

Om reliabilitet skriver Dalen (2004) at det i kvantitative studier brukes for å definere i hvor stor grad dataene vil kunne etterprøves av andre forskere, og hvor nøyaktig svarene er. Etterprøving av kvalitative studier, der roller skapes etter hvert og både informanter og forsker er aktive, vil være vanskelig. For å få god reliabilitet i slike oppgaver vil det derfor være nødvendig å dokumentere forskningsprosessen så nøyaktig som mulig. Jo større grad av nøyaktighet, desto lettere er det for andre forskere å sette seg inn i forskningssituasjonen til det aktuelle prosjektet. Å ha et grundig metodekapittel kan hjelpe til med dette. Så får det bli opp til andre å vurdere om dette metodekapittelet er godt nok til å gjøre min oppgave mer reliabel.

#### 4.5.2 Validitet

En studies validitet går på hvorvidt den er troverdig. Jeg vil her diskutere min oppgaves validitet gjennom de punkter som Dalen (2004) har satt opp for vurdering. Der finner vi blant annet vurdering av forskerrollen. Ved å være kritisk til, og åpen om, sin tilknytning til temaet som forskes på, kan andre få muligheten til å vurdere i hvor stor grad dette kan ha påvirket resultatene i forskningen. Subjektivitet er et viktig stikkord her, og man skal vise at man kan kontrollere dette. Om man kan skape et intersubjektivt forhold mellom forsker og informant, vil dette styrke oppgavens validitet. Da kommer man så nær informantenes egen opplevelse og forståelse av sitt hverdagsliv som mulig.

Man skal være klar over at man i en forskningsprosess verken er nøytral eller kan oppføre seg upåvirket av de politiske og følelsesmessige kontekster ved stedene man studerer i (Skelton 2001). Både før, under og etter intervjuene er det viktig å være klar over egen posisjonaltet. Med dette menes for eksempel "rase", kjønn, grad av utdanning og alder. Alle de nevnte er med på å forme hvem vi er og derfor også hvordan vi velger å drive forskning. Man kan med andre ord ikke være objektiv i kvalitativ forskning som i all hovedsak består av interaksjon med andre mennesker og omgivelser (Dowling 2000). Ellers vil ens personlighet spille inn på hvordan man oppfatter disse omgivelsene og tolker den informasjonen man får fra informantene. Selv om vi ikke slipper unna det faktum at kvalitativ forskning er subjektiv, kan man gjennom kritisk refleksivitet bli klar over de innvirkninger dette har og dermed oppnå en sterkere troverdighet.

Fra den dagen jeg leste artikkelen som ga meg ideen til oppgavens tema, har jeg vært svært engasjert i det jeg skriver om. Jeg har lest mye, tenkt mye, og satte meg tidlig opp egne meninger om hvordan det hele hang sammen. I tidligere oppgaver, med forslag for både metode og teori, kom jeg med egne meninger og dro slutninger om temaet. Fremstillingen var alt for subjektiv, og dette var før jeg hadde gjort feltarbeidet mitt. Dette lærte meg på den annen side en lekse, og jeg har under feltarbeid, og i arbeidet med bearbeiding og analyse, vært spesielt opptatt av å ikke trekke egne slutninger før jeg faktisk har fått bekreftelse gjennom mine informanter. I ettertid har mitt engasjement kun vært med på å styrke oppgaven, siden jeg har fått skrive om noe jeg synes er svært spennende.



Selv har jeg tilknytning til studieområdet, og mener at dette har hjulpet meg på vei. Jeg har kunnet bruke dette for å få kontakt med informantene, og som en “ice breaker” før selve intervjuene. Det hjalp også til med å opprette gode forhold mellom meg og mine informanter. Dette mener jeg selv har vært avgjørende for det gode resultatet jeg fikk etter å ha snakket med dem. Intersubjektive forhold ble etablert på grunnlag av at begge parter var bevisste på egne og den andres roller, samtidig som ingen dører ble stengt i forhold til hva jeg fikk vite og kunne spørre om.

Videre burde man vurdere studiets forskningsopplegg. Under dette finner vi utvalget og den metodiske tilnærmingen (Dale 2004). Siden utvalget i kvalitative studier ofte er relativt små og direkte relevante til studiets spesifikke tema, kan man ikke bruke ordet generalisering på samme måte som i kvantitativ forskning. At det er mange nok informanter er derfor ingen god måleverdi for utvalgets validitet. Derimot er det heller viktigere at man sørger for at den informasjonen man får er tilstrekkelig og relevant.

I min studie har jeg ni informanter. Noen vil kanskje påpeke at dette er få, men som sagt er det det informantene kan dele med meg og det jeg får ut av dette som til slutt er avgjørende. Jeg føler i tillegg at jeg mot det siste intervjuet nådde et salgs metningspunkt ved at mange av svarene begynte å bli like.

Jeg begynte tidlig å vurdere hva slags metode jeg skulle bruke. For å styrke oppgavens troverdighet ytterligere er det viktig at metoden som brukes er så godt tilpasset oppgavens tema og problemstilling som mulig. I og med at temaet for min oppgave forutsetter kontakt med personer spredt ut over et stort areal, var for eksempel gruppeintervjuer utelukket. Observasjon virket også meningsløst, og intervju var for meg det eneste alternativet som kunne gi meg god innsikt i Nederlenderes opplevelse av livet i Norge. Videre er også en god intervjuguide med de riktige spørsmålene avgjørende for hvor troverdig oppgaven er. Kvalitative studier avhenger av gode svar. Intervjuguiden brukte jeg lang tid på å utarbeide, og jeg skrev stadig nye spørsmål etter hvert som tema og oppgavens oppsett tok form. Guiden ble også godkjent av veileder før intervjurundene startet. Det eneste som kan svekke validiteten her, er at jeg ikke har brukt opptaksutstyr. Jeg mener allikevel fortsatt at den tidlige bearbeidingen av intervjuene har rettet opp i dette.

I analysen har det vært viktig at tolkningen av materialet ikke blir tatt ut av helheten (Dalen 2004). De uttalelsene informantene kommer med må sees i sammenheng med resten av det de har sagt. Det er også viktig at informantene blir godt beskrevet for leseren som ikke har møtt vedkommende. Samtidig skal også funnene som blir lagt frem kunne dokumenteres i datamaterialet og gi leseren en teoretisk forståelse av studiet. Under tolkning og teoretisering er det viktig å ta avstand fra egne (forutinntatte) oppfatninger av stedet og personene, og ikke fremheve enkeltinformanter som mer viktige enn andre. Til slutt må man være forberedt på at man i tilfeller der man kjenner temaet godt fra før, kan ha vanskelig for å se særtrekk i materialet. Ved å være klar over disse elementene vil man styrke oppgavens validitet.

#### **4.6 Etiske betraktninger**

Etikk er noe alle som driver forskning må ta hensyn til. Det er visse retningslinjer man bør vite om, spesielt i henhold til ens informanter. I 2001 ble personopplysningslover innført, og man har etter dette måttet melde fra om prosjekter der personopplysninger omhandles med elektroniske hjelpemidler (Dalen 2004). I forkant av feltarbeidet mitt meldte jeg derfor inn prosjektet til NSD (Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste), og fikk klarsignal fra disse før jeg satte i gang. Utenom dette er det et par faktorer man skal reflektere over før og underveis i arbeidet med rapporten.

Alle personer som skal involveres i prosjektet som informanter må ha gitt sitt samtykke til dette (Dowling 2000). For at dette skal gå riktig for seg er det viktig at dette dreier seg om informert samtykke. Dette sikres gjennom å gi de aktuelle informantene et grundig informasjonsskriv om hva prosjektet dreier seg om, hva man forventer av dem og, som er det andre viktige elementet her, at alt de sier skal og vil være konfidensielt. Dette er særlig viktig i kvalitative studier siden man ofte involverer seg i folks privatliv. De skal vite at det som blir brukt i en rapport vil anonymiseres (Dalen 2004). Dette kan gjøres ved å bruke pseudonymer for navnene eller unnlate å trekke frem andre avslørende detaljer (Dowling 2000).

At jeg har snakket med nederlendere som bor på små steder gjorde anonymiseringen av dem vanskeligere enn jeg trodde. De bor under små forhold der alle kjenner alle, og det er ikke mye jeg kan skrive om deres bakgrunn før noen kan kjenne dem igjen. Løsningen på dette ble

å anonymisere stedet de bor på. Dette høres kanskje geografisk feil ut, men på grunn av de personlige fortellingene ble det nødvendig. Stedene jeg har måttet anonymisere har jo også mange fellestrekk, de er alle små plasser i bygde-Norge som mer eller mindre er truet av fraflytning og mangel på ressurser og arbeidskraft. Når man vet dette, er det ikke noe behov for å vite hvor i landet dette stedet er for å forstå meningen med oppgaven. Fordi stedene er blitt anonymisert har det ikke vært nødvendig å gjøre andre tiltak for at informantene skulle bli ugjenkjennelige, annet enn at de har fått fiktive navn.

I de påfølgende kapitlene, vil funnene gjort gjennom intervjuene med nederlenderne bli presentert og diskutert opp mot teorier om henholdsvis ruralitet og entreprenørskap.



## 5 Presentasjon og analyse

---

Dette kapittelet har til hensikt å presentere de funnene som er gjort under intervjurundene og sette dette opp mot aktuell teori, slik at man kan komme nærmere et svar på oppgavens problemstilling;

*“Hva ligger til grunn for at nederlendere flytter til Norge og etablerer bedrifter?”*

Før vi kikker på hva som er kommet frem av mine intervjuer vil jeg forsøke å gi et bilde av hva ruralitet er i Nederland, for nederlendere. Det er likhetstrekk med hvordan vi og de ser på det, men det er én viktig forskjell. I følge OECD mangler Nederland områder som er ruralt dominerende (dette vil vi komme tilbake til senere i kapittelet). Tilgjengelighet til rurale strøk i Nederland er ikke like stor som hos oss. For å forstå hvorfor mange kommer hit til Norge, er det viktig å forstå hva de flytter fra. Synet på rural idyll vil også bli presentert.

Videre vil jeg dele analysen opp i to deler. For mine informanter har det vært en lang reise å komme seg hit til landet, og det ble gjennom intervjuene tydelig for meg at det ikke bare er viktig å fortelle om hvordan de har det her til lands, men også hvordan de kom hit. Intervjumaterialet er derfor delt inn i; før og etter ankomst til Norge. Først skal vi ta en titt på hvordan mine informanter kom seg hit. Her vil vi komme inn på motivasjon for å flytte *til* Norge, og motivasjon for å flytte *fra* Nederland. Vi vil få innblikk i hvilke forventninger de hadde til flyttingen og hvordan de forberedte seg på den. Ulike oppfattelser av det rurale og rural idyll kommer frem i denne delen og vil bli diskutert nærmere.

Analysens andre del går nærmere inn på tiden i Norge. Entreprenørskapet og virksomhetene de driver vil være viktige her. Om deres forventninger til flyttingen ble oppfylt vil bli tatt opp og hvordan de ser på livet nå og i fremtiden. De intervjuede er voksne medlemmer av nederlandske familier som alle har ett eller flere barn i alderen 2-18 år. Barna er ikke blitt intervjuet.

Fordi det ikke er brukt opptaker under intervjuene vil det meste av materialet bli presentert i selve teksten. Om ikke noe annet kommer tydelig frem, er alle utsagn i teksten fra

informantene. Enkelte uttalelser er skrevet ordrett ned og fremstår som sitater i teksten. Disse er fremhevet i kursiv. Det har vært viktig for meg å skrive ned deres personlige historier, slik at vi får et så godt innblikk i deres liv og levnet som det er mulig å få i en slik oppgave. Intervjuene har vært av så personlig karakter, at alle detaljer er viktige for å få frem hvordan de kom hit og hva som ligger til grunn for deres entreprenørskap.

De intervjuede vil av hensyn til deres anonymitet bli presentert med fiktive navn, og fordi jeg ikke har noen kjennskap til typiske nederlandske navn har de fått vanlige norske. Dette er også gjort for at det skal bli lettere for leseren å få oversikt. Mange nederlandske navn er ganske annerledes enn norske, og det kan gjøre det mer kaotisk for både meg og leseren.

Hvem	Hva driver de med	Antall år i landet
Anna og Arne	Bed & Breakfast	8 år
Britt og Bernt	Café	7 år
Kari og Karl	Arkitektfirma	5 år
Ida og Ivar	Matbutikk, med nettbutikk og gatekjøkken	1,5 år
Marit og Morten	Modellverksted, med flere firma under planlegging	Ett år

Figur 6: Presentasjon av de intervjuede; type næringsvirksomhet og botid i Norge

## 5.1 Ruralitet i Nederland

Alle nederlenderne jeg har intervjuet i sammenheng med denne oppgaven bor i rurale strøk i Norge. Men hva er ruralitet for folk i Nederland? I følge OECDs klassifikasjoner har ikke Nederland noen genuint rurale områder (Haartsen et al. 2003a). Deres kategorisering av ruralt rom tar utgangspunkt i prosentandelen folk innenfor en region som lever i samfunn med færre enn 150 mennesker per km<sup>2</sup>. De deler inn i tre ulike kategorier; “ruralt dominert (predominantly rural)” (mer enn 50 % av befolkningen bor i rurale samfunn), “betydelig ruralt (significantly rural)” (15-50 %) og “urbant dominert (predominantly urban)” (<10 %). I Nederland er mer enn 65 % av landet urbant dominert, mens ruralt dominerte områder er ikke-eksisterende.

Å få urbaniseringen i Nederland under kontroll har stått på programmet til nederlandske byplanleggere siden 1960-tallet (Frouws 1998; Heins 2004). Siden det er svært mange som ønsker å bruke rurale områder til blant annet rekreasjon, er bygdas fremtid blitt en offentlig debatt i Nederland, og etterspørselen etter rurale bosettingsområder øker (Heins 2004). For å møte denne etterspørselen etablerer man boligområder som tilbyr en rural livsstil, men som er plassert i urbane strøk. van Dam (et al. 2002) kaller dette “Pseudo-landsbygder”. Det man gjør er rett og slett å bygge husene i en landlig stil, med egne hager i grøntområder nært natur (Heins 2004). Dette er relativt dyre prosjekter, og ikke hvem som helst har råd til å bo i slike områder. En annen problematikk er at det som bygges, og de få husene som er tilgjengelige fra før, ikke er tilstrekkelig nok til å dekke etterspørselen.

Elementene som utgjør representasjonene av den Nederlandske landsbygda er mange, men de mest vanlige er “plass”, “stillhet”, “agrikultur” (i ulike former), “natur” og “tettsteder” (Haartsen et al. 2003a). Likhetsstrekk med disse funnene er å finne hos Saskia Heins (2004), som viser til at de ulike motivene for å migrere fra urbane til rurale strøk er blant annet “Det er stille”, “Nærme naturen”, “God plass til barna” og “Vi vil slippe unna trengselen i byen”. Det er allikevel en forskjell i hva folk i ulik alder mener. Yngre forbinder gjerne bygda med stillhet som i “få ting å finne på” (Haartsen et al. 2003b). Eldre og de som er midt i livet derimot, forbinder rurale områder med “den gode stillheten”. Hvor du er i livet kan også ha en påvirkning, og foreldre med små barn ser gjerne for seg bygda som et trygt sted å vokse opp. Unge vil til byen for å oppsøke spenning, mens eldre vil til roligere strøk for rekreasjon. Der unge ser på landsbygda som et sted for agrikulturell produksjon, er det naturen som ansees som det viktigste elementet av folk midt i livet og av de eldre (Haartsen et al. 2003a). De to sistnevnte aldersgruppene er også mer enn dobbelt så positive til ruralitet som de unge.

Med bakgrunn i det som er skrevet om over, tar van Dam (et al. 2002) opp spørsmålet om det finnes en “rural idyll” blant folk i Nederland. Rural idyll omtales av Cloke og Milbourne (1992) som bilder av det rurale liv som sunt, problemfritt og lykkelig, plassert i små trygge samfunn i naturlige omgivelser. Gjennom rural idyll ser folk for seg at de kan rømme fra en stresset moderne hverdag og dra tilbake til sine “rurale røtter”. For et par tiår tilbake kunne man ikke finne mange som hadde dette synet (van Dam et al. 2002). Landsbygda var en plass for agrikulturell produksjon som stod for forusensing gjennom blant annet bruk av kunstgjødsel. Senere, gjennom økt velferd og mobilitet, har dette synet endret seg og blitt mer rettet mot rekreasjon og natur- og landskapsvern. van Dam (et al. 2002) mener at det

eksisterer en rural idyll blant nederlendere, på bakgrunn av at det stadig blir flere som ønsker å flytte til rurale områder. Det vil allikevel være svært få som får muligheten til dette, blant annet på grunn av høy etterspørsel, få tilgjengelige boliger og høye priser i boligmarkedet.

## **5.2 Å ville flytte *fra* Nederland, *til* Norge**

Globaliseringen har ført til blant annet større avhengighet mellom steder, økt mobilitet mellom dem og opprettelsen av en global massekultur (Woods 2011). Alt dette har hatt den effekten at mange føler mindre tilknytning til steder, og dermed gjort det lettere for folk å flytte, også til rurale områder. Men dette er nok ikke den eneste grunnen til at informantene i denne oppgaven har bestemt seg for å bosette seg i Norge. La oss se nærmere på deres motiver for flytting.

### **5.2.1 Å ville flytte *fra* Nederland**

Det er flere grunner til at nederlenderne jeg har intervjuet med ville flytte til Norge, men det er to ting som skiller seg ut ved at det nevnes i alle intervjuer, og en av disse er at de ønsker en bedre oppvekst for barna. Flere av parene har hatt dårlige erfaringer i hjemlandet. Blant annet med permisjonsreglene i Nederland. Ida forteller om hvordan hun kun fikk lønnet permisjon i tre måneder, og at mannen bare fikk to dager sammen med barnet da det ble født. Dette følte de ikke var tilstrekkelig, og de mener det er et tegn på at det å få barn i Nederland ikke blir sett på som viktig. Da datteren deres begynte i barnehagen fikk de enda en dårlig erfaring; på de åtte månedene hun var der fikk hun være ute i frisk luft bare to ganger. Dette var ikke så rart, siden det var hele 12 spedbarn på en avdeling med bare to ansatte.

Parene som har barn som har gått på skole i Nederland, forteller om hvordan de begynner på skolen allerede i en alder av fire år, og at det fra første dag blir satt karakterer for å måle ferdigheter. Dagene er også lange, og Anna forteller;

*“Det er vanskelig å være barn i Nederland. Det er for eksempel skole fra halv ni til fire, og det er vanskelig å drive med fritidsaktiviteter. Om man vil spille et instrument i Nederland må man på spesialskoler som koster mye.”*



Karl forteller om hvordan presset om å prestere ikke bare er i skolen, men også på arenaer som sønnens fotballtrening;

*“... i Nederland er resultatene det eneste man ser på. Ved tap i Norge sier man “godt jobba”, i Nederland er det ikke godt nok.”*

At barna skulle komme nærmere naturen var blant annet viktig for paret Britt og Bernt;

*“Isteden for å kjøpe dyre ting til barna kunne de her for første gang plukke opp en kongle, sette den på en pinne og leke med den.”*

De ville at barna skulle få muligheten til å leke og utfolde seg ute i natur, heller enn i byen.

Å komme seg vekk fra byens bråk og trengsel var også en viktig årsak til at parene ville flytte fra Nederland. De opplever livene sine i hjemlandet som fullt av stress, med dårlig plass og i dårlig luft. Mangel på frihet er det også noen som nevner, og Morten uttaler at;

*“Livet i Holland er “fast fast fast”. Skal man være med må man gi mer enn 100 % av deg selv. Vi jobbet vår “ass of” i Holland.”*

Det fortelles om evige køer, mye støy og en svært materialistisk hverdag. Forventningene folk har til hverandre er store. Man må ha to biler, dra på dyre ferier og gi hverandre dyre gaver, noe som fører til at man må jobbe ekstremt mye for å imøtekomme disse “kravene”. Om man ønsker seg økt livskvalitet i Nederland, går man og kjøper seg nye ting. Rushtrafikk og køer overalt gjør at man må planlegge alt man gjør, noe som fort gir mindre følelse av frihet til å gjøre som man vil.

*“I Norge kan man slappe av. Disse ordene finnes ikke i Nederland”*

### **5.2.2 Hvorfor flytte til Norge?**

Det har etter intervjuene slått meg hvor lite kjennskap noen har hatt om Norge før de flyttet. Eller, det er kanskje ikke det at de visste så lite, men på spørsmålet om hvorfor de ville flytte

til akkurat Norge, var basert på erfaringer de har fått *etter* ankomst. Jeg får inntrykk av at de aller fleste bare ville vekk fra Nederland. Britt og Bernt kan ikke finne noen spesiell grunn til at de dro til Norge, annet enn at de ønsket seg mer plass og mer tid. Men ett argument går igjen hos alle, og det er at de ønsket seg til naturen her i landet. Ida og Ivar er begge enige om at Norge har en ekstremt vakker natur. Bortsett fra ett av parene som har vært mye på ferie i Norge, er inntrykket at få faktisk har vært i landet før de fikk ideen om å flytte. Med andre ord vet jeg ikke hvor de har fått disse bildene fra, men det kommer helt tydelig frem av intervjuene at naturen innfrir hos alle jeg har pratet med.

To av parene, Anna og Arne og Kari og Karl, vurderte også andre land enn Norge da de skulle flytte. Anna og Arne hadde reist mye rundt om i både Norge og Sverige og kikket på aktuelle steder å flytte. Men da de etter en Sverigetur kjørte over grensen til Norge, var det som å komme hjem. Den samme følelsen hadde Kari og Karl etter å ha oppdaget at Canada ikke var det rette landet å flytte til, fordi det ikke følte riktig. Etter noen turer til Norge og stedet de til slutt flyttet til, fremhever de også at de endelig følte seg hjemme. Disse historiene kommer vi tilbake til.

Etter ankomsten til landet har parene også gjort seg opp nye meninger om fordelene ved å bo i Norge fremfor Nederland. Andre permisjonsregler, bedre forhold i barnehage og skole er noen av disse. At fritidstilbud til barna er tilgjengelig for alle fremheves som svært positivt. Andre ting de fremhever er hvor godt det er å kunne kikke ut av vinduene sine og se skog, fjell, vann og åpne landskap, i stedet for i veggen til nabohuset. Familien til Kari og Karl hadde et ønske på forhånd om å få bo ved et vann, og det ønsket får de oppfylt i Norge. Etter flyttingen har de fått et sted å nyte hver eneste kveld, hvor man kan få frisk luft, stillhet og muligheten til å se ville dyr. For svært mange av de intervjuede er nærere kontakt med naturen en viktig del av det å forbedre sin livskvalitet.

### **5.2.3 Veien til en annen hverdag i Norge**

De endte alle opp på landsbygda i Norge, men har tatt ulike veier for å komme hit. Jeg har snakket med de som bare slapp alt de hadde i hendene for så å reise til en plass de bare hadde hørt og lest om, men også de som har brukt flere år på å forberede seg på flyttingen. Felles for dem alle er at det er noe de har ønsket å gjøre lenge. La oss begynne å se på den førstnevnte familien, de som har vært lengst her i landet av dem jeg har pratet med.

Anna og Arnes historie begynner egentlig lenge før de nå syv årene de har vært her. Gjennom flere ferier over 18 år fikk de øynene opp for naturen og landet generelt. De reiste overalt i Norge, fra nord til sør, og de tenkte lenge på om de skulle flytte hit. Da det etter hvert dukket opp en mulighet for å drive et vertshus i en innlandsbygd i Sør-Norge, gikk det bare tre måneder fra en tilværelse med faste jobber og et hjem i Nederland, til de hadde solgt og flyttet til Norge med bare det de fikk plass til i bilen. Erfaringene de gjorde seg var ikke gode. Uten noen særlige forberedelser fikk de seg noen skikkelige overraskelser, og de første fire månedene i landet var ikke de beste. For lite planlegging og at de stolte på folk de ikke kjente, var to av fellene de gikk i. Det skulle etter hvert løse seg ved at de fikk seg et eget sted der de kunne drive på egne premisser. I forkant av at de flyttet til Norge hadde de også reist en del i Sverige, men...;

*“... å kjøre over grensa fra Sverige til Norge, det føltas som å komme hjem!”*

Kari, Karl og deres tre barn hadde ikke tenkt seg til Norge i det hele tatt. Deres egentlige plan var å reise over Atlanteren til Canada. Flyttingen var nøye planlagt og alle papirer og det praktiske var i orden. To måneder før flytting dro Kari og Karl over for å gjøre noen siste forberedelser, men da slo det dem at dette ikke var riktig. De ankom den nye byen og følte at noe var galt. Det var rett og slett ikke slik de ville bo. Byene var for dominerende og den amerikanske kulturen var mye mer fremtredende enn de hadde forestilt seg. Flyttingen ble avbrutt og sommeren samme året dro familien til Norge. Ved to forskjellige anledninger reiste de landet rundt for å lete etter et passende sted å slå seg ned. Stedet de til slutt valgte, scoret høyt på vakker natur, nærhet til vannet og dens sentrale plassering mellom to større byer, men allikevel langt nok unna til å være en liten bygd med de kvaliteter det gir den. En annen viktig grunn til at familien endte opp i Norge i stedet for Canada, var at de fikk inntrykk av at det her finnes en utvikling også på landet, ikke bare i byene. De synes regjeringen gjør en skikkelig jobb med å bruke penger på skole og kultur også på bygda. På stedet de bor følte de seg også umiddelbart hjemme.

Familiene som er presentert over kom begge på eget initiativ. Det har de andre også, men de har alle på en eller annen måte vært i kontakt med et rekrutteringsbyrå ved navn “Placement”. De samarbeider med kommuner i Norge, Sverige og Danmark som er truet av fraflytting og derfor ønsker hjelp med å få inn nye innbyggere. Byrået opererer også motsatt, ved å hjelpe

folk fra land i Europa som ønsker å flytte i kontakt med kommuner som ønsker for eksempel arbeidskraft. Slik beskriver de seg selv på sine nettside (placement.no);

*“Firmaet har bygd opp en unik kompetanse på formidling og relocation fra Europa og har kontakter med arbeidssøkere/etablerere i flere land, særlig i Nederland, Tyskland og Belgia. Gjennom et velfungerende internasjonalt nettverk kan Placement AS hjelpe norske, danske og svenske kommuner og bedrifter med å skaffe selvstendig næringsdrivende, arbeidskraft og familier fra EØS-området.”*

Britt, Bernt og deres to barn insisterer på at de kom hit på eget initiativ, men at de på forhånd leste en del artikler om stedet de bor på Placement sine hjemmesider, og at det var dette som satte det hele i gang. De bestemte seg for hvor de skulle flytte og brukte ett og et halvt år på å forberede flyttingen. Det viktigste de gjorde var å sette seg inn i hvordan man driver egen næring, inkludert hvordan dette fungerer i Norge. De satte opp en forretningsplan med forventede utgifter og inntekter, og gikk i banken for å få lån. Siden de hadde lagt listen svært lavt, eller vært realistiske som de selv sier, med inntekstberegningene, ble det vanskeligere enn forventet å få penger fra banken. Dette ordnet seg allikevel etter en stund, noe paret er glade for i ettertid. De ville helst klare seg uten støtte fra kommunen, noe de begrunnet med at det da hadde vært flere som ville hatt en finger med i spillet på alt de foretok seg.

*“Alle har jo en mening om hvordan ting skal gjøres, og det som er positivt med å drive for seg selv er jo at man er alene om avgjørelser.”*

Marit og Morten har på den annen side valgt å samarbeide tettere med kommunen der de er bosatt. Morten har tilbrakt flere somre i Norge siden var 15 år gammel, og har siden visst at det var her han ville bo. En del år senere møtte han sin kone og introduserte henne for landet, og hun forelsket seg i det umiddelbart. Noen år senere dro de tilbake for å sjekke forholdene og mulighetene for å flytte, men de oppfattet det som om landet ikke var klart for å ta imot dem. Etter dette var det mye som skjedde i livene deres. Blant annet fikk de en datter, og firmaet de drev sammen hadde en skikkelig opptur. Det tok lang tid før de fikk dratt på ferie til Norge igjen.

Neste gang de dro til Norge var for noen få år siden. I forkant hadde de hatt litt kontakt med Placement og vært på deres messe i Nederland. De dro land og strand rundt i Norge og kom i

kontakt med en annen nederlender som var bosatt her. Da de besøkte han fant de straks ut at bygda han bodde i var et tverrsnitt av norsk natur. Paret, som blant annet driver et modellbygger-firma, fikk ordnet et møte med kommunen som var entusiastiske over deres planer om å flytte dit. Allikevel dro paret rundt til andre steder i landet for ikke å gå glipp av eventuelle andre muligheter. I tankene kom de allikevel stadig tilbake til dette ene stedet, og andre gangen de dro tilbake fikk de det bekreftet; hit skulle de! Ikke bare på grunn av naturen, men også kommunens engasjement. Denne kommunen er vant med innflyttere og er gode til å tilrettelegge for denne gruppen innbyggere. Dette merker de blant annet ved at datteren får god oppfølging på skolen.

Til slutt har vi historien til en familie på tre som kom via rekrutteringsbyrået Placement. Ida og Ivar ønsket seg nærmere naturen og tok derfor kontakt med byrået for å se hvilke muligheter de hadde. Gjennom to år lette de etter det rette stedet og den rette jobben. De er begge ingeniører og ønsket i utgangspunktet jobber som kunne være relevante til sine utdanninger, men dette viste seg å være vanskelig å finne utenfor byene. Dermed endte de med å drive en butikk etter ønske fra lokalbefolkningen på stedet.

Denne korte gjennomgangen viser at det er fem unike, men kanskje ikke så ulike, historier om hvordan familiene er kommet til landet. En ting jeg merket meg spesielt godt under intervjuene er at mange har vært i kontakt med rekrutteringsbyrået Placement, men ingen, med unntak av de som fullt og helt kom hit via dem, legger noen vekt på dette. Det er utenfor min kompetanse å diskutere dette noe særlig videre, men dette er et interessant poeng som kommer frem av det informantene har sagt. Ett av spørsmålene i intervjuguiden var om de kom hit helt ved eget initiativ eller om de kom via rekrutteringsbyrået. Bortsett fra det paret som har vært her i landet lengst og som kom før Placement var skikkelig etablert, svarer ingen tydelig på dette. Til og med de som faktisk kom via Placement og kommunen de er bosatt og jobber i, var vage i svaret. De var alle svært opptatt av at flyttingen var noe de hadde bestemt seg for lang tid i forveien, og at det var 100 % deres eget valg.

Som vi også skal se senere, har informantene en stolthet for det de driver med. Om man starter med noe skal man fullføre det, og ikke gi seg så lett. Denne stoltheten går igjen her. De vil ha frem at det er et viktig valg i livet deres og vil ikke bli assosiert med at de er blitt hentet hit. Mange har også hørt om folk som har kommet via rekruttering, og som ikke har sagt ifra om at de flykter fra for eksempel dårlig økonomi og gjeld i hjemlandet. Nøkkelinformantene

jeg har pratet med påstår at det ofte går dårlig med disse også i Norge. Flere næringssjefer kan fortelle om episoder fra Placements og rekrutteringens tidlige år, der nettopp dette har skjedd. Jeg tror det ligger noe i at de jeg har snakket med ikke ønsker å bli identifisert med de som blir rekruttert hit og ikke gjør det så bra. En av informantene spør meg;

*“Du lurer kanskje på om jeg vil anbefale noen å flytte hit?”*

*“Ja, kan du det?”*

*“Nei. Om noen skal flytte hit må det være 100 % deres eget valg. Jeg kan fortelle dem om mine egne erfaringer, om hvordan det har vært og hvordan det er å bo her, men jeg vil ikke anbefale det til noen. Det blir feil. Da kan det hende jeg påvirker andres valg.”*

### **5.3 Hvorfor kommer de hit? Egentlig?**

Blant de første tingene som slo meg var at alle parene jeg har snakket med kom hit da de var midt i livet, alle med relativt små barn. Dette viser seg spesielt godt gjennom ønsket de har om at barna deres skal få en trygg oppvekst. Også parene Berg (2007) har snakket med er i den samme livssituasjon. Som Haartsen (et al. 2003a) påpeker er det folk midt i livet og eldre som verdsetter naturen høyest, og som forbinder rurale områder med “den gode stillheten”. Man har da gått fra å være ung og med oppfattelsen av at bygda er et sted der det ikke er noe å finne på, til å se andre verdier i dette. Det er midt i livet man får barn og begynner å sette mer pris på kvaliteter som stillhet, trygghet og nærhet til naturen. Informasjonen nederlenderne jeg har intervjuet på dette området, er så entydig og konsise at den kan leses ut av følgende to figurer;

<b>Hvorfor informantene vil flytte <i>til</i> Norge</b>	
Bedre oppvekst for barna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komme nærmere sine røtter</li> <li>- Mindre press på skole og prestasjoner</li> <li>- Muligheten til å drive med de fritidsaktivitetene de er interessert i</li> </ul>
Nærhet til naturen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stillhet og ro</li> <li>- Muligheten til å se dyr</li> <li>- Bo ved vannet</li> <li>- Frisk luft</li> <li>- Muligheten til å se skog, fjell og åpne landskap gjennom stuevinduet</li> </ul>
Et roligere arbeidsliv	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muligheten til å bestemme selv</li> <li>- Være uavhengige av andre</li> </ul>

**Figur 7: Motiver for å flytte til Norge.**

<b>Hvorfor informantene vil flytte <i>fra</i> Nederland</b>	
Bort fra byen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Slippe stresset, køene og den dårlige luften</li> <li>- Bort fra tettheten og dårlig plass</li> </ul>
Materialiteten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komme seg bort fra kravet om fine hus, to biler, dyre ting og gaver</li> </ul>

**Figur 8: Motiver for å flytte fra Nederland.**

Haartsen et al. (2003a) og Heins (2004) fant i sine studier av rurale representasjoner i Nederland at elementene som utgjorde disse blant annet var “plass”, “stillhet” og “natur”, “god plass til barna” og “et sted å slippe unna trengselen i byen”. Forskning på flytting til, og oppfattelsen av det rurale her hjemme, finner mye av det samme. Natur og gode oppvekstforhold er to faktorer som går igjen, trygghet, ny livsstil og flytting etter ulike livsfaser er også funnet som viktige (Antonsen 2011, Blekesaune et al. 2007, Grimsrud 2000 og Haugen & Villa 2005). Livsfaser og natur mener også Haartsen et al. (2003a) er viktige elementer for folk som ønsker å flytte til rurale områder. Med andre ord er det mange av motivene blant informantene i denne oppgaven som også er funnet blant andre. Vi vil komme tilbake til dette i avsnitt 5.3.1.

Alle mine informanter har vært tydelige på at det er til bygda de skulle flytte om de skulle reise til Norge for å bosette seg. Med andre ord har de søkt mot rurale steder. I utgangspunktet tror jeg mange av de spurte i denne oppgaven tar utgangspunkt i det rurale som noe så enkelt som steder med få innbyggere som lever tett opp mot naturen, slik Cloke (2006) forklarer det. Med en slik forståelse av det rurale blir det brukt en funksjonell tilnærming til begrepet. At små forhold og få innbyggere, vil gi dem den stabiliteten og tryggheten de ønsker seg vil nok for mange av informantene høres tiltrekkende ut. I en slik sosiokulturell forståelse ligger det også til grunn at de rurale stedene er så like at de trenger en felles betegnelse som “rurale” (Berg & Lysgård 2004). Det tror jeg også de intervjuede til en viss grad har hatt en forståelse av. Særlig tidlig i intervjuene kunne det virke som om bygd var bygd og by var by.

Senere i arbeidet ble det allikevel klart at bildet ikke er så ensidig. Selv om de har ganske generelle ønsker og forventninger til det nye stedet, er det tydelig at de ikke kan bo hvor som helst. Dette blir tydeliggjort i alles historier om hvordan de kom, kanskje med unntak av Anna og Arne som kom mer tilfeldig ettersom at de plutselig fant seg en jobb på en plass de aldri hadde vært. Spesielt tydelig er det i historien til Kari og Karl. De gikk etter følelsen stedet ga dem, og derfor droppet en nøye planlagt flytting til Canada til fordel for stedet de nå bor og som straks følte som hjemme. I en slik tankegang er det mer sannsynlig å se for seg at ruralitet for dem er noe mer i retning av post-moderne tankegang. Der individers individuelle oppfatninger av virkeligheten blir brukt for å forstå verden rundt en (Woods 2011). Gjennom historien til Kari og Karl blir poenget med at hva man anser som ruralt er noe sosialt og kulturelt konstruert og at representasjonene av dette stadig er i endring, gjort gjeldende. De hadde planlagt flytting til Canada svært nøye, og alt var klart da de plutselig, på den siste turen til dit, fant ut at det ikke var rett sted å flytte allikevel. Stedet oppfylte ikke lengre deres bilde av hva de lette etter. Nemlig det rurale. Eller mer presist; deres bilde av det ruralt idylliske.

Bruk av en sosialkonstruktivistisk tolkning av ruralitet er heller ikke helt dekkende slik nederlenderne vurderer stedene. Slik Cloke (2006), Berg og Lysgård (2004) og Woods (2009, 2011) ser det, får det materielle en mye mindre rolle ved en slik vurdering. Følelsen av at Canada ikke var det rette stedet å flytte for Kari og Karl kom ikke fra løse luften, man hadde grobunn i at byen og amerikansk kultur var for fremtredende i området. I en slik setting må vi heller se mot Halfacrees (2006) modell der han mener at det er både det imaginære, materielle og praktiserte ruraliteter som utgjør det rurale rom. Eller ved å ta i betraktning aktør-nettverk-



teorier der interaksjonen mellom mennesker og ikke-menneskelige objekter definerer det rurale (Woods 2011). Informantenes oppfattelse av hva som er ruralt har opphav i representasjoner som er bundet til det materielle rundt oss. Dette kommer tydeligere frem når vi tar det i betraktning av deres syn på rural idyll.

### **5.3.1 For oss en traust bygd, for dem rural idyll**

Bildene informantene i denne oppgaven har av bygda og det rurale, er nettopp det; bilder. På bakgrunn av at det er så mange i Nederland som vil flytte til rurale områder, mener van Dam et al. (2002) at det eksisterer et bilde på rural idyll blant nederlenderne. Dette forsterker inntrykket jeg har om akkurat det samme. Jeg mener det er et dominerende syn blant mine informanter at det eksisterer noe ruralt idyllisk, og at dette er noe de vil finne i Norge. Det kan virke som om de jeg har pratet med har et ønske om å finne en måte å leve livet på som er, slik Cloke og Milbourne (1992) skriver; sunt, problemfritt og lykkelig, plassert i et trygt samfunn i naturlige omgivelser. Dette kommer tydeligst frem gjennom paret som kun har bodd i Norge i litt over ett år, Marit og Morten. De utstråler en glede over livet de har fått her og kan ikke finne noen negative sider ved det. De har funnet en plass der datteren trives på skolen, hvor de ser fjell og skog fra stuevinduet, hvor de har tid til hverandre og ikke lengre stresser i hverdagen. At alle de spurte kommer fra større byer i Nederland, kan være med på å bekrefte det Bell (2006) foreslår; at det er nettopp i byene man må lete etter bilder på rural idyll.

Når nordmenn selv ønsker seg fra urbane til rurale strøk, finner Berg (2007) at det viktigste for valg av bosted var tilknytning til stedet og ønske om å bo på bygda. Det er mange ulike historier blant parene Berg forteller om, men de ligner til en viss grad på historiene i denne oppgaven. Det er par som søker mot bygda, av grunner som å finne drømmehjemmet, gi barna en oppvekst i trygge omgivelser på landet og leve et liv uten for mye arbeid og stress. Alle disse argumentene går også igjen hos parene jeg har snakket med, og har vært med på å trekke dem vekk fra byen og mot bygda. Det viser at disse parene også indirekte er med og bidrar til en mot-urbanisering her i landet. Saken er bare den at de ikke flytter fra byer i *Norge*, men byer i et annet land. De flytter fra store byer i Nederland til små bygder her til lands, og på grunn av dette er det viktig å ta globalisering med inn i denne analysen.

Globalisering har hatt stor innvirkning på mobilitet, og gitt oss muligheten til å oppleve nye land og steder (Woods 2011). Dette har blant annet bidratt til at flere av parene jeg har intervjuet har kunnet dratt hit på ferie, og på den måten fått en ide om hvordan det er å bo på steder der det er mindre folk og mer natur. Marit og Morten er gode eksempler på dette. Siden Morten kom hit for første gang på ferie da han var 15 år, har han gjennom å se og høre bygda skaffet seg et bilde han ikke har blitt kvitt, og funnet ut at det var slik han ville bo. Etter hvert dro han også hit med sin kone, og delte disse bildene med henne. Disse to parene har vært aktive brukere av “tourist gaze” (Woods 2005), som har bidratt til bildene de har av norsk natur og bygdeliv. På den annen side har vi par som, for eksempel Kari og Karl og Britt og Bernt, som ikke har feriert her før de dro på leit etter et sted å bo. Disse må ha fått bildene fra andre steder. Vi ser i større grad enn før på de samme filmene, tv-seriene og leser de samme bøkene. Det er ikke lengre nødvendig å dra til Norge for å se landet, og for alt jeg vet kan de ha søkt opp filmer på nett eller lest artikler om bygde-Norge i ulike trykte medier.

At ruralitet gjennom globaliseringen er blitt en handelsvare har også hatt sin påvirkning, særlig blant de parene som har vært i kontakt med Placement. Britt og Bernt leste artikler på deres hjemmesider før de bestemte seg for hvor de ville flytte, og på en måte kan vi si at byrået selger det rurale til nederlendere som er interessert i å flytte. På deres nederlandske hjemmesider blir Norge fremstilt med idylliserte bilder som man kan se et utvalg av under.



**Figur 9: Det “norske”, fremstilt på Placements nederlandske hjemmesider (Placement 2011b)**

Det er slike bilder nederlendere blir møtt av når de går inn på hjemmesiden til byrået som kan hjelpe dem med flytting til Norge. Her blir Norge fremstilt gjennom vakker natur, eksotisk mat, luksus og lykkelige barn i lek ute. Det bilde som vekker mest oppmerksomhet fra min side er flasken med fransk sprudlevin. Jeg vil tro det er svært få nordmenn som ville sagt musserende vin om de skulle nevnt kjennetegn på noe “ur-norsk”. Hva en slik flaske symboliserer er på den annen side luksus. Det jeg mener Placement gjør ved å legge ut et slikt bilde blant bilder av norsk natur, mat og lekende barn, er å forsterke følelsen av at det rurale som “det gode liv”. Men det er ikke bare på Placements hjemmesider man kan bli påvirket av romantiske bilder av Norge.

Om man søker etter bilder med søkeordet “Norway” i en søkemotor som for eksempel google, blir man møtt av utallige sider med bilder av majestetisk norsk natur, gjerne tatt med en seter i forgrunnen. Alt bygger opp under et romantisk bilde av den norske naturen og bygda, og gjort tilgjengelig gjennom internett. Som Bell (2006) fremhever, vil bilder som dette bli dekodet utallige ganger, og avhengig av hvem som gjør dette, bli tolket på ulike måter. Informantene som har vært inne og sett disse bildene vil ha tolket det på sine måter, men felles for dem kan være at de har bidratt til å forsterke det idylliske bilde de har av den norske bygda.

Gjennom reiser i landet og fremstillinger av det norske gjennom ulike medier, har bildet informantene har av hva som er ruralt idyllisk bygd seg opp. De tar vare på de inntrykkene som samsvarer med det de lengter etter og ønsker å finne, og setter dette opp mot det urbane de kommer fra (Bell 2006). Sosiale og kulturelle normer påvirker hvordan de “ser” Norge, og om det er noe de ikke ønsker å se, kan dette “elimineres” fra bildet de lager seg. Dette skjer gjennom “tourist gaze” blant de som har vært her i landet før. “Rural gaze” blir nok brukt av alle de spurte i denne oppgaven, gjennom ønsket om å flytte til rurale strøk. Synet, og det de hører (stillhet i kontrast med all støyen i byen de kommer fra), bygger opp under det bildet de har av bygda fra før, og forsterker disse. Enkelte elementer, som husene og menneskene som bor og jobber på stedet, blir gjerne utelatt. På den måten blir det kanskje også lettere å finne drømmestedet.

Måten mine informanter ser på den norske naturen, som noe helt enestående, er påvirket av sosiale og kulturelle normer (Woods 2011). At de alle kommer fra store byer, og ikke er vant med fjell, skog og uberørte landskap fra hjemlandet, kan være en av grunnene til at de ser på naturen her i landet som så flott. Det bildet de har av byen, som stressende, med mye kø, arbeid, bråk, dårlig luft og trengsel, fungerer som et motstykke til, og forsterker det bildet de får av den norske bygda. Her er den ekstra dimensjonen lyder gir viktig, for støyen fra byen forsterker det rolige bildet informantene får av rurale områder i Norge. For oss som selv er fra norske bygder, vil nok ikke denne rolige atmosfæren være like tiltrekkende.

Ut fra motivene de oppgir for å flytte fra Nederland til Norge, kan man få et innblikk i hva et ruralt idyllisk bilde består av. De hyppigste årsakene for flyttingen er at informantene ønsker en bedre oppvekst for barna, nærhet til natur og et roligere arbeidsliv. De to første ønskene oppfyller de ved å flytte hit til Norge. Det siste, å få et roligere arbeidsliv, som inkluderer det å få muligheten til å bestemme over egen arbeidssituasjon, realiserer de ved å bli entreprenører. Med andre ord oppfyller de sin drøm om et ruralt idyllisk liv ved å flytte hit, og fordi en av sidene ved dette livet er et roligere arbeidsliv med større innflytelse på egen arbeidsdag, blir de entreprenører.

## 5.4 Å bo i Norge

Etter at familiene er kommet til Norge, er det mye som skjer i livene deres. De må tilpasse seg stedet de er flyttet til, ordne det praktiske, som å finne seg et sted å bo, komme seg på plass, tilpasse seg et liv i et nytt land og ikke minst etablere seg som entreprenører. Under denne delen av kapittelet skal vi komme inn på alle disse sidene av deres historier og sette dem opp mot teorier om entreprenørskap og sted.

### 5.4.1 Virksomhetene

Som skrevet tidligere er det ikke alle innflyttere som klarer seg bra. Selv om de jeg har intervjuet foreløpig klarer seg fint med det de driver med, er det ikke dermed sagt at det var lett å starte bedrifter og etablere seg i Norge. Her er det også fem ulike historier å ta for seg. La oss igjen begynne med det paret som har vært her lengst. Anna, Arne og deres to sønner begynte med blanke ark og minus på kontoen. De fikk en tøff start på oppholdet i landet. Å drive en kro for andre viste seg å bli vanskelig, og de fikk oppleve svært dårlige arbeidsforhold. Etter noen måneder dukket det opp et hus som var egnet til å drive det de hadde en drømt om lenge, nemlig en bed & breakfast, men fordi familien ikke hadde stort annet enn det de sto og gikk i, måtte de legge de planene på hylla enn så lenge. Siden kommunen hadde hatt problemer med tidligere innflyttere, var det også vanskelig å få støtte. Det gjaldt å få inn penger raskt, og da måtte de bruke det de hadde tilgjengelig i det nyinnkjøpte huset. De startet derfor med restaurant- og pubdrift.

Første åpningsdag så de for seg som en kosekveld med noen få oppmøtte, men det utviklet seg til å bli en skikkelig fest, og som de selv sier:

*“...vi visste ikke at Nordmenn drakk så mye!”*

Bråk ble det allikevel ikke, for fra dag én ble det opprettet et forhold med gjensidig respekt. Om innbyggerne i bygda hadde noen ønsker om arrangement, så prøvde de det. Ingenting kunne stå uprøvd, og for å få folk til å komme arrangerte de alt mulig, for eksempel utkledningsfester. Restauranten serverte norsk tradisjonsmat, men for å introdusere bygdefolket for litt annen mat gjorde de etter hvert “dagens” middag til noe utenlandsk, for eksempel gresk. Dette ble tatt godt imot. De hadde drevet i fire år da noen en café i bygda.

*“Med omtrent 1300 innbyggere, hvorav kanskje halvparten er eldre og barn, sitter man muligens, om man er heldig, igjen med 400 stykker som er glad i å spise ute. Da kan man ikke dele markedet med andre.”*

De ga seg med restaurantdrift og tok kun imot arrangementer på bestilling. Men da cafeen også begynte med dette, var det på tide å finne på noe nytt. Etter seks år med denne driften grep de muligheten og gikk over til drift av bed and breakfast. Nå er det kun de som driver overnatting på stedet, i tillegg til at de begge har fått seg deltidsarbeid ved siden av. Slik har de endelig fått ro og mer fritid. Og Anna uttrykker det slik;

*“Fra nå tror jeg det skal gå bedre og bedre”*

Selv om de har det eneste overnattingsalternativet i bygda, spør jeg om de gjør noe for at folk skal komme tilbake. Paret mener at det unike ved deres B&B er at de får folk til å føle seg hjemme. Hun kan blant annet fortelle om en familie som kom til stedet midt på natta, og hun slapp dem inn og lagde pizza til dem og serverte øl. I følge gjesteboken ble dette veldig populært, og de har vært der også ved en senere anledning. De åpner jo dørene til sitt eget hjem, og den hjemmekoselige atmosfæren ønsker de at skal fungere som et trekkplaster.

For Britt og Bernt som driver café, var det veldig viktig å få drive egen bedrift. I Nederland, der de begge jobbet for andre, synes de at man gjør svært mye for lite penger. Fordi de lenge visste at de skulle drive egen bedrift brukte de, som fortalt tidligere i kapittelet, mye tid på planlegging. Bedriftsplanen ble utarbeidet før de visste hvor de skulle bo. Deres uavhengighet fra kommunen, siden de ikke fikk støtte der fra, gjorde at de følte seg friere enn de mener de ville gjort med pengestøtte. Med lånet fra banken fikk de kjøpt et næringsbygg som kunne brukes til café, men som også inneholdt lokaler de kunne leie ut.

Å starte egen bedrift i Norge mener de er vanskeligere enn i hjemlandet. Det er mer som skal ordnes, og rent økonomisk får man til sammenligning skattefritak i Nederland. Det får man ikke her til lands. Å ha ansatte her er heller ikke lett. De har forsøkt å leie inn ungdommer til å hjelpe til i cafeen, men dette har ikke gått så bra. Norsk ungdom jobber i følge Britt og Bernt ikke hardt nok i forhold til hvor dyrt det er å ha dem i arbeid. I tillegg mener de at det er for

lett å melde seg syk her i landet. På dette punktet er også Kari og Karl enige, som har mange ansatte i sitt firma.

Det første året gikk med på forberedelser, og for å overleve dette året leide Britt og Bernt ut næringslokalene, i tillegg til at Britt utnyttet utdanningen hjemmefra til å tilby folk hjelp med grafisk design. Da de først åpnet cafeen hadde de åpent 7 dager i uken. Dette ble for mye, og for å få litt mer fri holder de nå stengt et par dager i midtuken. Selv om de har lite fritid, tviler de ikke på at det de driver med er det de vil. Mange var skeptiske til at de skulle få det til, men det har de motbevist de siste årene. Bedriften går rundt og som de selv sier;

*“Hvis du ikke liker å jobbe, starter du ikke for deg selv. Om man vil bli rik, flytter man heller ikke til [bygda vi bor i]!”*

Og at de har måttet gi avkall på en del luksus blir tydelig gjennom sønnens kommentar;

*“Hvorfor var vi så rike i Nederland og så fattige her i Norge?”.*

Britt og Bernt syntes det var vanskelig å starte opp et eget firma i Norge, tross gode forberedelser. Kanskje kan dette ha noe å gjøre med at de gjør noe de aldri har drevet med før. Karl, som driver et arkitektfirma med flere ansatte, mener at det er enklere å starte eget firma her enn i Nederland. Verken han eller kona Kari hadde drevet egne firma før de kom, men han var partner i et arkitektfirma i hjemlandet, og begge har utdannelse innen det de driver med. Hovedforskjellen mener de ligger i at man i Nederland må skille seg ut for å gjøre det godt. Det er et mye større marked, og mange andre driver med akkurat det samme og er ute etter de samme kundene som deg selv. Men han legger heller ikke skjul på at det er en utfordring å starte en bedrift i et helt nytt land.

En annen viktig forskjell fra hjemlandet er at folk her til lands tar telefonen når Karl ringer og er interessert i det han har å komme med. Det var en stor fordel da firmaet var i startgropen. I Nederland er det vanskelig å finne informasjon om sjefen til et firma, og om man gjør det, er det svært vanskelig å komme i kontakt med personen. Her er det bare å finne navn og kontaktinformasjon og ringe direkte. Slik har det vært mulig for Karl å presentere seg og firmaet tidlig og i raskt tempo. Etter et halvt år med slik jobbing klarte paret å nå målet om å etablere seg med et navn blant andre bedrifter og kommuner her i landet.

*“Alle skal kjenne [firmaets navn], men vi skal også kjenne alle!”*

I dag leder Karl et firma med åtte ansatte fordelt på kontorer på to forskjellige steder. Han påpeker også, som Britt og Bernt, at det å være arbeidsgiver ikke alltid er like lett. Spesielt økonomisk er dette en utfordring. De høye lønningene og reglene for permisjon er to ting som er krevende. Karl tror heller ikke at folk her til lands vet hvor godt de har det når det gjelder disse to tingene. Forskjeller kan også sees ved at de norske ansatte er svært opptatt av timer. Når man har jobbet lengre enn vanlig, begynner man straks å telle overtid. Her har man større avstand til jobben. I Nederland er jobben en del av livet.

At han kommer utenlands fra har aldri vært et hinder, noe Karl egentlig er litt overrasket over. Han har alltid blitt godt mottatt, og at han har en annen nasjonalitet har bare vært positivt. Faktisk har han utnyttet situasjonen og brukt sin nasjonalitet kommersielt. Firmaet hans er norsk, men preget av europeisk kultur, noe Karl mener er en god kombinasjon. Han stiller høye krav til de ansatte, både i produksjon og behandling av kunder. Han mener at hans arbeidsmoral skiller seg ut her i Norge, til det positive. For han er frist en frist, og ja et ja. Alt skal være profitt, og man skal alltid være på. Målene han setter er høye, og nettopp dette kan han bruke i sine presentasjoner av firmaet. I Norge betyr det noe i forhold til i Nederland der dette er vanlig. Slik vil han få firmaet til å vokse.

Eget firma har også paret som har vært kortest tid i Norge. Marit og Morten etablerte sitt modellbyggerfirma før de kom hit, og er de eneste blant de intervjuede som har tatt med seg jobben fra hjemlandet. På den annen side har de ikke utdannelse som er direkte relevant for modellbygging. Firmaet deres har flere kunder i hjemlandet, men globaliseringen med økt mobilitet og mulighet for kontakt over internett, har gjort at lokalisering ikke har noe å si for driften. De kan lage modellene i Norge, holde jevnlig kontakt med kundene og sende bilder over nett, og kan sende hele modellen til kunden når den er ferdig. På intervjutidspunktet var ikke firmaet norskregistrert, og dermed kunne de i begynnelsen ikke basere seg på noen inntekt herfra. For å tjene til livets opphold gjaldt det derfor å være kreative, og Morten reiste raskt rundt i bygda for å tilby hjelp til alt fra frakt av felte dyr i jakt til rydding av skog. Sambygdingene var svært hjelpsomme fra dag én og de benytter seg av tilbudet hans.



Som noen av informantene i Stone og Stubbs (2007) artikkel, har også Marit og Morten flere ben og stå på. I tillegg til modellbyggerfirmaet jobber begge med hvert sitt distributørprosjekt, begge for produkter som ikke finnes her i landet fra før. Planene er store, men siden de fortsatt er helt i startgropen, er det ikke lett å si hvordan det går. Foreløpig bruker de internett og lokale medier for å reklamere og skape blest om de nye firmaene og produktene. Morten har allerede hatt et salg til en annen kar i bygda. Begge er opptatt av at firmaene deres skal holde høy kvalitet og at de er ærlige mot kundene sine. De som allerede har handlet fra parets felles firma får stadig oppdateringer via kundemail om hvilke prosjekter som er satt i gang og hva som skjer ellers i firmaet. Marit og Morten mener det er med på å holde en god tone mellom kundene og dem selv. Siden fremtiden på intervjutidspunktet fortsatt var uviss, og de ikke visste hvordan det ville gå med de nyetablerte firmaene, fikk de spørsmål om hva de vil gjøre om forventningene ikke går i oppfyllelse, og da er det ingen tvil om at Marit i det minste kan få seg en fast jobb der hun ikke lengre er sin egen sjef. Alternativt kan de også gå til kommunen og spørre om det er noe de savner i lokalsamfunnet, og da vil de drive det. Marit poengterer:

*“Det du vil, det kan du også gjøre”*

Det siste paret, Ida og Ivar, skiller seg ut fra de andre ved at de fant jobben gjennom Placement. De ønsket seg i utgangspunktet jobber som var relevante til utdanningene sine, men dette var ikke mulig å finne utenfor byene. Derfor tok de en kikk på tilbudene som ble formidlet gjennom Placement, og synes dette var det beste. En liten bygd i innlandet hadde behov for noen til å drive den lokale butikken. Paret meldt sin interesse og fikk jobben etter ulike møter med kommunen. Fra før hadde ingen av dem noen erfaring med å drive butikk.

Butikken er ikke det eneste de driver. I tillegg har de også et gatekjøkken, og en nettbutikk som er spesielt tilpasset folk med hytter i nærheten. Via nettbutikken kan kundene bestille varer fra sofaen hjemme, som står klare og pakket i poser til de kommer. Da er det bare å betale og ta med seg middagen til hytta. I Nederland er dette helt vanlig, men etter det de vet er de de eneste som har akkurat en slik tjeneste blant andre nærbutikker i landet.

At det følger en viss risiko med å drive egen bedrift er Ida og Ivar fullt klar over, men begge er enige om at det å kunne bestemme over sin egen hverdag er viktigere. Og selv om arbeidsdagene deres er blitt lengre, så foretrekker de denne måten å jobbe på. Det viktigste for

paret er at folk er fornøyd med både utvalg og kvalitet i butikken. Siden butikken ikke har vært åpen særlig lenge, er det mange nye erfaringer som enda skal læres. Frem til intervjudato hadde butikken gått bedre enn forventet. Dette mener de kan ha en sammenheng med at det er langt til neste butikk, og at alle i bygda kjenner hverandre. De mener at folk følger med om andre handler på lokalbutikken eller ikke, og at det ikke blir tatt godt imot om noen blir observert på andre butikker. At det er bygdefolket selv som har ønsket seg butikken tilbake hjelper også. Det mener de også har gjort at de som familie er blitt så godt mottatt i bygda.

Da de blir bedt om å sammenlikne norske og nederlandske bedrifter, mener de at norske bedrifter har for mye monopol på markedet. De trekker frem valg av telefonoperatør som et eksempel og hvordan det er når man ikke får de varene de har bestilt. Da er det ingen mulighet for at noen vil komme med de manglende varene, og å få tak i folk på telefon mener de er vanskelig. Spesielt etter klokken ett på fredager. Det kan da virke som om hele Norge har tatt fri. De undrer seg om dette er typisk norsk? Det er i hvert fall ikke typisk nederlandsk! I denne sammenhengen nevner de en undersøkelse der det viser seg at bare japanerne tar jobben mer seriøst enn nederlendere. Kanskje tar de jobben for seriøst, undres de, og sier at de må lære seg å trekke mer på skuldrene, slik nordmenn gjør.

## **5.5 Er de virkelig entreprenører?**

Hensikten med å fortelle disse historiene er å belyse bakgrunnen for etableringen av bedriftene, og hvordan de styrer den.

I Schumpeters forstand er entreprenøren en endringsagent som bidrar med nye kombinasjoner, gjerne i kjente omgivelser (Spilling 2006a). Det som kombineres trenger ikke være nytt i seg selv, det viktige er at de kombineres på nye måter. Informantene jeg har pratet med har startet og driver bedrifter som ikke er veldig nyskapende i seg selv, men selv om ressursene er kjent, så er for eksempel kombinasjonen B&B og en liten bygd på rundt 1300 innbyggere ikke noe alle driver med. Alle de intervjuede driver noe som ikke eksisterer på stedene fra før. Og om vi skal se på Schumpeter (1934/96:66 i Spilling 2006a:22) sine fem ulike typer nye kombinasjoner, vil entreprenørene jeg har snakket med falle inn under punkt 3; de går inn i et nytt marked der produktet ikke er blitt introdusert tidligere, uavhengig om av om det aktuelle markedet eksisterte tidligere eller ikke.

Om man skal diskutere det videre kan man se det opp mot hva Davidsson (2003 i Spilling 2006a) sier om entreprenørskap. Som skrevet tidligere inkluderer han foretak som kopierer eksisterende virksomheter inn i definisjonen av entreprenører. Grunnen til dette er at også disse vil endre markedet det går inn i. Selv om jeg ikke har noen konkrete tall på dette, antar jeg at introduksjonen av både flere mennesker og nye bedrifter fører til store endringer i et ellers lite marked.

For mange vil det nok virke noe optimistisk å starte en bedrift i bygder som har så få som 1000 innbyggere, og nettopp på grunn av så små marked, er det få som satser på egne bedrifter på slike steder. En av grunnene til at nederlenderne jeg har snakket med allikevel har satset tror jeg er fordi de ikke kommer fra stedet. Som Bolkesjø og Brun (2006) påpeker, kan tilknytning til en region føre til at det er vanskelig å bryte med tradisjonelle og vel etablerte mønstre. For eksempel oppfatningen av at “man ikke starter butikk på bygda. Det er for få folk der”. Jeg vil anta at det rett og slett ikke finner noen kultur for å starte egne bedrifter på bygda blant oss nordmenn, og da er det vanskeligere å gjøre nettopp dette. Når nederlenderne kommer hit, drar de med seg en ny kultur og forståelse av entreprenørskap som levesett. Dette er allikevel ikke det eneste som får dem til å bli entreprenører.

### **5.5.1 Motiver for å bli entreprenører**

For å finne ut hvilke typer entreprenører nederlenderne jeg har intervjuet med er, vil det være hensiktsmessig å kartlegge motivene de har for å bli nettopp entreprenører. Vi kan gjøre som Spilling (2006b) og dele de opp i push og pull faktorer. Det som i hovedsak trekker informantene mot å starte egne bedrifter er at de vil ha kontroll over eget arbeid og være uavhengige av sjefer. På den annen side kommer de til Norge uten jobber og trenger det av rent økonomiske årsaker siden de står på bar bakke. Sammenlignet med motivene Bolkesjø og Brun (2006) setter opp (se figur 5), er det punkter fra selvrealiseringsentreprenøren og arbeidsledighetsentreprenøren som skiller seg ut som aktuelle. For førstnevnte er de viktigste punktene ønske om å bestemme over egen arbeidssituasjon og arbeidstid – frihetsmotivet, og at de er lite opptatt av offentlig støtte men har tro på markedet. Punktene som gjelder for arbeidsledighetsentreprenøren er behov for inntekt og ønske om å bo i dette området. I samsvar med det Spillings (2006b) undersøkelse er det muligheten til å bestemme over egen arbeidssituasjon og ønske om å bo på stedet som skiller seg ut.

Funnene over kan også sammenlignes med de Jörgen Lithander (2005) fant i sin undersøkelse blant entreprenører på landsbygda i Sverige. De fire vanligste årsakene til at det er så mange entreprenører på den svenske landsbygda, kan også sees blant informantene i denne oppgaven; Først er det mangel på alternativ, som kommer av små marked der alternativene til entreprenørskap er arbeidsløshet eller å flytte fra bygda. På dette punktet er det ikke arbeidsløshet som er alternativet for informantene, men deres ønske om arbeidsfrihet passer ikke inn i rollen som arbeidstaker, og andre alternativer enn egne bedrifter er derfor uaktuelle. En annen årsak i Sverige er misnøye med tidligere arbeidsplass. I denne sammenheng kommer nettopp dette frem, at de spurte ikke helt har funnet seg til rett i det arbeidslivet de hadde i Nederland, og ønsker å følge egne drømmer og få utløp for energi.

Tredje årsak til entreprenørskapet i Sveriges landsbygd er bånd til stedet, og her er det helt tydelig at det er fellestrekk. I Sverige er det mer snakk om bånd i form av at man er født på stedet, og gjerne vil bo der ut livet, men for nederlenderne handler det mer om at dette er stedet de har lett etter, noen i flere år. Det er her de har funnet sine bilder på hva som er rural idyll, og strekker seg litt lengre for å ha muligheten til å bo på stedet. Påvirkning fra omgivelsene er den siste viktigste årsaken som er funnet i vårt naboland. På stedene jeg har vært på besøk har det ikke eksistert virksomheter av typen informantene driver, og spesielt butikken er et godt eksempel. Ida og Ivar hadde ikke kommet til akkurat denne bygda om ikke innbyggerne hadde ønsket seg en matvarehandel.

Stone og Stubbs (2007) presenterer i sin artikkel entreprenører som jakter på en ny livstil på landsbygda i henholdsvis Frankrike og Spania, og har mange likhetstrekk med informantene i denne oppgaven. De største likhetene kan man finne mellom mine informanter og de som i artikkelen har flyttet til Frankrike. Dette går på yngre alder, siden de i Frankrike i stor grad var mellom 30-40 år, og ingen over 60. Alle informantene i denne oppgave har høyere utdanning, noe som også i stor grad gjelder entreprenørene i Frankrike, der 2/3 av de spurte hadde høyere utdanning. Språkkunnskapene deres var også gode, slik som de også er hos informantene i denne oppgaven. Blant de spurte entreprenørene var ikke entreprenørskapet planlagt, men noe de begynte med etter flyttingen. Gjennomsnittlig tok det tre år fra ankomst på det nye stedet til de startet egne bedrifter. De som var tidligst ute var de yngste, og det var i større grad disse som hadde planlagt oppstart av egen bedrift før flyttingen. Mine informanter er i aldersgruppen 30-50, altså på alder med de yngste i Stone og Stubbs artikkel, og dette kan

også stemme godt med det som er funnet. Blant de spurte i denne oppgaven har alle visst at de ville drive for seg selv før de kom til landet, og noen har også planlagt dette på forhånd, som Britt og Bernt og Ida og Ivar.

Entreprenørene Stone og Stubbs (2007) pratet med, ble i hovedsak entreprenører fordi de måtte ha et levebrød. Men ved nærmere undersøkelse kom det frem at svært få hadde lett etter “vanlige” jobber, der de måtte jobbe som arbeidstakere hos andre. Problemet med å ta seg slike jobber, var at det ikke passet til den livsstilen de var ute etter. Lange og lite fleksible arbeidstimer, lave lønninger og lang pendlevei passet ikke inn i bildet av deres nye livsstil i deres nye land. Informantene i denne oppgaven oppgir liknende årsaker til hvorfor de vil forlate hjemlandet og sine veletablerte jobber. De er ikke tilfreds med arbeidssituasjonen, og mange forteller om lange timer og mye jobb for lite penger. Jobbingen i Nederland gir dem svært lite fritid, og dette er noe av det de vil endre med en ny start i Norge. Alle jeg har pratet med har sett på entreprenørskap som løsningen. Slik får de bestemme over egen arbeidstid og -mengde, og kan gjøre alle avgjørelser rundt jobben på egenhånd.

På den annen side må det være lov også å undre seg over hvorfor entreprenørskap skal være løsningen for å få mer fritid. De fleste vil si at det å drive egen bedrift er noe av det mest tidkrevende du kan gjøre. Jeg finner det noe motstridende at parene har valgt denne typen arbeid i en søken etter rural idyll. Det er da også svært få av de spurte som faktisk har fått oppfylt ønske om mer fritid. Siden det også virker som om alle er svært opptatt av å gjøre jobben sin skikkelig, og ikke gi seg tross mye motgang, får de enda mer å gjøre. Mange av de spurte stiller seg også svært negative til norsk arbeidsmoral, at vi går hjem med en gang arbeidsdagen er over og er lite villige til å jobbe overtid. Faktorer som er med på å gi oss den fritiden som nederlenderne også gjerne vil ha. Det kan virke som om Anna og Arne er de eneste som har oppnådd mer fritid, etter at de begge begynte i hver sin deltidsjobb.

## **5.6 Entreprenørene og stedet**

De aller fleste av de spurte mente at det ikke var noen sammenheng mellom stedet de valgte å bosette seg, og bedriften. Alle mener at de kunne drevet hvor som helst, og før man ser nærmere på saken kan det også virke om om dette stemmer. Men om man studerer dette litt nærmere kan vi se at det er en større sammenheng mellom sted og bedrift enn det kan virke

som. Dette kan best illustreres med historien til Ida og Ivar som driver matvarebutikk. De hadde ikke bosatt seg på dette stedet om de ikke hadde innfridd deres bilde av ruralitet, men de hadde nok heller ikke drevet butikk om de ikke hadde valgt å bo på dette stedet.

Svært få av informantene er opptatt av sted som “location” før de flytter til landet. Det er kun ett av parene som i forkant har brukt god tid på å utarbeide en forretningsplan og som derfor har vurdert stedets markedsforhold og næringsstruktur, ellers virker det ikke som om dette er noen viktig del av det å etablere bedriftene. Alle de spurte sier at de kunne drevet sine bedrifter hvor som helst i landet, og at stedet i den forstand ikke har noen betydning for det de driver med. Men selv om informantene ikke vurderer stedet som “location”, vil dette ha innvirkning på driften, gjennom de eksisterende forholdene. For entreprenørene selv er tolkningen og oppfattelsen de har av stedet (“sense of place”) som noe ruralt idyllisk viktigere. De har et romantisk forhold til stedene de bor på, noe som kommer frem av hvordan de lyser opp hver gang de prater om for eksempel utsikten, eller hvordan de ikke forstår at nordmenn har hytter når de bor så flott i utgangspunktet. En sterk “sense of place” har med andre ord ført til at de har slått seg ned på stedet, med påfølgende etablering av bedrifter.

På den annen side er det liten tvil om at sted som “locale” også er aktuelt, med forståelsen om at stedet og aktøren påvirker hverandre. For selv om de intervjuede sier at stedet og hvilken bedrift de driver er helt uavhengig av hverandre, ser vi at det hos mange er påvirkning fra stedene som betyr mye for hva de driver med. Dette kan vi se blant annet gjennom hvordan både cafeen og restauranten/puben tilpasset seg innbyggernes ønsker om mat og aktiviteter. At det kom en café til stedet der Anna og Arne, som nå driver B&B, selv hadde restaurant, tvang dem til å finne på noe nytt. På den annen side vil nye innbyggere også påvirke stedet, for eksempel gjennom positive bidrag til kommunen. Om vi ser litt større på det, så informantene muligheter til å starte bedrifter i Norge, nettopp fordi det her til lands er mindre konkurranse for enkelte bedrifter. Bedriftene vil igjen gjøre utslag på det norske markedet med sine nye konsept. De tre stedsbegrepene er også i denne sammenhengen komplementære (Berg 2002), og kan ikke sees på uavhengig av hverandre siden alle tre har en påvirkning på hvordan informantene opplever forholdet mellom bedrift og sted.

Vi kan tydelig se at sted er en aktiv faktor, slik Bjerke (2010) foreslår. Hverdagen til de nederlandske entreprenørene hadde ikke vært den samme om de hadde bosatt seg andre steder. Entreprenørskapene strekker seg litt lengre enn til bare det økonomiske markedet, og i

en større sammenheng bidrar det ikke bare til økonomisk vinning for dem og kommunen. Gjennom deres engasjement og pågangsmot for å drive bedrifter som cafe og pub lager de nemlig også møteplasser for folk flest. De retter seg etter hva publikum ønsker. Med andre ord kan vi se entreprenørskap i “social situations”, noe som er viktig på slike små plasser.

Johnstone & Lionais (2004) skriver om “community business entrepreneurs” som kan være til god hjelp på steder som er truet av fraflytting og økonomisk nedgang. De er sterkt engasjert i steder, og det er dette som driver de til å bli entreprenører som benytter seg av de tradisjonelle måtene å drive entreprenørskap på, for å oppnå samfunnets beste, uten å ta ut egen profitt. Dette er ikke måten informantene i denne oppgaven jobber, men det de har til felles med denne typen entreprenørskap er hvordan engasjementet ovenfor stedet gjør at de går alternative veier for å bli boende. Nederlenderne jeg har pratet med er så opptatt av å bo på stedet som mange så lenge har lett etter, at de går for utradisjonelle bedrifter. Eller med andre ord, bedrifter som etter hvert er blitt unaturlige å ha på slike små steder, der de aller fleste vil si at det bor for få kunder som igjen gir et for lite marked. Der “community business entrepreneurs” bruker sosiale nettverk og blant annet frivillige for å gjennomføre prosjekter, bruker nederlenderne all sin tid på å lykkes. De er også avhengige at sambygdingene stiller opp og benytter seg av tilbudene deres.

### **5.6.1 Hverdagslivet**

Vi har allerede vært inne på at nederlenderne jeg har pratet med søker etter den forestillingen de har om rural idyll på bygda i Norge. Natur er det første alle sa da de ble spurt om hvorfor de ville flytte hit til landet, og det er tydelig at de alle har funnet sine drømmesteder. Mange av de spurte peker ut på utsikten fra enten stuevinduer eller verandaen på arbeidsplassen under intervjuene, og lurer på hva mer de kan ønske seg. Naturen her kan også få informantene inn på bedre tanker om de er i dårlig humør.

*“Om jeg har en dårlig dag, kikker jeg bare ut vinduet. Det gjør alt bedre!”*

Marit og Morten sier at ved å leve her, lar de være å hekte seg opp i småting slik de gjorde i Nederland. Det er stadig opplevelser som får dem til å tenke på andre ting, og forteller om hvordan to fugler plutselig fløy inn i huset deres. Slike ting ville aldri skjedd i byen de flyttet

ifra. Familieverdiene kommer i fokus og den materialiteten som var så gjeldende i Nederland er ikke noe de lengre trenger å bekymre seg for. Marit uttrykker det slik:

*“In Holland we are a nice family. In Norway we are a happy family!”*

### **5.6.2 Nettverksbygging**

Kontakt med naturen er det ikke tvil om at de spurte har fått, men kontakten med folk rundt seg er det delte opplevelser av. Parene som har vært her lengst, har alle en opplevelse av at det ikke er så lett å komme i kontakt med lokalbefolkningen. Britt og Bernt har helt gitt opp å bli kjent med dem, og kommer inn på at det kan ha en sammenheng med at de har liten tid til overs fordi de jobber så mye. Anna og Arne, som har vært her i over sju år, har også mye å gjøre, men sier at det ikke er noe problem å være med på ting som skjer, men at de alltid vil føle at de står på sidelinjen. Karl og Kari, som har vært her i fem år, kom hit med barna sine da de begge var over 40, og de forventet ikke at det skulle bli lett å etablere tette vennskap i voksen alder. Det, sier Karl, har ikke noe med Norge å gjøre, men med hvilken fase man er i livet. Selv om mottakelsen de fikk var svært positiv og at folk er åpne og interessert, merker de at alle i bygda har familie rundt seg og at den går foran alt annet.

Oppfatningen av kontakt med lokalbefolkning er noe annerledes hos de to parene som har vært her i landet kortest. De synes mottakelsen har vært god, og at kontakten med sambygdingene er bra. Marit og Morten som bare har vært her i ett år, føler at nordmennene i bygda tar dem med å aktiviteter, og da de oppdaget at hun var glad i å trene, fikk de hyret henne inn til å ta over noen timer gjennom det lokale treningstilbudet. Ida og Ivar har også et godt inntrykk av de nye naboene sine. Da de først kom til landet hadde de ikke fått seg noe sted å bo. Siden de ikke hadde fått solgt huset i Nederland før de flyttet, og heller ikke hadde noen særlig inntekt de første månedene, fikk de leie et hus svært billig av en sambygding. De har alltid følt at de er velkomne der, og har allerede engasjert seg frivillig i blant annet barnehagen og på 17. mai. Mye av grunnen til at de er blitt tatt så godt i mot begrunner de med at kommunen og de som bor på stedet lenge har ønsket seg noen som kan drive butikken.

I Stone og Stubbs (2007) studie blir det vist at et godt nettverk kan gi flere og gode markedsmuligheter, og er uvurderlige i koblingene de gir mellom bedrifter internt, og eksternt med besøkende og andre migranter. Nettverk og sosial kapital bidrar til etablering, utvikling



og vekst for entreprenører (Bjerke 2010). Gjennom sosiale relasjoner mellom aktører blir bedriftene integrert i det samfunnet det er en del av. Om forholdet mellom de som styrer bedriftene og forretningsforbindelsene svekkes, står også selve bedriften i fare.

Historiene Berg (2009) fikk fortalt i sin studie fra 2007 viser også hvor viktig nettverk er for ens sosiale liv. Hun som i den ene fortellingen havner i en tvist med ei venninne merket fort hvor lite nettverket hennes var fordi hun ikke var fra stedet, og dette ble særlig synlig da rykter begynte å svirre. Siden hun satt igjen med et svært lite nettverk, vurderte hun til slutt å flytte fra stedet. En av de andre historiene viser hvordan gode sosiale nettverk har mye å si for trivselen. Dette paret ble kjent med mange i bygda, også andre innflyttere.

Med dette som bakgrunn forundrer det meg at så mange av parene jeg har snakket med har vært dårlige til å opprette kontakt med andre i bygda. Dette gjelder spesielt de to parene som har vært her lengst, Anna og Arne og Britt og Bernt. Sistnevnte par hadde en generell skepsis til andre innflyttere i bygda, og mente at de ikke hadde tid til å bli kjent med andre. Allikevel samarbeider de to parene ved å sende kunder til hverandre, og finner stor nytte i dette. Positive sider ved stort nettverk kan også sees hos Marit og Morten som har tatt med seg sin bedrift fra hjemlandet, og med dette også tatt med seg kundegruppen. Dette fremhever Kalantaridis (2010) som positivt i sammenheng med entreprenørskap, som også mener det kan styrke forholdet mellom stedet og omverdenen.

### **5.6.3 Nordmenn vs. nederlendere**

Jeg har, gjennom å snakke med disse personene, fått inntrykk av at deres forventninger og ønsker om å få mer fri og tid til familien bare delvis har blitt innfridd. Det er helt klart at de har en annen arbeidsmoral enn det vi nordmenn har, i den grad jeg kan uttale meg om det uten å ha studert hvordan vi nordmenn generelt gjør jobben vår. Noe som kommer tydelig frem er i hvert fall at nederlenderne jeg har pratet med alle er enige om at det er store forskjeller mellom oss, i hvert fall i jobbsammenheng.

Kulturelt er de fleste enige om at vi er ganske like. Kanskje bortsett fra at nordmenn er mer nasjonalistiske, og da viser de til tradisjonsmat og feiring av nasjonaldagen med alle de ulike bunadene og andre tradisjonelle aktiviteter. Som individer er det derimot mer som skiller oss fra hverandre. Enige er de også om at nederlandske bedrifter er mer profesjonelle. Både når

det gjelder kundebehandling og ferdigstilling av prosjekter. I Nederland er frist en frist og ja er et ja og avtaler er avtaler. De gjøres i lang tid i forveien, og har du fått en mail i innboksen, forventes det at du svarer innen neste dag. Om ikke får man fort en purring. Her kan det gå uker før man får svar. Nederlendere setter seg mål og gjennomfører disse. Om de ikke får det til føler de en slags skam. Dette kan være med på å forklare hvorfor de står sånn på med bedriftene sine. De gir seg aldri. Én påpeker også at konkurranse preger hjemlandet deres også på andre plan enn jobb. Et eksempel er under fotballkampene til ungene; ved tap i Norge sier man “godt jobba”, i Nederland er det ikke godt nok. Presset starter med andre ord mens man ennå er ung i deres hjemland.

Tross tydelige forskjeller, overrasker det meg hvor negative mange av de intervjuede parene er til norsk arbeidsmentalitet og -moral. Britt og Bernt skiller seg spesielt ut her. Helhetsinntrykket de ga var at de så negativt på stort sett alt annet enn utsikten de hadde fra vinduet. Nordmenn skyver ting foran seg, mens nederlendere setter seg mål og gjennomfører disse, mener de. I tillegg er nordmenn mer “kanskje” der nederlendere mener at avtaler er avtaler. Paret kan fortelle om flere tilfeller der leveransene deres ikke har kommet, og om hvordan leveransene heller ikke snur om de har glemt dem på ruta. En av grunnene til dette mener de er at det i Norge er for mange som har monopol på markedet, og at dette hindrer konkurranse. På tross av at de ikke, etter seks år med hardt arbeid, har fått med fritid eller tjener like godt som før, kommer de til å jobbe og stå på til helsa ikke tillater det lengre. De mener at nederlendere føler en slags skam om de ikke får til det de målene de har satt seg, og innrømmer at Nordmenn nok er litt mer avslappet når det gjelder dette. Men ikke nødvendigvis at det er positivt, for de legger frem eksempler der nordmenn bare slår seg selv konkurs med en gang de ikke får noe til, og bare setter i gang med nye prosjekter.

Andre er ikke like negative som det Britt og Bernt er, men oppfatningen er at nordmenn er tregere, eller på den annen side mer avslappet, alt ettersom hvem som forteller. Mentaliteten i Nederland, mener noen av de spurte, er mer “orker ikke”. De har ikke tid til overs etter at all jobbing og andre plikter er utført. I hjemlandet er de fleste opptatt med seg og sitt. Grunnen til dette mener Marit og Morten, er at om man skal være en del av livet i Nederland må man alltid være på. Man må være med på alt som skjer. I Norge har folk tid. Et eksempel er da de sendte sms til venner og bekjente for å informere om deres nye norske nummer. Svarene fra nordmennene kom med en gang, mens venner fra hjemlandet ikke svarte før flere dager etter.

Gjerne via e-post. De fleste konkluderer med at nordmenn nok har det lettere slik sett og er mindre stressa. Det forundrer meg derfor at ingen tar dette innover seg.

At nordmenn og nederlendere er forskjellige i mange ting er tydelig. Men slik jeg oppfatter det, er det mange av disse forskjellene som gjør at nederlenderne kommer hit til landet i utgangspunktet. De vil gjerne stresse ned og få mer frihet, men lar seg allikevel irritere over hvordan nordmenn tar seg tidlig fri på fredager og benytter seg av all permisjon de får muligheten til å ta ut. Ingen av informantene lever i noen luksus, så det er tydelig at det ikke er dette de er ute etter. Det er forståelig at det er vanskelig å omstille seg til en annen kultur og arbeidsmoral, men kanskje kunne en omstilling gitt dem en lettere hverdag. En hverdag som er nærmere deres bilde av rural idyll.

## 5.7 Fremtida

Mot slutten av intervjuene måtte jeg spørre hva de så for seg at fremtiden ville bringe. Det er tydelig at flere ønsker seg mer fritid og turer ut i naturen. Paret som driver butikk ser for seg at de en dag vil kunne midlertidig overlate driften til noen andre, og ta seg en ferie. De som har fått seg jobber ved siden av egen drift av B&B ser lyst på fremtiden og tror ting kommer til å gå bedre og bedre. De blir stadig mer positive. Karl har planer om at firmaet skal vokse og kanskje ta på seg oppdrag fra utlandet. Paret som driver restaurant er fokusert på å fortsette å jobbe, jobbe, jobbe. De har det i kroppen, og vet ikke hvordan de skal leve livet annerledes. Paret som bare har vært her ett år ser lyst på livet og uttaler "*We will never leave!*", og sier at om ting ikke fungerer på stedet de bor nå, så flytter de bare til et annet sted i Norge. Én ting er i hvert fall alle de intervjuede enige om; de flytter aldri tilbake til Nederland.

Det kan virke som om de på tross av at ønsket om mer fritid ikke har blitt innfridd, er fast bestemt på å bli her i landet, og fortsette å jobbe slik de gjør i dag. Kanskje kan man dra en sammenligning til informantene i Stone og Stubbs (2007) studie, som ikke ser på de lange arbeidsdagene som noe negativt, men heller som en byttehandel; en vedvarende innsats som er akseptabel når man setter det opp mot hva de får igjen i sine nye liv. Med unntak av Karl kan det også virke som om nederlenderne jeg har intervjuet er avslappet til bedriftens størrelse. Om dette stemmer kan det være likheter med Stone og Stubbs informanter også her.

Jeg tror mine informanter vil unngå fabrikkpreg, og er svært opptatt av kvalitet og personlig service. Dette kommer særlig godt frem i intervjuet med Marit og Morten.

## 6 Avsluttende kommentarer

---

Denne oppgaven har hatt som formål å belyse årsakene til hvorfor nederlenderne jeg har pratet med bosetter seg i Norge, og hvorfor de blir entreprenører. Gjennom intervju av fem par fra ulike kommuner i innlands-Norge, og en analyse av disse sammen med teorier om ruralitet og entreprenørskap, har jeg oppnådd en økt forståelse av forholdet mellom deres oppfatning av ruralitet og valg av bosted og yrke.

Mot-urbanisering ble oppdaget i USA på 1970tallet, og har siden det vært et tema innen flytteforskning. Her hjemme har vi også sett en trend de siste fem årene der færre flytter til byene, og tallet for innflyttere til mindre sentrale kommuner øker. Også regjeringen har et fokus på innflytting til rurale strøk, og skriver at tilflytting fra land i Europa, særlig Nederland, spiller en stor rolle.

Flytteforskning er ikke noe nytt, ei heller forskning på entreprenørskap blant migranter her i Norge. Men etter hva jeg har funnet, eller *ikke* funnet, er det lite forskning på migranter og entreprenørskap på bygda. På grunn av dette har det vært et spennende tema å skrive om.

I forkant av intervjurundene var jeg farget av ulike avisartikler om nederlendere som hadde flyttet til Norge. Inntrykket var at de i *hovedsak* kom fordi de ville bli entreprenører, og fordi de i tillegg til dette hadde et ønske om å komme seg nærmere naturen.. Under arbeidet med oppgaven har jeg måttet utvide og nyansere dette bildet.

### 6.1 På sporet av rural idyll

De intervjuede parene kommer alle fra store byer i Nederland, slik som Rotterdam den nest største byen i landet med godt over en halv million innbyggere. Her var de vant med å måtte sitte i kilometerlange køer for å komme seg på jobb hver dag og alltid ha den fineste bilden og de flotteste tingene. Barna gikk på skole fra ni til fire, fritidsaktiviteter hadde lange ventelister og fikk de ungene inn ble det en økonomisk utfordring og det ble stilt store krav til barnas

ytelse. Å leke ute ga lite, siden det er trangt om plassen i slike store byer, og det var langt til nærmeste uteområde med skog, frisk luft og utsikt uten bygningsmasse.

Etter at jeg fikk høre hvordan hverdagen til de intervjuede var da de bodde i sine hjemland, forstod jeg at de lengtet etter noe mer. Noe annet enn det stressende bylivet. Rurale områder er det svært lite av i Nederland, om ikke fraværende, skal vi tro OECDs rapport (Haarsten et al. 2003a). Det blir bygget boligområder i “landlige omgivelser”, men dette betyr ofte bare at de ligger utenfor byen, og har hver sin hage. Ikke at husene ligger i nærheten av skog og vill natur. Woods (2011) forteller oss om hvordan vi gjennom globaliseringen har fått muligheten til å oppleve nye land og steder, og gjennom ferier i Norge er det flere av parene som fikk øynene opp for naturen, den friske luften og stillheten som de finner på bygdene her. De som aldri besøkte Norge før de flyttet, har helt sikkert fått servert romantiske bilder av landsbygda, med storslått natur, lykkelige barn i aktivitet ute, ville dyr og tradisjonell mat, gjennom sider som Placement og bildesøk på forskjellige søkemotorer. Bilder som, for noen som er vant med å bo i byen, kanskje vil se svært forlokkende ut. Det som har skjedd er at informantene har opparbeidet seg bilder av, og en lengsel etter noe ruralt idyllisk, og at denne ikke kan bli oppfylt i Nederland. Norge ble landet de alle fant sine drømmesteder. Med muligheten til å ha utsikt til skog, fjell og vann fra stuevinduet.

Under analysen av intervjuene kom det allikevel frem at deres bilde på rural idyll ikke bare bestod av naturopplevelser. De ønsket seg også mer tid og ro.

## **6.2 Idyllisk entreprenørskap?**

Blant funnene etter intervjuene fant jeg flere motiver for at nederlenderne jeg har snakket med ønsket å bli entreprenører. Blant disse var behovet for inntekt, mangel på jobbalternativ (for eksempel Ida og Ivar som ikke fant jobber som kunne relateres til deres utdanninger utenfor byene), misnøye med tidligere arbeidsplass og ønske om å endre livsstil. Alle disse går også igjen i funn fra andre studier, gjort både i inn- og utland. Ett av hovedmotivene blant de spurte er allikevel frihetsmotivet – et ønske om å bestemme over egen arbeidssituasjon og arbeidstid. Dette er en del av bildet de intervjuede har på rural idyll. Alle nederlenderne jeg intervjuet oppga at de syntes arbeidsdagene i hjemlandet var svært lange, og ikke minst krevende da de

alltid måtte være tilgjengelige. Dette var nødvendig om man skulle kunne leve det svært materialistiske levesettet i Nederland. Ved letingen etter rural idyll søkte de også etter mer fri og tid til å være med barna. Gå turer i skog og mark og virkelig utnytte naturen på stedene de har flyttet til.

Kort oppsummert har alle lett etter en realisering av bildet de har på rural idyll, og har tilsynelatende funnet dette i bygde-Norge. Entreprenørskapet kommer til som en løsning på hvordan de skal få mer kontroll over egen arbeidssituasjon, og dermed også få mer fritid. Problemet er bare at ingen gir uttrykk for å ha fått nettopp dette. Parene forteller om det motsatte; lange arbeidsdager, høye utgifter med å ha ansatte, dårlig service fra norske leverandører og svært lite fritid til å gjøre det de ønsket da de kom hit, å tilbringe mer tid i naturen og med barna. Det forundrer meg også at flere av parene ikke prøver å skaffe seg større nettverk i bygda de bor i, noe som kunne bidratt til at bedriften blir bedre integrert i lokalsamfunnet og gitt dem flere markedsmuligheter gjennom for eksempel en større kundegruppe.

At entreprenørskap *ikke* er en løsning for å oppnå mer fritid, har kommet tydelig frem. Nettopp derfor forundrer det meg at mange av parene ikke ga uttrykk for at de ville finne seg andre jobber. Det var ikke et tema under intervjuene. Anna og Arne var de eneste som ga uttrykk for at de endelig, etter åtte år, så muligheten for å få mer tid for seg selv etter at de la med restauranten og puben og tok seg hver sine deltidsjobber. Slik kunne de starte en B&B som tok mye mindre av deres fritid.

Med fare for at jeg i disse avsluttende kommentarene har virket negativ til hvordan oppgavens informanter har valgt å oppnå sine ruralt idylliske livsstiler, må jeg få sagt at parene jeg har snakket med er av et kaliber man sjeldent møter i Norge. Jeg har måttet si meg enig i at de har en helt annen arbeidsmoral enn oss nordmenn, og det beundrer jeg dem for. De står virkelig på, og gir ikke opp, selv om kunde grunnlaget for en matbutikk eller café baseres på bygdas 1200 innbyggere. Parene våger med dette å satse på bedrifter der få andre tør å gjøre det samme. At informantene velger å fortsette å jobbe like hardt, men fortsatt uttrykker hvor fornøyde de er med å bo på så vakre steder som de gjør, kan være to tegn på at de er av samme oppfattelse som menneskene i Stone og Stubbs (2007) sin undersøkelse; nemlig at de ser på den ekstra jobbingen som en byttehandel, enten som en kortvarig investering av tid for

å få bedriften operativ, eller som en vedvarende innsats som er akseptabel når man setter det opp mot hva de får igjen for det i sitt nye liv i Norge. Utsikt mot natur, stillhet og frisk luft.

### **6.3 Siste betraktninger**

Etter å ha vært igjennom arbeidet med denne oppgaven har jeg belyst to spørsmål, men sitter igjen med flere. Aller først skulle jeg gjerne visst om mine antagelser om at de ser på mye jobbing også her i landet som en byttehandel mot deres nye livssituasjon stemmer. Jeg skulle også gjerne hatt muligheten til å følge flere par over lengre tid, gjerne fra de ankom Norge og noen år frem i tid for å kunne fulgt hvordan eller om deres bilder av rural idyll endret seg underveis. En annen interessant vinkling ville vært og tatt en nærmere kikk på hvordan Placement, som har en heller liten rolle i denne oppgaven, driver sin business og hvordan folk som kommer hit via dem opplever flyttingen i forhold til de som kommer hit på egenhånd. Hvordan nederlenderne som migrerer til bygde-Norge påvirker stedene de kommer til ville også vært interessant forskning. Uansett er det ikke plass til alt dette i denne masteroppgaven, men om noen vil følge dette opp er det ingen tvil om at det vil kunne gå helt fint. Nederlenderne jeg har snakket med stilte villig opp, tok min henvendelse seriøst og brukte tid på meg. De bekrefter på den måten at de lever opp til sine egne arbeidsidealer.



## Referanser

---

**Agnew, John (1987)** *The United States in the World Economy* Cambridge: Cambridge University Press

**Antonsen, Karin Marie (2011)** *Å velge bosted i Lofoten : en diskursanalyse av folkelige fortellinger om bostedsvalg og hverdagsliv* PhD-avhandling, Geografisk institutt, NTNU. Trondheim

**Bell, David (2006)** "Variations on the rural idyll" i Cloke, Paul, Terry Marsden & Patrick H. Mooney eds. *Handbook of Rural Studies* London: SAGE Publications Ltd ss. 149-160

**Berg, Nina G. (2002)** "Kjønn, livsløp, sted og entreprenørskap – en teoretisk diskusjon" i Berg, Nina G. & Lene Foss eds. *Entreprenørskap – Kjønn, livsløp og sted* Oslo: Abstrakt forlag ss. 26-54

**Berg, Nina Gunnerud (2007)** "Fortellinger om flytting og bosteder" i Selstad, Tor, Britt Dale & Nina Gunnerud Berg eds. *Innovative Trøndelag Trondheim*: Tapir akademiske forlag ss. 159-172

**Berg, Nina Gunnerud (2009)** "Bostedsvalg – et spørsmål om sted, mobilitet, bygd og by og hjem(met)" i Berg, Nina Gunnerud, Stig H. Jørgensen, Asbjørn Karlsen & Asbjørn Aase eds. *Mennesker og steder i samspill* Trondheim: Tapir akademiske forlag ss. 119-134

**Berg, Nina G. & Lene Foss (2002)** "Kjønnspektiver på entreprenørskap – en introduksjon" i Berg, Nina G. & Lene Foss eds. *Entreprenørskap – Kjønn, livsløp og sted* Oslo: Abstrakt forlag ss. 15-25

**Berg, Nina Gunnerud & Hans Kjetil Lysgård (2004)** "Ruralitet og urbanitet – bygd og by" i Berg, Nina G, Britt Dale, Hans K. Lysgård & Anders Løfgren eds. *Mennesker, steder og regionale endringer* Trondheim: Tapir akademiske forlag ss. 61-76

- Bill, Frederic, Björn Bjerke & Anders W. Johansson (2010)** “Demobilizing or mobilizing the entrepreneurship discourse: something else or none of it?” i Bill, Frederic, Björn Bjerke & Anders W. Johansson eds. *(De)Mobilizing the Entrepreneurship Discourse* Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited ss. 1-11
- Bjerke, Björn (2010)** “Entrepreneurship, space and place” i Bill, Frederic, Björn Bjerke & Anders W. Johansson eds. *(De)Mobilizing the Entrepreneurship Discourse* Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited ss. 97-122
- Blekesaune, Arild, Marit S. Haugen & Mariann Villa (2007)** “The Dream of a Small-holding” paper presented to the XXII Congress of the European Society of Rural Sociology, Wageningen, August 2007
- Bolkesjø, Torjus & Chatrine Brun (2006)** “Entreprenørskap i ulike regionale kontekster” i Spilling, Olav R. ed. *Entreprenørskap på norsk* Bergen: Fagbokforlaget ss. 122-146
- Bunce, Michael (2003)** “Reproducing rural idyll” i Cloke, Paul ed. *Country Visions* Harlow: Pearson
- Clifford, Nicholas J, & Gill Valentine (2003)** “Getting Started in Geographical Research: how this book can help” i Clifford, Nicholas, J. & Gill Valentine eds. *Key Methods in Geography* London: Sage Publications Ltd, ss. 1-16
- Cloke, Paul (2006)** “Conceptualizing rurality” i Cloke, Paul, Terry Marsden & Patrick H. Mooney eds. *Handbook of Rural Studies* London: SAGE Publications Ltd ss. 18-28
- Cloke, Paul & Paul Milborne (1992)** “Deprivation and lifestyles in Rural Wales. – II: rurality and the cultural dimension“ *Journal of Rural Studies* 8(4):359-371
- Cloke, Paul, Terry Marsden & Patrick H. Mooney (2006)** *Handbook of Rural Studies* London: SAGE Publications Ltd.
- Crang, Mike & Ian Cook (2007)** *Doing Ethnographies* London: Sage Publications Ltd.

- Dalen, Monica (2004)** *Intervju som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming* Oslo: Universitetsforlaget
- Davidsson, P. (2003)** “The domain of entrepreneurship research: Some suggestions” i Katz, J. & D. Shepherd eds. *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, 6, JAI Press
- Dowling, Robyn (2000)** “Power, Subjectivity and Ethics in Qualitative Research” i Iain Hay eds. *Qualitative Research Methods in Human Geography* Oxford: Oxford University Press ss. 23-36
- Dwyer, Claire & Melanie Limb (2001)** “Introduction: doing qualitative research in geography” i Limb, Melanie & Claire Dwyer eds. *Qualitative Methodologies for Geographers* London: Arnold, ss. 1-20
- Flognfeldt, Thor (2006)** “Second homes, work commuting and amenity migrants in Norway’s mountain areas” i Moss, Laurence A.G. ed. *The Amenity Migrants* Wallingford: CABI
- Foucault, Michel (1976)** *The Birth of the Clinic* London: Tavistock
- Frouws, Jaap (1998)** “The Contested Redefinition of the Countryside. An Analysis of Rural Discourses in The Netherlands” *Sociologia Ruralis* 38(1):54-68
- Grimsrud, Gro Marit (2000)** “Kvinner på flyttefot” i *Flyttemønstre og bygdekultur. Om kvinner på flyttefot og kvinners karrieremuligheter i distriktene ØF-rapport nr. 13/2000*
- Halfacree, Keith (1993)** “Locality and Social Representation: Space, Discourse and Alternative Definitions of the Rural” *Journal of Rural Studies* 9 (1):23-37
- Halfacree, Keith (1994)** “The importanse of ‘the rural’ in the constitution of counterurbanization: evidence from England in the 1980s” *Sociologica Ruralis* 13:164-189

**Halfacree, Keith (2006)** “Rural space: constructing a three-fold architecture” i Cloke, Paul, Terry Marsden & Patrick H. Mooney eds. *Handbook of Rural Studies* London: SAGE Publications Ltd ss. 44-62

**Haartsen, Tialda, Paulus P.P. Huigen & Peter Grote (2003a)** “Window on the Netherlands – Rural areas in the Netherlands” *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 94(1):129-136

**Haartsen, Tialda, Peter Groote & Paulus P.P. Huigen (2003b)** “Measuring age differentials in representation of rurality in The Netherlands” *Journal of Rural Studies* 19:245-252

**Haugen, Marit S. & Mariann Villa (2008)** “Idyllisk eller kjedeleg? – Slik ungdom ser bygda” i Almås, Reidar, Marit S. Haugen, Johan Fredrik Rye og Marianne Villa eds. *Den nye bygda* Trondheim: Tapir akademiske forlag

**Heins, Saskia (2004)** “Rural living in city and countryside: Demand and supply in the Netherlands” *Journal of Housing and the Built Environment* 19:391-408

**Hudson, R. (2001)** *Producing Places* London: Guildford Press

**Jackson, Peter (2001)** “Making sense of qualitative data” i Limb, Melanie & Claire Dwyer eds. *Qualitative Methodologies for Geographers* London: Arnold, ss. 199-214

**Johnston, Ron J. (2000)** “Counterurbanization” i Johnston, Ron J., Derek Gregory, Geraldine Pratt & Michael Watts eds. *The Dictionary of Human Geography* Oxford: Blackwell Publishing, ss. 119

**Johnstone, Harvey & Doug Lionais (2004)** “Depleted communities and community business entrepreneurship: revaluing space through place” i *Entrepreneurship and Regional Development* 16 (3):217-233

- Kalataridis, Christos (2010)** “In-migration, entrepreneurship and rural – urban interdependencies: The case of East Cleveland, North East England” i *Journal of Rural studies* 26:418-427
- Kvale, Steinar & Svend Brinkmann (2009)** *Det kvalitative forskningsintervju* Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS
- Landström, Hans (2000)** *Entreprenörskapets rötter* Lund: Studentlitteratur
- Landström, Hans (2005)** *Pioneers in entrepreneurship and small business research* New York: Springer Science + Business Media, Inc.
- Lithander, Jörgen (2005)** *Gränslandets ekonomi och entreprenörskap – en studie av småföretagande i glesbygden* Stockholm: Arbetslivsinstitutet
- Nelson, Lise & Peter B. Nelson (2010)** “The global rural: Gentrification and linked migration in the rural USA” *Progress in Human Geography* (utgitt på nett 08.10.10) hentet 25.01.11 fra <http://phg.sagepub.com/content/early/2010/10/07/0309132510380487.full.pdf+html>
- Placement (2011a)** sitat hentet 28.05.11 fra <http://www.placement.no/default.aspx?menu=11>
- Placement (2011b)** bilder lastet ned 28.05.11 fra <http://noorwegen.placement.nl/?lang=6&start=1>
- Schumpeter, J.A (1934, 1996)** *The theory of economic development* London: Transaction books
- Short, Brian (2006)** “Idyllic ruralities” i Cloke, Paul, Terry Marsden & Patrick H. Mooney eds. *Handbook of Rural Studies* London: SAGE Publications Ltd ss. 133-148

- Skelton, Tracey (2001)** “Cross-cultural research: issues of power, positionality and ‘race’” i Limb, Melanie & Claire Dwyer eds. *Qualitative Methodologies for Geographers* London: Arnold, ss. 87-100
- Smith, Susan (2001)** “Doing qualitative research: from interpretation to action” i Limb, Melanie & Claire Dwyer eds. *Qualitative Methodologies for Geographers* London: Arnold, ss. 23-40
- Spilling, Olav R. (1996)** *Etablererundersøkelsen 1996*
- Spilling, Olav R. (2006a)** “Om entreprenørskap” i Spilling, Olav R. ed. *Entreprenørskap på norsk* Bergen: Fagbokforlaget ss. 21-47
- Spilling, Olav R. (2006b)** “Entreprenørskap, etablerere og nye foretak” i Spilling, Olav R. ed. *Entreprenørskap på norsk* Bergen: Fagbokforlaget ss. 97-121
- SSB (1999)** “Statistikk mot år 2000: 1950-1951 - Flyttinger i Norge i 1951” hentet 12.05.11 fra <http://www.ssb.no/vis/emner/00/aar2000/art-1999-06-30-01.html>
- SSB (2011)** “Mye flytting, men mindre sentralisering” hentet 12.05.11 fra <http://www.ssb.no/emner/02/02/20/flytting/>
- Steger, M.B. (2003)** *Globalization: A very short introduction* Oxford: Oxford University Press
- Steyaert & Katz (2004)** “Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions” i *Entrepreneurship & Regional Development*, Special Issue, *Entrepreneurship in Society: Exploring and Theorizing New Forms and Practices of Entrepreneurship* 16 (3):179-196
- Stone, Ian & Cherrie Stubbs (2007)** “Enterprising expatriates: lifestyle migration and entrepreneurship in rural southern Europe” i *Entrepreneurship & Regional Development* 19 (5):433-450

**Stortingsmelding nr. 25 (2008-09)** *Lokal vekstkraft og framtidstru – Om distrikts- og regionalpolitikken*

**Valentine, Gill (2001)** “Developing a research design” i Limb, Melanie & Claire Dwyer eds. *Qualitative Methodologies for Geographers* London: Arnold, ss. 41-54

**Valentine, Gill (2005)** “Tell me about...: using interviews as a research methodology” i Flowerdew, Robin & David Martin eds. *Methods in Human Geography* Essex: Pearson Education Limited, ss. 110-127

**Van Dam, Frank, Saskia Heins & Berien S. Elbersen (2002)** “Lay discourses of the rural and stated and revealed preferences for rural living. Some evidence of the existence of a rural idyll in the Netherlands” *Journal of Rural Studies* 18:461-476

**Woods, Michael (2005)** *Rural Geography* London: Sage Publication Ltd.

**Woods, Michael (2009)** “Rural geography: blurring boundaries and making connections” *Progress in Human Geography* 33 (6):849-858

**Woods, Michael (2010)** “Performing rurality and practising rural geography” *Progress in Human Geography* 34 (6):835-846

**Woods, Michael (2011)** *Rural* Oxon: Routledge





## Vedlegg

---

### Intervjuguide

Introdusere meg selv, hva jeg driver med. Vil finne ut hva som ligger til grunn for at Nederlandere etablerer næringsvirksomhet i bygde-Norge.

- **Spørre om deres info**
  - Navn og fødselsår,
  - Familie
  - Utdanning
  - Tidligere arbeidserfaring
  - Når de kom til landet
  - Flyttehistorie

Deles inn etter tema:

- **Motivasjon for å flytte til Norge**
  - Var det tilfeldig at de ente opp i ...
  - Kommet hit på egenhånd eller gjennom rekruttering?
  - Hva sa familie og venner?
  - Hvilke forberedelser gjorde de før de flyttet?
- **Hva ligger til grunn for at de vil flytte fra Nederland?**
- **Forventninger**
  - Hvilke forventninger hadde de før de kom?
    - Stedet, menneskene, jobbforhold, kultur
  - Hvor kom forventningene fra?
  - Ble forventningene innfridd?
- **Dagliglivet**
  - Mottakelsen da de kom
  - Opplevelsen av lokalsamfunnet og de som allerede bor her.
  - Engasjement i lokalsamfunnet. Eks aktive frivillige?
  - Er man mye med andre nederlendere?
  - (*Hvordan blir nasjonalfølelsen påvirket? Er man nordmann eller nederlander?*) La dette komme av seg selv. Om ikke; dropp det.
- **Virksomheten/bedriften/forretningsideen**
  - Virksomhetstype
  - Størrelse; antall årsverk
  - Bredere forklaring på hva de driver med

- Hvor lenge har de drevet med dette
  - Hvor ble ideen til?
  - Drev de bedrift i hjemlandet også?
  - Forskjeller med å drive her enn i hjemlandet
  - Noen sammenheng mellom stedet og virksomheten?
    - Har stedet noe å si for valg av bedrift og omvendt?
  - Motivasjon for å starte næringsvirksomhet/bli entreprenører
  - Har de kanskje et eget “arbeidsmotto”?
    - Er det noe vedkommende syns er unikt med sin bedrift?
  - Hvilke tilbakemeldinger har de fått fra andre?
  - Hvordan går bedriften?
- **Nederlendere vs nordmenn**
  - Hva vil de si er den største forskjellen mellom oss?
  - Kan man merke forskjellene i arbeidssammenheng?
  - Har dere opplevd noen form for forskjellig arbeidsmoral?
- **Veien videre**
  - Hvordan ser de på fremtiden her i Norge?
- **Noe de vil tilføye som de føler er relevant for det vi har snakket om?**
- **Kontakter**
  - Kjenner de kanskje noen som har bodd og drevet i Norge som har flyttet hjem igjen? Kanskje de kan sette meg i kontakt?