



# *Attraktionskraft*

FÖR TILLVÄXT OCH UTVECKLING



REGERINGSKANSLIET



# Förord

Vad menar vi när vi talar om attraktiva livs- och boendemiljöer? Är det en vacker natur med milsvid utsikt eller är det en myllrande stad med många människor i rörelse? Är det närheten till ett pittoreskt torg med uteserveringar eller är det ett köpcentrum med stora parkeringar? Svaren varierar säkert och hur attraktionskraft definieras kan det råda delade meningar om.

Oavsett definition vet vi att attraktiva livs- och boendemiljöer är viktiga för varje kommun och regions möjlighet att attrahera såväl boende som företag och besökare. En starkt attraktionskraft är också en viktig förutsättning för att kunna skapa en hållbar tillväxt i alla delar av Sverige.

Attraktionskraft Sverige är regeringens initiativ som, under två år, fokuserat på framgångsfaktorer för attraktiva livs- och boendemiljöer. Attraktionskraft Sverige har samverkat med ett antal aktörer i arbetet; SKL, LRF, Arena för Tillväxt, Företagarna, Visita, SmåKom och dessutom Tillväxtverket som haft i uppdrag att medverka i genomförandet.

Det är med ovanstående som utgångspunkt regeringen ger ut den här skriften. Ambitionen är att bidra med inspiration till er aktörer på lokal, regional och nationell nivå, i det viktiga arbetet med attraktionskraft och hur det kan bedrivas inom ramen för lokalt och regionalt tillväxtarbete. Innehållet utgår från erfarenheter och tankar vi fått i arbetet med Attraktionskraft Sverige.

ANNIE LÖÖF  
NÄRINGSMINISTER



# *Innehålls-* FÖRTECKNING

- 4 | Attraktionskraft som nyckelfaktor för tillväxt och utveckling
- 8 | Avgörande betydelse i hela landet
- 12 | Bred uppslutning en förutsättning
- 14 | Systematik skapar sammanhang
- 16 | En vital del av tillväxtarbetet
- 19 | Knäckfråga på kommunal nivå
- 22 | Samordning med skiftande ambition
- 24 | Inomregionala skillnader utmanar
- 26 | Tre typer av attraktionskraft
- 32 | Analytisk dimension bäddar för prioriteringar
- 36 | Andras arbete med attraktionskraft
- 37 | Framsynt ledarskap banar väg
- 40 | Till sist... en början
- 42 | Material



# Attraktionskraft

SOM NYCKELFAKTOR FÖR  
TILLVÄXT OCH UTVECKLING

*V*isst är det ett hus som inspirerar. Som föder drömmar om ett bättre liv. Om lycka. De flesta skulle sannolikt beskriva det som herrgårdsliknande. Anmärkningsvärt. Läget är centralt, men tomten stor nog för att omsluta byggnaden i ett naturromantiskt skimmer. Nio rum. 330 kvadratmeter. Vinkällare och öppna spisar. Genomslaget på Hemnet blir massivt när huset läggs ut till försäljning. Redan första veckan sitter tiotusentals husspekulanter med febriga blickar och bläddrar genom bilderna. ”Jag blev helt nedringd av intressenter”, säger mäklaren Annacarin Holmgren. På visningarna kommer människor från alla väderstreck, många långväga ifrån. ...

Attraktionskraft har i en globaliserad ekonomi kommit att bli en nyckelfaktor för tillväxt och utveckling på alla nivåer. Mycket finns att vinna för dem som stärker sin attraktionskraft, men hur det ska göras är allt annat än självklart. Möjligheter och utmaningar löper parallellt.

Utvecklingen och förutsättningarna i den lilla orten Skorped i Örnsköldsviks kommun ramar in denna skrift. Ortens historia utgör ett exempel på hur attraktionskraften ser ut och fördelar sig i Sverige, men det hade lika gärna kunnat handla om en småstad i södra Sverige eller om någon av landets storstäder. Huset i Skorped är för många sinnebilderna av ett hus för den stora familjen, men det hade lika gärna kunnat handla om en centralt belägen hyresrätt eller ett radhus i en förort.

Attraktionskraften på en plats är avgörande när människor ska fatta beslut om var de ska bo och verka. I detta är möjligheten till goda livs- och boendemiljöer en central del. Det handlar såklart om själva boendet. Om känslorna som väller fram vid bilden av huset som ligger inbäddat i nysjön där i Skorped, om tankarna på hur barnen bygger kojor på gården och hur bra salongen passar till de där festerna som framtiden bär med sig. Om det rationella i att sovrummen räcker, att carporten är i fint skick och driftskostnaderna låga.

Men vardagen ska ju fungera. Vissa grundläggande förutsättningar måste vara uppfyllda. Till dessa hör tillgången på fysisk och digital tillgänglighet samt service. Ett hus är inte mycket värt om det saknas skola för barnen, en butik inom bekvämt avstånd och hyggliga arbeten inom räckhåll. För den som är företagare tillkommer ytterligare faktorer.

” *Sverige som land har otroliga möjligheter. Vi har miljöer som är som skapta för grönt företagande och attraktiva för många att bo i eller gästa. Jag tror att det som är gemensamt för attraktiva miljöer är att man har kommunikation, service, sjukvård, skola och omsorg som fungerar. Det spelar ingen roll var i landet man befinner sig, den tryggheten vill man ha.*

HELENA JONSSON, LRF



Totalt sett räcker inte heller grundläggande förutsättningar. Människor är trögröriga. Människor bor där de bor av vana och trygghet. Rotade. För att det där slutliga beslutet ska tas krävs något extra. Ett unikt kulturliv. Starka familjeband. Eller bara ovanligt bra gäddfiske. Men oftast möjligheten till utbildning eller ett speciellt jobb.

En undersökning av svenska folkets boendevärderingar visar att ålder och livsfas avgör mest var man vill bo.<sup>1</sup> Bland dem som är födda 1970 och senare drömmer en klar majoritet om att bo i något av storstadsområdena eller i annan tätort med fler än 30 000 invånare. De små tätorterna framstår som minst attraktiva och landsbygden är betydligt mer attraktiv än dessa orter.

Samma undersökning visar att betydelsen av goda arbets- och inkomstmöjligheter samt utbildningsmöjligheter på den ort man bor har minskat relativt kraftigt under den senaste tioårsperioden. Då goda kommunikationer har fortsatt mycket stor betydelse, kan utvecklingen tolkas som att det regionala sammanhanget blivit viktigare. Att det speglar den arbetsmarknadsförstoring som pågår.

Så vad är viktigast för att vi i Sverige ska trivas på den plats vi bor? Boendet i sig såklart, bekväma och bra bostadsförhållanden. Sammantaget pekar undersökningen på att själva boendet är centralt, medan platsen för boendet tenderar att bli mindre viktig – så länge det finns fungerande kommunikationer i ett regionalt perspektiv.

## I korthet

- Attraktionskraft är en nyckelfaktor för tillväxt och utveckling.
- Boendet och boendemiljön är en viktig del av attraktionskraften, men vardagen måste också fungera.
- Attraktionskraften är i stor utsträckning en fråga för den lokala nivån, men det regionala sammanhanget är betydelsefullt.

---

<sup>1</sup> Kairos Future (2013).





## Avgörande betydelse i hela landet

Attraktiva miljöer som lockar till sig människor oavsett om de ska bo och leva, driva företag eller tillfälligt besöka har avgörande betydelse för varje plats, ort, stad och region. Sammantaget har dessa miljöer också avgörande betydelse för den samlade tillväxten i landet som helhet.

... Intresset för huset ger en bild av attraktionskraften – och dess många gånger motsträviga logik. Den stora anstormningen är nämligen något av en anomali. Huset ligger i Skorped, 45 minuter i bil väster om Örnsköldsvik. Här är befolkningen luttrad, den som är kvar. Knappast van vid det stora intresset. På 50 år har samhället tappat mer än hälften av sin befolkning. 1990 fick Skorped ett byråkratiskt tjuvnyp då den förlorade sin status som tätort i statistiska centralbyråns terminologi. Nu när befolkningen understiger 200 personer klassificeras samhället som en småort – och tillhör den kategori av samhällen som generellt sett har tuffast framtidsutsikter. Att stärka attraktionskraften framstår i detta perspektiv som en av de viktigaste framtidsfrågorna för det lilla samhället med det populära huset. ...

Det pågår en kraftfull urbaniseringsprocess i såväl Sverige som övriga delar av världen. Städerna – framförallt de stora – växer i snabb takt. I Sverige resulterar det i att storstadsområdena och vissa universitetsorter expanderar, medan många mindre samhällen är hårt pressade.

Sambanden bakom utvecklingen är komplexa. En av huvudförklaringarna är övergången till en allt mer tjänstebaserad ekonomi – där nya kunskapsintensiva branscher driver utvecklingen. Dessa branscher trivs, enkelt uttryckt, i täta miljöer där tillgången till specialiserad arbetskraft är stor.

En anledning till att människor flyttar till städer är för att den urbana livsstilen och dess möjligheter lockar. En annan

anledning är möjlighet till högre utbildning och för jobbets skull när de kvitterat ut examensbeviset. Företag flyttar till städer för människornas skull, för tillgången på specialiserad arbetskraft.

Utvecklingen har en tendens att vara självförstärkande. Prognoser pekar på att den framtida befolkningsökningen koncentreras till Mälardalen och Stockholms län samt Västra Götaland, Halland och Skåne.

Många är vinnare i utvecklingen men stora delar av landet förlorar också befolkning som en följd av minskad attraktionskraft. Även den utvecklingen tenderar att vara självförstärkande. Om människor flyttar från en ort för att den inte är tillräckligt attraktiv, riskerar servicen att utarmas, vilket minskar attraktiviteten ytterligare. Detta ger i sin tur nytt bränsle åt avfolkningen – och plötsligt är utvecklingen sitt eget bränsle.

Den tecknade bilden visar på ett övergripande mönster. En realitet. Men inget är givet – samhällsutvecklingen är sällan linjär. Det finns röster som till exempel lyfter fram att det via internet finns en till stora delar outnyttjad potential. I den uppkopplade världen är det numera möjligt att arbeta, shoppa, ta del av kultur, kommunicera eller för den delen – dejta, minst lika ofta, omfattande eller specialiserat på landsbygden och

” *Den kommunala servicen omdanas ganska rejält just nu. Vi ser exempelvis att polisen ändrar sin struktur, samma sak med den statliga servicen i form av Försäkringskassan, Arbetsförmedlingen och Skatteverket. Det gäller att hitta lösningar för att kunna erbjuda den servicen ändå. Kommunerna tar ett stort ansvar men det kräver också att de statliga instanserna medverkar med sin kompetens.*

PETER LINDROTH, SMÅKOM

mindre orter som i städer.<sup>2</sup> Kanske kan det beskrivas som att internet banar väg för urbana liv oavsett var i geografin vi befinner oss.

Det finns en del siffror som indikerar att ett trendbrott är möjligt. Av Sveriges 20 renodlade glesbygdskommuner har alla utom fyra ett positivt flyttnetto mellan 1998 och 2013. Visst fortsätter städerna att växa, men inte på bekostnad av dessa kommuner. Urbaniseringen drivs istället till stor del av att storstäderna har en hög invandring och ett positivt födelsenetto. Det positiva befolkningsnettot i glesbygdskommunerna är ett resultat av både invandring och inflyttning. Livsstilsrelaterade faktorer driver utvecklingen, men exakt hur dessa ser ut och verkar är oklart. Skälen är sannolikt mångskiftande. Service, arbetstillfällen och tillgänglighet är emellertid centrala områden att upprätthålla och utveckla för att underlätta dessa livsstils-motiverade val.<sup>3</sup>

Stärkt attraktionskraft är av stor vikt för alla typer av miljöer, då den avgör förmågan att utvecklas och växa i en globaliserad ekonomi. Förutsättningarna varierar och utmaningarna ser självklart olika ut, precis som vägarna framåt. För en storstad kan det handla om att stärka sin internationella attraktionskraft genom att bygga forskningsmiljöer i världsklass och motverka trängsel-effekter. För en mellanstor stad kan det handla om att utveckla möjligheterna att förena kvalificerade jobb och utbildning med en god livskvalitet. För mindre orter kan förekomsten av naturmiljöer och utvecklingen av boendemiljöer, service och fritidsutbud utgöra grundbultar i arbetet med stärkt attraktionskraft.

Attraktionskraft handlar inte bara om att locka inflyttare till

---

2 Se till exempel författaren och föreläsaren Teo Härén, som utvecklar dessa tankar på [www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se).

3 Trots den attraktionskraft som glesbygdskommunerna uppvisar befinner de sig fortfarande under stark press, då befolkningsstrukturen utmanar. Befolkningen minskar. De yngre har flyttat under många år, vilket lett till en situation med en stor andel äldre och genomgripande välfärdsutmaningar.



en plats, ort, stad eller region. Det handlar lika mycket om att motivera de redan boende att stanna kvar. En person som stannar istället för att flytta är lika mycket värd som en som flyttar in. Detta bör också avspelas i arbetet för stärkt attraktionskraft – som bör väga in vilka insatser som också kommer de redan boende till del. Attraktionskraft är inte synonymt med flyttstatistik, den är central också för näringslivets utveckling, där till exempel besöksattraktiviteten ingår som en viktig del.

Att stärka attraktionskraften är sammantaget en fråga för hela landet. En förutsättning för hållbar tillväxt – och därför en utgångspunkt i det lokala och regionala tillväxtarbetet.

Hur strategierna i arbetet ska se ut bör däremot sannolikt skilja sig åt.

### I korthet

- Urbaniseringen är en kraftfull process – men ingen naturlag.
- Attraktionskraften har avgörande betydelse för alla typer av miljöer.
- En person som stannar är lika viktig som en person som flyttar in.

... Så, har vinden äntligen vänt i Skorped? Kanske. Men det stora intresset för den gamla prästgården har antagligen minst lika mycket att göra med prislappen som med ett plötsligt intresse av att bo i Skorped. Utgångspriset sattes till 350 000 – eller drygt 1 000 kronor per kvadratmeter. Den nyinstallerade bergvärmens gör att de låga räntekostnaderna får sällskap av minst lika låga driftskostnader. Motsvarande hus inne i Örn-sköldsvik hade haft en nolla till i priset och på många andra håll hade priset varit mångdubbelt högre. Men läget är långt ifrån nattsvart i Skorped. En blick bortom huspriser och befolkningsstatistik visar att det finns förutsättningar som ofta förknippas med framgång och attraktionskraft. ...

## Bred uppslutning en förutsättning

Att stärka sin attraktionskraft utgör en av framtidens stora utmaningar i tillväxtarbetet. Mycket avgörs på det lokala planet, men pendlingens allt större cirklar och den globaliserade ekonomin gör att ett samlat arbete för stärkt attraktionskraft kräver insatser på flera nivåer. Detta kräver i sig samordning för att kunna ha ett helhetsperspektiv på arbetet.

Attraktionskraft handlar i många avseenden om att mäta sig mot andra – utifrån sina egna förutsättningar. Boendeområde mot boendeområde i en kommun. Köpcentrum mot köpcentrum i angränsande kommuner. Utbildning mot utbildning i olika delar av en region. Eller den samlade attraktionskraften i olika delar av landet. Det finns också en internationell dimension i attraktionskraften som växer sig allt starkare i en globaliserad ekonomi. De större städerna i Sverige konkurrerar i ökad utsträckning på en global marknad om huvudkontor, investeringar och högkvalificerad arbetskraft. Men även mindre samhällen blir en del av denna process. Många industriorter är beroende av en eller ett fåtal stora arbetsgivare – som ofta har ett utländskt ägande.

De tillväxtansvariga aktörerna på regional nivå har en central funktion i arbetet med stärkt attraktionskraft. De har en formell uppgift i tillväxtarbetet och möjligheten att ta en ledande roll. Men det är inget ensamjobb – de tillväxtansvariga aktörerna har inget ensamt mandat, eller tillräckliga resurser, för att driva attraktionskraftsarbetet framåt på bred front.<sup>4</sup> Det är inte heller önskvärt, då kommunerna bör ha handlingsutrymme att utvecklas utifrån sina unika förutsättningar. Kommunerna har också det

---

<sup>4</sup> I 17 av 21 län har det regionala utvecklingsansvaret tagits över av kommunal förvaltning. I fyra län (Skåne, Halland, Västra Götaland och Gotland) är det landsting och i 13 län (Blekinge, Kronoberg, Kalmar, Jönköping, Östergötland, Sörmland, Uppsala, Örebro, Dalarna, Värmland, Gävleborg, Jämtland och Västerbotten) så kallade kommunala samverkansorgan som utgör tillväxtansvariga. I Norrbotten, Västernorrland, Västmanland och Stockholms län är länsstyrelserna som har det regionala utvecklingsansvaret.

huvudsakliga ansvaret för en stor del av de grundläggande förutsättningarna för attraktionskraft, som till exempel kommunal service, fysisk planering samt kultur och fritid. I många fall finns också en lokal miljö, där eldsjälarna och föreningslivet kan ha stor betydelse för hur attraktionskraften i lokalsamhället utvecklas.

Förmågan att låta arbetet med attraktionskraft ta avstamp i funktionalitet, korsa sektorsgränser och beslutsnivåer, avgör hur lyckosamt genomförandet blir. Den sammanlagda komplexiteten gör också att uthållighet och konsekvens blir viktiga beståndsdelar.

Det finns anledning för de tillväxtansvariga aktörerna att analysera vilken roll som är möjlig att ta – till exempel i termer av samordning, samverkan och samhandling. I detta blir det centralt att ha med hur relationen med övriga aktörer som ingår i attraktionskraftens närmaste familj ska se ut. Skärningspunkten mellan region och kommuner är central, men också myndigheter, lokala utvecklingsaktörer, destinationsbolag och näringslivsorganisationer ingår i den helhet som samordningen avser.

Ett framgångsrikt arbete med attraktionskraft kräver bred uppslutning från såväl lokal som regional och nationell nivå.

” *Attraktionskraft kan beskrivas som förmågan att dra till sig – och behålla – företag och människor. Och då är det helheten som räknas – allt som har betydelse för att företag ska kunna utvecklas och för att människor ska vilja bo och verka i en region. Tillväxtverket arbetar för att stärka företagets konkurrenskraft – genom att skapa bättre förutsättningar för företagande och för attraktiva regionala miljöer där företag utvecklas.*

GUNILLA NORDLÖF, TILLVÄXTVERKET



## I korthet

- Stärkt attraktionskraft kräver en utpräglad helhetsyn.
- De tillväxtansvariga aktörerna har en central roll, även om framförallt kommunerna har mycket betydelsefulla roller i genomförandet.
- Arbetet kräver bred uppslutning och uthållighet.

## Systematik skapar sammanhang

Det finns flera skäl att systematisera arbetet med attraktionskraft. Framförallt handlar det om att öka effektiviteten i arbetet, att undvika överlappande insatser och missade chanser. Den stora komplexiteten medför ett behov av samordning och kontinuitet, vilket i sin tur gör att det bör vara tydligt hur nuläget ser ut, vad som ska åstadkommas, hur det ska uppnås och vilka som ska göra det. Ett systemiserat arbete medför också att det blir lättare att följa upp vilka insatser som har effekt, och om arbetet som helhet ger önskat resultat.

Ett systematiskt och stringent arbete fyller också en funktion ur ett demokratiskt perspektiv – som är viktigt i kommunikationen med de egna medborgarna. Detta blir framförallt tydligt när en kommun eller region arbetar med insatser som ligger utanför det som kan beskrivas som basförutsättningar. Det kan handla om insatser för hemvändare, destinationsutveckling eller bygget av kultur- eller idrottsarenor. Då denna typ av satsningar kan ske parallellt med neddragningar inom exempelvis välfärden, finns det all anledning att göra motiven till insatserna tydliga för medborgarna – och för att kunna göra det är systematik och helhetstänkande avgörande. Alla kommer sannolikt inte vara nöjda i slutändan, men alla bör ha möjlighet att förstå besluten och se dess sammanhang. Det är en långsiktig legitimitetsfråga – och i förlängningen även en fråga om attraktionskraft, i synnerhet för dem som redan bor i kommunen.





Systematiken gör det också möjligt att relatera insatser till varandra, vilket underlättar i prioriteringen av insatser. Behovet av systematik gäller såväl arbetets form som dess innehåll och genomförande. Båda delar är nödvändiga.

### I korthet

- Ett systematiserat arbete med stärkt attraktionskraft ökar effektiviteten...
- ... och utgör underlag för samverkan och prioriteringar.
- Medborgarna i en kommun eller region bör ges möjlighet att förstå varför insatser prioriteras.

... Skorpeds är också inne på det där med att systematisera. Under 2011 tog man som första bygd i Örnsköldsviks kommun fram en lokal utvecklingsplan. Intresseföreningen Skorpeds framtid ville belysa läget i bygden, peka på drivkrafterna och vägar framåt. Planen i sig är lättläst och utan akademiska åthävor. Innehållet talar. Det är en uppvisning i företagsamhet och föreningsliv. Den speglar vitaliteten i bygden. Katrin Karlström var med och tog fram den lokala utvecklingsplanen. ”Jag tror den puffat på utvecklingsarbetet. Vi insåg hur mycket det finns här i bygden – saker man inte reflekterar över i vanliga fall. Sedan har vi kunnat bocka av en hel del av målen som sattes i planen. Jag tror vi är ett gott exempel på att ideella krafter kan göra skillnad.” ...

## En vital del av tillväxtarbetet

Den samlade attraktionskraften är beroende av en mängd strukturella faktorer. Det finns också ett stort antal faktorer på både lokal, regional och nationell nivå som är möjliga att påverka genom riktade insatser. Som om detta inte vore nog ligger den slutliga domen över attraktionskraften hos individen och dess preferenser. Den är subjektiv – och kan variera över tid.

Denna komplexitet leder till en mångfald av tänkbara insatser, vilket ger ett stort handlingsutrymme för dem som arbetar för att stärka attraktionskraften.

De regionala utvecklingsstrategierna är strategier för länens regionala tillväxtarbete. Strategierna binder samman planeringsprocesser, bildar en grund för samverkan och anger inriktning och prioriteringar för tillväxtarbetet. De kan beskrivas som utgångspunkt för allt arbete som görs inom ramen för det regionala tillväxtarbetet.

Attraktionskraft finns med som insatsområde eller övergripande mål i merparten av de regionala utvecklingsstrategierna. En analys av strategierna visar hur mångfacetterat arbetet med attraktionskraft är – och att det i viktiga avseenden bygger på regionala förutsättningar.

Det sistnämnda är avgörande. Förutsättningarna vad gäller attraktionskraft ser olika ut i olika delar av landet. Problembilderna skiftar. Precis som de möjliga vägarna framåt varierar.

I Norrbotten kopplas till exempel attraktionskraft ihop med jämställdhet, mot bakgrund av att många kommuner i länet har en obalans mellan antalet unga män respektive unga kvinnor. Stora investeringar inom till exempel gruvindustrin har också gjort att det finns en tilltagande bostadsbrist, vilket skapat ett behov av att utveckla boendeattraktiviteten i länet. I Västra Götalandsregionen ligger tyngdpunkten istället på att vara attraktiv för studenter och forskare, mot bakgrund av att näringslivet i regionen är forsknings- och utvecklingsintensivt. Perspektivet är tydligt globalt – det handlar om att konkurrera om talangerna på världsmarknaden. En lite annorlunda ingång finns i Blekinge där de kommande pensionsavgångarna inom landstinget riskerar att skapa problem. Ett attraktivt Blekinge med god samhällsservice, attraktiva boendemiljöer, dynamiskt arbetsliv och god tillgänglighet blir avgörande för att behålla befintlig personal och rekrytera nya medarbetare.

Trots dessa skiftande ingångar finns stora likheter. Två av dem är grundläggande. För det första finns ett utbrett synsätt om

att attraktionskraften är betydelsefull – och att den är möjlig att påverka inom ramen för det regionala tillväxtarbetet. Det finns en tydlig medvetenhet om att något måste göras – en fortsatt globalisering och urbanisering gör att det inte finns några gamla meriter att falla tillbaka på. För det andra handlar attraktionskraft – så som det kommer till uttryck i de regionala utvecklingsstrategierna – i mycket stor utsträckning om människor. De är både mål och medel. Människor är självklart själva grunden i varje samhälle och region, det är människor som konsumerar välfärd, som bygger samhället. Men det finns också en förväntan på att det är inflyttarna som ska starta företag, ta med sig befintliga verksamheter eller möjligtvis bilda dynamiska miljöer som leder till fler investeringar och etableringar inom näringslivet.

Mycket görs redan. Inom ramen för det regionala projektarbetet genomförs kontinuerligt insatser med syfte att öka attraktionskraften. Det handlar till exempel om insatser inom områden som kultur, fritid, tillgänglighet och boende. I praktiken fokuserar projekten på allt från att utveckla kollektivtrafik till att paketera besöksdestinationer eller bygga upp lokala service-noder.

## I korthet

- Attraktionskraft finns med som en vital del av tillväxtarbetet.
- De unika förutsättningarna utgör en grundläggande utgångspunkt.
- Attraktionskraft är mångfacetterat och har olika innebörd i olika regioner.

... **Katrin Karlström** betonar vikten av att lyfta fram det positiva när man bor i ett samhälle som Skorped. Att problemen kommer förr eller senare ändå. Kanske är innehållet i följande rader mest kuriosa. Men det är också ett sätt att följa den karlströmska filosofin. Det troligtvis största som händer i Skorped under 2014 handlar om fotboll. För första gången på 43 år kan Skorped mönstra ett damlag i fotboll – ett tecken så gott som något på

att de där ideella krafterna i bygden får saker att hända. Detta går ordentligt på tvären med utvecklingen inom den ångermanländska damfotbollen i övrigt, som på fem år tappat hälften av sina seniorlag. Skorpeds IF gick våren 2014 rakt in i den sammanslagna division III och IV-serien. ...

## Knäckfråga på kommunal nivå

Arbetet med, och diskussionen kring, att stärka attraktionskraften är minst lika intensivt på den lokala nivån som på den regionala. I till exempel översiktsplaner, näringslivsprogram och lokala utvecklingsplaner finns attraktionskraft med som en självklar beståndsdel. Precis som i fallet med de regionala utvecklingsstrategierna ses attraktionskraft både som övergripande mål och som medel för hållbar utveckling.

Också här är det en mångfacetterad bild som framträder, även om konkretionsnivån generellt sett är högre än på den regionala nivån. Attraktiva boendemiljöer är ett av de mest centrala områdena i kommunernas fysiska planering. Det ses som en grundläggande byggsten för att skapa en positiv befolkningsutveckling – som i sig ges rollen som garant för en långsiktig

” Attraktiva miljöer är mikromiljöer och de styrs inte på makro-nivå. Därför är det viktigt att i varje kommun och på varje ort se hur man – just där – kan se till att de människorna som finns där, och som skapar närmiljön, trivs så bra som möjligt. Både nu och i framtiden. För exempelvis den som jobbar med att utveckla dataspel kan det handla om att finnas i en smältdegel av media, film, teater och konst för att veta att man är i framkanten av just sitt område.

ELISABETH THAND RINGQVIST, FÖRETAGARNA

hållbar utveckling. Men perspektiven på detta kan skifta. Ibland är det attraktiva boendemiljöer i sig som ska dra människor, men lika ofta ses de som komplement till attraktiva stadskärnor, ett starkt näringsliv eller goda möjligheter till utbildning och arbetspendling.

Översiktsplanen i Västerås lyfter till exempel fram att staden har ett till stora delar högteknologiskt och kompetenstörstigt näringsliv som präglas av stora företag med omfattande internationellt agerande och ägande. Attraktiva boende- och livsmiljöer blir i detta sammanhang centrala för att attrahera rätt kompetens och få inpendlare att stanna. I Kalmar är det övergripande perspektivet i översiktsplanen något annorlunda. Här är till exempel det geografiska läget vid Östersjön, den närvarande historien och Linnéuniversitetet centrala faktorer för att dra befolkning till kommunen – vilket i sig förväntas generera utveckling.


I både regionala och lokala planer och strategier ligger fokus mer på att beskriva vikten av attraktionskraft – att problematisera – snarare än att måla upp lösningarna baserat på de egna förutsättningarna. I översiktsplanen för Karlskoga formuleras det som följande: ”Den viktigaste faktorn för Karlskogas utveckling är att många och aktiva människor vill bo och arbeta här – att de som är födda här eller inflyttade stannar och att vi hela tiden lockar till oss fler personer och företag. En knäckfråga är således vad det egentligen är som gör en region, kommun eller ort attraktiv för olika människor.”

De kommer fram till att en fungerande service som skola, vård och omsorg är något människor förväntar sig, och inget som höjer attraktionskraften. Det krävs mer än så. Som kommun menar de att de behöver kombinera en bra basservice med aktiviteter som skapar spänning, attraktion och uppmärksamhet.

”Lyckas vi med det flyttar människor och företag hit och vi lyckas med vårt uppdrag att ge våra medborgare ett bra liv.”

Denna översiktliga bild av arbetet med attraktionskraft på





regional och kommunal nivå visar på områdets vitalitet. Men mångfalden, de många möjligheterna, illustrerar också behovet av att systematisera arbetet och att bygga samman – eller åtminstone harmoniera – insatser inom skilda planer och strategier till en fungerande helhet.

### I korthet

- Attraktionskraft finns med som en central beståndsdel i kommunernas fysiska planering.
- Områden som pekats ut i regionala utvecklingsstrategier hanteras i många fall inom ramen för kommunernas mandat.
- Mångfalden av program och planer skapar ett behov av samordning.

## Samordning med skiftande ambition

Attraktionskraft återfinns som insatsområde i ett antal olika program på lokal och regional nivå. På regional nivå kan det utöver de regionala utvecklingsstrategierna till exempel handla om regionala serviceprogram, näringslivsprogram och strategier för besöksnäringen. På kommunal/lokal nivå handlar det till exempel om översiktsplaner, näringslivsprogram och lokala utvecklingsplaner.

Till detta kommer bland annat den nationella infrastrukturplaneringen och systemet med riksintressen som i många avseenden påverkar såväl själva attraktionskraften som arbetet med densamma på lokal och regional nivå.

Då arbetet med att stärka attraktionskraften kräver insatser från såväl olika nivåer som sektorsområden, finns det anledning att lyfta fram denna mångfald av planer och strategier. De kan stärka varandra, genom att de till sitt innehåll ofta är kompletterande. Samtidigt kan de, om samordning saknas, lyfta fram olika eller direkt motverkande insatsområden.





Attraktionskraftens närvaro i de många planerna och strategierna gör att de tillväxtansvariga aktörerna har möjlighet att stärka sin samordnande roll i arbetet. Hur väl de lyckas i detta påverkar sannolikt utfallet av arbetet som helhet.

I dess enklaste form kan denna roll innebära att kartlägga vilka planer och strategier inom regionen som hanterar attraktionskraftsfrågorna. Det handlar om att synliggöra de samlade insatserna och säkerställa att de inte motverkar varandra. Planerar angränsande kommuner för konkurrerande köpcentrum eller gymnasieutbildningar? Hur harmonierar de olika kommunernas kollektivtrafik? Går det att komplettera istället för att konkurrera? Går det att stärka det mellankommunala samarbetet? I dess mest omfattande form kan det handla om att integrera de olika planerna och processerna vad gäller såväl form som innehåll. Detta är en omfattande uppgift och sannolikt svår att genomföra i sin helhet då många planeringsprocesser har olika löptider och formaliakrav.

Samordningen kan i stor utsträckning hanteras via de regionala utvecklingsstrategierna, som bör kunna stärka sin funktion som gemensam utgångspunkt för arbetet med attraktionskraft.

Oavsett ambitionsnivå i detta arbete har det samlade ledarskapet i de organisationer som berörs stor betydelse för dess framgång. De måste våga fatta beslut utifrån helheten och legitimera samordning. Kan ledarskapet som kollektiv kompromissa? Kan de våga särintressen mot en helhet? Föra en öppen dialog utan stängda handlingsvägar? Ge något nu, för att få något sen? Och samtidigt stå upp för det egna mandatet?

### I korthet

- Samordning är viktigt – men ambitionsnivån kan variera.
- Regionala utvecklingsstrategier är en passande utgångspunkt.
- Det samlade ledarskapet spelar en viktig roll.



... Tillbaka till det där om vissa förutsättningar. ”Skorped har en speciell karaktär” säger Lena Lindström som är landsbygdsutvecklare på Örnsköldsviks kommun. Hon pratar om en anda, ett driv som får saker att hända. Den stora samhörigheten och det starka föreningslivet. Det sägs att skorpedsborna till och med hejar på de motorcyklister som drar genom samhället på söndagscruising. När länsstyrelsen i Västernorrland under 2013 genomför en undersökning om hur befolkningen ser på sin ort och dess egenskaper, utmärker sig Skorped. De toppar det så kallade optimistindexet. Den geografiska variationen är stor inom länet – när alla röster är räknade visar det sig att skorpedsborna enligt indexet är mer än dubbelt så positiva jämfört med de orter som hamnar i botten i undersökningen. Sammantaget är dessa egenskaper som brukar beskrivas som centrala framgångsfaktorer i lokalt utvecklingsarbete. Värda att värda, svåra att odla. ...

## Inomregionala skillnader utmanar

En av de grundläggande uppgifterna för att kunna stärka attraktionskraften är att definiera vad det är som ska vara attraktivt, och för vem. Den tillväxtansvariga aktören har ett ansvar för hela länet, med alla dess delar. I flertalet län i Sverige finns omfattande inomregionala skillnader. I många fall finns en expansiv huvudort som kan ha problem med till exempel segregation, bostadsbrist, trängsel och överhettning. Kringliggande kommuner kan istället ha fokus på att hantera demografisk och ekonomisk tillbakagång.

Vad betyder dessa skillnader för möjligheterna att bygga regional attraktivitet? Och hur påverkar det planarbetet?

Det medför till exempel att det inte finns någon självklar aggregering mellan kommunal och regional nivå i frågor som rör attraktionskraft. Näraliggande kommuner kan ha skiftande strategier i sitt arbete med attraktionskraft – och det finns inte alltid en motsvarande strategi på den regionala nivån. Detta är

en utmaning. Kompetens och ansvarsområden hos den regionala och kommunala nivån kompletterar varandra, men då de kommunala behoven kan skifta riskerar den regionala rollen att bli splittrad. Detta kan ligga som grund för att den regionala nivån i första hand fokuserar på att stärka grundläggande förutsättningar i arbetet med stärkt attraktionskraft.

I det omfattande partnerskap som sannolikt krävs för att stärka attraktionskraften i bred bemärkelse ingår organisationer med skiftande geografiska mandat och med olika uppgifter.

En central fråga blir därför att mejsla fram hur de olika rollerna ser ut. Ett sätt att nå effekt i arbetet med attraktionskraft är att tänka målgrupper och fokusera insatserna. Det kan handla om att rikta arbetet mot vissa grupper av befolkningen, som till exempel akademiker, barnfamiljer eller ungdomar. Det möjliggör spetsiga budskap och fokuserade insatser. För en kommun eller region som har breda uppdrag och både demokratiska och funktionella intressen att upprätthålla en balanserad befolkningsprofil är detta knappast enkelt. Det är vare sig önskvärt eller möjligt att skraddarsy insatser för alltför smala målgrupper.

*” En attraktiv miljö är viktig för att få människor att vilja besöka eller stanna kvar på en plats, i städer såväl som i landsbygd. Våra medlemsföretag är beroende av den offentliga infrastrukturen, av långsiktighet och relevans när det gäller skatter och regelverk. Med bra förutsättningar skapar vår näring reseanledningar av världsklass. Vi driver hotell, restauranger, campingplatser, nöjesparker och skidanläggningar som gör platser och destinationer till attraktiva besöksmål. Men vi behöver också engagerade kulturskapare, naturguider, evenemangs-, mötes-, festivalarrangörer och handlare för att locka besökare. Tillsammans skapar vi Attraktionskraft Sverige.*

EVA ÖSTLING, VISITA



För dem handlar det istället om att hitta balansen mellan bredd och spets, mellan det specifika och det generella. Jämför till exempel med ett destinationsbolag, med uppdrag som ofta är mer avgränsat till såväl yta som målgrupper.

Det är sannolikt inte realistiskt med ett helt gemensamt attraktionskraftsarbete för en region – utan det bör finnas utrymme för de olika aktörernas särart och uppdrag. En nyckeluppgift blir snarare att harmoniera de olika insatserna för att skapa gemensam dragkraft. Olika aktörer hanterar skiftande frågor. Skiftande frågor hanteras på olika nivåer. Det blir avgörande att det finns en accepterad arbetsfördelning mellan aktörerna – baserat på bland annat mandat, problemlösningförmåga och beslutskompetens. Det blir en central uppgift att ta fram en övergripande strategi som är både förankrad och inkluderande.

Den regionala utvecklingsstrategin kan ses som det gravitationscentrum kring vilket arbetet med attraktionskraft kretsar. En dockningsstation för övriga planer och program. I detta har det samlade ledarskapet en viktig funktion – det kan förankra den regionala utvecklingsstrategins samordnande och kraftsamlande position.

### I korthet

- Definiera vad som ska vara attraktivt och hur målgrupperna ser ut.
- Hantera inomregionala skillnader.
- Ta tillvara skillnader i problemlösningförmåga och kompetens.

## Tre typer av attraktionskraft

Så var ska den som vill stärka attraktionskraften börja?

Ett svar är givet: I de egna förutsättningarna. En plats, ort eller regions svaga områden kan kompenseras av andra starkare. Den samlade attraktionskraften är en produkt av en mängd

faktorer, som olika människor värderar utifrån sina preferenser och sin livssituation.

Det bör finnas en medvetenhet om att attraktionskraften inte är mätbar med objektiva mått. Den är upplevd. Det påminner i många avseenden om hur varumärken värderas – där helheten baseras på en blandning av fakta, egenskaper, hörsägen och egen upplevelse. Själva kommunikationen av attraktionskraften kan därför spela en viktig roll, om attraktionskraften är lågt värderad utifrån faktiska förhållanden. Tyngdpunkten bör dock, precis som när det gäller varumärkesutveckling, ligga på att stärka själva produkten; i det här fallet de attraktivitetsskapande faktorerna i en kommun eller region. Kanske kan det beskrivas som att tyngdpunkten bör ligga internt, men att det i vissa fall kan finnas skäl att rikta arbetet externt.

I arbetet med stärkt attraktionskraft är det möjligt att jämföra äpplen med äpplen. Men det är precis lika möjligt att jämföra äpplen med päron.

*”Hälften av Sveriges kommuner hotas av fortsatt befolkningsminskning och har svårt att behålla sina ungdomar. Företagen rekryterar i första hand på den lokala arbetsmarknaden och har man då en ungdomsgeneration som inte har rätt kompetens eller utbildning för de jobb som finns och matchningen fungerar dåligt, ja då har man en utmaning framför sig som man måste ta tag i. Jag skulle vilja se att vi har många fler attraktiva nav ute i landet så att vi kan få lite mer varierade attraktiva livsmiljöer. Där alla är med på tåget och även ungdomsgenerationen ska känna att man inte behöver flytta till huvudstaden för att se en framtid.*



KATRIEN VANHAVERBEKE, ARENA FÖR TILLVÄXT


En person som har skidåkning som livsstil, väljer knappast att bo i Stockholm framför Åre bara för att Hammarbybacken finns. Men om Stockholm kan erbjuda bättre utbildningsmöjligheter och bra flygförbindelser med alperna, kanske Hammarbybacken i slutändan blir det som får vågskålen att tippa över. Några år senare är det möjligt att flytten går någon helt annanstans. En eventuell familjebildning kan göra att attraktionskraft värderas efter nya normer. I vilken miljö ska barnen växa upp? Var får vi mest tid tillsammans? Vilken plats erbjuder den bästa kompromissen av alla olika värden?

I arbetet med attraktionskraften blir det ett strategiskt ställningstagande om det ska inriktas på att stärka redan befintliga styrkor, eller motverka svagheter. Klart är att arbetet med attraktionskraft knappast ska hängas upp på att ställa sina svaga områden mot andras starka områden. Men sambanden är sällan enkla.

... I sommar fyller Thomas och Sandra Byström upp de många rummen i huset med sina fyra barn. "Nu bor vi på 145 kvadratmeter i ett villakvarter några kilometer från Örnköldsviks centrum, men det ska bli härligt att få mer plats". Thomas är uppvuxen i Skorped och för honom har det varit en dröm att flytta tillbaka. Men det är också ett sätt för familjen att tagga ned. De pratar om att välja kvalitet, om att få mer tid tillsammans. Reaktionerna från omvärlden har varit positiva – många pratar om modet att bryta upp och faktiskt våga göra det andra pratar om. "När vi först såg möjligheten började vi tänka på allt praktiskt runtomkring som måste fungera. Utan skolan och affären som finns här i Skorped hade det aldrig varit aktuellt att flytta. Men det är klart att huset i sig avgjorde att vi tog steget." ...

Ett annat svar är att arbetet bör ta sin början i en analytisk ambition, i någon slags föreställning om hur arbetet kan struktureras. Ett sätt att hantera attraktionskraftens stora bredd och svårfångade karaktär är att dela in den i tre kategorier:



- 
- Attraktivitet för att driva företag – Verka.
  - Attraktivitet för att bo och leva – Växa.
  - Attraktivitet för att besöka – Vistas.

Denna indelning gör det möjligt att sortera insatserna – och bygga en helhet för olika typer av attraktionskraft. Insatserna inom ett område, till exempel tillgänglighet, bör i många fall skifta beroende på för vem platsen ska vara attraktiv.

För den som *driver företaget* handlar attraktiv tillgänglighet till exempel om goda möjligheter att för en konkurrenskraftig kostnad nå ut till kunder och återförsäljare med sina varor eller tjänster. Det kan handla om såväl digital som fysisk tillgänglighet. Var marknaden finns och vilka specifika krav som gäller inom olika branscher påverkar självklart behoven.

Handlar det om *bo och leva* så är den fysiska eller digitala tillgängligheten till arbete och utbildning centrala faktorer. Fungerande kommunikationer genom tillgång till bra vägar, flyg- eller tågförbindelser är andra faktorer som spelar roll för hur människor upplever attraktionskraften ur ett tillgänglighetsperspektiv. Det finns anledning att också analysera hur behoven skiftar inom befolkningen – och anpassa insatserna efter det.

För den som *besöker* betyder en god tillgänglighet kanske framförallt möjligheten att ta sig till och från en viss plats på ett bra sätt. Vad som är bra varierar med de personliga preferenserna. Det kan vara billigt, snabbt, flexibelt, säkert, miljövänligt eller allt sammantaget. Till detta kommer också transporter inom destinationen och möjligheten till digital uppkoppling.

Hur behoven ser ut och vilka insatser som krävs är beroende av de egenskaper som följer med en plats – tillgänglighetens förutsättningar ser helt enkelt väldigt olika ut. En timma kan betyda 10 mils bilpendling på glest trafikerade vägar. Men en timma kan också betyda 10 kilometer med kollektivtrafik och tre byten. Kanske 50 mil i en flygstol. Eller 59 minuter trådlös kommunikation med Orlando eller Ouagadougou.





Klart är att varje insats för att stärka attraktionskraften på en plats, i en kommun eller region bör utgå från för vem det ska vara attraktivt, och hur de unika förutsättningarna ser ut.

... För Thomas och Sandra är tillgängligheten till Skorped ingen större fråga. Thomas jobbar som personlig assistent i Gerdal, mitt emellan Örnsköldsvik och Skorped. Sandra är färdig förskollärare och har gott hopp om att få jobb i Skorped eller på någon närliggande ort när föräldraledigheten är över. Annars slumrar Skorped vid sidan av modern stråkplanering och kommande infrastrukturpaket. Att järnvägsstationen byggdes 1889 – och att godstransporter fortfarande passerar genom samhället – imponerar knappast när kraven på tillgänglighet numera är absoluta. Kanske faller det alltför ofta i glömska att tillgängligheten i det lilla sammanhanget är desto bättre. För den som jobbar i bygden är avstånden mellan de vardagliga hållplatserna påfallande korta, oavsett om man räknar i minuter eller kilometer. Och det är klart möjligt att dagpendla via buss eller bil till Örnsköldsvik. Samåkningsparkering finns. ...



” *Man får inte attraktivitet gratis. Hälften av Sveriges kommuner kan redovisa att de har sjöar, vackra nejder, fin miljö och likande. Men det måste till fler saker. Utbildning är ju en sådan väldigt viktig sak. Sedan kommer ju frågor som handlar om jobb, sysselsättning och boende – alltså alla saker som får livspusslet att gå ihop. Det viktiga är att genom ett starkt kommunalt självstyre kunna prova olika vägar och sedan lära av varandra och därigenom driva utveckling.*

ANDERS KNAPE, SKL

Det bör också finnas en medvetenhet om den geografiska bundenheten för de förhållanden som ska stimuleras. Vad gäller till exempel besöksattraktivitet så är utbudet geografiskt bundet till en plats, men besökarna geografiskt obundna. Ett geografiskt bundet utbud som vänder sig till geografiskt bundna konsumenter finns till exempel inom serviceområdet – och kommer alltså alla olika typer av attraktionskraft till del. Insatserna bör koncentreras till det geografiskt bundna, eftersom det är svårt att kopiera på andra håll – och dessutom mer trögripligt.

### I korthet

- Ta utgångspunkt i de unika förutsättningarna, lägg tyngdpunkten på faktiska förutsättningar.
- Skilj på insatser som riktas mot olika typer av attraktionskraft.
- Var medveten om den geografiska bundenheten.

## Analytisk dimension bäddar för prioriteringar

Ett annat sätt att hantera attraktionskraften är att dela in den i några övergripande insatsområden. Det råder bred enighet om att områden som tillgänglighet, service, kultur, fritid och boende generellt sett påverkar attraktionskraften, oavsett om det gäller landsbygden eller städer inom hela storleksspektrat.

Genom en kombination av en sådan tematisk indelning och de tre perspektiven (driva företag, bo & leva, besöka) på attraktionskraft, ökar systematiken och tydligheten i arbetet. Det blir möjligt att på ett enkelt sätt måla upp helheten. Samtidigt gäller det att vara uppmärksam på att en tematisk indelning riskerar att stycka upp attraktionskraften i delar. Den tematiska uppdelningen kan fylla en viktig intern och strukturerande funktion, men får inte ge inlåsnings effekter.

Trots attraktionskraftens mångfacetterade karaktär kan det mycket väl vara så att ett fåtal faktorer förklarar en stor del.



Det finns därför goda skäl att sträva efter att väga in betydelsen av enskilda faktorer när strategier och insatser riggas. Det finns inget självändamål med insatser inom en lång rad områden när resurserna är begränsade.

När det blir tydligt vilken typ av attraktionskraft som ska stärkas och inom vilka områden detta ska ske, finns också en grund för en fungerande samverkan mellan olika nivåer. De två dimensionerna synliggör gränssnitten mellan olika aktörers funktion och roll.

Ett tredje steg i systematiseringen kan vara att lägga till en mer analytisk dimension, som skapar förutsättningar för väl-motiverade strategier och prioriteringar.

En sådan kan vara att skilja på emotionella respektive funktionella insatser. Begreppen används bland annat i Sörmlandsstrategin 2020 där man menar att attraktiv livsmiljö innefattar ett samspel mellan funktionell och emotionell attraktionskraft. *"Den funktionella attraktiviteten handlar om möjligheter till arbete, utbud av offentlig och privat service, infrastruktur med mera. Den emotionella attraktiviteten berör »mjuka« områden som identitet, natur, kultur och socialt kapital."* En central uppgift för tillväxtarbetet blir i detta fall att balansera de olika dimensionerna mot varandra, med utgångspunkt i den egna regionens förutsättningar och målsättningar.

I detta sammanhang är det också relevant att återigen lyfta fram att attraktionskraften är beroende av insatser på alla nivåer. Den funktionella attraktionskraften stärks ofta via insatser på regional och nationell nivå, och den emotionella huvudsakligen på lokal nivå. Inom ramen för tillväxtarbetet blir det därför viktigt att identifiera vilka insatser som ska stimuleras på vilka nivåer. Detta lyfter också fram behovet av att arbeta över nivåer, då den sammanlagda attraktionskraften är beroende av såväl funktionella som emotionella faktorer. Det är helheten som är avgörande i slutändan – människor väljer att bosätta sig i emotionellt attraktiva miljöer inom väl fungerande funktionella regioner.



... Det är med dubbla känslor som prästgården säljs. Kyrkoherden Kenneth Lindmark pratar om att det är nya tider, att kyrkan måste prioritera nu när prästtjänsten är vakant. Den tidigare prästen har flyttat till Sollefteå. De olika trossamfundens närvaro, och det starka föreningslivet i övrigt, kan mycket väl vara en av förklaringarna till andan och optimismen i Skorped. Det är ett samband som professor Robert Putnam under 1990-talet gjorde till tankemässigt allmängods genom sin forskning från Italien. Han påvisade bland annat att föreningslivet och det sociala kapitalet hade en stark korrelation med en fungerande demokrati. "Det är bättre att sjunga i kör än att bowla ensam." ...

Ett annat sätt att stärka den analytiska dimensionen i arbetet kan vara att använda begreppen *behov, krav och preferenser*. Den sammanlagda attraktionskraften för till exempel en region bestäms något förenklat av hur väl den uppfyller människors grundläggande behov i form av försörjningsmöjligheter såsom tillgång till arbete och studier. Därefter behöver den uppfylla en mängd skilda *krav och preferenser* vad gäller boende- och livsmiljöer i bred bemärkelse. En till synes enkel modell, som synliggör flera strategiska vägval som den som vill arbeta systematiskt med attraktionskraft har att ta ställning till.<sup>5</sup>

### I korthet

- Sträva efter att analysera betydelsen av olika faktorer.
- Attraktionskraft kan vara funktionell eller emotionell.
- Genom att använda begreppen behov, krav och preferenser kan attraktionskraften analyseras.

---

<sup>5</sup> Niedomysl, T (2010)



## Andras arbete med attraktionskraft<sup>6</sup>

Det är inte bara i Sverige vi ser attraktionskraften som en förutsättning för vår hållbara tillväxt. I flera andra länder pågår liknande arbete och mycket kunskap finns att hämta utanför vår landsgräns, inte minst bland våra nordiska grannar där många förutsättningar liknar Sveriges. I Norge pågår sedan 2012 ett aktivt arbete med att skapa en så kallad programteori för attraktivitet – den ska stärka möjligheterna att arbeta mer systematiskt med frågorna. I grunden finns en teoretisk ansats, som resulterat i en analysmodell av attraktionskraften på kommunal nivå.

Det övergripande målet för det norska arbetet med stärkt attraktionskraft är förbättrad flyttbalans – och man skiljer på attraktivitet för boende, bedrift respektive besök. Genom grovarbete och finess bygger programteorin en helhet av det som vanligtvis är spridda insatser inom olika områden på olika nivåer. Arbetet har resulterat i en modell som triumferar med att kunna sätta siffror på attraktionskraftens tre beståndsdelar. Den fungerar som en karta och kan ge riktning i arbetet.

Trots allt detta leder programteorin inte självklart till stärkt attraktionskraft. Fortfarande måste själva lösningarna komma till – insatserna som inte bara måste vara rationellt motiverade utan också bära med sig förnyelsekraft som faktiskt påverkar utvecklingen. De måste landa i rätt sammanhang i rätt tid och dessutom genomföras på ett bra sätt.

Programteorin har goda förutsättningar att fungera som samlande kraft för ett systematiskt och långsiktigt arbete med att stärka attraktionskraften, och den kan fungera som utgångspunkt för samverkan och prioriteringar.

---

<sup>6</sup> Nedanstående avsnitt bygger på en rad rapporter som utkommit i arbetet med programteorin. Det är forskningsinstitutet Telemarksforskning som på uppdrag av Kommunal og regionaldepartementet har genomfört arbetet i det inledande skedet. Läs mer på [www.telemarksforskning.no](http://www.telemarksforskning.no), regional utvikling.

Den norska modellen sätter fokus på den lokala nivån. Det kan ses som en styrka då arbetet blir tydligt avgränsat och till stora delar hanterbart inom kommunernas mandat. Men det kan också ses som en svaghet då modellen inte tar upp möjligheterna med en fungerande samverkan mellan olika nivåer. Områden som fysisk tillgänglighet, funktionell arbetsmarknad och möjligheter till högre utbildning faller utanför ramen, trots att de utgör viktiga delar av den samlade attraktionskraften.

### I korthet

- Programteorin för attraktivitet visar hur arbetet kan systematiseras.
- En helhetssyn bildar underlag för långsiktighet och prioriteringar.
- En utmaning att ha med flera samhällsnivåer i en modell.

... Kanske är det andan, ett starkt socialt kapital, som bidragit till att Skorped har ett jämförelsevis stort serviceutbud. Där finns bank och livsmedelsbutik med både systembolags- och apoteksombud. En bensinstation som invånarna själva etablerat genom att bilda en ekonomisk förening. Skola finns också, upp till och med sjätte klass. Och ett äldreboende. Butiken i Skorped har via Örnsköldsviks kommun fått erbjudande om att bli en så kallad servicepunkt, vilket skulle stärka servicenivån ytterligare. Erbjudandet ingår i ett prisat arbete för landsbygdens utveckling som kommunen bedriver. Också projektledaren Lena Lindström har uppmärksammats i detta. Tidningen Land placerade henne 2012 på plats 25 på sin lista över Sveriges 100 hetaste lantisar. ...

## Framsynt ledarskap banar väg

Tyngdpunkten i denna skrift har legat på att beskriva behovet av att lyfta blicken i arbetet med attraktionskraft. På vikten av att systematisera insatserna och låta problemen definiera lösningarna. Men själva genomförandet av insatser för att stärka attraktions-



kraften är självklart också centralt. Utan ett effektivt genomförande, blir försöken till systematik och samordning utan mening.

Det finns en hel del praktik att lära av. Mångfalden av projekt och insatser som har bäring på att ur någon aspekt stärka attraktionskraften är stor. Det finns årtionden av erfarenheter att ta tillvara. I arbetet med attraktionskraft har ett antal framgångsfaktorer utkristalliserats.

## Ledarskap

De tillväxtansvariga aktörerna har i denna skrift stått mest i fokus för arbetet med stärkt attraktionskraft, men vikten av ett gott ledarskap rör betydligt många fler. Då en stor del av det praktiska arbetet sker på lokal nivå, blir det politiska ledarskapet på kommunal nivå centralt. I övrigt rör behovet av ett framsynt ledarskap alla som på olika sätt är delaktiga i arbetet med stärkt attraktionskraft. Ledarskapet fyller en viktig funktion då det kan hålla samman, driva på och legitimera arbetet inom organisationerna och gentemot samarbetspartners och intressenter.

## Samverkan

En fungerande samverkan har stor betydelse i såväl uppbyggnaden som genomförandet av arbetet med stärkt attraktionskraft. Samverkan har i detta fall en bred innebörd, då formaliseringsgraden kan skifta avsevärt. Den bör vara motiverad och ha en funktionell utgångspunkt. Samverkan bör med detta som grund äga rum såväl horisontellt som vertikalt, där även det civila samhället och näringslivet bör involveras. Då arbetet med attraktionskraft är långsiktigt till sin karaktär bör samverkan riggas med detta fokus, även om tillfälliga insatser kan åtföljas av tillfälliga samverkanskonstellationer. Samverkan ska inte bli slentrian.

## Nätverk & eldsjälar

Fungerande nätverk och eldsjälar ger bränsle åt arbetet med stärkt attraktionskraft. Allra tydligast blir detta på lokal nivå där dessa





faktorer har direkt effekt på förmågan att initiera och driva arbetet med attraktionskraft. Det blir en viktig uppgift för de offentliga aktörerna att ta tillvara detta engagemang, då det rätt utnyttjat har stor positiv betydelse. Dialogen får avgörande betydelse. Det finns också anledning att uppmärksamma behovet av drivande krafter inom de organisationer som har ledande roller i arbetet med attraktionskraft.

### Tolerans och öppenhet

En plats som präglas av en öppen kultur, tolerans gentemot olik-tänkande och mångfald är en plats som många gärna väljer att befinna sig på. Det är en bra grogrund för nya idéer, kreativitet och ger goda förutsättningar för innovation och entreprenörskap. En miljö där människor får vara sig själva bär en stor attraktionskraft. En sådan miljö genomsyras också av att människor ges lika förutsättningar oavsett exempelvis kön eller ursprung – viktiga förutsättningar för hållbarhet och attraktionskraft.

Det finns en växelverkan mellan ovanstående framgångsfaktorer. De kan stärka varandra. De kan försvaga varandra. Å ena sidan kan till exempel ett framsynt ledarskap bana väg för samverkan och verka för att ta tillvara eldsjälarnas kraft vilket kan spela en avgörande roll i arbetet med stärkt attraktionskraft. Å andra sidan kan välmotiverade insatser falla platt om de inte backas upp av ett fungerande ledarskap eller om det saknas förmåga till samverkan och genomförande. Kanske kan dessa fyra områden ses som grundläggande faktorer som också stärker insatser inom andra områden?

### I korthet

- Lär av gjorda erfarenheter.
- Identifiera framgångsfaktorer i arbetet med stärkt attraktionskraft.
- Ta tillvara på kraften hos eldsjälarna – och nyttja ledarskapets centrala roll.



## Till sist... en början

Stärkt attraktionskraft är en av framtidens stora frågor i tillväxtsammanhang – oavsett hur de lokala och regionala förutsättningarna ser ut. Självklart på platser där befolkningskurvorna slokar sedan årtionden, men i lika hög utsträckning aktuellt på platser som växer. Sannolikt krävs det däremot olika strategier. Problemen bör definiera lösningarna.

Ett framgångsrikt arbete med stärkt attraktionskraft är ett arbete som kännetecknas av en utpräglad helhetssyn – och som kräver insatser inom flera sektorer och på flera nivåer. En fungerande flernivåsamverkan blir avgörande. De tillväxtansvariga aktörerna har därför central betydelse i arbetet med stärkt attraktionskraft, även om mycket av det praktiska arbetet bedrivs på lokal nivå. De bör ta en ledande roll för att samordna mångfalden av aktörer och intressen, med utgångspunkt i den egna regionens unika förutsättningar.

Ett systematiserat genomförande av arbetet med attraktionskraft lägger en grund för denna samverkan. Tydliga mål. Övergripande strategier. En uppfattning om vilken typ av attraktionskraft som ska stärkas – och med vilka medel det ska ske. En helhet med stringens och logik. Systematiken gör det möjligt för alla inblandade intressenter att docka in i helheten med sin särart intakt. De regionala utvecklingsstrategierna kan vara en lämplig utgångspunkt i detta arbete.

Det finns ingen ”quick fix” eller given slutpunkt i arbetet med stärkt attraktionskraft. Med ett systematiskt angreppssätt och konsekvent genomförande finns däremot en god början – och förutsättningar att driva arbetet i önskvärd riktning.



... Huset i Skorped blev verkligen en snackis. Ett fenomen i sociala medier. Historien tog sig hela vägen in i Dagens industri. Där beskrev en artikel hur den gamla prästgården tävlade – och vann – med Isabella ”Blondinbella” Löwengrips trerumslägenhet på Kungsholmen i Stockholm om att vara det mest klickade objektet. Utgångspriset för modebloggarens 74 kvadratmeter sattes till knappa fem miljoner. I Skorped säger Annacarin Holmgren att ”det blev en intensiv budgivning och en snabb affär”. Försäljningspriset landade på 520 000 kronor, vilket motsvarar en uppgång på nästan 50 procent. ”Kanske har människor fått upp ögonen för Skorped nu, jag tror den här försäljningen satt samhället på kartan”. ...



# Material

Denna skrift bygger på källor av skiftande slag. Självklart offentliga planer, program och strategier med skiftande signatur, men också en del rapporter av mer akademisk karaktär. Historien om Skorpед har krävt ett lite mer explorativt faktainsamlade, som anpassats efterhand.

## Offentliga källor

- Attraktionskraft Sverige, [www.regeringen.se/attraktionskraft](http://www.regeringen.se/attraktionskraft) och [www.attraktionskraftsverige.se](http://www.attraktionskraftsverige.se)
- Kommunala näringslivsprogram, ett urval
- Kommunala översiktsplaner, ett urval
- Näringsdepartementet (2014), En nationell strategi för regional tillväxt och attraktionskraft 2014–2020
- Näringsdepartementet (2006), En nationell strategi för regional konkurrenskraft, entreprenörskap och sysselsättning 2007–2013
- Projektbanken, [www.tillvaxtverket.se](http://www.tillvaxtverket.se)
- Regionala utvecklingsstrategier, samtliga gällande 2013-12-31, 21 län

## Rapporter

- Den attraktiva regionen (2013) – En antologi om tillgänglighet och regional utveckling
- Kairos Future, Så vill vi bo – Om svenska folkets boendevärderingar 2013

- Karlstad University Press, Livsmiljö och attraktivitet – Upplevelser inifrån och bilder utifrån av Värmland
- Niedomysl, T 2010, Towards a conceptual framework of place attractiveness: a migration perspective. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography 92 (1)
- Nutek (info 084-2006), Livsmiljön som attraktionskraft – Erfarenheter från EU:s Strukturfonder 2000–2006
- Stockholms läns landsting (rapport 5:2013), En ny ekonomisk geografi – Ett regionalt perspektiv på en global förändring i Östra Mellansverige
- Telemarksforskning (TF-notat 10/2013), På spor av programteori for attraktivitet
- Telemarksforskning (TF-notat 11/2013), Forslag til ny programteori for attraktivitet
- Telemarksforskning (TF-notat 12/2013), Anvendelse av programteori for attraktivitet
- Telemarksforskning (TF-notat 13/2013), Programteori for attraktivitet, Sammendragsrapport
- Tillväxtanalys (rapport 2011:11), Orter med befolkningsökning – Exempel på ”attraktiva orter” perioden 2000–2010
- Tillväxtanalys, Tillväxtfakta 2012: Regional attraktivitet – tillväxtmotor i en global verklighet
- Tillväxtanalys (rapport 2011:08), Städer och deras tillväxtförutsättningar – En beskrivning av olika städer och deras förutsättningar för tillväxt

## Skorped

Historien om Skorped har krävt ett i rapportsammanhang aningen okonventionellt faktainsamlade. Till underlaget hör den lokala utvecklingsplanen för Skorped, Länsstyrelsen i Västernorrlands rapport (2013:14) om Bilden av service på landsbygden, diverse tidningsartiklar, Google Maps, SCB, [www.ornskoldsvik.se](http://www.ornskoldsvik.se), [www.skorped.se](http://www.skorped.se), intervjuer med mäklare, landsbygdsutvecklare, engagerade i intresseföreningen och husköpare.







---

REGERINGSKANSLIET

---

**Näringsdepartementet**

103 33 Stockholm