

# Kartläggning av strategier för att öka befolkningen i kommuner och regioner



Regeringsuppdrag augusti 2007

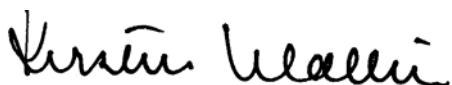
## Förord

Denna rapport redovisar ett regeringsuppdrag som Glesbygdsverket fick i regleringsbrevet för 2006 i syfte att kartlägga former och förekomst av strategier för en breddning av befolkningsunderlaget i gles- och landsbygder.

Projektledare för uppdraget har under en inledande period varit utredare Elisabeth Olofsson och därefter utredare Gunilla Eriksson. I projektgruppen har även utredare Carolina Schönbeck, informatör Maria Modigh samt administratör Ewa Sundberg ingått.

Glesbygdsverket vill tacka de företrädare för kommuner, län/regioner som avsatt tid för att besvara frågor.

Östersund augusti 2007



Kerstin Wallin  
Generaldirektör



# Innehåll

Sammanfattning	5
1 Inledning	8
1.1 Uppdrag	9
1.2 Syfte	9
1.3 Metod	10
2 Befolkningsutvecklingen	12
2.1.1 Befolkningsutvecklingen och invandringen	13
3 Andra studier i relation till bredda befolkningen	14
3.1 Integration och regional utveckling	14
3.2 Migration and place attractiveness	14
4 Kommunernas arbete med att bredda/öka befolkningen	16
4.1 Varför sker arbete för att bredda och/eller öka befolkningen?	16
Förbättra åldersstrukturen	17
Arbetskraftsbehov	18
Ökad internationell mångfald	18
Fylla tomma bostäder och utjämna snedvriden könsfördelning	19
Andra motiv	19
4.2 Finns det någon landsbygdsrelaterad aspekt på arbetet?	19
4.3 Hur arbetar kommunerna med frågan och finns det handlingsplaner eller liknande som de arbetar utifrån?	21
4.4 Hur länge har arbetet bedrivits och hur länge beräknas det pågå?	24
4.5 Vilka resultat av arbetet kan kommuner se hittills?	25
4.6 Sker samarbete med annan aktör?	26
5 Länens/regionernas arbete med att bredda/öka befolkningen	29
5.1 Varför sker ett sådant arbete?	29
Arbetskraft och öka företagandet	30
Internationell mångfald och snedvriden könsfördelning	30
5.2 Hur arbetar länen/regionerna med frågan och finns det handlingsplaner eller liknande som de arbetar utifrån?	30
5.3 Finns det någon landsbygdsaspekt på arbetet?	31
5.4 Hur länge har arbetet bedrivits och hur länge beräknas det pågå?	32
5.5 Vilka resultat av arbetet kan län/regioner se hittills?	32
5.6 Sker samarbete med annan aktör?	33
5.7 Skillnaderna mellan skogsläna och övriga län	34
6 Projektbeskrivningar	36
6.1 Värkning allmänt	36
6.1.1 Fördel Nordanstig	36
6.1.2 Ockelbo kommuns "Bostadsförsörjningsprogram" 2006 - 2013	36

6.1.3	Motala kommuns marknadsplan	37
6.1.4	Skara kommun	37
6.1.5	Oskarshamns kommun	37
6.1.6	Strategi för ekonomisk tillväxt i Eskilstuna	38
6.1.7	Hylte kommuns "Bo i din fritid"	38
6.2	Värvning av personer med utländsk bakgrund	39
6.2.1	Strömsund Nybyggerland	39
6.2.2	Ragunda kommuns "Göteborgsprojekt"	39
6.2.3	Projektet Enad kraft	40
6.2.4	Inflyttarprojektet "Öland Horizon", Mål 2 Södra	41
6.2.5	"Vi vill bli flera" ett projekt inom Leader+	41
6.2.6	Exemplet Värmland	41
7	Reflektioner och slutsatser	43
7.1	Hur går kommunerna och länen tillväga för att rekrytera nya invånare?	43
7.2	Attraktionskraft i centrum	44
7.3	Varför rekrytera nya invånare?	45
7.4	Resultat av arbetet	47
7.5	Resultat i förhållande till motiv	48
7.6	Hur länge har arbetet bedrivits och hur länge beräknas det pågå?	49
7.7	Samarbete med andra aktörer	50
7.8	Reflektioner avseende värvning av personer med utländsk bakgrund	50
	Bilagor	52
	Litteratur och referenser	54

# Sammanfattning

Många av Sveriges kommuner brottas med en negativ befolkningsutveckling och en allt mer åldrande befolkning, vilket bland annat kan medföra problem att upprätthålla den service som finns i kommunen. Samtidigt råder det brist på arbetskraft inom vissa yrkesgrupper. Sverige tenderar att bli allt mer tudelat, å ena sidan tre storstadsområden med överkapacitet i form av hög arbetslöshet och trängselproblematik inom bl.a. vård, omsorg och kollektivtrafik och å andra sidan mer än 200 kommuner från norr till söder som mer eller mindre har resursbrist inom en rad områden som följd av det minskande och åldrande befolkningsunderlaget, kommuner som har svårt att bl.a. hitta arbetskraft och upprätthålla service. I den här bilden torde den enes problematik vara den andres resurs.

Glesbygdsverket har under 2006 och 2007 i uppdrag att kartlägga former och förekomster av strategier för breddning av befolkningsunderlaget i gles- och landsbygder. Kartläggningen bygger på uppgifter inhämtade via webbenkät till 232 kommuner, dvs. alla kommuner utanför de tre storstadsområdena, samt alla 21 länen/regionerna. Svarefrekvensen från kommunerna är 65 procent och länen/regionerna 67 procent. Kartläggningen är ett underprojekt till regeringsuppdraget ”Öka genomslaget av integration, mångfald och arbete mot diskriminering i regionalt utvecklingsarbete” som Nutek koordinerar och där Glesbygdsverket är en av de deltagande myndigheterna.

Enligt den befolkningsprognos<sup>1</sup> som Landsbygdskommittén lät SCB ta fram, uppskattas glesbygderna förlora åtta procent av sin befolkning fram till år 2030. I absoluta tal är det drygt 14 000 personer. Hårdast slår denna minskning mot glesbygder i *skogslänens inland* som förväntas förlora drygt 12 procent samt glesbygderna i *skogslänen övrigt* som förlorar cirka 15 procent av sin befolkning. Även tätortsnära landsbygder och tätorter i skogslänen beräknas förlora sex respektive fyra procent av sin befolkning. Storstadsregionerna däremot beräknas öka sin befolkning med drygt 16 procent och även storstadsregionernas glesbygder kommer enligt prognosen att öka med så mycket som 13 procent fram till år 2030. Det är de kommuner som har en stor andel gles- och landsbygdsboende som tappar flest invånare och i synnerhet gäller det *skogslänens inland*. Utrikes födda personer spelar en stor roll för befolkningsutvecklingen i landet som helhet. Fördelningen av personer med utländsk bakgrund ser dock mycket olika ut i landet där denna grupp främst finns koncentrerad till de tre storstadsområdena.

På frågan om kommuner och den regionala nivån arbetar med att bredda/öka befolkningen är svaret entydigt. Sammantaget är det en massiv insats som görs för att bredda/öka befolkningen på lång sikt. Ett stort antal av Sveriges kommuner, länsstyrelser och regionala aktörer arbetar med frågan. De allra flesta arbetar med frågan mot bakgrund av att *öka befolkningen i allmänhet* och att *öka företagandet* är de högst prioriterade motiven. Många har arbetat länge och kommer också att fortsätta att arbeta tillsvidare med frågan. Samarbete sker såväl i kommuner som i län och samarbetet sker i de flesta fall med relativt många aktörer. Flertalet av kommunerna gör många aktiviteter och tre fjärdedelar har planer, strategier eller dylikt för sitt arbete. I stort sett är bilden den samma i kartläggningen av såväl kommuner som län/regioner. Skillnader finns, liksom skillnader beroende på läge i landet men skillnaderna är relativt små.

Motiven till arbeta med att bredda/öka befolkningen, förutom de högst prioriterade som nämns ovan, är att man vill åstadkomma förbättrad åldersstruktur samt öka

---

<sup>1</sup> Sveriges gles- och landsbygder, Glesbygdsverket 2006.

arbetskraften och i någon mån den yrkesverksutbildade före akademiskt utbildad arbetskraft. Att utjämna snedvriden könsfördelning och öka den internationella mångfalden hör till de lägst prioriterade motiven.

Marknadsföring av kommunen eller länet är den mest utbredda aktiviteten som i stort sett alla aktörer ägnar sig åt. Flertalet arbetar med många olika aktiviteter men marknadsföring i olika former dominerar och det mesta av marknadsföringen går ut på allmänt riktade aktiviteter. De typer av marknadsföringsinsatser som görs är i många fall så generella att de kan gälla alla utanför kommungränsen och argumenten är allmänt hållna såsom attraktiv livsmiljö. Det finns också gemensamma drag i marknadsföringen som tenderar att begränsa marknadsföringen till samma kategori av människor (högtbildade barnfamiljer med möjligheter till distansarbete). Några få redovisar aktiviteter riktade mot särskilda grupper. Ett exempel är Ragunda-Göteborgsprojektet där man värvar personer från invandrartäta stadsdelar i Göteborg till utbildning och/eller arbete i Ragunda. Ett annat är Öland Horizon där man riktar sig till entreprenörer och företagare boende i andra länder, främst i Holland. Andra metoder som används är att tillhandahålla inflyttningservice, att tillsätta en särskild tjänsteman som arbetar med frågan och att upprätta inflyttningsdatabaser.

Attraktionskraften tycks vara central för kommuner och regioner/län när det gäller arbetet med att bredda/befolkningen. Med utgångspunkt i de program som gått igenom inom ramen för denna kartläggning, samt i tidigare utredningar, kan argumenten som förs fram i olika kommunala program, webbplatser och regionala program grupperas i tre grupper. Det är argument relaterade till naturgivna förutsättningar, argument relaterade till arbete, försörjning och utbildning samt argument relaterade till boende, fritid och rekreation. Den frekventa användningen av begreppet attraktivitet gör det intressant att ställa frågor, såsom vems perspektiv på attraktiviteten det är som förs fram? Är det attraktivitet för de som redan bor i kommunen som lyfts fram? Har undersökningar gjorts om vad som är attraktivt för potentiella grupper av inflyttare? Reflektionerna som görs och frågorna som uppkommer leder till tanken om att de beskrivningar som finns i program, på webbplatser och i marknadsföring exkluderar grupper i samhället som kanske är en viktig potential för inflyttning.

De resultat som kommunerna redovisat i störst utsträckning är ökade befolkningssiffror och färre utflyttade samt ett ökat antal företag. För glesbygdskommunerna gäller de två förstnämnda resultaten, däremot har inte ökade befolkningssiffror noterats på samma sätt som i de övriga kommuntyperna. Glesbygdskommunerna ser istället, i något högre utsträckning än övriga kommuner, färre utflyttade som ett resultat. Den befolkningsökning vissa kommuner ser behöver inte nödvändigtvis vara relaterad till de insatser som kommunen har gjort för att bredda/öka befolkningen. Bland kommentarerna från kommunerna nämns bl.a. att det är svårt att följa upp insatser eftersom det är flera faktorer som påverkar och att det är svårt att isolera om just aktiva insatser för att öka befolkningen är det som varit avgörande eller ej. Några kommuner anger också att det är för tidigt att se resultat.

I sammanställningen av enkäterna framgår att många kommuner fortsätter att arbeta med att bredda/öka befolkningen trots ringa eller avsaknad av resultat. Kan de relativt svaga resultaten kopplas till en marknadsföring med alltför bred målgrupp och alltför allmänna argument? En insats, som Ragunda kommuns ”Göteborgsprojekt” eller direkta stöd till familjer för att utöka antalet barn, gör det lättare att se om åtgärderna har gett avsett resultat i kommunen i form av ökad inflyttning eller ökning av antalet barn.

I samband med Glesbygdsvverkets uppdrag ”Integration och regional utveckling”<sup>2</sup> skickades en enkät ut med syftet att kartlägga omfattningen och formerna för aktiv värvning av personer med utländsk bakgrund i gles- och landsbygdskommuner. På frågan om kommunen arbetar med att värva nya invånare i projekt specifikt riktade till personer med utländsk bakgrund svarade 15 kommuner att de värvade särskilt mot personer med utländsk bakgrund. Tio av dessa kommuner har även svarat på föreliggande enkät. Endast två kommuner instämmer i denna enkät att ökad internationell mångfald är ett bakomliggande motiv i deras arbete med att bredda/öka befolkningen. Det skulle kunna tyda på att i den allmänna värvningen är integrationsfrågan i viss mån bortglömd.

---

<sup>2</sup> *Integration och regional utveckling, Glesbygdsvverket 2005.*



# 1 Inledning

”Unga drar – de äldre blir kvar” är rubriken på en artikel som finns att läsa i Dagens Samhälle nummer 17, 2007, och som skildrar den besvärliga situation som en stor del av landets kommuner står inför. Det är också den utveckling Glesbygdverket noterat under många år och redovisar i bl. a. årsbok 2006<sup>3</sup>. Även om Sverige som helhet ökar befolkningsmässigt och enligt prognoser fram till 2020 med bortåt 400 000 invånare så är det främst de tre storstadsområdena Stockholm, Göteborg och Malmö som kommer att stå för cirka 80 procent av tillväxten.

Många av Sveriges kommuner brottas sålunda med en negativ befolkningsutveckling och en allt mer åldrande befolkning, vilket bland annat kan medföra problem att upprätthålla den service som finns i kommunen. Samtidigt råder det brist på arbetskraft inom vissa yrkesgrupper. I många kommuner anses en ökning av befolkningen eller stabilisering av den negativa befolkningsutvecklingen central för kommunens möjligheter att erbjuda och utveckla den service som tillhandahålls samt bibehålla kompetensnivån. En god servicenivå anses i sin tur vara en förutsättning för att skapa inflyttning.

Mot bakgrund av detta kan Sverige delas upp i två delar som står med varsin problematik. Å ena sidan tre storstadsområden med överkapacitet i form av hög arbetslöshet och trängselproblematik inom bl.a. vård, omsorg och kollektivtrafik. Å andra sidan finns mer än 200 kommuner från norr till söder som mer eller mindre har resursbrist inom en rad områden som följd av det minskande och åldrande befolkningsunderlaget. Kommuner som har svårt att bl.a. hitta arbetskraft och upprätthålla service. I den här bilden torde den enes problematik vara den andres resurs.

En nollframskrivning av födelsetal, dödstal och utflyttning, dvs. ett antagande om att dessa parametrar följer dagens nivåer, gör det möjligt att se hur många inflyttare som skulle behövas för att behålla dagens invånarantal. I glesbygderna i *skogslänens inland* krävs en ökning av inflyttningen på 23 procent och i *skogslänen övrigt* skulle en inflyttning som ökade med 27 procent kunna hålla dagens nivå stabil fram till 2030. Det innebär att glesbygder i *skogslänen* behöver locka till sig cirka 1 000 personer fler per år och glesbygder i *skogslänen övrigt* behöver cirka 400 fler inflyttare per år. Även tätortsnära landsbygd och tätorter i *skogslänens inland* behöver öka sin inflyttning med 10 respektive 7 procent per år för att bibehålla dagens nivå. Det är också avgörande vilka personer som flyttar in. I områden med åldrande befolkning är det tillskott av unga människor i barnafödande ålder som behövs för att ge en bestående effekt. I ett tillväxtorienterat resonemang handlar det i första hand om att hitta lösningar på de problem som befolkningsminskningen för med sig men också att hitta strategier för att lindra den negativa befolkningsutvecklingen.

I Glesbygdverkets rapport ”Integration och regional utveckling” från december 2005 genomfördes en enkätstudie som syftade till att undersöka om kommunerna gjorde något för att försöka komma till rätta med det sviktande befolkningsunderlaget samt kartlägga omfattningen och formerna för aktiv värvning av personer med utländsk bakgrund i gles- och landsbygdskommuner. 15 kommuner svarade att de särskilt arbetade med värvning av personer med utländsk bakgrund och att detta främst sker från andra kommuner eller direkt från andra länder<sup>4</sup>. Det ställdes även en fråga om värvning i allmänhet, för att öka

<sup>3</sup> Sveriges gles- och landsbygder 2006, Glesbygdverket 2006.

<sup>4</sup> Integration och regional utveckling, Glesbygdverket 2005.

befolkningen, och 118 av de 196 svarande kommunerna hade någon form av aktiv värvning av personer till sin kommun.

Marknadsföring av platser är, enligt Thomas Nedomysls<sup>5</sup> avhandling, ett utbredd fenomen och handlar oftast om att en plats på olika sätt försöker dra till sig turister och investerare. En utgångspunkt är att svenska kommuner alltmer börjat konkurrera om invånare. Vad som verkar skilja Sverige från andra länder i detta avseende är inriktningen på att försöka få nya invånare till sina kommuner och inte bara tillfälliga besökare och investerare. Fenomenet ser dessutom ut att öka i omfattning vad gäller såväl aktiviteter som resurser och är i dag en viktig del i många kommuners utvecklingsstrategi.

## 1.1 Uppdrag

Under 2006 och 2007 har Glesbygdverket ett regeringsuppdrag med syfte att kartlägga former och förekomster av strategier för breddning av befolkningsunderlaget i gles- och landsbygder. Uppdraget är till viss del en fortsättning på den enkätstudie som Glesbygdverket gjorde under 2005<sup>6</sup>, men skiljer sig från rapporten ”Integration och regional utveckling” samt Nedomysls avhandling eftersom även länsstyrelser eller motsvarande aktörers värvningsaktiviteter, utöver kommunernas, kartläggs. Vidare tolkas uppdraget som att inget särskilt fokus ska läggas på personer med utländsk bakgrund, utan fokus läggs på en mer allmän frågeställning rörande om och hur det arbetas med strategier för att bredda befolkningsunderlaget i gles- och landsbygder. En annan skillnad mot Nedomysls avhandling är Glesbygdverkets gruppering av kommuner i glesbygdskommuner, tätortsnära landsbygdskommuner och tätortskommuner i enlighet med verkets definition av gles- och landsbygder<sup>7</sup>. Att bredda befolkningsunderlaget tolkar Glesbygdverket i första hand som att en ökning av befolkningsunderlaget sker, men även att insatser görs för de som redan finns på plats.

## 1.2 Syfte

Syftet med denna studie är att kartlägga förekomsten av strategier och former för breddning av befolkningsunderlaget i gles- och landsbygder hos kommuner och länsstyrelser eller motsvarande. Fokus i arbetet är således kommunernas och länens strategier för att bredda/öka befolkningen överhuvudtaget.

Rapporten är ett underprojekt till regeringsuppdraget ”Öka genomslaget av integration, mångfald och arbete mot diskriminering i regionalt utvecklingsarbete” som Nutek (Verket för näringslivsutveckling), Arbetslivsinstitutet, Arbetsmarknadsstyrelsen, Integrationsverket, ITPS (Institutet för tillväxtpolitiska studier), Glesbygdverket och fyra pilotlän (Västerbotten, Stockholm, Kalmar och Skåne län) har. Nutek koordinerar detta uppdrag. Glesbygdverket har valt att genomföra kartläggningen av former och förekomst av strategier för en breddning av befolkningsunderlaget i gles- och landsbygder som ett underprojekt till integrationsuppdraget ovan dels, för att det enbart är Glesbygdverket som har just detta specifika uppdrag och dels, för att fokus är på gles- och landsbygder i allmänhet och inte främst på integration. Mångfald och integration finns med som enskilda ingredienser i denna studie.

Kopplingen mellan de båda uppdragen är den regionala utvecklingen. Nya invånare till kommunen är för många kommuner slutmålet med det utvecklingsarbete som de

---

<sup>5</sup>Nedomysl T, *Migration and Place Attractiveness*, Uppsala Universitet 2006.

<sup>6</sup> *Integration och regional utveckling*, Glesbygdverket 2005.

<sup>7</sup> Tätort: >3000 inv. inkl. 5 min. bilreseomland, tätortsnära landsbygd: upp till 40 min. omland till tätort, glesbygd: mer än 40 min. omland till tätort.

bedriver. Detta, dvs. en bättre regional befolkningsstruktur, är också viktigt för den regionala utvecklingen, liksom i förlängningen den regionala tillväxten.

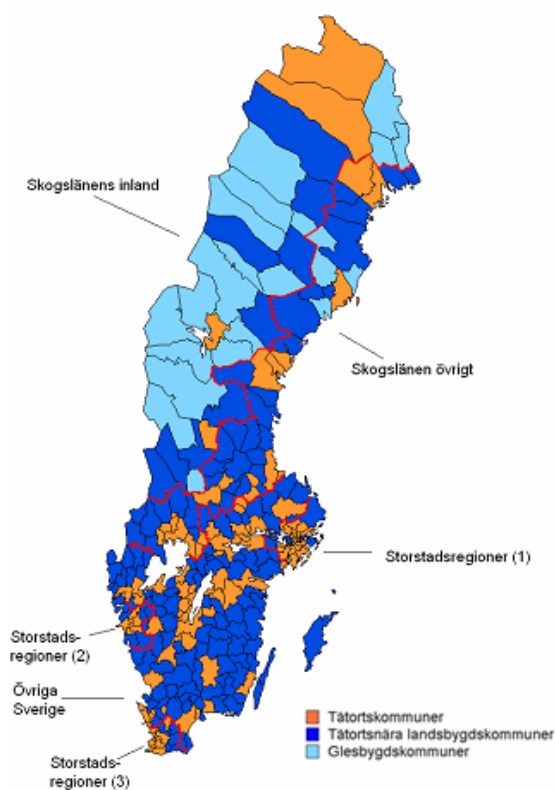
### 1.3 Metod

Studien bygger på uppgifter inhämtade via webbenkät<sup>8</sup>. Enkäten har skickats till två målgrupper varav den ena målgruppen består av 232 kommuner. Den andra gruppen är samtliga länsstyrelser och, i frågan om arbete med regionalt utvecklingsarbete, motsvarande organ på regional nivå, det vill säga regionala självstyrelseorgan och kommunala samverkansorgan. De två sistnämnda kommer i rapporten att kallas för regionala aktörer.

Enkäten har skickats till kommunchefen i respektive kommun och till informationschefen hos länsstyrelser och regionala aktörer med uppmaning att vidarebefordra till den som är bäst lämpad att svara.

Därutöver har fyra länsstyrelser fått besvara enkäten i efterhand via telefon. Dessa svar har inte lagts in i sammanställningen av enkätsvaren utan används som jämförelsematerial.

De 232 kommuner som har valts ut ligger utanför storstadsområdena Stockholm, Göteborg och Malmö. Kommunerna har valts ut eftersom de i större eller mindre utsträckning representerar ett vikande befolkningsunderlag. 160 av de utvalda kommunerna är glesbygds- eller tätortsnära landsbygdskommuner och/eller kommuner i skogslänen<sup>9</sup>. Tätortskommuner i övriga Sverige finns med som referens förutom att det bland dessa också finns kommuner med minskande befolkning.



<sup>8</sup> Se bilaga 2 och 3.

<sup>9</sup> Enligt Glesbygdsverkets definition.

**Tabell 1. Antal kommuner som fått enkäten fördelade på kommuntyper och regioner.**

Kommuntyp/region	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige	Totalt
Tätort	4	21	47	72
Glesbygd	18	4	-	22
Tätortsnära landsbygd	9	33	96	138
Totalt	31	58	143	232

150 av kommunerna svarade på enkäten vilket ger en svarsfrekvens på 65 procent. Högsta svarsfrekvens har tätortsnära landsbygdskommuner medan tätortskommuner har den lägsta svarsfrekvensen. *Skogslänen övrigt* är den region som har högst svarsfrekvens och regionen *övriga Sverige* den lägsta.

**Tabell 2. Kommunernas svarsfrekvens.**

Kommuntyp/region	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige	Totalt
Tätort	50%	67%	45%	51%
Glesbygd	67%	50%	-	64%
Tätortsnära landsbygd	78%	76%	70%	72%
Totalt	68%	71%	62%	65%

Valet att skicka enkäten till både länsstyrelser och regionala aktörer motiveras av att det är svårt att på förhand veta vilken aktör som arbetar med den här typen av frågor. Det bekräftas av svaren som inkommit. I vissa län arbetar enbart den ena aktören med frågan och i andra län gör både länsstyrelse och regionala aktörer det. Länens svarsfrekvens är 67 procent. Alla 21 länsstyrelserna och regionala aktörer fick enkäten och 14 län representeras i inkommande svar. 3 av de 7 skogslänen svarade på enkäten.

Svarsfrekvensen på respektive fråga i enkäten till kommunerna är närmare 100 procent.

Enkäten till länsstyrelser eller motsvarande har också i stort sett 100 procents svarsfrekvens på respektive fråga. Störst bortfall har fråga 6, där 3 län/regioner inte besvarat frågan.

En intervju har genomförts i syfte att fördjupa kunskaper om ett av de projekt som bedrivits för att bredda/öka befolkningen. Intervjun genomfördes som ett samtal men med ett antal frågeställningar som grund, vilka var utskickade på förhand. Två personer från Ragunda kommun deltog i samtalet, som genomfördes av två utredare från Glesbygdverket.

## 2 Befolkningsutvecklingen

Under en tio-årsperiod, från mitten av 1990-talet och framåt, har Sveriges glesbygder minskat sin befolkning med 20 000 personer, vilket är nästan tio procent. De tätortsnära landsbygderna minskade under samma tidsperiod sin befolkning med cirka 1,5 procent, cirka 29 000 personer. I de tätortsnära landsbygderna har variationer skett över tid och efter en liten nedgång strax före år 2000 har en ökning skett och då särskilt i tätortsnära landsbygdsområden nära större länscentra.

Enligt den befolkningsprognos<sup>10</sup> som Landsbygdskommittén lät SCB ta fram, uppskattas glesbygderna förlora åtta procent av sin befolkning fram till år 2030. I absoluta tal är det drygt 14 000 personer. Hårdast slår denna minskning mot glesbygder i *skogslänens inland* som förväntas förlora drygt 12 procent, närmare 12 700 personer, samt glesbygderna i *skogslänen övrigt* som förlorar cirka 15 procent av sin befolkning, drygt 4 800 personer. Även tätortsnära landsbygder och tätorter i skogslänen beräknas förlora sex respektive fyra procent av sin befolkning. Storstadsregionerna däremot beräknas öka sin befolkning med drygt 16 procent och även storstadsregionernas glesbygder beräknas öka med så mycket som 13 procent fram till år 2030. Det är de kommuner som har en stor andel gles- och landsbygdsboende som tappar flest invånare och i synnerhet gäller det *skogslänens inland*.

Befolkningsförändringen består av relationen mellan flyttnetto och födelsenetto. Relationen varierar något mellan åren men ett medelvärde för en utvald period speglar i stort sett skillnaden mellan glesbygder och storstäder. Ett genomsnitt för perioden 1999-2005 visar att i skogslänens glesbygder beror minskningen till ungefär lika delar på ett negativt födelsenetto som på ett negativt flyttnetto, medan tillväxten i storstadsområdena till stor del beror på positiv inrikes omflyttning men även på ett positivt födelsenetto.

Den minskande befolkningen i olika delar av landet för med sig negativa effekter som minskat serviceutbud, såväl kommersiell som offentlig service, minskat skatteunderlag, problem att rekrytera arbetskraft, kompetensbrist m.m. Ett annat problem som befolkningsminskningen för med sig är att skevheten i åldersstrukturen gör att det blir en obalans mellan försörjare och försörjda. Rikets befolkningspyramid antar alltmer formen av en upp-och-nedvänd pyramid. För 2005 visar befolkningspyramiden för tätorterna ingen större avvikelse från riket, medan tätortsnära landsbygder och glesbygder visar en tydlig midja i åldersgrupperna 20-29 och 30-39. Andelen äldre är något större i tätortsnära landsbygder och markant större i glesbygder jämfört med riket och tätorter.

Det omvända förhållandet gäller för barn i åldersgruppen 0-9 år, som är markant mindre i glesbygder i relation till tätorter och riket som helhet. I tätortsnära landsbygder är gruppen 0-9 år i paritet med riket och gruppen 10-19 avsevärt större än vad gruppen är för riket som helhet. Stora barnkullar dyker upp med jämna mellanrum och gör att trenden mot en åldrande befolkning mattas i cykler. Dessa barnkullar tenderar att bli mindre för varje gång de uppstår, vilket bl.a. beror på att barnafödandet skjuts allt längre upp i åldrarna.

Även könsfördelningen utvecklas mot en skev situation i de glesare delarna av landet. Framför allt de inre delarna av skogslänen uppvisar ett tydligt överskott på män medan tätortskommuner, med undantag för tätortskommuner i *skogslänens inland*, har ett överskott på kvinnor. De personer som i huvudsak flyttar från gles- och landsbygder är unga personer i åldersklasserna 16-29 år, både kvinnor och män, dock flyttar något fler

<sup>10</sup> Sveriges gles- och landsbygder, Glesbygdsverket 2006.

kvinnor än män. Även åldersgruppen 65 år och äldre flyttar från glesbygder i riktning mot främst tätorter.

Till gles- och landsbygder flyttar i huvudsak personer i åldersgruppen 30-64 år. Den yngre delen av åldersgruppen, dvs. barnfamiljerna, flyttar till tätortsnära landsbygder i stor utsträckning medan glesbygder får sin största inflyttning från åldersgruppen strax under pensionsåldern, 50-64 år.

För många kommuner är det som helhet en stor dränering av befolkningsunderlaget och i synnerhet i de yngre och barnafödande åldersklasserna men det finns också en del variationer inom kommunerna. Det finns kommuner i *skogslänens inland* som lockar till sig unga kvinnor. Flera av dessa kommuner är stora inom vinterturismnäringen och det kan vara ett skäl till att man attraherar unga kvinnor i åldersgruppen 20-29 år.

### **2.1.1 Befolkningsutvecklingen och invandringen**

Utrikes födda personer spelar en stor roll för befolkningsutvecklingen i landet. Under åren 1994 till och med 2006 har befolkningen ökat med drygt 297 000 personer, varav nästan 90 procent av denna ökning består av utrikes födda personer. Under denna tidsperiod har det dessutom varit ett mycket lågt barnafödande i Sverige, vilket innebär att betydelsen av invandringen för befolkningsutvecklingen varit extremt stor.

Fördelningen av personer med utländsk bakgrund ser mycket olika ut i landet. Personer med utländsk bakgrund finns främst koncentrerade till kommuner i södra Sverige och mer än 50 procent av denna grupp bor i Stockholm, Göteborg och Malmö.

Andelen kvinnor bland personer med utländsk bakgrund är 51,4 procent i riket, vilket kan jämföras med utrikes födda, där andelen kvinnor är något högre, 52,2 procent. Fördelningen ser mycket olika ut i olika delar av landet. För de med utländsk bakgrund är det ett kvinnoöverskott i alla delar av landet, medan det för de med svensk bakgrund är ett kvinnoöverskott i alla tätortskommuner utom i *skogslänens inland*. I skogslänen är det ett markant kvinnoöverskott bland de som har utländsk bakgrund i alla kommuner (mellan 53,2 och 59,7 procent) förutom tätortskommuner i *skogslänen övrigt* som speglar riket i stort. En möjlig förklaring till det stora kvinnoöverskottet är anhöriginvandring där en utländsk kvinna träffat en svensk man.

## 3 Andra studier i relation till bredda befolkningen

### 3.1 Integration och regional utveckling

Under 2005 hade Glesbygdsverket i uppdrag att öka kunskapen om hur integrationen av utrikes födda personer sker i gles- och landsbygdsregioner. Studien inriktade sig på att dels tydliggöra invandrargrupperns betydelse för den ekonomiska utvecklingen i gles- och landsbygdsregioner, dels att kartlägga den geografiska rörligheten mellan olika regioner.

En frågeställning i studien var vilka strategier som fanns i gles- och landsbygdskommuner för att värva utrikes födda personer. För att kunna besvara frågeställningen samt frågan om värvning för att öka befolkningen skedde gick Glesbygdsverket ut med en enkät till 232 av landets kommuner. Ungefär hälften av de tillfrågade 232 kommunerna hade någon form av aktiv värvning som riktade sig till alla som ville flytta till kommunen, oavsett ursprungsland. 15 kommuner svarade att de särskilt arbetade med detta och att värvningen skedde främst från andra kommuner eller direkt från andra länder. Med värvning avses insatser utöver flyktingmottagning och liknande.

Det motiv, till varför värvning skedde av personer med utländsk bakgrund, som förekom flest gånger i svaren var att helt enkelt öka befolkningen i kommunen. Andra motiv var att förbättra åldersstrukturen, behov av yrkesutbildad arbetskraft, behov av akademisk arbetskraft och behov av arbetskraft allmänt. Den vanligaste aktiviteten var att direkt rikta information till en särskild målgrupp. Värvingen sker från andra kommuner eller orter i Sverige. Drygt hälften av de 15 kommunerna uppgav att värvning av personer med utländsk bakgrund skedde direkt från andra länder såsom Holland, Tyskland, Danmark och Norge. Ett par kommuner svarade att de bearbetar fritidshusägare från andra länder att bli permanentboende. Åtta av kommunerna uppgav att ett resultat av aktiviteterna var ökad inflyttning till kommunen. Andra resultat var att kommunen fått rätt arbetskraft och fler unga invånare.

### 3.2 Migration and place attractiveness

Det övergripande syftet i Thomas Niedomysls avhandling från 2006 är att undersöka platsers attraktivitet ur ett migrationsperspektiv. De två första av totalt sex artiklar i avhandlingen tar sin utgångspunkt i att svenska kommuner alltmer börjat konkurrera om invånare. Marknadsföring av platser är, enligt avhandlingen, ett utbrett fenomen och handlar oftast om att en plats på olika sätt försöker dra till sig turister och investerare. Vad som dock verkar skilja Sverige från andra länder i detta avseende är inriktningen på att försöka få nya invånare till sina kommuner och inte bara tillfälliga besökare och investerare. Enligt de genomförda undersökningar som avhandlingen består av har närmare 50 procent av 220 kommuner genomfört någon form av marknadsföring för att locka inflyttare. Niedomysl ser också att de mest eftertraktade inflyttarna är barnfamiljer. Fenomenet med att locka inflyttare ser dessutom ut att öka i omfattning vad gäller såväl aktiviteter som resurser och är i dag viktiga delar i många kommuners utvecklingsstrategier. Niedomysl konstaterar att de demografiska aspekterna i stora delar av Sverige såsom låga födelsetal, utflyttning och en förväntad åldrande befolkning är

orsakerna bakom dessa alltmer vanliga grepp för att försöka ändra en negativ befolkningsutveckling. I avhandlingen konstaterar Nedomysl att analyser av befolkningsciffror visar att marknadsföringskampanjer inte haft någon mätbart positiv effekt på inflyttningen.



## 4 Kommunernas arbete med att bredda/öka befolkningen

För att undersöka frågan om kommunerna arbetar med värvning och i så fall hur skickades en enkät ut till 232 kommuner. Svar inkom från 150 kommuner och 144 av dessa uppger att de arbetar med att försöka bredda/öka befolkningsunderlaget i kommunen. De sex kommuner som svarat nej på frågan finns samtliga i region *övriga Sverige* och motiverar svaret med att de inte har tillräckliga resurser (två kommuner) samt att det i kommunen inte finns några lediga bostäder (tre kommuner). En kommun svarar att den redan har en tillräckligt stor befolkning.

Av de 144 kommuner som arbetar med att bredda/öka befolkningen finns 21 i *skogslänens inland*, 41 i *skogslänen övrigt* samt 82 i *övriga Sverige*. Samtliga svarande glesbygdskommuner (14) har svarat att de arbetar med att bredda/öka befolkningen.

### 4.1 Varför sker arbete för att bredda och/eller öka befolkningen?

Kommunerna har fått svara på till vilken grad de instämmer helt (5) respektive inte alls (1) i olika motiv till varför kommunen arbetar med att försöka bredda/öka befolkningen. I enkäten listades tio olika alternativ samt en möjlighet till att ange annat/andra alternativ. Tabell 3 och 4 visar instämmandegraden i de olika alternativen samt rangordnar de olika alternativen med utgångspunkt i kommuntyp respektive region. De viktigaste motiven bakom arbetet är såväl i enkäten som helhet som i de olika kommuntyperna och regiontyperna att öka befolkningen i allmänhet, samt att öka företagandet.

Tabell 3. Rangordning och genomsnittlig instämmandegrad i skala 1-5 för motiv i kommuntyper.

Motiv/kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Öka befolkningen i allmänhet	1 (4,6)	1 (4,9)	1 (4,5)	1 (4,7)
Öka företagandet	2 (4,4)	2 (4,4)	2 (4,4)	2 (4,4)
Förbättra åldersstrukturen	3 (3,9)	3 (4,3)	3 (4,1)	6 (3,3)
Behov av yrkesutbildad arbetskraft	4 (3,8)	3 (4,3)	4 (3,7)	3 (3,8)
Behov av akademisk arbetskraft	5 (3,6)	6 (3,4)	5 (3,6)	4 (3,7)
Behov av arbetskraft allmänt	6 (3,5)	5 (3,8)	7 (3,5)	5 (3,5)
Öka befolkningen utanför tätorter	7 (3,3)	7 (3,3)	5 (3,6)	6 (3,3)
Ökad internationell mångfald	8 (2,7)	8 (3,1)	8 (2,7)	8 (2,7)
Utjämna snedvriden könsfördelning	9 (2,3)	10 (2,2)	9 (2,3)	9 (2,2)
Fylla tomma bostäder	10 (2,1)	9 (2,6)	10 (2,0)	10 (2,0)

106 av kommunerna instämmer helt i motivet att arbetet med att bredda/öka befolkningen sker för att öka befolkningen i kommunen i allmänhet. Det är 74 procent av de 144 kommunerna som svarar positivt på frågan om arbete bedrivs för att bredda

befolkningen. Oavsett kommutyp eller regiontillhörighet är det detta motiv som får högst instämmandegrad (se tabell 3). Bland de olika kommunkategorierna är det glesbygdskommunerna som har högst instämmandegrad (4,9) medan tätortsnära landsbygdskommuner instämmer i lägst grad av de tre kommungrupperna. När det gäller företagandet är instämmandegraden den samma för alla kommungrupper. Mora kommun, en tätortsnära landsbygdskommun i *skogslänens inland*, är en av de kommuner som instämmer helt i motivet att öka befolkningen i allmänhet och kommenterar frågan med att det ”främst jobbas för att helt enkelt öka befolkningen”. Tätortskommunen Höganäs kommenterar frågan med att det inte finns andra uttalade mål än att öka befolkningen. 75 av kommunerna (52 procent) instämmer helt i motivet att arbetet sker mot bakgrund att öka företagandet.

**Tabell 4. Rangordning och genomsnittlig instämmandegrad i skala 1-5 för motiv i regioner.**

Motiv/regioner	Samtliga kommuner	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Öka befolkningen i allmänhet	1 (4,6)	1 (4,9)	1 (4,6)	1 (4,5)
Öka företagandet	2 (4,4)	2 (4,4)	2 (4,3)	2 (4,4)
Förbättra åldersstrukturen	3 (3,9)	3 (4,3)	4 (3,7)	3 (3,9)
Behov av yrkesutbildad arbetskraft	4 (3,8)	4 (4,0)	3 (3,8)	4 (3,7)
Behov av akademisk arbetskraft	5 (3,6)	6 (3,4)	5 (3,5)	5 (3,6)
Behov av arbetskraft allmänt	6 (3,5)	5 (3,6)	5 (3,5)	7 (3,5)
Öka befolkningen utanför tätorter	6 (3,5)	7 (3,3)	7 (3,4)	5 (3,6)
Ökad internationell mångfald	8 (2,7)	8 (3,1)	8 (2,8)	8 (2,6)
Utjämna snedviden könsfördelning	9 (2,3)	10 (2,2)	9 (2,5)	9 (2,2)
Fylla tomma bostäder	10 (2,1)	9 (2,6)	10 (2,4)	10 (1,8)

Indelning i regioner visar att instämmandegraden för de två motiven, öka befolkningen och öka företagandet är störst även här (se tabell 4). När det gäller motivet öka befolkningen i allmänhet är instämmandegraden för enkäten i helhet 4,6. Kommunerna i region *skogslänens inland* har högst genomsnitt bland regiontyperna när det gäller motivet att öka befolkningen, medan region *övriga Sverige* har lägst instämmandegrad.

Instämmandegraden för motivet öka företagandet kommer på andra plats och ser i stort sett lika ut i alla regioner.

#### **Förbättra åldersstrukturen**

Det tredje viktigaste motivet till att det bedrivs ett arbete för att bredda/öka befolkningen är att förbättra åldersstrukturen. Tätortskommunerna skiljer sig här genom att motivet kommer på sjätte plats i instämmandegrad. Det är också relativt stor skillnad mellan genomsnittet för glesbygdskommuner och tätortsnära landsbygdskommuner jämfört med tätortskommuner och motivet kan således ses som en starkare drivkraft i de två förstnämnda kommutyperna för arbetet med att bredda/öka befolkningen (se tabell 5).

**Tabell 5. Förbättra åldersstrukturen, genomsnitt per kommuntyp.**

Motiv/kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Förbättra åldersstrukturen	3 (3,9)	3 (4,3)	3 (4,1)	6 (3,3)

Regionerna uppvisar inte lika markanta skillnader som kommuntyperna. Motivet att förbättra åldersstrukturen väger tyngre i kommuner i *skogslänens inland* än det är i övriga regioner, då snittet är klart högre i *skogslänens inland* än för de två andra regionerna (se tabell 6). Det är emellertid anmärkningsvärt att skillnaden i instämmandegrad är så pass stor mellan *skogslänens inland* och *skogslänen övrigt*.

**Tabell 6. Förbättra åldersstrukturen, genomsnitt per region.**

Motiv/region	Samtliga kommuner	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Förbättra åldersstrukturen	3 (3,9)	3 (4,3)	4 (3,7)	3 (3,9)

### Arbetskraftsbehov

Det finns också en skillnad mellan kommuntyperna när det gäller behovet av arbetskraft (se tabell 7). Glesbygdskommunerna instämmer i högre grad i motivet behov av yrkesutbildad arbetskraft än övriga kommuntyper och i något lägre grad än övriga kommuntyper i motivet behov av akademisk arbetskraft.

**Tabell 7 Behov av arbetskraft, genomsnitt per kommuntyp**

Motiv/Kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Yrkesutbildad arbetskraft	4 (3,8)	3 (4,3)	4 (3,7)	3 (3,8)
Akademisk arbetskraft	5 (3,6)	6 (3,4)	5 (3,6)	4 (3,7)

Samma förhållande uppvisas när det gäller regiontyperna. *Skogslänens inland* instämmer i högst grad i motivet yrkesutbildad arbetskraft och i lägst grad i motivet akademisk arbetskraft (se tabell 8).

**Tabell 8. Behov av arbetskraft, genomsnitt per region.**

Motiv/Region	Samtliga kommuner	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Yrkesutbildad arbetskraft	4 (3,8)	4 (4,0)	3 (3,8)	4 (3,7)
Akademisk arbetskraft	5 (3,6)	6 (3,4)	5 (3,5)	5 (3,6)

### Ökad internationell mångfald

Ökad internationell mångfald hamnar i samtliga grupperingar på sjunde plats. Endast nio av 140 kommuner som besvarat frågan har till fullo instämt i motivet och instämmandegraden överlag är i genomsnitt 2,7 (se tabell 9). För kommunerna i *skogslänens inland*, där majoriteten av kommunerna som svarat är glesbygdskommuner, kan motivet ökad internationell mångfald skönjas som mer betydelsefullt än för kommunerna i övriga två regioner. En stor del av kommunerna instämmer i intervallet ett till tre förutom i glesbygdskommuner där snittet är 3,1 och därmed något högre.

**Tabell 9. Ökad internationell mångfald, snitt per kommuntyp.**

Motiv/Kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Förbättra åldersstrukturen	8 (2,7)	8 (3,1)	8 (2,7)	8 (2,7)

Intressant är att av de 15 kommuner som svarade att de aktivt värvar personer med utländsk bakgrund i rapporten Integration och regional utveckling är det två som graderar ökad internationell mångfald med fyra eller fem. Av de 15 kommunerna är fem stycken bortfall i denna kartläggning.

#### **Fylla tomma bostäder och utjämna snedvriden könsfördelning**

Samtliga kommuner instämmer i lägst grad i motiven utjämna snedvriden könsfördelning samt fylla tomma bostäder. Skillnaderna mellan såväl kommuntyper som regioner när det gäller motivet fylla tomma bostäder är mer markanta än skillnaderna om motivet utjämna snedvriden könsfördelning. När det gäller motivet fylla tomma bostäder har kommungruppen glesbygdskommuner högst genomsnitt (se tabell 10).

**Tabell 10. Motiven utjämna snedvriden könsfördelning och fylla tomma bostäder, genomsnitt per kommuntyp.**

Motiv/Kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Utjämna snedvriden könsfördelning	9 (2,3)	10 (2,2)	9 (2,3)	9 (2,2)
Fylla tomma bostäder	10 (2,1)	9 (2,6)	10 (2,0)	10 (2,0)

Glesbygdskommunernas högre snitt återspeglar sig i snittet för samtliga kommuner i region *Skogslänens inland* som är det högsta bland de tre regionerna. Denna region har, såsom tidigare skrivits, flest antal glesbygdskommuner. Genomsnittet för *övriga Sverige* är lägst bland de tre (se tabell 11).

**Tabell 11. Motiven utjämna snedvriden könsfördelning och fylla tomma bostäder, genomsnitt per region.**

Motiv/Regiontyp	Samtliga kommuner	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Utjämna snedvriden könsfördelning	9 (2,3)	10 (2,2)	9 (2,5)	9 (2,2)
Fylla tomma bostäder	10 (2,1)	9 (2,6)	10 (2,4)	10 (1,8)

#### **Andra motiv**

Kommunerna har också haft möjlighet att ange andra motiv till varför de arbetar med att försöka bredda och/eller öka befolkningen. 13 kommuner har angett andra motiv. Det vanligast förekommande motivet är att arbetet sker för att det är av vikt att förbättra skatteunderlaget både för att kunna säkra befintlig samhällsservice och för att kunna utveckla nya verksamheter. En kommun anger att rivningar genomförs av tomma lägenheter för att kommunen istället ska kunna bygga nya bostäder där människor vill bo.

#### **4.2 Finns det någon landsbygdsrelaterad aspekt på arbetet?**

Den femte frågan i enkäten har ställts för att kartlägga om insatser i arbetet med att försöka bredda/öka befolkningen styrs till särskilda områden utanför själva centralorten där det finns många tomma bostäder eller särskilda svårigheter att rekrytera personal. 143 kommuner har svarat på frågan, varav 31 kommuner (22 procent) har svarat att det finns en landsbygdsrelaterad aspekt på arbetet (se tabell 12). 105 kommuner (73 procent) har svarat nej på frågan, resten har svarat vet ej.

**Tabell 12. Antal kommuner som har landsbygdsrelaterad aspekt, uppdelat i kommuntyper och regioner, antal.**

Region/kommuntyp	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort	Samtliga kommuner
Skogslänens inland	3	2	-	5
Skogslänen övrigt	-	3	1	4
Övriga Sverige	-	18	4	22
Samtliga kommuner	3	23	5	31

På frågan om varför arbete med att bredda/öka befolkningen sker, dvs. motivet varför, kommer öka befolkningen utanför kommunens större tätorter, på sju plats med en instämmandegrad på 3,3 (se tabell 3). Endast 36 kommuner instämmer helt i det här motivet. Tre kommuner som instämmer helt är glesbygdskommuner i *skogslänens inland* (se tabell 13).

**Tabell 13. Antal kommuner som instämmer helt i motivet öka befolkningen utanför tätorter, uppdelat per kommuntyp.**

Motiv/Kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Öka befolkningen utanför tätorter	36	3	26	7

Bilden återkommer när instämmandegraden mellan de tre kommuntyperna jämförs. Instämmandegraden skiljer sig endast marginellt åt mellan kommuntyperna (se tabell 14) men återkommande är att det är mer betydelsefullt för de tätortsnära landsbygdskommunerna som har högst instämmandegrad i motivet att rekrytera invånare till områden utanför själva centralorten.

**Tabell 14. Genomsnitt per kommuntyp i motivet öka befolkningen utanför tätorter.**

Motiv/Kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Öka befolkningen utanför tätorter	7 (3,3)	7 (3,3)	5 (3,6)	6 (3,3)

Detta kan tolkas som att glesbygdskommunerna är beroende av fler invånare och att det är av mindre betydelse var dessa invånare väljer att bosätta sig i kommunen.

Kommunerna beskriver i kommentarerna både varför och hur de satsar på att sprida befolkningen utanför centralorten eller större orter. Argument till varför det finns en landsbygdsaspekt på arbetet med att försöka bredda/öka befolkningen är t.ex. att påverka den demografiska utvecklingen, bibehålla underlag för service och skolor, fylla tomma bostäder samt behålla det öppna landskapet.

När det gäller hur de arbetar med den geografiska aspekten är svaren mer spridda och allt ifrån projekt och strategier till mer konkreta handlingar nämns. Exempel på konkreta handlingar som kommunerna tar upp i kommentarerna till frågan är följande:

- Tar emot invandrare till vissa delar av kommunen,
- bygger generationsbostäder,
- marknadsför särskilda områden,
- lockar med kust- och sjönära boende,

- kartlägger tillgängligt boende för att ge möjlighet till prova på att bo på landsbygden samt
- bedriver särskilt fördjupningsarbete i översiktsplanen.

### **4.3 Hur arbetar kommunerna med frågan och finns det handlingsplaner eller liknande som de arbetar utifrån?**

144 kommuner har besvarat frågan på vilket/vilka sätt kommunen arbetar med att försöka bredda/öka befolkningen. Kommunerna har kunnat ange flera alternativ som svar på frågan och 48 av 144 har svarat att de arbetar med åtta eller fler aktiviteter för att bredda/öka befolkningen.

Det alternativ som flest kommuner (90 procent) kryssat för är att kommunen marknadsför sig på ett eller annat sätt (se tabell 15). Nästan lika många kommuner (87 procent) uppger att marknadsföringen sker genom att erbjuda attraktiva livs-/boendemiljöer. Ungefär 75 procent uppger att de gör turistsatsningar och ungefär lika stor andel uppger att de erbjuder attraktiva tomter. Cirka hälften av kommunerna arbetar mot en särskild målgrupp och har avsatt medel i budgeten för att driva frågan, bl.a. skriver en kommun att det finns en särskild tjänsteman för arbetet med att bredda/öka befolkningen. Hälften av kommunerna uppger att de tillhandahåller inflyttarservice, runt 25 procent att de har direktkontakt med andra länder samt genomför riktade insatser tillsammans med andra kommuner. 20 procent har kryssat för att de upprättat inflyttningsdatabaser.

Jämförelsen mellan kommungrupper visar att det finns vissa skillnader i hur de olika grupperna går till väga för att bredda/öka sin befolkning. Störst andel tätortskommuner marknadsför kommunen (97 procent) medan glesbygdskommuner i minst utsträckning marknadsför kommunen (71 procent). Glesbygdskommunerna arbetar i avsevärt större utsträckning med inflyttningsdatabaser och har en särskilt avsatt tjänsteman i större utsträckning än de övriga kommungrupperna. Vidare arbetar också större andel glesbygdskommuner mot särskild målgrupp och med möte och konferenser än övriga. Tätortsnära landsbygdskommunerna arbetar i större utsträckning med att tillhandahålla attraktiva tomter och att göra turistsatsningar än övriga kommungrupper. Det är också den kommungrupp som i störst utsträckning marknadsför landsbygdsområden i kommunen. Anmärkningsvärt är att glesbygdskommuner tillhandahåller attraktiva tomter i avsevärt mindre utsträckning än de övriga kommungrupperna.

Ett svarsalternativ för olika strategier för att bredda/öka befolkning är uppmuntran/hjälp att öka antalet barn. I enkäten visar det sig att 11 kommuner i landet sysslar med någon slags uppmuntran/hjälp att utöka sin familj. Vilken typ av uppmuntran framgår inte av svaren men det är dock intressant att så pass många kommuner svarar att de har en åtgärd som bidrar till ökat antal barn. Kommunerna som svarar är till övervägande del kommuner i glesbygd eller tätortsnära landsbygd i skogslänen. Tre kommuner tillhör tätortsnära landsbygd i region övriga Sverige.

Tabell 15. Rangordning av andel kommuner som använder respektive aktivitet fördelat på kommuntyp.

Aktiviteter/kommuntyp	Samtliga kommuner	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort
Marknadsföring av kommunen	1 (90,3)	2 (71,4)	1 (90,5)	1 (97,1)
Erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö	2 (86,8)	1 (78,6)	2 (86,3)	2 (91,4)
Tillhandahåller attraktiva tomter	3 (77,1)	9 (50,0)	3 (82,1)	3 (74,3)
Turistsatsningar	4 (76,4)	3 (64,3)	4 (78,9)	3 (74,3)
Arbete mot särskild målgrupp	5 (56,3)	3 (64,3)	5 (55,8)	7 (54,3)
Avsatt medel i budget	6 (51,4)	6 (57,1)	6 (51,6)	8 (48,6)
Tillhandahåller inflyttningservice	7 (50,7)	3 (64,3)	7 (45,3)	6 (60,0)
Reklam i media	8 (49,3)	9 (50,0)	8 (44,2)	5 (62,9)
Möten, konferenser, kongresser	9 (42,4)	9 (50,0)	10 (38,9)	8 48,6
Särskild tjänsteman avsatt	10 (38,9)	6 (57,1)	11 (35,8)	10 (40,0)
Marknadsföring mot landsbygd	11 (34,7)	14 (14,3)	9 (42,1)	12 (22,9)
Direkt kontakt med andra länder	12 (27,1)	12 (35,7)	12 (25,3)	11 (28,6)
Inflyttningsdatabas	13 (20,1)	6 (57,1)	13 (17,9)	13 (11,4)
Uppmuntran till barnafödande/adoption	14 (7,6)	13 (21,4)	14 (7,4)	15 (2,9)
Annat	15 (6,9)	15 (7,1)	14 (7,4)	14 (5,7)
Vet ej	0	0	0	0

Inga större skillnader kan ses om kommunerna grupperas i regioner, det vill säga *skogslänens inland*, *skogslänen övrigt* och *övriga Sverige*. Värt att notera är dock att i *skogslänens inland* är andelen kommuner som tillhandahåller attraktiva tomter ännu lägre än andelen glesbygdskommuner (se tabell 16).

**Tabell 16. Andel kommuner som använder respektive aktivitet fördelat på region.**

Aktivitet/regioner	Samtliga kommuner	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Marknadsföring av kommunen	1 (90,3)	2 (71,4)	1 (90,2)	1 (95,1)
Erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö	2 (86,8)	1 (81,0)	2 (85,4)	2 (89,0)
Tillhandahåller attraktiva tomter	3 (77,1)	7 (47,6)	3 (80,5)	3 (82,9)
Turistsatsningar	4 (76,4)	3 (66,7)	4 (70,7)	4 (81,7)
Arbete mot särskild målgrupp	5 (56,3)	3 (66,7)	6 (53,7)	5 (54,9)
Avsatt medel i budget	6 (51,4)	9 (42,9)	9 (51,2)	6 (53,7)
Tillhandahåller inflyttningservice	7 (50,7)	6 (52,4)	6 (53,7)	7 (48,8)
Reklam i media	8 (49,3)	11 (38,1)	5 (56,1)	7 (48,8)
Möten, konferenser, kongresser	9 (42,4)	9 (42,9)	6 (53,7)	9 (36,6)
Särskild tjänsteman avsatt	10 (38,9)	7 (47,6)	10 (39,0)	9 (36,6)
Marknadsföring mot landsbygd	11 (34,7)	13 (23,8)	10 (39,0)	11 (35,4)
Direkt kontakt med andra länder	12 (27,1)	12 (33,3)	12 (29,3)	12 (24,4)
Inflyttningsdatabas	13 (20,1)	5 (57,1)	13 (17,1)	13 (12,2)
Uppmuntran till barnafödande/adoption	14 (7,6)	14 (14,3)	14 (12,2)	15 (3,7)
Annat	15 (6,9)	15 (9,5)	15 (7,3)	14 (6,1)
Vet ej	0,0	0,0	0,0	0,0

96 kommuner av 139 kommuner har svarat ja på frågan om det finns en handlingsplan eller liknande i kommunen för att bredda/öka befolkningen (se tabell 17). De strategier och tankar som finns kring att bredda/öka befolkningen finns i en del kommuner formulerade i egna program eller genomförs genom riktade projekt, medan det i andra kommuner finns tankar och strategier som en del i ett större program såsom översiktsplan, handlingsplaner/strategier för tillväxt, sysselsättning och näringsliv, visioner, text på webbplatsen osv. En kommuns kommentar är att ”målsättningen att öka befolkningsunderlaget är en röd tråd som löper genom alla förvaltningars arbete”. Det kan konstateras att de flesta inte har egna program för detta, utan använder andra kommunala program för att skriftligen uttrycka tankar kring ökning/breddning av befolkningen.



Tabell 17. Antal kommuner som har handlingsplaner eller liknande, uppdelat på region och kommuntyp.

Region/kommuntyp	Glesbygdskommuner	Tätortsnära landsbygd	Tätort	Samtliga kommuner
Skogslänens inland	11	4	2	17
Skogslänen övrigt	2	17	11	30
Övriga Sverige	-	49	13	62
Enkät helhet	13	70	26	109

Av de 40 kommuner som svarade nej på frågan om det i kommunen finns handlingsplaner eller liknande för att bredda/öka befolkningen har 13 kommuner valt att kommentera frågan. Av kommentarerna framgår att det även i dessa 13 kommuner finns tankar och strategier om att bredda/öka befolkningen och i vissa pågår arbetet med att ta fram handlings- och utvecklingsplaner. Tankar om att bredda/öka befolkningen är, enligt några av kommentarerna, ”en förutsättning i ett flertal planer” eller ”genomsyrar hela vårt utvecklingsarbete”. Tankarna återfinns i vision och mål på kommunens webbplats eller finns med som målsättningar i kommunens budget. Därmed har egentligen 109 (96+13) kommuner svarat att det på något sätt finns handlingsplaner, strategier, aktiviteter, projekt eller liknande för att bredda och/eller öka befolkningen (läs mer om dessa i kapitel 6).

#### 4.4 Hur länge har arbetet bedrivits och hur länge beräknas det pågå?

141 kommuner har svarat på frågan hur länge arbetet pågått hittills. Cirka en tredjedel av de svarande har arbetat med att bredda och/eller öka sin befolkning i mer än sex år och nära 60 procent i ett till sex år. Av de 45 kommuner som arbetat i mer än sex år är 30 tätortsnära landsbygdskommuner, varav 11 finns i regionerna *skogslänens inland* och *skogslänen övrigt*.

Av 129 svarande på frågan hur länge nuvarande insatser beräknas pågå har 90 kommuner eller 70 procent, angett att de kommer att arbeta tills vidare. Av de 45 kommuner som svarat att de arbetat i mer än sex år har tre fjärdedelar svarat att de kommer att arbeta tills vidare med att öka sin befolkning. Av de 83 kommuner som svarat att de arbetat i ett till sex år har mer än hälften svarat att de kommer att arbeta tills vidare med att öka sin befolkning.

Tabell 18. Antal och (andel) kommuner som angett att de kommer att arbeta tills vidare, uppdelat på region och kommuntyp.

Region/Kommuntyp	Glesbygd	Tätortsnära landsbygd	Tätort	Samtliga kommuner
Skogslänens inland	9 (81,8)	3 (42,9)	1 (50,0)	13 (65,0)
Skogslänen övrigt	2 (100)	14 (66,7)	8 (61,5)	24 (66,7)
Övriga Sverige	-	42 (73,7)	11 (68,8)	53 (72,6)
Enkät helhet	11 (84,6)	59 (69,4)	20 (64,5)	90 (69,8)

Intresset för att fortsätta med dessa insatser tycks vara störst i glesbygdskommunerna där 85 procent har svarat att kommer att fortsätta till vidare. Om fördelningen sker på

regioner är det regionen *övriga Sverige* och särskilt i de tätortsnära landsbygdskommunerna som anger störst intresse för att arbeta tillsvidare.

#### 4.5 Vilka resultat av arbetet kan kommuner se hittills?

144 kommuner har svarat på frågan genom välja ett eller flera alternativ. De resultat som noterats i störst utsträckning är färre lediga bostäder, ökat antal företag samt ökade befolkningssiffror. Detta gäller för tätortsnära landsbygdskommuner och tätortskommuner. För glesbygdskommunerna gäller de två förstnämnda resultaten, däremot har inte ökade befolkningssiffror noterats på samma sätt som i de övriga kommuntyperna. Glesbygdskommunerna ser istället, i något högre utsträckning än övriga kommuner, färre utflyttade som ett resultat (se tabell 19).

Tabell 19. Rangordning av resultat i procent per kommuntyp.

Resultat/kommun	Samtliga kommuner	Glesbygdskommuner	Tätortsnära landsbygdskommuner	Tätortskommuner
Färre lediga bostäder	1 (51,4)	2 (50,0)	1 (47,4)	2 (62,9)
Fler företag	2 (49,3)	1 (57,1)	2 (46,3)	3 (54,3)
Ökade bef.siffror	3 (47,2)	5 (28,6)	3 (41,1)	1 (71,4)
Färre utflyttade	4 (27,1)	3 (35,7)	4 (27,4)	7 (22,9)
Arb.kraft i allm. ökat	5 (22,9)	3 (35,7)	5 (17,9)	4 (31,4)
Ökat antal utl.födda	6 (20,8)	5 (28,6)	7 (15,8)	4 (31,4)
Förbättrad åldersstr.	7 (18,8)	7 (21,4)	5 (17,9)	8 (20,0)
Antalet akad. ökat	8 (18,1)	7 (21,4)	10 (12,6)	4 (31,4)
Antalet y-arb.kraft ökat	9 (13,9)	10 (7,1)	9 (13,7)	9 (17,1)
Inget resultat	10 (11,8)	7 (21,4)	8 (14,7)	12 (0,0)
Vet ej	11 (9,0)	13 (0,0)	10 (12,6)	10 (2,9)
Annat resultat	12 (4,2)	10 (7,1)	12 (4,2)	10 (2,9)
Förbättrad könsfördelning	13 (3,5)	10 (7,1)	12 (4,2)	12 (0,0)

När materialet grupperas för att gälla regioner visas ett liknande mönster som för kommunerna. Färre lediga bostäder och fler företag är toppnoteringar i alla regiontyper men ökade befolkningssiffror noteras i de två regionerna *skogslänen övrigt* och i *övriga Sverige* medan färre utflyttade noteras i högre utsträckning i *skogslänens inland* (se även tabell 20). Att mönstret är liknande mellan de båda geografiska fördelningarna kommuntyp respektive regiontyp kan bero på att de flesta glesbygdskommunerna ligger i *skogslänens inland*.

Tabell 20. Rangordning av resultat i procent per region.

Resultat/regiontyp	Samtliga län	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Färre lediga bostäder	1 (51,4)	2 (38,1)	1 (70,7)	3 (45,1)
Fler företag	2 (49,3)	1 (52,4)	2 (53,7)	2 (46,3)
Ökade befolkningsciffror	3 (47,2)	5 (23,8)	3 (51,2)	1 (51,2)
Färre utflyttade	4 (27,1)	3 (33,3)	4 (41,5)	6 (18,3)
Arbetskraft i allmänhet ökat	5 (22,9)	5 (23,8)	6 (26,8)	4 (20,7)
Ökat antal utlandsfödda	6 (20,8)	4 (28,6)	5 (31,7)	9 (13,4)
Förbättrad åldersstruktur	7 (18,8)	8 (14,3)	7 (22,0)	6 (18,3)
Antalet akademiker ökat	8 (18,1)	8 (14,3)	8 (17,1)	5 (19,5)
Andel yrkesarbetskraft ökat	9 (13,9)	10 (9,5)	9 (14,6)	8 (14,6)
Inget resultat	10 (11,8)	7 (19,0)	10 (9,8)	11 (11,0)
Vet ej	11 (9,0)	12 (4,8)	11 (4,9)	10 (12,2)
Annat resultat	12 (4,2)	12 (4,8)	12 (2,4)	12 (4,9)
Förbättrad könsfördelning	13 (3,5)	10 (9,5)	12 (2,4)	13 (2,4)

Oavsett hur svaren grupperas, dvs. oavsett kommuntyp eller region, är förbättrad könsfördelning ett resultat som minst antal kommuner ser. Dock är det vanligare att glesbygdskommuner och kommuner i *skogslänens inland* ser resultatet förbättrad könsfördelning av arbetet med att bredda/öka befolkningen. De kommuner som angett att de ännu inte sett något resultat är några tätortsnära landsbygdskommuner fördelat på samtliga regioner samt några glesbygdskommuner i *skogslänens inland*. Nästan alla dessa kommuner har arbetat ganska få år med insatser för att försöka bredda/öka befolkningen vilket möjligen kan ligga till grund för utfallet.

Den befolkningsökning vissa kommuner ser behöver inte nödvändigtvis vara relaterad till de insatser som kommunen har gjort för att bredda/öka befolkningen. Bland kommentarerna från kommunerna nämns bl.a. att det är svårt att följa upp insatser eftersom det är flera faktorer som påverkar och att det är svårt att isolera om just aktiva insatser för att öka befolkningen är det som varit avgörande eller ej. Några kommuner anger också att det är för tidigt att se resultat.

#### 4.6 Sker samarbete med annan aktör?

121 av 143 svarande kommuner samarbetar med annan aktör när det gäller insatser för att bredda och/eller öka befolkningen. De aktörer som samtliga kommuntyper samarbetar minst med är utbildningsanordnare, landsting samt annan aktör (se tabell 21).

**Tabell 21. Samarbete med annan aktörer, uppdelat per kommuntyp.**

Kommuntyp/aktör	Enkäten i helhet	Glesbygdskommuner	Tätortsnära landsbygdskommuner	Tätortskommuner
Annan kommun	1 (66,1)	1 (58,3)	1 (66,3)	1 (69,0)
Företag	2 (61,2)	1 (58,3)	2 (61,3)	2 (62,1)
Länsstyrelse/motsvarande	3 (43,8)	4 (41,7)	3 (47,5)	4 (34,5)
Arbetsförmedling	4 (39,7)	1(58,3)	4 (38,8)	4(34,5)
Organisation	5 (33,9)	4 (41,7)	5 (28,8)	3 (44,8)
Utbildningsanordnare	6 (23,1)	6 (25,0)	6 (25,0)	6 (17,2)
Landsting	7 (16,5)	7 (16,7)	7 (16,3)	6 (17,2)
Annan	8 (9,9)	8 (0,0)	8 (13,8)	8 (3,4)
Vet ej	9 (0,8)	8 (0,0)	9 (1,3)	9 (0,0)

Samarbete med annan kommun är den vanligaste samarbetsparten bland samtliga kommuntyper, därefter samarbete med företag. Rangordningen mellan alternativen som finns på plats tre till fem skiljer sig något åt mellan kommuntyperna, t.ex. samarbetar tätortsnära landsbygdskommuner med länsstyrelser eller regionala aktörer i större utsträckning än vad tätorts- och glesbygdskommuner gör.

När svaren delas in i regioner får vi liknande rangordningar mellan svarsalternativen som i grupperingen kommuntyp (se tabell 22). Andra kommuner är de mest frekventa samarbetsaktörerna, liksom företag. För kommunerna i region *skogslänens inland* tycks länsstyrelse eller motsvarande vara en mer frekvent samarbetsaktör än företagen. Region *övriga Sverige* har länsstyrelse eller motsvarande på femte plats och *skogslänen övrigt* på tredje plats. Precis som när svaren delades in i kommuntyper har alternativen utbildningsanordnare, landsting och annan aktör redovistas i minst utsträckning och får sålunda anses vara aktörer som kommuner samarbetar med i mindre utsträckning än övriga aktörer i arbetet med att bredda och/eller öka befolkningen.

**Tabell 22. Samarbete med annan aktörer, uppdelat per region.**

Kommuntyp/aktör	Enkäten i helhet	Skogslänens inland	Skogslänen övrigt	Övriga Sverige
Annan kommun	1 (66,1)	1 (57,9)	1 (65,8)	1(68,8)
Företag	2 (61,2)	3 (47,4)	2 (57,9)	2 (67,2)
Länsstyrelse/motsvarande	3 (43,8)	1 (57,9)	3 (52,6)	5 (34,4)
Arbetsförmedling	4 (39,7)	3 (31,6)	4 (42,1)	3 (35,9)
Organisation	5 (33,9)	5 (26,3)	5 (31,6)	3 (35,9)
Utbildningsanordnare	6 (23,1)	7 (15,8)	6 (26,3)	6 (23,4)
Landsting	7 (16,5)	6 (21,1)	7 (15,8)	7 (15,6)
Annan	8 (9,9)	8 (5,3)	8 (13,2)	8 (9,4)
Vet ej	9 (0,8)	9 (0,0)	9 (2,6)	9 (0,0)

De sex kommuner som svarat att de inte arbetar med att bredda/öka befolkningen har svarat på en senare fråga om de känner till någon annan aktör som, inom deras geografiska område, arbetar med frågan. Av de sex kommunerna har fyra svarat att de inte känner till om någon annan aktör arbetar med att bredda/öka befolkningen inom deras geografiska område. Endast en kommun har svarat ja.

## 5 Länens/regionernas arbete med att bredda/öka befolkningen

För att kartlägga om, och i så fall hur, länsstyrelser eller motsvarande regionala organ arbetar för att bredda/öka befolkningen skickades en enkät ut till alla 21 län med totalt 38 aktörer bestående av samtliga länsstyrelser och, i frågan om arbete med regionalt utvecklingsarbete, motsvarande organ på regional nivå, det vill säga regionala självstyrelseorgan och kommunala samverkansorgan. De två sistnämnda kommer i rapporten att kallas för regionala aktörer.

Av 38 utskick inkom 20 svar vilka täcker 14 län. Ett av dessa 14 län har svarat att man inte arbetar med att bredda/öka befolkningen. I fem län har svar inkommit från flera aktörer och vissa har svarat att de inte gör något arbete medan andra aktörer i länet/regionen har besvarat frågan positivt. Det resulterar i att 13 län har svarat att de arbetar med att bredda/öka befolkningen och av dessa finns det två län, från vilka två aktörer vardera svarat. Därmed består materialet av 15 svarsposter som svarat att de arbetar för att bredda/öka befolkningen.

Av de 13 län som arbetar med att bredda/öka befolkningen är tre skogslän. Att endast tre av sju skogslän har svarat gör att det blir svårt att dra några slutsatser. Men, det som kan noteras, är att de tre skogslän som svarat har en förhållandevis samstämmig bild av värderingen när det gäller de olika motiven, vare sig de har värderat ett motiv högt eller lågt. Det gör att det är intressant att dela upp svaren i två grupper av regioner, skogslän och övriga län/regioner.

### 5.1 Varför sker ett sådant arbete?

Länen/regionerna har svarat på till vilken grad de instämmer helt (5) respektive inte alls (1) i olika motiv till varför länen/regionerna arbetar med att försöka bredda/öka befolkningen. I enkäten listades nio olika alternativ samt en möjlighet till att ange annat/andra alternativ. Motivet som fick högst snitt är att öka företagandet (se tabell 23). Alla tre skogslän instämmer helt, vilket ger denna grupp ett genomsnitt på 5,0. Åtta av de övriga länen/regionerna instämmer helt.

**Tabell 23. Rangordning och genomsnittlig instämmandegrad i skala 1-5 för motiv i regioner.**

Motiv/Region	Samtliga län/regioner	Skogslänen	Övriga län/regioner
Öka företagandet	1 (4,6)	1 (5,0)	1 (4,5)
Öka befolkningen i allmänhet	2 (4,5)	1 (5,0)	2 (4,4)
Behov av yrkesutbildad arbetskraft	3 (4,1)	1 (5,0)	4 (3,8)
Behov av akademisk arbetskraft	4 (4,0)	1 (5,0)	4 (3,8)
Förbättra åldersstrukturen i länet/regionen	5 (3,9)	6 (4,0)	3 (3,9)
Behov av arbetskraft allmänt	6 (3,7)	5 (4,7)	7 (3,4)
Öka befolkningen i områden utanför själva centralorten	7 (3,4)	9 (1,0)	6 (3,6)
Ökad internationell mångfald	8 (3,3)	6 (4,0)	8 (3,2)
Utjämna snedvriden könsfördelning	9 (2,9)	8 (2,5)	9 (3,0)

**Arbetskraft och öka företagandet**

Det motiv som har högst instämmandegrad är öka företagandet. Alla tre skogslänen instämmer helt och tillsammans med motiven öka befolkningen i allmänhet, behov av yrkesutbildad arbetskraft samt behov av akademisk arbetskraft är motivet på en delad första plats hos skogslänen. Hos övriga län/regioner är instämmandegraden mer varierande. Dock påverkar det mindre antalet län/regioner i skogslänen resultatet i större utsträckning.

**Internationell mångfald och snedvriden könsfördelning**

Motivet att öka den internationella mångfalden kommer på näst sista plats följt av motivet utjämna snedvriden könsfördelning. Här finns en viss skillnad mellan skogslänen och övriga län/regioner i båda fallen. Skogslänen instämmer i högre grad i motivet att öka internationell mångfald än övriga län/regioner. Motsatt förhållande råder för motivet utjämna snedvriden könsfördelning där övriga län/regioner således instämmer i högre grad än skogslänen.

**5.2 Hur arbetar länen/regionerna med frågan och finns det handlingsplaner eller liknande som de arbetar utifrån?**

15 aktörer i 13 län/regioner har besvarat frågan på vilket/vilka sätt länet/regionen arbetar med att försöka bredda/öka befolkningen. Länet/regionen har kunnat ange flera alternativ som svar på frågan och tre av 15 har svarat att de arbetar med sju eller fler aktiviteter för att bredda/öka befolkningen. Nio av länen/regionerna anger att de arbetar med en till tre aktiviteter.

Den aktivitet som flest län/regioner ägnar sig åt är marknadsföring av länet/regionen. I skogslänen är det alla tre och i *övriga Sverige* är det åtta aktörer som uppgett att de marknadsför länet/regionen. Därutöver uppger två av tre län i skogslänen att de tillhandahåller inflyttningsservice, har avsatt medel i budgeten, arbetar med möten och konferenser, gör reklam i media, erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö, gör turistsatsningar och har direktkontakt med andra länder. I *övriga Sverige* uppger åtta aktörer att man erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö, sex aktörer gör turistsatsningar och tre aktörer har avsatt medel i budget. Övriga aktiviteter, av de möjliga att välja i enkäten, utförs av en eller två aktörer (se tabell 24).

**Tabell 24. Andel aktörer som använder respektive aktivitet fördelat på region.**

Aktivitet/regioner	Samtliga län/regioner	Skogslänen	Övriga län/regioner
Marknadsföring av länet	1 (73,3)	1 (100)	1 (66,7)
Erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö	2 (66,7)	2 (66,7)	1 (66,7)
Turistsatsningar	3 (53,3)	2 (66,7)	3 (50,0)
Avsatt medel i budget	4 (33,3)	2 (66,7)	4 (25,0)
Möten, konferenser, kongresser	5 (26,7)	2 (66,7)	5 (16,7)
Direkt kontakt med andra länder	5 (26,7)	2 (66,7)	5 (16,7)
Tillhandahåller inflyttningservice	7 (20,0)	2 (66,7)	11 (8,3)
Särskild tjänsteman avsatt	7 (20,0)	9 (33,3)	5 (16,7)
Arbete mot särskild målgrupp	7 (20,0)	9 (33,3)	5 (16,7)
Reklam i media	7 (20,0)	2 (66,7)	11 (8,3)
Annat	7 (20,0)	9 (33,3)	5 (16,7)
Inflyttningsdatabas	12 (13,3)	12 (0,0)	5 (16,7)
Marknadsföring mot landsbygd	13 (6,7)	12 (0,0)	11 (8,3)
Vet ej	14 (0,0)	12 (0,0)	14 (0,0)

13 aktörer fördelade på 11 län har också svarat att det finns handlingsplaner, strategier eller liknande och hänvisar till regionala tillväxtprogram och regionala utvecklingsprogram. Några nämner landsbygdsprogram och visioner samt viss projektverksamhet (läs mer om innehållet i dessa planer i kapitel 6).

### 5.3 Finns det någon landsbygdsaspekt på arbetet?

Den femte frågan i enkäten har ställts för att kartlägga om insatser i arbetet med att försöka bredda/öka befolkningen styrs till särskilda områden utanför själva centralorten där det finns många tomma bostäder eller särskilda svårigheter att rekrytera personal. Fem aktörer fördelade på fem län/regioner i *övriga Sverige* har besvarat frågan med ja. Skogslänen har inte uppgett att de har någon geografisk aspekt i arbetet med att bredda/öka befolkningen. Kommentarer från de som svarat ja är bl.a. att satsning sker på tätorter som har förutsättningar att utveckla servicenivå som är långsiktigt hållbar, att man planerar i stråk för att öka tillgängligheten till arbetsmarknaden, att ”vi jobbar särskilt med de kommuner som har befolkningsminskningar, målet är att öka befolkningen i östra och nordöstra Skåne”.

Motivet att öka befolkningen i områden utanför centralorterna/större tätorter, har i skogslänen låg instämmandegrad, vilket innebär att motivet hamnar på sista plats hos skogslänen. De övriga länen/regionerna instämmer i viss grad till motivet. Den stora skillnaden mellan skogslänen och övriga län/regioner kan förklaras av den demografiska



utvecklingen i olika delar av landet. För skogslänen tycks det vara viktigare att öka /bredda befolkningen allmänt och det är av mindre betydelse var i länet ökningen sker.

#### **5.4 Hur länge har arbetet bedrivits och hur länge beräknas det pågå?**

12 aktörer fördelade på tio län/regioner har totalt svarat på frågan om hur länge arbetet bedrivits hittills. Fem av dessa uppger att de arbetat i mer än sex år och fem i ett till sex år. Det är ingen skillnad mellan skogslänen och regionen övriga Sverige.

Av de 12 aktörer som svarat på frågan hur länge nuvarande insatser beräknas pågå uppger sex stycken att de kommer att arbeta tills vidare, en kommer att arbeta i sex till tio år och fem aktörer anger att de kommer att arbeta i ett till fem år. Bland de län/regioner som svarat att de kommer att arbeta tills vidare finns fyra av de fem som svarat att de redan har arbetat i mer än sex år.

#### **5.5 Vilka resultat av arbetet kan län/regioner se hittills?**

14 aktörer i 12 län har svarat på frågan om resultat. Drygt hälften av dessa 14 har kunnat identifiera mer än ett resultat av arbetet de bedrivit för att bredda/öka befolkningen. Det tydligaste resultatet är ökade befolkningssiffror vilket åtta aktörer i sju län har uppgett som resultat. Färre lediga bostäder noterar sex aktörer i lika många län. Fyra av länsstyrelserna/de regionala aktörerna uppger att resultatet är fler företag och fler utlandsfödda i länet. Tre av dessa aktörer har arbetat mer än sex år.

Kommentarerna till svaren handlar i de flesta fall om att det är svårt att koppla effekterna till aktiviteterna och i några fall anser länsstyrelserna/de regionala aktörerna att arbetet inte pågått tillräckligt länge för att effekterna ska synas. I skogslänen är det ett län som säger sig se ökade befolkningssiffror, de övriga två länsstyrelserna svarar att de inte vet om de kan se några resultat.

**Tabell 25. Rangordning av resultat i procent.**

Resultat och län/region	Samtliga län/regioner	Skogslänen	Övriga län
Ökade befolkningssiffror	1 (53,3)	2 (33,3)	1 (58,3)
Färre lediga bostäder	2 (40,0)	3 (0,0)	2 (50,0)
Vet ej	2 (40,0)	1 (66,7)	3 (33,3)
Fler företag	4 (26,7)	3 (0,0)	3 (33,3)
Ökat antal utlandsfödda	4 (26,7)	3 (0,0)	3 (33,3)
Arbetskraft i allmänhet ökat	6 (20,0)	3 (0,0)	6 (25,0)
Antalet akademiker ökat	6 (20,0)	3 (0,0)	6 (25,0)
Andel yrkesarbetskraft ökat	6 (20,0)	3 (0,0)	6 (25,0)
Färre utflyttade	9 (13,3)	3 (0,0)	9 (16,7)
Förbättrad åldersstruktur	9 (13,3)	3 (0,0)	9 (16,7)
Förbättrad könsfördelning	11 (0,0)	3 (0,0)	11 (0,0)
Inget resultat	11 (0,0)	3 (0,0)	11 (0,0)
Annat resultat	11 (0,0)	3 (0,0)	11 (0,0)

## 5.6 Sker samarbete med annan aktör?

Alla 15 länsstyrelser och regionala aktörer svarar att de samarbetar med annan aktör när det gäller insatser för att bredda/öka befolkningen och en stor del samarbetar med ett flertal aktörer. Vanligast förekommande aktör som de samarbetar med är kommunerna, något alla aktörer gör. Därefter kommer samarbete med utbildningsanordnare (14 aktörer), annan organisation (tio aktörer), företag (nio aktörer), arbetsförmedling, landsting och annan länsstyrelse/motsvarande (åtta aktörer) samt sex aktörer som samarbetar med ytterligare andra. Tabell 26 rangordnar hur vanligt förekommande de andra aktörerna är i samarbetet.

**Tabell 26. Rangordning av länens/regionernas samarbete med andra aktörer, procent.**

Kommuntyp/aktör	Enkäten i helhet	Skogslänen	Övriga Sverige
Kommun	1 (100)	1 (100)	1 (100)
Utbildningsanordnare	2 (93,3)	1 (100)	2 (91,7)
Organisation	3 (66,7)	5 (66,7)	3 (66,7)
Företag	4 (60,0)	1 (100)	6 (50,0)
Landsting	5 (53,3)	6 (33,3)	4 (58,3)
Annan länsstyrelse/motsvarande	5 (53,3)	6 (33,3)	4 (58,3)
Arbetsförmedling	5 (53,3)	1 (100)	7 (41,7)
Annan	8 (40,0)	6 (33,3)	7 (41,7)
Vet ej	9 (0,0)	9 (0,0)	8 (0,0)

### 5.7 Skillnaderna mellan skogslänen och övriga län

Enkätsvaren från länsstyrelserna/de regionala aktörerna visar, som också nämnts tidigare i analysen, skillnader i vissa av frågorna relaterat till geografiska aspekter, dvs. skillnader mellan skogslänen<sup>11</sup> och övriga län i Sverige. Dessa frågor är öka befolkningen i allmänhet, öka befolkningen utanför centralorten, arbetskraftsmotivet, företagande samt internationell mångfald. Dock var det endast tre av sju skogslän som svarade på enkäten när den skickades ut 2006. Skillnaderna mellan de två grupperna av län är så pass markerade att det var intressant att undersöka om de övriga fyra länen har samma uppfattning. De fyra länen kontaktades genom samma kontaktperson som då de fick enkäten. På så vis lokaliserades de personer som länsstyrelsen själv ansåg mest lämpade att svara på enkäten. Enkäten som användes 2006 användes även till dessa korta telefonintervjuer.

#### Företagande

Ökat företagande var ett av de motiv som rangordnades högst bland de tre län som besvarade enkäten. De fyra skogslänens svar när det gäller ökat företagande ligger i linje med de tre skogslän som besvarat enkäten. Genomsnitt för de fyra är 4,0 jämfört med de tre skogslän vars resultat redovisats tidigare som är 5,0. Totalt blir genomsnittet 4,7 vilket fortfarande är något mer än för övriga län som har ett snitt på 4,5

#### Akademisk arbetskraft eller yrkesarbetskraft

De skogslän som svarade på enkäten visade tydligt att behovet av arbetskraft i större grad motiverat arbetet med att bredda/öka befolkningen för skogslänen än för övriga län.

De ytterligare fyra svaren som inhämtats i efterhand för att testa enkätsvaren följer samma linje. Snittet för de fyra är 4,75 när det gäller yrkesarbetskraft och 3,75 när det gäller akademisk arbetskraft. Sammantaget visar det på ett starkare behov av yrkesutbildad arbetskraft i skogslänen än i övriga län medan behovet av akademisk arbetskraft ligger på ungefär samma nivå som i övriga län. Det som tydligt kommer fram i de, i efterhand, inhämtade svaren är att yrkesarbetskraft förefaller viktigare än akademisk arbetskraft i skogslänen.

<sup>11</sup> Norrbottens, Västerbottens, Jämtlands, Västernorrlands, Dalarnas, Värmlands och Gävleborgs län.

### **Landsbygdsaspekt**

De tre skogslänen, vars resultat utredningen baserats på, uppgav att de inte hade någon landsbygdsaspekt på arbetet med att bredda och/eller öka befolkningen. Efter inhämtande av svar från de fyra skogslän som 2006 inte svarade på enkäten, visar det sig att den slutsats som dragits baserat på resultatet från enkäten inte är generell för samtliga skogslän. Det samlade resultatet, dvs. från samtliga sju skogslän, är att tre län har ingen landsbygdsaspekt, medan tre län har en geografisk aspekt på arbetet med att öka befolkningen. Ett län har svarat vet ej. Kommentarer från de skogslän som i efterhand har svarat på enkäten visar på vilket sätt den landsbygdsaspekten kommer in i arbetet, som t.ex. att det finns en ambition i landsbygdsprogrammet genom satsningen på boendebaserat näringsliv samt ett projekt tillsammans med landstinget som syftar till att stimulera till inflyttning av holländare till landsbygdsområden i Gästrikland.

### **Ökad internationell mångfald**

Snittet när det gäller motivet ökad internationell mångfald är högre för länsstyrelserna i skogslänen än för övriga län/regioner enligt enkätsvaren. Så är det även hos de fyra länsstyrelser i skogslänen vars svar inhämtats i efterhand, snittet är 4,5. Här ger det totala resultatet från alla sju skogslänen en tydlig bild av skillnaden mellan skogslänen och övriga län.

### **Resultat**

När det gäller resultatet av arbetet har de tre skogslänen som svarat på enkäten, valt få alternativ. En länsstyrelse har angett att den ser ökade befolkningssiffror som ett resultat av arbetet och de två andra länsstyrelserna har valt alternativet vet ej. De fyra övriga skogslänen har samtliga fyra svarat att de ser färre lediga bostäder som ett resultat. Tre har svarat att de ser färre utflyttade, fler företag och samt fler utlandsfödda. Ingen har svarat att de ser ökade befolkningssiffror som ett resultat av arbetet med att bredda/öka befolkningen. Med undantag för resultatet färre lediga bostäder överensstämmer svaren från dessa fyra i stort med vad samtliga län har svarat. Det är emellertid stor skillnad mellan de tre skogslän som svarat tidigare och de fyra, vars svar har inhämtats som jämförelse.

## 6 Projektbeskrivningar

18 kommuner har i enlighet med uppmaningen i fråga nio skickat in exempel på handlingar innehållande strategier, aktiviteter eller handlingar. Dessa handlingar är, enligt kommunerna själva, de utgångspunkter som används i arbetet med bredda/öka befolkningen.

Kommentarerna till fråga nio visade att strategier, mål och tankar kring breddning/ökning av befolkningen till största delen finns införda i andra kommunala dokument såsom översiktsplan, budget och strategidokument, tillväxtprogram osv. Det inskickade materialet bekräftar detta, då endast en minoritet av de inskickade dokumenten är renodlade planer för hur kommunen ska arbeta med att bredda/öka befolkningen. Endast två av de 18 kommunerna har skickat in utvärderingar av projekt med inriktning mot rekrytering av nya invånare. Tilläggas kan att endast ett dokument hanterar rekrytering av personer med utländsk bakgrund. Utöver de inskickade dokumenten har Glesbygdsverket valt att beskriva ytterligare projekt som rör rekrytering av personer med utländsk bakgrund.

### 6.1 Värkning allmänt

Beskrivningar av projekt, handlingsplaner och utvärderingar har delats upp i två grupper. Den första gruppen värkning allmänt beskriver projekt eller motsvarande som inte begränsar målgrupp med utgångspunkt i härkomst. Den andra gruppen beskriver projekt eller motsvarande som fokuserar på värkning av personer med utländsk bakgrund.

#### 6.1.1 Fördel Nordanstig

”Fördel Nordanstig” syftar till att skapa samverkan i ett lokalt partnerskap för att skapa en LA-region (Lokal arbetsmarknadsregion) som ger tillväxt i kommunen. Projektet baseras på ambitionen att skapa tillväxt genom att lägga resurser på inflyttning/befolkningsutveckling och riktar in sig mot inflyttande med arbete i Sundsvall. Från Sundsvall, universitetsstaden, ser kommunen en liten, men högutbildad flyttström. Målet att öka inflyttningsnettot med 300 personer speglar ambitionen. Kommunen vill också närmare undersöka varför vissa mikroregioner har en positiv befolkningsutveckling samt utveckla attraktiva boendemiljöer, ge inflyttningsservice till nya kommuninvånare, arbeta med attityder, utveckla webbplatsen med interaktivitet, bygga fundament till en företagarebank och stötta arbetet med investeringskapital.

Projektet ska fungera som en dörr in, en samlad hjälp för allt man kan behöva veta när man flyttar till kommunen. Ett exempel är att en blivande invånare köper en i kommunen belägen fastighet som är i behov av renovering. Vilka entreprenörer han/hon då kan anlita finns i kommunens upprättade lista över godkända leverantörer. Inom ramen för projektet ska olika utredningar göras bl.a. av motiven för in- och utflyttare och pendlingsbehovet.

#### 6.1.2 Ockelbo kommuns ”Bostadsförsörjningsprogram” 2006 - 2013

I Bostadsförsörjningsprogram 2006 – 2013 för Ockelbo kommun står det att kommunen har för avsikt att i samarbete med grannkommunerna offensivt marknadsföra tomter och markområden som lämpar sig för nybyggnation. Här lyfter kommunen fram en naturskön miljö och ett strandnära boende som en oslagbar kombination för många

människor. Kommunen baserar detta på trenden att människor inte i lika hög grad flyttar till en plats där de får jobb/kan få jobb, utan i större utsträckning till en attraktiv livsmiljö – där de får gott boende, god service och barnen har bra förutsättningar till god uppväxt och bra utbildning. För att kunna ta emot en ökad inflyttning bör attraktiva markområden tas i anspråk. Kommunen vill också jobba med mångfald på bostadsmarknaden, dvs. erbjuda olika typer av boendeformer beroende på behovet på bostadsmarknaden samt hur väl olika samhällsgrupper integreras i samhället och i olika boendemiljöer.

### **6.1.3 Motala kommuns marknadsplan**

I Motala kommuns marknadsplan är ett mål att öka inflyttningen till kommunen. En ökning av befolkningen ökar de kommunala intäkterna i form av skatter, lockar kompetent personal till arbetsplatserna samt säkerställer den framtida försörjningen och ett aktivt och levande Motala i framtiden.

Kommunen ser sig som konkurrent till andra kommuner när det gäller arbetskraft, etableringar och invånare. Målgruppen i arbetet är personer i åldern 25 – 38 år bosatta i Mellansverige. Målgruppen delas upp i 1) återvändare, 2) storstadströtta som söker en fin boendemiljö, bra barnomsorg, närhet till vatten och natur, 3) mobila, arbetspendlare som arbetar i Motala men bor i närliggande kommuner, 4) arbetssökande som har möjlighet att få tag på lämpligt arbete i Motala kommun (varav många är nyutexaminerade) samt 5) företagare/entreprenörer. Målet med arbetet är att göra målgrupperna medvetna om Motala kommun som en bra boendeort samt att 50 personer ur målgruppen ska flytta till Motala kommun. Strategin är att skapa uppmärksamhet och intresse kring kommunens budskap: att kommunen är aktiv, attraktiv och att den har atmosfär genom dess unika boendemiljö, dess härliga miljö, närheten till vatten och natur, lagom stor och nära till allt, en familjär och öppen stämning, bra geografiskt läge samt lediga jobb.

### **6.1.4 Skara kommun**

Skara kommun har skickat in en förstudie som ska användas som utgångspunkt för en boendestrategi. I förstudien har de förutsättningar som råder för boende i Skara i dag kartlagts och utretts i form av en nulägesanalys. Bland annat har kommuninvånarna blivit tillfrågade om vad de tycker är attraktivt med Skara. Fokus ska läggas på åldersgruppen 25-35 år, då detta är den tid i livet som ofta innebär flytt och familjebildning. Trygghet, närhet, barnomsorg och skola spelar då en avgörande roll för val av boende.

Kommunen ska, enligt förstudien, sikta in sig på den befolkning som ”passar våra värden/styrkor/profilområden” och nämner olika boendekoncept såsom boende med stallplats, kulturoboende och trädgårdsstad. Bostadsutbudet, grönområden, situationen för ungdomar, brottsförebyggande verksamhet och attityder går igenom för att klargöra vad som måste till för att attrahera nya invånare. När det gäller bostadsutbudet konstateras att det behövs ett varierat boende, ett brett utbud av fritidsaktiviteter och ett levande centrum för att medborgare ska trivas. Den attraktiva livsmiljön måste finnas i hela Skara kommun i såväl tätort som ytterområden och en identifiering och marknadsföring av nya attraktiva tomter bör prioriteras inom det närmaste året.

### **6.1.5 Oskarshamns kommun**

Oskarshamns kommun har också som mål att öka sin befolkning. Detta genom att arbeta med boende, arbete och besöksnäring genom åtgärder såsom marknadsföringsaktiviteter i Stockholm och andra storstadsregioner, återvändarträffar samt informationsbrev till utflyttare m.m.

### **6.1.6 Strategi för ekonomisk tillväxt i Eskilstuna**

Eskilstuna kommun har en ”Strategi för ekonomisk tillväxt i Eskilstuna”, i vilken kommunen lyfter fram motiven till varför människor flyttar. Den lokala miljöns attraktionskraft för boende och arbete är av stor betydelse, vilket innebär att intressanta boendemiljöer måste skapas, skolan måste ha hög kvalitet, det kommersiella utbudet måste vara brett och lockande och utbudet av fritidsaktiviteter måste svara mot många människors varierande önskemål. I strategin identifierar kommunen de fysiska kvaliteter som utmärker Eskilstuna såsom storstadsnära med egen identitet, lagom storlek och mälardalen som utgångspunkter för ett fortsatt förbättringsarbete.

### **6.1.7 Hylte kommuns ”Bo i din fritid”**

Hylte kommun i Hallands län har gjort en utvärdering av sin kampanj ”Bo i din fritid” inom ramen för det större projektet ”Vision Hylte”. Visionens syfte är att bryta den negativa befolkningstrenden och efter att ha arbetat för att utveckla den kommunala verksamheten samt profilerat kommunen som Sveriges första vildmark fokuserades satsningen genom en marknadsföring av kommunen som bostadsort i framförallt storstäderna. Syftet med den enskilda satsningen ”Bo i din fritid” var att öka antalet invånare i kommunen parallellt med marknadsföringen. Målet var att under 2004, före skolstart, locka minst åtta familjer att flytta till Hylte kommun. Kommunen anser sig fungera som ett verkligt boendalternativ mot bakgrund av kommunens placering i en expansiv region med god arbetsmarknad med ett fördelaktigt boende, små skolenheter och ett rikt fritidsliv.

Det tydliga uppdraget och det goda stödet från politikerna har enligt utvärderingen gynnat visionsarbetet genom att budskapet har varit lätt att föra ut och förankra. Arbetsförmedlingen, de lokala bostadsbolagen, personal inom skola och barnomsorg samt andra intresserade aktörer såsom exempelvis mäklare, köpmän, allmänhet samt företag i kommunen har fungerat som samverkanspartners. Viss samverkan har även skett med företag i närliggande kommuner.

Kampanjen inleddes med att samtliga samhällsföreningar bjöds in till en träff i syfte att diskutera visionsarbetet samt med att skapa broschyren ”En hälsning från landet”. 2 000 broschyrer skickades ut till utvalda områden i Göteborg med omnejd tillsammans med ett brev från kommunalrådet innehållande bl.a. en inbjudan till en träff i Göteborg. Målgruppen var barnfamiljer i Göteborg, där det äldsta barnet var högst fem år. Det visade sig under kampanjens gång att flertalet intresserade familjer var unga par som planerade att skaffa familj alternativt familjer med mycket små barn som sökte alternativ till den miljö de befann sig i då. Träffen i Göteborg resulterade i att 25 familjer anmälde sitt intresse att flytta till Hylte. Endast två lyckades finna arbete och bosätta sig i kommunen. Det attraktiva med Hylte, enligt de intresserade familjerna, var ett billigare boende, mindre anonymitet, mindre skolor och förskolegrupper samt ett tryggare samhälle.

Mediarensponsen har under kampanjen varit omfattande och anses i utvärderingen som avgörande för kampanjens resultat, att så pass många anmälde sitt intresse (slutresultatet blev däremot endast två familjer). Inverkan från media har lett till att intresseanmälningar har kommit från andra orter än Göteborg som varit kampanjens fokus. Förfrågningar har även inkommit från andra länder såsom Danmark, Skottland, Tyskland och USA.

I utvärderingen konstateras att marknadsföring via etermedia är mer effektiv och lönsam än utskick. Det krävs ett ökat samarbete med företagen, då inflyttningen styrs av tillgången på arbete samt att flertalet av de inflyttade önskar boende i huvudorterna, då dessa för dem ter sig som landsbygd. Erfarenheten visar också att familjerna ville känna sig

för innan de satsar på eget hus, samt att de hus på landet som fanns till uthyrning hade för låg standard. Kommunen slår också fast att rutinerna efter flytten bör ses över. Till exempel bör nyinflyttarträffar på den egna orten anordnas kontinuerligt och kommunikationerna med kommuninvånarna måste förbättras för att påverka de negativa attityderna och skapa en debatt. Vidare kan målgruppen bli snävare och mindre kampanjer till utvalda grupper bör ge bättre resultat.

## 6.2 Värkning av personer med utländsk bakgrund

### 6.2.1 Strömsund Nybyggerland<sup>12</sup>

Det EU-finansierade projektet ”Strömsund Nybyggerland” bedrevs 2000 – 2004. Kommunen samarbetade med privata företag och organisationer i kommunen för att vända den negativa befolkningsutvecklingen och öka attraktionskraften för näringsverksamhet, arbete, boende, kultur och fritid. Målgrupp var privatpersoner och företagare i mälardalsregionen och projektets mål var nya företag i Strömsund genom utveckling av befintliga företag och startande av nya företag, positivt flyttnetto samt utveckling av kontakter med Ryssland.

Som ett resultat av projektets utåtriktade kampanjer har, enligt slutrapporten, 125 personer, som varit i kontakt med Nybyggarkontoret, flyttat till kommunen, varav 97 flyttat till Strömsund från andra delar av Sverige och 28 från andra delar av världen. Lärdomar för kommunen har varit att en satsning på nya företag är ett långsiktigt arbete och att företag vill snarare ha ekonomiskt stöd för etablering än billiga lokaler och lägre personalkostnader. Viktigt är också att ge realistiska förväntningar till personer som är intresserade av att flytta till kommunen och tänk noga igenom målgruppen. I Strömsund visade det sig att det fungerar bäst med barnfamiljer som flyttar in då fördelarna för dem är stora.

Under projektet byggdes en mottagningsorganisation upp, ett ”Nybyggarkontor”, vilken finns kvar inom kommunens ordinarie verksamhet. I dag arbetar kommunen vidare med de kontakter som knöts under projektiden och med mottagarservice till de som ringer och vill ha hjälp med olika saker för bosätta sig, etablera företag m.m. i kommunen.

### 6.2.2 Ragunda kommuns ”Göteborgsprojekt”<sup>13</sup>

Projektet, som startade i januari 2004 och fortfarande är igång, innebär att genom information, intervjuer och urvalsmetoder hitta personer eller familjer som är motiverade och vill flytta till Ragunda kommun. Projektiden bygger på ett samarbete mellan storstaden Göteborg med problem som hög arbetslöshet, bostadsbrist och integrationsproblem och Ragunda med problem som arbetskraftsbrist, tomma lägenheter och en ständigt minskande befolkning. Avtal för samarbetet har skrivits mellan de ingående parterna, Ragunda kommun, stadsdelsnämnderna i Göteborgs stad och arbetsförmedlingen, om vem som ska stå för de olika kostnaderna i samarbetet. Kommunen har erhållit pengar från Näringsdepartementet för projektet.

Målet är att skapa förutsättningar för invandrare boende i Bergsjön och Kortedala stadsdelar i Göteborgs stad att utbilda sig inom bristyrken i Ragunda och att integreras i det svenska samhället. Syftet är att utbilda människor för arbete genom ett fortsatt samarbete mellan näringslivet, utbildningsanordnaren och kommunen. Tanken med utbildning är bland annat att om det inte blir en bosättning i Ragunda så har deltagaren

<sup>12</sup> *Integration och regional utveckling, Glesbygdverket 2006.*

<sup>13</sup> [www.ragunda.se/genvarar/goteborgsprojektet.4.1293102fba26eaaa97fff396.html](http://www.ragunda.se/genvarar/goteborgsprojektet.4.1293102fba26eaaa97fff396.html) 2007-03-30.



något med sig tillbaka och en bättre förutsättning att få arbete i Göteborg än vad han/hon skulle ha haft annars.

Projektet började med att Ragunda kommun anlidade en konsult för att utarbeta en plan för hur kommunen skulle kunna få fler invånare. Arbetsförmedlingen, i samarbete med det lokala kompetensrådet, fick i uppdrag att kartlägga vilket arbetskraftsbehov kommunen har inom en överskådlig tid. Kartläggningen visade att det i kommunen är störst efterfrågan på yrkesutbildade t.ex. inom mansdominerade yrken såsom svetsare och montörer. Företagarna uttryckte ett tydligt behov av yrkesutbildad arbetskraft. Efterfrågan försöker man sedan att matcha med utbudet, dvs. de personer som finns inskrivna på arbetsförmedlingen i de samarbetande stadsdelarna i Göteborg. Även personer utan rätt kompetens, men med intresse att skaffa sig efterfrågad kompetens är målgrupp i projektet.

Projektet utgår ifrån fem steg. I steg ett ges information i Göteborg om Ragunda kommun för de som kan tänka sig att flytta. I steg två får de anmäla sitt intresse för att delta på en besöksresa till Ragunda. På besöksresan till Ragunda, som är det tredje steget i projektet, får de intresserade mer information om företag, skolor, barnomsorg, utbildningen, boende m.m. Efter resan får de som fortfarande är intresserade fylla i en intresseanmälan. Medföljande make/maka/sambo får också fylla i en del av anmälan för att projektet ska kunna bistå med annan utbildning eller arbete. Under steg fyra genomförs intervjuer. I det femte steget sker flytt och studiestart. Till och med 2006 har 21 vuxna och 11 barn tagit steget att flytta till Ragunda. Fyra har flyttat tillbaka till Göteborg.

Erfarenheterna hittills av projektet är bland annat att liksom i Strömsund har man i Ragunda kunnat erfara att barnfamiljer är de som har störst sannolikhet att bli bofasta. Intervjuerna är viktiga för att hitta deltagare med så realistiska förväntningar som möjligt<sup>14</sup>. En viktig del av arbetet har varit att göra projektet känt bland kommuninvånarna. Informationsarrangemang och positiv mediebevakning har genomförts för att göra kommuninvånare förberedda och positivt inställda så långt som möjligt.<sup>15</sup> Att företagarna uttryckt ett tydligt behov av arbetskraft och varit aktiva under projektets gång har betytt mycket.

De samverkande krafter som gjort att projektet kan genomföras är Ragunda kommun, Göteborgs stad (Kortedala och Bergsjön), arbetsförmedlingen samt pengar från Näringsdepartementet.<sup>16</sup>

### 6.2.3 Projektet Enad kraft<sup>17</sup>

Enad kraft är ett projekt som på ett konkret sätt ska bidra till att lösa problemen med försörjningen av kvalificerad arbetskraft i de nordsvenska kommunerna och segregationsproblemet i storstäderna. Ragunda kommuns ”Göteborgsprojekt” har använts som förebild. Medverkande kommuner är, förutom Ragunda, Berg, Ljusdal, Malung, Norsjö, Älvdalen, Älvsbyn, Åsele samt stadsdelarna Bergsjön, Kortedala, Frölunda, Lundby, Lärjedalen, Gunnared och Biskopsgården i Göteborgs stad.

Projektet ska hitta målmedvetna arbetslösa som är beredda att flytta norrut för att få praktik och utbildning och därefter möjlighet till ett ordinarie arbete i ett företag eller inom offentlig service. De arbetslösa som flyttar skriver sig i sin nya kommun och bosätter sig på orten med mål att bli stadigvarande bosatta.

---

<sup>14</sup> Anna-Märta Johansson, projektledare, Ragunda kommun.

<sup>15</sup> Tomas Blom, skolchef, Ragunda kommun.

<sup>16</sup> Tomas Blom, skolchef, Ragunda kommun.

<sup>17</sup> [www.citygbg.se/goteborg/jobbb/norrland/](http://www.citygbg.se/goteborg/jobbb/norrland/) 2007-04-02

#### **6.2.4 Inflyttarprojektet "Öland Horizon", Mål 2 Södra<sup>18</sup>**

År 2005 erhöll Borgholm, av Mål 2 Södra, som första kommun i Kalmar län, ett internationellt inflyttarprojekt "Öland Horizon". Ett villkor för stödet var att erfarenheterna från projektet skulle spridas till övriga kommuner i Mål 2-regionen. I mars 2006 deltog kommunerna på en mäsas för internationell mobilitet i Utrecht, Holland. Mässan besöktes av cirka 7 000 personer och utgjordes av cirka 200 mässutställare från hela världen. Totalt deltog 26 mässutställare från Sverige. I anslutning till emigrationsmässan arrangerade Borgholms kommun en informationsträff i Utrecht vilken besöktes av 63 personer, varav 10 barn. Under mässan och informationsträffen framkom att framför allt barnfamiljer ser på Sverige på samma sätt som storstadsbor i Sverige ser på storstadsnära landsbygder: trygga miljöer utan kriminalitet, livskvalitet utan trängsel, liksom närhet till vacker natur.

Resultatet från mässan var att cirka 400 kontaktkort fylldes i av intresserade och lämnades in. Ett stort antal besökare bokades in till främst Öland under mars-maj 2006. Besökarna är främst i åldern 25-40 år, par eller småbarnsfamiljer, många är högutbildade och arbetar inom offentlig sektor.

En mindre mässaktivitet genomfördes också i Hamburg, Tyskland, via tyska arbetsförmedlingen. Ett 50-tal kontakter togs och lika många kontaktkort fylldes i och lämnades. Besökarna var främst privatanställda inom byggbranschen, IT eller bokförling. Få barnfamiljer eller egenföretagare var inbjudna av arbetsförmedlingen. Kommunen ser hellre att uppföljande informationsträffar riktad till hela familjen bör genomföras, såsom i Utrecht.

De erfarenheter som kommunerna gjort av mässorna är att det behövs en effektiv mottagningsberedskap på hemmaplan, det måste finnas resurser för tunga frågor kring etablering och inflyttning, alla kommuner måste aktiveras, den interna språkkompetensen kollas upp och en uppdatering av lagar och regelverk ske, samt att man bör lova bara det som kan hållas.

#### **6.2.5 "Vi vill bli flera" ett projekt inom Leader+<sup>19</sup>**

Borgholms kommuns spridning av erfarenheterna från inflyttarprojekt har inspirerat bl.a. Högsby kommun att själva driva ett inflyttningsprojekt för att på olika sätt locka människor att bosätta sig i kommunen. Kommunen vänder sig till utlandet, då den anser att en kampanj riktad till storstäderna inte ger ett nettotillskott vad gäller antalet invånare i Sverige, utan bidrar endast till en omflyttning av invånare inom landet. Satsningen ses som viktig för kommunens överlevnad.

Medel från Leader+ söktes till bl.a. deltagande på emigrantmässan i Utrecht. I projektbeskrivningen framhålls också vikten av att engagera samhällsföreningar och byalag samt erfarenhetsutbyte med Borgholms kommun gällande krav på kompetenshöjning i mottagarorganisationen. Målgruppen för Högsby är i första hand barnfamiljer med egna rörelser alternativt personer som kan lösa sin försörjning i egen regi.

#### **6.2.6 Exemplet Värmland<sup>20</sup>**

Till Värmland inflyttade holländare har lett till att en utveckling från en vikande befolkningsutveckling till en utveckling i annan riktning kan skönjas. Framför allt är det mäklarna i området som aktivt arbetat för att etablera kontakter på den holländska marknaden, vilket bl.a. lett till att cirka 150 fastigheter, såväl fritidsboende som

<sup>18</sup> "Inflyttarmässa i Holland & Tyskland mars 2006", rapport från Regionförbundet i Kalmar län.

<sup>19</sup> [www.leaderplus.se/sv/show\\_project\\_details.asp?project=1346&time=134454](http://www.leaderplus.se/sv/show_project_details.asp?project=1346&time=134454) 2007-04-10

<sup>20</sup> *Integration och regional utveckling*, Glesbygdverket 2005.

permanentboende, har sålts till holländare i kommunerna Munkfors och Hagfors. Flera permanent inflyttade är entreprenörer med medföljande företag eller nystart av företag. En stor del av holländarna blir företagare inom turismbranschen.

Att holländarna köper fastigheter i Värmland beror på naturen, mentaliteten och de fördelaktiga priserna på hus jämfört med hemlandet. Även trängseln och det sociala klimatet i hemlandet spelar in i beslutet. Svårigheter har uppstått när det gäller att få personnummer inom rimlig tid och information om skattesystemet, vilka är aspekter som är avgörande för att få igång en fungerande verksamhet i Sverige.

## 7 Reflektioner och slutsatser

För att förhindra en utarmning av befolkningsunderlaget på sikt är en ökning eller stabilisering av antalet invånare i dag en viktig del i många kommuners och läns utvecklingsstrategier. Att detta är betydelsefullt för kommuner och län visar svaren från enkätundersökningen som gjorts i detta uppdrag, samt svaren från Glesbygdsverkets utredning ”Integration och regional utveckling” 2005. Av de 232 kommuner som både 2005 och 2006 fick enkäterna i respektive utredning har sammanlagt 183 kommuner svarat att de arbetar för att öka befolkningen. Enkäten 2005 skickades inte till länsstyrelser eller motsvarande, vilket dock gjorts i denna utredning. Av 14 svarande län/regioner uppger 13 att de arbetar med att öka sin befolkning.

### 7.1 Hur går kommunerna och länen tillväga för att rekrytera nya invånare?

Den aktivitet som flest län och kommuner ägnar sig åt i arbetet med att bredda och/eller öka befolkningen är marknadsföring på ett eller annat sätt, till exempel genom att erbjuda attraktiva livs- och boendemiljöer. Dock skiljer det sig mellan kommungrupperna vilka aktiviteter som görs. I grova drag kan konstateras att tätortskommunerna satsar i större utsträckning på marknadsföring än övriga grupper. Flertalet arbetar med många olika aktiviteter men marknadsföring i olika former dominerar och det mesta av marknadsföringen går ut på allmänt riktade aktiviteter. De typer av marknadsföringsinsatser som görs är i många fall så allmänna att de kan gälla alla utanför kommungränsen och argumenten är allmänt hållna såsom attraktiv livsmiljö. Andra metoder som är vanliga bland kommunerna är erbjudanden om attraktiva tomter. Det är dock värt att notera att glesbygdskommuner i avsevärt lägre utsträckning tillhandahåller tomter än tätortsnära landsbygd. Ännu något lägre andel av kommunerna i *skogslänens inland* tillhandahåller attraktiva tomter. Kan det bero på att tomter finns om någon efterfrågar? Eller beror det på att det inte finns beredskap att erbjuda byggklara tomter. Turistsatsningar anges också som en del i arbetet med att öka antalet invånare i kommunen. Anmärkningsvärt är också att så många som 11 kommuner har angett att de ger familjer uppmuntran/hjälp att öka antalet barn. En aktivitet som uttalat riktar sig mot att öka antalet barn för att utjämna den skeva åldersstrukturen, förutom att öka befolkningen i allmänhet.

Det är i samtliga kommuntyper och regioner vanligt med tankar kring frågan om att bredda/öka befolkningen. Tankar och strategier finns i en del kommuner i separata program, projekt eller marknadsplaner. I andra kommuner finns de som en del i ett större program såsom översiktsplan eller sysselsättnings- och tillväxtstrategier. Länen/regionerna hänvisar främst till regionala utvecklingsprogram och regionala tillväxtprogram när det gäller de strategier och tankar som ligger till grund för deras arbete.

Olika typer av projekt är också vanliga och av det inskickade materialet framgår att projektbeskrivningar och projektutvärderingar ibland utgör kommunernas eller länets tankar kring arbetet med att öka befolkningen. Ragunda kommuns ”Göteborgsprojekt” är ett exempel och projekt ”Öland Horizon” är ett annat. Dessa projekt syftar till att rekrytera nya invånare från områden som präglas av trängsel och bostadsbrist och lockar med natur, fritid och närhet till service. Målgrupperna mellan projekten skiljer sig åt. Det förstnämnda projektet riktar sig till arbetslösa personer med utländsk bakgrund i

Göteborg, medan det andra riktar sig till entreprenörer och företagare boende i andra länder, främst Holland.

## 7.2 Attraktionskraft i centrum

Målet, för de kommuner vars handlingsplaner eller motsvarande som refereras i kapitel 6, är att öka befolkningen i kommunen baserat på den egna kommunens attraktionskraft i olika former. Attraktionskraften tycks vara central för kommuner och regioner/län när det gäller arbetet med att bredda/öka befolkningen, vilket också har framgått i andra studier som Glesbygdsverket genomfört<sup>21</sup>. Med utgångspunkt i de program som gått igenom inom ramen för denna kartläggning, samt i tidigare utredningar, kan argumenten som förs fram i olika kommunala program, webbplatser och regionala program grupperas i tre grupper:

- Argument relaterade till naturgivna förutsättningar.
- Argument relaterade till arbete, försörjning och utbildning.
- Argument relaterade till boende samt fritid och rekreation.

Dessa tre grupper kan sedan var och en delas upp i två subgrupper: en som vänder sig till nya invånare och en som vänder sig till nya företagare.<sup>22</sup> Variationen mellan kommunerna i deras beskrivningar av vad som är attraktivt med just den egna kommunen är liten. Argumenten är allmänt hållna och tenderar att bli en lång rad av allt möjligt positivt som kommunen kan uppvisa. De allmänt hållna argumenten indikerar att alla som bor utanför den egna kommunen ska kunna attraheras av beskrivningen av kommunen och vilja flytta dit. Det finns också gemensamma drag i marknadsföringen som tenderar att begränsa marknadsföringen till samma kategori av människor (barnfamiljer med hög utbildning och möjligheter till distansarbete). Att vända sig till en tydligt avgränsad grupp kan ge goda resultat som i t.ex. Ragunda-Göteborgsprojektet men samtidigt bör kanske denna grupp innehålla ett relativt stort antal individer att marknadsföra mot, för att möjliggöra ett resultat. I sammanställningen av enkäterna framgår att många kommuner fortsätter att arbeta med att bredda/öka befolkningen trots ringa eller avsaknad av resultat. Kan de svaga resultaten vara ett resultat av en marknadsföring med alltför bred målgrupp och alltför allmänna argument? En marknadsföring som är ämnad åt alla, men får resultatet att ingen tar åt sig? Enligt Niedomysel saknar marknadsföringskampanjer mätbar positiv effekt på inflyttning vilket stödjer de svaga resultat som visas i enkäten.

De argument som är mest frekventa är boende, respektive fritid och rekreation. För att locka invånare beskrivs vikten av ett varierat boende, boendet i relation till omvärlden, såsom service, samt aspekter relaterade till den psykiska miljön/situationen. Att denna grupp av argument är mest frekvent kan förklaras av att dessa aspekter är lättast för kommunerna att påverka och förändra förutsättningarna för, då kommunerna har monopol på planfrågor.

Den sammanställning som gjorts inom ramen för uppdraget för att kunna analysera attraktivitetsfrågan har inte haft ambitionen att ge en generell bild av begreppet attraktivitet och hur det används av kommunerna. Sammanställningen har gjorts med utgångspunkten att öppna för diskussion och frågor för en eventuell fortsatt utredning. Den frekventa användningen av begreppet attraktivitet gör det intressant att ställa frågor såsom vems perspektiv på attraktiviteten det är som förs fram? Är det attraktivitet för de som redan bor i kommunen som lyfts fram? Har undersökningar gjorts om vad som är

<sup>21</sup> Se t.ex. utredningen "Kopplingen mellan kommunala och regionala program", Glesbygdsverket 2006.

<sup>22</sup> Grupperingen av argument återfinns i bilaga 1.

attraktivt för potentiella grupper av inflyttare? Vilka bilder visar kommuner och regioner för att attrahera och vilka grupper attraheras av dessa bilder? Finns det grupper som till och med stöts bort av de bilder av de bilder som är framträdande? Är beskrivningarna könsneutrala? Bakgrunden till frågan är observationen att när arbetskraft efterfrågas i program och projekt är det inom mansdominerade yrken som arbetskraft sökes. Är attraktivitetsbeskrivningarna fokuserade på männen? Hur ser arbetsmarknaden ut för kvinnan om en familj väljer att flytta utanför tätorten? Om perspektivet ändras, ändras i så fall också argumenten? Reflektionerna som görs och frågorna som uppkommer leder till tanken om att de beskrivningar som finns i program, på webbplatser och i marknadsföring exkluderar någon grupp i samhället som kanske skulle kunna vara en viktig potential för inflyttning. På dessa frågor finns inget svar, men tecken finns på att det faktiskt kan uppfattas som att det är vissa grupper i samhället som efterfrågas först och främst. Ett tecken är att motivet utjämna snedvriden könsfördelning har näst lägst instämmandegrad oavsett kommuntyp och lägst instämmandegrad oavsett länstyp. Endast tätortskommuner utanför skogslänen uppvisar ett överskott på kvinnor. Övriga kommuner har ett underskott på kvinnor i fertil ålder. Att verka för ett samhälle som attraherar både kvinnor och män bör kunna positivt bidra till utvecklingen. Motivet internationell mångfald är inte heller ett motiv som kommuner och län instämmer i alltför hög grad i. Detta skulle kunna tyda på ett visst lägre intresse för gruppen personer med utländsk bakgrund när det gäller rekrytering av nya invånare. En annan del i förklaringen skulle kunna vara att personer med utländsk bakgrund glöms bort som resurs då det handlar om värning allmänt. En liten antydning till detta kan skönjas då endast två av de som svarat att de aktivt värvar personer med utländsk bakgrund i rapporten ”Integration och regional utveckling”<sup>23</sup> graderar motivet ökad internationell mångfald med fyra eller fem. Är det en grupp som, med de rätta förutsättningarna, skulle kunna tjäna mycket på landsbygdsboende för att lättare komma in i det svenska samhället? Vissa antydningar om detta kan ses i de projekt som gjorts i Strömsunds kommun samt Ragunda-Göteborgsprojektet.

### 7.3 Varför rekrytera nya invånare?

I analysen har tidigare slagits fast att kommuner och län försöker locka invånare till sina områden. I dessa resonemang är ett tillräckligt stort befolkningsunderlag en utgångspunkt för kommunens möjligheter att kunna leverera fullgod service till medborgarna. Det framgår också i kommunens strategier för arbetet att en ökning eller stabilisering av befolkningen är central för utvecklingen. Enkäten visar att det enskilt viktigaste motivet bakom kommunernas arbete med att bredda/öka befolkningen är att öka befolkningen i allmänhet. Oavsett gruppering av svaren, med utgångspunkt i kommuntyp eller regiontyp, får detta motiv högst instämmandegrad. Även för länen är ökad befolkning ett högt rankat motiv men öka företagandet kommer något före.

Totalt sett är det motiven öka befolkningen i allmänhet, öka företagandet samt behov av yrkesutbildad arbetskraft som är största drivkraften hos kommunerna i deras arbete att bredda/öka befolkningen. Detta stämmer väl mot den bild som syns i befolkningsutvecklingen där många kommuner tappat befolkningsunderlag och dessutom får en allt mer åldrande befolkning. Det medför bland annat arbetskraftsbrist i industri, hantverk, och serviceyrken.

Att det skulle finnas ett intresse att öka befolkningen utanför centralorten är emellertid markant ointressant för länsstyrelserna i skogslänen i relation till

---

<sup>23</sup> *Integration och regional utveckling, Glesbygdverket 2005.*

länsstyrelser/regioner i *övriga Sverige*. Hos kommunerna rangordnas motivet också lågt, dock finns inte den markanta skillnad mellan kommuntyperna som återfinns mellan länsgrupperna. En reflektion som kan göras är att det i glesbygdskommuner och i län med stor del glesbygd tycks vara av mindre betydelse var nya invånare väljer att bosätta sig geografiskt i kommunen, vilket kanske inte är så konstigt eftersom hela kommunen respektive stora delar av länet/regionen är glesbygd i någon mening.

En intressant skillnad mellan kommuntyperna är att motivet förbättra åldersstrukturen har en högre instämmandegrad för glesbygdskommuner och tätortsnära landsbygdskommuner än för tätortskommuner och kan således ses som en starkare drivkraft, i de två förstnämnda kommuntyperna, för arbetet med att bredda/öka befolkningen. Att förbättra åldersstrukturen ses som ett viktigt motiv och stämmer väl med den åldersammansättning som blir allt skevare, i synnerhet i glesbygdsområden.

Kommuner som har möjlighet att locka invånare från en tätort på andra sidan kommungränsen har kanske större incitament att arbeta med mer geografiskt specifika områden. Detta skulle vara en del av förklaringen till att de tätortsnära landsbygdskommunerna som deltagit i enkätundersökningen i störst utsträckning av hela kommungruppen instämmer helt i motivet att arbetet sker för att öka befolkningen utanför centralorter.

### **Företagande**

Länsstyrelser och regionala aktörer arbetar något tydligare än kommunerna med ökade arbetstillfällen, då de i större utsträckning än kommunerna instämmer i att ökat företagande är ett motiv till arbetet med att bredda/öka befolkningen. Snittet för samtliga kommuner är 4,4 och för samtliga län 4,6. Länen har rankat motivet ökat företagande något högre än ökad befolkning. En trolig förklaring till skillnaden är att länen arbetar med regionala utvecklingsprogram och regionala tillväxtprogram samt strukturfonder där man i stor utsträckning fokuserar på antal sysselsatta och tillväxtfrågor vilket ger en betoning på företagande snarare än befolkningstillväxt. Kommunerna ser däremot sin skattebas i befolkningstillväxten snarare än i företagande.

### **Arbetskraftsbehov**

När det gäller motiven rörande arbetskraft graderas den yrkesutbildade arbetskraften högst hos både kommuner och länsstyrelser/regionala aktörer i alla grupper utom hos länsstyrelser/regionala aktörer i gruppen *övriga Sverige* som graderar akademisk arbetskraft högre. När olika kommungrupper och länsgrupper jämförs ger enkätsvaren en bild av att behovet av yrkesutbildad arbetskraft är något större hos glesbygdskommuner och hos kommuner i *skogslänens inland* än i övriga grupper samt att denna bild speglas av svaren från länsstyrelser/regionala aktörer.

Skillnaderna inom gruppen län när det gäller detta motiv är emellertid stor för yrkesutbildad arbetskraft. Gruppen övriga län har graderat motivet yrkesutbildad arbetskraft väsentligt lägre än skogslänen. Motivets akademisk arbetskraft skiljer sig inte nämnvärt mellan de båda länsgrupperna, om de fyra skogslänen som svarat senare vägs in i genomsnittet. Skillnaderna återfinns mellan kommuntyperna, då det enda motiv som tätortskommunerna (som huvudsakligen finns i de övriga länen) graderar högre än glesbygdskommunerna är att arbetet sker mot bakgrund av ett behov av akademisk arbetskraft. Det kan med utgångspunkt i detta konstateras att det finns en geografisk skillnad när det gäller behov av arbetskraft. Arbetsmarknaden skiljer sig åt i landet vilket gör att det finns olika typer av yrken/jobbs i olika delar av landet samt att arbetsmarknaden för vissa yrken är större eller mindre i olika delar av landet. Det här medför en

matchningsproblematik där Ragunda-Göteborgsprojektet kan stå som modell för en möjlig lösning.

#### **Internationell mångfald**

Ökad internationell mångfald och att utjämna snedvriden könsfördelning kommer hos såväl kommuner som län näst sist i rangordningen av motiv. Noteras kan emellertid att motivet ökad internationell mångfald kan ha något större betydelse för länsstyrelserna i skogslänen än för övriga län eller kommuntyper i arbetet med att bredda och/eller öka befolkningen.

En reflektion i samband med arbetet från enkäten är att många kommuner arbetar med värvning, men få arbetar specifikt med värvning av personer med utländsk bakgrund. För att arbetet ska inkludera personer med utländsk bakgrund tycks det förutsätta att det finns ett uttalat motiv och en önskan om att rekrytera personer med utländsk bakgrund. Kanske beror det också på vilken syn kommunen har när det gäller personer med utländsk bakgrund – ser man dessa personer som en kostnad eller resurs för kommunen och dess näringsliv? Är det storstädernas problembaserade uppfattning uttryckt i termer av boendesegregation och utanförskap som även finns hos icke-storstadskommuner? Är frågor gällande invandrare och integration organiserade på ett sätt som gör att denna grupp av invånare inte hanteras som en potentiell resurs? Är integration så pass svårt att frågan måste hanteras i projekt utanför ordinarie linjeverksamhet för att det överhuvudtaget ska ske något inom området? I den ordinarie verksamheten kanske integrationsfrågorna ”drunknar”?

#### **7.4 Resultat av arbetet**

De tre mest vanliga resultaten av arbetet med att bredda/öka befolkningen hos tätortsnära landsbygdskommuner, tätortskommuner och län/regioner är ökade befolkningssiffror, färre lediga bostäder samt fler företag. Den kategori som i särklass ser störst resultat på befolkningssiffrorna är tätortskommunerna, drygt 70 procent av dessa uppger resultatet ökat befolkningsunderlag. Detta kan jämföras med glesbygdskommunerna där knappt 30 procent ser ökad befolkning som resultat. Glesbygdskommunerna skiljer sig från de övriga två kommuntyperna, då färre utflyttade och en ökning av arbetskraft i allmänhet är ett mer frekvent redovisat resultat än hos övriga kommuner och län/regioner. Färre utflyttade är ett vanligare resultat hos glesbygdskommuner än ökade befolkningssiffror. Resultatet ökade befolkningssiffror kommer först på femte plats hos de glesbygdskommuner som svarat på enkäten. Det ser ut som om större gleshet och mer perifera områden har svårare att notera resultatet ökad befolkning, medan man i stället ser resultatet färre utflyttade. Mot bakgrund av den rådande befolkningsutvecklingen i glesbygdskommunerna kan det vara naturligt att resultatet färre utflyttade observeras i större utsträckning än ökade befolkningssiffror. Det innebär att arbetet inte ger en befolkningsökning men en lindring av befolkningsminskningen, vilket har ett värde i sig. Glesbygdskommunerna och tätortsnära landsbygdskommunerna ser i mindre grad resultat av ansträngningarna som gjorts jämfört med tätortskommuner och län/regioner. Här kan också en generell negativ utveckling vara en del av förklaringen. En uppbromsad negativ utveckling är inte lika lätt att upptäcka som en tydlig ökning.

En förbättrad åldersstruktur är ett vanligare resultat i tätortsnära landsbygdskommuner än i någon annan gruppering. Det stämmer också med den befolkningsbild som beskrivs i befolkningsavsnittet (kapitel 2). Åldersgruppen 0-9 år i tätortsnära landsbygder (som i stort sett faller samman med tätortsnära landsbygdskommuner) är i nivå med riket och gruppen 10-19 år är avsevärt mycket större



i tätortsnära landsbygder än i tätorter och riket som helhet. Det flyttmönster som råder visar också att barnfamiljer lockas till tätortsnära landsbygd vilket snabbare ger en förbättrad åldersstruktur än någon annan typ av inflyttning.

## 7.5 Resultat i förhållande till motiv

Är det så att kommunerna och länen ser de resultat som de avsett med arbetet att bredda/öka sin befolkning? För att få en bild av hur det ser ut har enbart de kommuner som sagt sig instämma helt (5) på respektive motiv samkörts med resultatet. Det visar att resultatet, som bäst, överensstämmer till cirka 60 procent, oavsett geografisk gruppering.

På frågan om motiven har 106 kommuner instämt helt i att motivet bakom arbetet är viljan att se en ökad befolkning i allmänhet. Av dessa 106 ser 50 kommuner också detta resultat. Om man räknar både motivet ökad befolkning och färre utflyttade ser 67 av de 106 kommunerna resultat. Tätortskommuner i alla områden ser i större utsträckning än övriga kommuntyper resultat av motivet ökad befolkning, drygt 80 procent. Cirka 50 procent av glesbygdskommunerna och de tätortsnära landsbygdskommunerna ser resultat av motivet ökad befolkning. Med den rådande befolkningsstrukturen i glesbygdskommuner, och även tätortsnära landsbygdskommuner, ter det sig naturligt att dessa kommuner inte kan se resultat av motivet ökad befolkning i samma utsträckning som tätortskommuner. Snarare kan resultatet vara en långsammare befolkningsminskning som är resultatet av de ansträngningar som görs.

I motivet förbättrad åldersstruktur instämmer 52 kommuner helt. 14 av dessa 52 har också angett att de ser en förbättrad åldersstruktur som resultat. 12 av de 52 kommunerna, är kommuner i *skogslänens inland* och en kommun av dessa som instämt helt i motivet ser också resultatet förbättrad åldersstruktur, Krokoms kommun. Den förbättrade åldersstrukturen i denna glesbygdskommun kan spåras till den våg av inflyttning som sker i Ås samhälle som ytmässigt kan räknas samman med tätorten Östersund (i Östersunds kommun). I regionen *skogslänen övrigt* är det 11 kommuner som i sitt arbete med att öka/bredda befolkningen strävar efter att förbättra åldersstrukturen, varav fyra också ser ett resultat i åldersstrukturen för kommunen.

Yrkesutbildad arbetskraft är det arbetskraftsmotiv som flest kommuner rangordnar med en femma. Det är dock det motiv där man ser lägst resultat, 26 procent av dessa kommuner ser resultat. Däremot får motivet allmän arbetskraft högst resultat, 41 procent, medan det är minst antal kommuner som rankat allmän arbetskraft som femma. Akademisk arbetskraft som ett starkt motiv har en överensstämmandegrad på 31 procent.

- 38 kommuner har rangordnat yrkesutbildad arbetskraft som ett starkt motiv. Tio kommuner totalt anger att de ser resultat på ökad yrkesutbildad arbetskraft. Fem av dessa tio finns i skogslänen.
- 26 kommuner anger akademisk arbetskraft som ett starkt motiv. Åtta kommuner kan se resultat och dessa åtta kommuner sprider sig lika över regioner och kommuntyper.
- 22 kommuner anger allmän arbetskraft som ett starkt motiv. Nio kommuner kan se resultat varav sex av dessa kommuner finns i skogslänen.

Ökat företagande som motiv har 47 kommuner både graderat med en femma som motiv till arbetet med att bredda/öka befolkningen och även sett resultat. Totalt har 75 kommuner graderat motivet med en femma. Fem av de 47 kommunerna är glesbygdskommuner i *skogslänens inland*. Tätortskommuner med motivet öka företagandet har lyckats nå resultatet ökat företagande i större utsträckning än övriga

typer av kommuner, knappt 80 procent av de som gett motivet en femma har också nått fram till resultatet. Övriga områden når som mest upp i 65 procent i överensstämmande med motivet öka företagandet.

Få kommuner har angett snedvriden könsfördelning, ökad internationell mångfald och fylla tomma bostäder som starka motiv, sex, nio respektive tio kommuner. Resultatet är mycket svagt för motivet snedvriden könsfördelning och motivet fylla tomma bostäder, en kommun respektive två kommuner noterar resultat. Däremot har motivet ökad internationell mångfald ett påfallande högt resultat, sex kommuner ser resultat varav fem kommuner i skogslänen. Det är också det motiv som har den enskilt högsta resultatuppfyllandet (67 procent) med reservation för att det är ett litet underlag. Är det möjligen ett motiv som är lättare att genom strategiskt arbete mot en tydlig målgrupp uppnå resultat jämfört med vissa andra motiv?

En slutsats är att det är svårt att se resultat i paritet med de motiv som används. Är de motiv som används allmänt hållna och svåra att påverka för den enskilda kommunen? De insatser som görs fokuserar inte heller tillräckligt tydligt utan har ett allt för bred målgrupp. En insats, som Ragunda kommuns "Göteborgsprojekt" eller direkta stöd till familjer för att utöka antalet barn, gör det lättare att se om åtgärderna har gett avsett resultat i kommunen i form av ökad inflyttning eller ökning av antalet barn. En mer allmän kampanj gör det svårare att avgöra om det är insatsen som lett till ett eller annat resultat, eller om det är andra faktorer i omvärlden som gjort verkan, eller för den delen motverkat ett resultat. Med en konkret och tydlig målgrupp och med ett resultat som man vet beror på en given insats, kan insatsen upprepas och leda till ytterligare framgångar, eller om insatsen misslyckades, helt undvikas i framtiden. Detta system förutsätter givetvis att det finns ett moment av lärande i processen, dvs. att uppföljningar och utvärderingar görs. Slutsatsen är att det inte är så lätt att säga om utfallet av en aktivitet är tillfredsställande eller inte. Det kan vara så att det finns ett värde i det faktiskt görs något.

## **7.6 Hur länge har arbetet bedrivits och hur länge beräknas det pågå?**

De kommuner som har arbetat länge med frågan, dvs. i mer än sex år, kommer också i större utsträckning än de kommuner som arbetat i ett till sex år att fortsätta med arbetet tillsvi vidare. Det är förståeligt att de som ser resultat i form av ökning av företag och befolkningssiffror fortsätter arbetet. Dock kan noteras att kommuner fortsätter med arbetet att bredda/öka befolkningen trots avsaknad eller svaga resultat. Kanske är betydelsen av fler invånare så pass stor att den är värd ansträngningen? Av samtliga svarande glesbygdskommuner, 13 stycken, som svarat att de har arbetat i mer än sex år, kommer 11 att fortsätta arbeta tills vidare. De glesbygdskommuner som har arbetat mer än sex år har angett fler resultat än de glesbygdskommuner som arbetat kortare tid, dvs. ett till sex år. Dock kommer alla dessa kommuner, oavsett hur lång tid de har arbetat, samt oavsett vilka resultat de ser, att fortsätta arbetet tills vidare.

En fråga som är intressant är om de svaga resultaten föranleder en förändring av insatserna. En fråga att fundera över är hur t.ex. marknadsföringen sker. Är den av generell karaktär för att passa så många som möjligt? Det finns anledning att fråga sig hur väl man når ut med generell marknadsföring. Det är kanske mycket speciellt riktad information som ger bäst resultat, såsom Ragunda kommuns "Göteborgsprojekt" och Borgholms kommuns "Öland Horizon", vilka båda anses som lyckade enligt utvärderingar.

## **7.7 Samarbete med andra aktörer**

Arbetet med att bredda/öka befolkningen sker i stor utsträckning i samarbete med andra parter. De allra flesta kommunerna och alla länsaktörerna svarar att de har samarbete och att det sker relativt brett. Merparten samarbetar med fler än en aktör. En förklaring är antagligen att kommunerna försöker kapa kostnaderna genom samarbete eftersom insatserna kan vara kostnadskrävande och ofta kan ett samarbete vara till gagn för flera näraliggande kommuner med liknande förutsättningar. Möjligen kan samarbeten gör att profileringen för den enskilda kommunen försvåras och att argumenten blir för allmänt hållna.

## **7.8 Reflektioner avseende värvning av personer med utländsk bakgrund**

De flesta projekt som beskrivits i kapitel 6 strävar efter att rekrytera nya invånare från områden som präglas av trängsel och bostadsbrist samt arbetslöshet som i stadsdelarna i Göteborg. Styrkorna hos de rekryterande kommunerna är närhet till natur, fritid och service såsom barnomsorg. Det är tydligt att erfarenheterna från projekten har spridits och de metoder som använts i ett projekt har förfinats i ett nytt projekt. Ragunda kommun sneglade på projektet Strömsund Nybyggerland när de drog igång Göteborgsprojektet och Norrlandsförbundets projekt Enad kraft bygger vidare på Göteborgsprojektet. Borgholms kommuns projekt Öland Horizon har spridits till andra kommuner i regionen, vilket också var ett villkor för stöd. Gemensamt för samtliga projekt är att de är konkreta samt genomtänkta.

Projekten i norra Sverige fokuserar på personer med utländsk bakgrund som redan bor i Sverige, medan de beskrivna projekten längre söderut fokuserar på personer boende i Holland. En fråga kan vara om en satsning på rekrytering av personer från Holland, Tyskland eller Danmark skulle vara lika framgångsrik för kommuner längre norrut i Sverige? Kan tillgänglighetsläget i söder bidra till kommunernas attraktivitet för en holländare? Från Öland är det endast en dagsresa till ursprungslandet. Är landsbygden i södra Sverige "landsbygd nog" för människor i trångbodda storstäder? Hylte kommun i Hallands län profilerar sig som Sveriges första vildmark och de som flyttade dit från Göteborg ville bosätta sig i centralorten eftersom det var "landsbygd" nog. Vilken roll spelar glesheten och tillgängligheten såsom den ser ut i norra Sverige i rekryteringssammanhang?

Vinsterna av uppnådda resultat i Ragundaprojektet och i Strömsundsprojektet återfinns på såväl individnivå som på samhällsnivå. Genom att arbetskraft flyttas från områden med hög arbetslöshet till områden med arbetskraftsbrist under förutsättning att det finns arbete till dessa personer antingen direkt eller efter avklarad utbildning är positivt för individen och det sammanhang som individen rör sig i. En ökad befolkning innebär ett ökat skatteunderlag, att kommunen blir mer attraktiv för företagare, då den arbetar för att säkerställa att arbetskraft med rätt kompetens finns tillgänglig, vilket kan leda till ett positivt utvecklingsklimat och i förlängningen en ökad tillväxt. I en artikel i Dagens Nyheter den 27 februari 2007 sägs att flyktingar som bosätter sig i storstäderna inte har samma förutsättningar som andra flyktingar. De löper en större risk att känna sig socialt och ekonomiskt otrygga under de tre första åren. Flyktingar som bosätter sig i små kommuner har lättare för att komma in i samhället då man är mindre anonym. Det är sällan köer till dagis och skolor. Kommunalrådet i Sorsele uttalar sig i artikeln och menar att flyktingarna är en tillgång för kommunen. I vilken mån spelar kännedom om övriga delar av landet in när det gäller att ta steget att flytta till en ny tillvaro, kanske inte bara i en annan del av landet utan också i en annan typ av bygd, från till exempel storstad till

landsbygd? Här visar Niedomysels avhandling att få flyttar till en plats de aldrig varit till<sup>24</sup>, vilket gör frågan berättigad i synnerhet när det gäller personer med utländsk bakgrund. Här torde besöksresor ha ett stort värde för att ge en möjlighet att uppleva en annan del av Sverige och en ny tillvaro.

Ett enkelt räkneexempel visar volymen av vad en sådan matchning som sker i Göteborgsprojektet skulle kunna ge om den ”skalades upp” och fler kommuner deltar. Det finns 232 kommuner utanför storstadsområdena Stockholm, Göteborg och Malmö. Om alla dessa 232 kommunerna kunde åstadkomma samma resultat som Ragunda i förhållande till sin folkmängd, vilket är 0,48 procent av befolkningen 31/12 2006, skulle 26 700 invånare finna ny bosättning i dessa 232 kommuner. När enbart glesbygds- och landsbygdskommuner räknas kommer 12 000 personer att kunna tas emot. Skogslänen skulle kunna komma upp i 8 500 nya invånare varav 4 300 i gles- och landsbygdskommunerna. Medianpopulationen med utländsk bakgrund bland rikets alla kommuner är tio procent och 109 kommuner bland de 232 kommunerna har i dag en population med utländsk bakgrund på mer än tio procent. Det är dock endast 69 kommuner som har 12 procent eller fler personer med utländsk bakgrund vilket innebär att 70 procent av de 232 kommunerna har relativt få personer med utländsk bakgrund.

I samband med Glesbygdsverkets uppdrag ”Integration och regional utveckling”<sup>25</sup> skickades en enkät ut med syftet att kartlägga omfattningen och formerna för aktiv värvning av personer med utländsk bakgrund i gles- och landsbygdskommuner. På frågan om kommunen arbetar med att värva nya invånare i projekt specifikt riktade till personer med utländsk bakgrund svarade 15 kommuner att de värvade särskilt mot personer med utländsk bakgrund. Tio av dessa kommuner har även svarat på föreliggande enkät. Endast två kommuner instämmer i denna enkät att ökad internationell mångfald är ett bakomliggande motiv i deras arbete med att bredda/öka befolkningen. Det skulle kunna tyda på att i den allmänna värvningen är integrationsfrågan i viss mån bortglömd.

---

<sup>24</sup> Niedomysl T, *Migration and Place Attractiveness*. Uppsala 2006.

<sup>25</sup> *Integration och regional utveckling*, Glesbygdsverket 2005.

# Bilagor

## Bilaga 1. Gruppering av argument för attraktivitet och för att attrahera.

<b>1.Fysiska argument relaterade till naturgivna förutsättningar</b>	<b>2.Arbeta, försörjning och utbildning</b>	<b>3.Boende samt fritid och rekreation</b>
Boende i sjönära läge/strandnära boende/Närhet till vatten och natur	Främja entreprenörsandan genom samverkan med företagen och tillhandahållandet av en god offentlig service	För en god boendemiljö ska kommunen verka för --ett ökat brukande av mindre jord- och skogsbruksfastigheter -att kreditgivarna ska se mer positivt på bostadsinvesteringar på landsbygden -en nyanserad tillämpning av strandskyddsreglerna så att fler kan bosätta sig vid sjöar och vattendrag
Unik boendemiljö/Fantastiska miljöer runt knuten/Härliga miljöer/Mälarlandskapet/Naturen/Sjörikt, kuperat och vackert landskap/Naturskön miljö/Höga berg och vackra dalar, glittrande sjöar och urskogar	Vidareutveckla det lokala samarbetet när det gäller tillväxtfrågor	Boende på landsbygd kan kombineras med arbete och utbildning/Boende och service binds samman av en ändamålsenlig infrastruktur avseende bl.a. kommunikationer och arbetsplatser
Utvecklingsskapande läge mellan två länder och förbindelseleden E18/bra geografiskt läge/centralt läge vid E20 och riksväg 26	Främjande av en utveckling och differentiering av näringslivet/Stärka och utveckla näringslivet/Välmående näringsliv	Boende med stallplats/Landsbygdsboende i fin miljö med möjlighet till hobbyodling och djurhållning i närheten till tätorterna/Kulturbonde/Varierat boende/Tillgång till lockade bostäder som t.ex. boende i sjönära läge/ Bostäder med bra standard byggs i exklusiva lägen
Historisk stadskärna	Enkelt att verka och etablera sig	Levande centrum
Storstadsnära med egen identitet/Närhet till större städer	Ekonomisk tillväxt med bevarande av god och hälsosam miljö	Gott boende, god service och bra förutsättningar för barnen till god uppväxt och bra utbildning
Tydlig och stark identitet med koppling till de livsvillkor som kommunen kan erbjuda den enskilde	Trogen, engagerad och kostnadseffektiv arbetskraft med tillräcklig utbildning	Levande landsbygd vilket innebär viss service och goda kommunikationsmöjligheter
	Lediga jobb/Arbetsstillfällen	Lagom stor kommun/Nära till dagis, skola, arbete, affärer, service

		och en mångfald av fritidsaktiviteter
	Lokaler i centralt läge med tillgång till parkeringsplatser finns att hyra	Familjär och öppen stämning/ Trygghet/Sociala klimatet/ Mentaliteten
	Prisvärd tomtmark	Brett utbud av fritidsaktiviteter/Stimulerande fritid
	Närhet till universitet och högskolor	Sveriges bästa öl
	Öka tillgänglighet och service	Trädgårdsstad
	Goda kommunikationer	Prisvärd tomtmark/Fördelaktiga priser på hus
		Ingen trängsel

## **Bilaga 2. Enkätfrågor breddning och/eller ökning av befolkningsunderlaget**

### **Kommuners arbete med att försöka bredda och/eller öka befolkningsunderlaget**

1. Kommunens namn:
2. Arbetar kommunen på något sätt för att försöka bredda och/eller öka befolkningsunderlaget i kommunen?

Ja            Nej            Vet ej

Kommentar:

*Om ja;* fortsätt med fråga 3.

*Om nej eller vet ej;* gå direkt till frågorna 11-13.

3. Vilka är motiven till att kommunen försöker bredda och/eller öka befolkningen?  
Ange för varje alternativ i vilken grad kommunen instämmer. 1 = instämmer inte alls och 5 = instämmer i allra högsta grad

-Öka befolkningen i allmänhet

1 2 3 4 5 vet ej

-Öka befolkningen i områden utanför själva centralorten

1 2 3 4 5 vet ej

-Förbättra åldersstrukturen i kommunen

1 2 3 4 5 vet ej

-Behov av yrkesutbildad arbetskraft (både för anställning inom kommunen och företag m.m.)

1 2 3 4 5 vet ej

-Behov av akademisk arbetskraft (både för anställning inom kommunen och företag m.m.)

1 2 3 4 5 vet ej

-Behov av arbetskraft allmänt (både för anställning inom kommunen och företag m.m.)

1 2 3 4 5 vet ej

-Öka företagandet

1 2 3 4 5 vet ej

-Utjämna snedvriden könsfördelning

1 2 3 4 5 vet ej

-Ökad internationell mångfald

1 2 3 4 5 vet ej

-Fylla tomma bostäder

1 2 3 4 5 vet ej

Annat:

Kommentar:

4. På vilket/vilka sätt arbetar ni med att försöka bredda och/eller öka befolkningen?  
(flera alternativ kan anges)

Tillhandahåller inflyttningsservice (dvs en organisation som ser till att inflyttare får stöd vid etablering i kommunen)

Kommunen har särskild tjänsteman för att arbeta med detta

Avsatt medel i budget för detta ändamål

Arbete mot särskild målgrupp

Möten, konferenser, kongresser

Reklam i media

Inflyttningsdatabaser (där intresserade kan anmäla sitt flytt- och jobbintresse t ex)

Marknadsföring av kommunen

Marknadsföring särskilt inriktad mot landsbygdsområdena, livsstil, natur

Uppmuntran till ökat barnafödande/adoption

Erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö

Tillhandahåller attraktiva tomter

Turistsatsningar

Direkt kontakt med andra länder

Annat

Vet ej

Beskriv närmare i korthet:

5. Finns det någon geografisk aspekt på arbetet med att försöka bredda och/eller öka befolkningsunderlaget i kommunen, t ex styra insatser till särskilda områden utanför själva centralorten om där finns många tomma bostäder, eller styra insatser till orter/områden som har särskilda svårigheter att rekrytera personal?

Ja

Nej

Vet ej

*Om ja;* beskriv närmare:

6. Ungefär hur länge har kommunen bedrivit arbetet?

Mindre än ett år

1-3 år

3-6 år

Mer än 6 år

Vet ej

Kommentar:



7. Vilka resultat kan ni se såhär långt med de insatser som gjorts? (flera alternativ kan anges)

- Ökade befolkningssiffror
- Färre utflyttade
- Förbättrad åldersstruktur
- Ökat andelen yrkesutbildad arbetskraft (avser både kommunen, näringslivet m.m.)
- Ökat andelen akademiker (avser både kommunen, näringslivet m.m.)
- Fått mer arbetskraft allmänt (avser både kommunen, näringslivet m.m.)
- Fler företag har startat/flyttat hit
- Jämnare könsfördelning
- Fler utlandsfödda i kommunen, dvs ökad mångfald
- Färre lediga bostäder
- Inget resultat ännu
- Annat
- Vet ej

Kommentar:

8. Hur länge beräknas nuvarande insatser pågå?

Svar:

9. Har kommunen en handlingsplan, en strategi, en aktivitet, ett projekt eller liknande som ni arbetar utifrån för att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget?

Ja            Nej            Vet ej

Kommentar:

*Om ja: Vi är mycket tacksamma om ni kan skicka någon form av dokumentation av detta till Glesbygdsverket. Vi är även intresserade av att ta emot eventuellt genomförda utvärderingar eller uppföljningar.*

10. Samarbetar kommunen med någon annan aktör i dessa frågor?

Ja            Nej            Vet ej

*Om ja; vilken aktör (flera alternativ kan anges)*

- Landsting
- Länsstyrelse eller motsvarande
- Annan kommun
- Arbetsförmedling
- Företag
- Utbildningsanordnare
- Organisation
- Annan
- Vet ej

*Om ja;* beskriv på vilket sätt:

*Om nej på fråga 2 ovan:*

11. Om kommunen inte arbetar med att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget känner ni till om det finns andra aktörer inom ert geografiska område som arbetar med detta? (tex. organisation, företag, landsting, länsstyrelse, regionförbund, lokala utvecklingsgrupper).

Ja            Nej            Vet ej

*Om ja;* ange aktör:

12. Finns det några särskilda skäl till varför ni inte arbetar med att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget? (flera alternativ kan anges)

\_\_\_ Redan tillräckligt stor befolkning

\_\_\_ Har inte tillräckliga resurser

\_\_\_ Har inga lediga bostäder

\_\_\_ Vet ej

\_\_\_ Annat

Kommentar:

13. Har kommunen planer på att börja arbeta för att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget?

Ja            Nej            Vet ej

Kommentar:

### **Bilaga 3. Enkätfrågor breddning och/eller ökning av befolkningsunderlaget**

#### **Länets arbete med att försöka bredda och/eller öka befolkningsunderlaget**

1. Länets/regionens namn:
2. Arbetar länsstyrelsen/regionen på något sätt för att försöka bredda och/eller öka befolkningsunderlaget i länet/regionen?

Ja            Nej            Vet ej

Kommentar:

*Om ja;* fortsätt med fråga 3.

*Om nej eller vet ej;* gå direkt till frågorna 11-13.

3. Vilka är motiven till att länsstyrelsen/regionen försöker bredda och/eller öka befolkningen inom länet/regionen? Ange för varje alternativ i vilken grad länsstyrelsen/regionen instämmer. 1 = instämmer inte alls och 5 = instämmer i allra högsta grad

-Öka befolkningen i allmänhet inom länet/regionen

1 2 3 4 5 vet ej

-Öka befolkningen i områden utanför centralorterna/större tätorter

1 2 3 4 5 vet ej

-Förbättra åldersstrukturen inom länet/regionen

1 2 3 4 5 vet ej

-Behov av yrkesutbildad arbetskraft

1 2 3 4 5 vet ej

-Behov av akademisk arbetskraft

1 2 3 4 5 vet ej

-Behov av arbetskraft allmänt

1 2 3 4 5 vet ej

-Öka företagandet

1 2 3 4 5 vet ej

-Utjämna snedvriden könsfördelning

1 2 3 4 5 vet ej

-Ökad internationell mångfald

1 2 3 4 5 vet ej

Annat:

Kommentar:

4. På vilket/vilka sätt arbetar ni med att försöka bredda och/eller öka befolkningen?  
(flera alternativ kan anges)

- Tillhandahåller inflyttningsservice (dvs en organisation som ser till att inflyttare får stöd vid etablering i länet)
- Länsstyrelsen/regionen har särskild tjänsteman för att arbeta med detta
- Avsatt medel i budget för detta ändamål
- Arbete mot särskild målgrupp
- Möten, konferenser, kongresser
- Reklam i media
- Inflyttningsdatabaser (där intresserade kan anmäla t ex sitt flytt- och jobbintresse)
- Marknadsföring av länet/regionen
- Särskilda marknadsföringsinsatser av landsbygdsområdena, livsstil, natur
- Erbjuder attraktiv livs-/boendemiljö
- Turistsatsningar
- Direkt kontakt med andra länder
- Annat
- Vet ej

Beskriv närmare i korthet:

5. Finns det någon geografisk aspekt på arbetet med att försöka bredda och/eller öka befolkningsunderlaget i länet/regionen? Det kan handla om att styra insatser till särskilda områden utanför centralorterna/större tätorter där det finns t ex många tomma bostäder, eller där man har särskilda svårigheter att rekrytera personal.

Ja            Nej            Vet ej

**Om ja;** beskriv närmare:

6. Ungefär hur länge har länsstyrelsen/regionen bedrivit arbetet?

- Mindre än ett år
- 1-3 år
- 3-6 år
- Mer än 6 år
- Vet ej

Kommentar:

7. Vilka resultat kan ni se så här långt med de insatser som gjorts? (flera alternativ kan anges)

- Ökade befolkningssiffror
- Färre utflyttade
- Förbättrad åldersstruktur
- Ökat andelen yrkesutbildad arbetskraft
- Ökat andelen akademiker
- Fått mer arbetskraft allmänt
- Fler företag har startat/flyttat hit
- Jämnare könsfördelning
- Fler utlandsfödda i länet/regionen, dvs ökad mångfald
- Färre lediga bostäder
- Inget resultat ännu
- Annat
- Vet ej

Kommentar:

8. Hur länge beräknas nuvarande insatser pågå?

Svar:

9. Har länsstyrelsen/regionen en handlingsplan, en strategi, en aktivitet, ett projekt eller liknande som ni arbetar utifrån för att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget?

Ja            Nej            Vet ej

Kommentar:

*Om ja: Vi är mycket tacksamma om ni kan skicka någon form av dokumentation av detta till Glesbygdsverket. Vi är även intresserade av att ta emot eventuellt genomförda utvärderingar eller uppföljningar.*

10. Samarbetar ni med någon annan aktör i dessa frågor?

Ja            Nej            Vet ej

**Om ja;** vilken aktör (flera alternativ kan anges)

- Landsting
- Annan länsstyrelse/region
- Kommun
- Arbetsförmedling
- Företag
- Utbildningsanordnare
- Organisation
- Annan
- Vet ej

**Om ja;** beskriv på vilket sätt:

**Om nej på fråga 2 ovan:**

11. Om länsstyrelsen/regionen inte arbetar med att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget känner ni till om det finns andra aktörer inom ert geografiska område som arbetar med detta? (tex. organisation, företag, kommun, landsting, lokala utvecklingsgrupper).

Ja            Nej            Vet ej

**Om ja;** ange aktör:

12. Finns det några särskilda skäl till varför ni inte arbetar med att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget? (flera alternativ kan anges)

\_\_\_ Redan tillräckligt stor befolkning

\_\_\_ Har inte tillräckliga resurser

\_\_\_ Vet ej

\_\_\_ Annat

Kommentar:

13. Har ni planer på att börja arbeta för att försöka öka befolkningen och/eller bredda befolkningsunderlaget?

Ja            Nej            Vet ej

Kommentar:

# Litteratur och referenser

## **Tryckta källor**

Dagens Nyheter 070227

Dagens Samhälle nr 17, 2007.

Glesbygdsverket, (2005), *Integration och regional utveckling*.

Glesbygdsverket, (2006), *Sveriges gles- och landsbygder*.

Glesbygdsverket, (2006), *Kopplingen mellan kommunala och regionala program*.

Niedomysl T, (2006), *Migration and Place Attractiveness*, Uppsala Universitet.

Regionförbundet i Kalmar län, (2006), *Inflyttarmässa i Holland & Tyskland mars 2006*

## **Övriga referenser**

Anna-Märta Johansson, projektledare Ragunda kommun

Tomas Blom, skolchef Ragunda kommun

[www.ragunda.se](http://www.ragunda.se)