

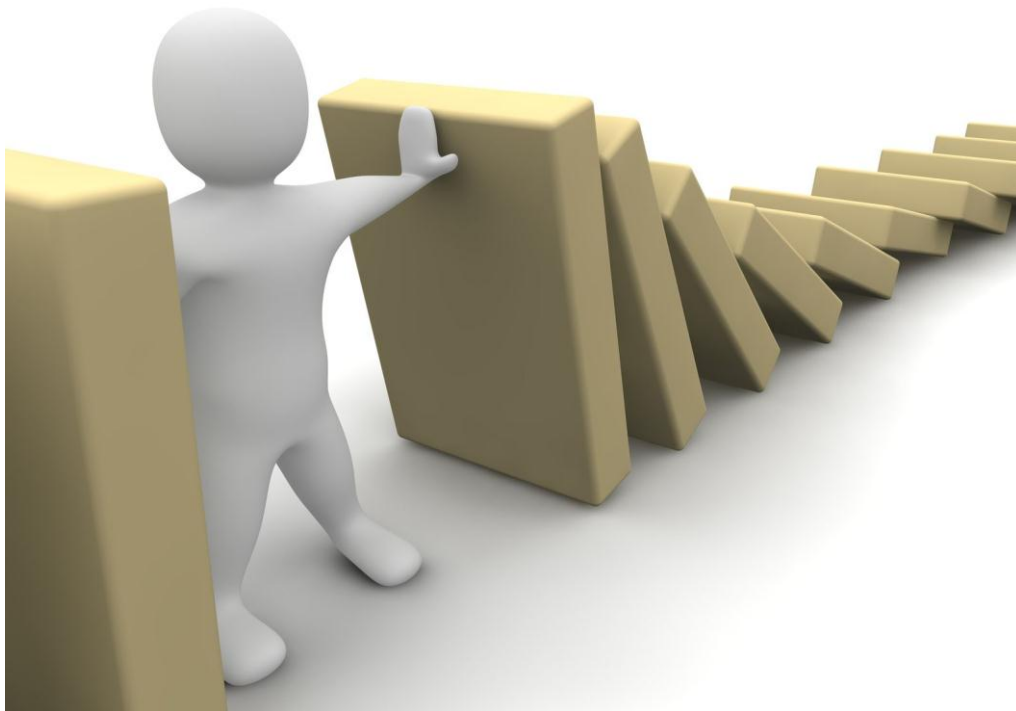
GRO MARIT GRIMSRUD

MARIT AURE

TILFLYTTHING FOR ENHVER PRIS?

En studie av tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner

IDEAS2EVIDENCE RAPPORT 4/2013



MØREFORSKING



norut



MØREFORSKING, NORUT OG IDEAS2EVIDENCE
GJENNOMFØRT PÅ OPPDRAG FOR DISTRIKTSSENTERET

© ideas2evidence 2013
ideas2evidence
Villaveien 5
5007 Bergen
Telefon: 91817197
post@ideas2evidence.com
Bergen, mai 2013
ISBN 978-82-93181-13-2 (Nett)
ISBN 978-82-93181-14-9 (Trykt)

Forord

Dette er sluttrapporten fra prosjektet «Tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner» som ideas2evidence, Norut og Møreforskning har utført for Distriktssenteret. Oppdraget har vært tredelt:

1. Kartlegging av tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner
2. Undersøkelse av om og hvordan tilflyttingsarbeid kan ha effekt på å rekruttere og beholde nye innbyggere
3. Utvikling av metoder/verktøy for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid

Kartleggingsstudien dokumenterer omfanget og beskriver bredden i tilflyttingsarbeidet. Hovedresultatene fra kartleggingen blir gjengitt her, men detaljene er rapportert i:

- Grimsrud, G.M, & Aure, M. 2012: Målgrupper, aktiviteter og budskap i distriktskommunenes tilflyttingsarbeid. Resultater fra en spørreskjemaundersøkelse. ideas2evidence rapport 1/2012, Bergen. ideas2evidence og Norut.
- Grimsrud, G.M; Aure, M.; Josefsen, E. og T. Vaage. 2012. Katalog over tilflyttingsarbeid i distriktene. ideas2evidence rapport 9/2012, Bergen. ideas2evidence og Norut.

Sluttrapporten har hovedtyngden på å analysere i hvilken grad og hvordan tilflyttingsarbeidet virker, og å drøfte metoder og verktøy for å evaluere og dokumentere resultater av tilflyttingsarbeid. I tillegg til kartleggingsundersøkelsen, bygger vi analysene på fem casestudier der vi har gått i dybden for å få kunnskap om hvordan tilflyttingsarbeid foregår i praksis: Bygdelivsmegleren i Telemark, Flytt til Hardanger, Sogndal, rekrutteringsteamet i Dyrøy 2017 og Placementsamarbeid.

I den forbindelse vil vi gjerne takke alle «tilflyttingsarbeidere» som har bidratt med kunnskap, erfaringer og dokumentasjon av casene. Vi vil også takke alle tilflytterne vi har intervjuet for at de har brukt av sin egen tid for å dele sine erfaringer med oss. *Forfatterne tar imidlertid alt ansvar for eventuelle feil og mangler ved sitater, analyser, tolkninger og vurderinger av de opplysningene vi har fått.*

Prosjektet har hatt en referansegruppe bestående av innbyggerrekrutterer i Kongsvinger kommuner Dag Arnesen, dr.polit. Eli J. Fosso ved Fylkesmannen i Hordaland, universitetslektor Thomas Niedomysl ved Lunds Universitet og direktør i North Energy, Astrid Tugwell. Takk til dere for diskusjoner og innspill underveis i arbeidet.

Vi takker Distriktssenteret for oppdraget, og Marianne Solbakken, Anne Irene Myhr og Lillian Hatling for stort engasjement og nyttige innspill og diskusjoner gjennom hele prosjektperioden.

Rapporten er skrevet av Marit Aure ved Norut og Gro Marit Grimsrud. Sistnevnte har vært prosjektleder, og var ansatt i ideas2evidence fram til oktober 2012, og er nå forsker ved Møreforskning Volda.

Bergen, juni 2013
Gro Marit Grimsrud
prosjektleder

Innhold

Forord.....	2
Sammendrag	7
1 Innledning.....	12
1.1 Bakgrunn og avgrensing av oppdraget.....	12
1.2 Et forskningsprosjekt i to deler	14
1.3 Flytteteoretisk utgangspunkt - programteori.....	17
1.4 Leserveiledning	17
2 Hvordan kan tilflyttingsarbeid måles og evalueres?.....	19
2.1 Perspektiver på evaluering	19
2.1.1 Evaluering: et typisk offentlig anliggende.....	19
2.1.2 Evaluering er avhengig av tolkningsramme	20
2.1.3 Rasjonelle, politiske og kulturelle perspektiver på evaluering.....	21
2.1.4 Denne studien kan ses fra flere evalueringsperspektiver	22
2.2 Effektevalueringer: om å etablere årsakssammenhenger	23
2.2.1 Vitenskapsteoretisk tilnærming	23
2.2.2 Hva regnes som årsak-virkning-sammenheng?	23
2.2.3 Grunnleggende utfordringer ved effektevaluering	24
2.2.5 Utfordringer knyttet til å operasjonalisere effektevaluering	25
2.3 Datainnsamling	26
2.3.1 Heller målrettet enn bredt anlagt studie.....	26
2.3.2 Caseundersøkelsene.....	27
2.2.3 Oppsummering – effektevalueringens forbannelser.....	29
3 Demografisk mot- og medvind.....	30
3.1 Demografiske utviklingsprosesser	30
3.2 Folketallsveksten kommer av økt innvandring	32
3.3 Folketallsvekst i Placementområder.....	34
3.4 Om å identifisere effekter av tilflyttingsarbeid i flyttestatistikken	35
3.4.1 Sporing lar seg gjøre når kommunen er liten og effekten stor.....	36
3.4.2 Vanskeligheter knyttet til å spore effekter i flyttestatistikken.....	36
3.5 Oppsummering	42
Innledning til casekapitlene	44
4 Flytt til Hardanger	44
4.1 Bakgrunn, oppstart og visjoner.....	46
4.2 Prosjektets aktiviteter organisert i åtte arbeidsgrupper	48
4.2.1 Databasegruppen: Portal for flytterlevant informasjon.....	48
4.2.2 Markedsføringsgruppa: Flytt-til-Hardanger kampanje.....	50
4.2.3 Resultater av markedsføringskampanjen	51
4.2.4 Hardangerlokkgruppa: Vekst gjennom kunst og kultur	52
4.2.5 Placementgruppe: Livsstilsflyttere – Ja takk!	55
4.2.6 Næringslivsgruppa: Rekruttering av arbeidskraft.....	56
4.2.7 Grunnskole- og fylkesgruppa: Skole og undervisningsaktiviteter.	58
4.2.8 Kommunegruppa: Vertskapsfunksjonen	58

4.3	Fase 2: «Attraktive bukommunar»	59
4.4	Oppsummering: Ble det flere tilflyttere av Flytt Til Hardanger?	61
5	Bygdelivsmekleren i Vest-Telemark	63
5.1	Bakgrunn for satsingen	64
5.2	«Vi snur vinden – fleire folk til Vest-Telemark»	65
5.2.1	Mål og måloppnåelse.....	65
5.2.2	Målgrupper.....	66
5.2.3	Bygdelivsmekleren som førstelinjetjeneste for tilflyttere	66
5.2.4	Stor satsing på ekstern profilering i starten.....	67
5.2.5	Bygdelivsmekleren arrangerte tre bygdevisninger	67
5.2.6	Årlige treff for utflytta vest-teler i Oslo.....	68
5.2.7	Prøveboligen i Øyfjell	69
5.3	Bolyst – gje det vidare, 2010-2012.....	71
5.3.1	En fortelling om småbruk og andre hus på landet.....	71
5.3.2	En fortelling om kule oppvekstsvilkår	73
5.3.3	Historien om rosemaling og bredbånd	73
5.3.4	Fortellingene om det gode moderne liv i Vest-Telemark må gis vidare	73
5.4	Oppsummering: ble det flere folk i Vest-Telemark?	74
6	Sogndal: Fjellsport og kompetanse.....	76
6.1	Framtidsfylket AS.....	77
6.2	«Sats på skulen – Snu Sogn».....	78
6.3	Fjellsportfestivalen og Bratt Moro.....	80
6.4	Resultater.....	81
6.5	Hvordan har Sogndal fått dette til?	84
6.6	Oppsummering	84
7	Dyrøy – en casestudie med evalueringsmetodikk hentet fra bistandsfeltet	86
7.1	Innledning	86
7.2	ALNAP-metodikken – en introduksjon	87
7.2.1	Hvordan gjøre en evaluering?	88
7.3	Evalueringsbeskrivelse av rekrutterings- og utviklingsarbeidet i Dyrøy.....	89
7.3.1	Evalueringsens hensikt	90
7.3.2	Roller og metoder	90
7.4	Evalueringssspørsmål etter ALNAP-oppskriften	91
7.4.1	<i>Er rekrutteringsteamets arbeid et svar på utfordringene?</i>	91
7.4.2	Ytre kvalitet – måling av kost/nytte	92
7.4.3	Effektivitet	94
7.4.4	Nødvendig eller tilstrekkelig?	96
7.4.5	Er tiltakene aktuelle og tidsriktige?	99
7.4.6	Henger tiltakene sammen med annet arbeid og strategier i kommunen?	101
7.4.7	Når tiltakene målgruppene?	102
7.4.8	Er arbeidet koordinert med andre aktørers arbeid?	103
7.5	Oppsummering og konklusjoner	104
8	Samarbeid med Placement.....	107
8.1	Innledning	107

8.2	Metode, utvalg og fremgangsmåte	108
8.3.	Hva kan Placement bidra med?	109
8.4	Økonomiske kostnader ved et samarbeid med Placement	112
8.5	Er samarbeid med Placement hensiktsmessig- og når er det det?	114
8.5.1	Rekruttering av innflyttere som faser i en prosess	114
8.5.2	Mellom forventninger og realiteter	114
8.5.3	Å kjøpe en tjeneste eller inngå et samarbeid? Lokalt bidrag	117
8.5.4	Kunnskap og oversikt over egne utfordringer	117
8.5.5	Kampen om godene	118
8.5.6	Tidsdimensjon i flytteprosesser og tilflyttingsprosjekter	118
8.6	Har Placements arbeidsform overføringsverdi og kan den bidra til læring i annet tilflyttingsarbeid i kommunene?	120
8.7	Oppsummering	121
9	Innhold, tiltak og arbeidsmåter i tilflyttingsarbeidet	124
9.1	Tiltak for å vekke flyttelysten	124
9.1.1	Indirekte markedsføring	124
9.1.2	Direkte markedsføring: Epost, brev og postkort	128
9.1.3	Interaktive tiltak: Treff, tilstelninger, messer o.l.	129
9.2	Tiltak for å bedre beslutningsgrunnlaget for potensielle tilflyttere	132
9.3	Tiltak som hindrer fraflytting/stimulerer bolyst	135
9.4	Tiltak for å bedre boligmarkedet	136
9.4.1	Billige boliger som trekkplaster	137
9.5	Oppsummering	138
10	Strategier i tilflyttingsarbeidet: Organisering, målgrupper og budskap	140
10.1	Uklare programteorier	141
10.2	Top-down eller bottom-up: har administrative grenser noe å si?	143
10.3	Målgrupper	146
10.3.1	Alle vil ha barnefamilier og tilbakeflyttere	146
10.3.2	Er eldre og unge single uønsket i distriktene?	149
10.3.3	Arbeidskraft – men ikke arbeidsinnvandrere?	149
10.3.4	Byfolk – så selvskreven målgruppe at den overses?	150
10.3.5	Ikke alle tilflyttere er like mye verd	151
10.4	Budskap: Ideen om det gode livet på landet dominerer	152
10.5	Sammenfatning: strategiene er ofte fanget i stereotype bilder av by-landflytting	155
10.5.1	På tide å rokke ved bofastidealet?	156
11	Utvikling av metoder for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid	158
11.1	Tre uholdbare, metoder for å vurdere effekter av tilflyttingsarbeid	159
11.2	Hva kan tilflyttingsarbeidet lære om evalueringer fra bistandsfeltet?	160
11.2.1	Hva er poenget med en vitenskapelig evaluering?	161
	<i>Teorier om idealer, realiteter og konteksten</i>	162
11.2.2	Kan veiledere guide en utenom teorien?	163
11.2.3	Er vitenskapelig metodekunnskap nødvendig for å drive evalueringer?	163
11.2.4	Endringer i hva evalueringer er og forventes å bidra med	164
11.2.5	ALNAPs bidrag	165

11.2.6 Oppsummering.....	165
11.3 Hvordan få flere og bedre evalueringer?	166
11.3.1 Et forslag til egenevaluering basert på ALNAP-tilnærmingen.....	167
11.3.2 Betingelser: Varsku her!	168
11.3.3 Begrensninger og anbefalinger.....	169
11.3.4 Bedre dokumentasjon og arkivering	170
11.3.5 Gode utlysninger og virkemidler fra finansiørers side	171
11.4 Oppsummering og konklusjon.....	171
12 Hva har vi lært om det siste tiårs tilflyttingsarbeid?.....	173
12.1 Tilflyttingsarbeidet har effekt på noen av de som allerede har lyst til å flytte.....	173
12.2 Hva virker og hvorfor? Hva sier migrasjonsteoriene?.....	174
12.2.1 Strukturelle teorier: Tilflyttingsarbeidet bør utbedre objektive levevilkår	175
12.2.2 Individorienterte teorier: Tilflyttingsarbeidet bør påvirke individers beslutningsgrunnlag	178
12.2.3 Teorier om representasjon: Tilflyttingsarbeidet bør forbedre stedsimaget	181
12.2.4 Integrert modell: Tilflyttingsarbeidet bør legge vekt på mangfold	182
12.3 Hva kjennetegner godt tilflyttingsarbeid?	185
12.3.1 Medvind og motvind. Betydningen av lokalt flyttemønster.....	185
12.3.2 Anbefaling: Bygg på analyse og kunnskap!.....	186
12.3.3 Oppsummert: Hvorfor virker ting.....	192
12.4 Er arbeidet effektivt mht. å øke folketallet?	193
Referanser	196

Sammendrag

Dette forskningsprosjektet om tilflyttingsarbeid i distriktskommuner har hatt to formål:

- A. Undersøke om og hvordan tilflyttingsarbeid kan ha effekt på å rekruttere og beholde nye innbyggere
- B. Utvikle bedre forskningsbaserte metoder/verktøy for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid

A: Analyse av effekter og resultater

Vår kartleggingsundersøkelse viste at om lag 80 % av distriktskommunene driver eller har drevet med tilflyttingsarbeid de siste ti år. Sammen med fem omfattende caseundersøkelser viser prosjektet at:

Tilflyttingsarbeidet virker i det små

Lokalt tilflyttingsarbeid kan bidra til å rekruttere nye innbyggere. Antall personer som blir rekruttert på denne måten er likevel beskjedent sammenliknet med det totale antall flyttinger til et sted. Prosjekter som har rekruttert livsstilsflyttere fra utlandet har lyktes best, om en dømmer etter antall nye tilflyttere disse prosjektene har generert.

Tilflyttingsarbeidet er bare en av flere faktorer som kan påvirke personers og husholds flyttebeslutninger og flyttehandlinger. Effekten av tilflyttingsarbeidet kan variere mellom å være avgjørende/utløsende for flytting til et bestemt sted (fåtalet), et ekstra lodd i en skål som allerede bikket mot innflytting, en framskyndelse av en allerede planlagt flytting eller det kan forhindre at en ønsket flytting ikke strander på grunn av praktiske hindringer. Felles for alle synes å være at flyttelysten har vært til stede i utgangspunktet.

fordi

Tilflyttingsarbeidet bidrar med relevante tiltak som hjelper folk til å få, beholde eller utvikle en flyttelyst, ta en flyttebeslutning og gjennomføre en flytting. Vi har identifisert fem hovedstrategier som representerer hver sitt knippe av tiltak og virkemidler.

- 1) *Inspirere* (tiltak/virkemiddel: omdømmebygging, promoteringskampanjer, annonseringer o.l.). Effekter av dette er vanskelig å måle, men vi har sett at det kan «minne» noen på at det er mulig og attraktivt å bo utenfor storbyene, at det finnes alternative levemåter og livsstiler, at det går an å flytte tilbake til oppvekststedet osv. Det kan også være en (første) kilde til kontakt mellom potensielle tilflyttere og tilflyttingsapparat.
- 2) *Informere* for å bedre beslutningsgrunnlaget for flyttere (tiltak/virkemiddel: nettsider, databaser, brosjyrer mm). Det går ut på å vise fram de reelle mulighetene ved eventuell tilflytting, hva som finnes av bolig- og arbeidstilbud, tjenester og fritidsaktiviteter. Informasjonstiltak kjøres ofte sammen med inspirasjonstiltak. De representerer derfor også en mulighet til å komme i kontakt med målgruppen.

- 3) *Lage møteplasser.* Tiltakene kan dreie seg om å arrangere eller delta på karrieremesser, treff for fraflyttede, seminarer, festivaler o.l. Disse virker fordi man møter målgruppen ansikt til ansikt, viser seg fram i praksis og kan gjøre avtaler for nærmere oppfølging.
- 4) *Formidling/personlig veiledning.* Tiltak som bygdelivsmeglere, kommuneverter, tilflytterkontor o.l. kan gi tilpasset informasjon, råd og hjelp, kanskje også omvisning. Denne strategien virker godt når vertene har stort nettverk lokalt og kan sette tilflyttere i kontakt med f.eks. huseiere og arbeidsgivere, slik at hus og jobb kommer på plass. Denne typen aktivitet er særdeles viktig på steder der markedet ikke fungerer tilfredsstillende. Personlige møter gjør også at tilflyttere føler seg velkomne inn i et fellesskap der hver og en betyr noe - mange av dem understreker viktigheten av nettopp dette.
- 5) *Tilrettelegging for å bedre bosettingsgrunnlaget.* En del av tilflyttingsarbeidet går ut på å stimulere til at flere tomter, jobber og boliger blir utlyst på markedet, og til å legge til rette for fjernarbeid og pendling. Arbeidet kan også anspore til at store og små bedrifter i området (ikke minst kommuneorganisasjonen selv) erkjenner at de i sine rekrutteringsprosesser kan tjene på å selge inn stedet som bosted, og ikke bare den jobben de trenger arbeidskraft til. Dette kan for eksempel innebære økt samarbeid mellom offentlig, privat og frivillig sektor. *Vi mener forskningen har vist at det er mer å hente på å styrke denne delen av arbeidet.*

Ulike arbeidsmåter svarer på ulike behov

De ulike strategiene og tiltakene kan gjennomføres på flere ulike måter tilpasset lokale forhold. Noen arbeidsmåter er subjektivt orientert og legger vekt på «nærkontakt» med tilflyttingskandidatene. Eksempler kan være tilflyttingsteamet i Dyrøy og Bygdelivsmeglern i Vest-Telemark der de gir personlig veiledning og framvisning av bygdene. Andre er mer objektive og distansert i formen, og innebærer mer generelle inspirasjons- og informasjonstiltak, å svare på telefoner og epost, og drive tilretteleggende arbeid. Vi har ikke funnet at den ene arbeidsmåten er mer effektiv enn den andre; de svarer på ulike behov hos potensielle tilflyttere. Men det er lettere å dokumentere resultater av den subjektive arbeidsmåten, siden personlig nærhet gir bedre kontroll over hvorvidt kandidatene flytter eller ikke.

Et annet sett arbeidsmåter handler om å være utadrettet eller innadrettet i sin virksomhet. Utadrettede arbeidsmåter inkluderer arbeidsmetoder som går ut på å oppsøke potensielle tilflyttere, mens de innadrette går ut på å jobbe med tilretteleggende tiltak slik at det blir mer attraktivt å bosette seg i området.

Fra utadrettet til innadrettet arbeidsmåter

Tilflyttingsarbeid har ofte startet med utadrettede tiltak for å lokke, informere og oppnå kontakt med potensielle tilflyttere fra storbyene. Mange fikk erfare at dette var vanskeligere enn de hadde regnet med, ikke minst fordi de oppdaget underveis at stedet ikke hadde de mest grunnleggende forutsetningene for bosetting; nemlig boliger, jobber og barnehageplasser. Oppgavene er dermed blitt dreiet mot å gjøre noe med

flaskehalsene på stedet, og i flere kommuner og regioner synes tilflyttingsarbeidet å gli over i bolyst- og stedsutviklingsarbeid. Denne dreiningen fra utadrettet arbeid til arbeid internt i kommunen eller regionen kan delvis også være et svar på bolystutlysningene og dermed statlig politikk.

Uheldige bivirkninger

Vi har sett flere bivirkninger av tilflyttingsarbeidet som bør tenkes gjennom av de som driver tilflyttingsarbeid og de som er premissleverandører for dette arbeidet.

- Skyggebudskapet av å drive tilflyttingsarbeid er «SOS vi synker – kom og redd oss», altså et signal om at stedet ikke er egnet som framtidig bosted.
- En del mennesker, kanskje særlig potensielle tilbakeflyttere, ser desperasjonen i dette, og utnytter det til å kreve «kompensasjon» i form av attraktive og billig tomter/boliger, gode jobber o.l. for at de skal flytte tilbake.
- Andre har opplevd å føle seg lurt fordi de forventer at et sted som averterer etter folk har boliger og jobber m.m. å tilby. Avstanden mellom en slitt kjellerleilighet og det idylliske småbruket i annonsekampanjen kan også bli litt for stor for mange.
- Samlet sett kan budskapet i tilflyttingskampanjer føre til at Distrikts-Norge blir sett på som en lekeplass for sprek ungdom eller et rehabiliteringssted for stressa byfolk fra middelklassen. Vi er ikke sikker på at det er i distriktenes interesse å bli løsrevet fra sin rolle i verdiskapingen.
- Stedets innbyggere kan oppleve det som urettferdig at det blir brukt så mange ressurser på å få nye innbyggere. De kan få inntrykk av at tilflytterne får fordeler som de selv ikke får.
- Arbeidet kan føre til en rangering av folk:

Tilflytterhierarkiet: Ikke alle tilflyttere er like mye verd

Satt på spissen kan vi si at de som strengt tatt ikke trenger det, får all den goodwill og hjelp de vil ha i flytteprosessen, mens de som trenger hjelp, ikke får det – de er rett og slett ikke ønsket. Gjennom arbeidet med dette forskningsprosjektet har det avtegnet seg et hierarki av flyttere:

A: Tilbakeflyttere (og jo større familie de har med på lasset, jo bedre). Det er liten tvil om at den gruppen det rettes størst innsats mot er potensielle tilbakeflyttere.

B: Norske, nordiske og mellomeuropeiske barnefamilier som vil ha landlig livsstil. Disse er eksplisitt oppgitt som målgruppe, kampangebudskap og tiltak er designet spesielt for å tekkes disse.

C: Barnefamilier (norske og utenlandske) som kommer primært på grunn av jobb. Disse har som regel lite eller ingenting med tilflyttingsapparatet å gjøre, men barnefamilier ses uansett på som en verdifull gruppe som man håper blir værende.

D: Unge og single fra inn- og utland som kommer på grunn av jobb. Single antas i utgangspunktet å flytte videre, og anses derfor ikke som verdt å bruke ressurser på. (To

unntak fra dette: Regionale traineeordninger – der er de unge høyt priset, og steder som satser på å tekkes sporty ungdom som liker bratt friluftsliv.)

E: Resten – de som de ikke vil ha eller ikke ser det som sin jobb å hjelpe. Det dreier seg blant annet om flyktninger, asylsøkere, familiegjenforente og arbeidsinnvandrere. Disse gruppene er satt på utsiden av den norske distriktsdiskursen og er også definert ut av dette forskningsprosjektet. Andre grupper er de over 45 år, «lykkejegere» med mål om kortsiktig opphold, og andre som ikke passer inn i formatet hvit, funksjonsdyktig, middelklasse. Det er en grunn til at de økonomiske fordelene ved å bo på bygda, og støtteordninger til boligbygging/kjøp, er underkommunisert. "Vi ønsker ikke å selge oss på billigsalg" er et typisk uttrykk for dette.

Forbedringspotensial - anbefalinger

De fleste kommuner som driver tilflyttingsarbeid prøver å framheve det unike ved sitt sted. Likevel ser vi at både budskapet om *det gode liv på landet* og målgruppen *småbarnsfamilier* går igjen de fleste steder. De konkurrerer i stor grad om den samme lille gruppen av idyllsøkende storbybeboere. Hvis målet er flere tilflyttere, må det tenkes breiere; ut over de stereotype forestillingene om at byen er stedet for de som ønsker karrieremuligheter og landsbygda er til for de som søker natur og trygghet. Dette kan inkludere spørsmål om en kanskje bør snu tilflytterhierarkiet på hodet, og om hvorfor en ikke ønsker å fram i lyset at det er billigere å bo utenfor storbyene og at det kan være småskalafordeler ved å søke jobbkarriere i distriktene.

Det finnes ingen enkle allmenngyldige oppskrifter i tilflyttingsarbeidet. Vi ser likevel at tilflyttingsarbeid som bygger på analyser og kunnskap om flytteprosesser og om lokale utfordringer og ressurser, lykkes godt. Det å ha begrunnede hypoteser om hva som skal til for å bosette ulike grupper av tilflyttere, er god hjelp når strategier og tiltak skal utformes. Nedenfor er en liste over hva som fungerer og noe av det som kreves. Listen er kort og enkel – arbeidet den beskriver er langt og komplekst.

- Det fungerer å forankre tilflyttingsarbeidet i lokale behov, utfordringer og ressurser.
 - Det krever kunnskapsbaserte analyser om demografi, arbeids- og næringsliv, skole og oppvekst, boligtilgang og-marked, fritids- og friluftsmuligheter, tilhørighet og identitet, tjenestetilbud- og kommunikasjoner.
- Det fungerer å spesifisere målgruppe og tenke breiere om hvem en skal rette seg mot.
 - Det krever analyser av hvem som trenger hva slags tiltak, avveininger om hvilke grupper en skal satse på om hvordan de kan nås.
- Det fungerer å tilpasse budskapet til målgruppens behov og rette det inn gjennom kanaler som treffer målgruppen
 - Det krever at en spør hva de trenger og hva de søker og ikke bygge på "gamle" sannheter og tatt-for-gittkunnskap.

- Det krever også visshet om at ett budskap vanskelig kan treffe alle grupper
- Det fungerer å utvikle tiltak med utgangspunkt i målgruppens behov, i overensstemmelse med valgt budskap og gjøre det profesjonelt.
 - Det krever at en lærer av eget og andres arbeid – og det krever at prosjekter dokumenteres og tilrettelegges for evalueringer.
- Det fungerer å samarbeide, og koordinere utfordringer og ressurser, i strategier som er rettet inn med tilpasset budskap til spesifikke grupper, og med klare, relevante, tilpassede og reelle mål.
 - Det krever at en gjør egen tenking tilgjengelig for egen og andres vurdering; dvs. å gi eksplisitt uttrykk for sin programteori.

B Metoder for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid

Utgangspunktet for å etterspørre bedre metoder for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid, er at denne typen arbeid er mangelfullt dokumentert og at en derfor har manglet systematisk kunnskap om resultatene av arbeidet. Vi har konfrontert bistandsfeltet, som har lange tradisjoner for evalueringer, for å undersøke om tilflyttingsfeltet har noe å lære.

Vi har prøvd ut en mye brukt type ekspertevaluering (ALNAP) fra bistandsfeltet, og funnet at denne med enkle tilpassinger, kan brukes som oppskrift for egenevaluering av de som driver tilflyttingsarbeid. Fordi den er enkel å følge, stiller vesentlige spørsmål og har stort læringspotensial for de som gjennomfører den, vil den kunne føre til flere og bedre vurderinger og dokumentasjon av tilflyttingsarbeidet. Fruktbare evalueringer forutsetter at det er planlagt for evaluering i utgangspunktet; det kan kreve mer kompetanse og at arbeidet dokumenteres. For at evalueringer skal være meningsfulle, må de bidra med kunnskap tilbake til de som utfører jobben. Å få til flere egenevalueringer i feltet forutsetter derfor også godt lederskap som sørger for evalueringskulturer der læring heller enn kontroll er målet.

Vi advarer likevel mot at ekspert- og egenevalueringer skal erstatte vitenskapelige evalueringer. Det er fordi de mangler teoretisk forankring og dermed ikke bidrar til kunnskapsakkumulasjon ut over læring i den eller de organisasjonene som deltar i evalueringen. Forskningsbaserte evalueringer kan bidra til sammenstilling, spredning og kritikk av denne kunnskapen og dermed en utvidelse av kunnskapsgrunnlaget.

Vi har gjennom dette prosjektet illustrert hvor vanskelig det er å dokumentere og måle effekter av tilflyttingsarbeid, og advart mot å forvente eksakt kunnskap som er direkte anvendbar i tilflyttingsfeltet. Vitenskapelige evalueringer har sin styrke i at kunnskap kontekstualiseres i eksisterende faglitteratur og plasseres i forhold til et teoretisk paradigme. Dette gir kunnskap på et mer abstrakt nivå, og egner seg bedre til å få fram problemstillinger som gir myndigheter og aktører innenfor tilflyttingsfeltet et grunnlag for å tenke nytt om formål og innretning på tilflyttingsarbeidet, enn konkrete anbefalinger og oppskrifter.

1 Innledning

Mange kommuner opplever befolkningsnedgang, lavere fødselstall, en eldre befolkning og dermed problemer med å opprettholde folketall, inntekter og tilbud til sine innbyggere. Denne rapporten analyserer lokalt tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner. Basert på flere undersøkelser beskriver vi ulike sider, mangfold og trender i tilflyttingsarbeid. Vi drøfter og vurderer hva slags effekter ulike tiltak og arbeidsmåter kan ha med hensyn til å rekruttere og beholde nye innbyggere. Rapporten diskuterer også metoder og verktøy for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid. Samlet sett skal arbeidet føre til en bedre forståelse av om og på hvilke måter tilflyttingsarbeid påvirker tilflyttingsprosesser og dermed folketallsutviklingen i distriktskommuner.

1.1 Bakgrunn og avgrensing av oppdraget

Distriktskommuner, utkantregioner og lokalsamfunn har etter årtusenskiftet engasjert seg i arbeid med å rekruttere innflyttere. De har satset på flytt-hit-kampanjer, stedspromoteringer og diverse tiltak for å overbevise oss om at *det gode liv* er å finne hos nettopp dem. Det fristes med goder som trygge oppvekstsvilkår, fravær av køer og stress, gode jobbmuligheter, gode tjenestetilbud og ikke minst vakker natur. Kreativiteten er stor og tilbud som "gratis bryllup!", "gratis barnehage!" og "gratis tomt!" er noe av det vi har sett annonsert. Hvorvidt slike tiltak fører til økt tilflytting eller ikke, er hovedspørsmålet i denne rapporten.

Det ikke nytt at distriktskommuner jobber med tiltak for å øke folketallet. Innhold, organisering, omfang og aktiviteter i slike tiltak er i svært liten grad dokumentert og i enda mindre grad evaluert (Aure mfl.2011a). Det foreligger dermed lite systematisk eller forskningsbasert kunnskap om denne typen tiltak og effektene av dem. Nasjonale, regionale og lokale utviklingsaktører har derfor lite kunnskap å støtte seg til når de skal utvikle og vurdere iverksetting av nye strategier og tiltak. Dette utgjør bakgrunnen for at Distriktssenteret bestilte en flerdelt studie som skal:

- Kartlegge lokalt tilflyttingsarbeid i norske distriktskommuner
- Undersøke om og hvordan lokalt tilflyttingsarbeid kan ha effekt på å rekruttere og beholde nye innbyggere som blir boende over tid (effektevaluering)
- Utvikle bedre metoder/verktøy for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid (metodeutvikling).

Denne rapporten handler derfor om *”steder og områder i Distrikts-Norge som over flere år har jobbet systematisk med å rekruttere og inkludere nye tilflyttere. Med tilflyttere menes i denne sammenhengen innenlands tilflytting og livsstilsflyttere fra utlandet”*¹. Studien omfatter altså bare steder som ligger innenfor det distriktpolitiske området² - selv om tilflyttingsarbeid også drives utenfor dette området. Videre konsentrerer studien seg om steder som har jobbet systematisk med tilflytting og inkludering over lengre tid³. Flytteprosesser tar som regel tid, derfor må et tiltak ha pågått en stund for å kunne vise målbare effekter. Vertskapsordninger som ofte er del av tilflyttingsarbeidet, kan ha ført til mindre eller utsatt videreflytting, også dette ser en først etter noen år. I denne rapporten fokuserer vi ikke på ulike typer arbeid som først og fremst tar sikte på å få folk til på bo lenger eller ikke flytte videre. Tiltakene som inngår i denne studien må dessuten være del av en større plan ut fra en antakelse om at det er mer å lære av tiltak som er systematiske, målrettet og planlagte. Små ad hoc tiltak, som for eksempel oppretting av en internettside eller deltakelse på et enkeltstående arrangement med rekruttering eller promotering som formål, er utelatt i studien.

Mens oppdraget omfatter arbeid med alle typer innenlands tilflytting, gjelder det kun en gruppe innflyttere fra utlandet; nemlig livsstilsflyttere. Arbeid med å rekruttere og integrere⁴ flyktninger, arbeidsinnvandrere og familieinnvandrere er dermed ekskludert fra Distriktssenterets bestilling. Distriktssenteret har sammen med Integrerings- og mangfoldsdirektoratet (IMDI) fått gjennomført en egen studie av disse gruppene som er beskrevet i rapporten *Derfor blir vi her - innvandrere i Distrikts-Norge* (Søholt et al. 2012).

Med livsstilsflyttere fra utlandet menes immigranter som har flyttet til Distrikts-Norge for å *leve det gode liv på landet*; de søker en anti-urban livsstil med vekt på rurale kvaliteter som for eksempel små samfunn og nærhet til natur. Denne gruppen er i praksis ikke lett å skille fra arbeidsinnvandrere fordi begge grupper kan ha *både* livsstil og jobbmuligheter som motivasjoner for å flytte til Norge. De aller fleste vil dessuten være avhengig av å ha en jobb for å bosette seg her. Arbeidsinnvandrere og livsstilsflyttere er altså ikke gjensidig utelukkende grupper. Avgrensingen innebærer at vi 1) har utelatt tiltak som

¹ Side 12 i Distriktssenteret utlysning

² Avgrensingen av området finnes hos Kommunal og regionaldepartementet.
http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/tema/regional-_og_distriktpolitikk/virkeomrade/notifisert-virkeomrade-for-de-distriktp.html?id=417799

³ En problematisk side ved denne avgrensingen har vært at det var vanskelig å få kunnskap om ”gamle” prosjekter fordi de involverte har gått over i andre stillinger.

⁴ Vi bruker begrepene integrering og inkludering for å variere språkbruken, begge deler betegner det å innlemme i et større hele.

utelukkende har tilrettelagt for *flyktninger og familieinnvandring*. 2) Når det gjelder *arbeidsinnvandring* har vi på den ene siden inkludert slike i *kartleggingsstudien* av tilflyttingsarbeid i distriktskommunene. På den annen side har vi ikke fokusert på slikt arbeid i casestudiene, selv om det ville vært interessant å studere slike tiltak fordi arbeidsinnvandringen har "reddet" distriktene når det gjelder folketallsutvikling i de senere år⁵. 3) I tråd med bestillingen har vi derimot gått i dybden på tiltak rettet mot livsstilsflyttere fra utlandet, jf. casestudie av kommuners samarbeid med rekrutteringsselskapet Placement AS som har spesialisert seg på livsstilsinnvandring fra Nederland, Tyskland og Belgia.

Studien handler om tilflyttingsarbeid og omfatter strategier, virkemidler, tiltak og arbeidsmåter. Vi forstår i all hovedsak disse begrepene som del av et hierarki der strategier representerer overordnede tilnærminger. Virkemidler beskriver et knippe tiltak som henger sammen og der fokuset er på hva som er "driveren". Tiltak er konkrete og spesifikke, mens arbeidsmåter i større grad legger vekt på hvordan arbeidet med tiltaket utføres. Det er likevel slik at i dagligtale og i ulike prosjekt brukes disse begrepene om hverandre. Hva en fokuserer på, får også konsekvenser for hva som forstås som strategier eller tiltak. Derfor er det ingen stringent bruk av begrepene her, selv om vi prøver å la dem ha ulik betydning.

1.2 Et forskningsprosjekt i to deler

Dette forskningsprosjektet faller i to hoveddeler: En kartleggingsdel som dokumenterer og beskriver bredden i tilflyttingsarbeidet, og en analysedel der vi studerer og vurderer effektene av tilflyttingsarbeidet. I analysedelen sees det også på mulighetene for å utvikle bedre evaluerings- og dokumentasjonsmetoder for de som initierer, finansierer og på ulikt nivå driver med tilflyttingsarbeid. Denne rapporten inkluderer og oppsummerer analysene fra hele arbeidet.

Del 1: Kartlegging av tilflyttingsarbeid

Kartleggingen av omfanget og innholdet i tilflyttingsarbeidet foregikk i to steg. Først sendte vi en nettbasert spørreskjemaundersøkelse til alle kommunene i det distriktpolitiske virkeområdet. Her kartla vi omfanget av tilflyttingsarbeid i perioden 2000-2010, målgrupper for arbeidet, hvordan arbeidet er organisert, hvilke aktiviteter det inkluderer og hvilke budskap som formidles. Resultatene fra undersøkelsen er presentert i rapporten *Oversikt over tiltak, målgrupper, aktiviteter og budskap i distriktskommunenes tilflyttingsarbeid. Resultater fra en spørreskjemaundersøkelse* (Grimsrud og Aure ⁶2012).

⁵ Det vises til rapporten *Derfor blir vi her - innvandrere i Distrikts-Norge* (Søholt et al. 2012) for mer kunnskap om dette temaet.

I neste steg har vi for hver kommune og/eller region kort beskrevet innholdet i det aktuelle tilflyttingsarbeidet, og gitt henvisninger til ytterligere informasjon (Grimsrud et al. 2012). Denne katalogen bygger på data fra spørreundersøkelsen, men omfatter også kommuner som ikke svarte på denne. I tillegg har vi supplert data fra spørreundersøkelsen med informasjon innhentet fra nettsider, avisomtaler og kontakt med prosjekteiere. Denne delen av arbeidet er rapportert i form av en *katalog over tilflyttingsarbeidet* og inngår i Distriktssenterets prosjektdatabase.

Kartleggingsundersøkelsene viser at de aller fleste kommunene i Distrikts-Norge, 241 av 306, driver eller har drevet med systematisk arbeid for å tiltrekke seg flyttere. Dette dokumenterer altså omfanget. De få som ikke deltar i slikt arbeid forklarer som regel dette med manglende kapasitet – bare en håndfull mener de ikke har behov for slikt arbeid. Tilflyttingsarbeid altså høyst vanlig i norske distriktskommuner og disse to rapportene beskriver også dette arbeidet.

Kartleggingsundersøkelsene indikerte at det er dårlig sammenheng mellom type aktivitet, målgrupper og promoteringsbudskap i tilflyttingsarbeidet. Vi fant også at det kunne se ut som det var forholdsvis liten spredning, eller variasjon, i innholdet fra den ene kommunen til den andre: De fleste er ute etter de samme målgruppene (barnefamilier), og de selger stort sett det samme budskapet om naturskjønne omgivelser og idylliske oppvekstforhold. Samarbeidstiltak for å øke stedsattraktiviteten, annonsering og tilstelninger for å lokke fraflyttede tilbake er en vanlig strategi. Disse funnene reiser bl.a. spørsmål om hvorfor det ikke mer variasjon når alle stedene tilsynelatende prøver å framstå som unike overfor potensielle tilflyttere, og om det kan gagne tilflyttingen om alle konkurrerer om de samme målgruppene.

Arbeidet med *prosjektkatalogen* viste at det er vanskelig å få tak i dokumentasjon om tiltak og prosjekter, spesielt for prosjekter som er avsluttet. Skriftlig dokumentasjon som vurderer mulige resultater av tiltakene er sjeldne. Det aktualiserer denne rapportens tema om å undersøke mulighetene for bedre evaluerings- og dokumenteringsmetoder, slik at kunnskap kan akkumuleres.

De to kartleggingsundersøkelsene er med i det empiriske grunnlaget vi bygger på i arbeidet med analysene i denne rapporten. For det første har vi brukt kartleggingene som grunnlag for å velge hvilke caser vi skulle studere nærmere (dette er nærmere beskrevet i kapittel 2). For det andre har de forsynt oss med problemstillinger som vi har tatt med og drøftet videre i undersøkelsen. De viktigste resultatene i kartleggingsundersøkelsene er gjengitt i denne undersøkelsen, men siden begge kartleggingene er dokumentert i egne rapporter, gjengis de ikke i sin helhet.

Del 2: Studier av effekter og utvikling av evaluerings- og dokumenteringsmetoder

Arbeidet i prosjektets del 2 har to formål: å studere og evaluere effektene av tilflyttingsarbeidet, og legge grunnlaget for utvikling av bedre metoder for å drive, dokumentere og evaluere tilflyttingsarbeid. Vi skal vurdere hvorvidt systematisk tilflyttingsarbeid kan bidra til å skaffe flere tilflyttere til distriktene, og undersøke *hvordan* og *hvorfor* tiltakene eventuelt virker eller ikke. Hensikten er å utvikle kunnskap som

aktørene innenfor tilflyttingsarbeid kan bruke til å utvikle sine strategier, tiltak og arbeidsmetoder. I dette ligger også at vi skal jobbe med utvikling av metoder for å dokumentere og vurdere tilflyttingsprosjekter.

I denne delen av arbeidet bygger vi i tillegg til kartleggingsundersøkelsen på fem casestudier for å få frem dybdekunnskap om hvordan tilflyttingsarbeid foregår «i det virkelige liv». Dette er analyser av konkrete prosjekter, strategier, tiltak og arbeidsmetoder på spesifikke steder. Vi skal merke oss at i praksis kan tilflyttingsarbeidet være vanskelig å isolere fra andre typer utviklingsoppgaver. Vi har fokusert på hvilke strategier, tiltak, virkemidler og arbeidsmåter som brukes, og hvordan de fungerer; dvs. hva det er ved tilflyttingsarbeidet som gjør at det virker eller eventuelt ikke virker i forhold til å tiltrekke seg tilflyttere? Samtidig har vi vært opptatt av å undersøke sider ved konteksten tiltakene inngår i for å kunne beskrive hvilke lærdommer man kan ta med seg til andre steder. Ingen steder eller perioder er like, derfor vil man ikke kunne overføre en tiltaksoppskrift fra et sted til et annet uten at vilkårene og mulighetene for suksess også endres. Derfor har vi lagt vekt på å beskrive hver case nokså detaljert i hver sitt kapittel (kap. 4 til 8), i tillegg til at de analyseres samlet.

Tilflyttingsarbeid på lokalt nivå handler ikke bare om å lokke til seg tilflyttere. Det inngår i det lokale utviklingsarbeidet. Som Villa (2012) skriver, driver bygdene og pusser seg opp både for sin egen del og for å tekkes besøkende og potensielle tilflyttere. Utviklingsarbeidet kan således knyttes både til identitetspolitikk og til et mål om å skaffe seg inntekter og sysselsetting. Videre ønsker utviklingsaktører å vise at de "gjør noe", og ikke minst synes det å være et mål i seg selv å gjøre noe som fører til at en blir "satt på kartet". Det er med andre ord ulike interesser knyttet til tilflyttingsarbeid. Vi skal primært studere hvilke resultater arbeidet gir på innflytting, men det er åpenbart at arbeidet også har andre mål og resultater. Kanskje er det slik med tilflyttingsarbeid som med småsamfunnssatsningen; at den først og fremst har en "indremedisinsk" effekt i form av økt engasjement og mobilisering som tiltaket genererer lokalt (jf. Holm og Villa 2010)? Disse aspektene diskuteres ikke videre i dette arbeidet. Det betyr ikke at de kan være viktige resultater av tilflyttingsarbeid.

Vi har valgt følgende caser for nærmere studium:

- Bygdelivsmekleren i Vest-Telemark
- Flytt til Hardanger
- Dyrøyseminaret
- Sogndal
- Placement AS

Disse casene ble valgt fordi de representerer et mangfold av de strategier og tiltak som kjennetegner i tilflyttingsarbeidet i mange kommuner. Her er store og små prosjekter, nye og mer utprøvde strategier og tiltak og ulike organisasjonsmodeller. Fokuset har vært på å lære av det vi kan kalle suksesser. Målet med caseundersøkelsene er å studere sammenhenger mellom type tiltak og effekter på lokalt nivå, og bruke dette som grunnlag for å drøfte hovedspørsmålene. Det er ikke slik at effekter kan leses av direkte.

Data fortolkes og vi drøfter hvordan tilflyttingsarbeidet virker – og hva kan gjøres for forbedre effektene og dokumentasjonen av arbeidet. Hensikten med casene er ikke å sammenlikne dem for å finne den mest vellykkede. En del av oppdraget er å bidra til å utvikle bedre metoder/verktøy for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid. Vi har gått til bistandsfeltet, som over tid har jobbet mye med evalueringsmetodikk. Et av de fem casene er derfor analysert ved hjelp av den såkalte ALNAP-metodikken.

1.3 Flytteteoretisk utgangspunkt - programteori

Ut fra vår faglige bakgrunn som migrasjons- og regionalforskere er vi opptatt av at flyttesituasjoner og -valg er komplekse og innvevd i folks ulike biografier (Boyle og Halfacree 1998, Papastergiadis 2000). Samtidig er flytting og mobilitet en del av stedlige, sosiale, økonomiske og kulturelle utviklingsprosesser på lokalt og globalt nivå. Flytting handler om aktører som ser mulighetsrom ut fra kontekst, strukturer og vurderinger på individ, hushold og gruppenivå. Geografisk mobilitet er dermed knyttet til økonomi, livsløp, internasjonale endringer, juridiske, kulturelle, sosiale og politiske preferanser og rammebetingelser. De preges av kjønn, etnisitet, klasse, alder og ulikheter i opphavs- og ankomstland, fraflyttings- og tilflyttingssted. For noen er flytting enkelt og ukomplisert, for andre preget av konflikter, tvang og begrensinger. Flytting kan komme brått eller innebære en langvarig prosess. Det kan handle om identitet og tilhørighet, jobb og karriere, bolig, livsstil eller nærhet til venner og familie. Vi anerkjenner at steder representerer både push- og pull faktorer som i tradisjonell flytteteori, men plasserer oss i det som kan betegnes praksisorienterte retninger inspirert av Bourdieu (1972/1977), og som O'Reilly (2012) har presentert som et sammenhengende teoretisk rammeverk for å forstå flytting og migrasjon. Disse tilnærmingene søker å kombinere fokus på materielle faktorer som jobb og bolig, med refleksivitet og spørsmål om identitet og tilhørighet. Samtidig prøver de å kombinere handlende aktørers roller og motivasjon og ønsker om å oppnå egne mål, med betydningen av strukturer som styrer valg, hva som er mulig og hvordan vi handler – og som igjen er resultat av tidligere handlinger på ulike samfunnsnivå. Dette gjør at flyttebeslutninger ikke lar seg telle og måle på noen enkel måte. Vi trenger likevel å utvikle kunnskapen om tilflyttingsarbeid og hva som kan "virke" i dette arbeidet.

1.4 Leserveiledning

Vi begynner denne rapporten med å redegjøre for vårt metodologiske utgangspunkt for å kartlegge og vurdere resultatene av tilflyttingsarbeid i distriktskommuner. Her drøfter vi perspektiver på evaluering opp mot arbeid for å endre og påvirke flyttemønstre. Konkrete metoder som er brukt i studiene presenteres også, se kapittel 2.3.

I kapittel 3 følger en analyse av den konteksten tilflyttingsarbeidet foregår i, kalt Demografisk mot- og medvind. Så følger en bolk på 5 kapitler der vi presenterer casene. De tre første er beskrivende i formen, mens case om Dyrøy er studert ut fra ALNAP-metodikken. Casen Placement AS skiller seg fra de andre ved at det ikke er knyttet til et spesifikt sted. I kapittel 9 drøfter vi funn og resultater på tvers av casene under

overskriften "Innhold, tiltak og arbeidsmåter i tilflyttingsarbeidet». I kapittel 10 fokuserer vi på strategiene i tilflyttingsarbeidet og ser på sammenhenger mellom organisering, målgruppe og budskap. I begge disse kapitlene inkluderer vi funn fra kartleggingsundersøkelsene. Kapittel 11 handler om utvikling av forskningsbaserte metoder for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid. Kapittel 12 oppsummerer arbeidet først med fokus på hva vi har lært om effekter av tilflyttingsarbeid, og under hvilke betingelser ulike tiltak fungerer. Dette avsluttes med noen anbefalinger.

2 Hvordan kan tilflyttingsarbeid måles og evalueres?

Dette kapitlet omhandler metodologiske spørsmål; altså om hvordan valg av problemstilling, begreper og teoretiske perspektiver henger sammen. Kapitlet er delt i tre. Vi begynner med å sette oppdraget inn i et teoretisk evalueringslandskap, der vi blant annet påpeker at evalueringens metodologiske og politiske ramme vil påvirke funnene. Deretter diskuterer vi hvordan tilflyttingsarbeidet kan måles, og spør: Hva er utfordringene med å evaluere tilflyttingsarbeid? Hvorfor kan vi ikke bare telle innflyttere og utflyttere, eller spørre tilflyttere eller prosjektledere om hvilken betydning et tiltak har hatt? Her drøfter vi kunnskap om det å måle effekter og resultater, og sammenstiller det med det analysearbeidet vi har gjort i prosjektet. Samlet gir sammenstillingen økt kunnskap om metoder for å evaluere effekter av tilflyttingsarbeidet. Til slutt i kapitlet presenterer vi metodene vi har brukt i casestudiene.

2.1 Perspektiver på evaluering

2.1.1 Evaluering: et typisk offentlig anliggende

Det å evaluere er å stanse opp midt i, eller etter, et gjøremål og vurdere om resultatene står i et fornuftig forhold til innsatsen. En evaluering er en feedback (Albæk 2001), som kan ha mange formål. Studier av offentlig politikk, er i følge den amerikanske statsviteren Dye (1976:1) «å finne ut hva det offentlige gjør, hvorfor de gjør det, og hvilken forskjell det gjør». Dermed kan evaluering være et styringsredskap og gi innspill til læreprosesser. Evaluering som del av prosjekter er da også utbredt i store deler av den nordiske offentlige sektor (Dahler-Larsen og Krogstrup 2001). Evalueringer gir tilbakemeldinger til politisk og administrativ ledelse, for medarbeidere, til aktører som har vært involvert i prosjekter og prosesser, og for brukere og samfunnet.

Tilflyttingsarbeid er et utslag av offentlig politikk og kan gjennomføres både av private og offentlige aktører. Arbeidet er i all hovedsak finansiert av offentlige midler, med bidrag fra private aktører. Evalueringer av tilflyttingstiltak vil fremskaffe kunnskap om fremdrift, læring og resultater av offentlig pengebruk. Det vil således kunne gi en forståelse av forholdet mellom innsats, innhold, prosess og resultat av deler av den offentlige politikken på feltet.

Albæk og Rieper (2001) skiller mellom tre evalueringstyper: Monitorering, utviklingsorientert evaluering, og effektevaluering. *Monitorering* er regelmessige evalueringer av hvordan offentlige aktører ivaretar sine oppgaver, og av resultatene, for eksempel i forbindelse med forbedring av servicekvalitet. Dette kan ha mye til felles med kontroll og kan knyttes til 1960-tallets top-down-orienterte evalueringer som var styringsredskap for beslutningstakere (Krogstrup 2001).

Utviklingsorientert evaluering er kjennetegnet ved interaksjon mellom evaluator og prosjektets aktører i løpet av evalueringsprosessen. Denne utviklet seg på 1970-tallet som en mer bottom-up-orientert tilnærming (Krogstrup 2001). Formålet var forbedringer

på flere nivåer: på program-, prosjekt- og institusjonsnivå. Fokus er på læring og videreutvikling av prosjektet underveis. Disse kalles også formative (Baklien 1987) og betegnes også som følgeforskning. Typiske evalueringer på tilflyttingsfeltet vil inkludere læring og utvikling.

Effektevaluering er i følge Albæk og Rieper (2001) spesielt relevant i forbindelse med større lovreformer, revisjon av en bestemt lovgivning, eller andre deler av offentlig forvaltning (også kalt summative, Baklien 1987). Denne utredningen kan beskrives som en effektevaluering siden hensikten er å vise hvilke effekter som kan tilskrives gitte aktiviteter i tilflyttingsarbeidet, men den er ikke avgrenset og enhetlig som i ett bestemt reformarbeid. Effektevalueringer bør i prinsippet omfatte planlagte og uforutsette effekter, positive og negative effekter, effekter innen og utenfor målområdet. Tidsaspektet er også viktig: hvilken effekt har arbeidet på kort og lengre sikt? Her kommer arbeidets «bærekraft» inn i bildet. I praksis er det imidlertid vanskelig å få identifisert alle typer effekter.

I effektevalueringer er utfordringen knyttet til å avdekke årsaks-virkningsforholdet (Togeby 2001). Ofte er det effekten av en konkret aktivitet som ønskes analysert. Ved evaluering av tilflytningsarbeid er det en overkommelig oppgave å dokumentere endringene av et problems omfang eller karakter. Det er en langt vanskeligere oppgave å dokumentere at endringen skjer på grunn av en gitt innsats. Teorier som plasserer empiriske funn i en ramme kan bidra til å forklare årsaks- og virkningsforhold. Det er dermed viktig å tilpasse evalueringsspørsmål, undersøkelsesdesign, datainnsamling og analyse i en evaluering.

2.1.2 Evaluering er avhengig av tolkningsramme

Den svenske evalueringsforskeren Vedung (1998:20, i Dahler-Larsen og Krogstrup 2001) definerer evaluering som «En systematisk retrospektiv vurdering av organisering, gjennomføring, prestasjoner og utfall av offentlig politikk, som tiltenkes en rolle i praktiske handlingssituasjoner». Vedung fremhever altså at evaluering er et redskap for å øke kunnskapsgrunnlaget for videre arbeid og politiske beslutningsprosesser. En evaluering må derfor være rettet fremover for å kunne gi føringer på hva som bør videreføres og hva som må gjøres annerledes i videre arbeid. Almås (1990) definerer evaluering som en «Systematisk innsamling av data for å skildre og analysere effektene / virkningene av et forsøk på å skape endring på et gitt område». Slik sett er altså evalueringer et verktøy for å utføre oppgaver på en bedre måte og i vårt tilfelle drive bedre tilflyttingsarbeid.

Evalueringer foretas både i og utenfor organisasjoner, og spenner fra en nærmest ubevisst rutinesjekk av standardprosedyrer, til teoretisk og metodisk kompliserte, forskningsbaserte evalueringer og effektmålinger. Evalueringer av et og samme prosjekt kan gi forskjellige resultater. Dette er fordi evalueringen settes inn i en tolkningsramme, der metode og teori er førende for resultatet. Dette tematiserer også skillet mellom forskningsbasert og ikke-forskningsbasert, eller skillet mellom vitenskapelige evalueringer og styrings- og management evaluering (Halvorsen 2011). Vi vurderer og måler alltid et resultat opp mot noe. Skillet mellom forsknings- og ikke forskningsbaserte

evalueringer er likevel ikke opplagt. I følge Albæk (2001) har evalueringsforskning og - praksis først og fremst vært knyttet til problemer som oppstår ved å bygge opp, konsolidere og endre den moderne velferdsstaten. Til disse problemene knytter det seg aktører med forskjellige interesser, ofte i sterk konflikt med hverandre. Både den vitenskapelige evalueringsforskningen og andre evalueringstyper foregår derfor gjerne på oppdrag fra myndighetene og inngår i politiske prosesser.

Når vi har tatt på oss dette oppdraget, indikerer det på ett vis, at vi deler oppdragsgivers forståelse av at tilflyttingsarbeid har en verdi. Vi godtar at det er interessant å undersøke om det finnes noen måter tilflyttingsarbeidet drives på som er bedre enn andre. Det ligger ikke i oppdraget en anledning til å avvise denne problemstillingen, slik at bevilgningen i stedet kunne vært brukt til å utforske en alternativ politikk for å opprettholde bosettingen distriktene; altså en evaluering som tok utgangspunkt i at tilflyttingsarbeid bare er et «plaster på såret», eller symbolpolitikk for å slippe å ta tak i det som skaper sentraliserende flyttemønstre. Undersøkelsen foregår altså innenfor en ramme som påvirker funnene. I tillegg til at valg av teori og metode påvirker resultatene fra evalueringer, har altså de politiske rammene betydning. Det har i følge Albæk (2001) vært viktig i evalueringsforskningens historie å forsøke å utvikle evalueringsteori, design, og metoder, som tar hensyn til kunnskapsbehovet de forskjellige aktørene har. Dette kan både ses som en pragmatisk tilpasning til brukernes behov, og at evalueringer preges av ulike aktører og interesser.

I konklusjonen av denne rapporten tillater oss å peke på noen grunnleggende problemer med de politiske og administrative rammene dette prosjektet er underlagt, som har betydning for resultatene av undersøkelsene. Det gjelder for det første forventninger om at det er mulig å avdekke «sanne» effekter av tilflytningsarbeidet og at det kan etableres en entydig årsakssammenheng mellom resultat og tiltak (se avsnitt 2.2). For det andre handler det om at noen grupper tilflyttere holdes utenfor evalueringen. Til slutt handler det om, som nevnt ovenfor, at effekter av tilflyttingsarbeid tross alt vil være beskjedne sammenliknet med de effekter den brede/store distriktspolitikken har.

2.1.3 Rasjonelle, politiske og kulturelle perspektiver på evaluering

Albæk (2001) viser at vi kan tolke evalueringens funksjoner i politikk og forvaltning ut fra tre perspektiv; som rasjonelle -, politiske – og kulturelle systemer.

I *det rasjonelle perspektivet* ser en organisasjoner og deres funksjon som rasjonelle systemer som så effektivt som mulig skal oppnå sine mål. I dette perspektivet er evalueringsforskning et politisk-administrativt instrument for å forbedre kunnskapsgrunnlaget for offentlig politikk. En vurderer først og fremst stabile og formelle aspekter ved menneskelig atferd og beskjeftiger seg i begrenset grad med makt og konflikt og de komplekse sidene ved menneskelig atferd.

I et *politisk perspektiv* betraktes organisasjoner som politiske systemer, med vekt på makt, konflikt, strategisk handling, forhandling og koalisjonsdannelser. I likhet med det rasjonelle perspektivet bygger det på forestillingen om at organisatoriske handlinger er målstyrte, og at problemer angripes med gjennomtenkte løsninger. I dette perspektivet ses organisasjoner som politiske arenaer, med et mangfold av ulike interesser.

Organisasjonens målsettinger og policies er ikke resultat av ordrer fra ledelsen, men av forhandling og interaksjon mellom organisasjonens aktører. I et politisk spill er det en ressurs å ha kunnskap som er produsert av en «nøytral» instans utenfor den politiske arenaen. Denne kunnskapen kan understøtte egne argumenter. I et politisk organisasjonsperspektiv blir evalueringens funksjon derfor å levere politisk tilsynelatende nøytrale, men i virkeligheten – ofte - sterkt fargede argumenter. Evalueringer kan bli brukt som politisk ammunisjon, slik resultatene av denne studien kan bli i et (distrikts)politisk spill.

I det kulturelle perspektivet betraktes organisasjoner som kulturelle systemer. Sosiale aktører beveger seg i en usikker, kaotisk og anarkistisk verden. Her er det ikke hensikten å treffe rette valg, men å fremme forståelse. Evalueringsresultatene kan i et slikt perspektiv brukes til interne formål i organisasjonen. De skaper myter, ritualer, seremonier og symboler som tillater organisasjonens aktører og omgivelser å tolke sin atferd som rasjonell. En evaluering kan også tjene dette formålet (Albæk 2001).

Evalueringer kan altså ha ulike funksjoner. Dahler-Larsen (2001) ser evaluering også som en *koordinering og organisering* av programmer. Videre er det ofte slik at offentlige organisasjoner vet at de blir holdt evalueringsmessig ansvarlige og derfor selv påtar seg et evalueringsansvar. Evalueringer integreres derfor i organisasjonens funksjonsmåte som en ledelsesmessig og strategisk organisasjonsoppskrift. Det vil si selv- og egenevalueringer.

2.1.4 Denne studien kan ses fra flere evalueringsperspektiver

Evalueringsarbeid på tilflyttingsfeltet henter sin begrunnelse fra flere av disse retningene. Vi er opptatt av å dokumentere for å lære og å utvikle bedre arbeidsmåter og verktøy som en del av en *prosess- og utviklingsevaluering*. Vi ønsker også å finne ut hvilke verktøy og arbeidsmetoder som virker best, og under hvilke betingelser de virker, i tråd med en *effektevaluering*. Vi er videre opptatt av om tiltakene er effektive og til en viss grad riktig bruk av offentlige midler. I dette ligger et *styrings- og kontrollaspekt* og et spørsmål om de politiske mål er nådd. Samtidig kan evalueringen også brukes til å kritisere de politiske målene. Dette kompliseres igjen av at målene i tilflyttingsprosjekter slett ikke trenger å være toppstyrte. Snarere er det slik at tiltakene skal avhjelpe lokale utfordringer og problemer som ofte er et resultat av (statlig) offentlig politikk. Uansett vil det være hensiktsmessig å måle resultater av innsats og tiltak i forhold til prosjektets egne målsettinger. Det betyr ikke at vi ikke anerkjenner at målsettingene kan ha som hovedformål å få finansiering, heller enn å være realistiske mål for arbeidet.

Hvis offentlige myndigheter virkelig ønsket å opprettholde bosettingsmønsteret, måtte offentlig og private arbeidsplasser lokaliseres ut fra dette. Politiske styringsmekanismer, økonomiske virkemidler, etableringsstopp, utplassering av forvaltning og statlige arbeidsplasser etc., ville sannsynligvis være mer effektivt enn å tilby midler til ulike tilflyttingsprosjekter. Gitt at dette ikke er politisk mulig, kan vi likevel vurdere hvilke typer tiltak som kan gi mest tilflytting under de rådende forholdene. Vi anerkjenner likevel at det finnes symboler og fortellinger som skal fortelles i dette politiske feltet som

er preget av makt og politiske forhandlinger. De *politiske og kulturelle perspektivene* fremhever dette.

2.2 Effektevalueringer: om å etablere årsakssammenhenger

2.2.1 Vitenskapsteoretisk tilnærming

Den vitenskapsteoretiske forankringen av evalueringsstudier har vært grunnleggende positivistisk (Schaumborg-Müller 2001). Utviklingen av evalueringsfeltet er dynamisk, men bygger på at det faktisk er mulig å påvise årsak-virkningssammenhenger. En av årsakene til at effektevaluering ikke er så veldig utbredt innenfor samfunnsfagene, kan være nettopp det at mange stiller seg tvilende til at det er mulig å avdekke en "absolutt sannhet om virkeligheten". Vi har valgt å forholde oss pragmatisk til dette og har som utgangspunkt at vi gjennom analyser kan si noe om hvorfor folk flytter eller blir boende. Vi mener at vi kan peke på at et tiltak synes å ha bedre effekt enn et annet, at vi kan vise at tiltaket har relevans og at vi kan sannsynliggjøre at det er en sammenheng mellom resultat og tiltak. Likevel vil vi understreke at vi bare kan produsere delvise og midlertidige kunnskapsforslag som viser noen sammenhenger – ikke alle (Haraway 1991).

2.2.2 Hva regnes som årsak-virkning-sammenheng?

En vanlig definisjon av årsak-virkningssammenheng er at man skal kunne beskrive den *generative prosessen* (Goldthorpe, 2001), eller *mekanismen* (Hedström & Swedberg, 1998), som førte til et gitt utfall. Enkle påviste sammenfall mellom "tiltak" og "økt tilflytting", slik vi har sett at det er vanlig å gjøre når prosjekteiere selv skal evaluere virkningen av sitt arbeid, er ikke tilfredsstillende. Man må i tillegg sannsynliggjøre hvordan sammenhengen har oppstått. Vårt viktigste redskap i dette arbeidet er bakgrunnskunnskap og teorier om flytteprosesser og regional utvikling på den ene siden, og empirisk og detaljert kunnskap om selve tilflyttingsarbeidet; om tiltakenes virkemåte, på den andre. Vårt teoretiske perspektiv presenteres kort i kapittel 1.3 og demografisk bakgrunnskunnskap presenteres i kapittel 3, og ut over dette anvendes også andre flytteteorier og bakgrunnskunnskap i analysekapitlene. Empirien blir i hovedsak presentert i de fem kapitlene som omhandler casene, men det trekkes også vekslers på kartleggingsarbeidet i evalueringsprosjektets del 1 (jfr. kap 1).

Selv om man finner en årsak-virkningssammenheng, er det ikke sikkert at den samme "mekanismen" fungerer over alt. For eksempel vil vi senere se at det er lite trolig at Hardangerlokks arbeid for å rekruttere kunstnere kan fungere alle steder. Alle kan nok ta i bruk virkemiddelet kunstnerstipend, men suksessen i Hardanger var betinget av stedsspesifikke ressurser som eksisterende kunstmiljø og egnede lokaler. For å kunne vurdere hvor allmenngyldig en effekt er, må man altså ta hensyn til konteksten og bruke teori. Konteksten kan være "alt" fra globale og nasjonale drivkrefter til spesifikke og personlige forhold lokalt. Å ha full oversikt over hele konteksten er neppe mulig. I denne studien har vi fokusert på to typer kontekster. Den ene er den demografiske konteksten arbeidet foregår i. I kapittel 3 setter vi den lokale utviklingen i folke- og flyttetall inn i en nasjonal sammenheng for å vise betydningen av andre prosesser som det enkelte

tilflyttingsarbeid i liten grad kan påvirke. Den andre typen kontekst vi er opptatt av er knyttet til tilflyttingsarbeidet på lokalt nivå. Det handler om å se hvordan stedsspesifikke ressurser tas i bruk og hvordan tilflyttingsarbeidet inngår i samspill med andre lokale utviklingstiltak. Dette beskrives i casestudiene i kapittel 4-8.

2.2.3 Grunnleggende utfordringer ved effektevaluering

Det er få studier som har målt eller vurdert effekter av tilflyttingsarbeid, og enda færre som etablerte årsakssammenheng mellom tiltak og tilflytting eller relevante endring i folketallsutviklingen (Aure et al. 2011). Den *kontrafaktiske situasjonen* gjør det som regel umulig å klargjøre hvordan situasjonen ville vært uten tiltaket. Vi kan ikke gå tilbake i tid for å skru av tiltaket for å la det være grunnlag for evaluering. Selv om det skulle vært mulig, kunne vi i vårt tilfelle likevel ikke være sikre på at et observert avvik i tilflytting kunne tilskrives tiltaket og ikke andre forhold som også påvirker flytteeatferden til folk. *Det å isolere virkningen av tiltaket fra andre forhold som også påvirker måloppnåelsen, er kjerneproblemet i effektevalueringer av denne typen.*

Én måte å nærme seg det kontrafaktiske problemet på er å opprette en kontrollgruppe, slik Niedomysl (2004) gjorde da han skulle finne effekter av stedspromoteringer i Sverige. I denne studien ble kommuner som hadde gjort promoteringsarbeid matchet med sammenliknbare kommuner som ikke har gjort slikt arbeid. Han fant ingen nevneverdige forskjeller i flyttetallsutviklingen mellom de to gruppene⁷. Aure et al (2011a) har i en kunnskapsstatus vist at det er relativt få distriktskommuner i Norge som ikke har hatt en eller annen form for tilflyttingsarbeid. Selv om vi hadde funnet kommuner som er relativt like på noen statistiske indikatorer, så vil ikke dette være tilstrekkelig for å hevde at en eventuell forskjell, eller manglete forskjell skyldtes tilflyttingsarbeidet. Det ville uansett krevd oppfølgingsstudier, slik Niedomysl også gjorde.

En annen måte å etablere en sammenheng mellom tiltak og tilflytting, er å spørre målgruppen om hvorvidt og på hvilken måte tiltaket har påvirket deres flyttevurderinger, slik f.eks. Dahle et al. (2011) gjorde i en evaluering av trainee-ordninger. En slik utspørring er imidlertid ikke uproblematisk. Det er ikke nødvendigvis slik at vi som handlende aktører kan si nøyaktig hva som har påvirket oss, og hvorfor det hadde virkning. Enten vi bruker spørreskjema, gruppesamtaler eller personlige dybdeintervju, inngår informantene i en sosial situasjon der dagsform, hvordan en ønsker å fremstå, ens bakgrunnsforståelse med mer har betydning for svarene. Årsakene vi gir og historiene vi forteller er noen, av flere mulige. Våre begrunnelser er ikke alltid fullt ut kjent verken for oss selv, for forskere eller andre (jf. Giddens (1984) ulike bevissthetskategorier). Dessuten er det lettere å benytte seg av allment aksepterte begrunnelser som «vi flyttet

⁷ Niedomysls studie var ikke bare basert på studier av statistikk, han benyttet også survey og personlige intervju.

hit fordi det er så gode oppvekstvilkår», «vi fikk så gode jobber her», enn å gå inn på motiver som kan stille en i et dårlig lys (f.eks. ville flytte til et sted med færre innvandrere, fikk personlige problemer, ville heim til mor, dårlig økonomi, osv.). Intervjuundersøkelser handler derfor ikke om å telle opp å lese av, men om å forsøke å forstå hva som ligger i flytteprosessene. For å "isolere" virkningene av tilflyttingsarbeid, vil vi i studien forsøke å sette folks egne fortellinger, begrunnelser og vurderinger inn i en sammenheng og analysere det ut fra perspektiver og teorier om flytte- og bosettingsprosesser.

2.2.5 Utfordringer knyttet til å operasjonalisere effektevaluering

Det finnes også praktiske problemer i måling og vurdering av tilflyttingstiltak. I vårt tilfelle har for eksempel *personvern* gjort det vanskelig å rekruttere tilflyttere til intervjuene. Prosjektledere med navnelister over personer de har hjulpet eller vært i kontakt med, har med rette vært tilbakeholdne med å gi kontaktinformasjon til oss fordi de potensielle informantene ikke er spurt om dette på forhånd. Vi er også klar over at prosjekteierne i teorien kan bruke personvernargumentet for å unngå at vi går dem etter i sømmene. Dersom en ønsker effektevaluering av prosjektene kan det være et poeng for finansører og prosjektledere å be klienter om tillatelser på forhånd, slik at kontaktinformasjon kan brukes til dette formålet.

Videre er det grenser for hvor kritisk en som forsker kan gå til verks når en er prisgitt informantens samarbeidsvilje for å få informasjon. Det samme gjelder hvor mye arbeid vi kan "pålegge" informanter med hensyn til å hjelpe oss å skaffe dokumentasjon.

Hvilke *tidshorisonter* som skal legges til grunn i effektevalueringen er et prinsipielt spørsmål som kan diskuteres. Oppdraget skal undersøke tilflyttere som er blitt boende. Det kan forstås slik at de som bare ble boende i en kort periode (f.eks. under ett/to år) ikke skal telle med. Dette har vi forholdt oss pragmatisk til og vi har regnet med alle tilflyttere som selv mener tiltaket har hatt betydningen for flyttingen. Vanskeligere er det at flytting tar tid. Tiltak som settes i gang i dag kan ha effekter som ikke kan observeres før om noen år. Dette gjelder i særlig grad tiltak som har som mål at ungdom skal endre holdninger og oppfatning av hjemsted, og som senere skal bidra til økt tilbakeflytting.

Hva som skal gjelde som effekt er et annet spørsmål. Skal f.eks. framskynding av en ellers planlagt flytting telle med? Dette er en problemstilling som spesielt gjelder tilbakeflyttere som har hatt som mål å flytte "hjem" før eller siden. Videre kan en diskutere om en skal regne med effekter hos andre enn den definerte målgruppen; skal vi telle med "påvirkede" innflyttere i 50–60-årene når målgruppen er 25–35-åringer? I denne studien har vi ikke intervjuet personer utenfor målgruppene fordi vi valgte å gå målrettet til verks (til gjengjeld er målgruppen som regel nokså svakt avgrenset).

Indirekte virkninger er vanskelig å kartlegge empirisk da det kan være uklare og langsiktige årsak-virkningskjeder. Tilflyttingsarbeidet i en region kan få en lokal bedrift til å få et mer bevisst forhold til å selge stedsattraktiviteten i rekruttering av arbeidstakere. Slike promoteringstiltak kan være det lille ekstra som gjør rekruttering utenfra mulig. Det er en effekt vi tilfeldigvis har sett, men studien er ikke lagt opp til å undersøke slike forhold. Tilsvarende har vi ikke forsøkt å kartlegge personer som har besluttet å flytte

tilbake fordi hun ser tegn til interessante ting i regionen som følge av f.eks. kunstnersatsningen i Hardanger eller Fjellsportsfestival i Sogndal. For å kartlegge denne type resultat måtte vi ha anlagt en kvantitativ og representativ undersøkelse rettet mot tilflyttere (og ideelt sett potensielle tilflyttere). Det ville dessuten vært en utfordring å utforme spørreskjemaet fordi vi måtte tatt hensyn til at hun som eventuelt ble inspirert til å flytte Hardanger, fordi det skjer ting på kunstarenaen, ikke nødvendigvis vet at dette har med Hardangerlokk eller Flytt til Hardanger å gjøre. Gevinsten av en slik metode har vi vurdert opp mot kostnader, andre svakheter ved metoden og sannsynligheten for å få magert eller intet resultat. Vi har derfor ikke brukt en slik metodikk.

Videre kan man spørre om hvordan man skal kunne fange opp eventuelle *negative effekter* av et tiltak. Et tilflyttingsarbeid kan sende ut signaler om at stedet er i nød og dermed ikke virker som et sted man har lyst til å investere sin framtid i. Dette kan både hindre tilflytting og stimulere til fraflytting. Det er også vanskelig å komme i kontakt med eventuelle informanter i denne gruppen. I tillegg har vi null-sum-effekter som kan være vanskelig å operasjonalisere. Hvis et tiltak (som f.eks. det å framskaffe boliger) fører til internflytting i et område, har man ikke oppnådd den ønskede effekt. Det kan være slik at distriktskommunene konkurrerer om de samme folkene. Det en kommune vinner, taper en annen.

2.3 Datainnsamling

2.3.1 Heller målrettet enn bredt anlagt studie

Når effekter av tilflyttingsarbeid skal måles er både kvantitative og kvalitative data interessante. Kvantitative metoder kan gi oversikt over omfanget av eventuelle effekter, f.eks. hvor stor andel av alle tilflyttere som har vært "påvirket" av et tiltak. Gjennom kartleggingsundersøkelsen i del 1 av dette oppdraget, hadde vi et svakt håp om at vi skulle få noe kunnskap om tilflyttingsarbeidets effekter. Vi antok at fordi så mange av prosjektene må rapportere resultater til finansører, og fordi de som jobber med dette selv ser behov for det, ville det finnes dokumentasjon som kunne si noe om effekter og andre resultater. I praksis manglet dokumentasjon fra kommunene. Mangelen kan skyldes svake rapporteringsrutiner og/eller at de som kjenner prosjektet ikke alltid er tilgjengelige etter at prosjektet er avsluttet. Kommuner og fylkeskommuner fant det også vanskelig å finne (igjen) dokumentasjon om de ulike prosjektene. I prosjektkatalogen har vi samlet informasjon fra kommuner og fylkeskommuner, men eksisterende dokumentasjon gir ikke et godt grunnlag for å vurdere effekter.

Vi spurte kommunene om effekter i en spørreundersøkelse, men fant liten overensstemmelse mellom de effektene kommunene oppga og sikrere tall. Dette er påviselig i kommunenes samarbeid med Placement AS. Placement registrerer sine resultat på det vi opplever som en betryggende måte, mens kommunene tenderer til å overrapportere. Mange prosjekter og kommuner bruker nettoinnflyttingstall som et resultatmål, men har ikke etablert en årsakssammenheng mellom tiltak og flytting. Nedomysl (2004) fant også i sin undersøkelse at det ikke var godt samsvar mellom kommunes oppgitte resultater og det som kunne gjenfinnes i befolkningsregistre.

For å få et kvantitativt mål på effekter vurderte vi en survey rettet mot tilflyttere i en av casene (Vest-Telemark). Vi ville spørre om de kjente til, eller hadde hatt noen befatning med, tilflyttingsarbeidet på stedet, og om det hadde hatt noen virkning på deres flyttevalg. På den måten ville vi fått fram at x flyttere til Vest-Telemark, så var y i kontakt med tilflyttingsapparatet og z mente at dette hadde en betydning for at de flyttet dit. Vår hypotese var at andelen tilflyttere til Vest-Telemark som hadde hatt kontakt med tiltaket (Bygdelivsmegleren) ville være svært lav. Selv hadde prosjektledelsen antydnet at de hadde skaffet 25 tilflyttere i prosjektperioden – og det er et fåtall i forhold til at det flytter 400-500 personer årlig til denne regionen. Vi vurderte det dermed slik at en survey ville være som å skyte spurv med kanoner. Det ville også være kostbart i forhold til potensielle resultater. I tillegg fant vi at Flytt til Hardanger hadde fått gjennomført en liknende undersøkelse. De fant at bare sju prosent av tilflytterne hadde fått informasjon gjennom prosjektet. Vi konkluderte derfor med at en survey ville være lite formålstjenlig.

I stedet gikk vi mer målrettet til verks for å treffe de som faktisk har vært omfattet/påvirket av tilflyttingsarbeidet. Vår hoveddatakilde er således casestudier med personlig intervju av relevante personer i hver av casene. Denne kvalitative metoden egner seg bedre enn surveys til å få innsikt i de prosessene vi studerer. Intervjuet gir bedre inntak til å forstå personenes biografi og konteksten rundt en flytting siden det åpner for dialog. Bruk av åpne spørsmål til tilflyttingsarbeidere setter oss på sporet av «mekanismene»; dvs. hva det er som gjør at visse arbeidsmåter og aktiviteter kan sies å virke.

2.3.2 Caseundersøkelsene

Det er viktig for oss å gå i dybden på strategier, aktiviteter, virkemidler og arbeidsmåter som brukes i tilflyttingsarbeidet. Derfor har vi valgt fem caser for nærmere studium (Flytt til Hardanger, Bygdelivsmekleren i Vest-Telemark, Tilflyttingsteamet i Dyrøy, Sogndal og rekrutteringsfirmaet Placement AS). Casestudier er godt egnet til å studere hvordan tilflyttingsarbeid forgår i praksis og hvilken sammenheng arbeidet inngår i. Casene er valgt ut fra 160 potensielle prosjekt beskrevet i prosjektkatalogen (Grimsrud et al. 2012). I Grimsrud og Aure (2012) er kriteriene for valg av case diskutert i større detalj. Her skal vi nøye oss med å si at casene er valgt i samråd med oppdragsgiver som i sin bestilling hadde følgende kriterier som skulle tas hensyn til:

- Tidsaspektet: det skulle være tiltak som har pågått en stund, eller vært avsluttet for en stund siden, slik at det ikke skulle være for tidlig å lete etter resultater. Alle våre valgte prosjekt hadde pågått i tre år eller mer.
- Lokalisering/god geografisk spredning på landsdeler. Nord-Norge, Vestlandet, Østlandet er representert gjennom de fire førstnevnte casene, Midt-Norge er trukket inn i studiet av Placementsamarbeid.
- Demografi/spredning mellom perifere og mindre perifere områder. Som illustrert i kapittel 3 representerer casene våre steder med "demografisk medvind" og ulike grader av demografisk motvind.
- Det var også et ønske å ha med både "regionale" tiltak (slik som Flytt til Hardanger og Bygdelivsmegleren i Vest-Telemark) og mer lokale (som Dyrøy, Sogndal).

Det viktigste har likevel vært å velge case som vi antok ville belyse problemstillingene. Vi ville således ha case som var forskjellige slik at vi kunne få en bredde i tiltak, aktiviteter, innhold for øvrig, initiering og organisering. Casene i undersøkelsen er ikke ment å være representative, men bidra til læring. De skal ikke sammenliknes direkte, men ses i sammenheng for å få frem spesifikke trekk, felles og ulike utforminger og formmessige likheter. Vurdering av sammenhenger kan bidra med kunnskap om hvilke tiltak og tilnærminger til tilflyttingsarbeid som er mest vellykket og derfor hensiktsmessig i ulike kontekster. Casene er ikke evaluert, men studert i en breiere sammenheng.

Feltarbeid er gjennomført i Sogndal, Hardanger, Vest-Telemark og Dyrøy for å se, lære og snakke med de som er involvert i tilflyttingsarbeidet og noen av de som har flyttet til disse stedene. Placementcasen inkluderer flere kommuner. Vi har besøkt Placementledelsen i Stordal, deltatt på seminar arrangert av Placement der emigranter og samarbeidskommuner i Norge og Sverige fortalte om sine erfaringer. Telefonintervju er gjennomført med et utvalg av kommuner som har hatt avtaler med Placement. I tillegg har Hardanger samarbeidet med Placement, og dette samarbeidet er inkludert i casestudiene av Flytt til Hardanger.

I alle casene har vi intervjuet prosjektledere og prosjekteiere ansikt til ansikt. Vi har også intervjuet andre personer som har hatt viktige roller i tilflyttingsarbeidet, f.eks. kommunekontakter og politikere. Målet har vært å se tilflyttingsarbeidet fra flere sider, men vi har likevel holdt oss til personer som på en eller måte har vært involvert i prosjektene. Vi har ikke aktivt oppsøkt kritiske røster. Det er ikke dermed sagt at vi ikke har fått kritiske synspunkter – tvert imot. Vår erfaring er at prosjektledere og andre har delt både positive og negative erfaringer med det arbeidet de har drevet eller vært involvert i.

Vi har også intervjuet tilflyttere i alle casene. For å få tak i disse har vi spurt prosjektlederne om å formidle navn på tilflyttere. På grunn av hensyn til personvernregler førte ikke dette fram i alle casene, men en god del av de tilflyttere vi har snakket med ble formidlet gjennom prosjektledelsen. På denne måten kan man si at mange av de intervjuede er "godkjent" av prosjektledelsen, og vi vil dermed forvente positive tilbakemeldinger fra disse. På små steder er det dessuten også ofte slik at folk kjenner hverandre, og derfor kan uttale seg mindre kritisk enn de ellers ville ha gjort. Å få tak i intervjupersoner på denne måten var likevel nødvendig for å sikre oss noen som kunne fortelle oss hvordan, på hvilken måte, tilflyttingsarbeidet hadde påvirket dem. Vi har også benyttet snøballmetoden og fått forslag til andre informanter gjennom dem vi allerede har hatt kontakt med.

"Nøytrale" tilflyttere ble også rekruttert dels gjennom forskeres egne bekjenskaper i regionen og dels gjennom kommunekontaktene i større prosjekt. Vi fikk lister fra noen av kommunene og tok kontakt med personene for å spørre om de ville delta i vårt prosjekt. Noe under halvparten sa ja til dette. Vi erfarte at ingen av disse hadde hatt noen befatning med tilflyttingsarbeidet. Det ble dermed klart at vi ikke bare kunne basere oss på en slik nøytral metode for å få kunnskap om *hvordan* denne typen arbeid kan påvirke flyttere.

2.2.3 Oppsummering – effektevalueringens forbannelser

I målinger av effekter har vi vist at det er 1) vanskelig å etablere årsakssammenhenger mellom tiltak og resultater, herunder å avgrense resultatene fra andre pågående prosesser som påvirker måloppnåelsen. Det skyldes delvis at 2) flyttebeslutninger er komplekse handlinger innvevd i folks biografi, som selv ikke aktøren selv har full oversikt over. Det skyldes også 3) at det krever at en inkluderer konteksten og den situasjonen av demografisk med- og motvind kommunen eller regionen befinner seg i. Dette handler både om den a) lokale situasjonen og trekk ved arbeids- og boligmarkedet, beliggenhet, kommunikasjoner etc, men også b) de nasjonale trendene flytte- og befolkningsmønstrene inngår i. 4) Effektmålinger aktualiserer det hypotetiske spørsmålet om hva situasjonen ville vært uten tiltak. Videre reiser effektevalueringer spørsmål om 5) å avgrense tidshorisonter, 6) ikke-intenderte resultater (og ikke målbare), 7) negative effekter og 8) direkte og indirekte resultat. Det siste aktualiserer spørsmål om målnivå. Det kan være positivt å bli skremt fra å flytte på individnivå – fordi flytting vil kunne medføre mistrivsel og problemer med å få jobb. Det kan likevel være negativt for et aktuelt tilflyttingsprosjekt som har som formål å bidra til økt tilflytting. Det gjør også at vi 9) må inkludere et spørsmål om hvem – og i hvilken rolle et resultat gjelder for. Til sist (10) er evalueringer og andre undersøkelser underlagt praktiske og kostnadmessige betingelser. Hvilke registre eller dokumentasjon har en tilgang på, hvilke forvaltningsmessige utfordringer møter en og hvilke økonomiske og tidsmessige ressurser har vi til rådighet?

Denne drøftingen har vist at samspillet mellom problemstillinger, teori og metoder er utfordrende i forståelse av flytteprosesser og tilflyttingsarbeid. Noen av sammenhengene kan spesifiseres og klargjøres med hensyn til generelle distinksjoner som ofte brukes i samfunnsvitenskapelig arbeid – tidsaspekt: - kort- og lang sikt, type betydning: direkte eller indirekte, nødvendig eller tilstrekkelige betingelser, for hvem i hvilke roller, idealer og realiteter, på hvilke nivå og med hensyn til hvilke mål foregår vurderingene. Slike spesifiseringer bidrar til å klargjøre hva en vurderer. Vi må likevel ikke forledes til å tro at økt spesifisering er det samme som økt sikkerhet eller riktigere kunnskap. Økt klargjøring viser begrensninger og betingelser for generaliseringer. Årsakssammenhenger handler om teori og perspektiver og hvordan en logisk kan etablere sammenhenger mellom tiltak og resultat. Teorier og modeller for sammenhenger er alltid forenklinger av virkeligheten og virkeligheten kan vi heldigvis ikke forstå fullt ut.

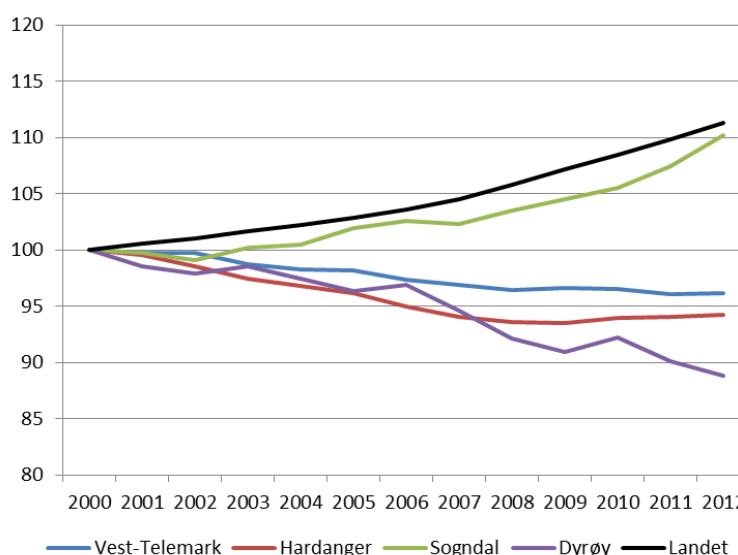
3 Demografisk mot- og medvind

Vi har studert tilflyttingsarbeid i Vest-Telemark, Hardanger, Dyrøy og Sogndal, og dessuten er Placement en egen case. Casene er plukket ut delvis på bakgrunn av at de befinner seg i ulike grader av det vi kaller demografisk motvind og medvind. I dette kapitlet gjør vi rede for "vindforholdene" (strukturelle faktorer) for å ha et bakteppe å vurdere tilflyttingsarbeidet mot. Dette er en analyse av den demografiske konteksten for studiene. Analysene bidrar til å sette effektene av tilflyttingsarbeidet i et kvantitativt perspektiv, og gi grunnlag for å vurdere hva som kan og ikke kan være realistiske mål for arbeidet. Fordi mange av tilflyttingsprosjektene bruker utviklingen i folketall eller nettoflyttetall for å dokumentere effekter av sitt arbeid, skal vi også illustrere hvor problematisk en slik metode kan være. Dette er tall som påvirkes av mange forhold. De er derfor ikke godt egnet til å si noen om effekter av tilflyttingsarbeid! Beklageligvis er det vanskelig å knytte inn- og utflytting og befolkningsendringer til tilflyttingsprosjekt. Det er enda vanskeligere å tolke begrunnelser bak flytteprosesser.

3.1 Demografiske utviklingsprosesser

Folketallet i Norge vokser raskt for tiden (se figur 3.1). Hele 72 prosent av den rekordhøye veksten i 2011 kom fra innvandring, resten er naturlig tilvekst. Innvandrere og norskfødte med innvandrerforeldre i Norge utgjorde 13,1 prosent av folkemengden per 1. januar 2012, i alt 655 000 personer, med bakgrunn fra over 200 forskjellige land. Denne veksten har kommet alle kommunene til gode, men flesteparten av innvandrerne har bosatt seg i Oslo (hvor de utgjør 29,6 % av befolkningen). Til tross for at mange distriktskommuner har opplevd vekst de siste årene, har sentrale strøk vokst enda mer.

Figur 3.1 viser hvordan våre case plasserer seg i forhold til den nasjonale veksten. Sogndal er det eneste området som har holdt noenlunde tritt med den nasjonale veksten – om enn på et lavere nivå. De to siste årene har Sogndal nærmet seg vekstraten for Norge som helhet. I andre enden er Dyrøy; det minste området vi studerer har også hatt den

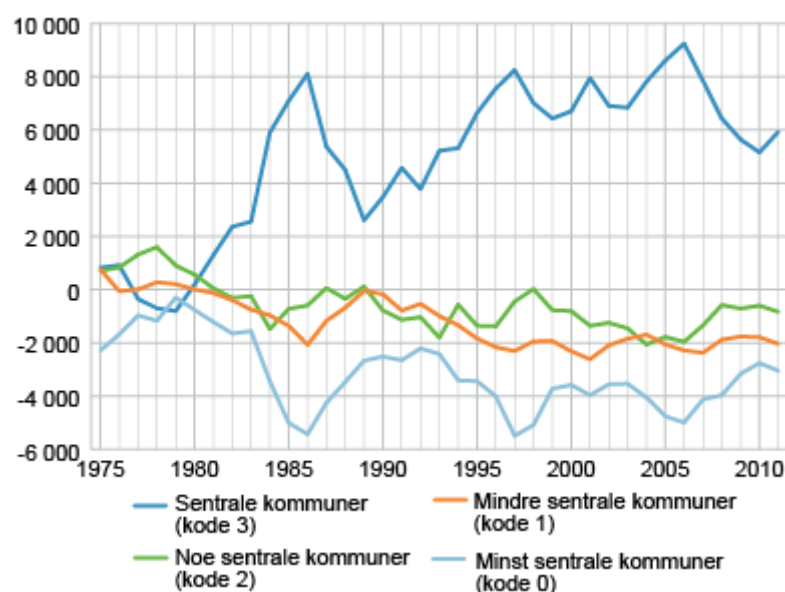


relativt største nedgangen. Dette er for så vidt betegnende for den demografiske situasjonen på landsbasis; distriktskommuner i Nord-Norge har vanligvis en svakere folketallsutvikling enn distriktskommuner i Sør-Norge. Det er dessuten en regel at jo mindre kommunen er, jo svakere vekst har den. Som det framgår av figuren har Hardanger hatt like kraftig nedgang som Dyrøy fram til 2007 da nedgangen flatet ut.

Figur 3.1 Relativ utvikling i folketall. År 2000=100. Kilde: grunnlagstall fra SSB

Utviklingen har deretter snudd til en svak vekst de to siste årene. Vest-Telemark har hatt en svak nedgang gjennom hele perioden, men også denne flatet ut fra 2007/8. At distriktsområder på Østlandet har svakere nedgang enn distriktskommuner ellers i landet er for øvrig også symptomatisk. Med figur 3.1 har vi antydnet at Sogndal er i demografisk medvind, mens de tre øvrige opererer i ulike grader av demografisk motvind.

Innenlandske flyttinger. Nettoinnflytting. Sentralitet. 1975-2011



Figur 3.2 Innenlandske flyttinger. Kilde: SSB
<http://www.ssb.no/emner/02/02/20/flytting/>

Det er interessant å merke seg at tre av caseområdene har opplevd en forbedring i befolkningssituasjonen de siste årene – altså samtidig med at tilflyttingsarbeid har pågått. I den forbindelse er det viktig å få med seg at alle distriktskommuner sett under ett også har opplevd tilsvarende forbedring i samme periode. Vekst i folketallet er imidlertid sammensatt av flere komponenter: det er antall fødte og døde (differansen benevnes som *naturlig tilvekst*) og det er

innflyttere og utflyttere (differansen betegnes som (negativ/positiv) *nettoinnflytting* og ofte også som (negativ/positiv) *flyttebalanse*). Flytterne kan igjen deles inn etter hvorvidt de kommer fra/flytter til utlandet eller andre steder i Norge. Tilflyttingsarbeid retter seg i all hovedsak kun mot en av disse seks komponentene, nemlig innenlandsk tilflytting. Bruk av endring i folketall som mål på tilflyttingsarbeidets resultater blir derfor veldig upresist. Vi skal se nærmere på innenlandske flyttestrømmer.

Figur 3.2 viser at også den innenlandske flyttebalansen har bedret seg for de kommunetypene vi studerer. De *minst sentrale kommunene* som bl.a. rommer hele Vest-Telemark, Sogndal, Dyrøy og Hardangerkommunene Eidfjord og Jondal, har forbedret sin flyttebalanse i perioden 2006–2010. Med unntak av Kvam som ligger i pendlingsomlandet til Bergen (kode 3), er resten av Hardangerkommunene klassifisert som *mindre sentrale kommuner*. Disse har på landsbasis hatt en svak forbedring av den innenlandske flyttebalansen (fra 2007). Med andre ord har vi grunn til å forvente at våre caseområder skal ha opplevd forbedring i den innenlandske tilflyttingen de siste årene slik som gjennomsnittet av liknende kommuner har gjort.

Forbedringen av den innenlandske flyttebalansen for de minst sentrale kommunene henger imidlertid først og fremst sammen med nedgang i fraflyttingen (dvs. økt bofasthet). Før man begynner å undersøke om det er bolyst- og tilflyttingstiltak, eller generelt endrede preferanser hos folk, som har ført til den endringen, er det to forhold av

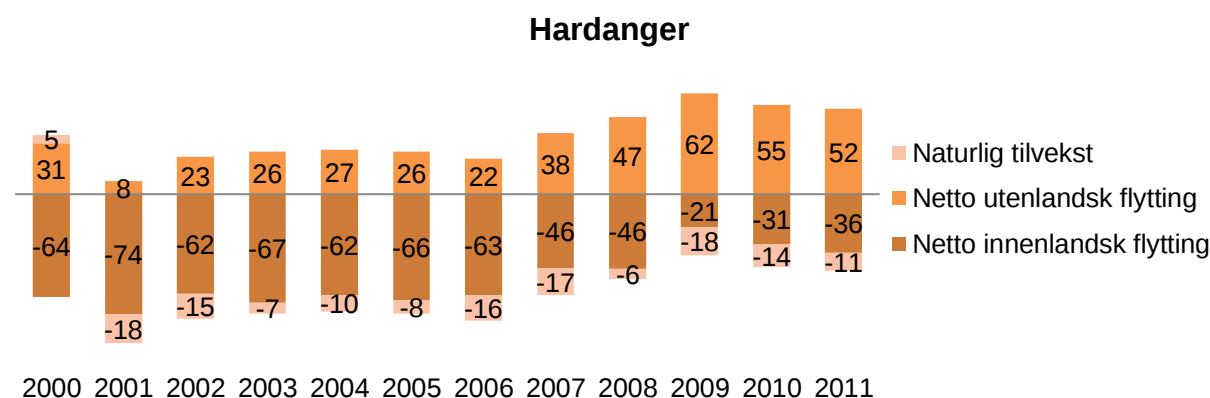
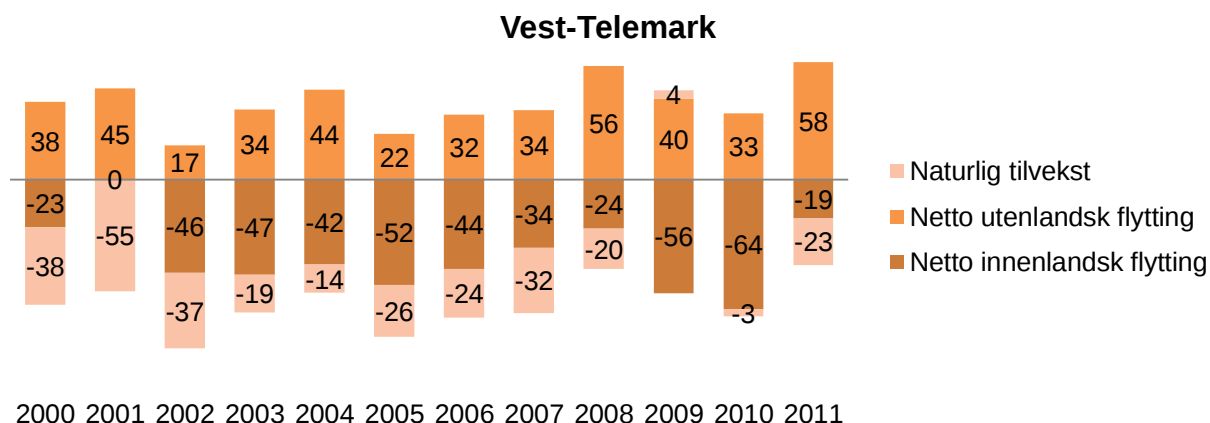
demografisk og strukturell art som bør nevnes. Det ene er at kommuner som har hatt langvarig nedgang i folketallet, nødvendigvis får færre potensielle fraflyttere etter hvert fordi ungdomskullene blir mindre, det er færre å ta av. Denne demografiske faktoren gjør at *antall* fraflyttede kan gå ned til tross for at de andelsmessig – i forhold til størrelsen på årskullene de er del av – utgjør like store eller større deler enn før. Når man vurderer endringer i antall flyttere over tid, er det derfor viktig å se denne endringen i forhold til størrelsen på årskullene.

Kjetil Sørli's flytteanalyser tar hensyn til kullstørrelsen og gir derfor et bedre bilde av endringer over tid (f.eks. Sørli 2004, 2010, Grimsrud 2011a). Hans analyser gjennom flere år forteller at bofastandelen har økt sakte årskull for årskull. Utviklingen henger delvis sammen med at flere tar høyere utdanning. Tidligere – da det var mer vanlig for ungdom å gå ut i jobb etter obligatorisk skolegang, var det relativt flere som måtte melde flytting. Mobiliteten blant 16–18-åringer var høyere. Etter hvert som flere ungdommer tar videregående skole, og etter hvert som skolene er blitt nokså spredt lokalisert, er det færre i denne aldersgruppen som flytter. Omtrent samme mekanisme virker nå i forhold til høyere utdanning. Mobiliteten har gått ned som følge av at unge voksne blir «holdt bofast» i et utdanningsløp på 3–7 år, mens i tidligere tider ville flere i denne aldersfasen ha flyttet litt fram og tilbake i forbindelse med oppstart av et voksen- og yrkesliv. I følge skatteetatens reglement for adresseendring, trenger ikke de som flytter for å ta høyere utdanning å melde flytting selv om de rent faktisk flytter (men de kan gjøre det). Flytter man for å jobbe, må man imidlertid melde flytting. Slik sett skjer det noe uregistrert utflytting og også noe uregistrert tilbakeflytting. Denne strukturelle endringen påvirker bofastandelen som har økt og på tilbakeflytterandelen som har avtatt. Det er også på sin plass å nevne at fordi man ikke kan være utflytter (fra et sted) uten samtidig å være innflytter til et annet, så vil økt bofasthet ikke bare bety redusert innenlandsk fraflytting, men også redusert innenlandsk tilflytting. I tillegg er det slik at barn i økende grad fødes og vokser opp i sentrale strøk – vi har altså en selvforsterkende spiral som fører til sentralisering i befolkningen, selv uten flytting (Sørli mfl. 2012).

Når vi i det følgende skal jakte på resultater av tilflyttingsarbeid, vil vi altså *uavhengig av dette arbeidet*, forvente å finne forbedret innenlandsk flyttebalanse. Videre vil vi også forvente at resultatet for en stor del kommer av redusert fraflytting. Størst betydning for positiv utvikling i folketallet har imidlertid innflytting fra utlandet, som vi skal se i neste delkapittel.

3.2 Folketallsveksten kommer av økt innvandring

Folketallsveksten er sammensatt av flyttestrømmer og naturlig vekst. Naturlig tilvekst er forholdet mellom antall døde og antall fødte. I Hardanger, Vest-Telemark og Dyrøy er alderssammensetningen slik at naturlig tilvekst har vært negativ gjennom hele perioden (se figur 3.3). Det får som resultat at folketallsveksten har blitt lavere (eller nedgangen er blitt større) enn det flyttetallene skulle tilsi. I Sogndal er det omvendt (fig. 3.4) Der har den naturlige tilveksten ført til at veksten er blitt større enn det flyttebalansen skulle tilsi.

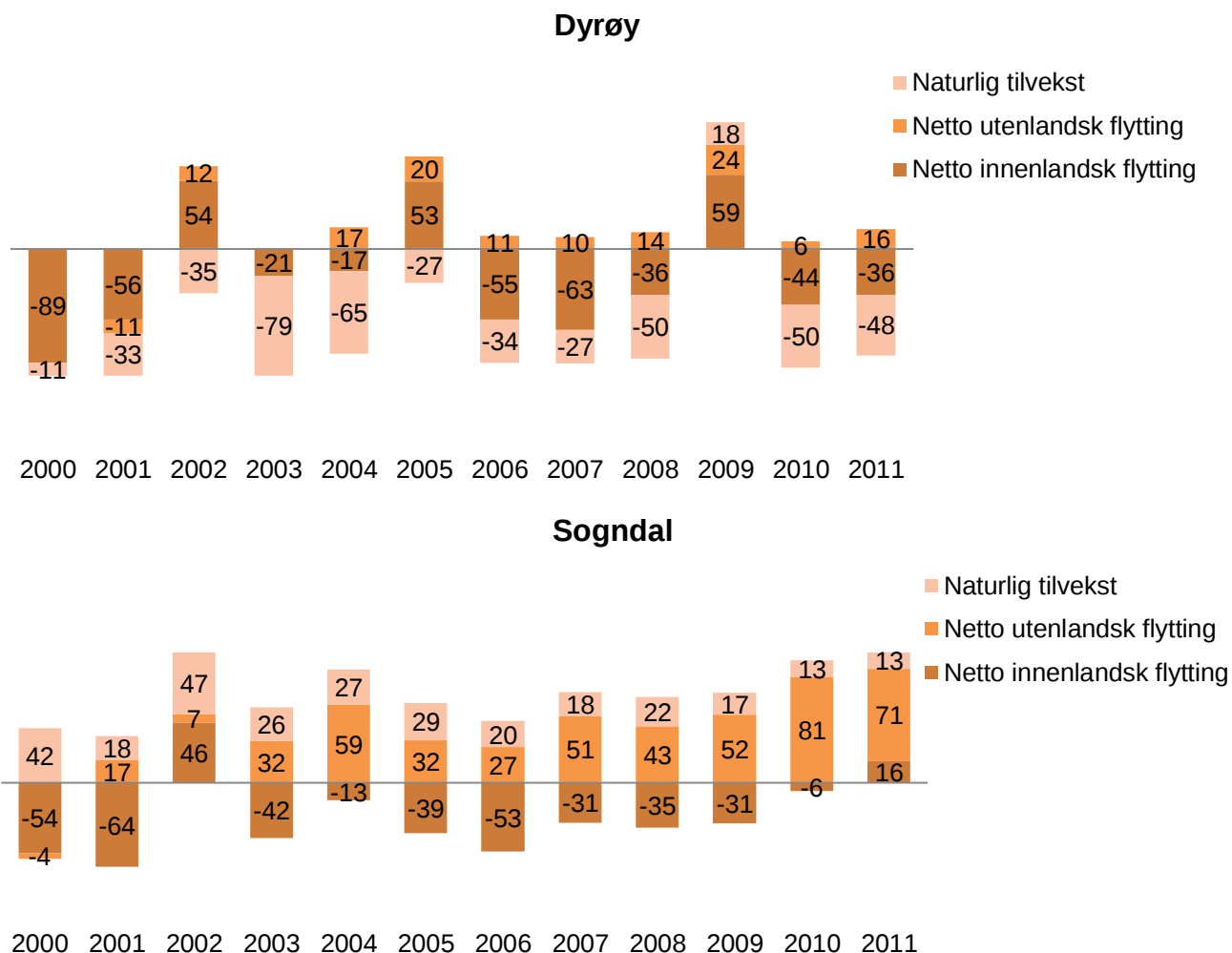


Figur 3.3. Folketallsutviklingen brutt ned på netto innenlandsk flytting, netto utenlandsk flytting og naturlig tilvekst for Vest-Telemark og Hardanger. Prosent. Tilveksten er satt til 100 %, slik at for Vest-Telemark står netto innflytting fra utlandet for 38 prosent av den totale endringen i år 2000, mens netto innenlandsk flytting står for 23 prosent, og naturlig tilvekst for 38 prosent. Bare netto innflytting fra utlandet bidro i positiv retning. Når søylene over streken utgjør over 50 % har området vekst i folketallet. Kilde: Grunnlagstall fra SSB befolkningsstatistikk.

Det som er mest slående med figurene 3.3. og 3.4 er hvor stor betydning netto innvandring har hatt for tilveksten i alle områdene. Uten nettoinnvandring ville ikke Hardanger opplevd vekst i folketallet de siste årene da både naturlig vekst og innenlandsk nettoflytting er negativ alle årene. Vi ser imidlertid at den innenlandske flyttbalansen også har utviklet seg i positiv retning; dvs. de negative nettotallene er blitt lavere (det kommer vi tilbake til). Vest-Telemark ville også hatt en sterkere nedgang i folketallet uten nettoinnvandring. I Dyrøy spiller innvandringsoverskuddet mindre rolle, men også her bidrar det positivt. Det er interessant å legge merke til at selv Sogndal som skiller seg ut som et område i vekst, også har et innenlandsk flyttetap for alle år unntatt 2002 og 2011. Utenlandsk nettoinnflytting bidrar mer til Sogndals folketallsutvikling enn i de øvrige områdene vi studerer. I tillegg drar Sogndal fordel av en ung befolkning som har resultert i naturlig tilvekst hvert eneste år.

At innvandring er den viktigste faktoren i folketallsutviklingen, er fundamentalt å huske på når effektene av tilflyttingsarbeidet skal vurderes. Med unntak av livsstilsflyttere som har kommet gjennom Placementsamarbeid, viser Prosjektkatalogen (Grimsrud mfl. 2012)

og en analyse av disse (Grimsrud og Aure 2012), at innvandrere hittil ytterst sjelden har vært en målgruppe for tilflyttingsarbeidet i distriktene.

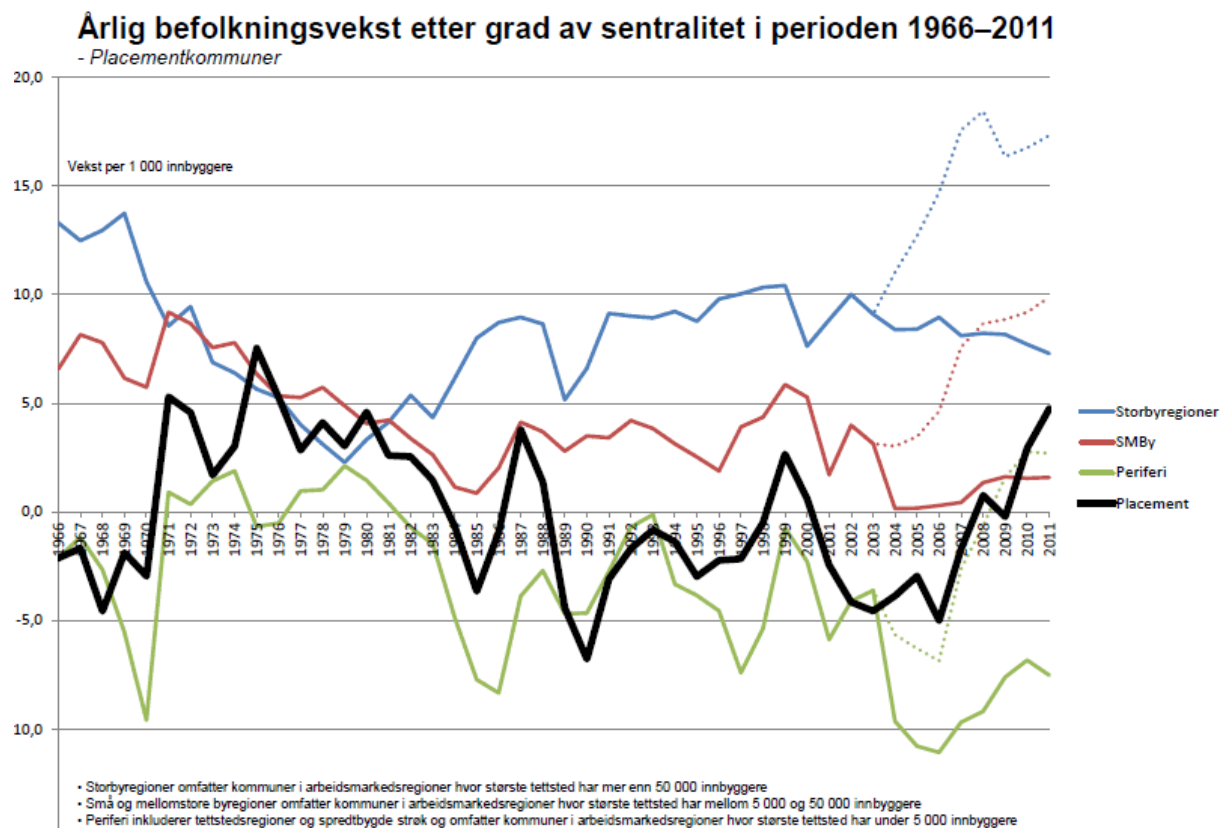


Figur 3.4. Folketallsutviklingen brutt ned på netto innenlandsk flytting, netto utenlandsk flytting og naturlig tilvekst for Sogndal og Dyrøy. Prosent. Se forklaring til figur 3.3. Kilde: Grunnlagstall fra SSB befolkningsstatistikk.

3.3 Folketallsvekst i Placementområder

Hva betyr Placementtilflyttere for befolkningsutviklingen? Vi kan nærme oss et svar ved å vise hvordan folketallsutviklingen har vært i kommuner som har hatt samarbeid med Placement. Figur 3.5 er hentet fra statssekretær Tvinneims åpningstale ved *Erfaringskonferansen* som ble arrangert av Placement våren 2012. Hun ville vise at Placements arbeid har gitt resultater. Vi ser da også tydelig at Placementkommunene har opplevd sterk vekst etter at Placement har kommet på banen. Samtidig kan vi imidlertid se at disse kommunene helt siden 1960-tallet har hatt en noe mer positiv befolkningssituasjon enn gjennomsnittet av periferikommuner. Det kommer av at Placement i beskjeden grad har involvert seg i Nord-Norge og i øykommuner som vi vet har hatt en svakere utvikling enn øvrige distriktskommuner. Placementkommunene

følger ellers mønsteret for de øvrige kommunetypene i figuren ved at innvandringen har økt sterkt etter 2006. Det er likevel ikke tvil om at de 2100 personene Placement AS har formidlet til norske distriktskommuner siden 2002, har bidratt betydelig til vekst i flesteparten av de kommunene det gjelder. Se for eksempel tilfellet Fyresdal i Vest-Telemark nedenfor.



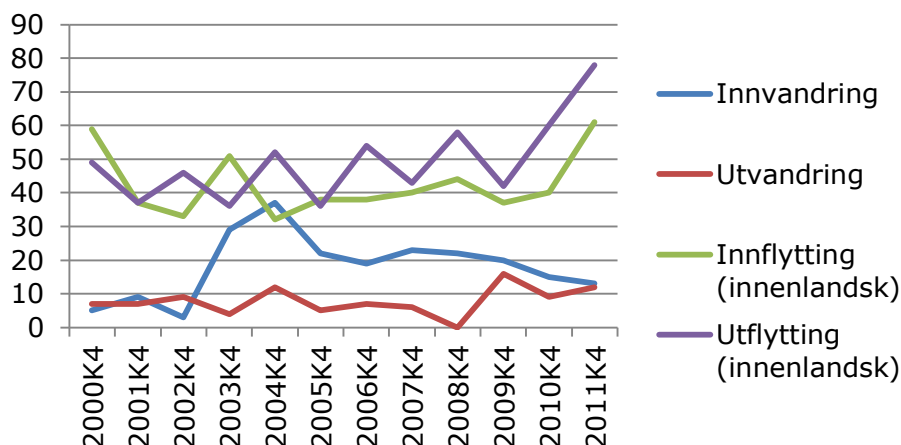
Figur 3.5. Årlig befolkningsvekst etter grad av sentralitet i perioden 1966–2011 sammenliknet med Placementkommuner. De prikkede linjene viser veksten når innvandring er inkludert. Vekst pr 1000 innbyggere. Kilde: Statssekretær Tvinneireims powerpointpresentasjon fra åpningen av "nordisk erfaringskonferanse" 24. april 2012. Kommunal- og regionaldepartementet.

3.4 Om å identifisere effekter av tilflyttingsarbeid i flyttestatistikken

Vi har sett at det er vanlig å dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid gjennom å henvise til flyttestatistikk. I dette kapitlet viser vi gjennom eksempler fra caseområdene at dette i enkelte tilfeller kan være mulig, men at man oftere støter på problemer knyttet til at tilflyttingsarbeidet ikke er klart avgrenset. Det er derfor vanskelig å bruke flyttestatistikken til dette formålet.

3.4.1 Sporing lar seg gjøre når kommunen er liten og effekten stor

I perioden 2003–2005 hadde Fyresdal i Vest-Telemark et samarbeid med Placement AS hvor de rekrutterte nederlendere. Dette resulterte i et merkbart hopp i innvandringskurven til Fyresdal som før dette samarbeidet hadde ligget på under 10 personer pr år (se figur 3.6). Det var dessuten en såpass stor endring at folketallsutviklingen gikk fra nedgang til vekst, og folketallet vokste alle disse tre årene til tross for vedvarende fødselsunderskudd (kan ikke ses direkte i figuren).



Figur 3.6 Flyttetallsutviklingen i Fyresdal 2000-2011, ved utgangen av året (K4). Antall.
Kilde: Grunnlagstall fra SSB Statistikkbanken, tabell 1223.

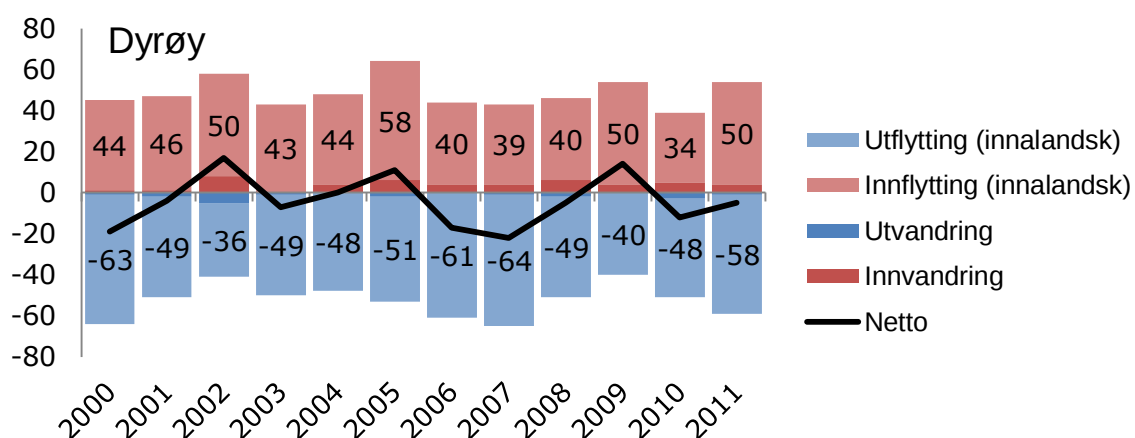
Dette er altså et eksempel på at det går an å spore effekter av tilflyttingsarbeidet i flyttestatistikken. Det er mulig fordi effekten i form av økt innflytting i dette tilfellet er stor i forhold til "normalen"; det er et stort utslag i kurven over innflytting fra utlandet. Videre er målgruppen (her innvandrere) identifiserbar i statistikken. Det er lettere å gjenfinne resultater når målgruppen er tydelig avgrenset til f.eks. til kjønn, alder eller opprinnelsessted – eller andre kategorier en kan gjenfinne som variabler i flyttestatistikken. I tillegg var dette tiltaket tydelig avgrenset i tid, slik at vi vet hvilke år vi kan forvente effekt.

Når man ser såpass tydelige utslag som dette er det ikke urimelig å anta at det er en årsakssammenheng mellom tiltak og effekt. Likevel er det i de fleste tilfeller grunn til å uttale seg forsiktig, for det kunne jo ha vært tilfeldigheter eller andre ekstraordinære forhold som gjorde (store deler av) utslaget i disse årene. I dette tilfellet vet vi imidlertid via andre kilder, som Placements oversikter, at nederlendere flyttet til kommunen som følge av tiltaket. I neste delkapittel skal vi vise eksempler på at det av ulike grunner kan være temmelig vanskelig å identifisere mulige effekter på denne måten.

3.4.2 Vanskeligheter knyttet til å spore effekter i flyttestatistikken

I eksempelet fra Fyresdal tok vi utgangspunkt i tilflyttingstallene, altså en *bruttostrøm*. Vi konstaterer derimot at *nettoflyttetall* ofte er blitt brukt når virkningen av tilflyttingstiltak skal dokumenteres i tilflyttingsprosjekter. På kommunenivå fluktuerer nettotallene mye fra år til år, og de er for øvrig lite egnet til å studere endringer i tilflytting siden de består

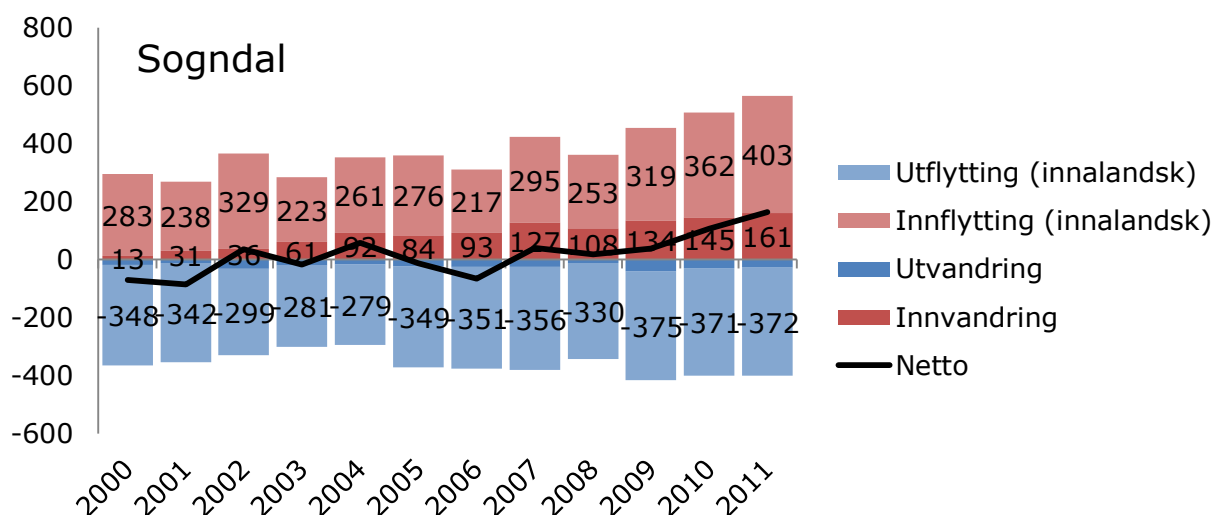
av differansen mellom tilflytting og fraflytting. Som vi kan se i Dyrøys tilfelle, kommer positive nettotall like mye av redusert fraflytting som av økt tilflytting (årene 2002, 2005 og 2009 i figur 3.7). I små kommuner som Dyrøy (1188 innbyggere i 2012), skal det ikke store endringer til i antall inn- eller utflyttere før det bikker i pluss/minus. Årlig flytter mellom 40 og 60 personer ut og inn av Dyrøy. Det er så få at beslutninger i en håndfull familier kan snu Dyrøy fra fraflyttingskommune til tilflyttingskommune. På grunn av de oversiktlige forholdene, skulle det imidlertid være teoretisk mulig å gjenfinne, eller avkrefte, resultater av ekstraordinære tiltak i statistikken. Men tilflyttingsarbeidet som drives i Dyrøy bærer ikke preg av å ha vært et ekstraordinært tiltak som ble skrudd på, og så av igjen; snarere er det et kontinuerlig arbeid over flere år der det ene prosjektet har avløst det andre. Flytting kan komme tre år etter et tiltak, eller tre uker- hvordan måler vi det? Hvordan tallene ville sett ut uten tilflyttingsarbeidet, får vi aldri vite. Et tilflyttingstiltak kan med andre ord ha hatt en positiv effekt selv om flyttegrafen peker nedover; uten tilflyttingsarbeidet kunne nettotilflyttingen vært brattere.



Figur 3.7 Antall innflyttinger, utflyttinger og nettoutflyttinger i Dyrøy 2000-2011, ved utgangen av året. Kilde: SSB Statistikkbanken

I store kommuner som Sogndal (7348 innbyggere i 2012), er det vanskeligere å finne resultat av relativt små tiltak. Som det framgår av figur 3.8 er det årlig 250-450 flyttinger både inn og ut av Sogndal. Riktignok ser vi en markant økning både i innenlandsk tilflytting og innvandring fra 2009 – da det også ble en mer bevisst satsing på fjellsport og kompetanserekruttering i området. Men å tilskrive hele veksten til denne satsingen fordi den skjedde samtidig i tid, kan vi ikke gjøre. Til og med i en liten kommune som Dyrøy er det vanskelig å knytte flyttingen til fem personer til statistikken og skille det fra den "normale" inn- og utflyttingen. Det er vanskelig å isolere effekten av fjellsportsatsingen fra strukturelle og konjunkturrelle forhold som også har påvirket flyttetallene til Sogndal – for eksempel har vi nevnt at størstedelen av veksten er forårsaket av innflytting fra utlandet som jo har vært en nasjonal trend noen år. For å få kunnskap om effekten av den spesifikke satsingen, har vi i brukt intervju med tilflyttere for å finne ut hvorvidt og hvordan satsningen har påvirket valg av bosted. Det ga oss

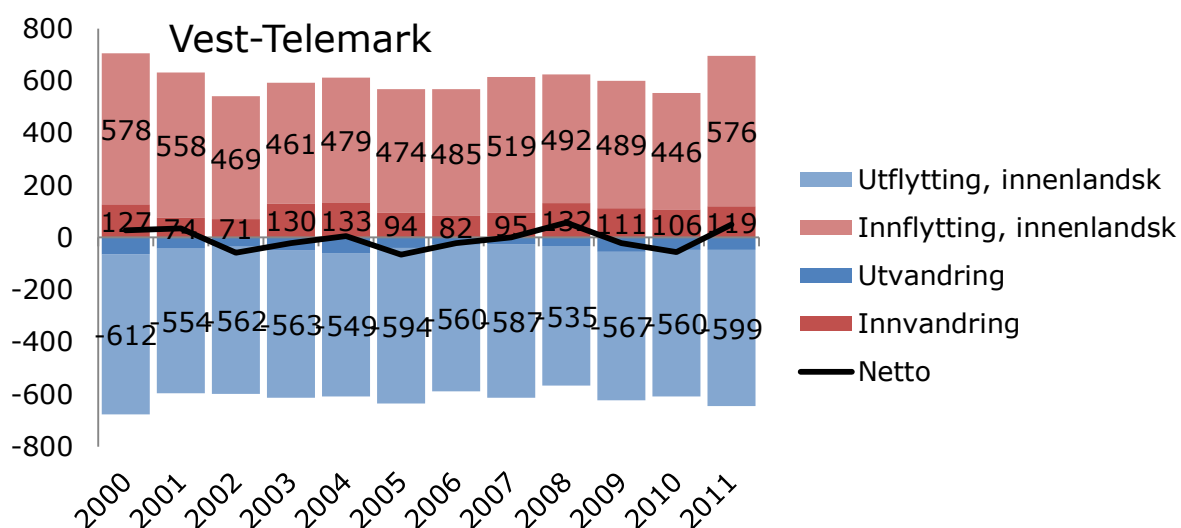
«bevis» for at mange begrunnet bostedsvalget med at de var glad i fjellsport og fikk jobb som matchet utdanningen, men som regel uten at dette ble koplet direkte til tiltaket. Å finne noe *eksakt* mål for hvor mange som er påvirket av en satsing og i hvor stor grad de er påvirket, er ikke mulig – ikke minst kommer dette av at flytterne selv ikke nødvendigvis kan redegjøre for eller vet dette selv på en entydig måte. Dette henger sammen med at det ikke er mulig å finne eksakt kunnskap om dette. Ikke at vi ikke har funnet den! Vi kan telle og måle flyttinger i ettertid, men ikke lese av hva de skyldes.



Figur 3.8 Antall innflyttinger, utflyttinger og nettoutflyttinger i Sogndal 2000-2011 (ved utgangen av året). Kilde: SSB Statistikkbanken

Sogndal har satset på å tiltrekke seg folk med høy utdanning. Det er mulig å bestille flyttestatistikk etter utdanningsnivå, men vi tror ikke det ville ha hjulpet oss med å finne resultater av tilflyttingsarbeidet. Med høgskole og generelt mange kompetansekrevende arbeidsplasser i området, vil flyttestrømmen til Sogndal uansett være dominert av folk med høy utdanning (om en da ikke inkluderer små barn).

Når tilflyttingsarbeidet har en hel region som nedslagsfelt, slik som bygdelivsmekleren i Vest-Telemark, blir det enda vanskeligere å se for seg at arbeidet skal sette spor etter seg i flyttestatistikken. I Vest-Telemark bor det 14 209 mennesker (pr 2012), og det er hele 460-600 flyttinger årlig hver vei i denne regionen (se figur 3.9). Den årlige variasjonsbredden i flyttestrømmene er langt større enn det antall mennesker bygdelivsmekleren hjelper hvert år. Når bygdemekleren mener å ha formidlet 25 familier til regionen i løpet av tre år – er det å skulle finne dem i flyttestatistikken like lett som å lete etter ei nål i en høystakk. Vi ser imidlertid også på regionnivå resultatet av Fyresdals samarbeid med Placement AS ved høy innvandring i 2003 og 2004. I tråd med den nasjonale trenden har innvandringen økt fra og med 2008.



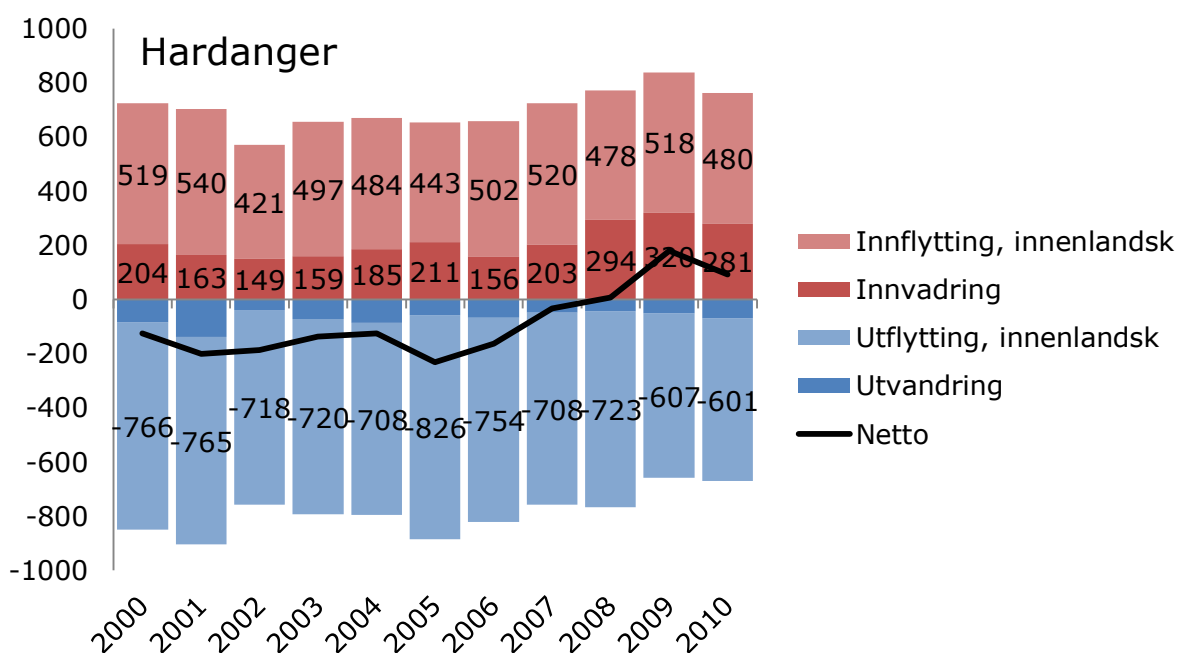
Figur 3.9 Antall innflyttinger, utflyttinger og nettoflyttinger i Vest-Telemark 2000-2011, ved utgangen av året. Kilde: SSB Statistikkbanken

Nedslagsfeltet til bygdlevismekleren er hele regionen, slik at eventuelle resultater av satsningen vil kunne spres tynt ut over hele regionen. Det er derfor ikke mye hjelp i å studere flyttetallene på kommunenivå selv om det generelt er det lettere å spore effekter jo lavere geografisk nivå en opererer på. Når tiltakene har et snevrere nedslagsfelt, slik som Øyfjell City/prøvebustaden og Liv i Vinje, har vi vanligvis større sjanse til å identifisere effekter i statistikken. Ser vi på flyttestatistikken for Vinje, ser vi at kommunen opplevde en dramatisk nedgang i folketallet, men fra 2008 har innflyttingen økt og Vinje har hatt en svak vekst i folketallet de siste årene. Vi ser ikke bort fra at denne forbedringen har sammenheng med arbeidet som er gjort i forbindelse med disse tiltakene. Men vi kan heller ikke bekrefte dette. For det første er det tross alt en vekst som flere distriktskommuner har vært med på, og for det andre er Vinje en stor kommune i utstrekning og vi kan ikke utelukke at tilveksten er kommet i helt andre områder enn tiltakenes nedslagsfelt. I en flyttestatistikk på grendenivå hadde vi *kanskje* kunnet identifisere en effekt – men det forutsetter altså at effekten er forholdsvis stor. En slik statistikk måtte i tilfelle spesialbestilles, og kanskje ville den ikke gitt tilfredsstillende svar på grunn av at kategorier som inneholder 3 personer eller færre blir nullet ut av personvern hensyn. Vi anså dermed ikke dette som hensiktsmessig ressursbruk, dvs. ressursbruken vil være for stor i forhold til det vi kunne forvente å få ut av det. Er man interessert i flyttinger på så lavt geografisk nivå i folkefattige kommuner, kan det være like greit å gå kvalitativt til verks og spørre etter effekter lokalt – slik vi har gjort her. Da kan en i tillegg til å identifisere en sannsynlig effekt, også komme på sporet av mulige årsakssammenhenger. I tilfellet Øyfjell, hadde dessuten kommunen selv gjort en kartlegging av effektene. De konstaterer at det flyttet 12 husstander til området i tiltaksperioden, og at tiltaket helt konkret hadde gitt hus til tre av husstandene. Ved hjelp av statistikk alene, kunne vi bare ha kunnet konstatere hvor mange personer som flyttet inn i løpet av perioden, og gjort en skjønnsmessig vurdering av hvorvidt dette var ekstraordinært eller ikke.

I Vest-Telemark skjuler for øvrig regiontallene ulike utviklingstrekk hos de seks kommunene. Senterkommunene Seljord har hatt en svak sammenhengende vekst siden 2004. Fyresdal er med sine 1335 innbyggere den minste kommunen i regionen, og har en befolkningsutvikling som avviker fra de øvrige – dels pga innvandringen fra Nederland i perioden 2003–2005. Kommunen hadde vekst i perioden 2003-2010, men etter dette har det både vært økt fraflytting og økt utvandring. De øvrige kommunene har hatt en nedgang gjennom hele perioden. Tokke har en nedgang på nivå med Dyrøy, og Kviteseid og Nissedal er ikke langt unna. Men fra 2009 skjer det en endring i Nissedal som følge av økt innflytting – en utvikling som for øvrig likner på Vinjes.

Hardanger er det mest folkerike området vi studerer med til sammen 22 927 innbyggere, og mellom 650-900 flyttinger i hver retning. Med figur 3.10 vil vi igjen illustrere at til tross for at Flytt til Hardanger er et stort tiltak som involverer arbeid i sju kommuner, blir det vanskelig å finne spor etter tilflyttingsarbeidet på regionnivå. Det tydeligste trekket ved Hardanger er at innvandring har betydd mye for at flyttebalansen har bedret seg. Det andre interessante trekket, som vi ikke finner igjen i de andre caseområdene våre, er en markert nedgang i fraflyttingen. Som vi var inne på innledningsvis, er dette i tråd med en generell utvikling i distriktskommuner og kan dessuten ha en ren demografisk forklaring. Men det kan også være et trendbrudd; vi kan ikke utelukke at Flytt til Hardanger, hvis virksomhet i stor grad har vært rettet internt i regionen og mot tilbakeflyttere⁸, har bidratt til redusert fraflytting. Men som vi har gjentatt flere ganger: Dette er ikke noe vi kan lese direkte av statistikken; det krever nærmere studier og selv da er det, som nevnt i de forrige avsnittene, begrenset hvor mye kunnskap en kan få om dette. I de avsluttende kapitlene foreslår vi likevel at prosjekter og tiltak dokumenteres bedre, vurderes og at en kan planlegge for evalueringer. Det ville bidra til bedre kunnskapstilfang. De prinsipielle problemene knyttet til folks begrunnelser er likevel de samme.

⁸ For eksempel vil studenter fra Hardanger og som flytter tilbake etter endt utdanning, ofte være registrert som bofaste. En økning i tilbakeflyttingen i denne gruppen, vil i statistikken vise seg som redusert fraflytting/økt bofasthet.



Figur 3.10 Antall innflyttinger, utflyttinger og nettoutflyttinger i Hardanger 2000-2010. Kilde: Hordaland fylkeskommune/PANDA

Et annet forhold som Hardangercasen kan være en illustrasjon på, er at man ikke uten videre får tilgang på brutto flyttetall (altså antall innflyttere eller antall utflyttere) på regionnivå så lenge regionen ikke samsvarer med SSBs ferdigdefinerte økonomiske regioner. (Slike tall kan imidlertid spesialbestilles). Vi kan heller ikke legge sammen alle innflyttingene til hver av de sju kommunene og tro at vi får totalt innflytting til regionen. Det er på grunn av at vi da får med flyttinger internt i regionen, f.eks. mellom Odda og Ullensvang. Nettotallene kan vi legge sammen, men de er ikke særlig godt egnet til å finne endringer i antall tilflyttinger. Vi har fått tallgrunnlaget til figur 3.10 fra Hordaland fylkeskommune som igjen har hentet tallene fra PANDA⁹.

Et forhold som kommer tydelig fram i Hardangercasen, er at det som skjer av flyttinger i små kommuner (og grender) lett drukner i tallene for hele regionen. Hardanger består av sju kommuner der Kvam er den største med 37 % av innbyggerne, en litt større andel av flytterne og en enda større del av innvandrene (45 % i 2011). Flyttetallene til Kvam vil

⁹ PANDA er et analyse-og simuleringsverktøy til bruk i regional planlegging og analyse av befolkningsutvikling, produksjons-og næringsutvikling og sysselsettings-og arbeidsmarkedsutvikling. Verktøyet eies av PANDA-gruppen som representerer alle fylkeskommunene i Norge.

altså ha stor innflytelse på totalen i denne regionen. Er det kanskje Kvam alene – med sin nærhet til Bergen – som står for den positive endringen i regionens flyttetall?

Nei, i 2009 hadde alle kommunene unntatt Granvin (som hadde -3) innflyttingsoverskudd som følge av netto innvandring. Eidfjord, Jondal og Ulvik hadde samtidig netto innenlandsk tilflytting, noe som først og fremst kan føres tilbake til redusert fraflytting (Jondal hadde i tillegg vesentlig økning i tilflyttingen). Alle disse fire kommunene er så små at mindre endringer i inn- og utstrømmene kan gi store utslag i nettoresultatet. Hver for seg drukner de imidlertid i regionens flytteregegnskap. Med unntak av Eidfjord, er likevel utviklingstrekkene i disse småkommunene de samme som for de større; altså en vekst i innvandringen og en reduksjon i innenlandsk fraflytting.

Eidfjord viser et mønster som avviker litt fra de andre. Her startet forbedringen i flyttebalansen allerede fra 2004, altså før Flytt til Hardanger trådte i verk, og stoppet opp i 2010. Innflytting fra utlandet står for en stor del av endringene, og det er mulig å skimte resultater fra Placementsamarbeidet her. Stor innvandring i 2007 og 2008, og deretter en stor utvandring i 2009 som følge av at halvparten av familiene flyttet ut igjen. Eidfjord har gjennom tidene hatt flere tiltak for å tiltrekke seg innbyggere.

3.5 Oppsummering

Dette kapittelet hadde to formål. Det ene var å gi bakgrunnsinformasjon om befolknings- og flyttesituasjonen i caseområdene våre. Den andre var å illustrere hvor problematisk det kan være å identifisere effekter i flyttestatistikken.

Når det gjelder befolkningssituasjonen har vi sett at Sogndal er i demografisk medvind. Dyrøy har de største utfordringene med befolkningsutviklingen, mens regionene Vest-Telemark, Hardanger og Placementkommunene er i en mellomstilling.

I likhet med landet som helhet har alle våre caseområder unntatt Dyrøy, hatt en økning i innvandringen de siste årene. Dette er den viktigste årsaken til at områdene har opplevd en forbedring av flyttebalansen. Vi påpekte at den innenlandske flyttebalansen fortsatt er negativ for caseområdene, og at det med unntak av Sogndal, ikke er noen entydig forbedring i innenlandsk tilflytting etter at tilflyttingsarbeidet ble satt i verk. Når det er sagt, er ikke endring i tilflyttingstall noe mål på om tilflyttingsarbeid har virket eller ikke.

Når tiltaket vi skal studere effekter av, er tydelig avgrenset i tid og målgruppe, er det mulig å gjenfinne effekter i flyttestatistikken slik vi vil vise for Fyresdal. Det forutsetter at vi måler på et relevant geografisk nivå og anvender bruttostrømmer snarere enn nettostrømmer. Det er imidlertid ingen garanti at selv eventuelle effekter lar seg avlese; det krever at den ekstra tilflyttingen er i et omfang som gjør at tilflyttingskurven får et hopp som er større enn det en kan forvente av normal årlig variasjon. I perioder med sterk sentralisering kan selv store effekter bli usynlige som følge av nedgang i den "normale" tilflyttingen.

Ofte gjør karakteristika ved selve tilflyttingsarbeidet at det er bortimot umulig å skulle identifisere effekter i flyttestatistikken. Vi ser at tiltakene ikke alltid er avgrenset verken i

tid eller målgruppe, og nedslagsområdet kan være for stort (f.eks. en region) slik at effektene kan blir spredd for tynt utover til at det kan leses av i statistikken. I en del tilfeller er det heller ikke tilgjengelig statistikk for det spesifikke området en ønsker å studere. Den type tiltak vi studerer her, med unntak av de mest vellykkede Placementsamarbeidene, har i regelen ikke potensial til å skaffe så mange ekstra innflyttere at de blir synlige i flyttestatistikken. Den normale tilflyttingen er vanligvis langt større i antall og variasjon.

Innledning til casekapitlene

I de følgende kapitlene (4-8) presenteres og analyseres de ulike casestudiene. Casestudiene er *breie beskrivelser* som er viktig for å skjønne hvilken kontekst et tiltak finner sted i og hvorfor noe virker. Det er derfor vanskelig å løsrive analysene fra beskrivelsene og funnene fra casene. Det er likevel mulig å lese oppsummeringer og sammenlikninger på tvers (slik vi har gjort i kapittel 9 og 10), men fordi resultatene nødvendigvis blir mer abstrakte når de skal "løftes", ses i sammenheng og generaliseres, mister en da mye av den konkrete utformingen av tiltak og måter det arbeides med dette på.

4 Flytt til Hardanger

Noen av hovedfunnene fra denne casestudien kan oppsummeres med at det å jobbe med utgangspunkt i en bo- og arbeidsmarkedsregion synes hensiktsmessig i dette området. Den grunnleggende *strategien* bygger på at manglende tilflytting i stor grad skyldes liten kunnskap, kjennskap og informasjon om regionen, og at tilflytting må ses i sammenheng med bokvaliteter, jobb, tjenestetilbud og (kultur)aktiviteter. *Virkemidlene og tiltakene* er i stor grad utformet etter dette. De innebærer oppmuntring til økt fokus på regionen gjennom stipender og andre økonomiske virkemidler, men er i hovedsak knyttet til informasjon og markedsføring, det å skape møteplasser og samarbeid, blant annet med Placement AS. *Tiltakene* inkluderer markedsføringskampanjer, rekrutteringstreff, postkortaksjoner, vertskapsarbeid, økt tilgang på kunnskap om ledige boliger og jobber, rentefrie lån til boligbygging, stipend for å få boliger på markedet, stimulere kunstnere til innflytting gjennom økonomiske virkemidler. De fleste av tiltakene og virkemidlene synes å ha noe effekt selv om de er vanskelig å dokumentere konkret, noen har også uheldige bieffekter. De positive resultatene handler også om gode *arbeidsmåter*: Flytt til Hardanger bygger på lokale og regionale analyser og identifisering av problemer med brei involvering og konkrete styrende handlingsplaner. Det inkluderer god forankring i deltakende kommuners ledelse. Arbeidet synes godt koordinert og det er sammenheng mellom målgrupper, budskap og identifiserte problemer. Det regionale fokuset følges opp av lokal gjennomføring. Fra denne casen kan en løfte frem læringsverdien av samarbeid med Placement AS, og at dette krever et lokalt apparat for å lykkes. Vi kan også peke på at økonomiske virkemidler knyttet til rekruttering av kunstnere, billige lokaler, istandsetting av boliger og lån er effektive, men de kan føre til store forventninger om økonomisk bistand og er relativt kostbare å opprettholde.

Om prosjektet

Prosjektet *Flytt til Hardanger* eies av Hardangerrådet; et interkommunalt selskap som har til oppgave å styrke samarbeidet, identiteten og den regionale utviklingen i de sju Hardangerkommunene Eidfjord, Granvin, Jondal, Kvam, Odda, Ullensvang og Ulvik (se figur 4.1). Prosjektet har hatt to faser. Den første fasen varte fra mai 2007 til 2010, og hadde som mål å markedsføre regionens kvaliteter og snu flyttestrømmen innen utgangen av 2009. Den andre fasen startet i januar 2011 og skal vare til januar 2015. I denne fasen er målsettingen dreid bort fra å snu flyttestrømmen og over til å gjøre

Hardangerkommune til gode bosteder. Navnet på prosjektet er i den forbindelse endret til *Flytt til Hardanger – attraktive bukommunar*. Flytt til Hardanger har derfor vært gjennom en læringsprosess som vi har inntrykk av er nokså vanlig: Det starter med utadrettede tiltak for å lokke til seg folk, og så oppdager man at man ikke har boliger å tilby, og setter i gang prosesser lokalt for å skaffe boliger og generelt tilrettelegge for innflytting. Ved prosjektets slutt i 2015, er målet at prosjektet skal ha gjort seg selv overflødig; da skal aktivitetene ha blitt integrert i kommunenes ordinære virksomhet.



Figur 4.1. Kart over Hardanger. Kilde: www.Hardangerradet.no

I følge en evaluering utført av Hordaland fylkeskommune (AUD 2011a) har Flytt til Hardanger vært vellykket fordi de nådde målsettingen om å snu flyttestrømmen innen 2009. Selv om vi kan dokumentere at dette demografiske trendbruddet ikke er noe Hardanger er alene om (se kapittel 3), er det interessant å undersøke om det er forhold ved prosjektet som kan ha bidratt positivt til å snu flyttestrømmen.

Til tross for at Flytt til Hardanger har fått positiv evaluering fra AUD og økt tilflytting, er prosjektledelsen mer opptatt av å snakke om *regional identitet*. "Det er det å styrke den regionale kjensla eg meiner me har lukkast best med. Truleg er det og det viktigaste me har oppnådd. Prosjektleder presiserer at dette handler om at en har et bedre utgangspunkt for god utvikling når en kan spille på en hel region når det gjelder bolig, arbeid og kultur.

4.1 Bakgrunn, oppstart og visjoner

Hordaland fylkeskommune tok kontakt med Hardangerrådet om at det var mulig å søke midler for områder med negativ folketallsutvikling. Hardangerrådet hadde ideen til det som etter hvert utviklet seg til prosjektet «Flytt til Hardanger». Vel vitende om at SSBs prognoser for Hardanger tilsa en nedgang fra 23 000 innbyggere i 2000 til 16 000 i 2030 – hovedsakelig på grunn av en aldrende befolkning, var Hardangerrådet innstilt på å ta noen kraftig tak for snu flyttestrømmen for hele regionen. Hardangerrådets politiske organer jobbet fram rammer og visjoner for et tilflyttingsprosjekt, og administrasjonen formulerte i samarbeid med fylkeskommunen en søknad om støtte fra KRD-midlene. Det resulterte i at Hordaland fylkeskommune finansierte 80 % av et prosjektbudsjett på 10,5 millioner kroner. Kommunene finansierte resten. I fase to er budsjettet redusert til 9 millioner, og fylkeskommunens andel er bare 33 %. Kommunenes andel står for en stor grad av egeninnsats. Det betyr at det har vært færre midler til prosjektledelse og kjøp av eksterne tjenester i fase 2.

Prosjekteierne hadde følgende visjon og målsetting for Flytt til Hardanger:

«Hardanger skal vere eit naturleg førsteval å bu og flytta til, fordi det er ein region med trivnad, opplevingar og utfordringar – ein utviklande region». Hovudmål: «På ein offensiv måte marknadsføre regionen sine tilbod og kvalitetar og snu flyttestraumen innan utgangen av 2009. Mangfaldet av aktivitetar, spanande arbeidsplassar og gode tenestetilbod gjer regionen attraktiv for innbyggjarar og tilflyttarar. Tankegangen er at målretta rekruttering, kompetanse og moglegheiter for kompetanseheving er viktige faktorar både for trivnad, utvikling og konkurransekraft» (Strategi- og handlingsplan 2007-2010: s. 12)

Med unntak av det tidfestede målet om å snu flyttestrømmen innen utgangen av 2009, er formuleringene typiske for de vi ofte finner i dokumenter om regional utvikling og stedsutvikling. I arbeidet med prosjektkatalogen fant vi at visjoner om tilflyttingsarbeid stort sett inneholder de samme uttrykkene (offensiv, utfordringer, utviklende/lærende region, kompetanse, konkurransekraft, identitet mm). Grunnideen er også typisk: Det er en tro på at folk vil komme flyttende til regionen bare de blir kjent med dens kvaliteter, og rasjonale fra regionens side er å kunne nyte godt av den kompetansen tilflytterne bringer med seg slik at regionene blir enda mer konkurransedyktig.

For å omsette visjonene til handling ble prosjektleder ansatt i full stilling fra mai 2007. Hun brukte de første fem månedene til å konkretisere prosjektet. I den forbindelse ble det lagt vekt på å skaffe tilstrekkelig kunnskap om flytting og regional utvikling ved å hente inn erfaringer fra forskning og fra tilflyttingsarbeid andre steder (bl.a. Flytt-Hit i Fjellregion og Vest-Telemark). Hardangerrådet bestilte dessuten et eget scenario for Hardanger (Berrefjord et al. 2007) som ble presentert på Hardangerkonferansen 2007 og som ble brukt i arbeidet med strategiplan for prosjektet.

Videre besøkte prosjektlederen politikere, administrasjon, næringsliv og ungdommer i de sju kommunene for å gjøre seg kjent med deres tanker og ideer rundt samfunnsutvikling

i *regionen* Hardanger. En erfaring var at disse utviklingsaktørene i dominerende grad hadde fokus på egen kommune – til tross for at folk flest gjerne definerer seg som hardinger og identifiserer seg med Hardanger som region. Å få kommunene til å tenke regionalt når det gjelder utviklingsspørsmål ble dermed tidlig et hovedanliggende for Flytt til Hardanger. «Det er ein klar fordel å kunna spela på bu- og arbeidsmarknaden i heile regionen framfor ein einskild kommune når målet er å rekruttera folk», forklarer prosjektleder. Det hører også med til historien at prosjektleder helt fra starten var skeptisk til om prosjektets hovedmålsetting om å snu flyttestrømmen kunne la seg realisere gjennom prosjektet.

Prosjektledelsen mener de har gjort noen gode grep i måten de har gjennomført prosjektet på:

1. Viktigheten av å ha en god handlingsplan å følge. Å gjøre grundige forberedelser før strategi- og handlingsplan skrives og vedtas er altså alfa omega. Da har en vært gjennom fundamentale diskusjoner og kan konsentrere seg om å følge planen i resten av prosjektperioden. Planen har således fungert som et arbeidsverktøy med klart spesifiserte oppgaver, tidsfrister og oversikt over hvem som har ansvaret for hva. Det er også angitt hvilke kriterier prosjektet skal evalueres etter. Prosjektet framstår som formelt og planmessig utført.
2. I følge prosjektleder er det videre viktig å organisere arbeidet hensiktsmessig i forhold til målet med prosjektet. Det har vært essensielt å få rådmennene inn i styringsgruppa til prosjektet. Det har betydd at prosjektet har hatt myndighet til å sette i verk tiltak i kommunene. Blant annet er det for fase to avsatt 40 % stillingsressurs i hver av de sju kommunene til å arbeide med Flytt til Hardanger. Det har vært vellykket å organisere arbeidet i arbeidsgrupper med ansvar for hvert sitt sett av relaterte arbeidsoppgaver. Siden et grunnleggende *mål* har vært å øke samhandlingen på tvers av kommunene og styrke den regionale tankegangen, har det vært maktpåliggende å involvere folk på tvers av kommunegrenser. Arbeidet ble organisert i 10 grupper, og ca. 100 personer har arbeidet med prosjektets ulike deler. Det har vært lagt vekt på hyppige møter, gjerne med en sosial del, for at kommuneansatte skal bli kjent med ansatte i nabokommunene. «Prosjektet hadde ikkje hatt nokon meining om det skulle leva sitt eige liv på mitt kontor», sier prosjektleder.

En kritisk innvending som ble reist mot denne organisasjonsformen, er at den kan gå på bekostning av å involvere spisskompetanse. Internt i arbeidsgruppene er det argumentert for at resultatene av prosjektet ville vært enda bedre dersom det var kompetanse heller enn geografi som var viktigst når gruppene ble sammensatt. Det betyr ikke at ikke Flytt til Hardanger ikke har involvert spisskompetanse. For eksempel har prosjektet benyttet profesjonelle konsulenter fra kunstnerorganisasjonen Harding Puls i sitt kunstfaglige arbeid.

Prosjektet framstår som godt forankret blant regionens offentlige og halvoftentlige utviklingsaktører: fylkesnivået, regionnivået og alle kommunene er med på laget.

4.2 Prosjektets aktiviteter organisert i åtte arbeidsgrupper

Flytt til Hardanger har hatt et hundretalls aktiviteter og det sier seg selv at ikke alle kan presenteres her. I fase 1 har aktivitetene vært organisert i åtte delprosjekter som har hatt hver sin arbeidsgruppe med hver sin delprosjektleder. Fire av gruppene har hatt ekstern delprosjektleder finansiert av Flytt til Hardanger (databasegruppen, Placementgruppen, Hardangerlokk, næringslivsgruppa.) I tillegg har det vært en styringsgruppe (med rådmenn og tre andre) og en prosjektgruppe trukket ut fra styringsgruppa med formål å være diskusjonspartner for prosjektleder. I fase to er antall arbeidsgrupper redusert til fire med delvis nye oppgaver.

En hovedaktivitet for prosjektleder har vært å sørge for at politikere, kommuneadministrasjon, næringsliv, ungdommer og resten av innbyggerne i Hardanger kjenner til prosjektet og identifiserer seg med det. Prosjektleder har i den sammenheng vært i jevnlig kontakt med kontaktpersoner i kommunene og med arbeidsgruppene. Videre har det vært ca. 200 omtaler i lokalradio og lokalaviser og andre medier, arrangert temasamlinger, deltakelse på møter og konferanser, arrangert ungdomsrådsmøter, kommunebesøk, synliggjort prosjektet på festivaler og overnattingssteder og deltatt på en samling i regi av Bergen Næringsråd om rekrutteringssamarbeid. Hardanger Ungdomsråd er etablert som følge av denne satsningen.

Den sterke satsningen på informasjon og promotering *lokalt*, gjør at prosjektet til tider har liknet mer på et identitetsbyggingsprosjekt enn et tilflyttingsprosjekt. Dette er imidlertid forhold som henger nøye sammen. En av grunnpilarene i satsingen er erkjennelsen om at det er regionens innbyggere som møter tilflytterne i hverdagen, og at de derfor må informeres og inspireres til å møte dem på en god måte.

4.2.1 Databasegruppen: Portal for flytterelevant informasjon

Slår vi opp på www.flytttilhardanger.no blir vi møtt av bilder av fjord, fjell og fruktblomstring med breer i bakgrunn. Vi kan også se film om naturperlene, hverdagslivets idyll og tøffe fritidsaktiviteter, men også industrikulturen har fått plass sammen med utvalgte andre arbeidsplasser. Det er likevel det idylliske Hardanger som har hovedrollen. Dette forsterkes av velkomstteksten:

Er du lei av tidsklemma og rushtrafikk? I Hardanger kan du og familien din leva eit sunt og aktivt liv med fjord, fjell og foss som næraste nabo. Her har me trygge oppvekstvilkår, meir plass og lågare bustadprisar enn i storbyen. Me i *Flytt til Hardanger* hjelper deg og din familie til å realisera draumen. Arbeid? Husvære? Barnehageplass? Usikker på kvar du skal starta? Ta ein telefon eller send ein e-post og gje oss sjansen til å omsetja slagordet vårt i praksis; "Ja, det ordnar me". **Velkommen til Hardanger!**

Flytt til Hardanger er i godt selskap når de promoterer seg på denne måten. Undersøkelsen av tilflyttingsarbeider viste at 80 % av tilflyttingsarbeidene hadde idylliske beskrivelser som sitt viktigste salgsargument (Grimsrud og Aure 2012).

Det bildet folk flest har av Hardanger er skapt for turister. Hvordan turistbudskapet virker for potensielle tilflyttere, er et interessant spørsmål. I Odda er det for eksempel en debatt på gang om hvorvidt det turistinfluerte bildet av Hardanger kan stå i veien for rekruttering. For hvordan får du industrilokaler til å passe inn i dette bildet? Hvordan får man et moderne hverdagsliv til å passe inn i blant feler og bunader? På den andre siden er det ikke vanskelig å finne personer som framhever naturperlene og idyllen når de skal fortelle hvorfor de bor i Hardanger. I Flytt til Hardangers andre fase skal portalen få et nytt uttrykk i samsvar med det som er laget for Flytt til Hardanger (se nedenfor).

Portalen ble etablert for å gi de som er interessert i å flytte til Hardanger inspirasjon og nødvendig informasjonen om jobber og næringstomter, husvære og boligtomter, skoler og barnehager, kulturtilbud og fritidsaktiviteter. Det som skiller denne portalen fra mange andre flytt-hit portaler, er at databasefunksjonen viser lokaliseringen av ledige tomter, boliger og stillinger o.l. på en slik måte at en kan se hvor ledige boliger, jobber, barnehager og skoler ligger i forhold til hverandre.

En viktig funksjon portalen har er å formidle boliger og jobber som ellers ikke ville ha kommet på markedet. Det er et velkjent problem at ledig husvære og stillinger i distriktene formidles gjennom bekjentskaper eller blir stående tomme. I denne portalen kan huseiere og arbeidsgivere, via kommunen, kostnadsfritt legge ut opplysninger om ledige hus og jobber. Men dette skjer ikke av seg selv; kommunegruppa og næringsgruppa (se nedenfor) jobber kontinuerlig med å kartlegge og registrere henholdsvis ledige boliger og jobber.

Nettsidene er i følge prosjektledelsen forholdsvis godt besøkt, med «det går litt opp og ned». AUDs undersøkelse blant tilflyttere til Hardanger viser at sju prosent av tilflytterne oppgir denne siden som den viktigste kilden til informasjon om regionen i forbindelse med flytting (AUD 2011b). Dette er ikke så mye sammenliknet med at 14 prosent brukte "andre sider på internett", og at 45 prosent brukte «venner og kjente». Men sidene har kanskje vært relativt viktigere for dem som ikke har familie eller kjente i regionen; f.eks. utlendinger: Til Hardanger Folkeblad forteller et par fra Berlin at:

«Målet for utvandringa var Noreg, men reisa gjekk ikkje strake vegen til Hardanger. Familien la ut på "synfaringa" i april og farta eit halvt år på kryss og tvers i heile Sør-Noreg i bubil på jakt etter draumeplassen. Utpå hausten fann dei Herand, heilt på eiga hand, med litt hjelp av heimesida til Flytt til Hardanger» (Hordaland folkeblad 2011-01-21).

En ung kvinne forteller:

Jeg hadde lyst til å flytte til Hardanger lenge før jeg fikk jobb der, så jeg googlet Hardanger og fikk opp sidene til Flytt til Hardanger. Jeg ble faktisk veldig inspirert av de sidene, det må jeg si – selv om det naturligvis ikke førte til flytting der og da. Når jeg siden fikk tilbud om jobb i Odda, brukte jeg sidene for å finne ut hvor i Hardanger jeg kunnet bo gitt at arbeidsstedet var Odda. Jeg ønsket å bo i nærheten av barnehage og barneskole.

En mer kritisk røst kommer fra en ung mann:

Jo jeg var inne og så på nettsidene – men det er jo bare glansbilder, ikke sant. Du kan jo ikke basere deg på det. Jeg googlet området på egen hånd og fant fort ut at det var flere dager med ras enn med fruktblomstring her. Også er det godvær på alle bildene, men hvor mange dager med sol er det egentlig her inne?

4.2.2 Markedsføringsgruppa: Flytt-til-Hardanger kampanje

I april-juni 2009 ble det gjennomført en markedsføringskampanje for Flytt til Hardanger. Den besto bl.a. av reklame på bussene i Bergen og Oslo, postkort til utflytta hardinger, nettannonsering i Bergens Tidene og Aftenposten, fotokonkurranse der premiene var diverse opplevelser i regionen, f.eks. helikoptertur over vidda. I tillegg var det omfattende intern markedsføring gjennom bl.a. oppslag i lokalaviser og lokalradio, og diverse tilstelninger i regionen der alle prosjektmedarbeidere hadde på seg t-skjorte med Flytt-til-Hardanger motiv.

Målgruppen for kampanjen var aldersgruppa 25-45 år. Indirekte går det dessuten fram at potensielle tilbakeflyttere var en sentral målgruppe i og med det var mange lokale aktiviteter og en omfattende kanalisering via lokale medier. Videre ble det i forkant av kampanjen sendt en spørreundersøkelse til alle 31-åringene oppvokst i Hardanger; nærmere bestemt alle som gikk ut av ungdomsskolen i 1993, for å undersøke hva de legger vekt på i valg av bosted og hvordan Hardanger kom ut i denne sammenheng (AUD 2008). Undersøkelsen viste i hovedsak to ting: for det første at relevant arbeid var svært viktig forutsetning for tilbakeflytting og at få trodde det var lett å finne relevant jobb i Hardanger. For det andre viste undersøkelsen at gode oppvekstvilkår for barn var viktig, og i den sammenheng ble familietilknytning til regionen framsatt som en stor fordel. Familietilknytning skåret høyest av alle fordeler ved å bo i Hardanger – som man kanskje kan forvente når man spør potensielle tilbakeflyttere. Det er først og fremst dette med gode oppvekstvilkår som er brukt i markedsføringskampanjen.



Kampanjen bærer preg av at det har vært viktig å lage et uttrykk som hardinger kan identifisere seg med – og som andre assosierer med Hardanger. Vi ser derfor fjord, fjell og fruktblomstring i bildene, og tekstreklamen er på nynorsk og radiospotter på dialekt. Men det velkjente og kanskje litt oppbrukte bilde av fruktbare Hardanger har fått et nytt og humoristisk uttrykk ved hjelp av en supermann og andre teatraliske effekter. Kampanjen ble til over en periode på to år, der en involverte mange unge voksne lokalt og også noen eksternt. Kampanjen ble utarbeidet i samarbeid med

profesjonelt markedsføringsbyrå (Orangeriet). Stikkordene bak kampanjen var *lukka, friluft og tryggleik*. Vi tror nok at supermann var effektiv med hensyn til å fange blikket til småbarnsforeldre. Men førte dette til økt tilflytting?

4.2.3 Resultater av markedsføringskampanjen

Forventningen om resultat av kampanjen er ifølge strategiplanen 100 tilflyttere.

Prosjektansvarlig i Hardangerrådet har stor tiltro til at kampanjen har virket, og da helst gjennom at den har framskyndet flytting, eller har overbevist nølende hardinger om at det går an å flytte tilbake. Han mener å se – gjennom erfaring som innbygger i Hardanger – en økt tendens til at flere unge blir i regionen og at flere flytter tilbake. Vi har kanskje hatt flaks sier han, og ridd på en bølge av innvandring fra Europa – og samtidig har etableringen av Statens Kartverks tinglysingskontor i Ullensvang hatt en gunstig virkning på den måten at folk med høy utdanning ser mulighet for jobb i herredet. Men helst tror han det er summen av alt dette som teller; når folk ser at det skjer positive ting – da blir det ringvirkninger av det. Det kan være et poeng at det økte fokuset på tilflytting som er skapt gjennom Flytt til Hardanger, kan medvirke til at flere legge merke til folk faktisk flytter til Hardanger. Det kan igjen være med på å skape inntrykk vekst og velstand.

Vi ser i statistikken at fraflyttingen har avtatt og innflyttingen har økt, men om det har noen sammenheng med promoteringsarbeidet til Flytt til Hardanger, er nærmest umulig og dessuten lite hensiktsmessig å prøve å finne svar på. En stedspromoteringskampanje skal gjerne skape interesse for et sted, og skal man lete etter effekter så er det «økt interesse» heller enn «økt innflytting» som bør måles. Interessen ble målt gjennom at det ble registrert økning i antall treff i nettportalen i dagene etter de hadde nettannonse med link i Bergens Tidende og Aftenposten. Altså kan man si at kampanjen har virket, - men vi kan ikke dokumentere at de den har virket eller ikke virket på tilflyttingen.

Ingen av de tilflytterne vi snakket med hadde lagt merke til kampanjen. Men det betyr naturligvis ikke det samme som at den ikke har hatt noen virkning. En av våre informanter sier når hun blir vist tre bilder/postkort fra kampanjen at:

«Jeg har veldig sans for de ordene der: *lukka, tryggleik og friluft* – det er akkurat det jeg er ute etter. Jeg er helt sikker på at jeg ville ha latt merke til det dersom det hadde vært slike postere rundt om i Bergen. Og det ville ha virka på meg - det er jeg sikkert på. Jeg har jo hatt denne romantiske drømmen om å flytte på landet lenge».

Jeg forteller at jeg tror ikke det har vært noen postere, men reklame bakpå bussen. «De burde vært mye mer synlige i Bergen» fortsetter hun. «Kan ikke huske å ha sett de på karrieremesser eller noe slikt heller». Vi er enige med informanten i at Flytt til Hardanger har vært lite synlig for ikke-hardinger i Bergen.

Resultater av slike kampanjer er vanskelig å måle. Det hadde vært mulig å sende spørreskjema til alle tilflyttere som kom i perioden etter kampanjen, og spurt dem om de hadde lagt merke til kampanjen og i hvilken grad den hadde innvirkning på beslutningen om å flytte til Hardanger. Vi antar at en slik undersøkelse ville gitt lav svarprosent, og

vist veldig lav effekt på flyttebeslutningen. En indikasjon er at den omtalte AUDs undersøkelse (2011b) viste at bare sju prosent av flytterne hadde brukt www.flytttilhardanger.no. Spørreskjemametoden forutsetter dessuten en antakelse om at folk er seg bevisst alle sine inspirasjoner og påvirkninger, og at de også ønsker og kan gi uttrykk for det. Liksom mange liker å nekte for at de er blitt påvirket av reklame, liker mange helst å fortelle at de har tatt et selvstendig valg i forbindelse med flytting.

Markedsføringskampanje vil også bli igangsatt i fase to.

4.2.4 Hardangerlokkgruppa: Vekst gjennom kunst og kultur

Hardangerlokk begynte som Kvammalokk; altså Kvam kommunes satsing på kunst og kultur for å få folk til å flytte til kommunen. Bakgrunnen for satsingen var et behov for å tenke nytt da smelteverket i Ålvik ble lagt ned. Kreative næringer var i vinden, Ricard Floridas bok om den kreative klassen inspirerte mange til å satse på kunst og kultur og å få vekst i folketall, næringsvirksomhet, trivsel og positivt omdømme. Kvam inviterte kunstnere fra Norge og Nederland til å diskutere planer og muligheter for å få dem til å flytte til kommunen. De averterte blant annet etter kunstnere i nederlandske kunsttidsskrift, der det ble lokket med en gratis prøvehelg i Kvam: «Velkommen kunstnar! The community of Kvam is located in a beautiful spot on the Hardangerfjord. Lots of artists live here, but we'd like to have even more».



Figur 3.3 Kunstnarhuset Messen i Ålvik. Kilde: www.hardangerlokk.no

Allerede etter et halvår hadde åtte norske og utenlandske kunstnere flyttet til Kvam i forbindelse med denne satsningen. Suksessen gjorde at Kvammalokk ble utvidet til Hardangerlokk i 2009, og ble del av satsingen til Flytt til Hardanger. Dermed fikk prosjektet bedre økonomi. Et resultat av satsingen ble etablering av *Kunstnarhuset Messen*, et senter for samtidskunst der det er mulig for 10 kunstnere å ha atelier/verksted og husvære. Her er det mulig for 4-5 gjestekunstnere å leie seg inn gratis for 3 måneder, og det er samtidig arbeidsplass for 4-5 faste kunstnere i regionen. I følge sluttrapporten fra Flytt til Hardanger er det til sammen 26 kunstnere som har arbeidet og bodd ved senteret i prosjektperioden.

Hvorfor har en lyktes med å lokke kunstnere til regionen? Delprosjektleder for Hardangerlokk sier at det handler om at de ikke har hatt denne «kom og hjelp oss for alt går nedover her»-vinklingen – eller «kom til oss for her er det så fint». Snarere har de fokusert på hva kunstnere går glipp av hvis de ikke flytter til eller bor i Hardanger. Hardanger er attraktivt fordi regionen kan tilby et spennende kunstmiljø og billige og hensiktsmessige lokaler – det er derfor de skal komme til oss, forteller delprosjektlederen.

Det synes som om kunstnerne er enige i denne vurderingen. Flere av de nederlandske kunstnerne har kommet fordi vilkårene for kunstnere i Nederland er elendige (i følge dem selv). At det ble Norge og Hardanger var noe tilfeldig, ifølge et kunstnerpar fra Nederland:

«Amsterdam vart for trongt og paret var på jakt etter meir armslag, hadde tenkt på Italia, men ville heller søkje seg nordover – kanskje Sverige? – Vi er jo nordeuropearar, seier dei. Ei annonse i eit nederlandsk kunsttidsskrift vart avgjerande. Der stod det at kunstnarar var velkomne i Kvam. Kvifor ikkje, tenkte dei, og reiste nordover» (BT, 16.09.2010).

En kunstsmed fra Nederland som flyttet til Ullensvang sammen med sin familie sier til Hardanger Folkeblad (18.05.2011) at de i mange år ønsket oss til Skandinavia, og Norge var førstevalget – og er strålende fornøyd med at Hardangerlokk gjorde drømmen mulig.

Noen er imponert over statusen kunstnere har i Hardanger og er positivt overrasket over måten de er blitt tatt i mot på. De blir sett på som viktige for samfunnet – noe de ikke har vært vant til i hjemlandet. I artikkelen *The Norwegian Fairytale*¹⁰, skriver en av kunstnerne i Messen, Sjaak Langenberg, at: «...even more special was the fact that the compliments weren't coming from the local culture lovers, but from farmers, citizens and factory workers». Dette mener han har å gjøre med at kunstnere fra Hardanger spilte en viktig rolle i nasjonsbyggingen, og at stedet er såpass lite at alle må ta vare på hverandre. Det ville være kontraproduktivt for lokalsamfunnet å fortelle en kunstner at arbeidet hans er uten irrelevant, skriver han.

En annen kunstner gir en annen begrunnelse:

«... ja da det er et bra kunstmiljø her. Men det er det jo også andre steder ... Bergen har jo et større miljø for eksempel. Nei, grunnen til at mange kunstnere drar ut av byen er rett og slett at vi får billige lokaler her – det er det som virkelig teller».

Hardangerlokk lokker altså til seg kunstnere gjennom indirekte virkemidler som å stille flotte og billige lokaler til disposisjon, og legge til rette for at de skal ha et lokalt kunstmiljø. De har også tatt i bruk et direkte virkemiddel for å lokke: tre stipend på kr 50 000 til kunstnere som ville etablere seg i Hardanger. En forutsetning for å få stipend var at kunstneren bosatte seg i Hardanger for minst et år. Dette har helt konkret ført til at tre kunstnere flyttet til regionen i perioden – og det er rimelig sikkert at stipendet var en sterkt medvirkende årsak til at de gjorde det.

Lokkestipendet førte til en viss misnøye blant kunstnere som allerede var etablert i Hardanger. Hvorfor skulle ikke knappe kulturmidler brukes til beste for kunstnere som allerede bodde i Hardanger? Dette førte til at det også ble gitt tre mindre fordypningsstipend til «lokale» kunstnere, og det ble etablert en ordning med kunstnerleilighet i Berlin som Hardangerkunstnere kan leie i tre måneder samtidig som

¹⁰ Artikkelen «The Norwegian Fairytale» er publisert på nederlandsk i *BK-informatie magazine* i 2011. Den er oversatt til engelsk av Langenberg selv og er tilgjengelig på <http://www.sjaaklangenberg.nl/essays/essays.html>

de får stipend på 2500 pr måned for å kunne oppholde seg der. Med dette er vi inne på et problem vi har møtte flere ganger: Det kan oppleves som kontroversielt at det skal brukes «masse penger» på å få tilflyttere – mens de som allerede bor i regionen ikke blir verdsatt på samme måten. Vi tror ikke dette er en rådende oppfatning, men den er i alle fall tilstedeværende.

Leder av Harding Puls (Hardangers kunstforum) legger til at Hardangerlokk har hatt stor betydning for kunstnermiljøet i Hardanger. Antall medlemmer har økt og det skjer generelt mer på kunstarenaen. Hun kunne imidlertid ønske seg et større engasjement og involvering fra det lokale næringsliv. En del av forventingene til Hardangerlokk, inspirert av Floridas tanker og Berrefjords Hardangerscenario, var at flere kunstnere i Hardanger skulle gjøre regionen mer innovativ og det skulle igjen ha en positiv effekt på næringslivet.

En representant fra næringslivet, lederen i en av Hardangers største bedrifter, forteller at:

«Betydningen av kunst og kultur begynner så smått å nå oss. Riktignok mener vi at naturen er vårt viktigste kort når det gjelder å rekruttere kompetansearbeidskraft, men vi opplever at dette med kunst og kulturtilbud er viktig for partnerne til våre ansatte. Vi prøver derfor å støtte opp om det lokale kulturlivet så godt vi kan – for vi ønsker at de som jobber hos oss, og deres partnere, skal trives her».

Selv om dette kanskje representerer et unntak, kan vi ta det som et tegn på at noe er i ferd med å skje i samhandlingen mellom kunstmiljø og næringsliv.

Kvammalokk/Hardangerlokk kan dermed tas til inntekt for at det har skjedd noe kvalitativt med vilkårene for kunstnere i regionen, og kvantitativt er det liten tvil om at de har trukket til seg kunstnere som trolig ellers ikke ville ha kommet til regionen.

I likhet med Sogndal (som har satset på fjellentusiaster), har de satset på å nå en helt bestemt gruppe mennesker. Så er tilbudet skreddersydd og presentert på en måte som sier «du trenger oss» - snarere enn «vi trenger deg». Felles for mange av de tilflyttede kunstnerne er at det ikke var Hardanger *per se* som var trekkplasteret, men snarere kunstnermiljøet og Kunstnarhuset Messen.

Hvor mange som er kommet gjennom ordningen kan ikke delprosjektleder si sikkert – «flere av dem har jo produsert barn også» legger han til. I en artikkel 16.09.2010, navnga Bergens Tidende 10 kunstnere som hadde kommet til Hardanger som følge av satsningen. Flere har kommet siden. Til tross for denne åpenbare suksessen, er ikke ordningen med Hardangerlokk ført videre i prosjektets fase to – av økonomiske årsaker, ifølge prosjektansvarlig. Derimot er det født et nytt prosjekt «Hardanger 2014» som har til hensikt å etablere et profesjonelt samarbeidsorgan innenfor kultur- og festivalarrangement.

4.2.5 Placementgruppe: Livsstilsflyttere – Ja takk!

Flytt til Hardanger har hatt et samarbeid med Placement i perioden 2008-10, der målsettingen var å få 125 nye innbyggere. Før Flytt til Hardanger kom i gang hadde Eidfjord allerede et samarbeid på gang som de så virket: Eidfjord fikk 25 nederlendere utenfor avtalen med Hardanger (siden har halvparten flyttet ut igjen).

Ved inngangen til 2010 hadde 83 personer flyttet til Hardanger gjennom Placement (når tilflytterne til Eidfjord er trukket fra). Per dato antar prosjektledelsen at tallet er oppe i ca. 100. Det er med andre ord litt i underkant av hva målsettingen og avtalen med Placement var. Prosjektledelsen understreker at dersom de hadde hatt flere boliger, hadde de også fått flere immigranter. Videreflyttingen har hittil vært minimal så langt (bortsett fra i Eidfjord).

Prosjektlederen i Flytt til Hardanger understreker at samarbeidet med Placement var viktig på flere måter. For det første førte dette til raske resultater for prosjektet – noe som ga Flytt til Hardanger prosjektet legitimitet internt i regionen. Det ble tidlig klart for politikere, byråkrater og folk flest at Flytt til Hardanger hadde noe for seg – også de minste kommunene opplevde tilflytting og at de dermed fikk noe igjen for pengene. En bieffekt av Placement satsingen, sier prosjektleder, er at vi som jobber i Flytt til Hardanger ble bedre kjent med hverandre på tvers av kommunegrenser.

For det andre ga samarbeidet hurtig innsikt i rekrutteringsprosesser; hva som krevdes av formaliteter, boliger, jobbtilbud, informasjon og markedsføring osv. Man skjønnte raskt hvor viktig det var å ha ledige boliger og et godt mottaksapparat. Når man står overfor en såpass stor innvandring på kort tid representerte det et spark bak for å få satt i gang viktige prosesser. Det nyttet ikke med en «det ordner seg nok» holdning – det krevdes handling. For å få nok gode boliger, satt de i verk en rekke tiltak for å få folk til å pusse opp og så leie ut. Disse tiltakene omtales nedenunder.

Gjennom Placement fikk de også lære om kulturforskjeller mellom de tre mellom europeiske landene og Norge. Nederlendere er for eksempel ikke vant til å ta av seg på bena når de går inn til folk. De drikker aldri kaffe uten melk, de forventer svar på epost med en gang, osv. Det ble også gitt en del praktiske tips om hvordan man skulle ta imot mellom europeere når de kom på besøk - for eksempel aldri glemme at det er hele familier som er på flyttefot selv om det kanskje bare er mannen i familien som kommer på besøk.

Nettopp slike detaljer kan ha veldig stor betydning for hvilken kommune man velger. En nederlandsk mann forteller:

Jeg var på besøk i Hardanger for å undersøke om dette kunne være noe for min familie. Kommunekontakten spurte om jeg hadde barn og hva de hette. Da jeg kom tilbake et halvt år senere med hele familien for at de også skulle se området før vi tok endelig beslutning, så husket kommunekontakten navnet på alle mine tre barn! Vi ble rørt ned i hjerterota. Tenk å kunne bo i et samfunn der hver og en betyr noe... vi var solgt.

Flytt til Hardanger mener at Placement-samarbeidet ga dem en flying start på prosjektet. De var godt fornøyd med hvordan Placement intervjuet og silte kandidater for dem for å finne en god match, og understreker at de selv gjorde en god jobb med å finne hus og jobber, kartlegge hva som fins av kulturtilbud og liknende.

Fra Placement sin side trekkes Hardanger fram som et samarbeid som har fungert eksemplarisk. Det har med organiseringen å gjøre sier de; at det var en prosjektleder på heltid og dessuten en kontaktperson i hver kommune som har et lokalt nettverk som fungerte. Den gode organiseringen og tilretteleggingen er også noe immigrantene har merket. Her er et eksempel:

Vi hadde vært i Norge på ferie flere ganger tidligere og likte oss spesielt godt på Vestlandet. Vi hadde besøkt Hardanger, og likte oss godt der, men når det var snakk om sted å bo så ville vi helst til Sogn og Fjordane. Vi besøkte en kommune der, men der virket det ikke som noen ting var i orden. Da dro vi videre til Hardanger for vi hadde også avtale med ordførerne i Eidfjord og Ulvik som vi hadde møtt på messen i Nederland. Vi ble veldig godt tatt i mot begge steder – begge viste oss hvilke boliger det kunne være snakk om, de viste oss skoler som barna kunne gå på og alt annet de to stedene hadde å by på. Vi holdt en knapp på Eidfjord i utgangspunktet for der hadde vi vært før og sett hvor fint det er. Men det ble Ulvik, og kommer rett og slett av at de hadde videregående skole som vår sønn kunne begynne på – også er det nærmere Voss og Bergen enn Eidfjord. Alt falt på plass i Ulvik med bolig jobb og skole. Og vi følte oss heime med en gang – vi hadde ikke før flytta inn før naboen kom med eplesaft og vafler.

4.2.6 Næringslivsgruppa: Rekruttering av arbeidskraft

Denne gruppen har hatt som oppgave å øke rekrutteringen av kompetent arbeidskraft til regionen. I tråd med Flytt til Hardangers strategi om å bygge på kunnskap, fikk de i den forbindelse utarbeidet en analyse av næringslivets rekrutteringsbehov (Asplan Viak 2009). Videre har gruppen arrangert næringslivsdager, jobbet med merkevaren Hardanger, og engasjert en trainee gjennom Trainee Vest (i Bergen) for å høste erfaringer med denne ordningen. Mesteparten av ressursene er gått med til arbeid for å etablere Hardanger Næringsråd - en fellesarena for næringslivet i regionen. Dette lyktes de ikke med innenfor prosjektperioden, men arbeidet ble fulgt opp i etterkant og medvirket sterkt til at det ble etablert et slikt råd i 2011.

Gruppen har hatt et kontinuerlig fokus på å stimulere og hjelpe næringslivet til å lyse ut jobber slik at regionen får nye innbyggere og næringslivet får den arbeidskraften de trenger. Erfaringen er at det nytter å stresse dette budskapet. Etter en næringslivsdag som gruppen arrangerte, var det plutselig 122 stillinger utlyst i Hardanger, mot normalt 25-27. På spørsmål om dette resulterte i flere innflyttinger, sier prosjektleder at «det er svært vrient å skulla følgja bedriftene for å kontrollera resultatet». Det har hun

naturligvis rett i – det er ikke Flytt til Hardangers oppgave å fotfølge bedriftene – det ville nok ikke blitt akseptert. Vi har mange ganger i forskningsprosjektet, ikke bare i Hardanger, kommet opp i situasjoner der man opplever spørsmålet ”hvor mange tilflyttere” som problematisk. Det er fordi de – i likhet med oss forskere – opplever det som et umulig spørsmål å svare på. Jobben er å tilrettelegge for tilflytting; ikke å drive kontroll på enkeltpersoner og drive vareopptelling for å ha noe å skrive i sluttrapporten.

Et resultat av Flytt til Hardangers jobbing inn mot næringslivet, er at jobbannonseene ikke bare selger jobb, men også sted. Mange bedrifter viser til Flytt til Hardanger i jobbannonse. Historien til en ung mann er et eksempel på at dette kan virke (se boks).

Det mest direkte virkemidlet til næringslivsgruppa var et rekrutteringstreff i Bergen der utflytta hardinger i Bergen og deres kjærestes/venner møtte. På dette treffet stilte representanter fra alle kommunene og de 14 største bedriftene i regionen opp for å presentere det Hardanger har å by på. Det ble også avholdt basar – en velkjent aktivitet på tilstelninger i Hardanger – der ting og tang fra regionen ble loddet ut. Til sammen deltok 120-130 personer på treffet. Et slikt arrangement kan fungere som et sted for kopling mellom arbeidsgivere og potensielle arbeidstakere som ønsker seg tilbake til regionen. En antar at de fleste som deltar har en viss interesse av å flytte til Hardanger i utgangspunktet, og bedriftene kan oppleve at de på denne måten når en selektert gruppe på en relativt enkel og rimelig måte. En arbeidsgiver forteller:

«For å få ingeniører til å jobbe i Odda, må de nesten ha vokst opp her i området. Vi kan fort svi av kr 50 000 på en jobbannonse uten at vi får det vi er ute etter. Nå for tiden kvier vi oss dessuten for å annonsere fordi vi blir bombardert med henvendelser fra utlandet, - det tar rett og slett for mye tid å svare alle».

Denne bedriften innkalte tre av møtets deltakere til intervju, og en av dem fikk jobb og flyttet ”heim att”. Kanskje resulterte treffet i flere slike suksesshistorier, men det kjenner vi ikke til.

Hvorfor jeg flytta til Hardanger? Jo jeg hadde lyst til å komme meg ut av byen. Men det som gjorde at det ble Hardanger var en helt spesiell jobbannonse. Der sto det noe slikt som ”Hvorfor gå arbeidsledig i byen når du kan få fast jobb hos oss?” Nå var ikke jeg arbeidsledig, men jeg hadde alltid hatt veldig lyst til å bli journalist. Og du får ikke fast jobb som journalist i Bergen – ikke når du vil skrive nynorsk, ikke når du er ung, og ikke når du ikke har journalistutdanning!

Videre sto det – eller kanskje var det noe jeg leste mellom linjene: ”Du kan komme hit til oss for å prøve et år eller to, men jobben er fast, så du kan bli så lenge du vil”. Hæ! Kan du tenke deg – ikke nok med at de tilbyr fast jobb, men de innså altså at dette med å skulle flytte inn til Hardanger ”på livsvarig” kanskje kan virke litt virke litt i drøyeste laget.

Jeg fikk ordnet det slik med min gamle arbeidsgiver at jeg kunne komme tilbake dersom jeg ikke trives. Da falt jo alt på plass. Her var det bare å legge ut på eventyr. Og jeg har ikke angret en dag. Bare tre måneder etter jeg flyttet fikk jeg meg en kjæreste herifra – så jeg kommer garantert til å bli her lenge

4.2.7 Grunnskole- og fylkesgruppa: Skole og undervisningsaktiviteter.

Begge disse gruppene har jobbet med å involvere henholdsvis grunnskole og videregående skole i utviklingen av Hardanger. Grunntanken er at det gjennom praksisnær undervisning skulle formidles mer kunnskap om Hardanger i skolen, slik at barn og unge får bedre forståelse av regionens kvaliteter og dermed ser en framtid i regionen. Det er laget et undervisningsopplegg retta mot 5. og 6. trinn i grunnskolen, men det har vært vanskelig å få skolene med i prosessen. De videregående skolene i regionen jobber imidlertid med ungt entreprenørskap, og har i den forbindelse etablert et samarbeid med næringslivet. På høgskolenivå har Flytt til Hardanger inngått intensjonsavtale med Høgskolen i Bergen om å opprette en bachelorgrad i fjellføring der praksisfeltet er Hardanger. Det er i skrivende stund uklart om dette kommer til å bli realisert.

Det skolerelaterte arbeidet ble ikke videreført i fase to, men drives videre utenfor Flytt til Hardangers regi med de kommuner og skoler som ønsket å være med.

4.2.8 Kommunegruppa: Vertskapsfunksjonen

Kommunegruppa har etablert en ordning med tilflyttingsverter i hver kommune. Det vil si at i hver av de sju kommunene/herredene har en person ansvaret for å ta seg av spørsmål knyttet til innflytting og bistå Flytt til Hardanger med å rekruttere nye innbyggere. I fase to er det avsatt 40 % stillingsressurs i hver av kommunene til å jobbe med dette (i fase en varierte ressursen fra kommune til kommune). Faste oppgaver er å holde oversikt over flytterne, sørge for at utflyttere får postkort og innflyttere får velkomstpakke, og holde seg orientert om boliger, jobber og andre ting som kan være av interesse for nye innbyggere.

En spørreundersøkelse viser at en firedel av alle innflytterne hadde fått hjelp av kommunen i forbindelse med flyttingen (AUD 2011b). For det meste dreide det seg om språkkurs og boligspørsmål. Arbeidsgiverne (som også ofte er kommunen) var like hyppig nevnt som "hjelper" i forbindelse med flytting. Hvordan disse tallene ville sett ut uten Flytt til Hardanger kan vi ikke vite. Vi har imidlertid grunn til å tro at Flytt-til-Hardanger-tiltaket har økt kvaliteten på den hjelpen de har mottatt.

Selv om Flytt til Hardanger er et regionalt tiltak, erkjennes det at det at tilflytting skjer i en kommune. Det hadde vært umulig for Flytt til Hardanger sentralt å yte den samme servicen overfor tilflyttere som det kommunevertene gjør. Det handler blant annet om å ha lokalkunnskap om hva stedet kan tilby av turmuligheter, hvor bor småbarnsfamiliene, boliger, jobber, tjenester, hvilke støtteordninger man har osv. Regionideen er imidlertid ikke forlatt. For at kommunevertene skal kunne tenke regionalt i sitt arbeid, treffes alle vertene om lag en gang pr måned for å kurses i vertskapsrollen og regionkunnskap, og for å utveksle erfaringer. Slik blir de kjent både med hverandre og med regionen de bor i. Dette er viktig i forhold til å kunne ta i bruk hele regionen i tilflyttingsarbeidet. Tanken er at dersom en kar med bakgrunn som industriarbeider ønsker å flytte til Ulvik, men er usikker på jobbmulighetene der, skal kommuneverten i Ulvik foreslå å sette vedkommende i kontakt med Kvam eller Odda fordi disse kommunene har mange

industribedrifter. Kommunevertene selv setter stor pris på disse møtene fordi de treffer andre som jobber med det samme som dem; det blir et utvidet fagmiljø.

Mottoet til Flytt til Hardanger er *Ja, det ordnar me!* I det ligger et ønske om å være serviceorientert. Men det kan gå for langt. «Me hadde eit døme på at ein kommunevert har vore ute for å skifta lyspære for ein nederlendar», forteller prosjektleder. Som resultat av dette har kommunene i fellesskap utarbeidet en serviceerklæring der det framgår hva som inngår i rollen som kommunevert slik at både tilflytter og vert skal vite hva som kan forventes. Nå settes også denne på prøve. Kommunekontaktene rapporterer om mange henvendelser fra utlendinger som ønsker å komme til Norge for å bo og arbeide. Det virker som de har sendt eposter til absolutt alle kommuner i Norge, - for de er ganske generelle i formen, fortelles det. Kommunevertene har ikke sjans til å lage individuelle svar og oppfølginger på dette.

Fraflytta hardinger i den rette aldersgruppa er en gruppe Flytt til Hardanger gjerne bruker ressurser på. Disse får en-to ganger i året brev eller postkort fra sin hjemkommune. Det arrangeres treff for dem, og det har vært gjennomført en spørreundersøkelse for å undersøke hva som skal til for å få dem tilbake (AUD 2008). Siden Flytt til Hardanger av personvern hensyn ikke kunne gi oss kontaktinformasjon om fraflyttede, har ikke vi lyktes i å komme i kontakt med dem. Derfor har vi heller ikke kunnet spørre dem om hvilke effekter disse tiltakene har hatt på deres ønske eller beslutning om tilbakeflytting.

4.3 Fase 2: «Attraktive bukommunar»

I fase 1 satset Flytt til Hardanger bredt med aktiviteter rettet mot nederlendere, potensielle tilbakeflyttere og innbyggere i regionen. I fase to er fokus noe snevrere. Blant annet er åtte arbeidsgrupper redusert til fire: kommunegruppe, markedsføringsgruppe, bustadgruppe og språkopplæringsgruppe. Disse gruppene skal:

- sørge for at regionen har et variert og tilstrekkelig tilbud av boliger, samt norskkurs på relevant nivå.
- fortsette informasjons- og involveringsarbeidet gjennom bl.a. å drifte hjemmesidene, bruke media og arrangere temasamlinger.
- Markedsføre regionen eksternt og rekruttere nye utflytta hardinger og utlendinger i aldersfasen 25–45 år.

Den tematiske innsnevring i forhold til første fase har ikke bare med reduserte driftsmidler å gjøre; en har også lært at det er verdt å jobbe med interne forhold i regionen før en går til det skritt å aktivt hente inn folk utenfra. Det er derfor lagt stor vekt på å drive samfunnsutvikling med regionen heller enn kommunene som fokus.

Aller viktigst i fase 2, i alle fall hittil, er arbeidet med boligmarkedet. Prosjektleder gir uttrykk for at hun ble overrasket over at boligmarkedet representerte en såpass stor flaskehals som det gjorde, og har derfor økt innsatsen på dette området. Dette er en erfaring hun deler med Vest-Telemark, og en rekke andre distriktskommuner. Inntil de siste årene har det vært lite oppmerksomhet rundt boligproblemene i distriktene. KRD sin

treårige satsning «Bustadetablering i distrikta» er etablert på bakgrunn av økt fokus på disse problemene, og vi har grunn til å tro at de som har drevet med tilflyttingsarbeid har vært pådrivere for å få denne satsingen på plass (fra 25.4.2012, se også Nygård et al 2010).

Placement-satsinga gjorde boligutfordringen tydelig, - der så en nokså tydelig at det var tilgangen på boliger som styrte om, og hvor, immigrantene slo seg ned (i motsetning til tilbakeflyttere som ofte vet nøyaktig hvor de vil bo). I den forbindelse ble det iverksatt tiltak for å øke antall utleieboliger. Kommunene ga inntil kr 200.000 i rentefrie lån (der 50.000 er stipend) til de som ville pusse opp ferieboligene sine (eller andre tomme hus, kårboliger, kjellerleiligheter etc.) til en standard som kunne egne seg for utleie. Lånet skal være tilbakebetalt innen sju år og huseieren forplikter seg til å leie ut i fem år. Denne ordningen var etter det vi forstår særdeles effektiv og som en del annen støtte ødelegger de ikke markedet eller fører til prisøkning. Til Bergens Tidende (30.01.2008) forteller en dame at hun *"...melde interesse for Eidfjord kommune si pengehjelp til reparasjon av hus. To timar seinare sto ein hollendar i hagen."*

Kommunene i Hardanger benytter Husbankens ordninger aktivt. Noen har hatt oppussingstilskudd for å få flere utleieenheter på markedet, og noen gir tilskudd til kommunale tomter. Sistnevnte ordning er noe kontroversiell fordi en på den ene siden ikke ønsker «å selge seg på billigsalg», mens på den andre siden ser en at dette er et virkemiddel som hjelper unge å ta beslutningen om å bygge eget hus.

Billige boliger trekkes fram av alle tilflyttere vi har snakket med som en særdeles viktig fordel med å bo i Hardanger. Det gjelder særlig unge enslige som ikke har råd til å bo på noe større enn en hybel i byen (Bergen). Det er et tankekors, når en vet hvor mye dette betyr for unge enslige, at Flytt til Hardanger og mange andre tilsvarende program, ikke i større grad har rettet seg mot denne gruppen. De tenker kanskje i litt for stor grad at tilflytterne skal være (tilbakeflyttende) småbarnsfamilier.

Ordningen med lån og tilskudd kan også være det som til slutt avgjør hvilken vei vektskåla tipper når partene i et hushold kommer fra to ulike steder. Dette forteller en unge kvinne i Eidfjord:

Eg kjem eigentleg frå ein annan hardangerkommune, men eg flytta hit til Eidfjord fordi sambuaren min er veldigheimkjær. Og så hjelpte det jo godt då, at me fekk kommunalt tilskot til å byggje hus her – då var det liksom ikkje tvil. Eg ville kanskje helst budd i [...], men der hadde det vore vanskelegare for oss å få hus.

Men prisen er ikke det eneste viktige ved en bolig. Ofte har det vært spørsmål om det i det hele tatt er noe som går an å flytte inn i uten å måtte investere i et storstilt renoveringsprosjekt eller nybygg. Mange har en drøm om småbruk, og andre har forventning om at en kan få stort hus med enda større hage, fjordutsikt osv. når de flytter ut av byen. De ønsker ikke å bo i et boligfelt på skyggesida av fjorden. For noen er boformen det aller viktigste ved å bo på landet. Som dette paret fra Oslo forteller:

Nei for oss er svaret helt enkelt. Vi flytta hit fordi vi fikk kjøpe dette småbruket. Vi hadde vært på leiting etter småbruk i 6-7 år, særlig i Telemark, og vi bodde lenge midlertidig på småbruk i Sogn og Fjordane. Vi fant dette på nettet, kjøpte det og så fikk vi en bratt læringskurve på epleaftproduksjon på kjøpet, kan du si.

Flytt til Hardanger har ingen spesiell satsing på småbruk, men i forbindelse med fase 2 er det gjennomført en analyse av boligmarkedet i Hardanger der boligsituasjonen i hver enkelt kommune ble gjennomgått (Nygård 2012). Nå jobber Flytt til Hardanger med å utarbeide boligplan på lokalt og regionalt nivå sammen med kommunene, Husbanken, Hordaland Fylkeskommune og Fylkesmannen i Hordaland. Det synes å være enighet om at mangel på boliger og gode tomter er den største flaskehalsen for vekst i Hardanger.

4.4 Oppsummering: Ble det flere tilflyttere av Flytt Til Hardanger?

Som vist i kapittel 3 har antall innbyggere økt i Hardanger i prosjektperioden. Veksten kommer hovedsakelig av økt innvandring og redusert fraflytting – en utvikling de deler med andre distriktsområder, og som derfor er vanskelig å tilskrive prosjektet alene. Likevel er det ikke tvil om at enkelte av tiltakene innenfor Flytt til Hardanger *direkte* har bidratt til økt innflytting. Det største og mest åpenbare eksemplet er personer formidlet gjennom Placement. På to år kom 84 personer til Hardanger. Dette er tall vi har fått bekreftet både av Placement og av Flytt til Hardanger. Dette er et tall prosjektledelsen tror kunne vært høyere dersom det hadde vært flere boliger tilgjengelig på markedet. Det synes å være en utbredt oppfatning at mellomeuropeere flytter fort ut igjen. Antakelig har det å gjøre med at halvparten av de som flyttet til Eidfjord flyttet videre etter kort stund. Andelen videreflyttere er lavere for resten av Hardanger, og uansett er andelen lavere enn for innflyttede nordmenn (men dette kan naturligvis endres etter hvert som botiden i Hardanger øker).

En annen utbredt oppfatning synes å være at det er Placement-satsningen som utgjør mesteparten av innflyttingen fra utlandet. Det er det ikke. I samme toårsperiode kom til sammen 520 innflyttere fra utlandet til Hardanger. Likevel: Placement-satsningen har gitt et solid bidrag til folketallet, og kan sies å være en direkte følge av Flytt til Hardanger.

Det andre åpenbare eksemplet er kunstnere som er lokket til regionen gjennom Hardangerlokk. Selv om noen av disse nok ville ha etablert seg i Hardanger uten dette spesifikke tiltaket, er det sannsynlig at delprosjektet har hatt direkte bosettingseffekt. Nøyaktig hvor mange som har bosatt seg i Hardanger helt eller delvis som følge av satsingen er uklart. Vi har fått navngitt 10 personer, og har snakket med et par av dem. I likhet med Placementsatsningen, er satsningen på kunstnere en spisset satsing på en bestemt målgruppe. Virkemidlene er dermed mer skreddersydd enn for de øvrige tiltakene under Flytt-til-Hardanger-paraplyen. Her er stipend, billig bolig og atelier, samt mulighet for å leie atelier i Berlin – alt sammen av stor betydning for kunstnere. Disse virkemidlene kan imidlertid ikke tas i bruk hvor som helst. Hardangerlokk tok

utgangspunkt i et eksisterende kunstmiljø og hadde dessuten en verdifull ressurs i form av en egnet og attraktiv bygning (Kunstnarhuset Messen).

Det tredje tilfellet hvor vi kan etablere en mulig direkte sammenheng mellom tiltak og tilflytting er Hardangertreffet i Bergen. Vi fant ett eksempel på at en person ble rekruttert "heim att". Kanskje kan det være snakk om flere. Slike treff kan fungere som et møtested med et potensial for god match mellom arbeidsgiver og arbeidstaker. For arbeidsgivere kan dette være en enkel og billig rekrutteringsmåte så lenge det er Flytt til Hardanger som står for arrangementet. Likevel må vi stille spørsmål om dette er en effektiv måte å rekruttere på, f.eks. sammenliknet med ordinære karrieremesser som når et bredere publikum enn utflytta hardinger. Vårt inntrykk er at slike treff først og fremst er hyggelige sammenkomster for de som deltar. I motsetning til karrieremesser er deltakerne sjelden på jobb jakt. Men som vi kommer inn på i neste kapittel, kan slike treff også ha som funksjon at tilflyttingsapparatet kommer i dialog med deltakerne og på den måten får økt kunnskap om målgruppen.

Vi har også sett at tilgang på bolig er av betydning for tilflytting. Det viste seg spesielt i forbindelse med Placementsatsingen i starten av prosjektet som førte til at de måtte sette i gang strakstiltak for å få flere hus på markedet. Det lyktes de i stor grad med. Vi har også sett eksempel på at det å subsidiere tomt og nybygg gjøre det mindre risikabelt for unge par å etablere seg på små steder. I dette tilfellet dreide det seg om en intern rokkering i regionen; der dette virkemidlet førte til bosetting i Eidfjord framfor en annen Hardangerkommune. Det arbeidet som er på gang med å forbedre boligmarkedet, synes være en velbegrunnet strategi for å øke folketallet.

De andre tiltakene i Flytt til Hardanger er av mer *indirekte* og langsiktig karakter, og derfor er det også vanskelig å dokumentere tilflyttingseffekter av dem. Det dreier seg for den første om tiltak som har som funksjon at de skal inspirere folk til å flytte, som for eksempel promoteringskampanjer. For det andre dreier det seg om diverse regioninterne tiltak som å få i stand et næringsforum, undervisningsopplegg i skolen, tiltak i kommuneorganisasjonen for å få til bedre samordning på plass og mange informasjons og medieframstøt regionalt. Mye av det interne arbeidet har dreid seg om å styrke den regionale identiteten blant regionens befolkning, men kanskje har mest innsats vært rettet mot å integrere en regional tankegang i kommunens ordinære virksomhet. Vi har grunn til å tro at «ja, det ordnar me» som grunnholdning er av betydning for rekrutteringen – ikke minst for å rekruttere arbeidskraft til kommuneorganisasjonene selv (se boks). Det er blitt mer helhetlig tenking rundt spørsmål knyttet til bosetting; dvs. opplysninger om språkopplæring, bolig, jobbmuligheter, kultur og servicefunksjoner kan nå fås gjennom en kommunevert heller enn via flere etater. Det er også mer samhandling på tvers av kommunegrenser.

Ja, det ordar me!

Ikke så lenge etter at jeg begynte å søke meg ut av Bergen, fikk jeg tilbud om jobb i Norby. Jeg var fast bestemt på å flytte –for det var en skikkelig drømmejobb for en med min utdanning. Alt så ut til å falle på plass - helt til jeg fikk brev fra kommunen om at de ikke kunne behandle søknaden om barnehageplass fordi det ikke var opptak før etter sommerferien. Da falt min verden sammen, jeg kunne ikke tro at gikk an i dagens Norge å bli hindret i yrkesdeltakelse på grunn mangel på barnehageplass.

Midt oppi denne frustrasjonen fikk jeg tilbud om å komme på jobbintervju i Hardanger. Jeg hadde helt glemt at jeg hadde søkt jobb der - for jeg trodde ikke jeg hadde noen sjans siden de etterspurte en annen type utdanning enn den jeg har. Jeg svarte at jeg gjerne ville komme på intervju, men det måtte skje fort siden jeg måtte gi en tilbakemelding på jobben i Norby.

Jo, det skulle de ordne, sa de – og så heiv de seg rundt, og fikk intervjuet meg midt i feiren! Her var det tydelig at de var interesert i meg. Og de hadde forberedt seg godt; de sa de riktige tingene: «din utdannelse er ikke egentlig knytta til jobben, men vi tror du kan gjøre jobben likevel. Dessuten vil vi alltid ha bruk for folk med din kompetanse i vår virksomhet». Og så fristet de meg med ting de viste jeg var interessert i: «Du veit, me har jo fine isbrear her og... det er alltid rom for å gjera noko anna». Intervjuteamet delte også sine egne erfaringer med å jobbe på et lite sted med meg. Man får alltid strekt kompetansen sin til det ytterste, sa de. Siden det er færre å spille på, så må man som arbeidsgiver våge å gi folk muligheter. Dette var gull i mine ører - de fikk meg til å føle meg betydningsfull.

Likevel var det barnehageplassen som ble helt avgjørende for at jeg tok i mot jobben og flyttet til Hardanger. På intervjuet sa jeg at jeg var helt avhengig av å få barnehageplass. De ga meg telefonnummer til bestyreren i barnehagen, og jeg sendte en sms samme kveld. Jeg ventet ikke svar med en gang, men umiddelbart etterpå tikket det inn en tekst som sa: «Ja, det skal vi ordne og velkommen skal de være. Bare si fra når dere vil begynne».

5 Bygdelivsmekleren i Vest-Telemark

I denne casen er hovedstrategien knyttet til å rekruttere livsstilstilflyttere til en region. Basert på analyser av regionale fortrinn; som mulighet for en landlig levemåte på småbruk, og flaskehalser; som mangel på arbeidsplasser, ønsket en å rekruttere folk som kunne etablere arbeidsplasser og som samtidig ønsket en rural livsform.

Virkemidlene for å oppnå dette var å få til en kopling mellom bygder og tilflyttere som passer disse beskrivelsene. Bygdelivsmekleren er operasjonaliseringen av dette.

Tiltakene har i stor grad bestått i å fylle en felles vertskapstjeneste mellom kommunene i samarbeidet – en førstelinjetjeneste, og å dele lokalkunnskap fra bygdene med målgruppen, gjøre regionen kjent gjennom markedsføring i media, profileringsarbeid på treff, messer og bygdelivsvisninger (som er et verktøy adoptert fra eiendomsmeklere).

Dette har i en viss grad bestått i å selge en rural idyll. Visningene må sies å være vellykket i den forstand at de direkte satte fart på noen flytteprosesser, mens treff er et

mye mer indirekte og langsiktig tiltak. Prøveboligen i Øyfjell¹¹, som startet uavhengig av bygdelivsmegleren, er et tiltak som tilrettelegger for utforskning av den rurale livsformen og har tiltrukket seg oppmerksomhet og tilflyttere med barn. I begynnelsen var det også virkemidler knyttet til å etablere næringsvirksomhet, men dette ble skilt ut fra bygdelivsmekleren rolle og ivaretatt av næringssselskapet.

I fase 2, kalt «Bulyst - gje det vidare», fokuseres det mer på å skape trivsel enn å tilby tjenester, og en er opptatt av å ikke overselge hva tilflyttere kan få fra kommunene. Man ønsker å involvere lokalbefolkningen mer for å få boliger og stillinger på markedet, og for å få dem til å fortelle om sine egne erfaringer til aktuelle tilflyttere – altså gi den gode historien om regionen videre. I disse tiltakene inngår det å formidle troverdige historier som gjør at forventningene til bolig og rural livsform blir realistiske. Andre tiltak som mandagsmiddagene, har mindre vekt på tilflytting, og mer på trivsel, som igjen også kan bidra til bedre sosial integrering og bolyst. Læringspotensialet i denne casen er i stor grad den læringen prosjektet selv har vært gjennom. Fokus er dreiet bort fra en utadrettet virksomhet for å skaffe livsstiltilflyttere med en lengsel etter det tradisjonelle landliv, til nå å være mer rettet mot å fortelle de unge som bor i regionen at regionen gir muligheter for et interessant arbeidsliv og en moderne livsform for voksne. Overgangen fra tilflytting til trivsel og bolyst er en lærdom som deles av flere prosjekt.

5.1 Bakgrunn for satsingen

Ønsket om å stoppe nedgangen i folketallet har vært på den politiske dagsordenen i Vest-Telemark i lang tid, men det var ikke før i 2006 at det ble aktuelt å ta et felles regionalt løft for å bedre situasjonen. Det var ordførerne i regionrådet som tok initiativet til dette. Bakgrunnen var en erkjennelse av at de tiltakene som var blitt iverksatt i de enkelte kommuner ikke var tilstrekkelige, og at det var nødvendig å promotere Vest-Telemark som en region med felles bo- og arbeidsmarked, i stedet for spredte tiltak i hver enkelt kommune. Man var inspirert av rapporter og foredrag fra Telemarksforskning som omhandlet regionens utviklingstrekk, og av Henry Mælands *Småbruksprosjekt* som hadde fått 75 familier til å flytte til Telemark (Mæland 2005). Mælands arbeid synliggjorde potensialet for tilflytting til småbruk i regionen og viste at det var nødvendig å gjøre en jobb for å kople ledige småbruk og tilflyttere som ønsket en slik boform. Regionrådet ønsket imidlertid å utvide oppgaven, og kople «ledige» bygder med potensielle tilflyttere. Slik ble ideen om en bygdelivsmekler til. De la denne oppgaven til Vest-Telemark Næringsutvikling (VTNU) som allerede var godt etablert og hadde som oppgave å drive regional utvikling. Henry Mæland var leder for VTNU på denne tiden.

¹¹ Ideen til Prøvebustaden kom fra Øyfjell Utvikling/Øyfjell City prosjektet.
<http://www.vest-telemark.no/Aktoer/OEyfjell/Arkiv/Provebustaden-historikk2> lastet ned 31.5.13

Bygdelivsmekleren skal opptre omtrent som en eiendomsmegler; men hun skal formidle bygdeliv og ikke bare hus. Mekleren skal finne potensielle kunder/tilflyttere, tilrettelegge for og arrangere visning av bygder, og være brobygger mellom tilflyttere og bygder.

Om en ser bort fra småbruksprosjektet, hadde det ikke vært regionale satsninger for å øke tilflyttingen til regionen. Det hadde derimot vært en del lokale tiltak; særlig av typen "flytt-heimatt". Det har også pågått lokale prosjekt parallelt med Bygdelivsmekleren, så som "Øyfjell City" og Placementsamarbeid i Fyresdal. I tillegg har det vært bygdeutviklingsprosjekt som "Lårdal Liv Laga" og "Liv-i-Vinje" som begge har fellestrekk med arbeidet til bygdelivsmekleren. Bygdelivsmekleren har hatt to prosjekt som vi skal presentere nedenfor: "Vi snur vinden – flere folk til Vest-Telemark" og "Bulyst – gje det vidare".

5.2 "Vi snur vinden – flere folk til Vest-Telemark»

Det første prosjektet til bygdelivsmekleren ble kalt *Vi snur vinden – flere folk til Vest-Telemark*, og gikk fra april 2007 til april 2010. Prosjektet hadde utspring i Vest-Telemark Rådet sin strategiske næringsplan, og var drifta av Vest-Telemark Næringsutvikling. Det treårige prosjektet var finansiert av fylkeskommunen, Landbruks- og matdepartementet og et fellesfond for kommunene i regionen. Prosjektet har hatt tre prosjektledere - eller bygdelivsmeklere - i perioden.

5.2.1 Mål og måloppnåelse

Prosjektet hadde som mål å skaffe 50 nye familier til regionen i løpet av tre år, og medvirke til at det ble opprettet 15 nye virksomheter.

I sluttrapporten skriver prosjektlederne at 25 familier flyttet til Vest-Telemark i treårsperioden med hjelp fra prosjektet, og at det er etablert to bedrifter. I tillegg har prosjektet også gitt hjelp til praktisk etablering (det å finne jobb, bolig, m.m.) til 15 andre familier som allerede var flyttet til Vest-Telemark. Videre nevnes det at det er for tidlig å oppsummere resultatene ved prosjektavslutningen, fordi flytting tar tid og de har en liste med 300 personer som har vist interesse for å flytte til Telemark som de vil fortsette å bearbeide.

Prosjektleder sier dette på spørsmål om resultater av satsingen:

Vi erfarte at det var fryktelig vanskelig å rubisere familier som hadde flyttet. Først og fremst fordi en flytteprosess er så sammensatt - ikke lett å si akkurat hva som gjorde at man flyttet. Derneft fordi det ble en umulig og litt klein oppgave å holde styr på hvem som flyttet hit og dit. Jeg følte det ble feil å ringe rundt til folk for å få lov til å skrive dem opp på lista vår, da ble de på en måte bare et tall. Dette dreier seg ikke om varer, men om mennesker.

Denne prosjektlederen er ikke alene om å mislike tellekanter. Dette er en oppfatning vi har møtt i alle casene vi har studert. Vi blir vennlig minnet om at flyttere ikke er varer som kan telles opp. En følge av dette (og det faktum at prosjektleder hadde sluttet i jobben for flere år siden), er at det har vært vanskelig for oss å få tak i aktuelle personer å intervju. Gjennom mediesøk fant vi imidlertid ca. 10 personer (barn unntatt) som

oppgir å ha flyttet etter å ha vært i kontakt med bygdelivsmekleren. Noen av disse har vi snakket med, men de fleste syntes de hadde sagt sitt om saken til lokalavisa og syntes det fikk holde med den oppmerksomheten de hadde fått der.

5.2.2 Målgrupper

Prosjektet hadde to målgrupper. Først og fremst var det familier som vil flytte på grunn av at de ønsker en livsstilsendring; de måtte gjerne ønske å bo på småbruk og skape sin egen arbeidsplass. Målgruppen ble på den ene siden definert ut fra en problemforståelse at Vest-Telemark ikke har så mange jobber å lokke folk med, men derimot mange småbruk og muligheter for en alternativ livsstil. Og på den andre siden var det nettopp dette VNTU hadde kompetanse på. For det første hadde de opparbeidet kunnskap om målgruppen gjennom *småbrukprosjektet* (Mæland 2005), og for det andre er en av VTNUs hovedoppgaver å tilrettelegge for etablering av arbeidsplasser.

Den andre målgruppa var personer som har flyttet til Vest-Telemark det siste året. Tanken var at det første året er en sårbar fase der mange teller på knappene om de skal bli eller flytte videre.

I intervju med Distriktssenteret, gir prosjektlederen nærmere beskrivelse av hvem som står øverst på ønskelista:

Det er ikkje slik at me ynskjer oss tilflyttarar for ein kvar pris. Me ser gjerne at dei som kjem er motiverte for å flytte hit, og aller helst for å bli varige innbyggjarar. Me ynskjer oss tilflyttarar som har vorte litt "småforelska" i oss. Dei flyttar ikkje berre frå noko, men dei har eit medvite forhold om kva dei flyttar til (<http://www.distriktssenteret.no>).

5.2.3 Bygdelivsmekleren som førstelinjetjeneste for tilflyttere

Bygdelivsmekleren har gjennom begge prosjektene (Vi snur vinden og Bulyst – gje det vidare) vært en førstelinjetjeneste som potensielle tilflyttere og nylig tilflyttede kan henvende seg til for råd og praktisk hjelp. Bygdelivsmekleren kan i slike tilfeller ta "kundene" med på omvisning i egen bil, eller gi råd om hvor de burde dra og hvem de burde kontakte o.l. Og det nytter, noe en innflytter konstaterer overfor til Vest-Telemark Blad (04/09-2008):

"-Det er bygdelivsmekleren me har vore i kontakt med. Etter å ha lest i avisene om rolla hennar, tok me kontakt og fortalde kva me ynskje. Ho sette oss då i kontakt med den som me no har kjøpt småbruket av. Ho har tydelegvis god kjennskap til kva marknaden har å by på".

Flytterens utsagn vitner om at kvaliteten på bygdemeglerens arbeid kan være personavhengig. Da vi ringte nåværende bygdelivsmegler, den tredje i rekken, fortalte hun at hun som relativt nyinnflyttet ikke har det nettverket og den lokalkunnskap som forgjengerne hadde, og som hun mener er nødvendig for å gjøre en god jobb. Ideelt sett bør en bygdemegler ha det man i faglitteratur omtaler som *tacit knowledge*; hun bør ha et stort nettverk, og til en hver tid vite om potensielt ledige boliger, jobber, tuområder, tomter og grunneiere, fritidsaktiviteter osv. – og ikke minst vite hvordan hun kan trekke

på disse ressursene. Et såpass stort område som Vest-Telemark blir gjerne for mye for en person å holde oversikt over. I tillegg til at det er en kommunekontakt i alle seks kommuner, er det ambisjoner om å få på plass grendekontakter slik at det blir et større team å spille på.

Kommunevertene i Vest-Telemark er ressurspersoner Bygdelivsmekleren kan trekke på i sitt arbeid, men ordningen har ikke samme forankring i kommuneorganisasjonen som i Flytt-til-Hardanger. I Hardanger er rådmennene med i Flytt-til-Hardangers styringsgruppe, noe som gir prosjektet direkte makt til å pålegge oppgaver til funksjonærer i kommunen.

5.2.4 Stor satsing på ekstern profilering i starten

Vi snur vinden var et prosjekt som satset stort på ekstern profilering; de ville ut å hente inn folk. De var overbevist om at det nyttet å få folk til å flytte til Vest-Telemark dersom de bare fikk øynene opp for hvor godt det er å bo der. På den bakgrunn ble det satt i verk bygdevisninger i Vest-Telemark og vest-tele-treff i Oslo. De har også profilert seg på stand på Dyrsku'n, på festivaler og yrkesmesser o.l. Et nettsted www.direktelykke.no ble åpnet, men er nå nedlagt siden prosjektet er over. (Nå kan man i stedet klikke seg inn på www.vest-telemark.no for å få flytterelevant informasjon og inspirasjon). I tillegg har det vært utallige oppslag i nasjonale og lokale media.

5.2.5 Bygdelivsmekleren arrangerte tre bygdevisninger

En januardag i 2008 kunne Dagbladets lesere finne en annonse som viste en laftet tømmerhytte omgitt av bjørketrær ved et glitrende fjellvann. Annonsen hadde følgende melding:

Vi vil gjerne få invitere dykk til å vere våre gjester i Vest-Telemark regionen i to heile dagar. Kva med å puste inn frisk fjelluft frå foten av Hardangervidda? Nyte tradisjonell matkunst? Og treffe mange av dei flotte menneska som lever her?

Annonsen var også å finne i lokalaviser i Telemark. Konseptet var å invitere potensielle tilflyttere til Vest-Telemark og presentere dem for skoler, barnehager, næringsbedrifter og kommuner. De skulle få treffe "vanlige folk" og danne seg et bilde av hvordan det er å bo i området. De ble kjørt rundt til aktuelle steder, og fikk med seg kulturinnslag og tradisjonsrik mat i rosemalte stuer.

Tretti personer meldte sin interesse, men bare fire ble med på visningen. Tre av de fire flyttet til Vest-Telemark kort tid etter. Ved andre visning flytta to av fire familier, og på tredje visning var den ene familien på leit etter småbruk da sluttrapporten ble skrevet. «Bygdevisninger ble kanskje litt for klamt for noen, men nettopp det at de var så få var nok samtidig nøkkelen til suksess», tror prosjektleder. På visningen fikk alle nær og tett oppfølging - noe som ikke hadde vært mulig derom 20-30 familier hadde vært på visning. «Jeg føler nesten vi er blitt en familie» forteller en kvinne til Dagbladet, som dekket den første visningen (Dagbladet 26.04.08). Kvinnen, hennes mann og tre barn flyttet senere til Nissedal. I intervju i lokalavisa forteller de at de aldri hadde kommet dit om det ikke hadde vært for bygdevisningsprosjektet.

En annen kvinne forteller til Nationen (31.07.08) at hun og hennes to døtre flyttet fra Skedsmo (opprinnelig fra Troms) til Vinje som følge av visningen. De ønsket seg til landsbygda med fjell og vann alle sammen *"Jeg søkte aktivt både på nettet og i aviser, og overalt dukket Vinje opp. Da vi blei invitert til visning var vi ikke vanskelige å be. Og da vi så hva området har å tilby, var vi ikke seine om å bestemme oss"*. Hun flyttet senere inn ved siden av Prøvestaden i Øyfjell. Videre forteller at hun vurderte sterkt å flytte til Trysil før hun fikk invitasjon til å være med på bygdevisning. Det var altså bygdevisningen som var utslagsgivende i dette tilfellet.

Også etter visningen i 2009 kan Telemarksavisa (2009-10-31) fortelle om et lykkelig resultat. To jurister og deres to barn flytta fra Oslo og har slått seg ned på småbruk i Nissedal etter å ha vært på bygdevisning. De var på leting etter rolig omgivelser, et småbruk nær naturen med god tumleplass for store og små. *"Det var vel den klassiske greia med nye behov med småbarn i heimen og ønske om kortare avstand til eitt av besteforeldre"*, forteller de. Først hadde de prøvd å få noe i nærheten av hennes hjemsted, uten å lykkes. Så da prøve de hans oppvekstmiljø.

- Me hadde skikkeleg flaks, for me sleit ordentleg med å finne småbruk i Vest-Telemark generelt. Det er veldig lite som er til sals. Og utan god hjelp frå Vest-Telemark Næringsutvikling og bygdelivsmeklar [...], hadde me nok neppe funne vegen hit heller, sukkar dei letta, men er takksame for den hjelpa dei har fått. Dei trur fleire ville vere mobile om tilgangen til hus var betre. Telemarksavisa (2009-10-31)

5.2.6 Årlige treff for utflytta vest-teler i Oslo

I likhet med mange andre tilflyttingsprosjekt har også Vest-Telemark arrangert treff utenfor regionen for å forsøke å påvirke fraflyttete til å flytte tilbake. Bygdemekleren har hvert år arrangert treff på Smuget i Oslo. I 2008 møtte nær 300 interesserte, hvorav ca. 50 var representanter fra regionen som var der for å presentere sine bedrifter, tjenestetilbud og stedsidyller. Antallet har gått noe nedover på senere treff.

Tanken bak slik treff er at noen av de besøkende skal få hjemlengsel og kunnskap om at det går an å få jobb og leve et godt liv i Vest-Telemark. Det er vanskelig å si hvorvidt slike treff faktisk fører til noe mer til(bake)flytting enn det ellers ville vært. Det er i alle fall et treff som mange synes er trivelig å være med på. Prosjektlederne sier at det er en kjerne på 30-40 som kommer igjen hver gang. De mener å merke en holdningsendring blant disse. Til å begynne med var det «tilbake? Aldri i verden!» men nå merker de at mange er mer på glid og spør om hvilke muligheter de har med sin utdanning og så videre. Treffet kan ha vært en påvirkning i riktig retning, men det er samtidig en vanlig utvikling at ungdom først bare er glad for å komme seg vekk og så begynner å orientere seg «heimatt» når de kommer over i en annen livsfase.

«Treffene handler om å holde fortellingen om Vest-Telemark varm», sier prosjektlederen. «Derfor er det viktig at det er kontinuitet i disse treffene. Det har forundret meg mange ganger hvor lite ungdommen vet om sin egen region».

Synliggjøring av lokale muligheter: Bolig og arbeid

Bolig og arbeid har vært flaskehalsene. I forhold til arbeid er det særlig tojobbsproblematikk og mangel på kompetansearbeidsplasser som er utfordringene. I den forbindelse startet prosjektet med ambisjoner om å stimulere til næringsetablering i samarbeid med prosjektet «Rekruttering av arbeidskraft» i regi av Vest-Telemark Næringsforum. Dette samarbeidet ble etterhvert nedprioritert fordi det ble tatt hånd om av etablerertjenesten i kommunene og VTNU. Prosjektet har likevel hatt fokus på å spre budskapet om at Vest-Telemark er en bo- og arbeidsmarkedsregion der det går an å bo i en kommune og arbeide i en annen. Dette har de gjort i samarbeid med lokalt næringsliv, kommunene og NAV, og kanalene har vært bygdevisninger, vest-teletreff, Dyrsku'n og yrkesmesse i Dalen samt annonsekampanje i Dagbladet.

Når det gjelder boligspørsmålet, er det arbeidet med prøvebustaden i Øyfjell/Vinje som har fått mest oppmerksomhet. Dette arbeidet omtales nedenfor. Bygdelivsmekleren arrangerte workshops i alle de andre kommunene for å undersøke mulighetene. Det er nå skisser på plass for Seljord, Kviteseid og Hjartdal.



*Figur 5.1. Prøvebustaden i Øyfjell. RI-EG Arkitekter & Sverre Søndresen
Foto: Jan R. Brodin. Kilde: vntu.no*

5.2.7 Prøveboligen i Øyfjell

Ideen bak prøvebustaden i Øyfjell kom opp i forbindelse med bygdeutviklingsprosjektet Øyfjell City, som varte fra 2006 til 2009. Prognosene for elevtallet ved Øyfjell Skule så dårlige ut og Øyfjell-bygda fant ut de måtte gjøre noe før det var for sent. Forsvinner skolen, varer det ikke lenge før samfunnet dør ut, tenkte de. De måtte få flere folk til å flytte til bygda. Det var ikke mange boliger å få leid eller kjøpt i Øyfjell, så ideen om å

bygge en prøvebolig som folk kunne bo i en kortere periode for å se om de kunne tenke seg å slå seg ned i Øyfjell eller Vinje kom fort (Øyfjell City Prosjektrapport).

Tilfeldighetene ville det slik at tre anerkjente arkitekter samtidig var på jakt etter hustomter i Vest-Telemark hvor de kunne utvikle en ny hustype: et moderne landsens hus, tuftet på tradisjoner. Og slik gjekk det til at tre boliger, eller «eplekasser» som de også blir kalt, ble reist og stod klare i 2010. Husene er ikke så veldig store og ligger i ei lita rekke som skaper et bomiljø ute i naturen. I et av disse skal en tilflytterfamilie altså kunne bo i inntil tre år mens de ser om en ønsker å bli boende. De andre to er solgt til to familier som har flytta til Øyfjell. En av disse familiene kom etter å ha vært på bygdevisning.

Prøvebustaden er et moderne arkitekttegnet hus som er miljøvennlig, og tar dessuten opp i seg elementer fra det tradisjonelle rekketunet i Telemark. Lokalt ble mange skuffet da de så at prøveboligen ikke et tradisjonelt laftet tømmerhus med utskjæringer. Men det er nettopp den nye vrien på gamle tradisjoner som gjør dem populære blant mange unge familier, mener bygdelivsmekleren. Husene er for øvrig bygd på attraktive tomter, ikke for langt unna skole og barnehage. Satsingen innebærer mer enn bare bygging av arkitekttegnede hus. Det handler også om å skape et sosialt miljø, en moderne tunløsning og møteplass, samt få på plass et mottakerapparat som kan bidra med mer enn overlevering av nøkler.

Prøveboligen har fått mye oppmerksomhet i mediene og har fungert som reklame for Vinje og hele Vest-Telemark. Prosjektet har vært vellykket på alle måter, og ideen blir kopiert flere steder både i regionen og utenfor. Seljord var for eksempel en av stedene som fikk være med i departementets program for «Bustadetablering i distrikta» med bakgrunn i sine erfaringer fra Øyfjell.

I kommunens sluttrapport om prøvebustaden (2011) kan vi lese at Øyfjell og Vinje har blomstret opp *parallelt* med byggingen av de tre husene. De er altså forsiktige med å etablere årsakssammenheng mellom tiltaket og veksten i befolkningen – like mye som de er forsiktige med å ta all ære for veksten. De nøyer seg med å fastslå at 12 husstander med til sammen 22 personer har flyttet til Øyfjell i perioden, og at satsingen på prøvebustaden i denne sammenheng direkte og konkret har ført til etablering av tre hjem. De ønsker ikke å ta æren for all vekst som er skjedd i perioden, men roser heller den kampanjen som lokalbefolkningen startet for å få flere barn inn i grunnskolen, og konstaterer at det er 80 % flere barn enn det var med prosjektstart. En «bieffekt» var dessuten at antall barn i barnehagealder steg med 160 % - noe som gjorde det nødvendig å bygge ny barnehage i bygda. Vi mener suksessen kommer av kombinasjonen av grasrotkampanje (der venner rekrutterte venner), og en helt konkret satsing på moderne boliger som gjorde det både mulig og attraktivt å flytte dit.

I følge bygdelivsmekleren var den første familien i prøveboligen egentlig på utkikk etter småbruk fordi det var det de forbandt med et liv på landet. Etter en stund i prøveboligen har de imidlertid fått øynene opp for at de liker alt det et moderne et nytt hus bringer med seg, og at de kan klappe naboens hester i stedet for sien egne. De opplever at de

kan nyte de samme godene som et småbruk ville gitt dem, men samtidig bo i moderne hus. Problemet nå er at de er blitt så godt vant at det blir vanskelig å finne boliger som kan matche prøvebustaden i Vinje.

5.3 Bolyst – gje det vidare, 2010-2012

Bygdelivsmeklerne innrømmer at det å skaffe tilflyttere ikke var så lett som de hadde trodd i utgangspunktet. Flytting tar tid, og det er mye som skal falle på plass.

Bygdelivsmeklerne fikk også oppleve at regionen ikke alltid kunne ta i mot potensielle innflyttere. Mangel på boliger har nemlig vært et alvorlig problem. Dessuten ble det skapt et inntrykk av at det bare var å ta kontakt, så ble bolig, arbeid og barnehageplass skaffet til deg. En del mennesker har derfor blitt skuffet i sitt møte med mekleren. I intervju med oss forteller prosjektleder at "Vi hadde noen dårlige eksempler med folk som var så overbevist om at kommunene var så desperate etter folk at de nærmest gjorde alt, både økonomisk og innsatsmessig, for å skaffe folk". Dette er en erfaring de deler med Flytt til Hardanger.

Disse erfaringene førte til en revurdering av bygdemeklerens rolle og av hvilket budskap en ønsket å formidle. Mot slutten av prosjektet jobbet mekleren mer med prosesser internt i regionen ut fra den erkjennelse av at de fleste som flytter til regionen gjør det fordi de kjenner den gjennom familie og venner. Bygdemekleren ser nå sin rolle i å stimulere til økt trivsel, og få lokalbefolkningen til å innse at det er viktig at de tilkjennegir at de har husvære til leie, eller at bedriftene tilkjennegir at de har rekrutteringsbehov. Det å være en førstelinjetjeneste hører imidlertid fortsatt med til jobben.

Denne filosofien ble videreutviklet for prosjektet *Bulyst- gje det vidare* (2010 til og med 2012). Hovedideen i dette prosjektet er å bygge videre på erfaringen fra "Vi snur vinden", og jobbe for å få lokalbefolkningen i Vest-Telemark til å fortelle de gode historiene om regionen slik at folk får lyst til å flytte hit. Metoden i prosjektet er derfor å ta i bruk Telemarks lange tradisjoner innen fortellerkunst og formidling. Slik er dette formulert i prosjektplanen (s 10):

«Vi har tru på, også når det gjeld arbeid med folketalsutvikling, ein effekt av å samle, foredle, dele/gje vidare historiene, tradisjonane, sogene, kunnskapen, utfordringane, moglegheitene, kanskje løysningane og, ikkje minst, haldningane for å skape framtidens soge om Vest-Telemark som eit inkluderande samfunn».

Hvordan blir dette operasjonalisert? Bygdemekleren har hatt fokus på tre tema: bolig, arbeid og ungdom. Hun vil påvirke historiefortellinga på disse tre områdene, og få folk til å gi videre de gode historiene, bl.a. gjennom framsnakking.

5.3.1 En fortelling om småbruk og andre hus på landet

Prosjektet har ikke bare jobbet med å fortelle historier. Det har vært med på å lage nye historier. En velkjent fortelling i Vest-Telemark har vært at hus står tomme fordi folk ikke får jobb i regionen. Historien om at Vest-Telemark ikke får arbeidskraft fordi de ikke har boliger å tilby, har vært vanskelig å selge. Det er nemlig nok av tomme hus å peke på,

og kommunene kan vise til at de har tomter som har vært på salg i årevis. Bygdelivsmekleren beretter at dette dreier seg om særdeles dårlig vedlikeholdte hus og skyggetomter på steder der det har vært billig og lite konfliktfylt for kommunen å tilrettelegge. Det er imidlertid ikke dette folk på jakt etter det gode livet på landet vil ha. Attraktive hus derimot går fort unna. «Familier blir kontakta med en gang de eldre kommer på sykehjem for å høre hva som skal skje med huset.», forteller prosjektleder.

Men på dette området har mye skjedd, ikke minst takket være prøvebustadpiloten i Øyfjell. Ikke bare er det kommet flere prøvebustadskisser på bordet, men flere av kommunene har nå vakre tomter å tilby. Fyresdal har for eksempel satt i gang en konkurranse blant grunneiere for å få utløst boligtomter. Den grunneieren som kommer opp med den beste tomten får gratis planlegging, det vil i praksis si en premie på kr 150.000. I Kviteseid har et privat firma nylig bygd 12 leiligheter. Ni av dem ble solgt på tre måneder og en er reservert. Dette er et eksempel som viser at attraktive boliger blir fylt, mener bygdelivsmekleren.

Nitti prosent av de som henvender seg til bygdelivsmekleren har en drøm om småbruk, og blir skuffet når de som regel ikke kan tilby dette. Dette er vår egen skyld, forteller bygdelivsmekleren. *"Det er vi som har solgt Vest-Telemark på denne måten. Som oftest er det småbruk og gårdsbruk vi har vist fram i annonser, på bygdevisning og i møte med potensielle tilflyttere."*

Når folk spør etter småbruk prøver bygdemekleren å undersøke hvor realitetsorientert de er. Er de klar over at småbruk nesten alltid betyr renovering og storstilt oppussing? Er de klar over at det ikke kan sammenliknes med moderne bygg når det gjelder komfort? Har de penger, har de håndverkkunnskaper, ønsker de å drive næring på gården? Bygdelivsmekleren prøver å overbevise småbruksdrømmerne om at man kan oppleve «det gode liv på landet» selv om man bor i et moderne hus. Naturen ligger rett utenfor stuedøra uansett. Vi får dem til å bryte opp fortellingen om det gode liv i konkrete biter slik at vi kan hjelpe dem på best mulig måte, forteller bygdelivsmekleren.

Det å skaffe bolig var et overraskende stort problem. Vi hadde ordna alt annet - alt det vi regnet med ville bli vanskelig å få til: begge hadde vi fått jobb og vi hadde fått barna inn i barnehage og skole - alt var på plass. Vi gleda oss veldig - særlig mannen min som er oppvokst her. Men det holdt altså på å skjære seg fordi det ikke var en eneste bolig verken å få kjøpt eller leid. Det var mye som sto på spill - vi hadde sagt opp jobbene våre der vi kom fra og huset vårt var solgt. På et tidspunkt vurderte vi faktisk Lavvo! Nå må det sies at det var en ekstrem situasjon akkurat da, for det var nemlig to andre familier som hadde bestemt seg for å flytte tilbake også. Men det ordnet seg heldigvis til slutt. Vi fikk leie en hytte - det fikk vi ordnet to uker før vi måtte flytte ut fra der vi bodde. Etter en stund ble det faktisk et hus til salgs som vi kjøpte. Og det å ha eget hus har betydd utrolig mye for trivselen. Det å eie sitt eget er rett og slett noe annet enn å leie.

5.3.2 En fortelling om kule oppvekstsvilkår

Bygdelivsmekleren har vært med på å arrangere fester, treff og aktiviteter for ungdom – blant annen en regional ungdomsklubb der poenget er at ungdommen skal læres at det går an å krysse kommunegrenser for å få et bredere fritidstilbud. Begrunnelsen for å satse på slike arrangement for ungdommen er at de skal trives: *“Vi kan ikke sende ut en gjeng som bare har kjeda seg i ungdommen. Da kommer de ikke tilbake, og de greier i alle fall ikke å rekruttere nye gjennom sine fortellinger.”* Fritidstilbudet til ungdom som ikke er interessert i hornmusikk eller fotball har vært dårlig. De som har hatt en spesiell hobby har ofte følt seg alene. Dette er en grunn til at det hvert år arrangeres ZuluLAN-party for 13-18-åringer. Da kommer det busser med ungdom fra flere kommuner i regionen for å være sammen en helg. Mange av ungdommene har i ettertid arrangert sine egne smålan – der de inviterte folk de hadde truffet på Lan-party. Lan-partyene gjør at du kan finne noen med samme hobby som deg i nærheten, i Vest-Telemark, om ikke akkurat i samme kommunen.

«Da sønnen min begynte på videregående traff han igjen mange av de han hadde vært på LAN-party med, og da følte han at det var lettere og morsommere å gå på skole der. Han følte seg hjemme med gang”. Før har det vært slik at ungdommen ikke har oppdaget disse vennene før de begynte på videregående, men LAN gjør nå at slike vennskap kan oppstå før man begynner på videregående.

Bygdelivsmekleren har også vært med å arrangere andre typer aktiviteter for ungdom. Det har vært ball i forbindelse med danses dag, da ble det leid inn danseinstruktører for dem som ville lære litt. Andre fester har de invitert inn profesjonelle make-up artister, frisører og lagd en type bli-ny kveld. Et overraskende populært innslag har vært helsesøster, forteller bygdelivsmekleren. Hun har vært til stede på tilstelninger for at ungdommen skal kunne komme til henne for spørsmål og råd.

5.3.3 Historien om rosemaling og bredbånd

Telemark – navnet oser av tradisjon og nasjonale symboler. Dette er vi stolte av, sier bygdelivsmekleren, - men museumsassosiasjonen går ikke akkurat hånd i hanske med et moderne hverdagsliv. Som så mange andre distrikter har Vest-Telemark en utfordring i å fortelle at det går an å få interessante jobber både for høyt utdannede og for de uten så mye utdanning. Det gjelder å få fram at det ikke bare drives jordbruk og reiseliv i regionen, men at det også er IT-bedrifter, industri, det drives forskning og det er mange interessante kommunale stillinger. Det er også satset mye på næringshager og gode ordninger for de som vil etablere egne bedrifter eller sitte i kontorfellesskap. Et annet forhold som ofte er underkommunisert, er at den enkelte ofte får mer ansvar og større utfordringer i små arbeidsmiljø enn i store.

5.3.4 Fortellingene om det gode moderne liv i Vest-Telemark må gis videre

En kampanje var planlagt for å formidle hverdagshistorier. Det var meningen å ta tak i typiske eller tradisjonelle fortellinger og gi dem en ny vri. Det skulle gjøres i form av en adventskalender i lokalavisa hver dag i desember der en skulle bringe fram gode historier fra alle kommuner. Ett eksempel skulle være et oppslag om en lokal IT-bedrift som

hadde flyttet fra Oslo; eksempelet skulle illustrerte hvor mye mer effektiv en arbeidsdag i Kviteseid kan være sammenliknet med en i Oslo. Kampanjen ble avlyst i siste liten pga. sykdom.

Det jobbes kontinuerlig med å stimulere til aktiviteter for å framsnakke regionen. De 300 interessentene som prosjektet har adressene til, holdes varme med jule- og påskehilsener der nyheter fra regionen blir formidlet.

Bygdemekleren er også involvert i prosjektet *Liv i Vinje* som har som målsetting å øke trivselen for de som bor i skolekretsen slik at en på lang sikt kan øke folketallet og sikre at barna i området får de beste skole- og fritidstilbud. I prosjektet inngår å få fart på et sovende boligmarked gjennom å legge til rette for opparbeiding av nye tomter og ny bosetting, og å legge til rette for næringsetableringer. Trivselsfremmende tiltak er også igangsatt som *mandagsmiddagen*. Hver mandag møtes 70-90 personer på samfunnshuset for å spise middag sammen og ha det hyggelig. Deltakerne er delt inn i lag som på omgang kjøper inn og tilbereder enkle hverdagsmiddager. Mange eldre har fått en ny hverdag på denne måten, og det er en ypperlig arena for å spre informasjon, fortellinger og ikke minst det å integrere nye folk på stedet. Arrangementet har passert 100 middager, og er på veg til å bli en lokal institusjon.

Med dette ser vi at arbeidet med å tiltrekke seg nye innbyggere er gått over til å bli et bolyst- eller bygdeutviklingsprosjekt. Det er en bevisst strategi fra Bygdelivsmekleren, basert på blandende erfaringer med lokketiltak. Nå håper en på at ryktet om det gode liv skal spre seg med jungeltelegrafene.

5.4 Oppsummering: ble det flere folk i Vest-Telemark?

Bygdelivsmekleren i Vest-Telemark er først og fremst en førstelinjetjeneste som gir støtte og råd til potensielle innflyttere. De annonserer eksternt og innad i region slik at folk skal være oppmerksom på at det finnes en slik tjeneste. Vi har sett eksempler på at tilflyttere har fått praktisk hjelp som i neste omgang har bidratt til flytting. Bygdemeklerens lokalkunnskap har ved flere anledninger ført til at folk som har vært i ferd med å gi opp innflytting på grunn av manglende bolig, jobb eller barnehageplass har fått ordnet dette gjennom bygdelivsmeklerens nettverk.

Bygdelivsvisningene har vært ressurskrevende i det de har krevd mye tid og penger investert i planlegging og organisering av et tilbud til forholdsvis få personer. Men på den annen side har satsingen ført til innflytting av en håndfull familier som hevder det er lite trolig at de ellers ville slått seg ned i Vest-Telemark.

Bygdelivsmekleren har erfart at det er konfliktfylt å drive utadrettet virksomhet for å skaffe nye innbyggere. Det dannes til dels et bilde av Vest-Telemark og hva tilflyttingsapparatet kan hjelpe til med som de ikke alltid kan leve opp til. Et annet forhold er at det er vanskelig å treffe målgruppen "potensielle tilflyttere".

I bygdelivsmeklerens andre fase, er derfor fokus blitt rettet mot interne forhold i regionen. Det jobbes aktivt for å få sving på boligmarkedet. Prøvebustaden i Øyfjell ble

satt i gang i den første fasen og det jobbes nå for å få til tilsvarende hus i de øvrige kommunene. Videre jobbes det med bolyst tiltak for å få folk, særlig ungdom, til å trives. Dette er tiltak vi ikke kan forvente å se – langt mindre dokumentere - umiddelbare tilflyttingseffekter av, men er en langsiktig satsing.

Bygdelivsmekleren står foran en omorganisering der en ønsker å gjøre om prosjektet til en varig ordning med egen ansatt.

6 Sogndal: Fjellsport og kompetanse

Hovedstrategien i Sogndalscasen er ikke utarbeidet av en aktør, men handler om at flere ulike institusjoner og aktører deler og formidler en oppfatning om at Sogndal er det kule stedet som kombinerer interessante kompetansearbeidsplasser og fjellsport.

Virkemidlene er i stor grad å formidle nettopp dette bildet gjennom aktørenes ordinære virksomhet. Tiltak er blant annet nettportal, karrieremesser, traineeordning, program for faglig utvikling og regionale nettverk for ledere i skolen, langsiktig arbeid med skolen som identitetsbygger, festival og promoteringsselskap. Felles for disse er at de tar utgangspunkt i en analyse av styrker og utfordringer, er ekstremt spisset og målrettet mot en klart avgrenset gruppe. Fokus er kun på interessante jobber og fjellsport! Videre er gjennomføringen av tiltak profesjonell, dette kan sies å være en arbeidsmåte: Her kjøpes tjenester og de produseres av profesjonelle aktører. Overføringsverdien er i tillegg at en slik satsing kan være koordinert uten at det egentlig er et fellesprosjekt. Sogndals svake strukturelle medvind er viktig i forståelsen av dette. Det er også eksistensen av andre og flere offentlige tiltak – som trekker i samme retning.

Om Sogndalscasen

«Vi driver ikke tilflyttingsarbeid i vanlig forstand», forteller leder i Sogn Regionråd. «I stedet driver vi regionalt utviklingsarbeid på flere områder; næringsutvikling, infrastruktur, helse, senterutvikling, utdanning og kompetanse». Slik sett likner Sogndal og Sogn på mange andre steder i landet; de er opptatt av å utvikle området langs en rekke dimensjoner ut fra en visjon om at dette vil gagne bosettingen; det vil gjøre stedet bedre for de som allerede bor der og mer attraktivt for nykommere. Selv om det altså ikke er noen aktør som eksplisitt bare jobber med å rekruttere folk til akkurat Sogndal, så er det flere som jobber med utviklingsarbeid i området. Sogndal kan i så måte nyte godt av det arbeidet *Framtidsfylket AS* gjør for å tiltrekke kompetent arbeidskraft til hele fylket. Videre jobber Regionrådet gjennom prosjektet *Bli pedagog i Sogn* for å utvikle og rekruttere pedagogisk kompetanse til regionen. *Sogn Næring* og *Kunnskapsparken i Sogn og Fjordane* har også rekruttering av kompetansearbeidskraft som del av sin virksomhet. I tillegg er det *Bratt Moro AS* som bl.a. gjennom *Fjellsportfestivalen* jobber med å synliggjøre Sogndal og etablere møteplasser for innbyggere og potensielle innbyggere.

Selv om ingen av disse har som hovedbeskjeftigelse å skaffe innflyttere til Sogndal, ser det ut til at deres samlede arbeid virker tiltrekkende på en bestemt gruppe tilflyttere: unge friluftsliv/sportsentusiaster som gjerne også har høy utdannelse. Til tross for at dette ikke er en samlet satsning, så framstår den med en ensartet profil: Her satses det på kompetanse og/eller fjellsport.

Før vi går nærmere inn på spørsmålet om hvordan og hvorfor denne profileringen har kommet i stand, og hvordan arbeidet i tilknytning til den kan resultere i tilflytting, skal vi presentere aktørene og tilhørende prosjekter kort:

6.1 Framtidsfylket AS

Framtidsfylket AS ble initiert av ni traineer som ønsket å formidle det de hadde erfart – «nemleg at Sogn og Fjordane har eit mangfald av spanande arbeidsplassar» (framtidfylket.no). Vertsbedriftene deres, og noen andre bedrifter, så verdien av dette arbeidet og gikk sammen om å danne Framtidsfylket AS våren 2008. I dag eies Framtidsfylket AS av 25 offentlige og private virksomheter på tvers av Sogn og Fjordane. Hovedmålet med virksomheten er å sette fokus på og hjelpe til med rekruttering av høyt utdannet arbeidskraft til fylket. Dette gjør de ved bruk av tre verktøy:

1 Framtidsfylket.no er en nettportal som fungerer som et virtuelt samlingspunkt for arbeidsgivere og arbeidssøkere i Sogn og Fjordane. Portalen tilbyr et knippe verktøy for jobbsøking og rekruttering av nye arbeidstakere. I tillegg er det bedriftsprofileringer, nyhetssaker og blogginnlegg om alle er relatert til Sogn og Fjordane som bo- og arbeidsmarkedsområde. Nettportalen synes å være hyppig brukt både av offentlige og private aktører som er på jakt etter flere ansatte. Regionale utviklingsaktører viser jevnlig til portalen i sine egne brosjyrer, annonser o.l.

Det første som slår en ved denne portalen er at den er profesjonelt utformet og at innholdet tydelig er rettet inn mot å fange interessen til unge, høyt utdannede i begynnelsen av karrieren. Her finnes ingen koselige «Norge rundt reportasjer» fra «Trivselsfylket», her ser vi snarere oppslag om ungdom i en interessant jobb eller i en eller annen form for sprek fritidssysse. Inntrykket er at det er i Sogn og Fjordane det skjer – dette er snarveien til karriere og et spennende liv.

2 Framtidsfylkets karrieremesser. De arrangerer karrieremesser i Bergen og Trondheim og inntil nylig også i Oslo. Dette er viktige møteplasser for arbeidsgivere, studenter og andre som er ute etter jobb. Gjennom karrieremessene markedsfører og rekrutterer Framtidsfylket bl.a. sin egen trainee-ordning. Den er rettet mot arbeidstakere med høy utdanning.

3 Framtidsfylket Trainee har pågått siden 2004, og er det verktøyet som er mest målrettet og direkte med tanke på å rekruttere unge mennesker med høy kompetanse. Ordningen tar inn 10-15 nyutdannede som hver blir ansatt i ett år hos en bedrift i fylket. I tillegg tilbyr ordningen en rekke tiltak for å styrke integreringen av traineene i det regionale næringslivet slik at traineene ønsker å bli værende etter traineeperioden. Slike tiltak inkluderer bl.a. egen mentor i bedriften, fire fellessamlinger hver på tre dager der egenutvikling og relasjonsbygging settes på dagsorden, bedriftsbesøk for å bli kjent med fylkets næringsliv. Stedet hvor samlingene holdes varierer mellom hver gang, slik at traineene får anledning til å bli kjent med ulike deler av fylket. Programmet legger dessuten opp til et prosjektarbeid, hvor traineene i fellesskap skal jobbe med et prosjekt relatert til Framtidsfylket Trainee. Perioden avsluttes med besøk hos Norges kontor i Brussel. I etterkant av programmet arrangeres det alumni-treff for å styrke traineenes nettverk. Man sørger med andre ord for at traineene får jobberfaring, faglig påfyll samt sosialt nettverk.

Ordningen er evaluert og funnet effektiv; ett år etter programmet var avsluttet var hele 75 % av kandidatene bosatt i fylket (Dahle et al. 2010). Halvparten av dem tilla trainee-ordningen betydning for at de hadde valgt å bli boende. Suksesskriteriene er at unge voksne får en relevant jobb skreddersydd for sin kompetanse, at de er flere unge som får anledning til å bli kjent med hverandre gjennom programmets kurs og tilstelninger, og at de blir gjort kjent med mange karrieremuligheter i fylket.

Så selv om framtidsfylket ikke har eksplisitt fokus på Sogndal, har Sogndal fått nye rekrutter gjennom denne ordningen gjennom at bedrifter og virksomheter i området har vært med på ordningen.

Oppsummert tar Framtidsfylket tatt i bruk tre verktøy som brukes til å rekruttere unge med høy utdanning. Nettportalen, det virtuelle møtestedet, synliggjør fylket som bo- og karrierested, karrieremessene representerer møtesteder mellom arbeidsgivere og potensielle arbeidstakere, og trainee-ordningen inneholder direkte rekruttering og ikke minst integreringstiltak.

Likevel, Framtidsfylket har blitt kritisert for å selge klisjeer, for å henvende seg kun til den vellykkede hvite middelklassen født med ski på beina (Klassekampen 2009). Dette er en kritikk det kan se ut som de har tatt på alvor ettersom nettsidene på ingen måte er like preget av dette som da vi studerte dem i 2010 (Dahle et al. 2010).

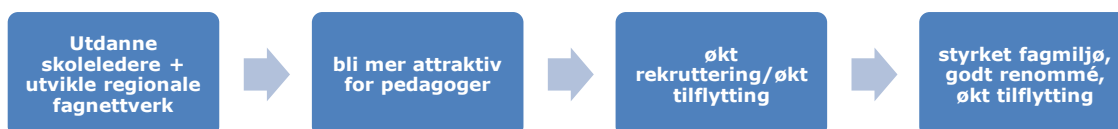
6.2 «Sats på skulen – Snu Sogn»

«Sats på skulen – snu Sogn» er Sogn regionråds¹² overordna samfunnsutviklingsprosjekt for perioden 2006-2012, der hovedmålet er å gi den enkelte elev mer kompetanse og gi et bidrag til samfunnsutviklingen gjennom økt samarbeid om skoleutvikling i regionen¹³. Prosjektet er med andre ord ikke noe typisk tilflyttingsprosjekt siden de grepene de gjør er rettet mot å 1) styrke lederutdanningen i skolen, 2) utvikle fagnettverk for lærere og 3) utvikle kommunens rolle som skoleeiere. Vi tar det med her fordi den negative folketallsutviklingen i regionen var en viktig bakgrunn for å sette i verk denne satsingen. Den bygger altså på en analyse av utfordringer og adresserer nettopp denne! Initiativtakerne, dvs. rådmannsgruppen, var bekymret over den svake koplingen mellom behovet for kompetanse i regionens næringsliv og det utdanningstilbudet som ble gitt lokalt. De så for seg at det å styrke skolen kunne være et verktøy for å «snu Sogn» og således få vekst i folketallet. Logikken bak dette resonnementet er tredelt. For det første legger man til grunn kunnskap om at små eller manglende fagmiljø er en viktig grunn til at det er vanskelig å rekruttere høyt utdannet arbeidskraft, bl.a. pedagoger, til distriktene. Potensielle tilflyttere er redde for å bli sittende alene som fagpersoner, og dermed risikere å bli hengende etter i den faglige utviklingen. Det er dette Sogn

¹² Kommunene i Sogn regionråd er: Aurland, Balestrand, Leikanger, Luster, Lærdal, Sogndal, Vik

¹³ Jf. «Sats på skulen – snu Sogn». Utviklingsprogram 2006-2012. Sogn Regionråd. Desember 2006.

regionråd, i samarbeid med kommunene og bl.a. Høgskulen i Sogn og Fjordane, har grepet tak i gjennom delprosjektet «Bli pedagog i Sogn». Der har de har satt i gang en lederutdanning for rektorer, rådgivere, inspektører og lærere. De har også videreutviklet regionale fagnettverk, dvs. møteplasser for lærere og førskolelærere på tvers av fag og kommunegrenser. Ved å vise at de satser på kompetanseoppbygging ønsker de å oppnå et godt *omdømme* blant pedagoger. Dette vil i sin tur kunne føre til økt rekruttering av pedagoger til regionen. Denne resonnementkjeden kan framstilles slik:



For det andre mener initiativtakerne at det er viktig å satse på en god skole slik at elevene, når de slutter i skolen, har med seg et positivt inntrykk av Sogn som oppvekststed. Dette handler blant annet om identitetsbygging og vil øke sjansen for at de blir boende eller flytter tilbake til regionen og er svært relevant mht. rekruttering. Det er særlig delprosjektet «Entreprenørskap i skolen» som er tenkt å stimulere til dette gjennom å hjelpe elevene til å se framtidsmuligheter i eget lokalsamfunn. Liknende langsiktig tankegang finner vi i Flytt til Hardanger der de har satset på å etablere kunnskap og positivt holdninger til hjemstedsregionen både i grunnskole og videregående, og i Vest-Telemark der de jobber med å få ungdom til å oppfatte regionen som et blivende sted.

For det tredje mener man at fokus på kommunens rolle som skole- og barnehageeier er med på å stryke skolens rolle som utviklingsaktør i regionen. Skolen blir ofte sett på som en egen verden, med sitt eget liv, og kommunens befatning med den er ofte begrenset til budsjettspørsmål. Å utvikle eierskapsrollen vil kunne innebære at kommunen i større grad ser skolen som integrert del av lokalsamfunnet, og bruker skolen som et virkemiddel i arbeidet med steds- og næringsutvikling.

Programmet «Sats på skulen – snu Sogn» er evaluert av Buland og Bungum (2012). Evalueringen tar for seg ni forskningsspørsmål, hvorav det mest relevante i denne sammenheng er: *Har prosjektet bidratt til positiv samfunnsutvikling; næringsutvikling, befolkningsutvikling, etc. i regionen?* (side 10). Dessverre er dette spørsmålet det som er viet minst oppmerksomhet i rapporten. Vi får et inntrykk av at forskerne i utgangspunktet ikke hadde tro på at slike effekter kan la seg avdekke:

«Å påpeke konkrete, positive effekter av prosjektet på befolknings- og næringsutvikling i regionen, er *selsagt ikke mulig*. Prosjektet har neppe ført til etablering av ny virksomhet i deltakerkommunene, og det er vanskelig å påvise at befolkningsutviklingen i regionen er et resultat av prosjektet. Det hadde vi heller ikke forventet.» (Buland og Bungum 2012:79, vår kursivering).

Vi er ikke enig i at det er *umulig* å skulle påvise konkrete resultater. Det hadde f.eks. vært mulig å undersøke om og eventuelt hvor mange nye bedrifter var blitt etablert i kjølvannet av dette. Det hadde også vært mulig å undersøke om de pedagogene som faktisk har tatt i mot tilbudet om lederutdanning i Sogn selv mener at dette har hatt innflytelse på at de valgte å bo i Sogn framfor andre steder. Det ville gitt et resultatmål som ligger nærmere tiltaket enn det man får ved å lese befolkningsstatistikk. Vi har imidlertid forståelse for at forskerne har prioritert andre problemstillinger, særlig ut fra en betraktning om at det er mange andre faktorer som påvirker bedriftsetablering, tilflytting og folketallsvekst enn selve tiltaket. Forskerne konkluderer likevel med at *grunnlaget* for positiv folketallsutvikling i regionen er lagt, i og med at det er skapt samarbeidsrelasjoner, kompetansen er hevet, de unge har fått bedre innblikk i lokalsamfunnets muligheter og skolen har blitt en synlig aktør i samfunnsutviklingen. (s 79).

6.3 Fjellsportfestivalen og Bratt Moro

Bratt moro AS er et selskap som ønsker å synliggjøre at Sogndal er mer enn fotball, høyskole og saft; de vil vise at Sogndal er Norges beste sted for å drive fjellsport – hele året. For å få til dette mener de at det å få fjellsportentusiaster til å flytte til, og bli boende i, Sogndal er nødvendig både for å utvikle miljøet og for å virke troverdig som Norges beste fjellsportsted.

Bratt Moro AS har sitt utspring i Fjellsportfestivalen som ble arrangert første gang i 2008. Festivalen ble arrangert samtidig med studentveka og fikk dermed en både en høy sportslig profil og en høy sosial profil. NRK var til stede for å lage TV-program om festivalen, og den fikk mediedekning hver eneste dag også i andre riksmedier og i sportstidsskrifter. Dette ga Fjellsportfestivalen en flying start og bidro sterkt til å sette Sogndal på kartet som UTEsted. (Sogndal ble i 2011 kåret til Norges beste UTEsted av magasinet UTE og Visitnorway.com). Festivalen trakk til seg folk som aldri ellers hadde tenkt å komme til Sogndal. I første omgang kom de som turister, og noen flyttet siden til Sogndal. Andre, som allerede var bosatt i Sogndal, f.eks. studenter, opplevde at Sogndal hadde mer å by på enn de hadde forstilt seg, og fant ut at dette var et blivende sted. Dette ble lagt merke til av arrangørene – ikke bare på selve festivalen, men de opplevde i det daglige at store deler av fjellsportmiljøet; de som driver med ski og brett, nedoversykling, klatring, o.l., ofte var innflyttere som hadde kommet nettopp på grunn av sine fjellrelaterte fritidsinteresser. Det høye utdanningsnivået blant denne gruppen var også påfallende. Man så at det lokale miljøet hadde potensiale for å videreutvikle fjellsportkompetansen i området, at nye næringsvirksomheter var blitt opprettet med utgangspunkt i fjellsport, og at det kunne være rom for å utvide Fjellsportfestivalen til en helårsvirksomhet. Med utgangspunkt i dette, ble det skrevet søknad til Bolystprogrammet, med god støtte fra kommune og fylkeskommune. Den ble innvilget etter andre forsøk. Ifølge Bratt Moros hjemmesider skal de stimulere til økt bolyst og tilflytting gjennom:

- Skapa ein fast geografisk møteplass for fjellsportsinteresserte personar.
- Gjera lokal kunnskap på høgt nasjonalt nivå tilgjengeleg for folk flest.

- Forsterka gode opplevingar gjennom bruk av digitale verktøy.
- Leggja til rette for tiltak og infrastruktur som opnar fjellheimen for fleire grupper.
- Vera ein pådrivar for bygdeutvikling i Sogndalsdalen/Sogndal og regionen elles.
- Knyta nære band mellom etablerte aktivitetsverksemder og kunnskapsverksemder i regionen.
- Nyttegjera oss av og vidareutvikla førarkompetansen som finst lokalt (Sogn har den tettaste konsentrasjonen av internasjonalt godkjende tindeveglearar).
- Greia å inkludera, involvera og engasjera unge med interesse for ekstremsport/fjellsport/friluftsliv som ikkje vert fanga opp av andre organisasjonar.

Daglig leder legger til at en ypperlig måte å integrere nye innbyggere i fjellsporstmiljøet på, er å involvere dem i alt dugnadsarbeidet som må til for å arrangere festivalen og diverse andre arrangement. Samtidig er det gjennom slikt arbeid vi får nye impulser og nyttige innspill til eksisterende miljø. Det er markedsføring, synliggjøring og ikke minst det å skape møteplasser som er Bratt Moros kjerneanliggende. De er seg bevisst at denne og så er en måte å rekruttere folk til Sogndal på.

6.4 Resultater

Det er mye som tyder på at Sogndal har klart å skape et miljø og image som er selvrekrutterende. I motsetning til de andre casene vi har studert, har de ikke hatt noe typisk «Flytt-hit»-prosjekt med vekt på å hanke inn tilflyttere som skal redde et synkende skip. Heller ikke har de prøvd å bygge opp under det stereotype bildet av Bygde-Norge som stedet for urørt natur og stillhet. I stedet har de promotert Sogndal på en noenlunde helhetlig måte som «Høgskulestaden der kule ungdommar kan drive med spennande ting, og deretter suse på ski så snøfoket står, i ein natur som tek pusten frå oss når vi ser den på TV»- for å sitere Helge Johnsen som i avisa Firda (20.04.2012) berømmer regionsenterrivalen Sogndal for å ha fått til noe Førde ikke har klart.

For det er liten tvil om at Bratt Moro og andre aktører i Sogndal har truffet et segment av unge mennesker som vil ha i både pose og sekk. De vil ha en jobb som passer utdannelsen og de vil ha en aktiv fritid i flott natur.

Bratt Moro fikk gjennomført en studie der de spurte de som var i klatreveggen rett utenfor Bratt Moros lokaler på Campus Fosshaugan, om hvorfor de hadde flyttet til Sogndal. Undersøkelsen er ikke gjennomført på vitenskapelig vis og er på ingen måte representativ for alle innflyttere til Sogndal. Men den får fram at det blant Bratt Moros målgruppe, er veldig mange som har flyttet til Sogndal på grunn av kombinasjonen «jobb som matcher utdanning» og «mulighetene for bratt friluftsliv». Svarene er anonymisert og gjengitt i tabell 6.1. Svarene må leses med utgangspunkt i at respondentene ble spurt av en fjellsportsentusiast mens de var i klatreveggen.

Vi blir fortalt at nesten alle som driver klatring, og store deler av fjellsportmiljøet generelt, er innflyttere. Av de 34 tilflyttede som ble intervjuet var bare en tilbakeflytter, åtte var fra utlandet og resten fra andre steder i Norge. Så å si alle oppgir en eller annen

fritidsorientert grunn for å bo i Sogndal, og ofte sammen med jobbtilbud. Det framgår også at dette er unge mennesker med høy utdanning.

For mange i denne gruppen er friluftslivsinteressen så sterk at det blir det som styrer bosettingsvalget. Men det holder ikke å bare tilby spennende fritidsaktiviteter, for disse høyt utdannende menneskene vil også ha en akseptabel jobb også. En akademiker forteller:

«Karrieremessig var nok dette et sidespor. Det er klart at fra et strengt forskningsmessig synspunkt, så ville jeg hatt større muligheter hvis jeg hadde blitt værende i jobben min i Oslo. Men jeg valgte Sogndal fordi da fikk jeg muligheten til å kombinere forskning med min lidenskap for fjellsport.»

En annen mannlig innflytter med høy utdanning forteller at relevant jobb er nødvendig, men at det var fjellsportinteressen som var styrende:

Det var en kompis av meg som sa jeg burde flytte til Sogndal. Og etter et kortvarig opphold i forbindelse med et jobboppdrag i fjellene her, så gjorde jeg nettopp det. Jeg var her i tre dager bare, og ble umiddelbart involvert i fjellsportmiljøet – min kone og jeg skjønnte fort at dette var stedet for et par som oss. Vi så at her gikk det an å kombinere friluftslivsinteressene med det å ha små barn fordi det er så kort avstand til fjell og bre at det kan være del av dagliglivet. Vi dro hjem, og kjøpte hus i Sogndal, usett, over telefonen. Det har vi aldri angret på! – Nei, jobb hadde jeg ikke, men jeg tenkte det ville ordne seg etter hvert. Dessuten hadde min kone fått et halvt års vikarjobb her.

Det rapporteres om at Høgskolen i Sogn og Fjordane har økt studenttallet som følge av Fjellsportfestivalen og det ryktet Sogndal har fått i den forbindelse. Å få studenter til å trives, er gratis reklame ettersom de forteller det videre til andre unge. Kanskje bidrar det også til at studentene blir boende etter endt utdanning.

Det er flere småbedrifter som er oppstått med utgangspunkt i fjellsportmiljøet. Det dreier seg gjerne om guiding og liknende i fjellheimen. En av gründerne forteller at grunnen til at han flytta til Sogndal var at han ville starte sitt et guideselskap/tindeveilederselskap sammen med to venner. Nå er det er 6-7 guider i selskapet. Guiding er imidlertid ikke noe man drive med på heltid, derfor har han også vært avhengig av å ha en arbeidsgiver som tillater at han tar 30 prosent permisjon hvert år for å drive dette selskapet. Han er av den oppfatning at ikke alle arbeidsgivere ville hatt forståelse for dette, men i Sogndal ser man dette som et bidrag til fellesskapet.

Det var kompisene mine som kom hit først- for ca. fire år siden. Det var fire av dem og alle var nettopp ferdig på NTNU og klare til å hoppe ut i jobb. To hadde fått jobbtilbud i Trondheim, de to andre i Oslo. De hadde egentlig bestemt seg for å ta imot disse tilbudene for det var gode jobber med hensyn til lønninger og alt sånn. Men så hadde det seg slik at en av dem også fikk jobbtilbud fra Kunnskapsparken i Sogndal. I utgangspunktet hørtes ikke dette så spennende ut, men så var det slik at Kunnskapsparken tilbød en gratis helg i Sogndal for at de skulle bli bedre kjent med stedet. Gutta hadde ikke noe annet å gjøre den helga og tenkte - ja hvorfor ikke. Om ikke annet, så får vi i alle fall se et sted vi sikkert ellers aldri får se. Til flaks for Kunnskapsparken så var Fjellsportfestivalen i gang akkurat mens de var der. Så det var mye moro som skjedde her akkurat da kan du si. Fjellsportfestivalen ga dem et aldri så lite kick og de bestemte seg der og da for å prøve Sogndal for et halv til ett år - også kunne de alltid få seg jobb i Oslo senere. Om de dro rett til Oslo ville det nok bli vanskeligere å prøve Sogndal senere, tenkte de.

Det var i utgangspunktet bare en ledig stilling i Kunnskapsparken, men begge kameratene mine ville flytte til Sogndal. De tenkte de kunne få det moro sammen, men kanskje ikke alene. Derfor sa de til Kunnskapsparken at dersom de kunne gi jobb til begge to så ville de gjerne flytte hit og jobbe hos dem. Vel - det endte med at begge fikk jobb og begge flytta.

De to andre kameratene med jobbtilbud i Trondheim fant også ut at de ville prøve Sogndal. En av grunnene til det var at de ønsket å starte sin egen bedrift - og de to andre kameratene med jobb i Kunnskapsparken hadde jo nettopp fått som jobb å hjelpe folk i gang med egne bedrifter. Så i løpet av kort tid hadde alle fire kameratene mine flytta til Sogndal. De begynte å legge ut bilder på Facebook, og inviterte til besøk og masse sånn. Jeg kom på besøk, og likte meg ganske så godt. Jeg jobba skift ute på sjøen på den tiden og hadde mange friperioder - så det ble etter hvert mange besøk i Sogndal. Det var jo her det skjedde - det var alltid artig å være på besøk her. Det ble faktisk så mange besøk til slutt at jeg fant ut at jeg like godt kunne flytte inn. For meg var det det sosiale miljøet, kombinert med mye fin natur som fikk meg til å flytte. Jeg sa etter hvert opp jobben jeg hadde på sjøen, og begynte å leke med tanken om å etablere egen bedrift innenfor flyfotografering.

De to kameratene mine har nå starta opp to bedrifter. Den ene heter Yast, og er verdens enkleste timeregistreringssystem med over 100 000 brukere. De er tre ansatte i dag. Firma nr. to er nLink som utvikler applikasjoner for mobiltelefoner og web, og utvikler også robotteknologi. Nå har dette firmaet 8 ansatte.

Så du kan godt si at Fjellsportfestivalen var utløsende for at vi har flytta hit. Den viste at Sogndal hadde mye ungdommelig liv og masse muligheter for teknologiinteresserte. Vi drev med skikjøring og likte generelt å være ute på tur og var ikke spesielt interessert i ekstremsport. Men etter hvert har vi prøvd alt mulig fra stisykling til paragliding. Det er noe med miljøet her - det er veldig ungt og dynamisk og alle er interessert i å hjelpe til. Alle som driver utendørsaktiviteter er på en eller annen måte involvert i Bratt Moro. Du ser jo det når de har noe på gang - alle stiller opp på dugnad.

Blir vi værende? Ja det er jo vanskelig å si. Det er jo som regel jobb eller kjæreste som får folk til å flytte. Vi skulle jo i utgangspunktet bare bo her et halvt tilet år men nå er det blitt fire, og det er ikke noe som tyder på at vi flytter med det første.

6.5 Hvordan har Sogndal fått dette til?

Etableringen av Fosshaugane Campus som er en fotballstadion med flere funksjoner (huser høyskole, videregående skole, kunnskapspark, bratt moro, sogn næring og gründerbedrifter) har hatt en sentral rolle i å utvikle Sogndal som et sted preget av utvikling, entreprenørskap og ungt mot. Fløysand og Jacobsen (2007) peker på at denne fortellingen om Sogndal er utviklet *innenfra* – av lokale aktører i nettverk; aktører i sentrale posisjoner som har ofte hatt flere hatter på, men alle har trukket i samme retning. Derfor har de unngått det vanlige distriktsimaget; det som forteller om den rurale idyll, og som ofte er utviklet med tanke på turister utenfra. Fordi budskapet har måttet appellere til mange grupper – ikke bare turister og potensielle innflyttere, men også fotballspillere, sponsorer, investorer, bedrifter, gründere og befolkningen på stedet, er det de kunne enes om, blitt å selge Sogndal som stedet for utvikling, entreprenørskap og ungt mot. Dette imaget har passet fjellsportmiljøet som hånd i hanske, og har delvis vokst ut av historien rundt Fosshaugane Campus.

6.6 Oppsummering

Sammenliknet med de øvrige casene våre, er Sogndal i (svak/middels) demografisk medvind, med forholdsvis sterk vekst de siste fem år. Det er et regionsenter som sammen med nabokommunen Leikanger har unormalt mange kompetansearbeidsplasser – de fleste av dem er offentlige/statlige (f.eks. Høgskulen, videregående skole, Fylkeskommunen, Fylkesmannen, Statens vegvesen, NAV). Betingelsene for å satse på høykompetent arbeidskraft er med andre ord svært gode. De naturgitte forholdene for å drive fjellsport er naturligvis også tilstede, men de er på ingen måte alene om det i dette landet. Det er kombinasjonen av disse to betingelsene som gjør det mulig å selge seg som et trendy sted for middelklasseungdom med høy utdanning.

Aktørene i Sogndal, her har vi presentert regionrådet, Framtidsfylket og Fjellsportfestivalen, lever alle opp til dette bildet av Sogndalsregionen selv om de ikke jobber i samme organisasjon. Aktørene har ulike strategier. Regionrådet jobber med tilrettelegging på ulike områder blant annet med å gjøre det mer interessant å jobbe innenfor skoleverket i regionen. Framtidsfylket driver utadrettet virksomhet for å selge *“pudderdynka omgivnader for deg som ønsker å gå rett inn i leiarstillingar (fordi her er ingen konkurranse), og leve fritt som fuglen med ei friskluftprega fritid”* – for å sitere Anne Viken i Klassekampen. Bratt Moro arrangerer festivaler og tilstelninger i regionen for å få økt oppmerksomhet på fjellsportsmiljøet og -kompetansen i Sogndalsområdet. Budskapet er ikke at Sogndal trenger deg for å overleve, men at du trenger Sogndal for å komme deg videre i livet og ha det moro.

Neste side: Tabell 6.1. Flyttemotiv blant klatreinteresserte innflyttere til Sogndal. Kilde: Buck-Larsen/Bratt Moro

Kjønn	Alder	Utdannelse	Flyttemotiv
M	36	Bachelorgrad i Friluftsliv	Nærheten til ski, klatring og fantastisk flotte fjell. Bra friluftslivsmiljø
K	37	Master i Idrett	Kombinasjon av jobbtilbud, ønske om å bo på Vestlandet og at min mann er fra Sogndal
K	35	Master i Friluftsliv	Friluftslivstilbudet, inneklattring og ski i kombinasjon med jobbtilbud
K	31	Master i Økologi	Jobbtilbud, også ikke noen minus med friluftslivet
K	35	Bachelorgrad i Friluftsliv og Barnevernspedagog	På grunn av jobbtilbudet på Sogndal FHS og turmulighetene i nær området
K	33	master kultur- og samf.vitenskap	På grunn av en flott mann som bor i bygda
K	26	Idrettspedagog	Sosialt miljø og gode muligheter for klatring ute og inne
M	38	Grunnfag geologi	Mulighet for å drive med fritidsaktiviteter Gode venner.
M	33	Ph.D.	Jobbtilbud, tilgang på natur, og så var Sogndal en attraktiv plass å stifte familie. Alt annet likt, ville jeg fortsatt velge Sogndal på grunn av det gode miljøet.
M	40	Bachelor i idrett og friluftsliv	kombinasjon av utdannelse- og fritidsmuligheter
K	26	Sykepleier	der så masse bra folk, bra plass å drive friluftsliv, en aktiv bygd... her skjer mye... et aktivt friluftslivsmiljø
M	29	Vernepleier	Naturgitte muligheter for å drive med ski og friluftsliv. Og fordi her er et godt friluftslivsmiljø
K	27	Master i fysikk	Nærhet til natur, akkurat passe stor bygd med godt miljø. Klatreveggen var grunnen til at det ble Sogndal
M	21		For og kunne stå på ski og klatre. Fint med en liten by. Flott å oppleve ren og uspolert natur
M	28	Tømrer, lærer,	Tilfeldigheter
K	32	Bachelor i Idrett og Friluftsliv.	Muligheter for å drive aktiviteter i naturen både på fritiden og i jobbsammenheng
M	35	Bachelor i Idrett.	Snø og klatring
M	29	Kroppsøvlingslærer/Sikringsleder	Pga. miljøet rundt fritidsaktivitetene, naturen og venner!
M	32	Bachelor i Informasjonsteknologi	Gode venner, utrolige muligheter for friluftsliv. Kort vei til alle aktiviteter. Godt miljø
K	38	Diplom markedsøkonom	Skikjøring og kjærlighet
M	36	Master i Idrett	Jobbtilbud på Sogndal FHS
K	32	Master i pedagogikk	På grunn av av et godt jobbtilbud kombinert med flott natur og hyggelige folk
K	29	Siviløkonom	Pga. fjell, vinter, fjord og familie.
M	32	Tømrer, Bachelor i friluftsliv	Ønske om å komme nærmere fjell, fjord og bre
K	30	allmenlærer	For og komme nærmere fjell og natur
M	29	Kroppsøvlingslærer	Friluftslivsmiljøet og mange kjente å drive dette med.
M	21	Fagbrev som tømrer	Bra klatremuligheter i lokalområdet, kort vei til Jotunheimen... og til alt jeg synes er interessant
K	31	Barneskolelærer	Min samboer fikk jobb
M	35	Bachelorgrad i Friluftsliv	Muligheter for å bo nær naturen, og så kommer deler av min familie herfra.
M	33	Master i Geografi. Tindeveiler.	Muligheten til å kombinere hovedjobben min med å drive fjellføring.
K	29	Master i kunst og håndverk	Utelukkende jobbtilbud
K	31	Lege	Jobben kombinert med mulighetene til å drive friluftsliv
K	32	Idrettslærer	I første omgang for å studere, og da var Sogndal en bra plass i forhold til å drive friluftsliv. Trivdes så godt etter studiet så jeg fikk meg jobb her.
M	33	Bachelor i Idrett og Friluftsliv.	Det utrolig gode miljø innen ski og klatring, og etter hvert også sykling. Velge ut en fritidsaktivitet ... det er umulig og velge. Det er jo det som er Sogndal, her kan du gjøre alt»

7 Dyrøy – en casestudie med evalueringsmetodikk hentet fra bistandsfeltet

Strategien i Dyrøy bygger på at grunnen til at mennesker ikke flytter til rurale områder er at de ikke ser de konkrete mulighetene; de mangler informasjon om jobb, bolig, barnehage med mer. *Målgruppene* for tiltaket er nyinnflyttere uten kjennskap til kommunen, tilbakeflyttere og deltidsinnbyggere. De viktigste *tiltakene* som inngår i vår studie er et rekrutteringsteam, en rekrutteringsmesse og diverse offentlig kommunikasjon og markedsføring. *Metoden* som brukes for å gjøre Dyrøy kjent og attraktiv er å tilby møter og omvisning med et rekrutteringsteam skreddersydd for den aktuelle familien eller de aktuelle menneskene en ønsker å rekruttere. En kvalitet ved tilflyttingsteamets arbeid, som er verdt å ta med seg, er at potensielle tilflyttere opplever å føle seg velkomne og ønsket. Dette har hatt stor betydning for en del av dem som har valgt å flytte, og kan handle om at arbeidet bidrar til meningstilskrivning i det noen opplever som individualiserte og lite felleskapsorienterte liv.

I Dyrøy er arbeidet en tydelig del av en lærings- og utviklingsprosess for prosjekt- og kommuneorganisasjonen. Dette bidrar til bærekraftige prosjekter og utvikling av nye tiltak og mer læring. Tiltakene henger nært sammen med annet arbeid i kommunen, og det gjøres et betydelig arbeid for å utvikle tiltak som bidrar til et overordnet mål. Hovedstrategiene styrer tiltakene og fører til et fokusert og samkjørt utviklingsarbeid. En dyp forståelse og forpliktelse til prosjektarbeidsmåten, som blant annet gir seg uttrykk i at prosjekter søkes avsluttet, skaper læring som nye prosjekt bygger på og viderefører erfaringer i organisasjonen.

7.1 Innledning

Studien av Dyrøy er todelt. For det første vil vi studere en del av rekrutteringsarbeidet som gjøres gjennom mobiliseringsprosjektet *Dyrøy 2017*. Målet for Dyrøy 2017 er "trivsel og vekst i folketall, vekst for næringsliv og lag og foreninger" i følge deres egne presentasjoner. Som en del av dette mobiliseringsprosjektet finnes det et rekrutteringsteam som blant annet tar kontakt med potensielle tilflyttere og bidrar i arrangering av messer, stands og treff. Det er dette rekrutteringsteamet og deres arbeid som analyseres.

For det andre vil vi i denne studien prøve ut og vurdere en spesifikk evalueringsmetodikk fra bistandsfeltet, nemlig ALNAP-metodikken (The Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action). Vi baserer oss på en veileder utviklet av Cosgrave et al. (2009). Metodikken brukes i mange evalueringer (bl.a. i norsk bistandsarbeid), og er derfor egnet til sammenlikninger over tid og på tvers av prosjekter. Den er ment å være praktisk, kostnadseffektiv og bidra til læring i pågående utviklingsprosesser. En nærmere diskusjon av erfaringer med dette verktøyet og hvordan den kan brukes i tilflyttingsarbeid kommer i et senere kapittel.

I dette kapitlet gir vi likevel en kort beskrivelse av ALNAP slik at en skjønner tankegangen. Deretter beskriver vi de spesifikke metodene som er brukt i casestudien.

Videre følger evalueringen av rekrutteringsarbeidet etter ALNAP-oppskriften, med tillegg av noen analyser som det ikke er rom for i metodikken, men som vi mener er funn fra tilflyttingsarbeidet i Dyrøy. Denne casen er både en evaluering og en breiere analyse.

7.2 ALNAP-metodikken – en introduksjon

The Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action (ALNAP) er et læringsnettverk som jobber med å utvikle og formidle kunnskap om evaluering på bistandsfeltet og i arbeid med humanitære katastrofer. I 1991 presenterte en egen komité¹⁴ i Organisasjonen for økonomisk samarbeid og utvikling (OECD) en definisjon av evaluering. Denne er nå akseptert som en standard i evaluering av bistandsarbeid (Cosgrave et al. 2009:61):

”Evaluering er en bedømming, så systematisk og objektiv som mulig av et pågående eller avsluttet prosjekt, program eller policy, dets design og utforming, iverksetting og resultater. Målet med evalueringer er å fastslå om målsetting i prosjektet er relevant og oppnådd, har utviklingsmessig nytte i forhold til kostnader, gir effekter i forhold til målsetting og resultat og er bærekraftig. En evaluering bør gi informasjon som er pålitelig og anvendelig og som bidrar til at erfaringer blir inkludert i avgjørelser og beslutninger både for mottakere og finansiører” (Cosgrave et al. 2009:6, min oversetting).

Kriteriene for evalueringene er:

1. *Tilpassing og relevans* – er tiltakene en passende respons på lokale behov, utfordringer og prioriteringer? Er tiltakene relevante i forhold til målene og hensikten?
2. *Produktivitet* – er tiltakene kostnadseffektive? Dette vil alltid være basert på sammenlikninger med andre tiltak og krever tilgang på prosjektets reelle kostnader
3. *Måloppnåelse* – bidrar tiltakene til å løse problemer på en effektiv måte og er de aktuelle (tidsriktige)? Oppfyller aktiviteten målet? Hvordan kan det måles?
4. *Virkning* – hvilke primære og sekundære resultat/ virkninger, direkte og indirekte, har tiltaket på kort og lang sikt og hvordan kan disse beskrives og måles?
5. *Sammenheng og bærekraft* – inngår kortvarige tiltak i det langsiktige arbeidet i den spesifikke konteksten? Er tiltakene bærekraftig slik at arbeidet kan være varig eller bli selvgående på sikt?
6. *Dekning* – Når tiltakene de målgruppene de skal med hensyn til målgruppe: kjønn, alder, klasse, etnisitet, funksjonsnivå etc.
7. *Koordinering* – er tiltakene koordinert med andre tiltak og aktører og inngår de i en sammenheng? Cosgrave et al. (2009:18ff).

¹⁴ The Development Assistance Committee (forkortet til DAC), the Organisation of Economic Cooperation and Development (OECD). Definisjonen og arbeid med evalueringskriteriene refereres ofte til som OECD-DAC

ALNAP beskriver dette som en *Real Time Evaluation*. Vi oversetter det med evaluering av pågående tiltak, en form for følgeforskning. Vårt prosjekt om rekruttering av innbyggere i distriktskommuner likner slike evalueringer: vi studerer pågående prosesser, vi legger vekt på læringsaspekter og på tilbakeføring til prosjekt og felt. Det er en form for formativ evaluering der resultatene blant annet kan bidra til å forbedre tiltakene.

7.2.1 Hvordan gjøre en evaluering?

I følge Cosgrave et al. (2009: 62) er det to fundamentale kriterier i enhver evaluering:

1. kvalitet - en måling av hvor bra eller dårlig noe er og
2. verdi/nytte, det vil si en måling av det som oppnås i forhold til kostnader.

De peker videre på at en kan se *value for money* som en del av kvaliteten i et tiltak, men velger likevel å skille mellom kvalitet som et «indre» forhold, og verdi/nytte som et «ytre». Kvalitet blir da sammenhengen mellom mål, virkemiddel og resultat, og måles i forhold til sine egne standarder. Verdi/nytte måles derimot mot en «ytre» standard. De legger stor vekt på at vurderingen av økonomisk nytte bare kan fastslås i sammenlikning med en alternativ bruk av midler. Dette vil alltid være en usikker og hypotetisk øvelse, ikke minst fordi det er vanskelig å få klarlagt reelle kostnader og ressurser i mange prosjekter. I vurderingen av casen Placement AS, er det for eksempel vanskelig å fastslå hvor stor del av kommunens ordinære stillinger som har vært benyttet i samarbeidet med Placement. I Dyrøy er det forskjell på kommunens kostnader med Dyrøyseminarsenteret, og tiltakenes kostnad som består både av en andel av det kommunale tilskuddet (som er ganske lite) og eksterne prosjektmidler, som ofte er bevilget av andre offentlige aktører.

De to settene med kriterier; kvalitet og verdi/nytte, er grunnleggende og dessuten kontekst- og situasjonsavhengige. Både disse og andre kriterier er uttrykk for områder der oppdragsgiver, evaluator, prosjekteier og omgivelser antar at det er svakheter og problemer. Derfor er det viktig å vurdere den konteksten et prosjekt inngår i tillegg til prosjektet. I ALNAP-modellen gjøres det gjennom det de kaller *Terms of Reference* (ToR). Terms of reference beskriver generelt "formål, struktur og metode for f.eks. et prosjekt, møte, forhandling eller evaluering" (BistandsWiki 2012). I en ToR defineres standarder for hvordan innsatsen skal måles, hvor mye tid og penger som skal brukes og rutiner for rapportering. Et formål med denne er å gi en kort beskrivelse av prosjektets evalueringskriterier.

Evalueringsbeskrivelsen/Terms of Reference bør inneholde:

1. Prosjektets bakgrunn a) kort avsnitt om kontekst og b) kort beskrivelse av tiltak som skal evalueres
2. Evalueringsens hensikt: Hvilken betydning skal læring henholdsvis kontroll ha? Hva er den intenderte bruken av evalueringen? For hvem, til hvilket formål og skal det tas noen beslutninger på bakgrunn av evalueringen? Beskrivelse skal si hva man vil evaluere: prosess, effektivitet, produktivitet, resultat?
3. Interessenters involvering, roller og ansvar. Hvem skal gjøre hva og bidra med hva? Aktører må identifiseres.

4. Presentere evalueringsspørsmål og hvilke kriterier de er knyttet til, jfr. de sju kriteriene presentert over.

Gangen i evalueringsarbeidet

Veilederne og guiden er praktisk rettet og organisert som håndbøker. Evalueringsarbeidet presenteres som skritt i en prosess, og veilederen sier hva som skal gjøres i hvert skritt og hvordan det skal utføres (Cosgrave et al. 2009:35). Guiden gir veiledning for henholdsvis lederne av en evaluering (i 8 trinn) og evalueringsteamet (også 8 trinn). Deretter følger en presentasjon av 25 verktøy og teknikker, hvorav det første er en gjennomgang av *terms of reference*. Så kommer evalueringsspørsmål og oppsummering av alle skrittene i en evalueringsprosess. Fremgangsmåten er altså beskrevet som 1) planlegging av feltarbeid, 2) lage utkast til intervjuguide, 3) skrive prosjektbeskrivelse/utgangsrapport, 4) Gjennomføre feltarbeid, 5) beskrive beviskjeden, 6) komme med anbefalinger, 7) skrive rapport, 8) melde tilbake til feltet. I dette kapittelet er vi i punkt 7; rapportskriving.

I denne evalueringen vil vi evaluere etter ALNAP-oppskriften. Vi starter med et avsnitt om bakgrunn og fokus for evalueringen jfr. anbefalingene for evalueringsbeskrivelsen, og hopper deretter til rapporteringsfasen. På denne måten er beskrivelsen av beviskjeden og anbefalingene en del av rapporten i vårt tilfelle.

7.3 Evalueringsbeskrivelse av rekrutterings- og utviklingsarbeidet i Dyrøy

Dyrøy kommune er preget av sterk demografisk motvind. Det er en liten kommune som i en årrekke har opplevd nedgang i folketall. I 1951 hadde kommunen 2120 innbyggere og mistet ca. 200 innbyggere pr tiår fra 1970 til 2000. Etter 2000 er nedgangen i folketallet halvert og enkelte år, som i 2002, 2005, og 2009 var det netto tilflytting til kommunen (SSB statistikkbanken).

Gjennom opprettelsen av det kommunale foretaket Dyrøyseminarsenteret forsøker kommunen å bedre den demografiske balansen. Dyrøyseminarsenteret skal "være et internt utviklingsredskap og et eksternt samarbeidsverktøy for Dyrøy kommune" og er "intern pådriver for læring og kunnskapsdeling i Dyrøy". Senteret skal ta initiativ til ulike utviklingsprosjekter og bidra til "økt kontakt og utviklingsrettet samarbeid mellom Dyrøysamfunnet og omgivelsene...". Dyrøy 2017 er et stort prosjekt i Dyrøyseminarsenteret der "Målet er trivsel og vekst i folketall, samt vekst for næringsliv, lag og foreninger". Dyrøy 2017 fungerer som et paraplyprosjekt med en rekke underprosjekter. (<http://www.dyroyseminaret.no/wpt/>)

Tiltaket som skal evalueres er de som kalles rekrutteringssatsingen/rekrutteringsprosjektet eller rekrutteringsteamet. Rekrutteringsteamet koordineres og innkalles av prosjektleder eller rådmann (Storvoll 2012: 12-13), oftest prosjektleder slik vi har forstått det gjennom intervju. Teamet består i tillegg av ansvarlige for ulike tjenester i kommunen (barnehage/skole/kulturskole/tiltakskonsulent) og eventuelt også næringslivsledere eller andre. Teamet består av 3-4 personer. Det presenteres under

fanen "Ny i Dyrøy" på kommunens hjemmesider og direkte på Dyrøyseminarsenterets hjemmesider. De har "ansvar for direkte kontakt og oppfølging av enkeltpersoner og familier" og kan møte potensielle tilflyttere når det måtte passe for dem (inkludert helger og ettermiddag). Kontaktpersoner er rådmann eller prosjektleder (<http://www.dyroy.kommune.no/ny-i-dyroey.84056.no.html> lastet ned 090712).

7.3.1 Evalueringens hensikt

Denne evalueringen skal bidra til kunnskap om hvilke metoder og tiltak i arbeidet med tilflytting og rekruttering av innbyggere som virker. Det betyr at det ligger et kontrollaspekt her – virker slikt arbeid overhodet? Hva er det som eventuelt gjør at tiltak virker og under hvilke kontekstuelle forhold virker de? Evalueringen inngår i kunnskapsgrunnlag for politiske beslutninger. Ut fra Distriktssenterets profil og mandat skal evalueringene bidra med handlingsrettet kunnskap til ulike aktører som jobber med slike prosesser. Evalueringen skal også bidra til metodeutvikling og har derfor flere formål. Vi fokuserer på effekter og virkninger av tiltakene, samtidig som vi fremhever arbeidsmetoder og dermed prosesser som kan føre til læring, bedre tilflyttingsarbeid og metodeutvikling.

7.3.2 Roller og metoder

Denne evalueringen gjennomføres av en forsker som diskuterer fremgangsmåte med forskerkollega- og prosjektleder (og omtaler oss derfor som vi). Vi har lagt frem intervjuguiden og fått innspill fra referansegruppen og oppdragsgiver.

Informanter i evalueringen er prosjekteier, politisk og administrativt ansvarlige for prosjektene, leder, prosjektleder og medarbeidere i Dyrøyseminarsenteret. Flere av disse er også innflyttere, og erfaringer fra disse rollene er diskutert i samtaler og intervjuer med dem. Innflyttere som har vært i kontakt med prosjektet og tiltakene er også intervjuet.

Informantene i Dyrøyseminarsenteret og kommunens ledelse redegjorde åpent for tiltakene og var positive til formålet med evalueringen. Selvsagt kan de også være interessert i å fremstille eget arbeid som udelt vellykket eller føle et visst ubehag ved å bli gått etter i sømmene. Vi erfarte at alle informantene var interessert i temaet siden mange er opptatt av tilflytting spesielt og distriktspolitikk generelt. Blant innflytterne var det noen informanter som var skeptisk til spørsmål om til dels private forhold. Enkelte signaliserte at de på grunn av tidligere høy eksponering var noe skeptisk til å la seg intervjuet. De fleste ville likevel delta når det ble klart at de kunne være anonyme.

I tillegg til samtaler og intervjuer har vi hatt god tilgang på dokumenter og evalueringer fra Dyrøyseminarsenteret, som prosjektleder har delt med oss. Vi har også brukt deres innholdsrike hjemmesider som kilder. De skriftlige kildene ble brukt som informasjon om prosjektarbeidet, men vi har også sett på hva tekstene "gjør", hvordan de fremstiller og er med å produsere en bestemt forståelse av arbeidet, slik en tekstanalyse gjør (Silverman 2005). Vi har vært til stede på noen arrangementer i kommunen, fulgt med i media og hatt noe kontakt på e-post med noen av de ansatte på senteret.

7.4 Evalueringsspørsmål etter ALNAP-oppskriften

7.4.1 Er rekrutteringsteamets arbeid et svar på utfordringene?

Evalueringens første spørsmål er om rekrutteringsteamets arbeid en *passende og kostnadseffektiv* respons på nedgang i folketall og Dyrøy kommunes behov, utfordringer og prioriteringer? Er teamets arbeid relevant for å øke folketallet gjennom tilflytting, for å opprettholde tjenestetilbudet i kommunen og ha et levedyktig samfunn (jfr. Storvoll 2012:13)? Teamet forsøker å bremse nedgangen i antall innbyggere ved å få folk til å flytte til Dyrøy, og folk som allerede har vist interesse til å bestemme seg og gjennomføre flyttingen til Dyrøy. Rekrutteringsteamet arrangerer og deltar i messer som FOX, en rekrutteringsmesse som også har inkludert deltakelse på arbeidslivsdagene og samarbeid med Karrieresenteret ved Universitetet i Tromsø. Der driver teamet generell markedsføring for kommunen, prøver å rekruttere til spesielle stillinger og søker å få kontakt med potensielle tilflyttere som ikke direkte og eksplisitt er på vei til å flytte. De kan og har faktisk på denne måten fått kontakt både med potensielle tilbakeflyttere, som har vurdert flere andre steder, og innflyttere uten noen som helst kjennskap til kommunen (jfr. intervju). Formålet med FOX er breiere enn rekruttering av nye innbyggere. Arrangementet skal styrke fellesskapet for innbyggere og bidra til felles opplevelser gjennom f.eks. "Bygda på tur".



Figur 7.1. Kopi av invitasjon til FOX 2011, lastet ned fra http://uit.no/Content/229991/Rabattkort_FOX11_s1.jpg, 08.03.2013

Markedsføringsstrategien, som det å være tilstede på mange sosiale medier, å utarbeide brosjyrer/kort og magasin med profesjonelt uttrykk, samt høy medieprofil ser ut til å ha relevans. Flere tilflyttere har lagt merke til kommunens aktivitet, og sier selv at de til en

viss grad å ha latt seg påvirke av dette og at de opplever at kommunen er synlig. Denne markedsføringen inkluderer arbeid som drives i andre delprosjekter i Dyrøyseminarsenteret, slik som satsing på stedsuavhengige arbeidsplasser.

De innflytterne vi har intervjuet har sagt at rekrutteringsteamets innsats og bidrag har vært relevant for dem. Vi har eksempler på at teamet har tatt direkte kontakt, basert på tips og kjennskap; at de har fått kontakt gjennom FOX og messer på Universitetet, og at de har svart på og fulgt opp henvendelser fra interessenter som selv har tatt kontakt med kommunen. Innflytterne opplevde kontakten og møtet som nyttig og at det dekket noen av de behovene de hadde. Noen påpekte at det var en stor fordel at de fikk snakket med flere relevante personer på en gang. De fikk dermed en oversikt de ikke kunne ha skaffet seg like lett selv. Flere sa også at selv om de trodde de kjente kommunen godt, fikk de gjennom møtene med rekrutteringsteamet ny kunnskap om kommunen, spesielt om næringslivet. Teamets sammensetning har vært veldig viktig, og har vært satt sammen av prosjektleder ut fra hans kunnskap og erfaring.

Vi mener dette viser at det er sammenheng mellom teamets arbeid og tilflyttinger. Det synes å være en *direkte* sammenheng (som ALNAP-kriteriene spør etter) mellom hjelpen og informasjonen potensielle tilflyttere har fått, og deres tilflytting. Dette er selvsagt ikke den eneste, eller viktigste årsaken til flyttingene, men synes å inngå i beslutningene. Det er også en *indirekte* sammenheng ved at den generelle markedsføringsstrategien har bidratt til å gjøre kommunen kjent, samt at arrangementene har skapt interesse også blant potensielle tilflyttere uten forutgående kjennskap til kommunen. Tiltaket er på den måten et *tilpasset* svar på fraflytting og nedgang i folketall. Gitt at flyttebeslutninger ofte er komplekse, vil tiltakene være av varierende betydning i de enkelte tilfellene. I et tilfelle skyldes tilflyttingen i stor grad teamets arbeid (jfr. intervju).

Rekrutteringsteamet bidrar til å nå ukjente gjennom markedsføring og arrangementer. De tar direkte kontakt basert på lokal kjennskap og tips. De svarer på henvendelser fra potensielle tilflyttere. Det er dokumentert at de følger opp, gjør henvendelser og følger opp kontakten med disse tre gruppene. Vi har ikke vært i kontakt med informanter som sier at deres henvendelse ikke er blitt fulgt opp. Vi kan derfor ikke si om oppfølgingen er tilstrekkelig eller om det dekker alle grupper like stor grad. Det vil altså si at vi kan dokumentere hva de gjør, men har ikke oversikt over det de ikke gjør.

En spenning i forhold til oppfølgingen er om den er for proaktiv og eventuelt kan oppleves som påtrengende. Vi har ingen indikasjoner på det. Våre informanter sier at de fikk tilbud om å komme, møte rekrutteringsteamet og ha møte med dem, og det virker som de har benyttet seg av dette i ulik grad. Noen har hatt et enkelt møte mens andre har hatt mer intensiv kontakt over lengre tid med teamet eller prosjektleder.

7.4.2 Ytre kvalitet – måling av kost/nytte

Kan vi si noe om rekrutteringsteamet er *god pengebruk*? Dette kan etter ALNAPs mening bare vurderes i sammenlikning med andre/alternative prosjekt, fordi det må vurderes opp mot en standard. Til tross for at det ikke er etablert noen standard for en slik sammenlikning, forsøker vi likevel å tallfeste rekrutteringsarbeidets kostnad og tidsbruk i året, per familie og per person. Det kan bidra i en sammenlikning med andre prosjekt og

tiltak, men illustrerer først og fremst de store problemene med slike anslag. En slik tallfesting krever også at vi har tilgang på prosjektenes reelle kostnader. Det har vi bare i begrenset grad, og vil understreke at de konkrete beløpene vi presenterer nedenfor ikke er det vesentligste ved framstillingen. Poenget med framstillingen er å synliggjøre noen av kostnadselementene som inngår i tilflyttingsarbeidet, og å lage et utgangspunkt for sammenlikninger. Økonomi og kostnader er viktige når en kommune skal velge strategier i tilflyttingsarbeidet. Vi vet også at tilflyttingsarbeid handler om mye mer enn det. Det handler om holdninger og ulike sider ved tjenestetilbud, vertskaps-, velkomst-, og utviklingsarbeid i en kommune.

Vi vil ikke redusere kompleksiteten i dette til utelukkende å handle om kostnader, som flere informanter også sier: inntektssiden av dette er skatteinngang og overføringer. Det dreier seg om muligheten til å opprettholde viktige tilbud som egne skoler og barnehager i kommunen.

Hva koster selve rekrutteringsteamet? Det er vanskelig å avgjøre, men vi gjør likevel et forsøk. Arrangementet FOX 2009, 2010 og 2011 utgjør en stor del av rekrutteringsteamets arbeid, og har til sammen kostet kr 120 000 i følge prosjektets egne beregninger. Omlag 480 000 kr har da gått til annet arbeid for rekrutteringsteamet i løpet av fire år, mens årlig kostnad med rekrutteringsarbeidet er ca. 150 000 kr.

En annen/alternativ måte å vurdere kostnadene på, er å regne ut hvor mange arbeidstimer som brukes. Prosjektleder anslår at oppfølging av hver familie utgjør 15-20 timers arbeid for den som har hovedansvaret for familien. I tillegg har tre-fire andre i teamet brukt noen timer. Noen av disse jobber i andre resultatenheter i kommunen. Det er ikke beregnet kostnad for dette, men vårt anslag er at disse personene til sammen bruker 12 timer pr familie ($3 \text{ timer} * 4$). Anslagsvis blir det da ca. 30 timer pr familie samlet sett (det er stor variasjon mellom tilflyttere). Regnet på denne måten, kan en si at det direkte arbeidet med rekruttering i fireårsperioden har utgjort $\frac{3}{4}$ årsverk, eller ca. 300 timer i året i fire år; summen vil selvsagt avhenge av pris pr årsverk. I et tett integrert prosjektarbeid som i Dyrøy, har mange av de andre delprosjektene også tilflytting og rekruttering som delmål, men dette inngår ikke i beregningen vår.

I tillegg til timekostnadene kommer direkte kostnader i forbindelse med møter med potensielle tilflyttere, med middag eller kaffe; og de synes også å være svært variable. Et grovt anslag er kr 300 pr familie. I løpet av fireårsperioden har teamet møtt 41 familier, og samlede direkte kostnader er ca. 12 300 kr.

En tredje alternativ beregningsmåte går ut på å kalkulere kostnadene basert på faktiske tilflyttere. I følge prosjektleder og intern evalueringsrapport har det flyttet til sammen 30 familier til Dyrøy i perioden som rekrutteringsteamet har hatt kontakt med. Hvis gjennomsnittlig husholdsstørrelse er på tre (noen ganger har en i husholdet flyttet først, andre ganger er det snakk om par, atter andre er familier på tre eller mer) utgjør dette 90 personer. Det betyr et gjennomsnittlig antall innflyttere som teamet har hatt kontakt med er på 22 i året, i ca. 8 familier i året. Selve rekrutteringsarbeidet (inkludert FOX) har da enkelt sagt kostet kr 600 000 kr : 30 familier = kr 20 000 pr familie, som utgjør ca. 6

600 kr per person. Her har vi fordelt kostnadene på de som faktisk flyttet inn og har hatt kontakt med teamet, ikke på alle teamet har vært i kontakt med.

Det er altså likevel fortsatt et flytteunderskudd i kommunen, i tillegg kommer befolkningsnedgang som skyldes flere døde enn fødte. Kostnadsoverslaget viser usikkerheten i denne type vurderinger, men er gjort som et forsøk på en slik fremgangsmåte og inngår i det som er kalt ytre evaluering og vurdering av kvalitet i denne evalueringsmetodikken. Vi kan konkludere med at slike forsøk er krevende og usikre, men at egevalueringer kanskje burde inneholde noen slike anslag, som synliggjør faktiske kostnader.

7.4.3 Effektivitet

Det neste evalueringskriteriet er om tiltakene er *effektive* med hensyn til å løse problemet? Tiltakene ser ut til å nå relativt mange familier (41 familier i løpet av fire år) og vi har dokumentert at de bidrar inn i flyttebeslutningene hos i hvert fall noen av disse. Ca. 30 familier av disse er nå bosatt i kommunen. Vi har ikke intervjuet alle og kan derfor ikke si at alle disse flyttingene er knyttet til rekrutteringsteamets arbeid. Utflyttingen fra kommunen er likevel fortsatt større enn innflyttingen i de fleste årene. I perioden 2007 til 2011 har det vært 193 innflyttinger til Dyrøy og 201 utflyttinger (Storvoll 2012:9). Vi kan si at aktiviteten og tiltakene bidrar til å oppfylle målet, selv om det ikke er befolkningsøkning totalt.

Tilflyttingsarbeidet er altså ikke effektivt nok, - uten at vi mener at det å opprettholde folketallet kan beskrives som en riktig målestokk for tiltaket. (Det har vært drevet utviklingsarbeid med tanke på å bremse folketallsnedgangen i kommunen siden slutten av 1990-tallet). Nedgangen i folketallene i Dyrøy kommune i årene etter 2000 var noe lavere enn tiåret før. Innflyttingstallene har vært relativt stabile de siste årene - det betyr at innflyttingsnivået er opprettholdt, - de kunne også gått nedover, i tillegg til at de prinsipielt sett også kunne ha gått opp. Utflyttingen har derimot gått noe ned, den er bremsert, men den kunne også ha akselerert. Kommunen har en aldrende befolkning. Det er særlig nedgangen i antall døde, som har ført til at fødselsunderskuddet er blitt noe mindre, og det forklarer den lavere befolkningsnedgangen Dyrøy har opplevd etter år 2000. Dette er for øvrig generelle trender som gjelder hele landet (og det globale nord). Samtidig viser antall fødsler bare en svak nedgang, det betyr at fødselstallene *nesten* opprettholdes fra 1990-årene i Dyrøy.

Vurdering av de demografiske endringene, er en øvelse i hypotetiske sammenhenger og utviklingsprosesser. Det handler i stor grad om hva tallene ville ha vært, og hva det samlede befolkningsresultatet ville blitt *uten* tilflyttingsarbeidet og rekrutteringsteamets arbeid. Vårt utgangspunkt er at både flytteprosesser og lokale utviklingsprosesser – som ligger til grunn for befolkningsmønstre, er situasjonelle og kontekstuelle prosesser. I dette inngår trender og strukturelle endringer (arbeidsmarked, kommunikasjon) som har spesifikke stedlige former og uttrykk, i tillegg til spesifikt stedlige prosesser. Under diskuterer vi mulighetene for å sammenlikne prosessene i Dyrøy med andre liknende kommuner i nærheten, som er i samme situasjon. Dette handler altså om å vise det

kontekstuelle og situasjonelle, og dermed muligheten for å gjøre en annen type ekstern vurdering.

Som eksempel nevner vi arbeidsmarkedet, som nødvendigvis har stor betydning for tilflytting. Salangen kommune, sør for Dyrøy, er en litt større kommune preget av relativt mange offentlige arbeidsplasser i videregående skole og asylmottak (som mottar statlig finansiering), et rehabiliteringssenter og ny industrivirksomhet basert på infrastruktur og tradisjoner etter det tidligere Salangsverket. De driver også aktivt innflyttingsarbeid gjennom sitt tilflytterkontor. Sørreisa i nord er en betydelig større kommune enn Dyrøy som fungerer som et lokalt regionsenter. Sørreisa er en forsvarskommune – med de fordelene det innebærer med hensyn til arbeidsplasser. De har en betydelig industri, kortere vei til flyplass og bedre hurtigbåtforbindelse. I Dyrøy er kommunen største arbeidsplass, deretter kommer elektrobedriften Demas AS, ellers er det ingen større bedrifter eller statlige arbeidsplasser. Lavangen, Skånland og Gratangen har liknende næringsliv som Dyrøy og har alle deltatt i *Blest i Havlandet* som er et felles samfunnsutviklingsprosjekt for disse kommunene. Vi mener de ulike forholdene historisk, i arbeidsmarked og kommunikasjonsmessig, samt at kommunene også driver ulike typer tilflyttingsarbeid, gjør det vanskelig å benytte noen av disse som sammenlikningsgrunnlag for utviklingen i Dyrøy (motsatt f.eks. Niedomysl 2004).

Vi mener altså heller ikke at vi kan vurdere resultatene av rekrutteringsarbeidet ut fra de store demografiske prosessene. Disse skyldes delvis alderssammensetningen i befolkningen, som er bestemmende for utfallet av økende levealder og lavere dødelighet blant eldre. Flyttetallene er også knyttet til pågående og muligens akselererende sentraliserende prosesser, som tilflyttingsprosjekter bare i begrenset grad kan påvirke. At fruktbarheten nesten opprettholdes er også i tråd med nasjonal statistikk. (Dyrøy har lav andel innvandrere fra land utenom Vest-Europa og USA, og det skulle eventuelt tilsi en liten nedgang i fruktbarheten).

En rekke strukturelle, systemiske, politiske, økonomiske og kulturelle prosesser bidrar til økt sentralisering. Relativt enkle, i all hovedsak individrettede tiltak samt offentlig kommunikasjon som markedsfører positive trekk og muligheter i Dyrøy, vil ikke kunne snu disse. Hvordan kan vi da måle tiltakenes effekt? Vi kan komme et steg videre ved å sammenlikne med resultatene av tilflyttingsarbeidet i de øvrige casene våre, men heller ikke dette er problemfritt – siden det dreier seg om steder som har andre demografiske forutsetninger og som også er ulike mht. til arbeidsmarked o.l. Sammenlikningen vil likevel være en del av den «ytre» evalueringen. Kostnad/nyttevurderinger har vi imidlertid ikke vurdert for alle casene, men bare for Placementsamarbeid (neste kapittel). I fortsettelsen vil vi se på kvaliteten i tilflyttingstiltakene

Å måle indre kvalitet

Den indre, kvalitative evalueringen må vurdere tiltakenes målrettethet i forhold til de andre kriteriene som inngår i ALNAPs kriterier. I vår diskusjon av hvordan et slikt prosjekt kan måles tar vi utgangspunkt i evalueringskriteriene presentert innledningsvis (avsnitt 7.2). Det første kriteriet handler om at tiltaket skal være *tilpasset situasjonen* og oppleves som *relevante* for tilflytterne. Under gjør vi en vurdering ut fra om tiltaket var

nødvendige, utløsende og tilstrekkelige, eller supplerende faktorer i flyttingene. Deretter vurderer vi hva tiltakene forsøker å avhjelpe – det betyr at vi er ute etter det som ellers i evalueringslitteraturen beskrives som et tiltaks programteori (i ALNAP-veilederen inngår dette i det å sette opp beviskjeden). Deretter ser vi på den interne sammenhengen med andre tiltak, tiltakenes virkning på kort og lang sikt, bærekraft med mer.

7.4.4 Nødvendig eller tilstrekkelig?

I møtet med rekrutteringsteamet fikk noen tilflyttere ideer, konkret og praktisk hjelp til å finne jobb, bolig og barnehage. For noen var det en utløsende faktor som falt på plass, for andre er rekrutteringsarbeidet, inkludert FOX-messa i Tromsø hovedårsaken til flytting. For atter andre påskyndet kontakten med rekrutteringsteamet en allerede planlagt prosess. Den kunne ellers blitt utsatt eller ikke realisert. For noen var rekrutteringsteamets innsats det som førte til at husholdet flyttet til Dyrøy og ikke et annet sted som tidligere hadde fremstått som like sannsynlig. Teamet har gitt bistand på felt som de intervjuede innflytterne opplevde som viktige spørsmål i deres flyttevurderinger. Det handlet om arbeid, bolig, barnetilsyn (som kan inkludere flere ordninger enn barnehage), samt en ikke uviktig følelse av å være ønsket – og bli ønsket velkommen! Flere mente at velkomsten faktisk spilte en stor rolle for deres flytting. For en familie bidro selve det å være ønsket, i følge den ene i husholdet, til flytting til denne kommunen fremfor en annen likende kommune. Teamet bidro også direkte med å finne jobb til den ene voksne i dette husholdet. En familie var helt ukjent med kommunen, og teamets arbeid må sies å være hovedgrunn til innflytting til nettopp Dyrøy. Det var en nødvendig og tilstrekkelig betingelse, fordi teamet også bidro til at jobb, bolig og barnetilsyn falt på plass. Her spilte også rekrutteringsteamets medlemmer, deres positive innstilling og ideologiske tilnærming en viktig rolle, ifølge informanten. I to andre familier, der minst en av partene var tilbakeflyttere, bidro teamet til å finne barnehageplass og etablerte kontakt med den fremtidige arbeidsgiveren for en av de voksne. I andre familier bidro teamet med arbeids- og fritidsrelatert informasjon.

Anne og Knut forteller at de begynte å snakke om å flytte fra byen da noen av deres venner snakket om å flytte til Dyrøy. De hadde fått barn, og begynte å se etter bolig som de kunne kjøpe. De opplevde boligmarkedet i byen som avskrekkende, og forteller med vantro om den lille og dårlige leiligheten som var det eneste de hadde råd til. De skjønnte også at det ville bli vanskelig å få barnehageplass. Anne tok kontakt med rekrutteringstilbudet og følte seg så godt tatt i mot. "De ville gjerne ha oss hit!" sier hun som er fra en distriktskommune i nærheten. Rekrutteringsteamet hjalp Knut å komme i kontakt med hans nåværende arbeidsgiver, og i følget paret forsikret de Anne om at de nok skulle finne jobb til henne som hadde slik en relevant utdanning, også. Men, som hun sier, ble det vanskelig. De er i ferd med å overta en bolig i familien og lever godt, mye bedre enn inntekten skulle tilsi, sier de. - Vi er selvforsynt med bær, fisk, kjøtt av flere slag, ved og får mye hjelp til oppussingen, forteller Knut. - Det er viktig at vi er flere unge med barn i samme alder. Det skaper et miljø - det er de begge enige om.

For flere familier handlet rekrutteringsteamets hjelp og tilbud om faktorer som var spesielt relevant i den aktuelle livsfasen, både i forbindelse med familieetablering men også i andre livsfaser. Arbeidet til prosjektleder og andre han samarbeidet med, bygde på en analyse av hva den aktuelle familien hadde behov for nå, og et forsøk på å sette sammen et team som kunne bidra til å dekke disse behovene. Det vil si at leder i teamet hadde 1) tilstrekkelig kjennskap til familiens behov, 2) evnet å analysere deres informasjons- og oversiktsbehov, 3) hadde tilstrekkelig oversikt i kommunen til å sette sammen et team som kunne svare på behovet, 4) at teamets arbeid er forankret på en slik måte at de nødvendige personene kunne stille opp.

Det vi nesten ikke snakker om

Flere informanter fremhevet, en smule beskjemmet eller litt unnskyldende, at det økonomiske også hadde stor betydning for dem. Både lave kostnader på boliger og fritidsaktiviteter, samt tilgang på mat og tjenester via familiemedlemmer, naturalhushold og bekjente, ble nevnt av flere. Vi tolker den unnskyldende tonen i fremføringen av dette som at det både er kjente faktorer, men også noe en ikke gjerne snakker om. Dels tyder det på at økonomi, blant mange anses som en privatsak, men kanskje også at det er litt pinlig å si at det var en faktor i flyttebeslutningen. På den annen side ble ikke dette nevnt av leder og prosjektleder som argumenter de benytter i presentasjonen av kommunen. Det kan tyde på at argumentet ikke oppfattes som legitimt eller viktig. Tausheten kan også være del av en distriktpolitisk diskurs, som fremhever ekstrakostnader ved å bo i perifere strøk, snarere enn økonomiske fordeler. Vi kan spekulere i at mange vil være forsiktig med å skryte av gode og billige kommunale tjenester eller rimelige boliger og lavere tempo fordi det kan bidra til et bilde av at små kommuner får for store overføringer, har det for godt og at småkommuner og innbyggerne der ikke jobber hardt nok – for å sette det på spissen. Både informanter i kommunene og innflytterne presenterer i intervjuene et bilde av en rural idyll, som handler om trygge oppvekstvilkår for barn, elg som går over plena, ro og fred, fritidsaktiviteter for barn, bort fra byens mas og kjas, rushtid og køståing (jfr. f.eks. Villa 2004). I tilflyttingssammenhengen ble ikke økonomiske vilkår nevnt, selv om kommunen presenterer seg som et økonomisk fordelaktig sted å bygge og bo, med gratis tomter og lån og tilskudd, på sine hjemmesider (<http://www.dyroy.kommune.no/bygge-i-dyroey-16-gratis-tomter.10342-122385.html>, lastet ned 19-09-12). Vi spør altså at det i noe tilflyttingsarbeid kan være spor av en strategisk underkommunisering av økonomiske attraktive betingelser i noen små kommuner. Økonomi kan være viktige flytteargumenter for mange, både i etableringsfaser og andre livssituasjoner.

Rosemalerne

Intervjuene avdekket en spenning knyttet til formen på rekrutteringsteamets arbeid; er de for positive i sitt arbeid med velkomst og informasjon? I de fleste tilflytterintervjuene ble spørsmålet om å "rosemale eller være mer nøkterne og realistiske" brakt opp. Dette har flere sider, men dreier seg i stor grad om faren ved å overselge kommunens tilbud, de positive sidene ved et ruralt liv og at ting kommer til å ordne seg. Flere pekte på at

arbeidsmarkedets størrelse gjør at det er stor fare for at minst en i husholdet må pendle, for å kunne få en relevant jobb. Underkommunisering av det en kalte "negative sosiale trekk ved samfunnet", er en annen side av dette som handler om rykter, sosial kontroll, inkluderings- og ekskluderingsmekanismer. Som flere var inne på, er dette kjent for folk som kommer fra stedet, eller liknende steder - de vet hva dette består i og vil ikke bli overrasket. De opplever likevel en slik rosemaling som det ble kalt, som å holde tilbake informasjon eller ikke være helt sannferdig. De bekymret seg, dels med rette, slik våre intervjuer tyder på, for at innflyttere som ikke var kjent med småsamfunn ville bli negativt overrasket og kanskje føle seg lurt. Et begrenset service- og varetilbud og begrenset arbeidsmarked ble da også nevnt av noen innflyttere som negative trekk de oppdaget etter hvert. Ledelsen i Dyrøyseminarsenteret og rekrutteringsteamet er også kjent med disse spenningene. De velger likevel å velge en positiv vinkling på sitt arbeid. For dem betyr det å ikke fokusere på negative trekk ved kommunen.

Programteorien

I den grad årsakene til at folk ikke flytter til Dyrøy er at de mangler informasjon, ikke ser mulighetene eller ønsker å flytte, men mangler jobb/bolig/barnehage, ser den samlede oversikten teamet tilbyr; velkomsten, konkret og direkte hjelp til å finne jobb, bolig, barnehage, ut til å være effektiv. Selv om det nå i prinsippet er full barnehagedekning, erfarte flere av småbarnsfamiliene at det å få barnehageplass til en ettåring, uansett når på året barnet er født, som et gode de ikke hadde tilgang på der de bodde før. Tiltaket adresserer viktige basisbetingelser for å kunne flytte hvis en ønsker det, jfr. kjente data fra for eksempel flyttemotivundersøkelsen som viser at motivene bolig, jobb, familie utgjør ca. 20 % hver (Aure et al. 2011). I all hovedsak vil det likevel ikke være slik at hovedgrunnen til at folk ikke flytter til en distriktskommune er mangel på informasjon.

For langt de fleste vil det måtte finnes et mer eller mindre klart flytteønske for at dette tiltaket kan virke. Samtidig kan en ekstern offentlig markedsføring bidra til å skape et slikt ønske, ved å bidra med informasjon. Den vil også kunne bidra til å påvirke den offentlige diskursen og dermed normer om hva som er attraktive bosteder. Dette er en del av en positivitetstenking, en fremsnakking av rurale livsformer som mange aktører i dette feltet føler at de må bidra til, for å motvirke det mange oppfatter som en overveldende og ensidig positiv urbanitetsdiskurs. Flere har beskrevet slike diskurser og betydningen av dem i forhold til identitet, spesielt knyttet til ungdom (Fauske 2001, Fosso 2004). Bæck (2004) har kalt det et urbant ethos. Rekrutteringsteamet synliggjør en flyttemulighet, både som noe ønskverdig, og ved at de tilrettelegger de materielle betingelsene: jobb, bolig, barnehage, miljø. Holm, Mäkila og Öberg (1989) operer med en et viljebegrep som både inneholder *vil* - som i ønske, og *vil* som et mer normativt *bør*. I tillegg knytter de flyttebeslutninger til *kan* som sier noe om praktiske muligheter og betingelser. I denne tankegangen finnes også et *må* som viser til det mer tvangspregede i situasjonen, som for eksempel problemer med barnetilsyn eller adgang til boligmarkedet i en større by. Rekrutteringsteamets innsats kan også føre til at en faktisk flytter, at en realiserer en ide om å flytte fra noe, og til noe annet. Rekrutteringsteamet kan fungere som en flytteorganisasjon – som bidrar praktisk og moralsk til

gjennomføringen av flyttingen (Krissman 2005, Prothero 1990). Samtidig adresserer rekrutteringsteamet også et mer implisitt *behov for å bli sett*.

Verdien av å bli ønsket velkommen

Det å bli eller være del av sosiale fellesskap er sannsynligvis av varierende betydning, mellom mennesker, og i ulike livsfaser. Samtidig er det et grunnleggende sosialt behov som rekrutteringsteamets arbeid treffer, i følge våre informanter. Tiltaket er proaktivt. En fra rekrutteringsteamet henvender seg direkte til potensielle tilflyttere, undersøker om de har flytteplaner og tilbyr en tjeneste/hjelp i den forbindelse. Tilflyttere som er intervjuet forventet ikke en slik tjeneste, men sa at de opplevde glede og tilfredshet ved å bli møtt på denne måten. Noen knytter dette til at Dyrøy er et lite samfunn. Størrelsen kan for dem bidra både til at de blir synlige deltakere i sosiale fellesskap, og den kan innebære en viss kontroll. Oppfølgingsspørsmål om en ikke var del av fellesskap der en bodde, viste at noen var det, men følte at det var på en annen måte på et større sted. For andre var opplevelsen av å bli sett knyttet til rekrutteringsteamets arbeid, og ikke satt i sammenheng med tidligere bosted eller som en motsetning mellom urban-rural. De oppfattet ikke dette som en spesiell kvalitet med småsamfunn, slik rural idyll diskursen noen ganger kan gi inntrykk av. Velkomsten var utvilsomt et viktig positivt trekk ved rekrutteringsteamets arbeid.

7.4.5 Er tiltakene aktuelle og tidsriktige?

Tiltakene bidrar med informasjon og hjelp i en type beslutninger som tidligere har vært sett som private. De kan derfor sies å være en del av en økt tilrettelegging for folk på stadig flere måter og kan slik sett ses som en klientifisering. Alternativt kan det å velge bosted ses som et valg på et marked der små kommuner kan ses som tilbydere som konkurrerer om å selge sin kommune, altså en kommodifisering – markedsgjøring av stadig flere aktiviteter. Begge trender kan sies å være svært aktuelle. Vi kan også si at tiltakene synes aktuelle på den måten at de faktisk treffer folks behov for informasjon og for å føle seg ønsket, og dermed bidra til å tilskrive mening til flytteprosessen. Som vi var inne på, treffer det å være ønsket og tilbys en plass i et sosialt fellesskap noen grunnleggende menneskelige behov, som kan synes som et knapt gode i det som kan beskrives som en individualisert verden (Bauman 1998). De er også tidsriktige på den måten at de benytter lokal kjennskap og gir tilgang på en oversikt over muligheter i arbeids og boligmarked, som tilflytterne selv ikke besitter. Tiltakene synes å bidra til å oppfylle målsettingen.

Hva slags resultater?

Hvordan kan resultatene beskrives – på kort og lang sikt? Resultatene er *kvalitativt* gode ved at de i hvert enkelt tilfelle bidrar til at tilflyttere kan gjøre mer informerte valg og at de får hjelp til å gjennomføre disse. Det tilsier at i hvert fall deler av vurderingene vil være enklere å gjøre og kanskje også bedre for de individene det gjelder. Det kan i prinsippet føre både til innflytting og at noen velger å ikke flytte selv om de har vurdert det. En informant fortalte at omvisningen i kommunen på mange måter var sjokkartet. Her var ikke noe sentrum, ingen gater, to matbutikker.... Det førte til at de tenkte seg om

en ekstra gang før de flyttet: Ville de virkelig dette? For kommunen og prosjektdeltakerne kan det å ha bidratt til dette være del av det å ha gjort en god jobb.

Kvantitativt kan resultatene beskrives i form av antall tilflyttere med en gitt aldersfordeling som kan bidra til å opprettholde folketall eller begrense befolkningsnedgangen, som de gjør i dette tilfellet. De bidrar definitivt til en aldersmessig bedre balanse blant kommunens innbyggere, og er således viktige på sikt. Både de kvalitative og kvantitative resultatene kan bidra til økt stolthet blant de involverte i prosessene, og innbyggerne generelt, når de viser at kommunen er et attraktivt bosted for flere - også for tilflyttere uten tilknytning til stedet.

Det er rimelig å anta at rekrutteringsteamets innsats har variert fra direkte, utløsende og nødvendig årsak, til lite eller ingen betydning for de 30 husholdene som har flyttet til kommunen siden 2007. Våre intervju indikerer at rekrutteringsteamets innsats har vært av stor betydning, men vi skal ikke se bort fra at de vi har vært i kontakt med representerer et skjevt utvalg – en showcase (jf. kap. 2 om metode).

På kort sikt bidrar innflytting av enkeltindivider til flyttebalansen og på noe lengre sikt, bidrar yngre innflyttere til bedre aldersbalanse. På både kort og lang sikt bidrar den positive vinklingen til mer positiv omtale av samfunnet totalt. På lengre sikt er det del av en lærings- og utviklingsprosess for prosjekt- og kommuneorganisasjonen. Det er ingen automatikk i dette, men både Dyrøy kommune og Dyrøyseminarsenteret jobber eksplisitt med læring, gjennom blant annet Dyrøyseminaret som arrangeres hvert andre år, og på andre måter.

Denne læringen bidrar til at prosjektorganisasjonen utvikler og skaper nye prosjekter med finansiering fra ulike kilder. Det bidrar til å opprettholde og utvikle nye arbeidsplasser (for personer med høyere utdanning) i kommunen. Eksempel på dette er å utvikle et senter for stadsuavhengige arbeidsplasser og kompetanse på bruk av informasjon og kommunikasjonsteknologi i eldreomsorgen. Dyrøyseminarsenteret er allerede sett som et kompetansesenter og en møteplass for små kommuner (KRD). Arbeidsformen bidrar til bærekraft og varighet i tilflyttingsarbeidet, men ikke, som vi skal se, ved å gjøre prosjektene til permanente tiltak.

En riktig prosjektorganisasjon

Dyrøyseminarsenteret, inkludert rekrutteringsteamet, er ikke opptatt av å videreføre seg selv. I intervju med ledelsen ved senteret ble det tydelig at de er eksplisitt opptatt av å avslutte og legge ned prosjekter! Fortrinnsvis vil de avslutte prosjekter fordi oppgaven og formålet er oppfylt. De forsøker derfor å formulere prosjektene på en slik måte at de kan avsluttes. Det synes også som de har avslutter deler av en satsing, for så å forsøke å jobbe på nye måter med det de ennå ikke har lyktes med. Denne prosjekttankegangen ser ut til å være en pågående prosess og en integrert arbeidsmåte i sentret. De snakker i intervjuet ikke om å søke forlengelse, men "hva kan vi avslutte" – og ikke minst hva de nå skal ta fatt på. I mange tilfeller utvikles nye prosjekter på bakgrunn av konkret lærdom fra pågående prosjekt eller prosjekt i avslutningsfasen. "Oppdagelse" av muligheter for fjernarbeid og etterspørsel etter fjernarbeidsplasser, var medvirkende til utvikling av prosjekt om stedsuavhengige arbeidsplasser og senere kontorhotell.

Tilsvarende prosesser har handlet om deltidssinnbyggere, et dårlig fungerende boligmarked og fokus på landbruk.

Dette betyr at prosjektlederne har kunnskap om temaet og et dokumentert behov for større innsats på et felt - det er gode argumenter for finansiering av nye tiltak, og sannsynligvis en suksessfaktor. Ofte starter de med et pilotprosjekt som senere, men ikke alltid, utvikles til et hovedprosjekt. Vi mener altså at denne aktive bruken av og inngående kunnskap om prosjektarbeidsformen, er en sentral del i Dyrøyseminarsenterets arbeidsform. Det er også en del av organiseringen av rekrutteringsteamets arbeid og bakgrunn.

Betingelser for at en arbeidsform som fremmer læring og utvikling skal kunne finne sted, synes å være knyttet til arbeidet kommunen tidligere har gjort i prosjektet "En lærende kommune" – som også er kommunens slagord. Det innebærer for det første at det finnes en helhetlig strategi og godt utarbeidet plattform for utviklingsarbeidet. Det sikrer at det er kontinuitet i arbeidet, også personellmessig. Det gjør at læring i organisasjonen kan finne sted og overføres. Videre antar vi at det må være rom i organisasjonen for å si at enkelte ting ikke fungerer, det krever igjen trygghet. Egenevalueringer av FOX 2011 (Nicolaisen 2011) viser for eksempel at prosjektleder vil og kan benytte (også dårlige) erfaringer fra et prosjekt til konkrete endringer i neste arrangement. For det tredje kreves det evne og vilje til å kunne leve med kortvarige oppdrag. For det fjerde synes en sentral betingelse å være at arbeidet tematisk henger sammen slik at ikke alle typer erfaringer og ideer videreutvikles til nye prosjekter. De må være i tråd med en overordnet strategi. Det diskuteres videre i neste avsnitt.

7.4.6 Henger tiltakene sammen med annet arbeid og strategier i kommunen?

Inngår kortvarige tiltak på en kvalitativt god måte i langsiktig arbeid? Dette spørsmålet inngår i vurderingen av om prosjektets tiltak og resultater kan bli varig og selvgående på sikt. Vi har inntrykk av at Dyrøy kommunes utviklingsarbeid både er svært sammensatt, men at det også er organisert som et helhetlig arbeid som er godt begrunnet og gjennomarbeidet.

Det er fem ansatte i Dyrøyseminarsenteret. De har ulike stillingsbrøker og arbeidsoppgaver i senteret. Det er enda flere som presenteres som prosjektledere for ulike prosjekt og tiltak. Alt arbeidet synes å være organisert som prosjekter. Senteret presenterer seg likevel med at de jobber langsiktig med lokal utvikling. De fremhever altså ikke enkeltprosjektene på hjemmesiden. Noen enkeltprosjekter presenteres derimot i media som spesielle satsinger og prosjekt i regionale og nasjonale media. Det gjelder for eksempel "Saman for ein betre kommune" og "Stedsuavhengige arbeidsplasser". Kommunikasjonen fra arbeidet er altså spesialtilpasset media, plattform og målgruppe.

Det er ikke umiddelbart forståelig for en utenforstående at rekrutteringsteamet er del av Dyrøy 2017, et "stort mobiliseringsprosjekt i regi av de som bor i Dyrøy kommune" der "Målet er trivsel og vekst i folketall, samt vekst for næringsliv, lag og foreninger" (<http://www.dyroyseminaret.no/wpt/prosjekter/>). Det viser seg at Dyrøy 2017 er et slags overordnet program som består av flere delprosjekt – på et vis kanskje alle pågående og planlagte prosjekt? Det er uklart for oss hva som ligger i formuleringen "i

regi av de som bor i Dyrøy kommune”; betyr det kommunal regi, at det drives av folk som bor og jobber i kommunen, eller folket i kommunen. Et sted står det at “Inkludering” som er en del av Dyrøy 2017, skal bidra til at nye innbyggere blir inkludert i kommunen. Her presenteres rekrutteringsteamet som et tiltak. Dette omtales igjen også som en rekrutteringssatsing som er tredelt, med FOX, rekrutteringsteam og markedsføring.

Vi tolker disse delvis motstridende, overlappende og uklare presentasjonene av organiseringen, som at de er uttrykk for en pågående prosess. I denne prosessen utvikles, tilpasses og endres prosjekt og tiltak i forhold til den overordnede strategien/programmet. Alternativt kan det også tolkes som manglende sammenheng og uklar organisering. Et konsistent sett med planer, strategier, prosjekt og tiltak kan på tilsvarende måte både forstås som et gjennomarbeidet system, eller uttrykk for et statisk planverk, som ikke er i faktisk bruk som en “brei mobilisering og helhetlig plattform for lokalsamfunnsutvikling” (Storvoll 2012:2). De legger vekt på at det er et helhetlig og systematisk arbeid og at ulike prosjekt inngår i et større helhetlig grep (2012:3). Både vektleggingen av helheten, presentasjonen av utviklingsprogrammet på hjemmesidene og informasjon fra intervju, tyder slik vi ser det på at det faktisk jobbes aktivt med den helhetlige og langsiktige tenkingen. Dette synes å ha en styrende virkning på prosjektene og tiltakene. De formuleres og organiseres slik at de bidrar til hovedstrategiens mål. For eksempel er Platinakortet - et gavekort som kan brukes i lokale virksomheter - presentert under kultur og næring i Dyrøy 2017 programmet, og beskrives som en del av det å skape vekst. Det inngår i “Delmål 2 b: Vekst – Lokalt næringsliv”. Rekrutteringssatsingen kommer under “delmål 2 a: Vekst – folketallsutvikling” (Storvoll 2012:2). På side 7 i samme dokument, beskrives rekrutteringssatsingen med følgende målsetting: «å rekruttere og beholde innbyggere basert på tre strategier: best på tilrettelegging, personrettet oppfølging og markedsføring». I denne sammenhengen plasseres det ikke under “inkludering” som det gjør andre steder. En skjematisk fremstilling av prosjektet på side 6-7 synes for oss heller ikke å samsvare med side 2 og presentasjon på hjemmesiden som presenterer Dyrøy 2017 som et paraplyprosjekt og på lik linje med andre prosjekt.

Kanskje kan vi si at Dyrøy kommune organiserer sitt utviklings- og tilflyttingsarbeid i en relativt fast organisasjon som driver prosjekttakvisisjon og utviklingsarbeid på en systematisk måte. Arbeidsformen kan beskrives som profesjonell prosjektutvikling. Det finnes en rekke prosjekter i porteføljen som har en svakere direkte link til enten trivsel, vekst eller rekruttering, men det er likevel gjort et arbeid for å tilpasse dem plattformen og kommunisere internt og eksternt at de er ment å trekke i samme retning. Vi forstår dette som et reelt tilpasningsarbeid.

7.4.7 Når tiltakene målgruppene?

Dekker tiltakene de *målgruppene* de skal med hensyn til kjønn, alder, klasse, etnisitet, funksjonsnivå med mer? Rekrutteringsteamet vektlegger at de henvender seg til potensielle innflyttere. De velger derfor å prioritere dette (Storvoll 2012:8f). Det innbefatter både nytilflyttere og tilbakeflyttere, samt innflytting av

deltids/fritidsinnbyggere. De jobber altså ikke med å hindre utflytting, som også kunne være en måte å opprettholde folketall på. Som vi viste i den korte gjennomgangen av demografiske endringer, har lavere utflytting også betydning for befolkningsutviklingen. Vi deler derfor ikke nødvendigvis analysen av at det er innflytting snarere enn utflytting som er det opplagte satsingsområdet. På den annen side kan mobiliseringsprosjektets breie målsetting om å bidra til vekst og trivsel sies å inkludere økt bli- eller bolyst, og at dette er et mål i andre tiltak.

Barnefamilier er en spesifikk målgruppe, men det virker likevel ikke som om andre grupper eller personer ekskluderes fra rekrutteringsteamets arbeid. I målformuleringen inkluderes både familier og *andre personer*. Oppmerksomheten mot deltids/hytteinnbyggere gjør også at eldre hushold inkluderes i målgruppen. Noen potensielle tilflyttere har tatt direkte kontakt med Dyrøyseminarsenteret. Andre kontakter har oppstått via andre ansatte i kommunen og etter innspill fra privatpersoner. På bakgrunn av denne kjennskapen har prosjektleder tatt telefonisk kontakt og spurt om det har vært ønskelig med et møte/ samtale med prosjektleder eller rekrutteringsteamet for å gjøre avklaringer.

Teamets arbeid baserer seg på de som oppsøker messer eller arrangementer, folk som tar kontakt selv, og personer teamet har kjennskap til eller får tips om. Det betyr at det i stor grad dreier seg om et nettverk av kjente eller selvrekrutterte. De selvrekrutterte, er riktignok få, men kommer på grunn av markedsføringen av åpne arrangementer gjennom aviser, sosiale media, direkte invitasjoner, stands og universitetets elektroniske tavle. Mye av dette er rettet spesifikt mot studenter, mens FOX er åpent annonsert. De sosiale mediene er ikke begrenset regionalt.

Slik vi ser det ville en mer systematisk gjennomgang av potensielle tilbakeflyttere og deltidsinnbyggere kunne fange opp personer som "ingen" tenker på eller kjenner. Vi har ingen indikasjoner på at teamet jobber eksplisitt mot innvandrere, flyktninger eller andre potensielle tilflyttingsgrupper.

For å treffe spesifikke grupper nyttilflyttere uten kjennskap til kommunen måtte teamet ha fokusert på kanaler som traff slike grupper spesielt. Dette kan være grupper basert på alder, sivilstand, etnisitet, økonomisk situasjon, ledige stillinger eller arbeidsmuligheter i kommunen etc. I så fall kunne en rettet markedsføring mot spesifikke utdanninger, barselgrupper uten tidligere tilknytning, eller fritidstilknytning ha noe for seg. Videre synes det som satsingen i stor grad har vært rettet mot Tromsø, en rettet satsing mot andre byer, eventuelt også andre typer steder, ville representere en annen tilnærming.

7.4.8 Er arbeidet koordinert med andre aktørers arbeid?

Dyrøyseminarsenteret har inkludert flere virksomheter og prosjekter i sitt arbeid. De har relativt utbredt kontakt med FOU-miljøer ved Universitetet i Tromsø, regionalt ved Studiesenteret på Finnsnes og andre FOU-miljøer i inn- og utland. De deltar i diskusjoner og deler erfaringer regionalt, nasjonalt og internasjonalt, og er slikt sett koordinert med denne type aktører. Det som påvirker senterets arbeidsoppgaver i den store sammenhengen er likevel den breie distriktpolitikken, det vil si sektorpolitikken på ulike områder som samlet sett bidrar til sentralisering. Rekrutteringsteamets arbeid kan sies å

flikke på de ikke eksplisitt intenderte resultatene av denne politikken, samt private virksomheters lokaliseringsbeslutninger som også bidrar til sentralisering. Rekrutteringsteamet er koordinert med KRDs (Kommunal- og regionaldepartementet) arbeid overfor små distriktskommuner. Det kommer blant annet til uttrykk ved at senteret har fått støtte til flere av sine prosjekter fra KRD. Senteret samarbeider med og mottar også støtte fra bedrifter og institusjoner regionalt.

7.5 Oppsummering og konklusjoner

De metodene som brukes for å gjøre kommunen og mulighetene der kjent, som å tilby møter og omvisning med et spesialtilpasset team som svarer på familienes behov, er relevant for mennesker i en potensiell flyttesituasjon. Vi mener derfor at teamets arbeid er et tilpasset svar på befolkningsnedgangen.

Ytre kvalitet – målig av kost/nytte. Et grovt overslag viser at rekrutteringsteamets timer, FOX-arrangementet, markedsføring, direkte og indirekte kostnader til dette arbeidet dreier seg om ca 200 000 i året. Rekrutteringsteamet har fulgt opp ca 10 familier årlig og av disse har 7-8 familier (ca. 22 personer) flyttet til kommunen årlig. Vi har beregnet kostnaden til å være 6-7000 pr flyttet person. *Dette er usikre anslag.* I de undersøkte tilfellene har vi vist at rekrutteringsteamet har vært hovedårsak i ett tilfelle, og for andre har de på ulike måter bidratt til flyttingen, samt synliggjort at flyttemuligheten er reell. Vi antar også at teamet har hatt liten og ingen betydning i noen tilfeller. På grunn av usikkerhet er det vanskelig å bruke disse tallene som grunnlag for sammenlikning med andre tiltak. Anbefalingen må være at kommunene og prosjektene gjør slike overslag selv.

Effektivitet: Vi forventer ikke at rekrutteringsarbeidet skal påvirke de demografiske prosessene i nevneverdig grad. De individrettede tiltakene har likevel gitt små positive bidrag til flyttebalansen. Tilflytterne er yngre enn befolkningen som helhet og har bidratt til bedre aldersbalanse i befolkningen, og til at fødselstallene er blitt tilnærmet opprettholdt. Det er ingen enkel sak å vurdere om arbeidet er effektivt; det krever at vi har et relevant sammenlikningsgrunnlag – og det er vanskelig å finne fordi «alt» varierer fra et sted til et annet. Vi pekte på at det å finne en liknende kommune uten tilflyttingstiltak var vanskelig, og sammenlikning med andre tilflyttingstiltak er også vanskelig fordi konteksten rundt tiltakene er så forskjellige.

Indre kvalitet: Vi har vist at tiltaket er tilpasset og relevant i forhold til utfordringene. Videre har vi vist at tilflytters møte med rekrutteringsteamet kan beskrives som en *supplerende flytteårsak*, altså en hjelp i flyttebeslutningen. I noen tilfeller var det dessuten en *nødvendig og utløsende* del av flyttebeslutningen. I ett påvist tilfelle var det *nødvendig og tilstrekkelig*, ut fra at det i utgangspunktet fantes et flytteønske, samt sterke push-faktorer.

En kvalitet ved tilflyttingsteamets arbeid er at potensielle tilflyttere opplever å føle seg velkomne og ønsket. Dette har hatt stor betydning for en del av dem, og kan handle om

at arbeidet bidrar til meningstilskrivning i det noen opplever som individualiserte og lite fellesskapsorienterte liv.

En underkommunisert fordel ved det å flytte til et lite sted er at det som regel er økonomisk gunstig. Dette har en viss betydning for noen innflyttere vi har intervjuet, men er et tema det ikke er helt enkelt å snakke om.

Både tilflyttere, andre innbyggere og ledelse ved Dyrøyseminarsenteret er noe bekymret for at de overselger positive muligheter, og underkommuniserer negative trekk ved å bo i en liten kommune som Dyrøy.

Programteorien i dette tiltaket handler om at mennesker ikke flytter til rurale områder fordi de ikke ser de konkrete mulighetene; at de mangler informasjon om jobb, bolig, barnehage med mer. Det finnes også en offentlig diskurs som bidrar til å påvirke bostedsønsker i urban retning. Rekrutteringsteamets arbeid, og da spesielt den offentlige kommunikasjonen, søker å imøtegå dette ved å vise det ønskverdige i rurale levemåter.

Tiltakene er aktuelle og tidsriktige på den måten at de bidrar med informasjon og hjelp i en type beslutninger som tidligere har vært sett som private. De kan derfor sies å være en del av en økt tilrettelegging, men også klientifisering. Det kan også ses som en markedsgjøring, kommodifisering av flyttebeslutninger, der rurale kommuner kjemper om å selge seg inn til potensielle tilflyttere. Tiltaket er tidsriktig på den måten at det utnytter lokalkunnskap, og bidrar til at denne deles og blir gjort tilgjengelig for de som ikke selv har den.

På *kort sikt* medvirker tiltakene til mer informerte flyttevalg og til synliggjøring av flyttemuligheter. Innflytting av enkeltindivider bidrar positivt til flyttebalansen, og på noe lengre sikt kan yngre innflyttere bidra til bedre aldersbalanse. På kort og lang sikt fører den positive vinklingen til mer positiv omtale av samfunnet. På lengre sikt er arbeidet en del av en lærings- og utviklingsprosess for prosjekt- og kommuneorganisasjonen. Dette bidrar til bærekraftige prosjekter og utvikling av nye tiltak og mer læring.

Tiltakene henger nært sammen med annet arbeid i kommunen og det gjøres et betydelig arbeid for å utvikle tiltak slik at de faktisk bidrar til et overordnet mål. Det virker også som strategiene styrer tiltakene og fører til et fokusert og samkjørt utviklingsarbeid. En dyp forståelse og forpliktelse til prosjektarbeidsmåten, som blant annet gir seg uttrykk i at prosjekter søkes avsluttet, skaper læring og viderefører erfaringer.

Målgruppene for tiltaket er nyinnflyttere uten kjennskap til kommunen, tilbakeflyttere og deltidsinnbyggere. Tiltakene er tilpasset disse målgruppene og når i praktisk disse gruppene også. Mer systematisk og rettet innsats mot enkeltgrupper ville likevel være mulig, også mht. hvilke steder prosjektet retter sin utadrettede virksomhet mot.

Arbeidet er *koordinert* med andre aktørers arbeid på feltet. Organisasjonen inngår i samarbeidskonstellasjoner med FOU-miljøer i inn- og utland, og andre utviklingsaktører.

8 Samarbeid med Placement

8.1 Innledning

Hele 73 kommuner rapporterte i vår kvantitative undersøkelse at de hadde benyttet Placement AS sine tjenester i sitt tilflyttingsarbeid. For de fleste kommunene innebærer det at de, alene eller sammen med andre kommuner i regionen, på et eller annet tidspunkt har inngått en 2-årig avtale med Placement. Det finnes også andre type samarbeid en kan innlede med Placement. I følge Placements hjemmesider (www.placement.no) er Placement et aksjeselskap, drevet av Janet Roelofs, som opprinnelig er fra Nederland, med hennes mann Gert Rietman som daglig leder. De har hovedkontor i Stordal i Norge, men driver også virksomhet i Sverige og Danmark. Firmaet ble etablert i 1997 og har siden 2003 drevet rekrutteringsprosjekter i Norge. Placement presenterer seg som et selskap som kan hjelpe kommunene med utfordringer knyttet til rekruttering, mangel på kompetanse og nedgang i folketall ved å rekruttere innbyggere og familier fra Nederland, Tyskland og Belgia.

Placement er en interessant case på flere måter. I internasjonal sammenheng er deres virksomhet etter det vi kjenner til unik. I norsk og skandinavisk sammenheng er det veldig mange kommuner og regioner som har brukt dem, og mange vurderer om de skal benytte selskapet i framtiden. Placement en profesjonell aktør på et felt der mange kommuner og interkommunale selskaper også har kompetanse, men de har utviklet en egen nisje ved å rekruttere det de kaller livsstilsflyttere, særlig fra Nederland. På grunn av deres lange erfaring med å rekruttere flyttere til Distrikts-Norge, vil vi forvente at det er en del å lære fra deres arbeidsmåte. Når kommunene kjøper denne tjenesten hos Placement tydeliggjøres dessuten en del av kostnadene ved å drive tilflyttingsarbeid. Det gjør det mulig å sammenlikne med andre måter å organisere arbeidet på, som f.eks. at kommunen gjør alt selv, eller engasjerer andre eksterne til å drive tilflyttingsarbeid.

Placementcasen skiller seg fra de øvrige casene våre ved at spørsmålet om det er årsakssammenheng mellom tiltaket og tilflytting er så godt som overflødig. Placement og samarbeidskommunene har gode oversikter over hvem og hvor mange det er som er rekruttert gjennom samarbeidet. Spørsmålet om enkelte av disse ville funnet vegen til en av samarbeidskommunene uten Placements hjelp, er hypotetisk og uten praktisk betydning for denne undersøkelsen.

Det interessante spørsmålet i evalueringen av denne casen er derfor ikke om samarbeidet med Placement har lyktes i å rekruttere tilflyttere. I alle kommunene vi har vært i kontakt med, bortsett fra en, har samarbeidet ført til innflytting av et omfang som står i forhold til forventningene. Vi kan derimot diskutere fire spørsmål som vi håper vi gi kommuner et bedre beslutningsgrunnlag.

- 1) Hva kan/kan ikke Placement bidra med? Hva må kommunene gjøre selv?

- 2) Hva koster et samarbeid med Placement og er dette en god utnyttelse av kommunale midler?
- 3) Er arbeidsformen hensiktsmessig for kommunene? Det vil si, under hvilke betingelser kan dette være en god måte å gjennomføre tilflyttingsarbeid i en kommune? Hvilke kommuner vil ha mest nytte av et slikt samarbeid?
- 4) Har Placements arbeidsform overføringsverdi og kan det bidra til læring i annet tilflyttingsarbeid?

Vår oppdragsgiver Distriktssenteret ønsker ikke en evaluering av Placement, men snarere en evaluering av distriktskommuners erfaringer med å samarbeide med Placement for å rekruttere nye innbyggere. Vi har derfor selve samarbeidet i fokus, og prøver å unngå å evaluere Placements arbeidsmåter, selv om dette i praksis vil være nokså overlappende problemstillinger.

8.2 Metode, utvalg og fremgangsmåte

Ut fra at tilflyttingsundersøkelsen samlet sett har et relativt stort fokus på Telemark og Vestlandet, har vi i Placementundersøkelsen fokusert på Trøndelagsfylkene, Nord-Vestlandet og de kommunene i Nordland og Troms. Vi har henvendt oss til følgende kommuner som i vår kartleggingsundersøkelse har oppgitt at har hatt en eller annen form for samarbeid med Placement: Salangen, Vestvågøy, Dønna, Nettet, Røros, Midtre Gauldal, Stordal, Norddal, Stranda, Rennebu, Vanylven, Holtålen kommune, Bjugn, Rauma, Eid, Selbu, Oppdal, Fosnes. Av disse svarte 12 kommuner. I de andre kommunene viste det seg at de enten ikke hadde hatt samarbeid, eller av ulike grunner ikke kunne svare på spørsmålene. Dette sier noe om at svarene i kartleggingsundersøkelsen har begrensninger.

Vår undersøkelse er ikke ment å skulle være en representativ undersøkelse av Placement sine samarbeidsprosjekter. Placement har hovedtyngden av sine samarbeidsprosjekt i kommuner og regioner sør for Trondheim. For oss har det vært interessant å få ta del i erfaringene både til typiske og utypiske samarbeidspartnere. I tillegg til de 12 kommunene utenfor Placements kjerneområde, har vi data fra kommuner i de andre casene i denne tilflyttingsundersøkelsen. Det er Fyresdal (Vest-Telemark) og flere Hardangerkommuner. Vi har også innspill fra presentasjonen på Placementseminaret våren 2012, det gjelder Høyanger, Drangedal og dessuten noen svenske og danske kommuner. Vi har også noe informasjon fra uformelle samtaler med deltakere fra andre kommuner, samt Placements ledelse, fra dette seminaret. I tillegg har vi besøkt hovedkontoret i Stordal og gjennomført formelt intervju med to personer i Placements ledelse. Vi har skriftlige svar på spørsmålene fra to kommuner.

Til sammen har vi altså tilgang på erfaringer og vurderinger fra ca. 18 kommuner og tre personer fra Placement. Intervju med kommunene har i hovedsak vært gjort pr telefon etter en intervjuguide. De fleste intervjuede har vært prosjektleder og ansatt i kommunens administrasjon, noen har vært politikere – dvs. ordførere, mens andre har vært ansatt i utviklingsselskap som har utført dette arbeidet på vegne av en eller flere

kommuner. I tillegg har vi fått tallmateriale fra Placement som gir oversikt over antall formidlede enheter og personer totalt, antall videre- og tilbakeflyttere, samt registrering av hvor mange som har hatt eller etablert egen arbeidsplass og hvor mange som er ansatte i vanlige stillinger. Vi har også fått tilgang på Placements priser, men ikke rapporter Placement utarbeider.

Vi vurderer det materialet vi har som et godt utgangspunkt for en analyse og opplevde på slutten av datainnsamlingen en slags metning i den forstand at hvert intervju brakte lite ny informasjon (Bertaux og Bertaux-Wiame 1981). Vi kan selvsagt likevel ikke se bort fra at andre metoder og intervju med flere eventuelt andre informanter ville gitt oss mer informasjon.

8.3. Hva kan Placement bidra med?

For å besvare våre spørsmål må vi forstå hva Placement og kommunen i fellesskap gjør og hvordan dette samarbeidet virker. Vi er altså interessert i hva det er med arbeidsformen som faktisk fungerer, og vil analysere det ut fra informantenes beskrivelser av hva de er fornøyd med og hvilke utfordringer de har opplevd.

Samarbeid kommer som oftest i gang ved at kommunen henvender seg til Placement. Placement kommer da med et tilbud og informasjon om sine tjenester. Det kan være en tidsavgrenset samarbeidsavtale på 2 år eller konsulenttjenester på timebasis eller andre tjenester. Placement tilbyr prosjektledertjenester, men ofte har kommunene selv en person i den rollen. En vanlig 2-årig avtale innebærer at kommunen betaler en sum per måned. I tillegg skal kommunen bruke en ressurs på 20-25 % stilling pr år for å følge opp prosjektet i kommunen. Oppfølgingsarbeidet i kommunen vil variere i intensitet gjennom toårsperioden. Videre skal kommunen delta og dekke reise- og oppholdskostnader i forbindelse med deltakelse på en messe i Nederland, utvikle materiell, samt dekke reise, hotell og en enkel lunsj for potensielle tilflyttere som kommer på besøk. De besøkende skal vises rundt og tas i mot, og ved tilflytting vil de kreve oppfølging i større grad enn innenlandske innflyttere vanligvis forventer.

Flere kommuner har deltatt i felles regionale innflyttingsprosjekter der Placement har vært ett element blant flere, slik vi har vist i Hardangercasen. Da kan hovedkostnaden i prosjektet dekkes av andre, ofte statlige eller regionale midler og kommunens andel blir betydelig lavere.

I følge Placements hjemmesider tilbyr de en innflyttergaranti, som de i følge intervju med ledelsen gikk bort fra, og spesifiserte heller hva de skulle levere for den prisen som ble betalt. Dette kaller de en innsatsgaranti. I dag gir de både en tilflyttingsgaranti og innsatsgaranti. Placement tilbyr å markedsføre kommunen i sitt nettverk, det vil si at de gjennom messer og ved bruk av sine omfattende databaser forsøker å finne det de selv kaller livsstilstilflyttere som kunne ønske seg til den aktuelle kommunen. Placement hjelper kommunen med å presentere seg selv, arrangerer og deltar på messer hvor kommunene presenterer seg. De veileder og holder kurs i hvordan kommunene skal ta i

mot og integrere innflyttere. Placement kan søke i sine databaser etter folk med spesifikk kompetanse hvis det er etterspurt, de intervjuer potensielle innflyttere, avklarer forventninger, informerer om Norge, flytting mm. Placement har med sine språkkunnskaper og kunnskap om Tyskland, Nederland og Belgia tilgang til et marked av potensielle tilflyttere som kommunene selv ikke har. De hjelper innflytterne med å ivareta alt det praktiske papirarbeidet rundt emigrasjon/immigrasjon, det gjelder skatt, folkeregister etc. og har betydelig og presis kunnskap om hvordan immigrasjon faktisk foregår og hva det krever. De gir også ut et informasjonsmagasin på nederlandsk. Tilbakemelding fra kontaktpersonene i kommunene er at Placement er en ryddig, kunnskapsrik og profesjonell partner på disse feltene.

Placement er selv opptatt av at det de kan bidra med er livsstilstilflyttere. Det vil si folk som ikke først og fremst er arbeidsmigranter, men faktisk ønsker å komme til en mindre distriktskommune fordi de ønsker en bestemt livsstil preget av nærhet til natur, ren luft, lite forurensning og småskalasamfunn. De ønsker et landlig preg med lite trengsel og få mennesker, små skoler og et mindre tilbud av service og tjenester. Livsstilstilflytting bygger på oppfatninger og verdier som ligger til grunn for forestillinger om den rurale idyll (Villa 2004). Dette kan ofte representere et noe romantisk utenfrablikk, men likefullt et uttrykk for innbyggernes egne kulturelle konstruksjoner av et harmonisk, nært og tradisjonelt liv i rurale områder som en motsetning til negative konnotasjoner rundt et urbant og "moderne" liv. Den underliggende teorien her er altså at et liv i distriktene innebærer et livsstilsvalg, og at det er for de som er spesielt interessert. Nedgang i folketall skyldes altså ikke mangel på interessante arbeidsplasser, manglede servicetilbud, avstander eller perifer beliggenhet, som vel må sies lenge å ha vært den dominerende forståelsen i norsk distriktpolitikk. Utgangspunktet er da at det gjelder å finne de som ønsker dette livet, og Placement har tilgang til slike fra utlandet. Likevel har også Placement, i følge dem selv, blitt stadig mer opptatt av at det må være en form for "utfordring" på stedet. Det må altså finnes grunnlag for et utkomme på stedet. Det virker som det innebærer at det enten må finnes en ledig jobb eller må mangle et tilbud som innflytterne kan bidra til å fylle. Placement er altså i økende grad opptatt av at det må finnes jobb- eller etableringsmuligheter.

Placement har data om fordelingen mellom innflyttere som jobber i egne bedrifter eller er ansatte for 57 kommuner. Dataene viser at det i gjennomsnitt bare er i underkant av en voksen i arbeid i hver familie. Det tyder på at innflytterne har lavere yrkesdeltakere enn den etnisk norske befolkningen. Lav yrkesdeltakelse blant immigrantene kan henge sammen med at mange av dem har små barn, at husholdet ennå ikke har funnet to jobber, at de vurderer det som positivt at en forelder (typisk mor) er hjemme i en overgangsfase eller generelt, og eller at data og registreringene er mangelfull. Vi tror alle disse forklaringene har en viss berettigelse.

Det rapporteres om kulturforskjeller mellom norske og nederlandske når det gjelder kjønnsrelasjoner. For mange nederlandske familier synes det gode liv på landet å være knyttet til at mor er hjemme med små barn. Mange av kvinnene ønsker også å være

hjemme den første tiden fordi de mener det vil lette integrasjonsprosessen for barna. Samarbeidskommunene derimot, har erfaringer med at kvinner som er i lønnsarbeid lettere integreres i det samfunnet de har flyttet til, og at det igjen ofte betyr at hele familien lettere finner seg til rette. Derfor anbefaler de innflytterkvinner å komme seg ut i jobb så fort som mulig. Dette henger sammen med at kvinner i Norge, også de med småbarn, i svært høy grad er yrkesaktive, og at arbeidslivet er en svært viktig integrasjonsarena, både for norske og utenlandske arbeidstakere.

Når det gjelder etablering av egen virksomhet, har det etter det vi har hørt oppstått en forventning om at nederlendere er spesielt flinke til dette. Dette ryktet kommer trolig fra en av Placement sine samarbeidskommuner i Sverige hvor kommunen ikke hadde arbeidsplasser å tilby, og derfor kun bestilte etablerere. Dette førte til vekst i antall nyetableringer, og gjorde at kommunen året etter ble kåret til Sveriges beste etablererkommune. Nederlenderne på sin side fikk rykte på seg for å være gode etablere – men de var altså i utgangspunktet en sterkt selektert gruppe og ikke representative for immigranter fra Nederland. Placement ønsker nok å markedsføre at de har muligheten til å skaffe etablerere til distriktskommuner, men i følge våre informanter i kommunene er det en del dårlige erfaringer på dette området, ofte knyttet til at de ikke forstår hvor få mennesker det lokale markedet består av.

Placement er opptatt av at kommunene må tilby lokalkunnskap i tilflyttings- og rekrutteringsprosessene og at et vellykket samarbeid krever oppfølging av potensielle tilflyttere fra kommunens side. Dette bekreftes av prosjektlederne i kommunene og vi skal komme nærmere tilbake til dette etter hvert. I intervju, men ikke på hjemmesidene, gjør Placement det også klart at de unngår isolerte øykommuner, de mest perifere kommunene, det inkluderer i all hovedsak Nord-Norge, samt små kommunene som ikke har en viss bredde i tilbudet av tjenester. Placements tilnærming er altså en livsstilstilnærming med visse forbehold. De anerkjenner at størrelse, beliggenhet og arbeidsmuligheter har en viss betydning – også for livsstilstilflyttere.

Placements strategi bygger altså på at det finnes potensielle tilflyttere fra Nederland, Tyskland og Belgia som nettopp søker det små- eller mellomstore distriktskommuner i Norge, Sverige og Danmark kan tilby. Placement er en megler mellom disse og de aktuelle kommunene i Skandinavia, og fungerer med dette som en migrasjonsorganisasjon som kanaliserer migranter til bestemte steder. Dette kjenner vi fra andre typer internasjonal migrasjon. De kan være legale som Braceroprogrammene i USA, så vel som illegale versjoner, som menneskesmugling (Aure 2007, Krissman 2005, Prothero 1990). Migrasjonsorganisasjonene kan være formelle og uformelle og er en kjent om enn ikke svært omtalt mekanisme i migrasjonsprosesser. Kjodemigrasjon; dvs. at flere innvandrere fra samme sted bosetter seg på et nytt sted, er vanligvis resultat av slike uformelle prosesser der venner og familie får kjennskap og hjelp til flyttingen av hverandre. Det viktigste migrasjonsorganisasjonene bidrar med er lokalkunnskap, transport, språk og nettverk. Placement annonserer med at de både kan rekruttere arbeidskraft til ledige stillinger, og innbyggere som enten har med seg eget arbeid og kan

jobbe via IKT på distanse eller kan etablere egen virksomhet. Placement anerkjenner at innflytting av livsstiltilflyttere fra utlandet krever ekstra ressurser og det er derfor behov for lokale ressurser for å få til denne tilflyttingen.

8.4 Økonomiske kostnader ved et samarbeid med Placement

I dette avsnittet vil vi forsøke å gi en oversikt over det vi mener er de realistiske kostnadene knyttet til en avtale med Placement. Det er tenkt som et utgangspunkt som kommuner og utviklingsselskap kan bruke for å sammenlikne med alternativ bruk av midler. Tilsvarende er gjort for Dyrøycasen i forrige kapittel. Vi presiserer også her at de konkrete beløpene som nevnes, ikke er det viktigste med analysen. Poenget er heller å få fram de ulike, og variable, kostnadselementene.

Et samarbeid, det å inngå en 2-årig avtale eller annen type samarbeid med Placement har en bestemt kostnad. Denne er den mest konkrete kostnaden en kan finne i denne type tilflyttingsarbeid. Kostnadene vi har fått oppgitt gjennom intervju i kommunene ligger i området ca. 17 000 til 27 000 pr. måned. Tall fra Placement viser kostnader fra 24 000 pr mnd. for en enkeltkommune og ned til ca. 7 000 når mange kommuner inngår i et felles prosjekt. Betalingen til Placement for deres tjenester er likevel bare en del av kostnaden knyttet til samarbeidet. Deltakelse på messer og kostnader ved å ta imot besøkende er variable kostnader som i de fleste tilfeller lar seg avgrense relativt lett. Noen har anslått reise- og oppholdskostnadene rundt messebesøk til ca. 20 000, noen betydelig mer – opp mot 100 000 pr. besøk. Noen deltar på flere messer, med flere personer. Eksempler på kostnader til presentasjonsmateriell er ca. 10 000. Kostnadene knyttet til besøk av potensielle tilflyttere er reise, en natt eller to på hotell, lunsj og den tiden en omvisning eller et informasjonsopplegg tar. Direkte utgifter til dette kan dreie seg om 5000 kr pr besøk, men dette kan også være kostnader den potensielle tilflytter dekker selv. Noen ganger er det snakk om en dags omvisning, andre ganger er det planlagt og gjennomføres som et flerdagsopplegg, med deltakelse av flere "verter" fra kommunens side. Det kan synes som mange kommuner har hatt mellom 20 og 50 besøkende. Vi prøver oss på et forsiktig anslag: Hvis disse var enkeltbesøk som krevde et par timers planlegging og forberedelser, og 8 timer gjennomføring utgjør det 200- 500 timer. Hvis halvparten var i grupper kan vi kanskje anta at det går litt mer tid til planlegging, og litt mindre tid til gjennomføring. På den annen side vil det kanskje delta flere enn en fra kommunens side som vertskap? Bare denne delen av arbeidet utgjør altså lett mellom 20-30 % av en stilling. Dette er den stillingsbrøken Placement anbefaler at kommunene stiller til rådighet. Vi vil tro at de mer administrative delene av kontakten med Placement som forberedelse og gjennomføring av messedeltakelse, arbeid med presentasjon av kommunen, skaffe seg og lage oversikt over ledige stillinger, potensielle arbeidsplasser, bolig, og oppfølging av potensielle tilflyttere etc. krever minst en tilsvarende ressurs, selv om arbeidet nok overlapper og fordeler seg litt gjennom prosjektperioden. Det vi mener er et konservativt overslag tilsier da ca. 40 % stilling eller mer, sannsynligvis kan det dreie seg om mer enn en full stilling. Denne kostnaden vil avhenge av lønnskostnaden i den stillingen arbeidet blir utført. Med utgangspunkt i at lønnskostnadene i en stilling er 500 000, (som vil være lite for en rådmann/ordfører og

ikke inkluderer feriepenger, arbeidsgiveravgift og pensjon) utgjør denne kostnaden ca. 200 000 kr og oppover i året. I praksis er det likevel slik at i mange kommuner er dette arbeidet ikke klart avgrenset til en stilling. Flere i kommunen kan utføre deler av dette arbeidet, og det kan være organisert på en slik måte at det er vanskelig å si hva som er tilflyttingsarbeid – og ikke. Flere ordførere og rådmenn mener arbeidet utgjør ca. 10-15 % av deres stilling, i tillegg gjør andre i kommunen også en del av dette oppfølgingsarbeidet, som selvsagt er en del av kommunens oppgaver overfor innbyggere.

De direkte kostnadene antar vi vil utgjøre kr 120 000 eller mer, gjennomsnittlig i året, avhengig av antall besøkende og deltakelse på messer. Inkludert den månedlige kostnaden til Placement som utgjør fra 85 000 og oppover i året, vil totalbudsjettet for et slikt arbeid være i størrelsesorden fra 7-800 000 og oppover for et 2-årig prosjekt, avhengig av kommunens egen innsats. Vårt overslag er da lavere enn opplysningene fra en liten kommune som hadde relativt få besøkende og anslo sitt totale budsjett til å være rundt en million over to år. Dette er nok mer enn de fleste vi har snakket med i kommunene selv har anslått, men i tråd med hva ansatte i utviklingsselskap og prosjektledere har fortalt om innholdet og tidsbruk i arbeidet sitt. Selv om dette er høyst usikre tall, kan det være et utgangspunkt for å sammenlikne med alternativ innretning på tilflyttingsarbeid i en kommune.

Samarbeidet med Placement har altså en ganske omfattende variabel kostnad, slik alt annet tilflyttingsarbeid som er spredt rundt på mange ansatte i kommuneorganisasjonen også vil ha. Vi kan si at de variable kostnadene øker hvis samarbeidet er vellykket, mens de faste avtar pr. innflytter. Arbeidet har ulik intensivitet i ulike perioder som også gjør det vanskelig å avgrense. Det er så godt som ingen av de kommunene vi har vært i kontakt med som har nøyaktig oversikt over kostnadene knyttet til samarbeidet med Placement. Noen har oppsummert dette i rapporter til kommunestyret og lignende, men de sier også at de vet at deres oppsummering ikke inkluderer samtlige kostnader ved samarbeidet. Vi har ikke gått inn i kommuneregnskapene og prøvd å gjøre denne jobben. Det beror blant annet på at når kommunene selv sier det medfører vanskeligheter å avgrense kostnadene, vil ikke vi være i stand til å gjøre et mer nøyaktig anslag enn kommunen selv kan gjøre. Igjen illustrerer denne type overslag problemene med å måle tilflyttingsarbeidet og usikkerheten det medfører.

Vi vet at en viktig vurdering i en kommunes valg av strategier i tilflyttingsarbeidet handler om økonomi og kostnader. Vi vet også at tilflyttingsarbeid handler om mye mer enn det. Det handler om holdninger og ulike sider ved tjenestetilbud, vertskaps-, velkomst-, og utviklingsarbeid i en kommune. Vi vil ikke redusere kompleksiteten i dette til utelukkende å handle om kostnader, som flere informanter også sier: inntektsiden av dette er skatteinngang og overføringer. Det dreier seg om muligheten til å opprettholde viktige tilbud som egne skoler og barnehager i kommunen. Det bringer oss tilbake til de to andre spørsmålene som skal analyseres: Er arbeidsformen hensiktsmessig og har et slikt samarbeid overføringsverdi og kan bidra til læring i annet tilflyttingsarbeid?

8.5 Er samarbeid med Placement hensiktsmessig- og når er det det?

Våre kommuneinformanter rapporterer i all hovedsak stor tilfredshet med Placements arbeid. Flere fremhever på eget initiativ at de er ryddige, seriøse og profesjonelle med hensyn til å følge opp kontakt, levere i tide, svare på henvendelser, sende regninger, enkel å kommunisere med, behagelige etc. Informantene mener at Placement er gode på det de driver med. De har et stort nettverk og en omfattende database, inngående kunnskap om den målgruppa de betjener, emigrasjon og kjenner distriktenes behov. Som en sa det: "de er distriktsfolk". Flere løftet frem at de opplevde Placement som svært profesjonelle når det gjelder å hjelpe kommunene å presentere seg selv og arrangere møter og messer. De kjenner også de prosedyrer og prosesser som er involvert i en migrasjonsprosess med hensyn til dokumenter og offentlige ordninger. Flere av kontaktpersonene i kommunene pekte på at de var spesielt dyktige og hadde gode rutiner i forbindelse med å få ID-nummer, opprette bankkonto, levere flyttemelding, få skattekort etc. Enkelt sagt synes flere ledd å fungere godt fordi Placement har nødvendig kunnskap om og tilgang på potensielle tilflyttere og kjenner deres behov. De kjenner tilbudssiden og de offentlige kravene knyttet til denne formidlingen. Placement har troverdighet i at de forsøker å hjelpe små periferikommuner, og nyter jevnt over stor tillit. De fremstår altså som en ryddig, troverdig og kunnskapsrik formidler av arbeidskraft og innbyggere.

8.5.1 Rekruttering av innflyttere som faser i en prosess

For å få tak på under hvilke betingelser Placement fungerer, har vi vært spesielt opptatt av problemer og utfordringer. Disse får derfor relativt større plass enn tilstedeværelsen av dem i intervjumaterialet tilsier. Vi har identifisert utfordringer i det vi kaller ulike faser av en tilflytningsprosess. Disse fasene kan være overlappende og de kan innebære sirkelbevegelser og tilbakeskritt, som et attersting, og vi bruker begrepene først og fremst for å tydeliggjøre det prosessuelle i arbeidet og skiller mellom ulike fokus i prosessen. Vi kan se etablering av en avtale mellom Placement og kommunen og forventninger til denne som en fase. Deretter følger en fase med oversikt og presentasjon av kommunen og tilstedeværelse på messer. En neste fase er kontakt med og besøk av potensielle tilflyttere. Deretter følger bosetting og etablering eller ikke etablering, for så å komme over i en fase med integrering og ofte prosjektavslutning, vurderinger om nytt prosjekt.

8.5.2 Mellom forventninger og realiteter

I en tidlig fase får kommunene avklart sine forventninger om hva samarbeidet med Placement kan bidra med. Flere kommuner nevner at forventningen om potensielle tilflyttere som brakte med seg egen arbeidsplass eller kunne etablere egen arbeidsplass viste seg å ikke innfri. Flere, også de som i sum er svært fornøyd med Placements arbeid opplevde at det var få potensielle tilflyttere av denne typen, og at selskapet oversolgte denne muligheten til å få flere arbeidsplasser i kommunen. Her er det altså et misforhold mellom Placements registreringer og kommunenes opplevelser, jfr. tidligere diskusjon. Det er grunn til å tro at denne dreier seg både om de objektive, registrerte fakta og

forventninger basert på kommunikasjon av hva Placement tilbyr. Placement fokus på høykompetansearbeidskraft føltes også av flere som noe misforstått, uten at det nødvendigvis var et problem for kommunene. En rådmann sa for eksempel at de fleste som hadde vært i kontakt med dem var sykepleiere, snekkere, rørleggere, lærere. For ham ville dette være fine folk å få i kommunen, det var nettopp slike de trengte, men spesielt høykvalifisert arbeidskraft var det likevel ikke snakk om. I flere kommuner som selv beskriver seg selv som ensidige eller næringssvake, opplevde de likevel at lovnaden om etablerere og folk som hadde jobb med seg, var et problem.

Et par kommuner var også tydelige på at Placement i liten grad var i stand til å løse deres problemer. De knyttet dette både til ensidig næringsliv, at de er svært små kommuner og at de er for perifere til at utenlandske innflyttere faktisk skjønner de utfordringene som ligger i kommunikasjoner og avstander. En sa at det slik at det er selvsagt at kommunen må ha noe å tilby i kraft av arbeidsplasser eller andre muligheter for at Placement skulle kunne bidra med noe. Dette synes å dreie seg om næringssvake kommuner og kommuner i det vi har kalt en mer ekstrem periferi og sterk demografisk motvind.

Ledelsen i Placement har tydeligvis også opplevd dette som et problem og det virker som de har tatt lærdom av det ved å si i intervju at de avgrenser seg fra ekstreme periferier. Dette inkluderer de fleste kommuner i Nord-Norge, fordi det i følge Placement innebærer at reisetiden for å besøke familier og venner vil være for lang og kostbar. Øykommuner plasseres også i den samme kategorien, som ut fra kommunikasjoner synes å bli for krevende. De seks kommunene hvor alle de rekrutterte senere har flyttet ut igjen, har alle vært små svært perifere og ofte øykommuner. Placement sier også at de aller minste kommunene, som har et svært begrenset servicetilbud, ikke er steder de ser at de kan gjøre en god jobb. Det betyr ikke at deres arbeid ikke kan ha vært vellykket på slike steder, eller at det finnes nederlendere som har bosatt seg der. Disse forbeholdene kommer slik vi ser det ikke godt frem på Placements hjemmesider. Hvis en tar utgangspunkt i presentasjonene der, ser det derfor likevel ut som om en kommune kan regne med å få tilflyttere uten å ha arbeidsplasser og selv om næringslivet er ensidig. Begrensninger med hensyn til kommunestørrelse, bredde og dybde i servicetilbud, grad av periferi og ekstrem demografisk motvind er heller ikke eksplisitte på hjemmesidene.

Det kan også synes som at potensielle etablerere heller ikke alltid er gjort tilstrekkelig kjent med konsekvensene av perifer beliggenhet, liten skala og store avstander som kjennetegner markedsforholdene på mange små steder. På samme måte kan også kulturelle forskjeller f.eks. med hensyn til driftsformer i landbruket, samt manglende kjennskap til regelverk og støtteordninger, ha skapt urealistiske forventninger i følge våre informanter. I noen tilfeller har dette ført til at satsing på nisjebutikker, tjenester eller produkter ikke har vist seg bærekraftig. Virksomheter har gått konkurs, og det har hatt store omkostninger for de involverte. Når kommunene har forsøkt å realitetsorientere etablererne har de opplevd å bli sett på som negative og lite villige til å hjelpe. På den annen side har vi også sett det motsatte, altså at kommuner tror at

nederlandere er så flinke til å drive forretning og at de klarer seg med lite, og at de derfor forventes å lykkes på områder der andre har måttet gi opp. Analyser av entreprenørskap forteller om ideer ingen i virkemiddelapparat eller kommune har trodd var mulig (Borch og Førde 2010).

Enkelte kommuner sier at de har gått fra å gjøre tilflyttingsprosjekt til rekrutteringsprosjekt. De har spisset sine ønsker og krav inn mot spesifikke yrkesgrupper de har behov for, og bruker Placement som et rekrutteringsbyrå i dette arbeidet. For dem har Placements fokus på livsstilstilflytting bidratt til at de får kompetente arbeidstakere til spesifikke stillinger, som samtidig ikke antas å flytte umiddelbart videre til et større sted. På disse stedene finnes det altså arbeidsplasser, men det er mangel på spesifikke typer arbeidskraft, i motsetning til steder som både mangler arbeidsplasser og innbyggere. Det kan synes som om dette er en optimalisering av det Placement virkelig kan tilby. Tilflyttere som kan fylle en posisjon på et sted de ønsker å være bosatt. Vi kan se dette som en måte å tette gapet mellom forventninger og realiteter, som noen opplever. Vi antyder da at enkelte kommuner kunne tjent på å bruke Placement til rekruttering av nøkkelstillinger heller enn et generelt tilflyttingsprosjekt. En slik tilnærming tvinger også kommunen til å finne avgrense og klargjøre sine behov, og dermed bidra til økt bevissthet rundt utfordringer og hva et firma som Placement faktisk kan bidra med.

Sannsynligvis har dette vært kjente problemstillinger i kommunene før de har opplevd at forventningene ikke har blitt oppfylt. Det kan være lett å "få dollartegn i øynene" som en beskrev det, når en presenteres for det som synes som mirakuløse og enkle løsninger fra et profesjonelt og velsmurt firma. Kanskje visste aktørene som ikke fikk oppfylt sine forventninger allerede at de næringssvake, ensidige periferikommunene vanskelig ville kunne tiltrekke seg nye innbyggere? Kanskje var Placements tilbud mer en drøm enn en lovnad de kunne tro på, og at heller ikke Placementledelsen skjønnte kommunens utfordringer så godt som kommuneledelsen håpte på?

En tredje variant av utfordringer i rommet mellom forventninger og realiteter handler om klargjøring av forventninger hos mulige innflyttere med hensyn til størrelse og type samfunn. Flere kommuner rapporterte om at særlig noen tyske (men også andre) potensielle tilflyttere ikke var forberedt på hvor liten kommunen var. Kommunene oppfattet at disse først og fremst var å forstå som arbeidssøkere, men som ikke ønsket å bo i en liten kommune. De var å forstå som arbeidsmigranter, og egentlig ikke som livsstilstilflyttere. Dette synes å samsvare med Placementledelsens vurdering av manglende kvalitetssikring i en periode med stor vekst i virksomheten. Slik vi forstår Placement, har de i en periode etter 2009 konsolidert seg og satser i sterkere grad på sitt kjerneprodukt som er livsstilstilflyttere.

Klargjøring av forventninger og åpenhet om utfordringer og situasjoner som vanskeliggjør rekrutteringsarbeidet overfor alle aktører seg ut til å være av stor betydning for å lykkes i dette arbeidet. Særlig ser dette ut til å være knyttet til ensidige,

næringssvake, periferikommuner i sterk demografisk motvind. Altså de kommunene som har de største utfordringene med hensyn til å opprettholde innbyggertallet.

8.5.3 Å kjøpe en tjeneste eller inngå et samarbeid? Lokalt bidrag

Placement er tydelige på at det krever lokale ressurser og innsats for å oppnå gode resultater i arbeidet med mottakelse av potensielle tilflyttere. Både kontaktpersoner i fornøyde kommuner, mer kritiske kommuner og Placement selv fremhever at kommunen må peke på en ansvarlig kontaktperson og ha et mottaksapparat klart. Placement anslår dette til å dreie seg om en ressurs tilsvarende 25 % stilling. Som vist i avsnitt 8.4 antar vi at dette er et for lavt anslag. Størrelsen på den lokale innsatsen, men også kvaliteten på den lokale kunnskapen og kompetansen om eget samfunn, er viktig.

Flere kontaktpersoner var opptatt av organiseringen av denne ressursen og at det var viktig at ansvaret lå hos en engasjert person, og ikke ble pulverisert og oppfattet som "nok en oppgave" av noen i kommuneorganisasjonen. Det ble også fremhevet at dette arbeidet må forankres i kommuneorganisasjonen. Slik vi forsto det, var dette en utfordring som meldte seg med stadig større tyngde jo lengre ut i organisasjonen en kom. Flere opplevde at de også måtte informere til de enheter som produserer kommunens tjenester. Videre var det et inntrykk at noen kommuner opplevde at kontaktpersonen tok arbeidet på alvor og var engasjert, mens andre deler av kommuneorganisasjonen ikke gjorde det. Dette vil da både kunne være et spørsmål om politisk og administrativ forankring av arbeidet. Det er også et spørsmål om hvordan arbeidet organiseres. I noen kommuner er ordfører eller rådmann, eller en innflytterrådgiver kontaktperson, i andre kommuner har det vært plassert litt mer tilfeldig hos en ansatt i kommunen. Flere former for forankring og organisering av arbeidet kan være vellykket, men at dette krever omtanke og tilpasning, er tydelig – og en viktig forutsetning for at arbeidet skal lykkes.

8.5.4 Kunnskap og oversikt over egne utfordringer

En annen utfordring knyttet til den lokale ressursen som ikke er på langt nær så uttalt blant informantene synes å være at kommunene må vite hva de egentlig ønsker å oppnå. Vi antar at alle kommuner som henvender seg til Placement søker barnefamilier spesielt, og flere innbyggere generelt. Ut over dette virker det som de kommunene som har lagt arbeid i å analysere situasjonen med hensyn til arbeidsmarked, det Placement kaller utfordringer, behov for kompetanse, mangler i tjenestetilbud, tilgang på boliger og størrelse, standard pris og beliggenhet på disse, lykkes bedre. En kommune sier for eksempel "Skal ein ha fullt utbytte er det ein fordel at ein saman med næringslivet og kommunen som arbeidsgjevar, har oversikt over rekrutteringsbehovet på kort og lang sikt". Både vil de være i stand i å fortelle Placement hva de søker, og besvare eventuelle interessenters spørsmål. De kan også dra til en messe og vite hva de søker og hva de har å tilby. De kan videre intervju og sortere mulig tilflyttere ut fra en mer spesifikk kunnskap. På den måten vil det være "høyere kvalitet" også på de som kommer på besøk. En informant pekte på at når de i kommunen var usikre på svaret og antydte at det ville ordne seg, betydde det i realiteten at de innså at noe ville være vanskelig å oppnå. Selv om dette kan være uttrykk for kulturelle forskjeller, kan det også avhjelpes

med konkret og spesifikk kunnskap. Det er igjen ofte et resultat av en kritisk analyse av situasjonen. Det er ikke gitt at kommunen innehar slik kunnskap. I mange tilfeller må en gjøre en konkret og spisset jobb for å finne ut hva vi trenger nå: er det plass til fireåringer i barnehagen, må en få en ny skoletransport hvis noen bosetter seg i den delen av kommunen, finnes det boliger i aktuelle prisklasse og standard? Hvilken kompetanse mangler kommunens bedrifter nå og hva vil de trenge de neste årene?

Samarbeidet med Placement forutsetter at kommunene stiller lokal kunnskap og ressurser til rådighet. Slik det fremgår av ovenstående har dette minst tre sider. Det trengs tilstrekkelige stillingsressurser, og de må være organisert på en hensiktsmessig måte slik at ansvaret ikke pulveriseres, men ivaretas av engasjerte personer. For det tredje må de bygge på en forutgående analyse av kommunens behov og utfordringer. Den lokale kunnskapen må være av en viss kvalitet for at både Placement og kommunen kan være presise, ærlige og konkrete i sitt arbeid.

8.5.5 Kampen om godene

Anerkjennelsen av at innflytting fra utlandet krever ekstra ressurser i form av oppfølging, kan i noen tilfeller få enkelte etablerte innbyggere til å mene at det brukes for mye ressurser på denne gruppen. I forlengelse av dette kan vellykket rekruttering og bosetting fra utlandet, i en senere periode med mangel på arbeidsplasser mer enn arbeidskraft, føre til at enkelte etablerte innbyggere utvikler oppfatninger om at utledningene tar arbeidsplassene fra etablerte innbyggere. Det kan også oppleves misnøye som er knyttet til at kommunen heller kunne bruke tilsvarende midler på norske tilflyttere og da særlig tilbakeflyttere, eller folk som allerede bor i kommunen. Dette er problemstillinger som er kommet opp i fire – fem intervju, i litt ulik form. Temaet er ikke fulgt opp videre med intervju av innbyggere i kommunene. Det er derfor vanskelig for oss å si noe om omfanget av disse oppfatningene.

En annen variant av dette er at noen av de rekrutterte tilflytterne ikke ønsker at det skal komme et ubegrenset antall tilsvarende innflyttere som dem selv. Som det ble referert i et intervju: "De sier at de ønsket seg til Norge for å ha kontakt med nordmenn, ikke nederlendere".

Placement tilbyr seg å holde møter for å informere om prosjektet og bidra til å unngå slike oppfatninger. På den annen side er det selvsagt kommunens oppgave å informere og ta egne innbyggere med på råd i det som oppleves som kontroversielle saker. Dette kan ses som en del av det å forankre et prosjekt hos innbyggerne i kommunen.

8.5.6 Tidsdimensjon i flytteprosesser og tilflyttingsprosjekter

Det siste problemområdet vi identifiserer er knyttet til en tidsdimensjon i flytteprosesser og tilflyttingsprosjekt. Informantene i kommunene er selvsagt klar over at ikke alle potensielle tilflyttere og besøkende faktisk vil flytte til kommunen. Likevel uttrykker noen av dem bekymringer eller forundring over noen sider ved dette. Flere kommuner opplever at de tar imot og viser rundt det som blir presentert som potensielle tilflyttere, men som ikke er det. Når det kommer til stykke kan de ikke flytte fordi de ikke får solgt

sin bolig hjemme, ikke får permisjon fra jobb, opplever samlivsbrudd, nye omsorgsforpliktelser og annet. De er altså ikke klare for å flytte. Noen informanter opplever dette som useriøst og som mangel på kvalitetssikring, mens andre viser til at finanskrisen og uforutsette endringer kan ha oppstått underveis. Dette viser tilbake til tidsdimensjonen og det prosessuelle ved en flytteprosess, og kunne kanskje vært fremhevet både i forhold til kommunene og potensielle innflyttere, som trekk ved individuelle flyttebeslutninger som alltid finner sted innenfor en bestemt kontekst.

På et systemnivå er det flere som vektlegger at et tilflyttingsprosjekt krever lengre tid enn de toårige avtalene antyder. Noen mener at tilflyttingsprosjektene burde vært solgt inn som treårige prosjekt, i stedet for toårige. "Det er først i det tredje året det begynner å skje ting" som flere sier. Mange har derfor gått inn på to toårige avtaler. Vi forstår dette som at de synes det kanskje for dem hadde vært riktigere med en treårig avtale, både med hensyn til forventninger i kommuneorganisasjonen, og fordi dette ville passet tidslinjen i en flytteprosess bedre. En kan spekulere i om en slik ordning ville vært vanskeligere for Placement å selge, selv om den kanskje ville passet rekrutterings- og bosettingsprosessens forløp bedre.

Vi kan oppsummere spørsmålet om hva som fungerer og hvorfor det gjør det med å si at Placements arbeidsform fungerer godt spesielt i forhold til sin kjernegruppe av livsstilstilflyttere. De kjenner situasjonen hos disse i Nederland, deres behov og i all hovedsak synes de å informere realistisk om muligheter og begrensninger i norske småsamfunn. De er seriøse, troverdige og kunnskapsrike. Utfordringene synes å være knyttet til situasjoner der forventninger ikke avklares godt nok på forhånd, både overfor potensielle tilflyttere om muligheter, lokale særtrekk og begrensninger, og overfor kommunene. Noe av dette ser ut til å være knyttet til Placements noe mindre kjennskap og kunnskap om de spesifikke mulighetene og begrensningene i de norske kommunene. Dette gjelder særlig med hensyn til muligheter for etablering av ny virksomhet, men også med avstand og kommunikasjoner på enkelte steder. Dette kan igjen knyttes til hvor godt kommunen har informert Placement, hvor godt kommunen har analysert sine behov og utfordringer, samt kanskje også drømmen om de enkle mirakuløse grepene som kunne løse en kommunes demografiske utfordringer. En annen utfordring synes å ligge i at Placement selv kjenner sine begrensninger i forhold til de aller minste, mest perifere og næringssvake områder, men kanskje ikke har kommunisert dette godt nok til denne typen kommuner, deres potensielle kunder. Kampen om oppmerksomhet, prioriteringer og midler blant innbyggere, som kan komme til uttrykk som skepsis mot innflyttere, ser vi som manglende forankring av innflyttingsprosjektet. Dette kan imøtekommes med informasjon, involvering og økt forankring blant kommunens innbyggere. Det finnes også noen utfordringer knyttet til den tiden individuelle flyttebeslutninger tar og de kontekstuelle forholdene de finner sted innenfor. På systemnivå handler dette om at tilflyttingsprosjekter tar lenger tid enn et toårig prosjekt. Flere av disse begrensningene og betingelsene kunne vært bedre kommunisert på deres hjemmesider. Vi tar forbehold om at de kanskje gjør dette i direkte kontakt med kommunene, og at dette er læringsprosesser Placement står midt i.

8.6 Har Placements arbeidsform overføringsverdi og kan den bidra til læring i annet tilflyttingsarbeid i kommunene?

Det drives mye utviklingsarbeid i norske kommuner og tanken er at dette bidrar til å gjøre kommunen til en mer kompetent aktør og at det er mulig å lære fra ett prosjekt, område og en sektor til en annen. Kommunene som inngår toårige avtaler med Placement synes å bruke i størrelsesorden 1,1 til 1,8 millioner i offentlige midler (kommunale, regionale eller statlige) på det i en 2-4-års periode. Alternativet for mange ville være enten å drive dette arbeidet selv, eller ikke bruke midler på det i det hele tatt. Hvis en antok at en drev prosjektet selv, ville egen læring i organisasjonen være en betydelig del av resultatene. Vi spør derfor om samarbeidet med Placement bidrar til læring i kommuneorganisasjonen.

Igjen ser vi rekrutterings- og tilflyttingsarbeidet som en prosess med flere faser. Flere informanter hevder at de lærte mye av Placement med tanke på det å presentere og forsøke å selge sin kommune til potensielle tilflyttere på messen de deltok på i Nederland. Dette er generell kunnskap, dog rettet mot en spesiell gruppe. Mer sannsynlig er det at samarbeidet med en utenforstående, i dette tilfelle Placement, fikk dem til å fokusere på bestemte trekk ved eget samfunn. I tillegg har nok noen også lært av Placements arbeidsmetoder.

Videre er det flere som sier de har lært mye om det å ta i mot innflyttere av Placement. Dels er det nytt for mange at innflytting fra utlandet krever dokumentasjon, det å få personnummer etc. Dels er det mange som sier at de ikke hadde tenkt igjennom hva som kreves av språkkunnskaper for å fylle ulike typer jobber. Samarbeidet bidrar altså til økt kunnskap om norsk byråkrati og samfunn. Noen kommuner har også oppdaget at boligmarkedet er begrenset i deres kommune, og har funnet at de ikke kan jobbe med tilflyttingsprosjekter uten samtidig, eller først, å jobbe med boligspørsmålet. På den måten har samarbeidet tydeliggjort manglende kunnskap om egnen kommunes styrker og svakheter.

På den annen side sier flere at de har lært av selve prosessen. Mye av dette handler om at tilflyttingsarbeid tar tid. Videre har flere lært at de må stille opp å bruke tid og ressurser for å få noe igjen, og fremhever da også at dette er en helt nødvendig del av prosjektet. Et eksempel er kommunen som har tatt imot og vist rundt over 50 besøkende. De fleste kom på besøk i helger om sommeren hvilket betød at de som hadde dette ansvaret knapt fikk ferie denne sommeren. Av de over femti flyttet 19 personer til kommunen og 14 ble værende. En annen kommune hadde over 30 på besøk, men har så langt ikke fått noen innflyttere. Flere nevner også det vi tidligere har vært inne på, at det er når det finnes jobber eller muligheter at Placement kan bidra. For eksempel vil et nedlagt bakeri som enkelt kan settes i drift, være en slik mulighet. Lærdommen for flere er at når det blir mangel på ledige jobber i kommunen, er det nærmest nytteløst å drive tilflyttingsarbeid. Mange mener nok at det å komme nytilflyttet

og etablere ny virksomhet uten kjennskap til kommunen er en svært utfordrende oppgave.

Samlet sett opplever vi at mange av kommunene har lært at de trenger å være spesifikke om hvilke behov de har, særlig mht. hvilken type arbeidskraft det er behov for og hvordan boligmarkedet fungerer. Det å analysere kommunens situasjon er altså viktig. Videre har de lært at integreringsarbeid må gjøres på mange områder i kommunen og at andre innflyttere (som for eksempel flyktninger) også kan nyte godt av dette. Flere knytter dette til kommunens vertskapsrolle.

Overraskende nok, trekker kommunene i liten grad frem andre lærdommer av samarbeidet med en profesjonell organisasjon. Placement driver gjennomtenkte og kunnskapsorientert prosjekter og vi ville anta at kommunene også lærte andre ting av samarbeidet. Vi tenker her både på kunnskap om tilflytting, spesifikt fra utlandet, integrering, finne jobb, prosjektarbeid og prosjektledelse etc. Vi kan forstå dette på flere måter. En kan lære uten å være klar over det, intervjuene var ikke konkrete og spesifikke nok til å fange dette, eller at det var lite fokus på læring i organisasjonen. Det at læringen var så selvsagt at det ikke ble nevnt, er også en mulighet. Vi kan si at det å kjøpe denne tjenesten av Placement har et stort læringspotensial men i praksis bidrar i varierende grad til læring og kompetanseheving i egen organisasjon. I beste fall kunne et tilflyttingsprosjekt i egen regi, skape positive utviklingssirkler i flere deler av kommuneorganisasjonen. Alternativt kunne en nyansatt prosjektleder fylle stillingen og lære og så slutte i kommunen og flytte ved prosjektslutt, hvilket heller ikke bidrar til læring i organisasjonen.

8.7 Oppsummering

Placement leverer i stor grad det de tilbyr sine kunder. Deres nettverk og arbeidsmåter i Nederland, Tyskland og Belgia, samt kunnskap om tilflytting til norske kommuner gjør dem i stand til å rekruttere livsstilstilflyttere til norske småkommuner. Det å kjøpe denne tjenesten av Placement synliggjør kostnadene ved tilflyttingsarbeid. Vi mener at vårt konservative overslag av kostnadene gir et noe høyere men også mer realistisk bilde av kostnadene enn det de fleste informantene fra kommunene antyder. Anslaget er bygd på en sammensetning av opplysninger fra kommunene og Placement. Dette overslaget, anslagsvis fra kr 7-800 000 og oppover for en kommune for en toårsperiode i et eget prosjekt (mindre som del av større prosjekt), gir grunnlag for å sammenlikne Placementprosjekter med andre måter å organisere tilflyttingsarbeidet på. *Vi hevder ikke at overslaget er nøyaktig.* Hvor store ressurser kommunen faktisk avsetter til formålet varierer mye fra kommune til kommune. Opplysningene fra kommunene tyder på at de som bruker ressurser i kommunen også får gode resultater.

Undersøkelsen har vist at det er seks typer betingelser for at Placements tilnærming skal fungere godt. *For det første* synes det å være enighet både blant informanter fra kommunene og Placement selv at noen typer kommuner vanskelig vil lykkes med Placements tilnærming. Det gjelder de minste kommunene, lokalisert i Nord-Norge, de

mest perifere og isolerte øykommunene og de med det mest ensidige og svake næringslivet. Årsaken til at Placement ikke lenger tar på seg oppdrag i slike kommuner er at emigrantene synes avstandene blir for lange, kommunikasjoner (til Mellom-Europa) for dårlige og servicetilbudet for magert. *For det andre* er det en betingelse for vellykket samarbeid at Placement og kommunene gjensidig informerer hverandre og potensielle innflyttere på en realistisk måte om næringsmuligheter, regelverk, markedsforhold, kostnader og tid knyttet til avstander, kommunikasjon og klimaforhold. Dette krever oppmerksomhet hos begge parter, og er viktig for å unngå urealistiske forestillinger hos kommune, Placement, tilflyttere og etablerte innbyggere. Forventningene må være realistiske og avklarte.

For det tredje synes det som at det kreves enten arbeidsplasser eller det Placement kaller utfordringer, som for eksempel et manglende tjenestetilbud i et tilstrekkelig marked, for å lykkes i å tiltrekke seg nye tilflyttere. Selv om en del tilflyttere etablerer egen virksomhet, er dette en usikker strategi og de fleste vil i hvert fall i utgangspunktet komme flyttende til en vanlig jobb.

For det fjerde avhenger et godt resultat av hva slags kunnskap Placement får fra sine oppdragsgivere – kommunene – om de spesifikke forholdene på stedet. For å kunne gi denne kunnskapen er det viktig at kommunen selv har oversikt og forståelse av utfordringer og muligheter på stedet. Samarbeidet med Placement forutsetter at kommunene stiller lokal kunnskap og ressurser til rådighet. Det trengs 1) tilstrekkelige ressurser og 2) de må være organisert på en hensiktsmessig måte slik at ansvaret ikke pulveriseres, men ivaretas av engasjerte personer. Samarbeidet må bygges på en forutgående analyse av kommunens behov og utfordringer. Den lokale kunnskap må være av en viss kvalitet, for at både Placement og kommunen kan utføre sitt arbeid på en god måte. Vår påstand er at dette krever mer enn 25 % stilling, i hvert fall gjør oppdragsgiver lurt i å planlegge å bruke mer ressurser på dette.

For det femte er det viktig at prosjektet forankres ikke bare i kommuneorganisasjonen men også blant kommunens innbyggere for å unngå innvandringskritiske stemninger og motstand mot innflytterne. Placement kan bidra med dette, som en ekspert, men det er kommunens oppgave å informere og ta egne innbyggere med på råd i det som blant noen av kommunens innbyggere oppleves som kontroversielt.

For det sjette er det nødvendig å innse at individuelle flyttebeslutninger tar tid og at gjennomføring av tilflyttingsprosjekter også tar lengre tid enn det en liker å anta. Situasjonelle og kontekstuelle forhold en flytting og et flytteprosjekt finner sted innenfor endrer seg i løpet av denne tiden. På systemnivå handler dette om at tilflyttingsprosjekter sannsynligvis krever mer enn et toårig prosjekt, selv om lengre prosjekter både er vanskeligere å finansiere og gjøre beslutninger om.

Selger kommunen lærings- og utviklingsmuligheter når de kjøper tjenester?

Overskriften på dette avsnittet setter problemstillingen på spissen og er formulert veldig generelt. Den vil kunne treffe organisering i egne kommunale foretak, det å sette ut

enkelte oppdrag til interkommunale eller private utviklingsselskap, så vel som til en tjeneste som Placement. Vi kan selvsagt ikke besvare den entydig på bakgrunn av denne undersøkelsen, men formulerer den slik fordi vi mener det er en side av denne arbeidsformen som burde vurderes nøye.

En kort oppsummering av kommunenes erfaringer med Placement er at de har lært en god del av samarbeidet med en profesjonell aktør. Samtidig synes det som læringspotensialet er betydelig større enn det som tas ut. De kommunene som har hatt fokus på selv å utnytte samarbeidet til læringsformål ser ut til å ha fått dette utbyttet. Dette kan også være et resultat av at det er slike kommuner som er i stand til å formulere læringsresultatet for seg selv, og for oss. Fokus på læring gjennom ulike typer prosesser og prosjekter bidrar slik sett til læring i seg selv. I samarbeidet med Placement burde det være mulig å lære om arbeidsmåter i alle faser av tilflyttingsarbeidet fra informasjon og forberedelser til integrasjon og involvering av nye innbyggere i skole og lokalsamfunn. Det burde også være mulig å lære av utenfrablikket på seg selv, som kommunen har kjøpt og betalt og det burde være mulig å lære om det å drive prosjekt og utviklingsarbeid fra en profesjonell prosjektorganisasjon.

Slik lærdom er det stor sjanse for at kommunen ville – eller måtte ha fått om de selv drev sitt eget tilflyttingsarbeid. Det er likevel ikke nødvendig å gå glipp av det ved å kjøpe tjenester av en aktør som Placement. Det forutsetter likevel at en fokuserer på læring, utvikling, deling og spredning av denne lærdommen. Ved å kjøpe tjenesten kan en også lære av andres ekspertkunnskap. I dette tilfelle vil kommunen vanskelig få eller bygge opp Placements kjernekompette og nettverk av nederlandske, tyske og belgiske livsstilstilflyttere.

9 Innhold, tiltak og arbeidsmåter i tilflyttingsarbeidet

Tilflyttingsarbeid drives med utgangspunkt i at det faktisk er mulig å påvirke folks flytteeatferd, selv om flytting er et komplekst og ofte motstridende fenomen. I dette kapitlet presenterer vi innholdet i ulike tiltak og arbeidsmåter som er brukt i tilflyttingsarbeidet for å få fram hva som fungerer eller ikke. Først og fremst vurderer vi arbeidet opp mot målet om å få økt tilflytting, men ser også på andre resultat av arbeidet. I neste kapittel tar vi for oss strategier og hvordan den overordnede tenkingen henger sammen med og organiseres i forhold til målgrupper og budskap i tilflyttingsarbeid. Dette kapitlet er mer konkret på tiltak og arbeidsmåter og er tettere knyttet til hvilken funksjon de har i tilflyttingsprosessen. For å systematisere gjennomgangen, har vi organisert tiltakene i fire hovedtyper:

- 1: Tiltak for å vekke flyttelysten
- 2: Tiltak for å bedre beslutningsgrunnlaget for potensielle tilflyttere
- 3: Tiltak som hindrer fraflytting/stimulerer bolyst.
- 4: Tilrettelegging for å bedre boligmarkedet

9.1 Tiltak for å vekke flyttelysten

Denne delen av tilflyttingsarbeidet forsøker å få målgruppens oppmerksomhet og oppnå kontakt med potensielle tilflyttere. Det kan dreie seg om å vekke en tanke hos folk som ikke har tenkt tanken om å flytte, hos de som ikke riktig vet hvor de vil flytte, eller stimulere de som har et ønske eller plan om å flytte til en bestemt region. Vi skiller mellom *indirekte tiltak* der tiltaket retter seg mot allmennheten for å synliggjøre muligheten, *direkte henvendelse* gjennom brev og lignende, og *interaktive tiltak* der det en forsøker å oppnå dialog med målgruppen.

9.1.1 Indirekte markedsføring

Det er ikke lett å komme i kontakt med potensielle tilflyttere. En vet ikke vet hvem de er og har dermed ingen kontakthinformatjon i form av bostedsadresse eller liknende. Typiske eksempler er promoteringskampanjer, medieframstøt, utarbeidelse og distribusjon av reklamemateriell.

Spørreskjemaundersøkelsen viser at 32 prosent av 440 tiltak er registrert som "promoteringskampanje for å synliggjøre regionen som bosted". I tillegg kan hele 70 prosent av tiltakene klassifiseres som ulike medieframstøt, dvs. hjemmeside, annonsering, brosjyrer. Tiltak med hovedformål å inspirere, synliggjøre og informere er altså blant de aller vanligste tiltakene. Som regel inngår denne typen tiltak som del av et større arbeid. Strategien bak disse tiltakene handler om å påvirke forestillinger om hvor det gå an å bo og gjøre mulighetene kjent gjennom informasjon.

Det er nødvendig å være på nett

Alle våre caser, og alle som driver tilflyttingsarbeid av et omfang, har en hjemmeside og profil på Facebook eller liknede. Nettstedene fungerer både som informasjons- og inspirasjonskilder, og de sosiale mediene har også et potensial for dialog med

målgruppen. Tilflyttingsarbeidet i Hardanger, Vest-Telemark, Sogndal og Dyrøy er eksempler på prosjekter som har nokså omfattende hjemmesider. I tillegg til grunnleggende informasjon, lokale nyheter og en god del stedsreklame har de også *databaser* over ledige jobber og boliger. Det gjør det mulig for interesserte å skaffe seg mye flytterelevant informasjon.

Selv om flytteundersøkelser viser at flesteparten av oss velger bosteder vi kjenner godt på forhånd, f.eks. gjennom familie, har også valgmulighetene økt for de fleste. Dersom man er flyttelysten i dag, er det sannsynlig at Internett blir brukt for å undersøke både kjente og ukjente steder – på samme måte som man bruker det til å søke f.eks. jobb og bolig. I denne situasjonen er det åpenbart nyttig å være på nett og ha en bevisst holdning til hvordan man presenterer sitt sted.

Foreløpig vet vi lite om hvor vanlig det er å jakte på bosteder på denne måten. En undersøkelse av kvinnelige flyttere til Valdres i perioden 1995-2005 gir noen indikasjoner (Grimsrud 2006). Her hadde 84 prosent av tilflytterne en eller annen tilknytning til Valdres fra før, hvorav de fleste overhodet ikke hadde vurdert å flytte til andre steder. Av de 16 prosent uten tilknytning hadde alle vurdert alternative bosteder, men 11 prosent valgte Valdres på grunn av et jobbtillbud. Bare 4 prosent sa de dro til Valdres fordi de hadde vært på utkikk etter et sted på landet og tilfeldigvis funnet en mulighet i Valdres. Disse fire prosentene hadde brukt internett som kilde til å finne tilflyttingsstedet. Dette var i 2005 – og vi kan anta at antallet som bruker Internett i en flytteprosess har økt siden.

Gjennom casestudiene har vi også sett eksempel på at nettsider kan være viktige, kanskje spesielt for de uten tilknytning til et sted, og for de som søker livsstilsendring gjennom å «flytte på landet». Det tydeligste eksemplet er Placements emigranter fra Nederland, Belgia og Tyskland. Mange av dem sier de kom i kontakt med Placement via nettsøk. Vi har inntrykk av at dette og deltakelse på messer (annonsert via nett) er de vanligste måtene for Placement å få kontakt med folk som ønsker å flytte til Skandinavia.

I kapittel 4 og 5 pekte vi på at det arbeidet som gjøres både i Hardanger og Vest-Telemark for å oppdatere databasene, er en viktig del av arbeidet for å få ledige hus og jobber på markedet.

Medieprofilering brukes som selvstendig resultatmål

Vi ser at alle casene har en mer eller mindre bevisst mediestrategi. Å være synlig i media er åpenbart en viktig del av arbeidet i alle casene. Mange legger også linker til eller publiserer faksimiler fra andre medier på sine nettstedene. De teller opp og samler inn utklipp fra opptredener i media slik at de kan rapportere om dette i sluttrapporter og i andre sammenhenger. *Det å ha vært profilert i media teller altså som resultat*; det tas til inntekt for at de gjør noe, og at arbeidet er relevant, fordi avisene velger å skrive om det. Dette handler også om at dette er enkelt og et tellbart mål på synlighet og tilstedeværelse i en offentlig debatt.

Markedsføring internt i regionen

I casene har vi sett at mesteparten av medieframstøtene foregår i lokale medier. Det er i utgangspunktet overraskende siden vi forventet at de primært skulle være interessert i å nå personer som bor utenfor regionen. Den sterke medieprofileringen kan imidlertid også ses på som et legitimeringsarbeid myntet på lokalbefolkning, lokale/regionale utviklingsaktører og finansører.

Samtidig kan det hevdes at det å informere lokalbefolkningen, fraflyttede som holder lokalavis og besøkende i regionen om tilflyttingsarbeidet, kan være en strategi for å rekruttere tilflyttere. Strategien kan bygge på en erkjennelse om at de fleste tilflyttinger skjer gjennom nettverkene til lokalbefolkningen og at mange tilflyttere flytter over relativt korte avstander.

Vi ser at medieoppslag har en opplysningsfunksjon så vel som en misjonerende funksjon. I de regionale prosjektene er det tydelig at prosjektlederne anser det som viktig å få lokalbefolkningen med på laget; få dem til å forstå at tilflytting er viktig for regionens framtid, og at det er viktig å tenke region i stedet for bygd eller kommune. Dette kan også henge sammen med at lokalbefolkningen er viktige aktører for å få økt tilflytting. Medieprofilering inngår også ofte i mer målbevisste kampanjer og strategier.

Ekstern markedsføring

I casene har vi eksempler på promoteringsframstøt i forskjellig skala. I Hardanger hadde de en storstilt kampanje med bruk av profesjonelt markedsføringsbyrå. Det innebar blant annet reklame bakpå bussene i Bergen, postkort til fraflyttede, annonser i riksdekkende nettmedia og ulike promoteringstiltak internt i regionen. Hovedpoenget med kampanjen var å vise hvor fint en kunne ha det i Hardanger og derigjennom vekke flyttetanken hos folk. Det var også et poeng å komme i kontakt med potensielle tilflyttere. Kampanjen ble derfor lagt opp slik at en kunne klikke seg inn på hjemmesidene til Flytt til Hardanger via nettannonsen. Ved å delta i ulike lokale arrangement kunne en vinne premier; f.eks. en tur med helikopter over regionen. Hvorvidt kampanjen førte til økt tilflytting, kan vi ikke svare på - det var aldri prosjektets hensikt å registrere dette direkte. Det som imidlertid er blitt registrert, er antall treff på hjemmesiden og antall henvendelser. Ifølge ledelsen ved Flytt til Hardanger, opplevde de en økning på disse områdene i forbindelse med kampanjen. Selv om det både moralsk og praktisk er vanskelig å måle resultater i form av tilflyttere, viser også dette eksempelet at det å få oppmerksomhet i seg selv er et viktig resultat av kampanjen.

I Vest-Telemark valgte de en enklere tilnærming med annonsering i Osloaviser. Her var målet først og fremst å komme i kontakt med "kunder" til de planlagte bygdelivsvisningene. Et viktig poeng var at annonsen oppfordret folk til å ringe/ta kontakt med bygdelivsmegleren personlig. Annonsen dro veksler på at mange storbyboere drømmer om småbruk, og hadde derfor bilde og tekst som profilerte småbruksidyllen i regionen. Kontaktannonsen fanget også avisenes interesse slik at de fikk noe gratis redaksjonell oppmerksomhet også. Blant annet hadde Dagbladet en stor reportasje fra selve visningen – noe som var verdt ganske mange reklamekroner.

Annonseringen førte til at en del mennesker ringte til bygdelivsmegleren for å høre mer, og noen av disse ble invitert til Vest-Telemark på visning. Et *resultat* er at de foruten oppmerksomhet også oppnådde å komme i kontakt med interesserte personer. Disse ble fulgt opp *personlig*, og som beskrevet i casestudien, var dette første steget som førte til at i alle fall en familie *uten tidligere kontakt* med Telemark, flyttet til stedet. Det var også andre familier som fikk hjelp til flytting gjennom bygdelivsmekleren, men alle disse var familier med minst en tilbakeflytter som trolig ville ha flyttet tilbake uansett, om enn kanskje på et senere tidspunkt. Tilsvarende førte Dyrøys avisannonser for sine FOX-arrangementer også til kontakt og tilflytting av minst en familie uten tidligere kjennskap til området. Det synes likevel som det er lettere å oppnå kontakt med potensielle tilbakeflyttere, enn med andre gjennom denne formen for annonseringstiltak rettet mot allmennheten.

Måten bygdelivsmegleren annonserte på har klare fellestrekk med måten Hardangerlokk gikk fram på for å komme i kontakt med kunstnere i Nederland. I Hardangerlokk førte også annonseringen først til kontakt, så til framvisning av kunstnerfasilitetene i Hardanger og deretter til innflytting av en del kunstnere.

Festival som trekkplaster

Sogndal har en annen metode for å skaffe oppmerksomhet. I stedet for å oppsøke nasjonale media med "døde" bilder, får de nasjonale media til å oppsøke et levende miljø. De arrangerer fjellsportfestivalen og en rekke mindre arrangement med henblikk på å vise at Sogndal er stedet for fjellsportsentusiaster med interesse for teknologi og kunnskap. Oppgaven deres er å skape arenaer for disse menneskene. De har en bevisst strategi for å få god mediedekningen rundt arrangementet. For eksempel sier de at festivalen ikke ble arrangert i 2011 fordi NRK ikke var interessert i å dekke den fordi den falt samtidig med et internasjonalt alpint arrangement. De fant at det ikke ville lønne seg økonomisk (pga. sponsormuligheter) eller med hensyn på ekstern oppmerksomhet.

Fjellsportfestivalen er en av flere brikker som er med på å forme Sogndal som et sted for sprek og frisk ungdom. Den eksterne markedsføringsverdien er også bare en del av festivalens funksjon. Vi tror den virker aller best overfor de som også deltar i festivalens aktiviteter og blir innlemmet i miljøet. Vi mener å ha funnet "bevis" for at Fjellsportsfestivalen *og miljøet rundt denne*, har vært en viktig medvirkende årsak til at en del sport- og friluftinteresserte unge mennesker har fått øynene opp for Sogndal. Siden har noen valgt Sogndal som studiested eller som mer permanent bosted på grunn av dette. Det er verd å merke seg at det ikke er noe ved arrangementet som sier "flytt hit!". Det er heller ikke noe formelt apparat som er rede til å følge opp med informasjon og hjelp til flytting. Folk skal inspireres, og så får de ordne med resten selv dersom de vil flytte dit for å få mer av det.

Hvilke resultat ser vi av indirekte markedsføringstiltak?

Det finnes altså folk "der ute" som ønsker å flytte og som foretrekker en landlig livsstil. Noen er villige til å flytte nesten hvor som helst for å oppnå dette, mens andre har spesifikke ønsker om hvor de vil realisere sitt ønske. Indirekte stedspromoteringer har

potensial til å treffe disse gruppene dersom kanalen velges med omhu. Noen av tiltakene her er rettet mot spesifikke målgrupper og kanalene valgt ut fra det. Å "omvende" folk som aldri har vært inne på tanken om å flytte til en distriktskommune, må vi anta er langt vanskeligere. Spørsmålet er om de som allerede har et ønske om å bo på landet trenger – *eller ønsker* – å bli minnet om det i form av reklamekampanjer?

Når det er sagt, har vi i denne studien sett at utadrettet promotering har virket som et puff bak for å få (et lite antall) personer som allerede hadde ønske om å flytte til å undersøke mulighetene nærmere – eller som et mulig kontaktpunkt for (et enda mindre antall) personer uten tilknytning til stedet som er på utkikk etter livsstilsendring. Vi har altså dokumentert at noen har hatt effekt. For begge målgrupper er det *viktig at kampanjene gir mulighet for å komme i personlig dialog med de interesserte slik at potensielle tilflyttere kan følges opp.*

Et mål og resultat av kampanjene kan også være at de er med å påvirke den offentlige diskursen om hva som er en attråverdig livsstil og hvor det er attraktivt å bo (Holm et al. 1989). Videre kan det ha betydning for egen identitet, stolthet og tilhørighet. Både dette og betydningen av kampanjer for å vekke spiren til en flyttelyst er bortimot umulig å måle med de metodene vi har hatt tilgjengelig, men mye tyder på at de kan ha slik betydning – ofte på lang sikt. En vurdering av om en skal iverksette slike tiltak bør derfor bygge på at de *kan* ha effekt på en og annen familie eller tilflytter, *kan* bidra til å påvirke den offentlige diskursen og *kan* påvirke egne ungdommer og tilbakeflyttere, samt stolthet, på sikt. Spørsmålet blir dermed om potensielle kostnader ved dette kan la seg forsvare, og hva alternative strategier og tiltak kan bringe, og koste.

Det er hevet over tvil at hjemmesider må holdes oppdatert og kampanjer og promoteringsmaterieill må være profesjonelt for å kunne ha ønsket effekt. I arbeidet har vi møtt på "sovende og døde" hjemmesider, nedlagte prosjekt, døde linker. Det skaper ofte irritasjon og kan sannsynligvis virke mot sin hensikt.

9.1.2 Direkte markedsføring: Epost, brev og postkort

En fjerdedel av alle rapporterte tiltak i spørreundersøkelsen dreide seg om å sende brev/postkort/email til potensielle tilflyttere. Direkte markedsføring regnes ofte for å være mer virkningsfullt og målrettet enn indirekte markedsføring. I tilflyttingsarbeid kan en for eksempel gjøre som Flytt-Hit i Fjellregionen og sende brev til alle familier med 6-åringer i Oslo med invitasjon om å begynne i første klasse i Fjellregionen. Vi har grunn til å tro at dette var et relativt kostbart tiltak.

Som regel dreier tiltak av denne typen seg om å henvende seg til grupper de oppfatter som potensielle tilbakeflyttere – dvs. fraflyttede i en bestemt alder. Det så vi eksempel på i Hardanger. Her gikk kommuneansatte gjennom flyttemeldingene for å finne personer i "rett" alder og som ikke hadde adresse i noen av Hardangerkommunene lenger. Dette er nokså ressurskrevende for store kommuner, men overkommelig for småkommuner som det er flest av blant de som driver denne typen arbeid. Selv om vi tror de fleste synes det er hyggelig med hilsen hjemmefra, har vi også fått tilbakemeldinger som tyder på at det kan oppleves som påtrengende og "til å få dårlig samvit av" som en informant

sa. Hun fikk inntrykk av at hun burde ta på seg skylda for at det gikk så dårlig i Hardanger. Her står en overfor noen av de samme problemene som en indirekte kampanje har: Man vet ikke om budskapet slår an.

Vi har også fått kritiske synspunkt på ordningen som handler om at brev så vel som andre tiltak rettet mot fraflyttede kan føre til kravstorhet; potensielle tilflyttere forlanger en form for premie for å flytte tilbake. Det kan være forventninger om gratis tomt, ledig barnehageplass, hjelp til å finne bolig og jobb.

En mindre ressurskrevende og også mer målrettet metode blir brukt i Vest-Telemark. Der har bygdelivsmekleren gjennom ulike aktiviteter samlet en epostliste over personer som er interessert i å flytte til regionen. De "holdes varme" ved å sende sesonghilsninger med nyheter fra regionen med relevans for gruppen. På denne måten treffes bare personer som i utgangspunktet selv har bedt om det – det kan veie opp for at de i utgangspunktet nok er en mindre gruppe.

Rasjonalet for å "holde folk varme", er at de ikke skal gå glipp av muligheter som dukker opp. Det kan f.eks. være vanskelig å følge med på det som skjer i lokalt i form av planer for boligbygging og liknende om man bor utenfor regionen. Denne formen for kontakt med potensielle tilflyttere kan gå over i mer *personlig sørvis*, der prosjektleder kjenner til "kundens" spesifikke ønsker f.eks. om småbruk, og tar kontakt når det dukker om en mulighet for kjøp. Vi er da over på en tjeneste som likner en eiendomsmeklers virksomhet – så her gjelder det ikke å gå den lokale eiendomsmekler i næringa. Den mer praktiske tilretteleggingsdelen av denne typen arbeid kommer vi tilbake til under avsnittet om praktisk og personlig hjelp i beslutningsfasen.

Vårt inntrykk fra samtaler med involverte i casene, er at tiltak av denne typen kan føre til framskyndelse av en flytting som ville kunne ha kommet uansett. På grunn av lang tidshorisont, mange og kryssende flyttebegrunnelser og årsaker, er resultater av slike tiltak vanskelig å måle. Antakelig kan de ha bidratt i tilflyttingsprosessene for mange, ført til at flytting blir sett som mulig, og kanskje kan de skape en "flyttetrend" blant enkelte i etableringsfasen. Motforestillingene og de kritiske synspunktene vi har fått, tyder på at kommunene/regionene gjennom tilflyttingsarbeidet klargjør for seg selv hva målet er, hva en kan forvente, hva en skal love, hvilket inntrykk en skal gi og hvordan dette skal opprettholdes over tid.

9.1.3 Interaktive tiltak: Treff, tilstelninger, messer o.l.

Det arrangeres en god del treff, tilstelninger og messer der det er fysiske møter mellom potensielle tilflyttere og representanter fra regionen. Gjennom slike tiltak kan man komme i personlig dialog med potensielle tilflyttere. Vi skiller mellom tiltak som arrangeres i tilflyttingsregionen (interne) og de som arrangeres utenfor – typisk i nærmeste store by (eksterne).

Eksterne temamesser gir muligheter for dialog med målgruppen

Dyrøy arrangerer FOX-konferansen og deltar på karrieredager i Tromsø for å skape fellesskap, vise fram muligheten i Dyrøy og komme i kontakt med potensielle tilflyttere.

Placement arrangerer messer i Nederland og Belgia for å matche potensielle emigranter med kommuner/regioner som ønsker immigranter. Slike temamesser kan være effektive fordi de tiltrekker seg et publikum som er interessert i ny jobb, bolig og å flytte. Dette er åpne, målrettede men likevel indirekte tiltak. Det blir oppnådd personlig kontakt slik at møter og annen oppfølging kan skje i etterkant. For Placements samarbeidskommuner er slike treff essensielle – der avtales gjerne besøk i Norge samtidig som en oppnår en gjensidig forpliktelse. Det kan ses på som et første møte mellom personer som kan bli sambygdingar.

For at messedeltakelse skal virke, kreves det god planlegging og utvikling av materiell for å gjøre seg synlig. Det er nødvendig på forhånd å ha kartlagt hva som er regionens behov (om det f.eks. er folk med en bestemt kompetanse en er ute etter) på den ene siden, og hva regionen har å tilby i form av arbeidsplasser, boliger, skoler, barnehager, andre tjenester osv. på den annen. Like viktig er det å ha oppfølgingsstrategiene klare. Det er etter det vi forstår mange som har brent seg på at de tror det er nok med vakre bilder fra hjemkommunen. Det må vises at stedet gir mulighet for et nytt hverdagsliv, og det må være navngitte personer som er klare til å følge opp eventuelt interesserte i etterkant. For mange har læringen i slike situasjoner vært at en trenger bedre oversikt over hvilke jobber som finnes lokalt, hva slags tjenester det eventuelt er behov for oppstart av, og hva som finnes av tilgjengelige boliger. En analyse av tilbud og behov er altså nødvendig for å "selge" noe på en messe. Også dette er langsiktig arbeid.

Deltakelse på lokale tilstelninger for å treffe turister og tilreisende

I flere av casene ser vi at det er en tanke om at de som kommer tilreisende til regionen som turister også kan være interessert i å flytte til regionen. Derfor er det utarbeidet en del reklamemateriell som distribueres til hoteller, campingplasser og andre steder der turister og tilreisende samles. Selv om en vanskelig kan se for seg at det å plukke opp en turistbrosjyre skulle føre til relokalisering av bosted, må vi nevne at flere nederlandske innflyttere begrunner ønsket om å flytte til Norge med at de var på ferie her en gang og likte seg så godt at de etter hvert bestemte seg for å flytte. Mange turister kommer også fra regionen og har allerede tilknytning til stedet. Det er altså mulig å gjøre turister om til tilflyttere, selv om de potensielle tilflytterne er en svært liten gruppe av den store og breie turistgruppa.

I tillegg til denne indirekte markedsføringen gjennom brosjyrer satses det også noen steder på å gi turistene gode opplevelser slik at de kan få lyst til å flytte. Et eksempel på det er Bygdelivsmekleren i Vest-Telemark som har stand på Dyrsku'n i Seljord. Dette er en festival som har 170 000 besøkende. På tilstelninger kan en komme i dialog med interesserte, og de kan fungere på samme måte som de eksterne arrangementene omtalt ovenfor. Arrangementer som er ment å underholde trekker imidlertid et annet publikum enn arrangementer som er mer målrettet mot karriereskift eller livsstilsskift. Den viktigste målgruppen for tilflyttingsarbeidet på slike arrangement er fraflyttede som er på besøk i forbindelse med arrangementet. Denne målgruppen arrangeres det også egne treff for mange steder.

Treff for fraflyttede kan være en god læringsarena

Spørreundersøkelsen viser at det å arrangere treff utenfor regionen for fraflyttede er nokså vanlig; de representerer 38 % av tiltakene. Omtrent like mange arrangerer samlinger for fraflyttet ungdom som er hjemme i juleferien (36 %). I våre caser var det ingen som arrangerte slike "homecoming days" nå. Men Flytt til Hardanger og Bygdelivsmegleren har arrangert treff for hhv. utflytta hardinger i Bergen og vest-teler i Oslo. På disse treffene deltar blant annet representanter fra regionenes arbeidsliv, ordførere og andre representanter fra kommunene. Her er målet å få en perfekt match mellom fraflyttede og arbeidsgivere eller arbeidsformidlere, så vel som å holde utflytterne "varme" med tanke på senere tilbakeflytting. De har det til felles at de vil vise fram – fortelle - hva regionen har å by på i form av arbeidsplasser, vakker natur, fritidsmuligheter og bidra til å opprettholde kontakten mellom stedet og personer og mellom personer med stedstilknytning – i direkte fysisk møte.

Virkningen av slike treff er vanskelig å stadfeste bl.a. fordi vi ikke har kunnet spørre alle deltakerne om dette, og prosjektene har heller ikke hatt som mål å registrere resultater av treffene. Videre er treffene innrettet mot unge folk der eventuelle resultater ligger i framtiden. Vi har hørt om ett tilfelle fra henholdsvis Hardanger og Vest-Telemark der det ble en lykkelig match mellom arbeidsgiver og treffdeltakere. Men vi vet ikke om disse ville truffet hverandre uansett. Kanskje bidro treffet til en framskyndelse eller realisering av tilbakeflytting?

Slike treff har potensial til å virke fordi de representerer en møteplass (ofte er de også en kombinasjon av treff for utflyttede, karrieremesser og forsøk på å nå nye potensielle innflyttere). En forutsetning er imidlertid at arenaen oppleves som relevant både av arbeidsgivere og arbeidssøker/ potensiell tilbakeflytter. Både denne og andre studier (f.eks. Dahle et al.2011) har vi sett at mange arbeidsgivere i distriktene antar at det bare er tilbakeflyttere som kommer til å like seg i jobben, og bli værende på sikt. Det gjør at arbeidsgiverne vil kunne oppfatte slike treff som en hensiktsmessig og billig måte å rekruttere på. På den annen side vil tilbakeflyttere kunne oppleve treffene som gunstig når de vet at de som lokale søkere har en fordel i rekrutteringsprosessen. Men vi må huske at langt fra alle deltakere på disse treffene er ute etter jobb, eller tilbakeflytting. Vi har indikasjoner på at mange er ute etter en hyggelig og billig aften ute der de treffer gamle kjente (f.eks. var det besøkssvikt på Vest-Teletreffet da dette ett år ble lagt til Maridalen i utkanten av Oslo og ikke på det populære utestedet Smuget i Oslo sentrum som de har gjort andre år). Vi har også inntrykk av at interessen fra næringslivet er laber. Kanskje kan det komme av at de kommer i kontakt med potensielle tilbakeflyttere uansett gjennom bekjentskaper, eller av andre grunner ikke ser rekrutteringspotensialet?

Disse tiltakene legger til rette for de som har tilknytning til stedet fra før. Det er en rasjonell strategi fordi den gruppen potensielle tilflyttere er lett å komme i kontakt med, og arrangørene har også erfaring med at mange av de som flytter til regionen nettopp er tilbakeflyttere med og uten familie. Men vi må stille spørsmål om det er hensiktsmessig å bruke ressurser på en gruppe som kanskje ville flyttet tilbake uansett. Vi vil også peke på at slike mer eller mindre uformelle rekrutteringskanaler som dette, kan tenkes å gjøre

det vanskeligere for potensielle tilflyttere uten tilknytning å få jobb og flytte til regionen. Det er dessverre en utbredt oppfatning i en del miljøer at man må være lokal for å få tilgang til jobb i distriktene. Treff for potensielle tilbakeflyttere er et tiltak som fyrer opp under slike oppfatninger.

Arrangørene av slike treff mener likevel at slike treff er verdifulle. Vi har sett at de begrunner det med at de er billige og enkle å arrangere. Arrangørene kommer på denne måten i kontakt med ungdom og andre potensielle tilflyttere, og holder seg oppdatert om hva som er viktig for dem og hva de synes om hjemstedet, hva de savner og etterspør og mulighetene for å flytte hjem. Det er også en anledning for dem å treffe andre utviklingsaktører fra regionen på uformelle måter. Treffene kan altså være en kilde til læring for arrangørene, bringe kunnskap til deltakerne, i tillegg til å være en sosial arena for treff av venner hjemmefra.

9.2 Tiltak for å bedre beslutningsgrunnlaget for potensielle tilflyttere

Etter at flyttelysten er tent, gjennom tilflyttingsarbeidets tiltak eller på annen måte, kan det være behov for mer informasjon om det potensielle tilflyttingsstedet før en bestemmer seg for å flytte. Realiseringen av flyttingen vil ofte avhenge nettopp av praktiske faktorer som tilgang på jobb, bolig og barnehage. Man kan ønske å se stedet for å få mer konkret forståelse av hva det vil innebære å bosette seg der. Tiltak som har til hensikt å bedre beslutningsgrunnlaget kan dreie seg om hjelp til å få oversikt over og finne bolig, skoler, barnehager, fritidsaktiviteter, jobb, språkkurs og lignende. Alle casene unntatt Sogndal har slike tjenester i tilflyttingsarbeidet. I Vest-Telemark er det bygdelivsmekleren, i Hardanger har de kommunekontaktene, i Dyrøy er det et tilflyttingsteam og i Placementkommunene er det kommunekontakter med ansvar for Placementrekruttering. Tjenestene er organisert og fungerer litt ulikt fra sted til sted, men alle har spesialisert seg på å kunne svare på spørsmål og gi råd rundt flytting til deres område. Her er altså tiltakene tilflyttingshjelp, mens organisering og arbeidsmåte varierer en del mellom de ulike tiltakene.

Bygdelivsmekleren hadde på sine bygdevisninger et storstilt program for å vise fram regionen til spesielt inviterte. Det var guidet tur, kulturinnslag og lokal mat. En stor andel av de inviterte ble tilflyttere. Bygdelivsmekleren har i tillegg hjulpet andre interesserte til å finne småbruk og annen bolig, og gitt hjelp til å finne jobb. Sporadisk blir interesserte tatt med i biltur "på visning" for at de skal kunne få innblikk i hvordan et liv i Vest-Telemark vil kunne se ut. Bygdelivsvisningen har vi også hørt omtalt som smøreturen.

Tilflyttingsteamet i Dyrøy dreier seg også om personlig oppfølging og omvisning, hvis det er behov for det. Dette har også ført til tilflytting. Likeså innebærer Placementsamarbeid at en person i kommunen får ansvar for å vise potensielle tilflyttere rundt; vise fram mulige bosteder og hvor skoler, barnehager, fritidstilbud og andre funksjoner er lokalisert. Dette er et arbeid som kan være en meget omfattende del av Placementsamarbeidet. Tilflyttere fra utlandet trenger ofte mer hjelp, dels på grunn av

språk, dels fordi det norske systemet er ukjent, og dels fordi det ofte kommer et stort antall innflyttere på relativt kort tid.

Vi finner at den personlige kontakten er nøkkelen til suksess her. Det er to årsaker til det. Den ene handler om å føle seg ønsket og velkommen. Den andre er at tjenesten og lokalkunnskapen den bygger på, faktisk hjelper til å få på plass nødvendige faktorer for flytting. *Det er en viktig funksjon på steder hvor markedet ikke fungerer.* Ut over dette er det å få oversikt over området, hvor det er fine turmuligheter, hvilken bygd du kan spille håndball i og likende er praktisk informasjon, neppe nødvendig for tilflytting. Det gir likevel flytterne et bedre beslutningsgrunnlag.

I Hardanger (etter Placementperioden) består tjenesten av å gi råd og informasjon, ønske velkommen, og sende ut velkomstpakker. Den er dermed mindre personlig enn de øvrige (hvor mye de sju kommunekontaktene engasjerer seg personlig for fremme tilflytting kan likevel variere). I Hardanger har man satset på å utvikle samarbeidsrelasjonene mellom kommunene slik at vertene uansett kommunetilhørighet skal tjene hele regionen. "Ja, det ordnar me" er forsøkt innført som en ledetråd for hvordan man skal møte tilflyttere – enten de søker barnehageplass eller bolig. Vi har sett eksempel på at det er lettere for en tilflytter som vakler mellom to steder og velge det stedet der hun får høre "ja, det ordnar me" enn der tilbakemeldingen er at "barnehagen har ikke opptak før neste år". Kommunesektoren er videre en stor arbeidsgiver i regionen. Derfor er fokus på rekrutteringsprosesser i egen organisasjon et viktig innsatsområde i denne casen. Kommunesektoren kan derfor være svært viktig for å rekruttere tilflyttere til regionen, selv om dette tiltaket fra utsiden kan være usynlig.

I Dyrøy og andre steder, har tilflyttere, både tilbakeflyttere og andre lagt vekt på opplevelsen av å være ønsket, bli sett og være velkommen. Dette er en side ved den personlige kontakten som sannsynligvis både handler om å bli ønsket som innbygger og samfunnsborger og som individ og person og som derfor handler både om personlig kontakt og institusjonell velkomst.

Det å bistå potensielle tilflyttere krever nesten uansett arbeidsmåte, lokalkunnskap og/eller systematisk søken etter vakanser i området. Det er vanskelig for én person å ha oversikt over næringslivet, det offentliges- og privates behov for arbeidskraft, mulige boliger og lignende i en stor region. I fraværet av kommersielle aktører på dette området kan det tenkes at det går an å organisere og systematisere disse funksjonene på en bedre og mer personuavhengig måte. Ordninger som gjør det attraktivt for arbeidsgivere og huseiere å rapportere om vakanser, bistand til å håndtere prosessen og eventuelle interessenter, kan organiseres på ulike måter. Dyrøys bruk av spesialsammensatte rekrutteringsteam krever lokalkunnskap men bidrar også med spesialkunnskap.

Et problem knyttet til vertskapstjenesten i en kommune er at innbyggere kan bli misunnelige. De ser at personer utenfra får stor oppmerksomhet og hjelp som de selv har klart og må klare selv. For eksempel var det flere i Vest-Telemark som kunne tenkt seg "full forpleining" på bygdelivsmeklerens regning, som de sa. Kunstnere i Hardanger

likte ikke at det ble utlyst stipend for kunstnere som kunne tenke seg å flytte til Hardanger, mens de som allerede bodde der ikke kunne søke. Videre har vi hørt rykter om at kommunen hjelper nederlendere økonomisk med å kjøpe hus og starte bedrift, mens andre må klare dette selv. Dette er et uttrykk for misnøye hos lokalbefolkningen, selv om det ikke medfører riktighet at det fins øremerkede midler til nederlendere i Norge. Det er lett å forstå at slike rykter oppstår når man kan lese i avisen at ordføreren har vært på hjemmebesøk hos de nye nordmenn, eller avbildet sammen med immigranten som nettopp har startet bedrift, eller lese om hvor fornøyd den nederlandske familien er etter å ha fått hjelp til å finne drømmehuset, osv. Dessuten er det riktig at potensielle tilflyttere får hjelp til ting "vanlige folk" ordner selv. Det er nettopp det tilflyttingsarbeidet går ut på. Tilflyttingsapparatet har måttet bruke tid på å informere allmennheten om hva virksomheten går ut på og hva som er formålet med den.

En annen variant av dette er det enkelte i Dyrøy kaller "rosemalingen", som handler om å se positivt på "alt" og kanskje unnlate å nevne negative trekk som for eksempel begrensinger i arbeidsmarkedet.

Motsatt spør potensielle tilflyttere hva som er vits med tjenesten hvis de ikke kan bidra med hjelp. I Fjellregionen var det en avisdebatt om dette. En dame klaget over at Flytt-hit ikke kunne skaffe datteren barnehageplass, og dermed ble det ikke mulig for henne å flytte til tross for at både hus og jobb var på plass. Hun oppfattet Flytt-hit som en organisasjon som nettopp skulle hjelpe med slike ting; hun følte seg lur. Flytt-hit svarte at de ikke kunne øremerke verken barnehageplasser eller andre goder for tilflyttere. Det de kan bidra med er råd og informasjon og et smil på velkomstdagen. Her har vi altså et eksempel på at det skapes forventninger som flyttingsarbeidet ikke kan innfri.

Vertskapsfunksjonen er en forholdsvis ny og lite standardisert tjeneste der det har vært uklart for vertene hva som skal og ikke skal inngå i tjenesten. Det er for eksempel diskusjoner om hvorvidt det å ta med potensielle tilflyttere på omvisning utenfor arbeidstid (som er det tidspunktet som passer best for de som er på besøk) er en rimelig sørvis. For å unngå tvil har Flytt til Hardanger utarbeidet en sørviserklæring for at både vertskapet og tilflytteren i klartekst skal kunne lese hva som kan forventes. Andre steder mener man at denne tjenesten ikke kan standardiseres og at det må være rom for skjønn og individuell tilpassing.

Vi har sett at den *personlige* kontakten mellom tilflyttingsapparat og potensiell tilflytter synes å være viktig for noen tilflyttere. Men dette vil kunne variere fra person til person. De som liker å være mer anonyme og ordne opp på egen hånd, vil ikke ta kontakt med tilflyttingsapparatet, og således blir det vanskelig for prosjektledelsen – og oss – å registrere deres interesse og dokumentere effekt av arbeidet – selv om informasjons- og tilretteleggingsarbeidet i teorien kan ha hatt betydning for deres bostedsvalg. Vi har klare indikasjoner på at denne type tjeneste kan bidra til tilflytting. Organisering og omfang, fokus og arbeidsmåter krever lokal tilpassing, tilpassing basert på hvem som fyller jobben, om det er fordelt på flere som en del av kommunens ordinære tjenestetilbud etc.

Vi har sett at det er en fordel om slike tjenester klargjør hvordan de vil dokumentere og evaluere sitt arbeid. Dette er ofte svært personavhengig.

9.3 Tiltak som hindrer fraflytting/stimulerer bolyst

Etter at folk har flyttet er det om å gjøre å få dem til å bli værende. Vi vet at 70 % av alle som kommer flyttende til distriktskommuner senere flytter ut igjen. Det kan derfor være mange innbyggere å hente ved å redusere videreflyttingen. Selv om mange av de som kommer bare har planlagt å bo der bare i en kort periode, kan det tenkes at en innsats for å beholde større andeler av dem kan gi større uttelling for folketallet enn å lokke til seg nye innbyggere. Likevel har vi ikke sett mange tiltak som har dette utgangspunktet og er rettet mot å inkludere *nykommere*. Vi har heller ingen tall, så langt som kan indikere potensialet i dette. Mye av effektene vi har omtalt som "indremedisinsk" eller som handler om trivsel, identitet og stolthet har likevel spor av trivsels- og inkluderingsarbeid.

Flytt til Hardanger mener at kommunen har ansvar for inkluderingsarbeidet, for dem er det en strategi. De begrenser sin virksomhet i denne fasen til tiltak som å sende ut velkomstpakker og har også planer om å opprette regionalt språkkurs for arbeidsinnvandrere. Sogndals Bratt Moro har derimot fokus på denne delen av tilflyttingsarbeidet. De har to tiltak for å involvere tilflyttere. For det første skaper de arenaer for fjellsportsentusiaster med sans for teknologi og kunnskap gjennom å arrangere så vel faglige seminarer som mer lekne arrangementer (i tillegg til festivalen). For det andre er de bevisst på å bruke dugnadsarbeid for å inkludere nykommere i fjellsportsmiljøet, ut fra en filosofi om at skaperglede og fellesskap gir bolyst. En alternativ tolkning er at Bratt Moros rasjonale for å drive bolystarbeid er å skaffe flere ildsjeler og dugnadsfolk til å utvikle og profilere Fjellsportsfestivalen og andre aktiviteter som de tjener penger på. Bratt Moros arbeid synes å ha bred støtte lokalt, fordi denne virksomheten trekker kompetanse til området. Intervjuer med tilflyttere til Sogndal tyder på at strategien virker, og de framhever nettopp at dugnadsånden i miljøet gjør at de foretrekker Sogndal framfor andre steder med fjellsportsmuligheter.

Selv om det ikke er så mange tiltak som er direkte rettet mot integrering av nykommere, har vi likevel sett flere strategier som handler om å øke bolysten blant befolkningen generelt, og dermed redusere fraflyttingen.

Vest-Telemark og Hardanger la begge stor vekt på utadrettet virksomhet i begynnelsen av satsingen, altså arbeid knyttet til fase 1 i flytteprosessen; idéfasen, der tiltak typisk handler om å vekke flyttelysten og peke på flyttemuligheten. Etter hvert har også begge prosjektene gått over til å jobbe mer med bolyst og tilretteleggingstiltak. En grunn til en slik omlegging er at de opplevde at det å vekke interesse hos, og hanke inn nye innbyggere, var mer krevende enn de på forhånd hadde tenkt, og også mer konfliktfylt. Tilsvarende erfaringer og dreining i arbeidet finnes i mange av Placementkommunene vi har intervjuet. I tillegg har mange oppdaget at de har utfordringer å løse i området før de bør satse på mer tilflytting. I Vest-Telemark og Hardanger var også kunnskapen om at regionens innbyggere er de viktigste ambassadørene for stedet viktig. Gjennom

innbyggernes nettverk kan en få spredd et budskap om gode liv og trivsel. Å påvirke og oppmuntre innbyggerne til å synes godt om eget bosted, og fortelle det videre, er en strategi begge de regionale casene har gått inn for. Sogndal benytter seg også av samme logikk: de skal lage gode arenaer for fart, moro og innovasjon, så får ryktet om Sogndal spre seg slik at miljøet blir selvrekutterende.

Andre tiltak vi har sett benyttet i dette øyemed, er arrangementer av ulike type rettet mot folk som bor på stedet; møteplassen mandagsklubben med felles middag (Vest-Telemark), kunstutstillinger (Hardanger), Liv og Røre, torgdager og Fårikålfestivalen i Dyrøy som er beslektet med arbeidet i rekrutteringsteamet. Det finnes også mer langsiktig arbeid rettet mot stedets ungdom som undervisningsopplegg i skolen (Hardanger) og regional ungdomsklubb og LAN-party i Vest-Telemark, og inkludering av ungdom i Dyrøyseminaret i Dyrøy. I tillegg er det omfattende bruk av media til å formidle positive hendelser og historier. Tilflyttingsarbeidet beveger seg således over i lokal samfunnsutvikling og stedsutvikling.

Igjen preges denne typen arbeid av langsiktighet som gjør det vanskelig å måle resultater. På den annen side er mye av dette arbeidet snakk om å inkludere frivillig arbeid i kommunale og regionale strategier, og derfor mer snakk om koordinering og litt hjelp enn store kostnader. Dette er ikke nødvendigvis tiltak, men snarere en organisering som kan være eller bli bærekraftig over tid. Samtidig representerer det anerkjennelse til organisasjonsarbeid som allerede finner sted og som det kanskje er vanskelig å rekruttere deltakere og ildsjeler til.

9.4 Tiltak for å bedre boligmarkedet

Flere av prosjektlederne gir uttrykk for at de gjennom tilflyttingsarbeidet er blitt overrasket over at hjemstedet deres ikke har hatt det aller mest nødvendige å tilby sine tilflyttere; nemlig en bolig av akseptabel standard. For hvem skulle i utgangspunktet tro at et fraflyttingsområde ikke har hus å tilby? Det som startet som nokså storstilte tiltak for å hanke inn flyttere fra de nærmeste storbyene har endt opp i arbeid for å utvikle boligmarkedet, som i mange distriktskommuner sies å ikke fungere (Nygaard et al 2010). Dette er særlig tydelig i Vest-Telemark og Hardanger, og i en del av Placementkommunene. Prosjektlederne er overbevist om at de hadde fått flere tilflyttere om boligmarkedet hadde vært bedre. Sammenhengen mellom boligmarkedet og tilflytting krever altså mer oppmerksomhet og er et tema som har stor oppmerksomhet i dag.

Arbeidet med å utvikle boligmarkedet har vokst ut av rollen som tilflyttingsvert. Mange av disse har brukt en stor del av sin tid på å hjelpe folk med å finne bolig. De har brukt sitt lokale nettverk; spurt venner og kjente osv. Dette har ført fram og har etter vår erfaring vært utslagsgivende for at enkelte familier faktisk har flyttet. Dette er en sårbar situasjon. Derfor har vi også sett en mer systematisk satsing på å få ubebodde boliger på markedet, få utløst nye tomter og bygd nye boliger, som et svar på opplevde boligproblem, men også som en strategi bygget på at flytting fremstår som skummelt på grunn av at det er så "endelig".

I Vest-Telemark har *prøvebustaden* vært en suksess fordi den har gjort det mulig for familier å prøvebo området før de eventuelt kjøper eller bygger selv, og fordi prosjektet har *stimulert til bygging av liknede boliger* i Vinje. Det siste er viktig fordi en negativ erfaring med prøvebustaden er at boligen er såpass attraktiv at når de som bor der på prøve må ut, får de problemer med å finne bolig med tilsvarende standard. De må altså gå ned i boligstandard for å *bli boende*. Prøvebustadkonseptet har spredd seg til de øvrige kommunene i regionen. Husene er tegnet og planer for oppføring er på plass i alle fall på noen steder. I prøvebustadprosjektet har utgangspunktet vært at folk skal tilbys noe annet og bedre enn det de kan få i byen; det er moderne arkitekttegnede hus tuftet på tradisjoner og det er lagt vekt på attraktive naturtomter. Bygdelivsmekleren har også jobbet mot kommunene og grunneiere for å få dem til å utløse og tilrettelegge attraktive tomter. Det er for eksempel satt i gang en konkurranse der den grunneieren som tilbyr den mest attraktive tomten skal få den utredet og tilrettelagt av kommunen.

Før bygdelivsprosjektet hadde Telemark et småbruksprosjekt for å kartlegge tomme småbruk og få dem omsatt til personer som ville bosette seg. Dette førte til at mange småbruk ble bosatt – og vitner om at det kan være mye å hente på å tilby folk den boligtypen de ønsker (Mæland 2005). Det synes å være svært mange som er på jakt etter småbruk. Dette tydeliggjør at det ikke bare er tilgang på nok boliger, men også type boliger og beliggenhet teller.

I Hardanger er hovedtyngden i prosjektet nå å skape en regional boligplan slik at regionen skal få et mer variert boligmarked. Tilflyttingsarbeidet har således radikalt skiftet karakter, og prosjektleder sier at de ikke kommer til å sette i gang utadrettet virksomhet for å rekruttere innbyggere før boligmarkedet fungerer bedre. Det er for tidlig å si noe om resultatene av den regionale boligplanen.

I forbindelse med å få husvære nok til Placementemigranter, satte kommunene her i verk tiltak for å få flere utleieboliger på markedet. De tilbød oppussingstilskudd og lån, mot at boligene ble pusset opp til god standard og ble leid ut i minimum 5 år. Dette har etter det vi forstår fungert etter hensikten. Flere kommuner har også opplevd at opprydding i kommunenes egen boligmasse har vært viktig.

9.4.1 Billige boliger som trekkplaster

Mange distriktskommuner tilbyr gratis eller sterkt subsidierte tomter for å beholde eller tiltrekke seg unge voksne i etableringsfasen. Noen tilbyr også tilskudd og billige lån til boligbygging. Det er likevel svært få som bruker dette virkemidlet i tilflyttingsarbeidet. For eksempel var det bare 8 prosent i vår spørreundersøkelse som oppga at dette – tomt (7 prosent) eller bolig (1 prosent) – var et av de viktigste salgsargumentene. Vi får høre at man ikke vil selge seg på billigsalg. Kanskje er de også redde for at dette blir et allment krav for å bosette seg i regionen. Dette er uansett et sterkt virkemiddel for folk i etableringsfasen. Siden nye innflyttere sjelden vil bygge hus med en gang, er vi usikre på hvor godt det fungerer i forhold til å tiltrekke seg nye innflyttere. Muligens har det større potensial ovenfor tilbakeflyttere – og da kanskje mer for å regulere hvor i regionen de flytter, enn om de flytter tilbake. Vi har også sett at det kan generere internflytting; altså

at en kommune i en region blir foretrukket som bosted framfor nabokommunen som ikke har dette virkemidlet.

Billige boliger og at det generelt er lavere bostgifter forbundet med å bo utenfor de største byene er heller ikke mye brukt i rekrutteringsarbeidet. Dette er likevel et argument mange av tilflytterne trekker frem som svært viktig for at de har flyttet fra det lagt dyrere boligmarkedet i byen. Det er også begrunnelser bak mange av de boligmotiverte flyttingene. Det handler ikke bare om ønsket om å bo i enebolig eller på småbruk – det handler også om å ha råd til det.

Til slutt vil vi nevne at til tross for at bolig har vært et knapt gode i flertallet av casene, har kommunene klart å huse det økende antallet innvandrere de har fått de senere år. Hva som er akseptabel standard på en bolig ser ut til å være relativt. Det blir også lagt merke til at mange innvandrere kjøper billig boliger og pusser dem opp. Her får altså kommunene hjelp til å øke standarden på boligmassen sin.

Fokus på bolig og boligmarked i distriktskommuner kan sies å være en av de siste trendene i tilflyttingsarbeid. Det henger sammen med oppmerksomhet mot bolyst og trivsel og mange kommuner jobber i dag med dette på ulike måter. Noen tiltak som prøvebustaden og andre som handler om å få boliger på markedet viser seg vellykkede. Mange kommuner samarbeider med private aktører på dette feltet, og det synes rimelig at strategiene også bør gå i den retning. Tilgang på billige eller gratis tomter er viktig for noen tilflyttere og sprer risiko ved boliginvesteringer, men det synes også som om kommunene er oppmerksomme på bieffekter av slike tiltak.

9.5 Oppsummering

Vi grupperte tilflyttingstiltakene i dette kapittelet inn i fire typer: vekke flyttelyst, hjelp i tilflyttingsbeslutning og gjennomføring, skape bolyst, og boligutfordringen. Det viser at spesifikke tiltak rettet mot konkrete utfordringer i de ulike fasene ser ut til å være hensiktsmessig. I fase en "Å vekke flyttelysten" ser vi at tiltak som indirekte markedsføring kan nå potensielle tilflyttere, men både for disse og direkte henvendelser er det viktig å ha et apparat som kan ta imot og følge opp henvendelser. Det ser ut til å være noe mismatch mellom budskap, målgruppe og kampanjenes innretning. Fokus på målgrupper og deres spesifikke behov vil kunne lønne seg. Det er også viktig å vurdere kostnader opp mot mulige resultater i dette arbeidet - selv om resultatene er generelle, overordnede, langsiktige og derfor vanskelig å måle.

Tiltak av type to som i stor grad handler om å hjelpe folk å gjennomføre en flyttebeslutning og flytting har mange fått hjelp av prosjekter- og prosjektledere. Ofte handler det nok om å realisere og eventuelt fremskynde aktuelle tilflyttinger, men for noen er også denne velkomsten utløsende. Det krever åpenhet og involvering mot lokalbefolkningen for at dette ikke skal føre til misunnelse og undergrave annet rekrutterings- og bolystarbeid. Disse tiltakene krever ofte stor lokalkunnskap og kan bli personavhengig, men de kan også organiseres slik at de inngår i kommunens vanlige tjenestetilbud.

Tiltak som fokuserer på å få innbyggere til å bli værende har ført til at flere kommuner har oppdaget mangler på dette området underveis i arbeidet. Det ser også ut til å være et område det kan satses mer på. Både tiltak for å inkludere og skape trivsel for tilflyttere fra inn- og utland og bidra til bedre og mer varierte boligmarked ser ut til å ha effekt.

Vi har vist at ulike tiltak kan være riktig, og at de bør tilpasses ulike faser i tilflyttingsprosessene. Dette er en måte å si at de bør ta utgangspunkt i opplevde utfordringer og være målrettet. Det samme gjelder virkemidler. Mange tiltak har vist seg å ha effekter, men ikke alle er like lette å vurdere. Ofte er dette fordi de er langsiktige, og at de virker sammen med andre faktorer i komplekse mekanismer. Tiltakenes og virkemidlenes vellykkethet handler også om hvilke arbeidsmåter som velges. Vi mener studiene indikerer at profesjonelle arbeidsmåter er viktig, vi ser at mye er personavhengig og at bærekraften i tiltakene og arbeidsmåten bør vurderes.

10 Strategier i tilflyttingsarbeidet: Organisering, målgrupper og budskap

Så langt i rapporten har vi studert hver case i sin helhet (kap 4-8), og gått i dybden på tiltak og metoder som er vanlige i tilflyttingsarbeidet (kap. 9). I dette kapittelet er det strategiene og deres grunnlag vi tar i øyesyn. Vi starter med å studere programteoriene som casene våre bygger på – for å få fram hva som er logikken bak prosjektene. Deretter ser vi nærmere på målgruppene for arbeidet. Til slutt diskuterer vi budskapet som direkte og indirekte sendes ut gjennom tilflyttingsarbeidet.

I kapittelet viser vi at mange prosjekt bygger på en programteori som tar utgangspunkt i en motsetning mellom by og land. De bygger på at grunnen til at ikke flere som bor i byer flytter til distriktene skyldes manglende kunnskap om livet og muligheten på bygda. Det som "selges" blir derfor det "gode liv på bygda" i motsetning til det triste livet i byen. Dette synes å være et lite treffende budskap som kan lukke, heller enn å åpne flyttemuligheten. Mange prosjekt har også uklar programteori og det kan skyldes vanskeligheter med å prioritere eller at en søker å oppnå flere ting med samme prosjekt. På den annen side endres mange satsinger i løpet av perioden. Prosjektledere og eiere går fra å søke å endre folks flyttevalg til å sørge for at betingelsene som bolig og jobb ligger til rette for tilflytting. Det gir en vridning av fokus mot å løse begrensninger ved stedet, og fremhever betydningen av grundige analyser før prosjekt utvikles.

Videre viser vi at det kan være motsetninger mellom lokal forankring og større regionale prosjekt som krever avveininger.

Surveyundersøkelsen viste at det var svak sammenheng mellom målgruppe, aktivitet og budskap. Casestudiene har justert dette inntrykket og tydeliggjør at det er vanskelig å få frem kompleksiteten i ulike deler av et prosjekt og at tiltak og budskap kan være rettet mot ulike målgrupper. Hovedinntrykket er likevel at i tillegg til å ha "alle" som målgruppe legges det stor vekt på barnefamilier og tilbakeflyttere. Det kan synes som det er behov for å spesifisere målgruppene bedre og inkludere flere målgrupper som unge single og eldre mennesker.

Budskapet i tilflyttingsarbeid handler i stor grad om gode livsvilkår, natur og gode oppvekstvilkår for barn. Gode tjenestetilbud og interessante jobber fremheves i mindre grad, selv om dette er viktig for mange – i ulike livsfaser. Arbeidskraft generelt og høyt utdannet arbeidskraft er da også en viktig målgruppe i mange prosjekt og deltakelse på messer og i trainee-ordninger er tiltak for å følge opp disse.

Sogndalscasen illustrerer en annen trend og skiller seg ut ved å satse på unge velutdannede tilflyttere. De er da også i en situasjon som gjør dette mulig.

"Byfolk" utgjør en liten målgruppe, men budskapet er likevel ofte rettet mot disse. Mye tilflyttingsarbeid foregår også i større byer. Spesifisering og fokus på denne gruppa og deres behov kunne gjøre deler av tilflyttingsarbeidet mer målrettet. Vi diskuterer

hvordan ulike budskap opptrer i sammenheng og viser at prosjektene velger litt ulike strategier. Hovedgruppene samles i rural idyll versus jobb og karriere, en distinksjon vi mener ikke gavner tilflyttingsarbeidet.

Vi har også identifisert et implisitt hierarki i vurdering av tilflyttere. Mest attraktive er tilbakeflyttere med barn, deretter kommer norske, nordiske og nordeuropeiske livsstilsmotiverte barnefamilier. Så følger unge og single høyt utdannede, som så får følge av "resten". Det er grunn til å være oppmerksomme på hva dette signaliserer. Kapittelet avsluttes med en oppsummering og en liten diskusjon om det er på tide å rokke ved bofasthetsidealet i regionalpolitikken.

10.1 Uklare programteorier

Programteorien er den (ofte ubevisste) sammenhengen mellom problem, tiltak og mål. Det er altså den implisitte teorien som ligger under hvordan en tenker om hva som kan og skal gjøres for å oppnå tilflytting. Tilflyttingsprosjektene bygger på en grunntanke om at det finnes mange som bor på steder hvor de egentlig ikke ønsker å bo. Mer presist er det en utbredt overbevisning om at mange av de som bor i *byen* (spesifikt Oslo, Bergen, Tromsø) ikke er fornøyd med det, og trenger å hjelpes til et bedre liv på *landet*. Det følger av dette at det stereotype bildet av målgruppen er en misfornøyd storbybeboer som drømmer om et helt annerledes og bedre liv på landet. Dette er et bilde som understøttes av diskursen knyttet til bosettingsmålet i norsk regionalpolitikk som sier at vi skal opprettholde hovedtrekkene i bosettingsmønsteret. Grunnlaget for denne er godt etablerte nasjonale verdier og tverrpolitiske oppfatninger om at det å stimulere til bedre flyttebalanse mellom by og land er et gode i seg selv (Cruickshank 2006). Som vi skal se i dette kapitlet, ser denne forestillingen om by og land til å ha influert både valg av målgrupper og budskap i tilflyttingsarbeidet.

De casene vi har studert styres av varianter av den samme tankegangen, dvs. at de grunnleggende antakelsene, verdiene og holdningene som ligger bak tilflyttingsarbeidet i casene, er nokså like. De er del av den samme diskursen. Likevel er det noen nyanseforskjeller i hvordan de tolker hva som er problemet, og hvordan de har lagt opp sine strategier for å løse dem. Felles for casene, kanskje med unntak av Sogndal, er samtidig at de synes å mangle en tydelig programteori. De synes ikke å bygge på noen klar ide om hva som er problemet; altså hvorfor det ikke er flere tilflyttere, hva som antas være løsningen på problemet og hvorfor tilflytting i det hele tatt er noe å jobbe for. Det kan skyldes at en har flere problemforståelser og mål og også bygger på innsikt eller forståelser fra konkurrerende teorier og perspektiv. Nedenfor går vi kort gjennom hva som framstår som (hoved) programteoriene i casene vi har studert.

Placements programteori bygger på at det er mulig å kommersialisere arbeidet med å hjelpe mennesker fra Nederland, Tyskland og Belgia til å flytte til norske distriktskommuner for å leve et landlig liv, ofte i større nærhet til natur enn det som er mulig mange andre steder. Placement selger på den måten ideen om rural idyll som vi har nevnt før. Kommunene som inngår samarbeid med Placement må også gå inn på samme spor. Det er altså ikke mangler ved de rurale stedene som gjør at de ikke får nok

tilflyttere; det er heller ikke mangler ved kunnskapen til nordmenn om livet på landsbygda – som mange tilflyttingsprosjekt adresserer. Problemløsningen er at Placement hjelper norske kommuner og regioner med å komme i kontakt med utlendinger, som ofte kan etablere arbeidsplasser, til å komme til rett norsk kommune. Betingelsen for et vellykket resultat er at forutsetningene for teorien stemmer. Mens det er en logisk sammenheng i Placements programteori, i den forstand at det er samsvar mellom teori og metode, har vi sett at i praksis er det nettopp i møte med potensielle Placementflyttere kommuner og regioner har fått øynene opp for at de faktisk har en del mangler: boligtilbud, jobbmuligheter, tilrettelagte tjenester for fremmedspråklige m.m. Som følge av denne erfaringen, har de måttet ta i bruk en annen type strategi i tillegg, nemlig tilretteleggingstiltak, for at tilflytting skal kunne finne sted. Programteorien her er at norske kommuner er tilpasset nordmenn og innflytting fra utlandet krever tilrettelegging. På den annen side ser vi også at utlendinger i økende grad kommer av seg selv, om enn oftere på grunn av arbeid enn av livsstilsmotiver. Samtidig synes poolen av mellomuropeere å krympe i takt med dårlige tider i disse områdene. Dette er en endring i betingelsene som setter Placements virksomhet på prøve.

Hardanger, Vest-Telemark og Dyrøy hadde i utgangspunktet klare likhetstrekk i måten de forsto problemet på. Heller ikke i disse casene var oppfatningen at det var mangler ved kommunen eller regionen som hindret tilflytting; tvert i mot synes det å ha vært en tro på at bare byfolk blir opplyst om hvor fint det er og alle mulighetene som finnes, så vil de komme. Det er ut fra denne tankegangen manglede kunnskap hos bybefolkningen som gjør at de ikke flytter til et bedre liv i distriktene. Tiltakene ble innrettet deretter; med forholdsvis utstrakt utadrettet virksomhet for å spre informasjon og inspirasjon om livet på landet. Tiltak som bredbånd, gode kommunikasjoner og kontorhotell, som i Dyrøy, er også en anerkjennelse av at interessante jobber kan utføres flere steder og krever digital infrastruktur. Trainee-ordninger har da også vist at mange unge har liten kunnskap om regionale arbeidsmarked, mens arbeidsgivere mangler kunnskap om potensielle arbeidssøkere og utdanninger. For andre har erfaringen vært at mangel på informasjon og inspirasjon om stedene ikke er noen viktig årsak til at ikke flere flytter dit. Derimot har de sett at det faktisk er en del mangler ved stedene som bremser tilflytting; det er ikke så mange idylliske boliger som er ledige på markedet, og det koselige avbildede lokalsamfunnet kan også mangle relevante jobber og skoler. Disse utfordringer har casesamfunnene etter hvert innarbeidet i prosjektene, og vi kan si at boligsatsninger ofte handler det om å få boliger på markedet, nå er blitt en hovedaktivitet både i Vest-Telemarkcasen og Hardangercasen. Det har ført til endringer i målgruppene for prosjektet. Det jobbes nå mer opp imot mot næringsliv, kommuner og boligsegmentet enn direkte mot potensielle tilflyttere. Dette handler om å fokusere på betingelser, muligheter og utfordringer, mer enn å endre folks valg. Det gir oppmerksomhet til det mulighetsrommet folk handler innenfor. Sannsynligvis trengs tilflyttingsjobbing mot begge deler.

Sogndalcasen (der vi har hatt fokus på Bratt Moro og Fjellsportsfestivalen) skiller seg fra de andre når det gjelder programteori fordi den ikke på samme måte legger seg inn i sentrum-periferidiskursen. Dette handler ikke om kampen mellom by og land. Byen er

ikke-eksisterende i Bratt Moros univers. Her handler alt om å vise for verden at Sogndal er stedet for fjellsportentusiaster med akademiske hoder. Det er fjellsportmiljøet som skal utvikles. At dette også kan medføre tilflytting til Sogndal og økning av folketallet er bare en bieffekt som først og fremst er god å bruke som argument for økonomisk støtte til dette arbeidet.

Ut fra erfaringen om at fjellsportsmiljøet har vært en viktig lokaliseringsfaktor for høykompetent arbeidskraft, har de formulert programteorien sin som å utvikle miljøet gjennom å skape møteplasser fysisk og digitalt, slik at dette kan miljøet kan fortsette å rekruttere høykompetent arbeidskraft. Når sammenhengen mellom teori og metode er så tydelig som her, er det også forholdsvis lett å skulle evaluere tiltaket. Det sentrale blir å undersøke om de skapte møteplassene har medvirket til flytting. Vår vurdering er at festival, seminarer, kurs, samlinger, dugnader i regi av Bratt Moro alle er miljøskapende (og jobbskapende) aktiviteter som har vært medvirkende til at unge sprekinger har etablert seg i Sogndal.

I flere av casene våre har vi sett at det har vært et skifte i grunnleggende strategier og tilnærminger i arbeidet. Fra å være utadrettede tiltak basert på å opplyse folk om muligheten for et bedre liv på landet, har mange kommuner og regioner sett at en bedre strategi kan være arbeid for å tilrettelegge for at stedene skal bli gode bosteder. Dette kan knyttes til økt politisk satsing på bolyst- som begrep og som støtteordning. I tillegg er endring i fokus også knyttet til opplevde problemer med dårlig fungerende boligmarkeder. På likende vis har tilflyttings- og næringsutviklingsarbeid lenge gått hånd i hånd fordi tilflytting krever jobb, og næringsutvikling krever kompetanse og arbeidskraft. I den grad slike skift oppleves som problem, kunne de vært unngått om man i starten av tilflyttingsarbeidet hadde gått mer systematisk til verks for å kartlegge og analysere stedets ressurser og utfordringer. Da kunne man kanskje unngått en del brutte løfter, og fått en mer effektiv utnyttelse av ressursene som er satt inn i arbeidet. På den annen side kan en også si at læring er en del av dette arbeidet. Tilsvarende er det kanskje kommuner i dag som jobber med boligmarkedet fordi det er trendy, men likevel ikke en lokal utfordring? Å klargjøre programteorien i arbeidet vil kunne synliggjøre hvorfor et tiltak antas å virke og få fram hva som er de tenkte mekanismene. En forenklet måte å gjøre dette på er å tegne flytdiagram med bokser og piler slik at man får klarhet i hva som er tenkt å ha effekt på hva eller hvem. Uansett handler dette om at en på bakgrunn av en analyse av aktuelt område finner utfordringer, flaskehalser og styrker og forsøker å fremme positive utviklingsforløp og rette konkrete spissede aktiviteter og budskap inn mot identifiserte grupper.

10.2 Top-down eller bottom-up: har administrative grenser noe å si?

I Hardanger og Vest-Telemark er det *regionen* som er i fokus; og arbeidet er organisert som prosjekter i regionale utviklingsselskap understøttet av regionrådene. Dette er en nokså vanlig måte å organisere tilflyttingsarbeidet på i områder som danner naturlige bo- og arbeidsmarkedsregioner (BAS). I prosjektkatalogen har vi dokumentert 62 regionale

prosjekt. Som i våre to caser (særlig tydelig i Hardanger) er det vanlig at fylkeskommunen bidrar både finansielt og faglig i arbeidet. Kommunene er også med, bl.a. ved at regionrådene er interkommunale samarbeidsorgan. I Hardangercasen er samarbeidet med kommunene godt forankret på administrativt nivå og formalisert gjennom øremerkede stillingsressurser. De har også en målsetting om å integrere tilflyttingsarbeidet 100 prosent i kommunenes ordinære virksomhet og dermed overflødiggjøre Flytt til Hardanger som prosjekt. I Vest-Telemark er kommunene med politisk gjennom regionrådssamarbeidet, men i praksis, på administrativt nivå, har de ingen rolle ut over at de har anledning til å samarbeide med bygdelivsmegleren i spørsmål om tilflytting og regional stedsutvikling. Samarbeid mellom kommunene og bygdelivsmekleren blir dermed nokså personavhengig. Denne forskjellen gjør at Flytt-til-Hardanger-prosjektet framstår som noe mer autoritativt og embetsmessig enn bygdelivsmeklerens prosjekt.

Selv om kommunene er med, bærer begge casene preg av å være top-down-styrt i den forstand at det er regionale institusjoner som jobber på vegne av stedene innenfor regionens territorium, og ikke stedene selv som driver prosjektene ut fra lokale behov. Et problem med top-down-prosjekter er at det kan oppleves som avstand mellom det regionale prosjektets mål og gjennomføring og lokale problemforståelser. . Det er ikke så lett å oppvise entusiasme for prosjekter som har en mer eller mindre abstrakt region som nedslagsfelt. Regioner kan være administrative enheter, bygd på identitet eller være funksjonelle- fordi de henger sammen f.eks. som bo- og arbeidsmarkedsregioner. Det er lettere å engasjere seg i prosjekter som angår ens eget hjemsted, og som kanskje er drevet av folk man kjenner. Dette er et problem som begge våre regionale prosjekter erkjenner, og begge jobber derfor aktivt for å styrke den regionale identiteten. De har som mål at innbyggerne i Hardanger identifiserer seg som hardinger heller enn kvemminger, jondøler osv., og at de i Vest-Telemark identifiserer seg som vestteler og ikke kviteseidinger, seljordinger osv. Prosjektet ønsker at regionen heller enn kommunen og grender skal være fokus når det er snakk om nærings- og samfunnsutvikling. De regionale prosjektene er således ideologisk forankret i en ide om regionalisering. De er ikke bare opptatt av økt tilflytting i seg selv, men de ser tilflyttingsarbeidet som et middel til å styrke regional identitet og bruker regionen som utviklingsenhet i dette arbeidet.

Dette er målsettinger som kan gå ut over lokale initiativ av bottom-up-karakter fordi de konkurrerer om de samme økonomiske og organisatoriske ressursene. I enkelte tilfeller ser vi at lokale initiativ blir satt på sidelinjen under henvisning til at det allerede eksisterer et stort og regionalt prosjekt som skal ta seg av utviklingsoppgavene. For de som er opptatt av å få i gang aktiviteter eller tilflytting til sitt lille bygdesamfunn, er det ikke alltid at de lokale behov samsvarer med de regionale satsingene. Ofte er det nettopp den entusiasmen som oppvises gjennom lokale mobiliseringer som fører til resultater (Villa 2012). Innbyggere og ledelse i enkeltbygder kan mene at det regionale prosjektet ikke kommer deres bygd til gode.

Både i Vest-Telemark og Hardanger er det et uttalt mål fra ledelsen om å involvere kommunene. Og begge har tatt opp i seg prosjekter som har oppstått utenfor det regionale prosjektet.

I Hardanger er det erkjent at tilflytting skjer til en kommune og at det derfor er kommunene som må sende ut "lokale" brev til de fraflyttede og ta seg av integreringen av nye tilflyttere. Prosjektledelsen kan ikke ta seg av dette på vegne av regionen. Det er i prosjektets andre del gitt rom for at kommunene fyller stillingsressursen med innhold som er tilpasset egen kommune. I Odda har de for eksempel satt i gang prosjektet "Opp Odda" som bl.a. har tilflytting som mål. Det gis altså rom for å legge inn *kommunale* prosjekt i Flytt til Hardanger. Det er lagt vekt på at kommunene skal involveres og det er mange tiltak og aktiviteter som er myntet på kommuneorganisasjonen – altså at de som jobber der skal blir bedre kjent med de som jobber i de andre kommunene og at de skal kunne lære av hverandre; være et fagmiljø. Dette har prosjektet etter alt å dømme lykkes godt med. Vi får lett inntrykk av at Flytt til Hardanger nå handler om intern organisering og arbeidsmåter i kommuneorganisasjonene, og i liten grad om det som foregår utenfor kommunehusene. Det er et imidlertid et viktig og langsiktig mål å bygge opp et kommunalt sørvisapparat for tilflyttere og øvrig befolkning som er der uavhengig av eventuelle ildsjeler.

I Vest-Telemark har vi sett at prosjektet bygdlevismekleren er avhengig av å ha en leder av ildsjelstypen som har omfattende regionalt nettverk. Det er i langt mindre grad integrert i kommunenes arbeid – selv om dette var et ønske. Hva som fungerer best vil være preget av lokale betingelser, personer og personkjemi og ikke minst hvordan arbeidet planlegges og organiseres. Her må nevnes at bygdlevismeklerens budsjett er en liten brøkdel av Hardangers budsjett. Enkelte kommuner i Vest-Telemark, f.eks. Fyresdal har hatt flere egne tilflytterprosjekt både før og samtidig med bygdemekleren, bl.a. Placementsamarbeid og et tilbakeflytterprosjekt. De mener at bygdlevismeklerens arbeid ikke er tilstrekkelig for å få økt tilflytting. Men det er ingen åpenbar konkurranse mellom prosjektene. Det hevdes at de utfyller hverandre; det som er fra for Fyresdal er bra for regionen og omvendt, men det er ikke vanskelig å tenke seg at en konflikt kan oppstå hvis det oppleves at de kjemper om den samme pengepotten. Et sterkere krav om resultatrapportering vil kunne framheve konkurransen; hvem skal ta æren for tilflytterne - Fyresdalprosjektet eller det regionale?

I Vinje var det lokale mobiliseringer før bygdlevismekleren var på plass; tiltak som ble startet av ildsjeler utenfor det kommunale apparatet. På grunn av at den lokale prosjektlederen sluttet ble disse prosjektene overtatt av bygdlevismeklerprosjektet. En erfaring fra Vinje, er at til tross for at de ikke har noe å utsette på bygdlevismeklerens arbeid, så er de misfornøyd med at ledelsen er lokalisert i Kviteseid og ikke i Vinje/Lårdal. Det oppleves ikke lenger som et lokalt prosjekt (selv om aktivitetene i prosjektet fortsatt er lokale), og entusiasmen har dalt. Dette illustrerer et nokså typisk dilemma som regionale og andre top-down prosjekter lett kommer opp i. De regionale prosjektene, som dessuten ofte er startet av profesjonelle utviklingsaktører, oppleves for byråkratiske og abstrakte for folk som brenner for sitt lokalsamfunn. Til gjengjeld er de

ikke avhengig av personlige ildsjeler for å holde det gående. Dette viser at lokal forankring er viktig, men også at større prosjekt kan være mindre sårbare. Igjen vil valgene være avhengig av kartlegginger og analyser og avklaringer av forventninger og målsettinger.

Sogndalcasen skiller seg fra de andre casene ved at den ikke er organisert som et prosjekt i en offentlig organisasjon, men er en samling utviklingstiltak som vektlegger rekruttering av kompetanse og fjellsportsentusiaster. Vi har i hovedsak sett på virksomheten knyttet til de kommersielle virksomhetene Fjellsportsfestivalen og Bratt Moro AS. De forholder seg verken til kommune eller region; de er ikke opptatt av administrative grenser. Deres område er Sogndalsfjellene, og hvor de begynner og slutter er verken klart eller viktig. Aktiviteten er basert på utstrakt bruk av frivillige entusiaster som gjennom sitt arbeid skaper mer entusiasme og således styrker miljøet. Det ligger imidlertid potensielle konflikter i at et AS i stor grad bruker frivillige.

En fordel med måten det er organisert på, er at det ikke er stedet som har forrang, men fjellsportsmiljøet. Stedet er fortsatt helt sentralt, fjellsportsmiljøet er helt klart festet til en viss lokalisering, men det er ikke knyttet til at flytterne skal forbedre verken skatteinngang eller tjenesteyting; det skal heller ikke redde stedet fra nedgang, eller forsvare kommunens ranking. Fokus er rettet mot selve aktiviteten, og miljøet. Det er miljøets ranking de er opptatt av; her skal man bli det beste utestedet i Norge – og da må man rekruttere. Det gir dette arbeidet en noe annet utgangspunkt. Eierskapet er der – bedriften driver kommersielt i utkantene av bolystprogrammet, med å selge fjellsportsutstyr, rådgivning, evenementer o.l. De har på den måten egeninteresse, også av oppmerksomheten.

10.3 Målgrupper

10.3.1 Alle vil ha barnefamilier og tilbakeflyttere

I spørreundersøkelsen vår fant vi at det så ut som at sammenhengen mellom målgruppe, aktivitet og budskap var svak. Dette bildet har blitt noe mer nyansert gjennom casestudiene. Mangelen på sammenheng i spørreundersøkelsen skyldes dels at det var vanskelig å få fram at et prosjekt kan ha flere aktiviteter med ulike målgrupper. For eksempel kan det være slik at hovedprosjektet har "alle" som målgruppe, mens delprosjektene, tiltakene eller aktivitetene innenfor hvert prosjekt i større grad kan være innrettet mot klart avgrensede målgrupper. Vi tror også at de målgruppene som er rapportert i spørreundersøkelsen i større grad gjenspeiler det som formelt står i prosjektsøknader og planer, enn det som i praksis har vært målgruppene – eller muligens omvendt. Vi har i alle fall sett at det ikke nødvendigvis er samsvar mellom det som er oppgitt som målgruppe og det som i realiteten har blitt målgruppen. Med dette mener vi ikke å si at det er mye tvilsom praksis rundt om. Vi tror heller at det er uttrykk for læring underveis og tilpassing til økonomiske eller praktiske realiteter – herunder skifte av prosjektleder. En gjenganger i så måte er at kommunene ikke kjente sin egen situasjon godt nok før tiltak ble satt i verk. Typisk handler dette om at de ikke har vært klar over at de ikke har hatt boliger tilpasset behovene til de som har lyst til å flytte inn.

Utadrettede tiltak for å skaffe innbyggere har dermed måttet skifte til innadrettede tiltak for å skaffe boliger. Det innebærer et drastisk skifte i målgruppe.

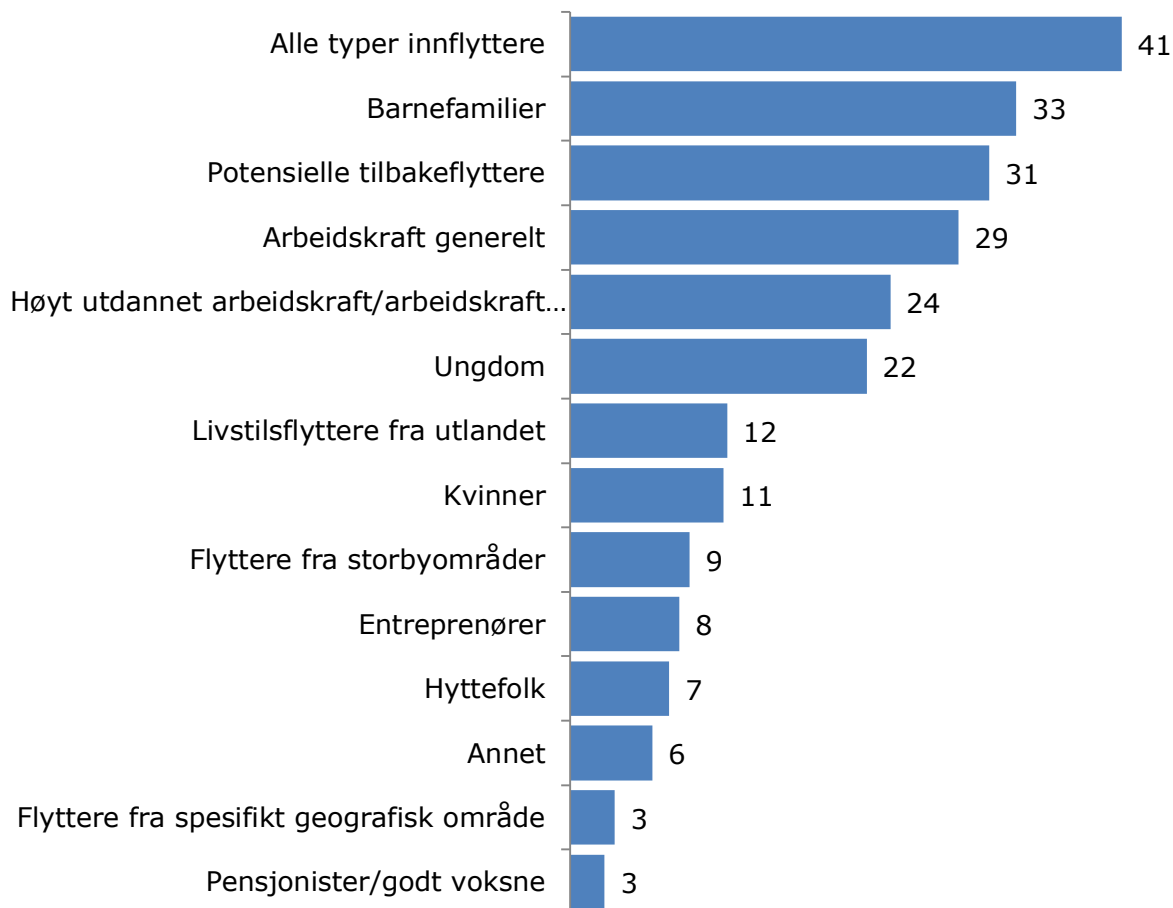
I spørreundersøkelsen fant vi at hele 41 % av tiltakene var rettet mot "alle innflyttere", og at de minst sentrale kommunene i mindre grad enn de lenger opp i sentralstedshierarkiet hadde pekt ut en bestemt målgruppe for sitt arbeid. Flere av de som hadde «alle» som målgruppe hadde i tillegg spesifisert målgrupper. I figur 10.1 ser vi at de mest populære målgruppene er barnefamilier (33 %) og tilbakeflyttere (31 %). At dette er populære målgrupper i Norge finner vi også i Rambølls (2009) undersøkelse som viste at hele 70 % av kommunene hadde barnefamilier og tilbakeflyttere som målgrupper. I Sverige fant Nedomysl (2004:2000) at halvparten av kommunene som drev stedspromoteringer hadde barnefamilier som målgruppe, men til forskjell fra Norge var bare 15-16 % rettet mot tilbakeflyttere og studenter. Til gjengjeld var det i Sverige større interesse for å rekruttere høyt utdannet arbeidskraft. Nedomysl spør om det sterke fokuset på barnefamilier kan komme av at det er mer sosialt akseptert å søke etter barnefamilier enn fertile, høyt utdannede kvinner og menn. Det er grunn til å stille det samme spørsmålet om den tilsynelatende ensartede strategien i Norge.

Inntrykket av at det distriktskommunene er ute etter i sitt tilflyttingsarbeid er barnefamilier, er blitt forsterket gjennom casestudiene. Der har vi sett at tiltak som i utgangspunktet har definert ulike målgrupper – slik som tilbakeflyttere, «livsstilsflyttere fra utlandet», arbeidskraft generelt og «ungdom» - i praksis handler om en gruppe og om en ting; nemlig å få barnefamilier til å etablere seg i regionen. Når ungdom er målgruppe er det alltid for å motivere dem til å bosette seg i regionen når de i framtiden kommer i reproduksjonsfasen. Forkjærligheten for barnefamilier kommer også til uttrykk i budskapet som selges og gjennom typen tiltak som iverksettes.

Vi er ikke overrasket over å se at barnefamilier er den mest populære målgruppen. Regionalpolitikken har i lang tid hatt et livsfase- og reproduksjonsperspektiv med (et heteronormativt) fokus på barnefamilier som distriktenes redningsplanke (Rönblom 2005). Begrunnelsen for det er rent demografisk: Barnefamiliene (den aldersgruppen) er underrepresentert i distriktene, og innflytting av dem vil ha en gunstig virkning på alderssammensetningen og folketallet – ikke minst gjennom de barn de produserer. Tidligere var kvinner en slik målgruppe av samme grunn, men «bare» å satse på kvinner er ikke politisk korrekt lenger. Nå er også unge menn verdsatt som virkemidler i distriktpolitikken.

Gjennom arbeidet med dette prosjektet har vi fått inntrykk av at det ofte *tas for gitt* at dette er den eneste målgruppen det er verd å satse på. Vi tror med andre ord at valg av målgruppe ofte ikke er resultat av analyser og gjennomtenkte strategier. Det synes dels å være en respons på at barnefamilier er en så eksplisitt målgruppe i regionalpolitikken at de fleste som søker om prosjektstøtte nok føler det er strategisk å satse på disse for å få penger. Dels synes det å være resultat av en vanetenkning som følger av at diskursen om by og land og tilflytting har holdt seg i det samme sporet år etter år. I denne diskursen er byene rangert høyere enn distriktene i attraktivitetshierarkiet, og byene har

rollen som stedet for unge fremadstormende karrieremennesker. For å kompensere vil distriktene tilby det de anser at de er best på: natur og godt oppvekstmiljø.



Figur 10.1. Hvem var/er målgruppene for tilflyttingsarbeidet? Flere svar pr tiltak. Prosent. N= 440.
Kilde: Grimsrud og Aure 2012

Til tross for at det er strategisk riktig å satse på barnefamilier både ut fra demografiske og politiske hensyn, og ut fra at stedene selv mener de har mye å tilby akkurat denne gruppen, så er de samtidig en målgruppe som er vanskelig å få tak i. Når familier skal flytte kommer man gjerne opp i en tojobsproblematikk, krav til nærhet til og plass i barnehage og skole, og ikke minst kan det å skaffe en familiebolig være et problem, spesielt om man ikke ønsker å kjøpe eller bygge. Det er i det hele tatt mye som skal klaffe for at en barnefamilie skal kunne flytte til et lite sted. Det er ikke uten grunn det krever store ressurser å få Placementfamilier inn i norske bygder. Lettest er det nok å få tilbake utflyttere som har familie (besteforeldre til barna) på stedet. De har vanligvis lettere for å holde seg oppdatert på vakanser og andre muligheter i regionen samtidig som de har tilhørighet. Diskusjonen rundt målgrupper vil nødvendigvis være motstridene. Tilbakeflyttere er viktig og en har større sjanse for å rekruttere folk med bånd til regionen. Samtidig er dette også en krevende gruppe.

10.3.2 Er eldre og unge single uønsket i distriktene?

Vi har tidligere nevnt at mens moturbaniseringen i mange andre land drives av folk som nærmer seg eller er i pensjonsalderen, så er dette en gruppe som synes å være fullstendig glemt i norsk tilflyttingsarbeid (Bare 3 % i undersøkelsen vår). Det kan henge sammen med at mange bygder opplever «eldrebølgen» som et problem og bruker denne som en begrunnelse for at de ønsker "påfyll" av yngre hender. Samtidig er eldre en gruppe potensielle innflyttere som ikke lar seg stoppe av mangelen på jobb eller barnehageplass. Videre er pensjonene deres et godt bidrag til lokal handelsomsetning. Foreløpig har ikke denne aldergruppen vært særlig mobil – men mobiliteten blant de eldre vokser raskere enn for andre aldersgrupper. Kanskje ville tiltak for å få besteforeldre til å flytte (med barnefamiliene) vært effektive

Unge single voksne er en gruppe som er svært mobile. De kan flytte dit de vil: der de får relevant jobb, der de får bolig, der de får stå på ski – eller hva som helst. Denne gruppen har ofte ikke råd til å kjøpe seg inn i boligmarkedet i byen, de får kanskje heller ikke nødvendigvis fast jobb i byen. Til tross for at det ikke skal mye til for å få denne gruppen til å skifte bosted, synes ikke tilflyttingsarbeiderne å være interessert i dem. Dels er de en glemt målgruppe – det synes være tatt for gitt at byene er stedet for denne gruppen og at distriktene ikke har noe å tilby dem. Dels er *de som driver tilflyttingsarbeid redde for å bruke ressurser på en gruppe de antar bare vil bli i bygda i kort tid*. Vi har snakket med flere unge single som mener at har skutt gullfuglen med sin omlokalisering til bygda. De setter stor pris på lave boutgifter og fast, ansvarsfull jobb og meningsfull fritid på bygda, og tror dette er en gruppe som kunne være effektive å satse på dersom man i større grad kjører fram til de fordelene ved å bo utenfor storbyen knyttet til attraktive jobber og lave bokostnader.

Det er imidlertid noen kommuner som satser på de unge – uavhengig av hvilken sivilstatus de har. Bare de er friske, raske og sporty *eller/og* har høy utdannelse så er de velkommen. Sogndalscasen vår var et eksempel på dette, men det er flere som har satset på å framheve mulighetene for friluftsliv og ekstremспорт i det siste (f.eks. Rauma, Voss, Røldal). De har altså rettet seg inn mot en gruppe mennesker som har sport og friluftsliv som pasjon, og tilbyr dem en mulighet til å gjøre pasjonen om til et hverdagsliv. Vi har sett at det har virket tiltrekkende på flyttere til Sogndal – som har kommet langt i å etablere seg et sted for fjellsport.

10.3.3 Arbeidskraft – men ikke arbeidsinnvandrere?

"Arbeidskraft generelt" er en av de hyppigst nevnte målgruppene i spørreundersøkelsen (29 %) og høyt utdannet arbeidskraft/arbeidskraft med spesifikk kompetanse er nesten like ofte nevnt (24 %). Det var stor grad av overlapp mellom disse målgruppene; dvs. at begge var nevnt for ett og samme tiltak. Det gir et hint om at mange har et generelt ønske om å tiltrekke seg arbeidsføre mennesker, men at de ikke har skreddersydde tiltak for spesifikke grupper arbeidstakere. Vi ser også at der hvor spesifikke arbeidskraftgrupper er nevnt, så er de ført opp under "annet" i spørsmålet om målgruppe. Det gjelder for eksempel samarbeid med Forsvaret, tiltak rettet mot nordsjøarbeidere som i prinsippet kan bo hvor som helst, mot anleggsarbeidere som

midlertidig bor og jobber i området, og mot kunstnere. Dette er forventet ut fra at tilflyttingsarbeidet ikke er ment å skulle være arbeidsformidling eller på annet vis overta arbeidsgivernes jobb med å rekruttere arbeidskraft. Det virker likevel som at flere og flere distriktsbedrifter blir klar over at de må ha noe mer å tilby enn en jobb hvis de skal få rekruttert personell utenfra, og derfor er de interessert i å samarbeide med lokale utviklingsaktører om å få til dette. Regionale trainee-ordninger er eksempler på dette. Vi fant få, om noen, tiltak som var innrettet mot *arbeidskraft generelt*, men når det gjelder de med høy utdanning ser vi mange arrangerer eller deltar på messer og liknende ved skoler og universiteter. En del av er dessuten med i regionale traineeordninger. Å delta på karrieremesser i lag med de største og mest profesjonelle arbeidsgiverne i landet, er krevende for små bedrifter og små steder. Gjennom traineeordningene kan lokale arbeidsgivere gå sammen med kommune eller andre utviklingsaktører om å lage et felles opplegg for å rekruttere høyt utdannet arbeidskraft til regionen – slik at de får større gjennomslagskraft. Dahle et al. (2011) viser at dette er en ordning som får unge med høy utdanning til å bosette seg i distriktene. Det er mye som tyder på at mulighetene for høyt utdannede i distriktene er underkommunisert.

Gruppen *arbeidsinnvandrere* glimrer med sitt fravær i denne undersøkelsen. Siden alle andre innvandrere enn "livsstilsflyttere" skulle holdes utenfor dette forskningsprosjektet, er ikke arbeidsinnvandrere oppført som egen svarkategori under spørsmålet om målgruppe. Det kan derfor tenkes at respondentene har tenkt at arbeidsinnvandrere inngår i "arbeidskraft generelt" og "høyt utdannet arbeidskraft". I utarbeidelsen av prosjektkatalogen fant vi imidlertid lite som tydet på det; det aller meste av arbeidet rettet mot innvandrere dreide seg om integreringstiltak ovenfor flyktninger og asylanter. Heller ikke i casestudiene våre fant vi tiltak myntet på arbeidsinnvandrere. Men slike tiltak – dvs. språkopplæring – var riktignok på trappene i Hardanger. Paradokset er at alle caseområdene har opplevd økt tilflytting på grunn av arbeidsinnvandring.

10.3.4 Byfolk – så selvskreven målgruppe at den overses?

Bare 9 % av tiltakene har tilflyttere fra storbyområder som målgruppe. Dette er bemerkelsesverdig lavt tall tatt i betraktning at nesten alt tilflytningsarbeid som ikke foregår i tilflyttingsregionen, foregår i de største byene – og oftest i den som ligger nærmest. Det ligger også – som vi skal se nedenfor – implisitt nedfelt i tiltakene et budskap om å flytte fra «det fæle bylivet» til «det gode livet på landet». Så hvorfor er ikke byfolk i større grad identifisert som målgruppe? Det kan komme av at man tar det for gitt at det er byen man skal forsøke å lokke innbyggere fra. Det ville ikke vært legitimt å sette i verk arbeid for "stjele" folk fra nabokommunen eller andre deler av landet med manglende folketallsvekst. Det er innbakt i distriktsdiskursen. Et problem ved dette er at ideen om målgruppen kan bli for snever. Det er lett å ta det for gitt at alle som bor i byene har urban bakgrunn og derfor trenger å bli «omvendt» gjennom en blanding av informasjon og propaganda. Et slikt syn på målgruppen vil farge budskapet i flytt-hit kampanjene. De fleste innenlandske flyttinger fra by til land blir utført av folk som er oppvokst i distrikter og småbyer ellers i landet og som har en eller annen relasjon til stedet de flytter til.

10.3.5 Ikke alle tilflyttere er like mye verd

Selv om det neppe er tilsiktet, kan tilflyttingsarbeidet ses på som en siling og rangering av innflyttere. Satt på spissen kan vi si at de som strengt tatt ikke trenger det, får all den goodwill og hjelp de vil ha i flytteprosessen, mens de som trenger hjelp, ikke får det – de er rett og slett ikke ønsket. Tilflyttingsapparatet bedyrer at selv om de har pekt seg ut en bestemt målgruppe, så er alle like velkomne og alle vil få hjelp. Vi betviler ikke at dette er ærlig ment. Det er likevel noen grupper de ikke ser som sin oppgave å hjelpe. Det er de som kan oppfattes som "lykkejegere", og de som oppfattes som sosiale kasa. De ønsker ikke å gå NAV i næringen. Gjennom arbeidet med dette forskningsprosjektet har det avtegnet seg et hierarki av flyttere:

A: Tilbakeflyttere (og jo større familie de har med på lasset, jo bedre). Det er liten tvil om at den gruppen det rettes størst innsats mot er potensielle tilbakeflyttere. To grunner til det: 1) De representerer det trygge og stabile, slik at sannsynlighet for videreflytting er lav. 2) De er relativt lette å komme i kontakt med.

B: Norske, nordiske og mellomeuropeiske barnefamilier som vil ha landlig livsstil. Disse er eksplisitt oppgitt som målgruppe, kampanjebudskap og tiltak er designet spesielt for å tekkes disse.

C: Barnefamilier (norske og utenlandske) som kommer primært på grunn av jobb. Disse har som regel lite eller ingenting med tilflyttingsapparatet å gjøre, men barnefamilier ses uansett på som en verdifull gruppe som man håper blir værende. Kanskje vil vi framtiden se flere tiltak for å beholde denne gruppen.

D: Unge og single fra inn- og utland som kommer på grunn av jobb. Single antas i utgangspunktet å flytte videre, og er derfor ikke verdt å bruke ressurser på. De kan bli møtt med en viss skepsis «hva gjør de egentlig her – hva er de ute etter?»

E: Resten - som de helst ikke vil ha. Det foregår en siling i mottaksapparatet der det bestemmes hvem som er verd å hjelpe/satse på. Placements intervju med potensielle tilflyttere er eksempel på det, men vertskapet i kommunene foretar også en type kvalitetssjekk i sine møter med potensielle tilflyttere. Er de egnet for småbruk? Hva ønsker de egentlig å oppnå ved flyttingen? Vi vet at utlendinger som antas å være på jakt etter kortsiktig jobb og økonomisk utbytte, ikke får hjelp (dels ut fra en begrunnelse om at de ikke mener å ha noe å tilby) og norske sosialhjelpsmottakere og andre som ser det å flytte til bygda som en måte å starte på nytt og/eller få råd til egen bolig, er uønsket. Det er en grunn til at de økonomiske fordelene ved å bo på bygda, og støtteordninger til boligbygging/kjøp, er underkommunisert. "Vi ønsker ikke å selge oss på billigsalg" er et typisk uttrykk for dette.

Sogndalscasen passer igjen ikke helt inn i det bildet vi har tegnet opp her, men også i Sogndal er silingen tydelig. Fordi målgruppen er såpass klart definert, som frisk og sprek ungdom med høy utdanning og interesse for fjellsport, så blir de andre oversett og det kan virke ekskluderende. Enhver prioritering kan få slike konsekvenser Vi så at andre

utviklingstiltak i Sogndal var bygd over samme lesten; man ønsker seg først og fremst kompetanse.

Det hører også med til denne historien at tilflytting av arbeidsinnvandrere, flykninger, asylsøkere, familieegjenforente er holdt utenfor denne undersøkelsen. Arbeid med disse ligger utenfor tilflyttingsapparatets mandat – de er tilhører ikke samme politikkområde (men arbeid med å inkludere arbeidsinnvandrere er riktignok noen steder på trappene). Dette sier også at tilflyttingsarbeidet er nokså snevert definert i forhold til hva som er mulighetsområdet.

10.4 Budskap: Ideen om det gode livet på landet dominerer

I spørreundersøkelsen vår fant vi ikke overraskende at det hyppigst nevnte salgsbudskapet i tilflyttingsarbeidet er *godt oppvekstmiljø* (se tabell). Barnefamilier er som nevnt den viktigste målgruppen for kommunene. Sammen med gode oppvekstsvilkår har *livskvalitet* vært et ord vi ofte har hørt i forbindelse med flytt-hit-kampanjer. Disse to motivene er korrelert også i spørreundersøkelsen; de fleste som har oppgitt livskvalitet har også krysset av på godt oppvekstmiljø. Til sammen 80 prosent av kommunene har svart på minst en av disse to faktorene. Med forbehold om at kommunene kan legge mye forskjellig i disse begrepene, gir resultatet inntrykk av at de fleste kommunene tenker nokså tradisjonelt med hensyn til hva som trekker folk til distriktene. Det ser ut til at de ønsker å bygge opp under den allerede utbredte forestillingen om at det å bo i distriktene er ideelt for barnefamilier og for de som ønsker livskvalitet (Ja, for her det vel underforstått at det er den landlige livstilen som representerer det gode liv?)

Tabell 10.1. “Hva er de tre viktigste argumentene kommunen bruker for å tiltrekke seg tilflyttere”

Argument	Prosent
Godt oppvekstmiljø	62
Livskvalitet	40
Gode tjenestetilbud	31
Arbeidsplasser	31
Friluftsliv	29
Kulturtilbud	22
Vakker natur	19
Sentral beliggenhet	14
Bygdemiljø/sosialt miljø	13
Pendlingsmuligheter	10
Annet, vennligst spesifiser	8
Tomter	7
Fred og ro	3
Lave levekostnader	2
Boliger	1
Antall respondenter	174

Det tredje hyppigst nevnte salgsmomentet er at de har mye *vakker natur* og gode muligheter for *friluftsliv*. Disse to salgsmomentene blir brukt av til sammen 39 prosent av kommunene. Også her er det et forholdsvis stort overlapp med de som har krysset av enten på gode oppvekstsvilkår (63 %) eller livskvalitet/fred og ro (37 %). Sett i sammenheng, synes det dermed som et stort antall kommuner har plassert alle sine tre viktigste salgsargumenter innenfor de forholdsvis diffuse motivene oppvekstsvilkår, livskvalitet og vakker natur. Alle disse motivene passer godt inn i det som blir omtalt som den *rurale idyll* i faglitteraturen (f.eks. Boyle and Halfacree, 1998). Det er et paradoks at

selv om hver og en av stedspromoteringene prøver å framheve det som er unikt med akkurat deres sted (f.eks. gjennom bilde av det mest kjære fjellet), så framstår de samlet sett som nokså like. Bildet av livet i distriktene framstår dermed som en klisje.

Man kan spørre om hvor bevisste de er på at det er det idylliske bildet de vil selge, eller om det bare er mangel på noe mer konkret å tilby? Casestudiene peker i retning av at budskapet om den rurale idyllen har vært et selvfølgelig budskap man vanskelig har kunnet komme utenom. Man ønsker å framstå som annerledes enn byen og prøver å formidle det gjennom bilder, tekst og andre effekter for å få fram at livet på bygda er annerledes enn i byen. Først og fremst er det roligere, tryggere og renere, og naturen er et vakkert bakteppe. Dette er det samme budskap som gjennom lang tid har vært brukt i nasjonsbyggingsprosesser, og i markedsføringen for turister. Kanskje er budskapet litt for mye preget av «the tourist gaze» og nostalgi (Urry 1990). I samme slengen tilføyer vi at det kan se ut som at mange av de som jobber med tilflyttingsarbeid har bakgrunn fra turistbransjen¹⁵. Turister er en helt annen målgruppe enn tilflyttere. På ferie søker folk «noe annet» for å komme bort fra hverdagen. Vi vil også peke på at den nasjonale flyttemotivundersøkelsen tyder jo på at de som flyttet til de minst sentrale kommunene i landet i mindre grad enn andre flyttere hadde slike idylliske motiver. De idylliske motivene finner vi derimot igjen blant de som har flyttet til storbyenes omland.

Vi har gjennom arbeidet med dette prosjektet funnet tilflyttere som har elsket dette budskapet, heriblant «alle» nederlenderne, og vi har funnet de som synes det er pinlig og nærmest står i vegen for innflytting. Det er ikke lett å gjøre alle til lags. Det er omdømmebyggingens dilemma (se Lien 2012).

Et problem knyttet til imaget tilflyttingsapparatet sender ut, er at de ikke kan leve opp til det. I Vest-Telemark strever de med at de selv har skapt inntrykk av at tilflyttere kan få bo på småbruk og tømmerhus. De strever også med å få fram budskapet at regionen har moderne kvaliteter når de samtidig selger tradisjon. I Hardanger strever de med at bildet av Hardanger som godt oppvekststed fort ryker når folk får kjennskap til hvor mange skred som går i løpet av et år. I Dyrøy frykter de for at de underkommuniserer problemet med å skaffe folk arbeid. Mellomeuropeiske etablerere opplever at idyllen slår sprekker når det går opp for dem at fred og ro er ensbetydende med mangel på kunder. I alle disse casene har erfaringen ført til at de blitt mer forsiktig med hvilket budskap de sender ut.

Arbeidsplasser kom også fram som et viktig salgsargument i spørreundersøkelsen, spesielt for kommuner på Vestlandet. Dette salgsmomentet er oftere kombinert med *kulturtilbud* og *bygdemiljø/sosialt miljø*, og mindre kombinert med de tre idyllmomentene

¹⁵ Vi har ikke gjort noen systematisk undersøkelse av dette. Det er et inntrykk vi sitter igjen med etter å snakket med mange av de dom jobber med dette både i og utenfor caseområdene.

ovenfor (enn de vi ville ha forventet statistisk sett). Dette kan tyde på at det er en gruppe kommuner som har en alternativ, kanskje mer karriereorientert, innretning på sitt tilflyttingsarbeid. Kombinasjonen arbeidsplasser og kulturtilbud er som regel er viktig som flyttemotiv for høyt utdannede. Det så vi i Sogndalscasen.

Fra flyttemotivundersøkelsen vet vi at arbeid er et viktig flyttemotiv for de som flytter til distriktene – og i spesielt stor grad hvis de ikke har familietilknytning til stedet. For utlendinger som gruppe er det uten sammenlikning det viktigste motivet for å flytte til Distrikts-Norge.

Gode tjenestetilbud er like hyppig nevnt som arbeidsplasser, men uten særlig stort overlapp. Godt tjenestetilbud har ingen "partner" som den opptre i lag med oftere enn andre. Derimot er interessant at gode tjenestetilbud ytterst sjelden opptre sammen med livskvalitet/fred og ro. Vi kan lure på i hvilken grad det kan henge sammen med at livskvalitet/fred og ro er argumenter man bruker når det ikke er stort annet å tilby. Eller om det for eksempel kan komme av at noen kommuner bevisst ønsker å legge vekt på å promotere den landlige idyll. Det kan da føre til at de ekskluderer faktorer som gjerne assosieres med urbane steder, slik som gode/mange tjenestetilbud (og arbeidsplasser), mens andre nettopp ønsker å legge vekt på nytteperspektivet i sin stedspromotering – og kanskje signalisere at de ikke er så forskjellig fra byene. Igjen kan vi si at by-land distinksjonen ligger til grunn og at prosjektene velger mellom å være unike og forskjellige fra byen, eller like det urbane. Enkelte prosjektarbeidere er oppmerksomme på dette og reflekterer over at de ikke ønsker å bygge opp under denne enten- eller tankegangen.

Sentral beliggenhet og pendlingsmuligheter er viktig å markedsføre for en del distriktskommuner. Heller ikke dette har noen fast partner blant de andre salgsmomentene, men er sterkt negativt korrelert med gode oppvekstsvilkår. Hvorfor er det slik? Er det slik at disse to forholdene oppfattes som inkompatible? Er gode oppvekstsvilkår noe man mentalt forbeholder steder som ligger veldig langt fra transportårene?

Det er også verd å merke seg at det er relativt få kommuner som bruker *bolig/tomt* eller lave levekostnader som agn for å få flyttere. Dette kan komme av at det er vanskelig å kunne tilby dette når det er mangel på ledige hus i distriktene, og når det er stor økonomisk risiko knyttet til å investere i nybygging (Nygård et al., 2010). Typisk nok er dette et salgsargument vi finner relativt ofte blant de mest sentrale kommunene i materialet.

Casestudiene våre har vist at mangel på akseptable boliger har vært en flaskehals for tilflytting. Det har også kommet som en overraskelse på tilflyttingsapparatet.

I den internasjonale litteraturen om *rural in-migration*, er tilgangen til hus og hage en av de klart viktigste grunnene til at folk flytter fra byområder til mer landlige omgivelser. Internasjonale *rural areas* kan oftere sammenliknes med våre omlandskommuner enn med våre utkantdistrikter. Det er derfor ikke så overraskende at vi også i den norske flyttemotivundersøkelsen finner at de som flytter ut av storbyene og bosetter seg i de mer landlige omegnskommunene i veldig stor grad oppgir husrelaterte begrunnelser for dette. Blant de som har flyttet "lenger ut i periferien" enn til omlandskommunene er

derimot bolig et sjelden motiv (Grimsrud 2011a) – noe som selvfølgelig kan henge sammen med tilbudet. På boligområdet kan det se ut som det er en mismatch mellom hva folk ønsker å oppnå ved å flytte på landet og det de blir tilbudt. Den store etterspørselen etter småbruk kan være et eksempel på det. Vi har sett at det å få småbruk på markedet har vært effektivt (Mæland 2005). I Vest-Telemark så vi at prøvebustaden har vært en suksess. I den sammenheng har det vært interessant å se suksessen opp mot motstanden som var knyttet til at prøvebustaden var en «moderne fuglekasse» og ikke representerte det tradisjonelle og nostalgiske Telemark.

Metabudskapet fra tilflyttingsarbeidene kan lett oppfattes som «SOS – Vi synker – kom og redd oss». Når man setter i verk omfattende tiltak for å trekkes potensielle tilflyttere, kan det framstå som desperat forsøk på å opprettholde et sted som ikke har framtida foran seg. Det kan man også lese mellom linjene i prosjektplaner o.l. der det f.eks. kan stå at tilflytting skal være et middel til å heve kompetansen og øke innovasjonskraften i regionen. De som likevel vil flytte, f.eks. tilbakeflyttere, får da et inntrykk av at de kan forlange en form for belønning hvis de likevel flytter hjem «for å hjelpe et skip i nød».

Sogndal har valgt en annen profil. Her er det ikke noe hjelp-vi-synker-budskap. (Sogndal har da også vekst i folketallet). Det er heller en melding til «kremen av norsk ungdom»; altså friske sporty unge mennesker med høy utdannelse, om at Sogndal er stedet dersom du ønsker mye moro i fjellet og intellektuelle utfordringer attpå. Det ser ut til at de i stor grad har lyktes. Det trekker studenter til høyskolen, og gjør det attraktivt for dem å bli boende etterpå. Det trekker også andre unge fjellsportsentusiaster. Sogndal framstår som et sted preget av entreprenørskap og ungt mot. Og Sogndal er ikke det eneste stedet som lokker med aktiv natur. Den kan heller se ut som dette er en bølge mange har hevet seg på (Rauma, Røldal, Ekstremsportveko på Voss, X2-festivalen i Volda/Ørsta, og XXLofoten). Både budskapet om den rurale idyll og om sporty moro er innrettet mot de som ønsker en livsstil med fritidslivet i sentrum. Skygebudskapet er at det ikke er plass for de som setter karrieren i sentrum – eller for “de som bare setter seg ned foran TV’n etter jobb” – som en informant i Sogndal ga uttrykk for i frustrasjon over at det var vanskelig for folk flest å leve opp til Sogndalsidealet, og at en slik spissing derfor kan virke ekskluderende.

Det spesielle med Sogndal er at det ikke er en aktør, eller et prosjekt, som aktivt driver tilflyttingsarbeid. Snarere er det flere aktører som synes å ha det samme spissede budskapet å komme med; de spiller på samme lag (jf. Slagordet “Bli med på laget!”). Selv om det også i Sogndal er mange ulike meninger om hvorvidt og hvordan varen bør pakkes inn og selges, synes det være langt vanskeligere for en hel region å enes om noen annet enn generelt/bredt budskap om den rurale idyll. Spissing av budskap/målgruppe kan være vanskelig å få til for en hel region.

10.5 Sammenfatning: strategiene er ofte fanget i stereotype bilder av by-landflytting

I denne studien har vi sett at tilflyttingsarbeidet som drives i de ulike kommuner og regioner framstår med mange likhetstrekk – til tross for at det ligger i arbeidets natur at

de prøver å selge seg selv som unike bosteder med bestemte identiteter. Denne ensformigheten setter vi i sammenheng med at diskursen rundt tilflytting til distriktene er så preget av stereotype bilder av by og land at den i stor grad stenger for selvstendige og analytisk baserte strategier.

Vi mener det kommer til uttrykk i manglende programteori; vi har å gjøre med et problemområde der både problem og løsning tas for gitt. Det er ikke ansett som nødvendig å analysere hva årsakene til problemet er, og dermed framstår strategier og tiltak for å løse problemene som litt tilfeldige – eller som lite gjennomtenkte responser på offisiell politikk på området.

Det følger at dette at vi ikke er overraskende at flesteparten av de som jobber med dette er opptatt av å tekkes den samme målgruppen, og de søker oppmerksomhet med de samme virkemidlene. Beskjeden er at barnefamilier som bor i byene bør flytte til distriktet fordi der er det godt for barn å vokse opp. Dette er hovedinntrykket vi har av tilflyttingsarbeidet, men vi har også sett at det finnes alternative strategier som f.eks. retter seg spesifikt mot kunstnere, fjellsportentusiaster og høyt utdannet arbeidskraft. Likevel er det dominerende bildet av den rurale idyll så dominerende at det står i fare for å skygge over alternative utgaver av «livet på landet». Vi må spørre om det går an å være karriereorientert i distriktene, går det an å være over 40 år, går det an å være ung uten å måtte fyke ned fjellsidene på fritiden? Kanskje er det stivende by-land bildet også delvis skyld i at tilflyttingsprosjektene ble tatt på senga av arbeidsinnvandringen. Det er rett og slett ikke plass til innvandrere i den norske by-land diskursen.

10.5.1 På tide å rokke ved bofastidealet?

Når tilbakeflyttere og familier foretrekkes framfor unge single, har det kanskje å gjøre med idealet om bofasthet. Tilflyttingsapparatet har gitt uttrykk for at de ikke ønsker å satse på folk som de antar vil flytte ut igjen etter kort tid. Det betyr at unge single stort sett er utenfor målgruppen, mens barnefamilier er midt i blinken.

Tenkningen rundt dette kan studeres i lys av kritikken fra "mobilitetsparadigmet" (Sheller and Urry, 2006). Kort fortalt går denne kritikken ut på at selv om man kan påvise at mobilitet/bevegelse rent faktisk er det normale – så er sedentarisme, eller stillstand og permanens, det samfunnet har som ideal og tenker på som normalt. Overført til vårt tema, så tenker man gjerne (mer eller mindre bevisst) på bofasthet som det normale og som selve målet, ikke bare for tilflyttingsarbeidet, men for hele samfunnsutviklingen – selv om statistikken tydelig viser at flytting er normalt i den forstand at det er noe de aller fleste gjør minst en gang i livet. Bofasthet er sterkt knyttet til idylliske forestillinger om små, trygge og stabile samfunn der alle kjenner alle og der det ikke eksiterer nød eller kriminalitet. Flytting og pendling har ingen plass i et slikt bilde – disse bevegelsene er avvik som forstyrrer den normale idyllen. Resultatet kan være at hverdagslige og alminnelige handlinger som flytting og pendling, blir ignorert som viktige samfunnsdannende fenomen. Kanskje er det slike sammenhenger som ligger bak det at budskapet "gode oppvekstvilkår" ikke opptrer sammen med "sentral beliggenhet" og "pendlingsmuligheter"? Uansett, - det er et poeng å forsøke å få fram tankeskjemaer

som blir tatt for gitt i dette arbeidet – for å forstå handlemåtene, valg av målgrupper og strategier, og ikke minst for å åpne for alternative ideer.

Med bofasthet og stabilitet som ideal er det også vanskelig å tenke seg at målgruppene kan være andre enn de som har bodd der tidligere (tilbakeflyttere). Innflyttere oppvokst andre steder, ikke minst i utlandet, har egentlig ingen plass i dette bildet. Kan det tenkes at de som jobber med tilflyttingsarbeid i for liten grad tenker at mobilitet og gjennomstrømming er det normale – og at de på den måten ikke når hele potensialet av mennesker som av ulike grunner, for en periode i livet, ønsker å bo og/eller arbeide utenfor storbyene - før de flytter/pendler andre steder? Det er interessant å undersøke hvordan forestillingene om by/land og sedentarisme/mobilitet henger sammen med hvem man ønsker å nå og hvem man når og ikke når, i tilflyttingsarbeidet.

11 Utvikling av metoder for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid

Et delmål med denne studien er at den skal bidra til å utvikle bedre metoder/verktøy for å evaluere og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeid. Vi skiller mellom to aspekter ved metodeutvikling i dette prosjektet:

- I. *Drøfting av vitenskapelige metoder og evalueringer* som kan brukes i til å vurdere resultatene av tilflyttingsarbeid. Gjennom kartleggingsdelen og casestudiene i dette prosjektet har vi tatt i bruk det vi mener er vanlige vitenskapelig metoder for evaluering av denne typen. Våre metoder, samt perspektiver på evaluering, er presentert og drøftet i kapittel 2. Vi begynner metodeutviklingen med å oppsummere erfaringer om hvilke metoder som ikke er holdbare. Deretter supplerer vi metodedrøftingene våre ved å trekke inn spørsmålet om hva bistandsfeltet kan bidra med når det gjelder evaluering av tilflyttingsarbeid. Konkret vurderer vi en bestemt metodikk utprøvd i Dyrøycasen i lys av vitenskapelig evalueringsteori samt erfaringer fra de øvrige casestudiene. På denne måten mener vi å gi et lite bidrag utviklingen av evalueringskompetansen på feltet.
- II. Drøfte hvordan prosjekteiere og finansører, det vil her si kommuner, fylkeskommuner, departement og andre, inkludert prosjektutførere kan få *bedre grunnlag for å vurdere hvordan de ønsker å evaluere og dokumentere sine prosjekter*. I dette ligger det også at de ulike aktørene kan initiere *egnevalueringer*, og vi presenterer et forslag om hvordan dette kan gjøres for å skape flere og kvalitativt bedre evalueringer av tilflyttingsprosjekter og bedre dokumentasjon av arbeidet (ALNAP).

Vi starter med å presentere tre ikke-vitenskapelige måter å evaluere og dokumentere effekter på som vi gjennom kartleggingsundersøkelsene så vel som i casestudiene har funnet er vanlige, men som ikke er vitenskapelig holdbare. Deretter går vi inn på det som har vært en stor del av metodeutviklingen i dette prosjektet, nemlig å vurdere hva tilflyttingsfeltet kan lære om evaluering fra bistandsfeltet. For å svare på dette, har vi konkret testet ut ALNAP-tilnærmingen (en metodikk som er svært utbredt i bistandsfeltet) i forbindelse med evaluering av Dyrøycasen. Erfaringene fra utprøvingen analyserer vi her i dette kapitlet opp mot evalueringslitteratur så vel som mot erfaringene vi har gjort i de øvrige casestudiene. *Vår konklusjon er at ALNAP-liknende evalueringer kan være et supplement til – men kan ikke erstatte – vitenskapelige evalueringer*. Det er fordi de ikke inkluderer teori og derfor i beskjeden grad bidrar til ny kunnskap. ALNAP-metodikken kan imidlertid fungere som en veileder til selvevaluering fordi den er enkel og målrettet. Basert på utprøving og analyse av ALNAP-metodikken presenterer vi i avsnitt 11.3.1. et forslag til oppskrift på egenevaluering for aktører i tilflyttingsfeltet. Vi beskriver også hvilke betingelser slike evalueringer kan virke godt og mindre godt under, og påpeker svakheter. Når vi likevel anbefaler enkle selvevalueringsoppskrifter som dette, er det fordi de kan føre til at flere tilflyttingsarbeider blir evaluert og dokumentert, og dette vil i neste omgang også kunne

danne grunnlag for sammenlikninger og bedre grunnlaget for meta-evalueringer og andre typer vitenskapelige undersøkelser. Dessuten kan egenevalueringer gi læring til organisasjon(ene) som deltar. Til slutt i kapitlet understreker vi at myndigheter og finansierer sammen med forskere må fortsette å ta ansvar for å iverksette vitenskapelige undersøkelser slik at kunnskapsgrunnlaget utvides. Det innebærer også avklaringer av hva slike evalueringer skal, og ikke minst kan, bidra med, om hvor framtreddende kontrollformål skal være i forhold til læringsformål, og hvorvidt det er praktisk nytte for brukerne eller kunnskap som er relevant for store linjer i politikkutformingen som er målet. Vi advarer mot et for positivistisk kunnskapssyn, og oppsummerer kapitlet med å peke på hvordan denne kunnskapen kan tas videre og brukes av ulike aktører i dette feltet.

11.1 Tre vanlige, men uholdbare, metoder for å vurdere effekter av tilflyttingsarbeid

De aller fleste tilflyttingsprosjekter har som målsetting at arbeidet skal føre til økt folketall eller økt tilflytting til området. Unntaksvis er målet formulert som å bremse nedgang i folketall eller redusere fraflytting. Uansett, synes det å være en utbredt tro på at en kan vurdere prosjektets vellykkethet ved å lese folketalls- og flyttestatistikken fra SSB. I kapittel 3 viste vi hvorfor dette ikke er en holdbar metode. Gjennom både kartleggingsstudie og casestudier fant vi dessuten at noen prosjekteiere og prosjektarbeidere gjerne bruker intuitive metoder for å fastslå effekter. Metoder som alene ikke er holdbare for å vurdere effekter oppsummerer vi i tre punkter:

1. I kapittel 3 viser vi at flyttestatistikk ikke kan brukes alene som mål på at tilflyttingsarbeid har virket eller ikke. Et tilflyttingsarbeid kan ha virket selv om tilflyttingen minker. Likeledes kan tilflyttingen øke uten at dette har med tilflyttingsarbeidet å gjøre.

Flyttestatistikken kan derimot brukes til å planlegge tiltak og som et bakteppe å vurdere arbeidet mot. Den kan f.eks. gi innsikt i om det er inn- eller utflyttings som bidrar mest til nedgang i folketall, hvilke kjønns- og aldersgrupper som flytter, hvor folk kommer fra og hvor de drar. Det går også an å få oversikt over tilbakeflytterandel og videreflyttingsandel. Vi tror at jo bedre innsikt en har i flyttestrømmene og flytteprosesser mer generelt, jo større sjanse har man for å lykkes i arbeidet. Statistikken er imidlertid bare en av flere kilder til økt kunnskap.

Om man finner at tilflyttingen har økt etter at tilflyttingsarbeid er igangsatt, bør man undersøke om økt tilflytting også er en trend i andre liknende kommuner (og som helst ikke har drevet tilflyttingsarbeid) før man tar dette som et tegn på effekt av arbeidet. Unormale utslag i flyttestatistikken kan være *indikasjon* på en effekt av tilflyttingsarbeid, men er ikke bevis på det. For å finne ut om og i hvilken grad tilflyttingsarbeidet har generert tilflytting, må man undersøke hva tiltaket består i og spørre etter dokumenterbare effekter.

2. Spørreskjemaundersøkelsen vår viste at vi ikke blindt kan stole på de tall prosjekteiere/ledere selv oppgir som effekt. Disse effekttallene ligger generelt høyere enn de tallene vi har funnet gjennom egne casestudier, gjennom Placements egne registre, samt evalueringer gjort av andre forskere. Vi tror at noe av diskrepansen skyldes at effektene er mangelfullt dokumentert lokalt, og at prosjektledere derfor gjetter på et tall når de blir bedt om å oppgi antall tilflyttere arbeidet har generert – eller alternativt oppgir totalt antall tilflyttere i perioden. Spørreskjemaundersøkelser, eller andre metoder der en tar prosjektledelsens anslag for god fisk, er altså ingen god metode å bruke alene for å avdekke effekter.
3. Flere av de som arbeider med tilflyttingsprosjekter bruker magefølelsen som metode. De opplever at prosjektene virker fordi de mener å se at antallet innflyttinger til lokalsamfunnet har økt etter at arbeidet startet. Vi har grunn til å tro at årsaken til at de ser tendenser til økt tilflytting, er at deres (nye) rolle som tilflyttingsarbeider gjør at de har begynt å legge merke til nettopp dette. (det forhindrer ikke at det er sant at tilflyttingen har økt, men metoden for å fastslå det er altså tvilsom).

11.2 Hva kan tilflyttingsarbeidet lære om evalueringer fra bistandsfeltet?

I utviklingsorganisasjonene er det stort sett obligatorisk med evaluering og de har ofte ført til en profesjonalisering av evalueringsfeltet både i nasjonale og internasjonale organisasjoner (Norad 2011; Norwegian Refugee Council 2005; OECD 1991; United Nations Development Organisation, 2011). En årsak til at evalueringer er viet stor oppmerksomhet i bistandsarbeid er at bistand er politisk omstridt og gjenstand for en offentlig debatt både fra tilhengere og motstandere. Tilflyttingsarbeid møter også debatt, og på samme måte som annen distriktpolitikk er det krav om nytte og resultater. Både på bistands- og tilflyttingsfeltet jobbes det også med relativt små prosjekter og midler opp mot tunge og vedvarende samfunnsprosesser, der mye politisk aktivitet trekker i motsatt retning enn det utviklingsarbeidet skal oppnå. En annen likhet mellom de to feltene er at de begge synes å være preget av ildsjeler og mennesker som ofte har en sterk tro på det de jobber med. Det betyr blant annet at mange vil være interessert i læring, bedre arbeidsmetoder, nye grep etc, men også at en kan være opptatt av å beskytte eget felt og egen jobb.

Norad tar utgangspunkt i at evalueringer skal gjennomføres av eksterne fagmiljøer (se <http://www.norad.no/no/evaluering>), mens ALNAP også inkluderer egenevalueringer av avsluttet eller pågående arbeid (Beck 2006). I tilflyttingsarbeidet mener vi at egenevalueringer er svært aktuelt, ikke minst fordi det er stort fokus på læring og utvikling i feltet.

Bistandsprosjekt og tilflyttingsprosjekt har også det til felles det ofte er komplekse problemstillinger, der det på forhånd er klart at det vil være svært vanskelig å si noe om kausale sammenhenger. I begge tilfeller kan det også være flere donorer og eiere. I

bistandsfeltet blir det stadig mer vanlig at de ulike institusjonene som har finansiert hver sin del av prosjektet, går sammen om evalueringene. Erfaringer tyder på at slike fellesevalueringer holder høyere standard enn andre evalueringer. Dette er særlig knyttet til utviklingen av omforente prinsipper for evaluering, som for eksempel prinsippene utarbeidet av ALNAP (2011). På den måten kan en utvikle samarbeid om vurderinger og evalueringer mellom prosjekt, finansører og/eller forskere.

11.2.1 Hva er poenget med en vitenskapelig evaluering?

ALNAPs definisjon sier at en evaluering er en bedømming, så systematisk og objektiv som mulig, av et pågående eller avsluttet prosjekt, program eller policy, dets design og utforming, iverksetting og resultater. Målet med evalueringer er å fastslå om målsetting i prosjektet er relevant og oppnådd, har utviklingsmessig nytte i forhold til kostnader (som vi har funnet vanskelig), gir effekter i forhold til målsetting og resultat og er bærekraftig. En evaluering bør videre gi informasjon som er pålitelig og anvendelig og som bidrar til at erfaringer blir inkludert i avgjørelser og beslutninger både for mottakere og finansører (Cosgrave et al. 2009:6). Dette er altså en formativ evaluering, i motsetning til summative evalueringer som oppsummeres og legges frem, først og fremst for eksterne målgrupper etter at et tiltak er ferdig (Baklien 1987, med referanse til Schriveren 1967). Basert på formål og orientering kan ALNAP-metoden altså plasseres som en av flere typer vitenskapelige tilnærminger

Den nyttige teorien

Det viktigste skillet mellom en vitenskapelig evaluering og oppskriftene som finnes i veiledere og håndbøker handler om fremgangsmåter, snarere enn hensikt og formål. En spesiell plass her har betydningen av teori. Slik veilederen presenterer prosessen mangler det teoretiske begrunnelser og drøftinger. Evaluering etter ALNAP-tilnærmingen skal ikke beskrive det teoretiske utgangspunktet evalueringen bygger på, og er derfor heller ikke opptatt av å beskrive programmets handlingsteori. Vi har sett at mange tilflyttingsprosjekt og tiltak nettopp mangler en handlings- eller programteori. I følge Baklien vil en beskrivelse av sammenhengene mellom målformuleringene på ulike nivå utgjøre en handlingsteori (Baklien 1987). Det kan gjøres ved å peke på umiddelbare, mellomliggende og endelige mål – og beskrive hvordan de forholder seg til hverandre (Suchman 1967:61-52 og 1971:47 i Baklien 1987). På den måten gjør en eksplisitt rede for hvilke årsakssammenhenger det er i en prosess. Et lite eksempel: en informasjonskampanje om lokale arbeidsplasser rettet mot ungdom, bygger på en teori om at årsaken til at ungdom ikke flytter til stedet er at de ikke kjenner til arbeidsmarkedet. En evaluering vil kunne spørre om ungdommene faktisk fikk bedre kjennskap til potensielle arbeidsplasser, mens betydning for tilflytting kommer lenger ut i årsakskjeden. En går da til teorien for å spørre om det er slik at kjennskap til arbeidsmarkedet har betydning for ungdoms flyttevalg. Kanskje påvirker kjennskap til arbeidsmarkedet utdanningsvalg, men fører ikke nødvendigvis til flytting? Kanskje påvirker det også tilflytting på sikt, kanskje peker teorien på andre forbindelser. Poenget her er ikke at det kreves en sammenhengende presentasjon av et teoretisk grunnlag, men at en benytter teori og ikke minst, klargjør hvilken teori en benytter i analysene.

Ser vi nærmere på evalueringskriteriene i ALNAP-tilnærmingen (se kap.7.2) vil likevel spørsmål 1, om tiltakene er en passende og tilpasset respons på lokale behov, utfordringer og prioriteringer samt om de er relevante i forhold til mål og hensikt, kunne få frem nettopp handlingsteorien. Videre vil spørsmål nr. 3, om tiltakene er aktuelle, tidsriktige og oppfyller målet, også bidra her. Dette kan i en ALNAP-inspirert tilnærming beskrives i det de i kaller beskrivelse av beviskjeden, selv om dette punktet heller ikke etterspør teori eksplisitt.

Kartleggingen av tiltakets teoretiske grunnlag, eller handlingsteori, innebærer at hvis noe ikke fungerer slik en trodde, kan en både spørre om det skyldes feil tiltak, problemer med gjennomføring av tiltaket (nådde en ikke målgruppen?) eller om det kanskje skyldes feil eller for svak teori og utgangsforståelse (manglende tilflytting skyldes ikke mangel på jobb men mangel på tilgjengelig utleiebolig)? ALNAP inkluderer altså en handlingsteori, men det refereres ikke til eksisterende teorier slik at det kan inngå i en akademisk eller kumulativ kunnskapsbygging. Her skiller det seg altså fra akademisk forskning, men ikke nødvendigvis fra utredninger som heller ikke henviser til teori og annen litteratur.

I bistandsfeltet løser en deler av disse utfordringene med meta-evalueringer som analyserer og sammenstiller flere evalueringer (Wiles 2005). Denne type spørsmål må oppdragsgivere for evalueringer ta stilling til, det handler om målsetting med evalueringer. Offentlige myndigheter som oppdragsgivere har både et ansvar og en interesse i allmenn og kumulativ kunnskapsbygging. Det er trolig at dette også (delvis) kunne gjøres gjennom større evalueringer og studier, meta-studier og studier av egenevalueringer.

En annen side av dette er at analyser blir bedre og kommer lenger i å forklare et fenomen når de både trekker på teori og funn fra andre studier – med teoretiske implikasjoner. I en analyse bruker en perspektiver og kategorier. I analysen av budskap i tilflyttingsarbeidet brukte vi teoretiske og empirisk kunnskap fra andre kolleger og flyttforskning generelt: forståelsen av rural idyll, refortrylling, moturbanisering i andre land er eksempler på dette. Uten slik kunnskap må ethvert prosjekt finne opp hjulet på nytt. I ALNAP-terminologi kan vi si at dette er en operasjonalisering av spørsmål om tiltakene er relevante og passende. Vi mener at en må kjenne flytte- og tilflyttingslitteraturen, både teoretiske og empiriske arbeid, for å kunne stille disse spørsmålene og bidra til analyser av det.

Teorier om idealer, realiteter og konteksten

Baklien påpeker at evaluering handler om å forstå forholdet mellom idealer og realiteter. Forskning og teoriutvikling handler ofte om nettopp dette – å utvikle perspektiv for å kunne analysere idealer og realiteter. Oversikt over idealene krever at en også ser på kontekst, premisser og betingelser for tiltaket lagt av politiske beslutningstakere i form av mål (Baklien 1987). Dette har igjen betydning for hvordan tiltak utformes og kanskje også gjennomføres. Teori, bakgrunn og situasjonelle forhold kan derfor ikke ses som løsrevet fra "selve evalueringen", men nødvendige bestanddeler. Med de korte (avsnitt) ALNAP anbefaler som presentasjon av prosjekter, bakgrunn og kontekst, er dette et hensyn som ikke vil oppfylles. Et spørsmål for oss blir derfor om de skjematiske

oppskriftene gir tilstrekkelig (ikke optimal) innsikt i dette, slik at evalueringen til tross for svakheter blir nyttig for sitt formål. Igjen kommer vi tilbake til spørsmål om formål og fremgangsmåte. Det er også klart at å analysere forholdet mellom idealer og realiteter har med kvaliteten i en evaluering å gjøre.

Lite oppmerksomhet mot teori betyr også at arbeidet med å redegjøre for forbindelseslinjene mellom teori, metode, felt og problemstilling som ellers er sentrale i forskningsprosesser, i stor grad mangler. Det kan føre til at en ikke velger metode ut fra kontekst, situasjon eller problemstilling, men ukritisk og mekanisk bruker et verktøy uten å skjønne hva en får, og heller ikke hva en oppnår innsikt i. I en del tilfeller advares det også i disse publikasjonene mot å gjøre arbeidet mekanisk og uten faglige vurderinger. Noe av dette vil sannsynligvis komme til overflaten når en i prosjektbeskrivelsen (ToR) punkt 5 skal beskrive beviskjeden.

11.2.2 Kan veiledere guide en utenom teorien?

Vi skal se at flere av temaene nevnt ovenfor kommer inn i ALNAP-evalueringen gjennom veilederens skrittvis organisering. Problemstillingen er allerede bestemt ut fra at dette er en evaluering. I tillegg vil terms of referanse (ToR) bidra til å konkretisere problemstillingene og tilpasse dem til gjeldende situasjon gjennom de fem punktene som listes opp. En evaluering vil måtte definere et spesifikt nivå som resultater kan vurderes og måles på, i følge Baklien (1987). Hun foreslår å snakke om direkte, mellomnivå og endelige mål. I ALNAP-tilnærmingen blir dette diskutert både med hensyn til aktualitet og tidsmessighet, direkte og indirekte resultater, kort og lang sikt, samt om tiltakene er koordinert med andre aktører og overordnede mål. Likevel vil spørsmålene også måtte operasjonaliseres til bestemte nivå, slik Baklien også krever, men som ikke sies eksplisitt i ALNAP-oppskriften.

De store fordelene med en tilnærming som ALNAP er at det kan utføres ikke bare av personer med forskningskompetanse, men av de som driver prosjekt eller har som oppgave å følge slike prosjekter i private og offentlig organisasjoner og forvaltning. I beste fall kan en gjennom relativt standardiserte prosesser faktisk få gjennomført anvendelige evalueringer med begrensede midler og tid til rådighet. Standardiserte arbeidsmåter inviterer også til sammenlikninger mellom ulike prosjekt på ulike steder og over tid. Selvsagt vil de ha faglige og resultatmessige begrensninger, som alle andre studier også har. Dette må en vurdere ut fra hva som er hensikten med evalueringen – læring, bedre forståelse, kontroll?

11.2.3 Er vitenskapelig metodekunnskap nødvendig for å drive evalueringer?

Manglende metodekunnskap kan bidra til å skape uklarheter og svakere kvalitet i en standardisert evaluering. For eksempel er det slik at en kan lese og analysere dokument på ulike måter: dels som kilde til faktaopplysninger og bakgrunnsinformasjon, som en vanlig leser. Tekster og dokumenter kan også leses ut fra et aktivt og perspektiverende ståsted. Det vil si at en leser og vurderer ut fra situasjon og meningen til den som har skrevet, og den som leser, og at en legger vekt på hva teksten søker å oppnå, hvilke meningssammenhenger den inngår i, hvordan den fungerer og hva den "gjør" (Silvermann 2005). Da er teksten eller dokumentet en kilde som kan være flertydig og

aktiv i seg selv. En slik tilnærming er inspirert av for eksempel Aktør- nettverk tilnærminger (Law 2004) som inkluderer både menneskelige aktører og andre aktører, aktanter og deres "handling" i analysen. Det betyr ikke at teksten og forfatteren av den ikke fremstiller ting "riktig", men at vi anerkjenner at tekster er en representasjon og forholder seg til verden på flere forskjellige måter – tekster "gjør flere ting" i en situasjon.

Halvorsen (2011) skiller mellom forskningsbasert og styrings- eller managementorientert evaluering. Den første er basert på forskning og vitenskapelig metode, mens den andre ofte inngår i offentlige virksomheters styringssystemer. En tredje kategori er i følge henne evaluering i betydning vurdering basert på faglig skjønn og ekspertise som inngår i ulike profesjoners yrkesutøvelse (Halvorsen 2011). De to siste kategoriene har ikke spesifikke krav til metode eller teoretisk grunnlag, selv om spesielle verktøy benyttes i arbeidet. ALNAP-evalueringer vil typisk være en styringsorienterte evalueringer, men kan også med fordel utvikles i tilflyttingsfeltet på en slik måte at de inngår i tilflyttingsaktørers yrkesutøvelse og bidrar med kunnskapsutvikling i feltet gjennom utøverne. Det er likevel opplagt at det samtidig kreves sammenstillinger, kunnskapsbygging og kritiske vurderinger som vitenskapelige evalueringer og studier kan bidra med til dette feltet.

11.2.4 Endringer i hva evalueringer er og forventes å bidra med

Utvikling av evalueringsfaget har gått fra å måle effekten av et tiltak, til at erfaringene fra evalueringen kan inngå og forme tiltakene videre. Det har vært en endring fra et målfokus til et en prosessfokusering (Sverdrup 2011). I følge Baklien (1993:261f) bygger evaluering på forskning i ideal-realitetstradisjonen, kausalitetsanalyser, aksjonsforskning og implementeringsanalyser. I følge Sverdrup har lærdommene fra tidlige evalueringsfaser blant annet vært at resultater fra evalueringer blir ønsket velkommen og benyttet, men at det er svært vanskelig å utforme tiltak som skal produsere effekter i bestemte retninger, at endring tar tid, og at politiske behov er en sterk drivkraft bak utviklingen av programevalueringer. *Det synes å være stor etterspørsel etter målevalueringer (for kontrollformål), samtidig som det kanskje er riktig å si at vitenskapelige evalueringer i stor grad er opptatt av prosesser.* I følge Sverdrup er det også store forventninger om bruk og nytte slik en særlig finner det i brukerfokusede evalueringer (Patton 1997, Sverdrup 2011).

I følgeforskning og dialogbasert prosessevaluering er det viktig at forskeren bidrar med innspill til oppdragsgiver underveis, samtidig som innsikt, forståelse, læring og dialog er viktige elementer (Sverdrup 2011:4). Felles for mange av dagens tilnærminger er altså at de er handlingsrettet. Dette bringer oss tilbake til ALNAP-tilnærmingen. Denne kan forstås som ekstremt handlingsrettet: De er formative i at de er tenkt å bidra underveis i prosessen, men brukes også for å vurdere om et tiltak skal videreføres – og har da samtidig et summativt preg, kanskje også preget av kontroll (med bruken av de såkalte skattebetalernes penger). De er opptatt av å bidra til læring, samtidig som de ikke legger nevneverdig vekt på generaliserbarhet, kunnskapsakkumulasjon og teoribygging. På den

annen side gjør de mange evalueringer mulig, ved å legge opp til kortvarige og tilsynelatende ressurseffektive arbeidsmåter.

Både i vårt arbeid med prosjektkatalogen i dette forskningsprosjektet og i en kunnskapsoversikt vi har utarbeidet tidligere for Distriktssenteret (Aure mfl 2011), fant vi en rekke mangler ved de få evalueringsrapportene vi fikk tilgang på. Rapportene inneholdt ofte bare oppramsinger av tiltak, med få vurderinger av hva som fungerte og ikke fungerte. Det var få vurderinger av sammenheng mellom utfordringer og tiltak og relevansen av tiltakene med mer. Målgruppen for tiltakene så vel som avslutningsrapporten var uklar. Det var med andre ord vanskelig å lære av arbeidet som var utført. En relativt standardisert evaluering kan potensielt bøte på noen av disse problemene ved at den gjør evalueringer, og dermed tiltak, sammenlignbare.

11.2.5 ALNAPs bidrag

Vår utprøving av ALNAP-metoden i Dyrøycasen bidro til et mer fokusert og poengtert arbeid fordi tilnærmingen ber om korte avsnitt om prosjektet, bakgrunn, mål og hensikt. Det gjør inngangen i evalueringen spesifikk og konkret. Vår påstand er likevel at den manglende kontekstualiseringen i teori og litteratur hindrer empirisk og politisk forståelse av de større sammenhengene, og svekker mulighetene til å gå bak og peke på prosesser som skaper mønstre. Den korte beskrivelsen av tiltakene som skal evalueres medførte også at det ikke ble plass til informasjon om organisering av prosjektet. På den annen side krever det at evaluator skjønner organiseringen og utformingen av prosjektet, samtidig som beskrivelsen skal være kort. Det kan bidra til å skjule uklarheter og det blir lite plass til å vise at prosjektet er uklart. *Rammen kan føre til at evalueringen derfor bli klarere og mer målrettet enn prosjektet.* Dette er likevel ikke til hinder for at potensielle tilflyttere har nytte av prosjektet og at det prosjektet gjør er viktig. Det å finne ut hvordan et prosjekt og tiltak fungerer for å kunne beskrive tiltaket, er første skritt på veien med å finne ut hvorfor dette fungerer og dermed hva som gjør at det fungerer.

Arbeidet med "terms of reference" – prosjektbeskrivelsen, tydeliggjør retningen på arbeidet gjennom å spisse og konkretisere det. Det er svært disiplinerende å følge en guide både for evalueringen som prosjekt og med hensyn til evalueringsspørsmålene. Det gjør at et evalueringsarbeid kan bli gjennomført. Både punktet der en skal klargjøre evalueringsspørsmålene og hvilke kriterier de er knyttet til, beskrivelsen av beviskjeden og hvordan funn og anbefalinger skal presenteres, tydeliggjør hensikten slik at fremstillingen underveis blir målrettet og fokusert.

Den punktvisse fremstillingen av evalueringskriteriene forhindrer likevel ikke at de problematiske sidene ved evalueringer består. Vi opplevde at det er vanskelig å skille mellom om sammenhengen mellom tiltak og mål er relevant, passende, effektiv og aktuelle. Det vil si at vi blant annet opplever et visst overlapp mellom kriteriene.

11.2.6 Oppsummering

Vi vil oppsummere denne diskusjonen ved å kople evalueringskriteriene i ALNAP til de begrepene vi har benyttet i dette kapittelet og resten av rapporten. Da viser vi samtidig

at metodeutviklingen henger sammen med og er basert også på analysene i resten av rapporten.

For det første vil vi fremheve at spørsmålene om *tilpasning og relevans* egentlig spør om tiltakene bygger på en analyse av konkrete og lokale behov, utfordringer og prioriteringer hos potensielle tilflyttere, nåværende innbyggere og samfunnet/regionen. Spørsmålet om tiltakene er relevante i forhold til mål og hensikt krever derfor en forutgående analyse av hva som er stedets utfordringer, og tematiserer om budskap i tilflyttingsarbeidet, tiltakenes utforming og innhold henger sammen.

Kriteriene om *produktivitet* og om tiltakene er *kostnadseffektive* krever at en lager en mal for hvilke kostnader en vil inkludere og en vurdering av hvor nøyaktige en skal være. Dette vil som ALNAP fremhever, være basert på sammenlikninger med andre tiltak, beregnet etter samme standarder. Det kan gi nyttig informasjon ved at de inkluderer tiltakets skala og kostnadsnivå. Spørsmålene om *måloppnåelse* – oppfyller aktiviteten målet – er vanskelig å vurdere, og krever slik vi ser det en grenseoppgang mot andre spørsmål som på et eller annet vis inkluderer måloppnåelse. Det gjelder både buskap og tiltakenes utforming. Spørsmålet om *aktualitet og tidsriktighet* og hvordan det kan måles er likevel mer konkrete og derfor greiere å forholde seg til. Spørsmål om *virkning* – hvilke primære og sekundære resultat, direkte og indirekte, tiltaket har på kort og lang sikt og hvordan disse kan beskrives og måles er det også mulig å svare på. Det samme gjelder kriteriet om *sammenheng og bærekraft*, og om kortvarige tiltak inngår på en fornuftig måte i langsiktig arbeid i den spesifikke konteksten. Dette er formulert som et spørsmål om tilnærmingen er bærekraftig slik at tiltakene blir varige og selvgående på sikt, hvis det er hensikten. I en tilflyttingskontekst vil en også her måtte velge nivå – inngår dette i spørsmål om den smale eller breie regional – og distriktspolitikken, eller snakker vi om grend, kommune eller prosjektnivå? Spørsmålet ALNAP kaller *dekning*, er en god operasjonalisering av det vi har omtalt som målgrupper – når tiltakene de målgruppene de skal med hensyn til kjønn, alder, klasse, etnisitet, funksjonsnivå, og i vårt tilfelle ulike typer og spesifiserte grupper potensielle tilflyttere? Kravet om at tiltak og prosjekter skal være *koordinert*, handler om sammenhenger mellom aktører, sektorer, organisasjoner og politikkfelt. Dette er også spørsmål om å velge nivå. Noen av utfordringene i dette tilflyttingsprosjektet er som vi har nevnt knyttet til at innvandring og integrering av innvandrere ikke synes å ses som en del av distriktspolitikken.

11.3 Hvordan få flere og bedre evalueringer?

Flere og bedre evalueringer innebærer et krav om at de er nyttige for myndigheter og prosjektene. Kravet om kunnskapsutvikling på feltet kommer vi tilbake til.

Gjennomgangen av ALNAP-kriteriene for evaluering i bistandsfeltet viser at disse er bygd opp slik at de kan brukes til å evaluere tiltak uten at dette er en omfattende vitenskapelig undersøkelse. Gjennomgangen viser også at metoden og kriteriene har svakheter. De presenteres senere under overskriftene 11.3.2 betingelser og 11.3.3 begrensninger.

11.3.1 Et forslag til egevaluering basert på ALNAP-tilnærmingen

Egeevalueringer kan gjøres i tilflyttningsfeltet av prosjektledere og medarbeidere, gjerne i samarbeid med finansører, oppdragsgivere, regionråd, forskere og andre mer eller mindre eksterne aktører. En egevaluering må klargjøre hensikt og omfang av evalueringen. Dette kan ifølge denne metodikken gjøres ved hjelp av en *Terms of References* – altså en *evalueringsbeskrivelse* som kort sier hva som skal evalueres og hvordan det gjøres. Med kort menes at hvert punkt kan være et avsnitt på maksimum fem-seks linjer. Det kan gjøres i fem punkter:

- 1) presenterer prosjektets bakgrunn
 - med et kort avsnitt om kontekst og
 - kort beskrivelse av tiltakene som skal evalueres.
- 2) Evalueringens hensikt klargjøres:
 - Hvilken betydning skal læring i motsetning til kontroll ha?
 - Hvem skal bruke den og hvordan skal den brukes?
 - Skal det tas noen beslutninger på bakgrunn av evalueringen?
 - Hva skal evalueres – prosess, effektivitet, produktivitet, resultat?
- 3) Hvem skal delta i evalueringen og hvilke roller og ansvar har de?
- 4) Hva er hovedspørsmål i evalueringen og hvilke kriterier er de knyttet til?
- 5) Hvordan skal funn og anbefalinger presenteres?

Evalueringskriteriene og spørsmålene etter ALNAP-metoden er etter vår drøfting og analyse av dem at virkemidler som benyttes for å rekruttere og beholde nye innbyggere må være:

1. *tilpasset og relevant* – er tiltakene en passende og tilpasset respons på lokale behov, utfordringer og prioriteringer? Dette krever kunnskap om de lokale behovene og dermed en analyse av disse. Er tiltakene relevante i forhold til mål og hensikt slik de er beskrevet i evalueringsbeskrivelsen? Dette skal sikre at det er sammenheng mellom tiltak og behov, og at tiltakene bidrar til å løse reelle behov. (Sammen med punkt 3, vil dette bidra til at en langt på veg har formulert en programteori).
2. *produktive* – er tiltakene kostnadseffektive? Skisseres prosjektets del- og hovedkostnader på en transparent måte? Skissen må sammenliknes med andre tiltak og krever tilgang på prosjektets reelle kostnader og en mal for hvordan dette skal gjøres. Dette gir grunnlag for å beregne kostnader i forhold til effekter og må være tilstrekkelig detaljert.
3. *egnet til å nå målet* – er tiltakene effektive i å bidra til å løse problemer og er de aktuelle og tidsriktige? Oppfyller aktiviteten målet slik det uttrykkes i evalueringsbeskrivelsen? Hvordan kan dette måles? Dette bidrar til å sikre at det er sammenheng mellom mål, problemer og tiltak.
4. *egnet til å gi virkninger* – hvilke primære og sekundære resultater, direkte og indirekte, har tiltaket på kort og lang sikt, og hvordan kan disse beskrives og måles? Dette bidrar også til å klargjøre sammenheng mellom tiltak og mål og dermed målbare resultater.

5. *sammenhengende og bærekraftig* – inngår kortvarige tiltak på en fornuftig måte i langsiktig arbeid i den spesifikke konteksten, og er den bærekraftig slik at resultatene blir varige og eventuelt selvgående på sikt? Spørsmålet om bærekraft må formuleres spesifikt på tiltaksnivå.
6. *gi dekning for målgruppen* – dekker tiltakene de målgruppene de skal etter målsetting og hensikt slik de er beskrevet i evalueringsbeskrivelsen med hensyn til kjønn, alder, klasse, etnisitet, funksjonsnivå etc. Dette krever og bidrar til at målgruppen spesifiseres og at tiltak retter seg mot målgruppen. Dette krever igjen at evalueringskriteriene må være kjent på forhånd, slik evalueringsbeskrivelsen sier. Da skjønner en nemlig at målgruppene må være definert.
7. *koordinert* – er tiltakene koordinert med andre tiltak og aktører, og inngår på den måten i en sammenheng som gjør at en jobber i samme retning? Her er det viktig å spesifisere hvilket nivå en vurderer (bygd på Cosgrave et al (2009:18ff)).
8. *kvalitetssikring* - er evalueringen kvalitetssikret? Et punkt om kvalitetssikring kan bidra til at evalueringen er gjennomført på en god og mest mulig nøytral måte, og kan inkludere involvering av eksternt hjelp, kreve drøfting av utfordringer og svakheter i evalueringer. Dette kan være særlig viktig i selv-/egnevalueringer.

11.3.2 Betingelser: Varsku her!

Under hvilke betingelser vil en slik egenevaluering kunne fungere? Gjennomføringen av evalueringer krever for det første at det settes av tid. Det er også kritisk at punktene i evalueringsbeskrivelsen gjøres korte, altså *noen linjer på hvert punkt*. Det handler om å ikke drukne i arbeidet. Enda viktigere er det at kort betyr at tiltaket og evalueringen spisses og dermed avgrenses.

Videre må evalueringen være reell. Målet må ikke være å fremstille resultatene best mulig for å videreføre prosjektet, men riktigst mulig for størst læringseffekt, hvis det er målet. Hvis målet er kontroll, bør evalueringer legges opp med det for øye og sannsynligvis gjøres av eksterne. Evaluering for å lære kan innebære at prosjektets fremtid ikke skal avhenge av graden av vellykkethet i prosjektet, men snarere hvordan en vil jobbe videre og hva en vil videreutvikle. Det krever tilrettelegging, og redelighet blant evaluatorene, og ikke minst hos ledere og mottakere av evalueringer. Det krever kunnskap, god administrativ og politisk ledelse, vilje til læring, trygghet og spesielle kvaliteter i en organisasjon for at medarbeidere skal kunne presentere feil og mangler ved eget eller kollegers arbeid på en konstruktiv måte. På den annen side kan det føre til gode lærings- og utviklingsmuligheter hvis slike forhold er til stede (slik vi blant annet så i Dyrøy, Vest-Telemark og Hardanger).

De lokale utfordringene et prosjekt skal avhjelpe må bygge på reelle analyser, og ikke (bare) være en tilpasning til utlysninger. Det krever lokal kunnskap og redelighet hos prosjektutvikler og finansører. Det vil normalt også kreve fagkunnskap, og dermed kjennskap til teorier på feltet som i prinsippet ikke kreves redegjort for i en slik type evaluering vi snakker om, med de svakheter det medfører.

Enkeltevalueringer må også brukes med varsomhet, siden de ikke redegjør for metoder og ikke lokaliserer funnene i forhold til tidligere kunnskap på feltet.

Til sist vil vi igjen rette oppmerksomheten mot at punktene i evalueringsbeskrivelsen og kriteriene i evalueringen bygger på at aktørene handler rasjonelt og ikke "forstyrres" av andre sosiale og kulturelle prosesser som makt, interesser, symboler, egenpresentasjon med mer. De har altså som Schaumburg-Müller (2001) fremhever et positivistisk grunnlag, som vi allerede har stilt oss kritiske til. Vi vet at sosial samhandling ikke foregår under slike betingelser. Kunnskapsproduksjon, både vitenskapelig studier og andre former for kunnskapsproduksjon som for eksempel ekspertevalueringer, preges av valg og vurderinger, makt og interesser. Det betyr at de forsøksvis må være gjennomsluttede og åpne, og at de legges frem for kommentarer og kritikk. I akademisk arbeid finnes det systemer for dette, men både der og i andre organisasjoner kreves det vilje og miljø for utvikling og læring for at disse skal fungere. En evaluering er altså en sosial og kulturell prosess og må behandles som det, av deltakere, bestillere og mottakere.

11.3.3 Begrensninger og anbefalinger

Begrensningene i denne typen evalueringer ligger, som vi har drøftet ovenfor, i at en metode basert på ALNAP og justert gjennom utprøving, erfaringer og annen litteratur, ikke er teoribasert. Metoden inkluderer ikke, og utesker ikke, en eksplisitt programteori eller annen teori. Det betyr for eksempel at fortolkningene som gjøres ikke perspektiveres slik teorier bidrar til. Det betyr også at læringseffekten vil være begrenset på noen nivå, og at en utelater nyttig kunnskap og innsikt fra andre studier. Videre gjør det at en ikke bidrar til kunnskapsoppbygging på feltet, fordi en ikke kan plassere sine funn i forhold til tidligere analyser og andre studier. Mangel på en sammenhengende programteori vil også kunne medføre at en ikke oppdager den manglende relevansen mellom mål, lokale utfordringer og tiltak, eller tiltak og målgruppe – fordi disse sammenhengene ikke sammenstilles og tydeliggjøres. Teorifattigdommen gjør også at en ikke kan sette ulike teorier opp mot hverandre, og diskutere med og mot dem, og på den måten generere analyser av sammenhengene.

En enkeltmetodikk som ALNAP-metoden øker muligheten for at mange må finne de samme resultatene – gang på gang, snarere enn å la seg inspirere og videreutvikle kunnskapen. På den annen side er målet å vurdere konkrete spesifikke prosjekt og tiltak. Fordi det ikke er noen plass for å gjennomgå andre evalueringer, og plassere seg i forhold til dem, vil en verken dra nytte av tidligere liknende evalueringer, eller bidra til en empirisk kunnskapsbase.

Dette er bare en kort oppsummering av svakheter. De er likevel alvorlige og bør håndteres på en seriøs måte. For myndigheter og private organisasjoner, i vår sammenheng Kommunal- og regional departementet, Distriktssenteret, fylker, kommuner eller regionråd, KS og NHO, betyr det at de bør iverksette *metastudier* (Wiles 2005) som sammenstiller kunnskap fra flere slike evalueringer og setter dem inn i en teoretisk sammenheng. Det betyr også at de også bør bestille grundige forskningsbaserte evalueringer, casestudier og forskning av enkeltprosjekter, knipper av prosjekter og større programmer, i tillegg til enklere egenevalueringer. Denne studien av tilflyttingsarbeid er et eksempel på forskningsbasert evaluering, men vi vil understreke at

vi i denne studien har måttet bruke mesteparten av ressursene til kartleggingsarbeid og innsamling av empiri, og dermed mindre ressurser på teoretisk utviklingsarbeid. Dersom tilflyttingsarbeidene i større grad hadde vært evaluert og dokumentert på forhånd, kunne situasjonen kanskje vært annerledes.

Erfaringer fra bistandsfeltet samt drøftinger vi har gjort, indikerer også at slike studier kunne og sannsynligvis burde i noen grad skje i samarbeid med for eksempel finansierende institusjoner eller forskere. En del av betingelsene og begrensningene kan sannsynligvis avhjelpes ved å sette sammen evalueringsteam fra ulike organisasjoner. Det gjøres blant annet i bistandsfeltet gjennom det de kaller fellesevalueringer der flere finansiører går sammen om å evaluere prosjekter og tiltak. Det kan bidra til å trekke inn ulike typer spesialkunnskap, forskningskompetanse med mer. Det kan også bidra til kunnskapsbygging innad i og på tvers av finansieringsorganisasjoner, prosjektorganisasjoner, myndighetsnivå etc. En problematisk side ved dette er at det kan utvikle seg en evalueringsindustri, med kunnskap om evalueringer, men ikke om fagfeltet. Den kan i tillegg bli selvoppretholdende. En kan videre for eksempel inkludere forskere som veiledere eller samarbeidspartnere i internevalueringer og øke evalueringskompetansen i egen organisasjon på hensiktsmessige måter. Samarbeid med andre kommuner med liknende prosjekt eller utfordringer kan også bidra til redelighet, gjennomsiktighet og læring på tvers.

11.3.4 Bedre dokumentasjon og arkivering

I kunnskapsstatusen om rekrutteringsarbeid (Aure et al 2011), evalueringen av trainee-ordningene (Dahle et al 2011) og i delstudiene i denne undersøkelsen (spørreundersøkelsen, prosjektkatalogen og casestudiene) er det vist at det er manglende dokumentasjon av denne typen arbeid. En fornuftig dokumentasjon og arkivering av evalueringer ligger derfor også i det å bygge kunnskap på dette feltet. Muligens er Distriktssenterets prosjektdatabase svaret på denne utfordringen. Det gjenstår å se hvorvidt og i hvilken grad den kan være fullstendig, vedlikeholdes og oppdateres, er brukervennlig og faktisk brukes. Automatisering og kopling mot finansiørers mottak av søknader, rapporter, studier og evalueringer og andre muligheter vurderes sikkert på dette området.

På et annet nivå, har vi gjennom casestudiene erfart at flere av tilflyttingsarbeiderne ikke er komfortable med å skulle dokumentere resultater av sitt arbeid i form av å notere antall eller hvem de har hjulpet i forbindelse med tilflytting. De ønsker ikke å telle mennesker som om de skulle være varer, og opplever krav om dokumentasjon som respektløst overfor de menneskene de har vært i kontakt med. Det oppleves også til en viss grad at skjema og rapporteringer ikke hører hjemme i denne typen arbeid – som de opplever er samfunnsutviklingsarbeid. Det er fordi de mener det er sider ved arbeidet hvis resultater ikke så lett lar seg telle eller dokumentere på annet vis. Økte dokumentasjonskrav antar vi vil møte motstand hos mange, og kan kanskje også føre til lite hensiktsmessige konkurransesituasjoner f.eks. mellom lokale og regionale prosjekt.

Dette reiser igjen spørsmål om hva det er som skal og bør dokumenteres, og hva hensikten med dokumentasjonen er. Vi har erfart at prosjektledere ofte forbinder økt

dokumentasjonskrav med unødvendig byråkrati og kontrollaspekter. Det kan tenkes at selve formen på dokumentasjon kan spille inn på rapporteringslysten. Kanskje vil dokumentasjon som bygges på en evalueringsbeskrivelse eller programteori som en selv har utformet, fortone seg som mer meningsfullt og lærerikt, enn (bare) å rapportere om tellekanter som knyttes an til spørsmål om videreføring av prosjekter eller ikke. Dette handler også om kultur for læring i egen organisasjon som omtalt i 11.3..3 ovenfor.

11.3.5 Gode utlysninger og virkemidler fra finansørers side

I prinsippet er kriteriene som skal sikre sammenheng mellom mål, problemer, tiltak, målgrupper etc. like viktige i *utviklingen* av tiltak og prosjekt som i vurdering av dem. Her har vi presentert dem i en evalueringskontekst. Det er likevel i utviklingen av strategier, prosjekter og tiltak det er av størst betydning å sørge for at prosjektet vil svare på opplevde problemer, at tiltakene er egnet til å løse dem, at salgsbudskap er tilpasset målgruppe og at de adresserer og bygger på kunnskap om tilflytting, bolyst og bostedsvalg. Det krever kunnskap og gode utlysninger hos program- og prosjektutviklere. Det er forutsetninger for at det kan utvikles gode prosjekter. Vi vet at dette er forsøkt gjennom maler for prosjektbeskrivelser (for eksempel i bolyst-utlysninger) og ulike typer skjema. Vår erfaring (men studier av dette inngår ikke i denne analysen) er at disse ikke er gjennomtenkte og gode nok. De synes blant annet ikke å vektlegge sammenhenger mellom mål, problemer, tiltak, målgruppe etc. godt nok, selv om det spørres etter dette i noen skjema. Dette temaet ligger likevel ikke i dette oppdraget. Vi nøyer oss dermed med å påpeke et felt for forbedringer, og vil samtidig legge vekt på at målet ikke er gode skjema men gode prosjekter.

11.4 Oppsummering og konklusjon

I gjennomgangen av evalueringsbeskrivelsen, kriteriene for evalueringer, betingelser og begrensinger har vi pekt på en rekke punkter som kan bidra til å utvikle evalueringskompetanse hos prosjektledere, finansører og myndigheter. Anbefalingen til myndigheter på ulike nivå om å gjennomføre forskningsbaserte metaundersøkelser, casestudier og andre vitenskapelige undersøkelser bidrar til å øke kunnskapsgrunnlaget på feltet og vil på den måten kunne utvikle både tilflyttingsfeltet, kunnskapen om flytting, bostedsvalg og evalueringslitteratur. Anbefalingen om ulike typer fellesevalueringer kan i tillegg også bidra til kunnskapsbygging i deltakende organisasjoner.

Finansører, prosjekteiere og myndigheter må videre ta ansvar for å kreve og tilrettelegge for evalueringer og bidra med kunnskap om hvordan slike kan gjennomføres på hensiktsmessige måter. Slik vi ser det må dette inkluderes i arbeidet i hele prosessen fra utlysning av utviklingsmidler, via beslutninger, tildelinger og oppfølging, til rapportering og avslutning. De må også bidra til at kunnskap fra evalueringer dokumenteres, sammenstilles og brukes i organisasjonene. På ulike nivå vil disse aktørene også ha et overordnet ansvar for kvaliteten, gjennomsiktigheten og realiteten i evalueringene. De må derfor legge til rette for sosiale, politiske og kulturelle miljø som kan produsere gode og nyttige evalueringer. Det er krevende faglige og administrative lederoppgaver.

Prosjektledere og – medarbeidere i egnevaluator- eller medevaluatorroller er på sin side ansvarlige for å forsøke å gjøre faglig solide, spissende og avgrensede evalueringer. Målet er å bidra til læring og utvikling av bedre tiltak. Det krever at en evaluerer realiteter mot evalueringsbeskrivelsens mål og fokuserer på de sammenhengene og kravene om relevans og tilpasning som finnes i evalueringskriteriene.

Denne gjennomgangen og vår utprøving av ALNAP-metoden fra bistandsfeltet til norsk tilflyttingsarbeid har synliggjort noen sider ved forskjellene mellom ekspertevalueringer og forskningsbaserte evalueringer. Det gjelder særlig mangelen på metode og teori. Blant annet viser den at når en ikke kontekstualiserer evalueringer i eksisterende litteratur og plasserer den i forhold til et paradigme, fratas en muligheten til å bidra til kunnskapsbygging på feltet. Vi har også vist at evalueringen som ALNAP ikke bidrar til at en presenterer programteorien i sammenheng. Det kan også forhindre kunnskapsbygging og at en lærer fra andre studier og inkluderer andres erfaringer i utviklingen av egne prosjekt. Det kan gjøre sammenhengene mellom kunnskapen om tilflyttingsprosesser og utvikling av tiltak mindre tydelig. Vårt fokus på rekrutterings- eller tilflyttingsbudskap viste seg for eksempel å være viktig i forståelse av tiltakenes vinkling og innretning. Dette ville ikke komme frem uten at en også kjenner litteraturen på feltet og kan sammenstille analyser av flyttemotiver, rural idyll, betydning av arbeid etc. Det er mulig at et eget punkt med en sammenfatning av programteori kunne bøte på dette. Dette må eventuelt veies opp mot muligheten for gjennomføring av evalueringer.

Når vi likevel mener at tilflyttingsarbeidet kan tjene på å gjøre egnevalueringer, ekspertevalueringer eller fellesevalueringer etter en tilpasset ALNAP-oppskrift er det fordi det vil gi flere og bedre evalueringer som kan bidra til læring, først og fremst i egen prosjektorganisasjon. Andre tiltak og forskningsbaserte evalueringer, casestudier og prosjekter må bidra til sammenstilling, spredning og kritikk av denne kunnskapen og dermed en utvidelse av kunnskapsgrunnlaget. Vi mener derfor ALNAP-inspirerte metoder vil være et tillegg som kan bidra til flere egnevalueringer med bedre kvalitet. De er ikke et alternativ til andre studier og analyser. Fellesevalueringer og metastudier vil likeledes være metoder som kan bringe feltet videre.

12 Hva har vi lært om det siste tiårs tilflyttingsarbeid?

Vi har så langt oppsummert hvilke strategier, tiltak og arbeidsmetoder som benyttes for å rekruttere og beholde nye innbyggere, der vi har basert oss på spørreskjemaundersøkelsen, prosjektkatalogen og fem casestudier. I kapittel 2 og 3 diskuterte vi problemer knyttet til å måle effekter av tilflyttingstiltak. Til sammen utgjør dette en bakgrunn for dette kapitlets presentasjon og drøfting av spørsmål om resultater og effekter. Hovedspørsmålet er om tilflyttingsarbeidet har bidratt til økt tilflytting, og om hva som kan gjøres for å bedre resultatene i framtida.

12.1 Tilflyttingsarbeidet har effekt på noen av de som allerede har lyst til å flytte

Vi har funnet at tilflyttingsarbeidet kan ha en direkte effekt på *enkeltmenneskers flyttebeslutninger*. Det er imidlertid vesentlig å huske på at de aller fleste som flytter til distriktene gjør det upåvirket av dette arbeidet. Den totale flytteaktiviteten er svært stor, og tilflyttingsarbeid når en liten gruppe av disse. Det er andre faktorer av både strukturell og individuell karakter som har større innvirkning på tilflyttingen. På den forholdsvis lille gruppen av tilflyttere som har vært i kontakt med tilflyttingsarbeidet, ser vi at effektene kan variere fra å være avgjørende og utløsende for tilflytting til akkurat det stedet (fåtallet), til å være et ekstra lodd i en skål som allerede bikket mot innflytting (flertallet). I mange tilfeller, er det snakk om en framskyndelse av en allerede planlagt tilflytting. For andre igjen trenger ikke arbeidet ha hatt noe å si for selve flyttebeslutningen, men det kan ha vært en kjærkommen moralsk og praktisk støtte til å gjennomføre flyttingen. Vi har sett at tilflyttingsapparatet kan mobilisere slik at ønsket tilflytting ikke strandede på grunn av flaskehalser lokalt (f.eks. mangel på bolig). Videre kan arbeid som gjøres under paraplyen tilflyttingsarbeid ha påvirket flyttevurderinger, i og med at de er med å endre normer og forestillinger, strukturer og betingelser- og dermed også valg og vurderinger. Det er derfor klart at det finnes ulike grader av effekter.

I vår kvalitative tilnærming, har vi ikke funnet det mulig eller hensiktsmessig å skille mellom ulike grader av effekt det enkelte tilflyttingsarbeid har bidratt med. Ett og samme tiltak kan ha svak eller sterk virkning på forskjellige personer; grad av effekt kommer altså mye an på hvilken situasjon flytteren er i. Vi regner derfor en effekt som en effekt uansett om den er svak eller sterk. Tilflyttingsarbeid handler ofte om å stimulere en flyttelyst som allerede er til stede hos tilflytteren.

Vanskelig å dokumentere de totale effektene av tilflyttingsarbeidet

I kapittel 2 og 3 drøftet vi metodiske problemer knyttet til å vurdere og dokumentere effekter av dette arbeidet. Hovedproblemet er å isolere virkningen av tilflyttingsarbeidet fra øvrige faktorer som også påvirker folks flyttinger. Her vil vi også minne om at det er en *forutsetning* for å bli regnet med som et resultat i vår undersøkelse at tilflytteren på en eller annen måte *har vært i kontakt med tilflyttingsapparatet eller deres aktiviteter*.

Det må være en direkte forbindelse mellom tiltak og flytting for at vi skal kunne si at det er et resultat. Tilflyttingsarbeidet kan også ha hatt indirekte effekter på andre flyttere, men vi har ikke hatt mulighet til å finne ut hvorvidt det finnes tilflyttere som f.eks. har blitt inspirert av Flytt til Hardangers promoteringskampanje, og på grunnlag av den (og andre faktorer) har flyttet til Hardanger uten at de har tatt kontakt med tilflyttingsapparatet. Slike effekter er så langt ut i årsakskjeden at de vanskelig kan måles eller vurderes. Ut fra det vi vet om flytteprosesser har vi imidlertid ingen grunn til å tro at denne effekten er særlig stor. På den annen side kan vi si at det relativt sett desentraliserte bosettingsmønsteret i Norge sannsynligvis i en viss grad er resultat av ulike former for tilflyttingstiltak gjennom mange år. Vi kan heller ikke vite om det indirekte arbeidet tilflyttingsapparatet gjør for å stimulere til økt bevissthet og tilrettelegging av flytterrelevante forhold i regionen, har hatt effekt. Også her ligger tilflyttingsarbeidets eventuelle effekt så langt ut i kjeden av årsakssammenhenger at vi ikke kan få fanget det opp.

Når det gjelder flyttere som har vært i kontakt med tilflyttingsapparatet i casene våre, indikerer våre undersøkelser at tilflyttingsarbeidet har vært en faktor blant flere for svært mange av dem. For noen har det hatt avgjørende betydning.

Vi har selvsagt ikke snakket med alle tilflyttere. Det er flere årsaker til det. For det første blir ikke folk nødvendigvis registrert med navn og adresse når de er i kontakt med tilflyttingsapparatet, og hvis de blir det, er det personvern hensyn som i mange tilfeller forhindrer videre kontakt. Undersøkelsen vår har heller ikke hatt nok ressurser til å studere hele den potensielle populasjonen. Videre er det heller ikke alle som ønsker å stille opp som informanter.

Til slutt vil vi nevne at vi har erfart at det å få prosjektledere eller eiere til å anslå effektene i form av antall tilflyttere i mange tilfeller er vanskelig. I spørreundersøkelsen fant vi at kommunene i regelen overrapporterte effekter. Det er for eksempel tydelig for en del Placementkommuner, der antallet kommunene rapporterer gjennomgående er høyere enn tallene som Placement selv har registrert. Niedomysl (2004) fant også i sin svenske undersøkelse at kommunene hadde en tendens til å overvurdere effektene av tiltakene.

Til sammen gjør disse forholdene at vi ikke kan få noe totalmål på det mulige omfanget av effektene. Vi har likevel registrert at noen tiltak har ført til tilflytting. Nedenfor plasserer vi disse funnene i migrasjonsteorier for å kunne svare på *hvorfor* tilflyttingsarbeid kan virke. Vi bruker også teorigjennomgangen til å spore mulige læringseffekter; har tilflyttingsarbeidet større potensial enn det de har tatt ut?

12.2 Hva virker og hvorfor? Hva sier migrasjonsteoriene?

Flytteteoriene forteller om fire prinsipielt ulike måter tilflyttingsarbeid kan påvirke flytteprosesser. For det første kan man forsøke å påvirke de sosiale og materielle strukturene slik at et sted kan bli mer tiltrekkende. For det andre kan man forsøke å påvirke flyttebeslutningsprosessen til den enkelte eller husholdet. En tredje teori går ut på at det å styrke omdømmet til et sted vil hjelpe og dette er nært beslektet med å

endre stedene. En fjerde utvikling i migrasjonsforskningen er at fokus er dreiet bort fra selve flyttehandlingen, til å prøve å forstå kompleksiteten i hvordan mennesker erfarer og forholder seg til steder i sine hverdagsliv – altså det vi i innledningen har beskrevet som vår programteori og en praksistilnærming til flytting. Vi viser hvordan tilflyttingsarbeidet trekker på alle fire retningene.

12.2.1 Strukturelle teorier: Tilflyttingsarbeidet bør utbedre objektive levevilkår

De strukturelle migrasjonsteoriene bygger på at det er økonomisk-rasjonelle hensyn som styrer folks bostedsvalg; folk flytter dit de får høyest inntekt – eller de materielt sett kommer best ut. Tradisjonelt har teoriene lagt vekt på rent økonomiske forhold, men etter hvert har andre goder som bolig, fritidstilbud, tjenestetilbud, skoletilbud, veier/tilgjengelighet osv. blitt inkorporert i samme forståelsesmåte. Det tas for gitt at folk er rasjonelle i sine valg, at de har full oversikt over alle muligheter, og baserer sine valg på nyttemaksimering. Bare de materielle vilkårene er på plass, vil tilflyttingen øke. Flyttemotivundersøkelser bygger gjerne på en slik forståelse av flytting. Folk blir bedt om å oppgi det de syntes mangler ved fraflyttingsstedet og samtidig oppgi det som tiltrakk dem ved tilflyttingsstedet. Politikken oppgave blir da å utjevne balansen: Å skaffe fraflyttingsstedet det fraflyttingsstedet mangler, slik at det blir likere tilflyttingsstedet. Den delen av distriktpolitikken (både den smale og den brede) som går ut på å stimulere til flere arbeidsplasser, økt verdiskaping og bedre levekår generelt, er altså i tråd med klassisk flyteteoris oppskrift for å påvirke flyttingene.

En forutsetning for at disse klassiske teoriene skal virke, er at det er vesentlige regionale forskjeller i levevilkår – hvis alt er likt overalt er det ikke noe poeng i å flytte. Slike teorier kan forklare arbeidsinnvandring: Mulighetene for arbeid og et høyt lønnsnivå i Norge er hovedårsak til at trenden med nettofraflytting i distriktene er snudd til netto (internasjonal)innflytting. For innenlands flytting har ikke denne teorien stor forklaringskraft i dagens situasjon. De senere årene har det vært mulig å få jobb så å si over alt i landet, selv om type jobb og karrieremuligheter fortsatt er ujevnt fordelt. Det er arbeidskraften snarere enn arbeid som har vært det knappe godet, hvis en ikke tar høyde for type jobb. Videre er man i Norge sikret visse basistjenester over alt: om man for eksempel blir syk langt unna et sykehus, så blir man hentet i helikopter. Den regionale utjevningen i Norge har ført til at forskjeller i inntektsvilkår og andre objektive faktorer ikke er så viktige for folks bostedsvalg lenger fordi de er tilgjengelige "over alt" (Sørli et al. 2012). Det er likevel ikke vanskelig å finne eksempler på at store utbygginger som skaper arbeidsplasser og aktivitet, som f.eks. Gardermoen, også skaper tilflytting (Ørbeck og Hagen 2001). Motsatt har vi sett i denne undersøkelsen at tilgangen på tilfredsstillende boliger, til det kjøpere oppfatter som en passende pris, har vært et knapt gode i mange distriktskommuner – og at det har hindret tilflytting. I mange tilfeller er det mer snakk om at boligmarkedet fungerer dårlig, enn boligmangel. I følge teorien vil utbedring av boligmarkedet være riktig virkemiddel for å øke tilflyttingen.

Tilflyttingsapparatet er pådrivere og bidrar indirekte til flytting

Summa samarium sier disse teoriene at visse "objektive" betingelser må være til stede for at folk skal flytte og at det går an å påvirke disse betingelsene gjennom tilrettelegging. Et hovedfunn er derfor, ikke overraskende, at tilflyttingsarbeidet i svært liten grad har de virkemidler som skal til for å påvirke strukturelle forhold som dette.

A) Når det gjelder tilrettelegging for et bedre *boligmarked* ser vi likevel at tilflyttingsapparatet har bidratt indirekte gjennom:

- 1 Informasjons- og stimuleringstiltak for å få huseiere og grunneiere til å legge ut tomter og boliger for salg/leie. I casene våre fra Vest-Telemark og Hardanger ser vi at vesentlige deler av tilflyttingsarbeidet etter hvert har gått over i å stimulere til samarbeid mellom kommuner, grunneiere, husbanken, arkitekter og boligbyggere, fylkesmenn og departement for å få bedret boligsituasjonen.
- 2 å være pådrivere på flere politiske nivå for å få satt distriktenes problematiske boligmarked på agendaen – slik at andre instanser som har relevante virkemidler kan gjøre noe med situasjonen

Tilflyttingsarbeidet trenger altså ikke bare å handle om å påvirke potensielle tilflyttere direkte. De kan også bidra indirekte ved *å følge med på hva som skal til for å være et attraktivt bosted, og være en pådriver for å få tilrettelagt de "objektive" forholdene, kan være like viktig*. Vi har sett at boliger er en flaskehals, og vi har sett at boligrelaterte tiltak som prøvebustaden og småbruksprosjektet i Vest-Telemark, oppussingstilskudd og andre tilskudd i Hardanger, samt bolig og atelier/verksted for kunstnere har virket; de har ført til tilflytting (om enn ikke alene).

For tilflytterne vi har vært i kontakt med, er boligmarkedet relevant for tilflytting på tre måter:

- For de fleste er bolig en nødvendig betingelse for å kunne bo. En betingelse som de fleste nok tar som en selvfølge at steder som søker etter folk har. Blir man «invitert» til å flytte til et sted uten akseptable boliger, vil man føle seg lurt. En kartlegging av forholdene på forhånd vil kunne forhindre dette.
- For enkelte kan selve boligen være bestemmende for hvor de flytter; det er særlig tydelig for folk som er ute etter småbruk, men også andre spesielle boligmiljø kan fungere som magneter. Har man slike ressurser, bør de fram. Har man det ikke, kan det være bedre å ikke late som heller.
- Billige boliger og boutgifter er tiltrekkende for mange. (Tilflyttingsapparatet på sin side gjør lite for å informere/reklamere om denne fordelene. De er redd for å selge seg på billigsalg, og for å tekkes personer de ikke ønsker) Innsats for å få omsatt boliger som trenger oppussing og renovering kan føre til både tilflytting og oppgradering av boligmassen.
- Det ser videre ut til å være en forventning om at boliger skal være billigere og større i distrikter. Det gjør muligens at grensen for hvor mye en er villig til å betale for bolig er lavere enn i landet for øvrig. Byggeprisen derimot er ikke det.

Kombinert med dårlig fungerende boligmarkeder – les: liten sjanse for å få igjen investeringen, gjør bygging og restaurering risikofylt. Billige tomter eller stipend for husbyggere kan bidra til å minske denne risikoen, eller i det minste signalisere at kommunen anerkjenner problemet.

B) *Arbeidsmarkedet* er den andre tunge strukturelle betingelsen for tilflytting.

Tradisjonelt har distriktsutvikling i stor grad dreid seg om næringsutvikling, jobbskaping og etterhvert entreprenørskap. På samme måte som en nå sier at mange boligmarked i distriktene fungerer dårlig (Nygård et al. 2010), har distriktspolitikken i stor grad dreid seg om å få arbeidsmarkedet og næringslivet til å fungere bedre. Fortsatt er mange tilflyttingsprosjekter nært knyttet til næringsutvikling og integrert i et bredere lokalt utviklingsarbeid i eller utenfor næringshager. Samtidig kan vi si at tilflyttingsarbeid har vokst frem som et eget felt preget av en breiere tilnærming til tilflytting. I mange tilfeller innebærer det også mindre oppmerksomhet om arbeidsmarkeds betydning for flytteprosesser.

I dagens Norge er det en generell mangel på arbeidskraft. Likevel viser det seg at mange lokale og regionale arbeidsmarked er relativt ensidige. Det er få psykolog- og ingeniørstillinger i det aktuelle markedet- selv om kommunens mangel på en eller to stillinger er prekære. Det betyr vanskeligheter med å skifte jobb, ofte et manglende miljø, stor faglig risiko for nyutdannede, få karriere- eller utviklingsmuligheter eller muligheter for å skifte beite. Det aktuelle arbeidsmarkedet kan mangle både bredde og dybde, selv om det er mangel på kompetansearbeidskraft. I vårt materiale har flere prosjekt erfart at de har måttet gjøre en grundigere jobb for å kartlegge stillinger og behov, og *analysere* sitt arbeidsmarked før de går ut for å rekruttere arbeidskraft. Det å rekruttere spesifikke arbeidstakere til ledige stillinger har derimot vist seg vellykket.

Samarbeid mellom næringsutviklingsaktører og tilflyttingsprosjekter synes derfor viktig. Men på samme måte som med boligtiltak, har tilflyttingsprosjekt relativt liten mulighet til å skape store endringer i det vi kaller arbeidsmarkedets bredde og dybde.

Vi har sett at tilflyttingsapparatet har forsøkt å påvirke arbeidsmarkedet eller snarere koplingen mellom arbeidstaker og arbeidsmarked indirekte på flere måter.

1. De arrangerer møter med lokalt næringsliv for å få til ordninger som kan synliggjøre arbeidskraftbehovet, og gjøre det lettere for små bedrifter å være på arbeidsmarkedet. En flaskehals for små bedrifter er å få tid (og penger) til å lyse ut, deretter sette av tid til å gå gjennom og svare på henvendelser. Det kan tenkes at det går an å få til kollektive ordninger som gjør dette lettere. Videre er det relevant å få næringslivet til å stille opp på arrangementer som rekrutteringsmesser og tilbakeflyttertreff for å informere og synliggjøre noen av sysselsettingsmulighetene.
2. Å få reelle vakanser fram i dagen, har potensial til å påvirke tilflyttingen. Mange prosjekter inkluderer nettsider med jobbportaler. Hvis disse vedlikeholdes og oppdateres kan de fremheve og synliggjøre jobber på en annen måte og ikke

minst for et annet publikum enn de som aktivt er jobbsøkere gjennom NAV og andre steder.

3. Å legge til rette for pendling eller fjernarbeid gjennom infrastruktur som digital og fysisk kommunikasjon bidrar til å utvide og utvikle bo- og arbeidsmarkedsregioner. Kontorhotell og næringshager er i tillegg til tradisjonelt fysisk infrastrukturelt tiltak noe vi har sett har effekt.
4. Vi har også sett ansatser til at tilflyttingsarbeidets budskap kan smitte over til kommunens egne rekrutterings- og arbeidsgiverstrategier. Kommunen er en viktig arbeidsgiver i distriktene og en offensiv strategi på rekruttering kan tjene tilflyttingssaken. Vi tror ikke kommunene har tatt ut potensialet når det gjelder å tilrettelegge for arbeidsinnvandring og tilflytting utenfra med tanke på å oppnå økt bosetting.

Direkte tiltak er rettet mot potensielle innflyttere personlig, og for mange i tilflyttingsapparatet er nok dette en type arbeid de kanskje ikke rapporterer, ikke regner med, eller vil ta æren for i sitt arbeid. Vi har likevel sett tiltak som har effekt:

- Vi har sett at rekrutteringsteam som inkluderer potensielle arbeidsgivere kan ha stor effekt og i flere tilfeller har ført til at potensielle innflyttere har fått jobb og dermed har flyttet.
- Rekruttering av spesifikk kompetanse til ledige stillinger gjennom Placement har vært svært vellykket enkelte steder.
- Vi har sett at bare det å fortelle tilflyttingsverten at de kunne trenge en ny person, kan hjelpe små bedrifter. Tilflyttingsverter har dermed kunnet formidle kontakt og på den måten bidratt til rekruttering av både arbeidskraft og innbyggere.

Breie tiltak som å styre skoleelevers entreprenørskapskraft, kunnskap om lokalt nærings- og arbeidsliv, ofte kombinert med identitetsskapende arbeid og tema som tilhørighet er ofte også svar på utfordringer knyttet til arbeid og arbeidsmarked, og det å se steder som potensielle arbeids- og bosteder i fremtiden. Slike tiltak er svært langsiktige og henter i stor grad sin begrunnelse i breiere prosesser enn tilflytting. De bør heller ikke vurderes ut fra de kravene vi har lagt til grunn i denne studien. Vi vil likevel trekke frem at de kan henge godt sammen med annet tilflyttingsarbeid, kan bidra med læring, og opprettholde kontakt med unge menneskers forventninger og liv. Noe av dette blir diskutert nærmere i neste avsnitt.

12.2.2 Individorienterte teorier: Tilflyttingsarbeidet bør påvirke individers beslutningsgrunnlag

De klassiske strukturelle flytteteorier kan sies å være deterministiske; dvs. at bare man sørger for arbeidsplasser, boliger osv. så kommer folk flyttende. Det er på den måten et enkelt menneskesyn som ligger til grunn, nemlig at stimuli gir respons. Mennesker er derimot mer komplekse enn som så. De har egen vilje og er slett ikke alltid like rasjonelle; ikke minst er de sosiale vesener som har familie, venner og følelser. Dette ligger til grunn for mer individorienterte teorier om flytting. I følge disse teoriene er flytting et (fritt) valg for individ eller hushold, og det er derfor vesentlig å undersøke

enkelpersoners og husholds bostedspreferanser for å kunne påvirke deres bostedsvalg. Forskning innenfor denne forståelsesmåten legger vekt på å få fram hva som karakteriserer flyttere hva angår personlige egenskaper, flyttemotiver og bostedspreferanser; f.eks. hvordan flyttemotiv varierer med kjønn, livsfase, utdanningsnivå med mer. I dette ligger også forhandlinger, makt og diskusjoner mellom personer i flytteenheten (husholdet).

Tilflyttingsarbeidet vil innenfor denne tankemåten dreie seg om å bedre beslutningsgrunnlaget for potensielle tilflyttere. Det bygger på det enkle faktum at det er lite sannsynlig at folk *velger* å flytte til et sted de ikke vet noe om på forhånd. I sin mest naive form sier teorien at tilflyttingen vil øke når flere personer får kunnskap om stedets muligheter. I likhet med de strukturelle flytteteoriene, bygger de individbaserte på en ide om at vi alle til en hver tid skanner hele landet/verden etter bedre steder å bo – og vil foreta en flytting når vi blir opplyst om at vi kan ha vesentlig nytte av det. Dette er en forutsetning som ikke synes å være dekkende for den situasjon folk flest er i. (Men for noen er den mer betegnende enn for andre: nyutdannede på jakt etter sin første jobb, arbeidere fra lavkostland på jakt etter høy lønn, småbruksentusiaster og livsstilsflyttere). I praksis sier denne teoriretningen at kunnskap om flytteprosesser, flyttemotiv og egenskaper ved ulike typer flyttere og ikke-flyttere er vesentlig for å kunne nå fram med riktig informasjon til rett målgruppe.

Tilflyttingsarbeidet bidrar med relevant informasjon og veiledning

Her fremhever vi og lister opp noen tiltak som er relevante for å gi potensielle tilflyttere et bedre beslutningsgrunnlag. At målgruppen får et bedre beslutningsgrunnlag kan i teorien også føre til at en halvønsket flytting ikke blir gjennomført – så strengt tatt burde tiltakene vurderes etter hvor godt de fungerer til å bedre beslutningsgrunnlaget, heller enn hvor mange tilflyttinger de har generert. For at informasjons- og kommunikasjonspregede tiltak skal virke, må de treffe riktig målgruppe med informasjon som oppleves som relevant for dem. Som antydnet i kapittel 10, har tilflyttingsarbeidet forbedringspotensial på dette området – særlig med hensyn til å tenke bredere om hvem som kan være målgruppe og mer spesifikt om hva slags informasjon og stimulering de trenger. De tiltak eller informasjonskanaler som presenteres her representerer grader av målrettethet med hensyn til personlig vinkling og målgruppe. Disse må på ingen måte oppfattes som de eneste relevante kriteriene. Informasjonen kan f.eks. målrettes bedre ved å velge informasjonskanaler med omhu, slik som f.eks. å annonsere i kunstitidsskrift når man er ute etter kunstnere, i friluftlivsmagasinet om man er ute etter friluftslivsentusiaster, skoler/universitet når man er ute etter høyt utdannet arbeidskraft osv. Når man har en spesifisert målgruppe er det trolig lettere å finne en relevant kanal – men det er ingen garanti for å få tilflyttere.

Fokus på grad av personlighet og grad av spesifisert målgruppe:

1. Informasjon til "allmennheten": Er relevant fordi en viss kunnskap om tilflyttingsstedets arbeids- og boligmarked, boliger og viktige tjenestetilbud f.eks. skole og barnehage er grunnleggende for at folk skal kunne flytte dit. Folk får imidlertid informasjon fra mange kanaler. I følge flere undersøkelser er den

viktigste kilden til informasjon familie og venner (Grimsrud 2006, Dahle et al. 2011, AUD 2011b)– noe som understreker relevansen av å rette informasjonspregede tiltak også mot kommunens/regionens egne innbyggere, slik vi ser er vanlig i flere av casene. Flere og flere finner gjerne opplysninger om jobb og bolig på Internett – uavhengig av om stedet har en tilflyttingsportal eller liknende. De fleste som driver tilflyttingsarbeid har likevel en hjemmeside, facebookside m.m, og noen av disse inneholder databaser over hus, jobber osv. Dette er relevant for en del tilflyttere, og vi har sett eksempler på at flytteprosessen (ofte etter at en flyttelyst er etablert) kan starte med et søk på nettet. De fleste trenger å undersøke mer konkret i tillegg. Kontaktopplysninger til navngitt «flyttekonsulent» som kan hjelpe en videre, blir opplevd som betydningsfullt i denne sammenheng. (Terskelen for å ta kontakt med en konsulent er lavere enn å ta kontakt med ordfører – som vi mange ganger har sett oppført som kontaktperson).

2. Møteplasser for spesielt interesserte (treff, seminarer og messer) i og utenfor kommunen/regionen kan fungere fordi de representerer et (første) *personlig* møte mellom potensielle tilflyttere og representanter for et lokalsamfunn. Når disse møtene er mer enn rene reklameframstøt fra kommunen/regionens side, dvs. at de kan vise til at det finnes reelle vakanser som kan fylles, har vi sett at dette kan føre fram til tilflytting. Dette skjer trolig lettest der det er samsvar mellom målgruppe og formål; f.eks. på jobbmesser slik vi også har sett for traineeordningene (Dahle et al. 2011).
3. Meklere, personlig tilpasset informasjon: For de som er kommet lenger i flytteprosessen er tilflyttingsverter, team o.l. til stor hjelp i flytteprosessen. I tillegg til å være en førstelinjetjeneste som bidrar med relevant og personlig veiledning, kan de også ha en meglerrolle som kan gå ut på praktisk hjelp til å finne fram til boliger, komme i kontakt med arbeidsgivere, omvisning med lokalisering av tjenestefunksjoner og mulige fritidsaktiviteter m.m. Dette er en funksjon som kan ha en avgjørende betydning på steder der jobb- og boligmarkedet ikke fungerer. En viktig årsak til at tilflytterverter og lignende har effekt på tilflytting er at de har lokal kunnskap. De kjenner personlig arbeidsgivere, hus- og hytteiere og lokale forhold, slik at de kan forhøre seg om muligheten for jobb og husvære på vegne av tilflytteren, eller tipse tilflyttere om konkrete muligheter som de kan undersøke selv. Et potensielt konfliktområde i så måte er forholdet til lokale eiendomsmeklere og kanskje også arbeidsformidlere/rekrutteringsbyrå.

Det er langt flere jobbmuligheter i distriktene enn det folk synes å være klar over. På den annen side kan det være langt færre muligheter for å få en bra/ønsket bolig enn det folk synes å tro. Gjennom informasjonstiltak kan tilflyttingsarbeidet bidra noe til å jevne ut dette misforholdet. Dette handler imidlertid også om å påvirke holdninger og hva slags inntrykk folk har av distriktene og spesifikke steder. Mange tilflyttingstiltak fokuserer på å gi mer kunnskap til unge, til potensielle tilflyttere og det synes å være gode grunner til det. Det synes også å være et nødvendig element i en tilflyttingsprosess.

12.2.3 Teorier om representasjon: Tilflyttingsarbeidet bør forbedre stedsimaget

De siste tiårene har migrasjonsforskningen vært opptatt av hvordan folks forestillinger om enkeltsteder og kategorier av steder, så som distrikter og storbyer, kan påvirke valg av bosted mer enn hvordan disse stedene faktisk "er" eller kan beskrives (Halfacree 1995, Rye 2006, Sørli, Aure og Langset 2012). Fokus på fremtreden og immaterielle verdier står i høysetet. Hvis folk oppfatter Distrikts-Norge som umoderne, bakstreversk og slett ikke sted for de som vil noe i livet, så kan det ha langt større betydning for flyttestrømmene enn den faktiske fordelingen av jobber, utdanningsinstitusjoner og andre fasiliteter (Fosso 2004). Om man ser på Rjukan som et "høl" så spiller det liten rolle om man kan få drømmejobben, stort hus og gratis barnehage der (Hansen 2004). Om man derimot oppfatter storbyen som stressende, skitten og bråkete, så er man kanskje villig til å redusere på andre krav for å flytte til roen og freden på bygda (Villa 1999). Slike sammenhenger antydes i både i internasjonal og nasjonal forskning (Fløysand og Jakobsen 2007, Phillips 1998), og det er nettopp kunnskap fra denne forskningen som ligger til grunn for mange av distriktskommunenes omdømme- og flytt-hit-kampanjer: De ønsker å synliggjøre seg og påvirke folks bilde av stedet i positiv retning. Å utvikle stedlig identitet for å kunne påvirke omgivelsens oppfatning i positiv retning, eller altså drive omdømmebygging, er tilsynelatende blitt noe alle holder på med. Det er blitt så selvinnsynende korrekt at det ikke trenger å argumenteres for (Wæraas et al. 2011).

Til tross for stor tro på at omdømmebygging kan stimulere tilflytting, er sammenhengen mellom stedsoppfatninger og bostedsvalg i liten grad dokumentert. Det er midlertid helt klart at det ikke er noen enkel sammenheng. En ting er at bildet man har av bygda endrer seg over livsløpet. Haugen og Villa (2006) viser for eksempel at i tenårene ønsker mange jenter seg bort fra bygdas sladderkjerringer, men når man blir mor selv ønsker man seg tilbake til den sosiale tryggheten som ligger i at folk bryr seg. En annen ting er at man gjerne har både positive og negative bilder i hodet samtidig (Wiborg 2003). Om byboeren har et aldri så positivt inntrykk av distriktene og setter pris på å være ute i naturen, så er det ikke nødvendig å flytte dit. For mange holder det å dra på ferie dit, dra på hytta (Overvåg 2009) eller rett og slett ta Fløibanen til byfjellene eller trikken til bymarka.

Denne retningen er kritisert for å overse hvor viktig materielle forhold er for flytting. Det viser seg f.eks. at materielle faktorer som eiendom i stor grad påvirker flytting (Sørli 2003, Rye 2006) og som vi har vist over er jobb og bolig fortsatt viktige flyttemotiv. Fokus på representasjoner gir derimot inntrykk av at bilder, kommunikasjon og språk, er nok for å påvirke folks flytte- og bostedsvalg. Altså, bare distriktene framstilles som gode og attraktive bosteder – så vil flytterne komme. Det kan se ut til at mye av tilflyttingsarbeidet har falt for dette (forskningsbaserte) trikset.

Størsteparten av tilflyttingsarbeidet handler om identitet og omdømme

Antakelig handler størsteparten av tilflyttingsarbeidet om å styrke identiteten og stedsimaget både internt i tilflyttingsregionen og utenfor denne. Her er det nyttig å skille mellom identitet med eller til et sted, som i stor grad handler om tilhørighet, og stedets

identitet som kan handle om stedets egenart (Dale og Berg 2013, med henvisning til Relph 1976). Mye av tilflyttingsarbeidet gjør ikke det, men ville sannsynligvis tjent på å gjøre det. Denne typen arbeid ligger innbakt også i andre tiltak og aktiviteter enn de som eksplisitt har dette som mål (som f.eks. promoteringskampanje). Som vi har gjentatt flere ganger, er det vanskelig å måle om, og i hvilken grad, dette virker til å stimulere flyttelysten og om dette i neste omgang fører til økt tilflytting. I denne sammenheng er det på sin plass å nevne at økt tilflytting på ingen måte er den eneste motivasjonen bak det å drive promotering og omdømmebygging. Som Villa (2012) skriver, må omdømmebyggingen forstås i sammenheng med bygdene sin kamp for å hevde seg i rangeringen av steder. Å få satt seg på kartet er en akseptert målestokk for vellykket innsats; for da har en klart å gjøre seg synlig selv om en er liten og perifer. Vi ser av tilflyttingsprosjektenes sluttrapporter at f.eks. antall medieomtaler er et resultatmål i seg selv. Implisitt synes det altså å være en tro på at markedsføring virker, og at det i sin tur vil føre til flere tilflyttere, men også stolthet og selvtillit for folk og steder. Vi har imidlertid påpekt at de bildene som formidles og det omdømme som potensielt skapes, er nokså ensartet. Det er et paradoks siden dette arbeidet forutsettes å skulle ta utgangspunkt i egen identitet (i betydningen egenart/særpreget). Alle prøver å være unike på den samme måten (Hylland-Eriksen 2008). Fortellingen om det gode livet på landet, den norske rurale idyll, er nokså enerådende – med ”frisk og sporty” og ”arbeid/nytteperspektivet” som underlegne utfordrere. Mens bildet av det gode liv på landet synes å gå rett hjem hos mellomeuropeere, kan andre synes at imaget kan være nostalgisk og lite framtidsrettet. Siden mange tilflyttere i praksis er tilbakeflyttere- eller internflyttere fra andre distriktssamfunn, kjenner de både fordeler og ulemper med denne typen liv. Virkningen på tilflyttingen vil også av denne grunn være meget usikker. Det er vanskelig å finne et budskap som skal passe alle uten at det blir innholdsløst.

Teoriene og forskningen om dette temaet gir oss en viss grunn til å si at det å prøve å endre oppfatninger tar tid, og krever mer enn en enkeltstående kampanje. En god representasjon er neppe nok. Mottakeren må også oppleve at det er en sannhet, eller et reelt innhold, knyttet til imaget – slik vi også kan lese av nyere, såkalte integrerte, retninger innen migrasjonsforskning.

12.2.4 Integrert modell: Tilflyttingsarbeidet bør legge vekt på mangfold

Flytteforskningen i dag går gjerne ut på å kombinere de tre hovedretningene nevnt foran; ikke minst har materielle forhold kommet mer fram i lyset, men da som et integrert element sammen med sosiale og kulturelle faktorer i hvordan vi oppfatter verden rundt oss. En viktig lærdom fra denne forskningen er at flyttebeslutninger og - handlinger er mer komplekse enn det man først tenker seg. Det er fordi flytting er innvevd i folks svært så ulike biografier, og folks biografier er innvevd i andres biografier (Boyle og Halfacree 1998). Flytteren er et sosialt vesen som handler i relasjon til sine omgivelser. Dette kommer fram når flyttere forteller om sine flyttinger. Da blir det som regel klart at flytting ikke bare har én årsak, men at det henger sammen med flere aspekter i den personens liv; der relasjoner til bostedet og andre steder henger sammen med oppvekst, kjærlighet, vennskap, familieliv, karriere med mer. Disse forholdene er tett sammenkoplet med eksistensielle spørsmål om hvem en ønsker å være (identitet) og

hva slags liv en ønsker å leve (livsstil). Dette er forhold som dessuten forandrer seg over livsløpet, og som ikke nødvendigvis framstår som entydige og klare for flytteren. Ut fra dette kan en avlede at det nesten er umulig å skulle designe et tilflyttingsarbeid som har stor sannsynlighet for å lykkes, og ikke minst som kan evalueres klart med enkle konklusjoner og påfølgende anbefalinger.

Halfacree's (2006) teoretiske modell for rural endring er mye brukt for å få fram at det trengs en viss indre sammenheng, intern logikk, mellom materielle, immaterielle, imaginære og erfarte forhold for at "bygda" skal stå fram med en noenlunde enhetlig, troverdig og vedvarende identitet. Radikal endring skjer først når den indre sammenhengen mellom disse elementene ikke er der lenger, men erstattes av nye. Slike endringer tar lang tid. Å endre en fraflyttingsbygd til en tilflyttingsbygd vil derfor kunne kreve integrert innsats på flere områder, for eksempel: For det første på materielle/institusjonelle forhold som arbeidsplasser, bolig, tjenestetilbud og alt vi normalt tenker på som stedsegenskaper. For det andre kan man prøve å påvirke hvordan bygda "offisielt" framstiller seg selv gjennom kampanjer, tilflyttingstiltak, festivaler med mer, og for det tredje, for at dette skal ha noen effekt, må det også henge sammen med "det levde liv", altså hvordan folk erfarer og opplever bygda i praksis. Denne modellen illustrerer at tilflyttingsarbeid i alle fall ikke er enkelt.

Med dette er relasjonen mellom mennesker og steder, både før og etter flytting, blitt fokus for forskningen, heller enn selve flyttehandlingen. For eksempel er det blitt mer fokus på inkluderings- og ekskluderingsmekanismer; hvem som føler at de hører til et sted og hvem som føler at de ikke er på rett sted (Cresswell 2006). Forenklet kan man si at når ei bygd framstiller seg som tradisjonell (på bakgrunn av at det er slik de oppfatter seg selv), så virker det naturligvis mer tiltrekkende på "tradisjonelle" flyttere enn på andre, og dermed kan det medvirke til å forsterke de tradisjonelle sidene ved bygda – forutsatt at de tradisjonelle flytterne ikke opplever at budskapet var en bløff, men heller opplever at bygda innfrir forventningene slik at de blir værende. De som – både i og utenfor bygda – opplever at de ikke hører hjemme på et såpass tradisjonelt sted, vil ikke i samme grad føle tilhørighet. De kan flytte, eller forsøke å påvirke på andre måter, eller bare leve med det.

Overført til tilflyttingsarbeid kan denne "nye" innfallsvinkelen fortelle at 1) det er viktig med innsats på flere områder samtidig og at disse må ses i sammenheng. Dette er i tråd med hvordan de større satsningene på tilflyttingsarbeid opererer; alle casene våre har flere forskjellige tiltak og aktiviteter rettet mot ulike områder. 2) Det bør være samsvar mellom omdømmesatsning og realiteter – slik vi gir eksempel på nedenfor (å vise seg fram i praksis). Den kan også gi hint om at man må tenke utradisjonelt om man skal oppnå endring. 3) Videre bør man altså være skeptisk til mer av den samme gamle oppskriften. Oppfatningen av Bygde-Norge som den rurale idyll er langt fra ny, tvert i mot er den godt befestet i folks bevissthet – uten at det ser ut til å ha hatt noen dempende virkning på sentraliseringen. Ja, kanskje kan vi si at sentraliseringen er en forutsetning for at dette nostalgisk-idylliske bildet av Bygde-Norge skal bestå. Det er myntet på (og mange vil si skapt av) et blikk fra sentrum. Å forsterke denne fortellingen,

som bygger på et fastlåst og hierarkisk organisert motsetningsforhold mellom by og land, er kanskje ikke så lurt om det er endring en har som mål? Å stille dette spørsmålet betyr ikke det samme som å si at bildet ikke fungerer. (Det ser som tidligere nevnt ut til å fungere for livsstilsflyttere fra utlandet.) Poenget er å stille spørsmål ved det selvfølgelig og vante, og erstatte tatt-for-gittheter med analyser av den lokale situasjonen og målgruppers behov.

Likeledes kan man stille seg skeptisk til bruk av de samme gamle og selvsagte målgrupper. Et eksempel: Hvis man som fraflyttingsbygd ønsker å konsentrere tilflyttingsarbeidet om tilbakeflyttere ut fra den oppfatning at flesteparten av innflytterne er tilbakeflyttere, så overser man gjerne det faktum at grunnen til at tilbakeflytterne synes å være så mange, er at nye tilflyttere er så få. Man kan beskrive tilbakeflyttingen som en suksesshistorie, men den kan like gjerne si at det beskriver en manglende evne til å tiltrekke seg nye innflyttere. Bør da satsingen settes inn mot tilbakeflyttere eller nyinnflyttere? Eller begge grupper? Det som kjennetegner vekstområder er ikke høy andel tilbakeflyttere (den varierer i sammenlikning lite fra sted til sted), men høy andel nye tilflyttere (Sørli). Forskningen gir ingen entydige svar på dette, men den kan stimulere til å drøfte viktige spørsmål i tilflyttingsarbeidet. Valg av målgrupper må også basere seg på analyser av den lokale situasjonen – i kombinasjon med resultater fra forsknings- og utviklingsarbeid.

Å vise seg fram i praksis

Sogndalscasen er et eksempel på det å selge et image kan virke. Men de går lenger enn bare å selge et bilde; de viser at imaget har en stedlig forankring i konkrete aktiviteter og dermed at det dreier seg om mer enn symboler. De viser seg fram i praksis gjennom å tilby aktiviteter som tilflyttere, tilreisende og lokalbefolkning kan delta på og dermed erfare. Samtidig finnes det aktuelle kompetansearbeidsplasser på stedet. Ved å få fram at dette dreier seg om å få ta del i et miljø som har fjellsport som livsstil, skiller de seg fra kommuner som mer «passivt» reklamerer med at de har gode ski- og turmuligheter i fjellet.

De har altså gått inn for å styrke et eksisterende miljø som antakeligvis allerede i utgangspunktet har vært selvrekrutterende. Om satsningen hadde vært effektiv uten dette miljøet i bunn, stiller vi oss tvilende til. Vi kan tenke oss at dersom Bratt Moro flyttet til foten av et annet fjell og startet tilsvarende virksomhet det, så er det heller tvilsomt at det ville gitt samme effekter. Sogndalscasen får også drahjelp av et gunstig lokalt arbeidsmarked, basert på statlige arbeidsplasser, for høy utdannede – de materielle/institusjonelle forholdene ligger godt til rette for at tilflytting av høyt utdannede er mulig. *Med andre ord stemmer det bildet de selger med det "faktiske" innholdet.* Tilflyttere opplever, etter det vi erfarer, at Sogndal er det "beste stedet for fjellsport", og gjennom sin deltakelse i miljøet, er de med på å sikre denne statusen som i neste omgang vil kunne rekruttere flere.

Både Sogndal og Hardangerlokk bygger på og viser fram sine særegenheter ovenfor en dedikert målgruppe. Noen lidenskaper eller livsstiler er så sterke at de kan virke styrende

på bostedsvalg. Arbeidet i disse to casene har tatt utgangspunkt i kunnskap om at særegne miljøer virker tiltrekkende på personer som ønsker å tilhøre disse. De har gått inn for å styrke miljøene gjennom å skape relevante arenaer, og dette ser ut til å ha virket positivt på tilflytting. Samtidig er det vanskelig å si om ikke innflyttingen ville vært den samme uten innsatsen til Hardangerlokk og Bratt Moro/Fjellsportfestivalen. Miljøene eksisterer jo uavhengig av det arbeidet disse har lagt ned. I Hardangerlokks tilfelle var det i tillegg snakk om objektive virkemidler som kunstnerstipend og rimelig husvære og atelier. Kombinasjonen er sterk i forhold til å rekruttere kunstneriske tilflyttere. Uten det stedlige kunstmiljøet er det imidlertid tvilsomt at disse virkemidlene hadde hatt samme effekt. Til slutt kan vi legge til at både Sogndal og Kvam (Hardangerlokk) er i *demografisk medvind* – slik at arbeidet her ikke på samme måte bærer preg av å være en motstrømsøvelsen det er for mindre og mer perifere kommuner/regioner.

Oppsummert kan tilflyttingsarbeidet virke på flere måter: de kan være pådrivere for tilrettelegging av materielle/objektive forhold, de kan bidra med informasjon og veiledning for å påvirke beslutningsgrunnlaget, og de kan forsøke å påvirke selve flyttelysten så vel som den offentlige diskurs om hvor det er bra å bo. Dette kan igjen kombineres til relativt omfattende prosjekter og arbeidsoppgaver.

12.3 Hva kjennetegner godt tilflyttingsarbeid?

Vi har så langt presentert og drøftet tiltak, metoder og strategier som ofte er benyttet i tilflyttingsarbeid med tanke på å få fram hva som har hatt effekt på å skaffe tilflytting. Vi har også drøftet disse i lys av teorier om hvordan det er mulig å påvirke folks flytting. Når vi nå skal oppsummere for å gi råd som andre kan ta med seg videre i arbeidet står vi ovenfor et problem som er vanlig i denne typen evalueringer: Effektene er kontekstspesifikke og kan ikke uten videre gi samme effekt et annet sted. Rådene vi gir må derfor bli av en generell type, mer en type sjekkliste av forhold som prosjektarbeidere, initiativtakere, prosjekteiere og myndigheter må tilpasse til sin situasjon og kontekst, egne mål og utvikling av strategier, prosjekt og tiltak.

Før vi kommer nærmere inn på dette, skal vi kort understreke at den demografiske konteksten et sted også har betydning for hva man kan forvente å se av resultater av en satsning. Dette er forhold det lokale tilflyttingsarbeidet har minimal sjanse til å påvirke (på kort sikt i alle fall).

12.3.1 Medvind og motvind. Betydningen av lokalt flyttemønster

Det er enkelttiltak og prosjekt vi har sett har gitt større effekt på tilflytting enn andre, men de casene vi har studert jobber under svært ulike demografiske kontekster. Det betyr at det ikke er noen automatikk i at et tiltak som har oppnådd 20 tilflyttere ett sted er bedre enn det som har oppnådd 2 et annet sted. I en medstrømsituasjon, med en jevn strøm av tilflyttere til et område, er det forholdsvis lett å gripe tak i noen av dem, veilede dem og registrere tilflyttingen som et resultat av tilflyttingsarbeidet. Når det er lengre mellom hver (potensiell) tilflytter – er jobben tyngre. Samtidig kan den ha større betydning for at flyttingen faktisk blir realisert. Eksempel: En høyt utdannet ung fjellsportsentusiast som bestemmer seg for å flytte til Sogndal (delvis) på grunn av at

fjellsportmiljøet/Bratt Moro har gjort det tydelig for han at han kan stå mer på ski der enn andre steder, kan trolig forholdsvis lett på egen hånd finne seg jobb og bolig i dette området. En annen ung mann som har fått lyst til å flytte til et sted i Vest-Telemark, kan oppleve at det ikke er bolig og jobb på markedet. Han kan gi opp flytteplanene, eller han kan kontakte bygdelivsmekleren som gjennom sitt nettverk får satt i gang prosesser som fører fram til flytting.

Når det gjelder de som har et relativt stort antall tilflyttere å vise til som resultat, så er det to-tre prosjekter/tiltak som peker seg ut: Placement og Hardangerlokk – der årsakssammenhengen mellom tiltak og effekt også er nokså direkte og lett å dokumentere. Sogndalscasen, hvor årsakssammenhengen mellom prosjekt og tilflytting er mer diffus. (Tilflytterne tillegger fjellsportmiljøet sterk vekt, men Bratt Moro/Fjellfestivalen er på ingen måte det eneste elementet i dette miljøet).

Disse prosjektene har til felles at de er lokalisert i områder som har et mer et mer gunstig flyttemønster. Sogndal, regionsenter i Sogn, er i demografisk medvind med netto innflytting og ung befolkning, samt et variert arbeidsmarked. Kvam, som huser flesteparten av de Hardangerlokkrekrutterte, nyter godt av å være del av Bergens bo- og arbeidsmarked. Placement unngår i regelen samarbeid med den type kommuner som er vanskeligst stilt når det gjelder tilflytting, nemlig kommuner i Nord-Norge, øykommuner og andre kommuner som ikke har bredt nok tilbud av tjenester. Lokalisering er det lite å gjøre med i denne sammenheng.

12.3.2 Anbefaling: Bygg på analyse og kunnskap!

Prosjektene nevnt ovenfor har også det til felles at de – i likhet med de andre vi ser lykkes - bygger på analyse og kunnskap om stedets utfordringer, ressurser, målgruppen og hva som er målgruppens behov og hvordan en oppnår kontakt med målgruppen. De tar det altså ikke for gitt at "alle" som ser hvor vakker det er og hvor godt de har det der, vil få lyst til å flytte dit. Dette er også funn som ble fremhevet i Placementcasen. En betingelse for å lykkes med Placements metode er at bestillingen og arbeidet bygger på en konkret analyse av området, slik at en vet om det finnes arbeid, behov for tjenester, boliger, skoler med mer. Tiltakene framstår som godt planlagte og henger sammen med strategiene.

Det betyr at de har relativt klare programteorier med en indre logikk. *Vi mener at den viktigste lærdommen fra dette arbeidet, er at prosjektutviklere bør jobbe for å styrke sammenhengen mellom hva som anses å være problemet i utgangspunktet (og dette må være basert på analyser av den aktuelle konteksten og avveininger av hva som er målet med tilflyttingsarbeidet), og hva som skal til av virkemidler for å nå dette konkrete målet.* I dette ligger også en analyse av stedets ressurser på den ene siden og budskap, målgruppene og innhold i tiltak og aktiviteter på den andre. Det handler altså om å utvikle en programteori – som nevnt i kapittel 1 og 10. Dette trenger ikke være en omfattende utredning, men kan i sin enkleste form bestå av bokser og piler for å sette ord på hvilke tiltak og virkemidler som er som er tenkt å påvirke hvilke problem og hvilken målgruppe – gjerne også på hvilken måte det skal påvirke

Disse faktorene er også i tråd med læringen fra ALNAP-metoden og Dyrøycasen som er studert med denne metodikken. Dette går det an å lære av. Her er fem problemstillinger som kan være verd å tenke gjennom i oppstarten av tilflyttingsarbeid.

1) Analyser problemet og målet/løsningen

Hvorfor drive tilflyttingsarbeid? Dette er et spørsmål vi har opplevd at noen prosjektledere og -eiere har blitt litt perplekse og irriterte over å måtte svare på. Det er fordi det rører ved legitimiteten til tilflyttingsarbeidet. Å stille spørsmål ved dette er omtrent som å antyde at distriktspolitikken bør avvikles. Den legitime grunnen til å drive tilflyttingsarbeid er knyttet til en allmenn enighet om at å sikre bosetting i distriktene er verdifullt, og at økt tilflytting derfor er et ubetinget gode. Vi har sett eksempler på at tilflyttingsprosjekter knytter sin problemforståelse primært til dette nivået. Problemet defineres som fraflytting (og sentralisering), og løsning på begge er innflytting til det aktuelle stedet. Dermed framstår tilflytting om løsningen på alt og ingenting – og en får problem med å argumentere for tilflyttingsarbeid i en tid med netto innflytting, og med å utvikle treffsikre virkemidler.

Vi vet at mange kommunepolitikere og kommunale ledere er seg meget bevisst på årsakssammenhengene mellom innbyggertall, og ikke minst den demografiske sammensetningen av innbyggerne, og bunnlinja i kommuneøkonomien, men i prosjektbeskrivelser og liknende finner vi sjelden slike begrunnelser. Derimot ser vi at utfordringer (som delvis er relatert til kommuneøkonomien) som det å opprettholde kundegrunnlag for tjenester, kultur- og fritidstilbud, og det å skaffe tilstrekkelig og riktig arbeidskraft for å opprettholde tjenestenivå og samfunnsliv for øvrig ofte blir trukket fram. Når tilflyttingsarbeid drives av frivillige, ser vi at begrunnelsene oftere er knyttet til å opprettholde skole/barnehage eller rett og slett det å få flere naboer/venner/fotballspillere. Alt dette er gode begrunnelser for å drive med tilflyttingsarbeid, men det er ikke nødvendigvis den eneste løsningen på disse utfordringene. Trolig er det heller ingen tilfredsstillende løsning; også kommuner med vekst har utfordringer knyttet til økonomi, tjenesteleveranser og rekruttering av kompetanse.

Vi har også sett at kommuner og regioner bruker tilflyttingsarbeidet som et ledd i en større omdømmebygging (– eller som ledd i et større utviklingsarbeid). Det er ikke noe galt i det, men det er lett å miste fokus på hvilke problemer tilflyttingsarbeidet skal svare på og hvilke de øvrige delene av arbeidet skal svare på. Det kan bli felles løft for felles sak, og da er det f.eks. lett å glemme at turister, investorer, etablerere og tilflyttere osv. har ulike interesser.

Poenget vårt er at dette med å drive stedspromotering og tilflyttingsarbeid er blitt så selvfølgelig del av kommuner og regioners arbeid at det ikke er gjenstand for refleksjon og analytisk tenkning. Både problem, mål og løsning tas for gitt, og prosjekter bruker de vante formuleringene for å få støtte til sine utviklingsprosjekt, heller enn å tenke gjennom – eller uttrykke i klartekst - hva økt tilflytting skal være godt for. (Kanskje er svaret tautologisk: at økt tilflytting viser at kommunen er i vekst).

En grundigere analyse av hva økt tilflytting/reduert fraflytting skal kunne løse, hva som er målet med det, vil kunne sette en på sporet av mer målrettede tiltak. Kanskje er det en bestemt gruppe mennesker en trenger? Kanskje er det så spesifisert at det egentlig er ny strategi på hvordan kommunen selv skal rekruttere til sine egne stillinger. Er det manglede innflytting som er problemet, er det for stor fraflytting, er det kanskje bedre å satse på at de som bor der beholder bolysten, er «gjennomtrekken» av folk et problem, trenger en flere barn for å opprettholde skolen, fotballaget etc.

I terminologien fra evalueringer i bistandsfeltet (ALNAP) oppsummeres dette med å spørre: er tiltaket et tilpasset og relevant svar på lokale behov? For å sikre dette anbefaler de at en i planlegging av prosjekter klargjør sammenhengene mellom hva som er behovet og hvordan tiltaket skal virke, og nedfeller dette i prosjektbeskrivelsen.

2) Kartlegg lokale ressurser og utfordringer

Sogndalscasen og Hardangerlokk startet ikke ut fra et mål om å redde stedet fra folketallsnedgang – selv om dette blir brukt som argument for å få støtte. De tok derimot utgangspunkt i stedsspesifikke ressurser som de ønsket å utnytte bedre. I Sogndal var utgangspunktet at de hadde naturgitte muligheter for fjellsport og et kompetansesterkt miljø som dyrker dette – og en Fjellsportsfestival med behov for ekstra støtte for å kunne overleve i lengden. I Hardanger startet det med at kunstnermiljøet så mulighetene for å ta i bruk de nedlagte lokalene til smelteverket i Ålvik til atelier og kunstnerboliger for å styrke sitt eget kunstmiljø (men også med ambisjoner om at dette skulle gi ringvirkninger til regionen). Med et slikt utgangspunkt er det lettere for at budskapet utad blir: «du har bruk for oss», og ikke omvendt som vi har fått inntrykk av er mer vanlig: «Vi trenger deg». Mer spesifikt: Se hvor gode artistiske vilkår du får her! Se hvor mye fjellmoro du får her!

Nå betyr ikke dette at det kreves helt spesielle lokale ressurser for å lykkes i tilflyttingsarbeid. Men det krever kunnskap om hva stedet har å tilby. Det nytter ikke å reklamere med et liv på småbruk, hvis småbruk ikke er å oppdrive, og som flere har erfart er det problematisk å lokke til seg flyttere og så oppdage at det ikke finnes inntektsmuligheter eller bolig til dem. Som vi har sett i Placementcasen, varierer Placements suksessrate veldig fra en kommune til en annen. Siden Placements opplegg er nokså likt fra gang til gang, gir det et hint om at lokale forhold er av stor betydning og vi har vist at lokale analyser og en dedikert kontaktperson blant annet er nødvendig for å lykkes med samarbeid med Placement. Placement krever nå at samarbeidspartneren skal avklare hva som er stedets vakanser og ressurser slik at Placement får en «utfordring» å svare på. I praksis krever de en klarere bestilling av hva kommunen/regionen ønsker å oppnå og hva slags type innflyttere det er behov for.

Innenfor ALNAP-metoden blir spørsmålet om å kartlegge og benytte lokale ressurser og utfordringer dels besvart av spørsmålet om hvordan tiltaket svarer på reelle lokale behov. Det angår også spørsmålet om tiltakene er tids- og stedstilpasset, og egnet til å nå målene i denne spesifikke situasjonen. Dette spørsmålet bidrar til å sikre at det er

sammenheng mellom problemer, aktivitet og mål – som er en viktig del av operasjonalisering av programteorien.

3 Hvem kan man få med på laget?

Tilflyttingsapparatet enten det er kommunalt, regionalt, frivillig eller profesjonelt arbeid, har få muligheter til å påvirke de parameterne som trolig er de viktigste for at folk skal kunne bosette seg, nemlig bolig og arbeid. Det gjelder å få med seg de som har kapabilitet til å gjøre noe med problemet, eller de som har noe å tilby. Som vist foran kan det være smart å samarbeide med næringsliv, bedriftsleder og arbeidsgivere, og boligsegment, men her er det flere muligheter og som ikke nødvendigvis dreier seg om arbeid og bolig – ikke minst i frivillig sektor. Flere og flere bedrifter i distriktene har innsett at de må tilby noe mer enn bare en jobb for å få rekruttert det personellet de vil ha. Et samarbeid med tilflyttingsapparat kan være verdifullt for å synliggjøre stedets attraktivitet. Samarbeid med andre bedrifter kan også være en måte framstå som mer attraktiv på; slik som for eksempel i de regionale traineeordningene der bedrifter og foretak i en region samarbeider om å sysselsette en trainee i et par år.

Dette handler både om organisering og bruk av lokale ressurser. I ALNAP-sammenheng inngår det i vurderingen både av kvalitet og bærekraft. Bruker man de ressursene som finnes for å løse problemet, og vil arbeidet kunne bli varig? Er arbeidet koordinert med andre og trekker det i samme retning som andre prosjekt som finnes?

4 Målgruppe: Jo snevrere målgruppe, jo bedre resultat?

I kapittel 10 så vi at størsteparten av kommunene og regionene er ute etter den samme målgruppen, nemlig barnefamilier – enten disse er definert som tilbakeflyttere, livsstilsflyttere fra utlandet, arbeidskraft generelt eller langsiktig påvirkning på regionens ungdommer. Men noen har definert andre målgrupper. Det kan dreie seg om grupper som oljearbeidere, hytteiere, turister, nederlendere, fjellsportsinteresserte, kunstnere, bedriftsetablerere, anleggsarbeidere, sesongarbeidskraft osv. Det finnes ikke noe allment gyldig svar på om det er mest effektivt med smal eller bred målgruppe, det kommer an på hva en vil oppnå. Det vi likevel vil si, er at tilflyttingsarbeidet generelt kan tjene på å formulere for seg selv hvem som er målgruppene, enten det er «alle» eller bare «noen». Da blir det lettere å designe tiltak basert på kunnskap om gjennom hvilke kanaler målgruppen best kan nås, og ikke minst hva målgruppen liker og har behov for. Vi har også pekt på at tilflyttingsarbeidet bør tenke breiere med hensyn til hvem som kan omfattes av arbeidet, f.eks. inkludere andre aldersgrupper. Det kan tenkes at nye målgrupper kan «finnes opp» bare en prøver å tenke utenom det stereotype bildet av innflytterne som slitne småbarnsfamilier på flukt fra byens tjas og mas.

Det kan se ut til at det er lettere å oppnå godt resultat når målgruppen er klart definert og avgrenset. Det er fordi det er lettere å skreddersy virkemidler til en gruppe med spesifikke kjennetegn. I casestudiene så vi tydelige resultat av at Kvammalokk lokket til seg kunstnere med spesifikke virkemidler skreddersydd for gruppen. Vi så også konkrete resultat av at Flytt til Hardanger gjennom sitt samarbeid med Placement satte inn en

målrettet satsing for å få «livsstilsflyttere fra utlandet». Videre kan Sogndal vise til at fjellsportmiljøet har betydning for tilflytting av sprek og høykompetent og arbeidskraft til Sogndal. Vi kan også si at bygdelivsvisningen i Vest-Telemark og tilflyttingsteamet i Dyrøy har gode resultater å vise til – men også her er det «håndplukkede» deltakere; man går bredt ut og er åpen for alle i starten men så foretas det en siling av hvem de anser som hensiktsmessig å gå videre med. Mæland (2005) viste at et tiltak for å få omsette ledige småbruk ga klare resultater i Telemark. Dahle et al. (2011) viste at regionale traineeordninger med høyt utdannet ungdom som målgruppe også kunne vise til gode resultat, i den forstand at mange, og da også blant de som ikke hadde forbindelser til stedet, ble boende etter at traineeperioden var over. Det alle disse satsningene har til felles i tillegg til «smal» målgruppe er relevante virkemidler som er attraktive for målgruppen.

Å bare ha definert en spisset målgruppe er selvfølgelig ikke nok. En må ha noe relevant å tilby – alle kommuner har ikke like gode forutsetninger for å satse på kunstnere, fjellsportentusiaster eller karriereorientert ungdom. I tillegg kommer at det er ikke alle grupper det er like enkelt å tilpasse arbeidet til. Vi har sett at f.eks. hytteeiere, turister, anleggsarbeidere og oljearbeidere er utpekt som målgrupper – men tiltakene og virkemidlene er diffuse og de samme som for alle andre. Man kan si at ikke alt som er tenkt som målgrupper i realiteten er en målgruppe; det er mer som distribusjonsmål å regne (man distribuerer generelt formulerte brosjyrer i hyttepostkasser, hoteller og campingplasser, festivaler, anleggsbrakker).

Fra evalueringer i bistandsfeltet er spørsmålet om tiltaket dekker de målgruppene det skal. Dette er en alternativ måte å spesifisere målgruppen på. Treffer tiltakene dem de er ment å treffe – etterfulgt av et hvorfor eventuelt hvorfor ikke. Sjekkpunkt om hvem tiltakene når med hensyn til kjønn, alder, sivilstand, etnisitet, funksjonsnivå og andre potensielle kriterier kan være nyttige i dette arbeidet.

5 Tenk gjennom budskapet

I kapittel 10 diskuterte vi om det kan være grunn til å vurdere om budskapet i tilflyttingsarbeid får fram det en ønsker å få fram. Det har vært lett å ta utgangspunkt i det standardiserte skillet mellom by og land, og framheve bygda i tråd med ideen om den «rurale idyll – uten særlig tanke på om det bygdelivet som framstilles – med småbruk, bunader og melkespann i skjønn natur – er i tråd med det tilflytterne kan vente å finne der. Vest-Telemark har for eksempel tatt selvkritikk på at de i for stor grad har spilt på småbruksidyllen, og derigjennom skapt falske forhåpninger hos folk som kunne tenke seg å flytte dit for å starte bo på et småbruk. Og flere andre steder har det også vært diskusjoner om «rosemaling» og «refortryllingen av det lokale landskapet» (Bringslid 2012), der nostalgi og tradisjon framheves, kan forenes med at de samtidig prøver å få fram at det går an å leve et moderne og vanlig norsk hverdagsliv der.

Framstilling av det gode liv på landet, med trygge oppvekstmiljø som viktigste ingrediens, er først og fremst ment å skulle appellere til unge barnefamilier som bor i byene. Som Danielsen viser, er det ulike oppfatninger av hva som er gode

oppvekstsvilkår, stadig flere mener at disse vel så gjerne kan finnes i sentrum og indre by som i distrikter (Danielsen 2006). Men i den unge voksenalderen er det også viktig for mange å befestе sin posisjon i arbeidsmarkedet. Å flytte til et lite sted kan objektivt sett være et særdeles smart trekk i en slik sammenheng fordi nyutdannede kan få store muligheter og interessante jobber (Munkejord 2009). Det kan det nesten virke som om tilflyttingskampanjene forsøker å motvirke dette. Mange kampanjer og budskap handler først og fremst om fravær av jobb og karriere. Grimsrud (2011b) har vist at de også kan befestе tradisjonelle kjønnsrollemønstre fordi det ofte blir understreket at for å komme ut av tidsklemma, så må noen i familien jobbe mindre – det er også essensielt for at barna skal kunne få leke mer i Guds frie natur enn i barnehagen. Slike budskap kan virke frastøtende på kvinner og menn som ønsker en mer likestilt hverdag.

Motsatt har vi også sett at flere og flere bruker hypermoderne elementer i kampanjene. Her kan Sogndalcaseen være et eksempel med sin vektlegging av fart, moro spenning og teknologi. Også for denne typen budskap kan vi innvende at den dreier oppmerksomheten bort fra jobb og arbeid, og leder til å tenke ferie og fritid.

Men tilflyttingsarbeid som legger vekt på karriere og arbeidsliv finnes også. Klare eksempler er de regionale traineeordningene (Dahle et al. 2011), og andre liknende aktiviteter som fokuserer på å selge inn stedet som et knippe karrieremuligheter på jobbmesser og liknende. Mange av tilflytterne vi har snakket med, har gitt uttrykk for at de er overrasket over hvilke fordeler det er karrieremessig ved å bo og arbeide i distriktene. Det er også framkommet i andre prosjekter som omhandler flytting til distriktene og er også i tråd med resultater fra bo- og flyttemotivundersøkelsen som forteller at «jobb» er det nest viktigste motivet etter «familie», og at det bare er flyttere til storbyer som oftere oppgir jobb som motiv (Sørli et al. 2012).

Tilflyttingskampanjer kan lett framstå med et «Hjelp vi synker – kom og redd oss»-budskap. Det er vanskelig å komme unna et slikt budskap når man lover «gull og grønne skoger» mot tilflytting. For den norske allmennheten som jo kjenner distriktsdiskursen, er det åpenbart at det er kommuner i nedgang som går til slike skritt – og noen vet å utnytte dette. Vi har erfart at de som jobber i tilflyttingsapparatet har merket at de får henvendelser fra folk som tror de kan forlange attraktive tomter, tilskudd til å bo og høyere lønn i bytte mot at de kommer flyttende.

Cruikshank (2009) hevder at en viktig årsak til at distriktene har en så sterk posisjon i norsk politikk og opinion, er at de gjennom sin betydelige produksjon og verdiskaping har vært viktige politiske aktører i nasjonaliseringsprosessen og dannelsen av "det norske". Norsk bygdekultur er produksjonsnær – knyttet til det som er produsert og skapt. Dette i motsetning til andre europeiske land der bønder ikke har hatt samme politiske makt, men bare vært romantiske og retoriske figurer for makthaverne (jf. Stråth og Sørensen i Bringslid 2012).

Å skape inntrykk av at distriktene er en lekeplass for sprek ungdom eller et rehabiliteringssted for stressa byfolk fra middelklassen er således ikke i tråd med det som historisk har gitt distriktene den posisjon de har. Om det gir flere innbyggere, er

vanskelig å si – men vi har i alle fall sett at de som har flyttet til distriktene veldig ofte (også) har arbeid som flyttmotiv. (Jf. arbeidsinnvandring og resultater fra flyttmotivundersøkelsen Sørli et al. 2012). Vår tilnærming er at budskap i flyttarbeid både skal kommunisere reelle situasjoner og muligheter og treffe potensielle tilflytters behov. Som regional- og flytteforskere har vi dette som utgangspunkt, snarere enn salgbarheten, og skiller oss på den måten fra de som jobber med og kan markedsføring. Vi er altså mer opptatt av at tiltak skal dekke behov enn å skape behov.

Et spørsmål fra bistandsfeltets evalueringer om virkemidlene er egnet til å nå de ønskede virkningene, bidrar til å avklare dette. Det kan spesifiseres på kort og lengre sikt, som primære eller sekundære virkninger, indirekte eller direkte. Disse spørsmålene bidrar også til å spesifisere programteorien, som vi mener alle prosjekter og tiltak har nytte av.

12.3.3 Oppsummert: Hvorfor virker ting

Casestudiene våre og arbeidet med evalueringsmetodikk har på ulike måter vist at vellykkede tiltak bygger på en kunnskapsbasert analyse av steder og samfunns utfordringer, ressurser og mål. Slike analyser klargjør både hvorfor en driver tilflyttingsarbeid og identifiserer utfordringer som skal løses og ressurser en kan bruke for å løse dem. Ikke minst bidrar de til å spesifisere målgrupper som virkemidler og tiltak skal rette seg mot.

Det betyr at strategier og tiltak og dermed budskap må ta utgangspunkt i de aktuelle tilflytternes behov. Det betyr at en må våge å spesifisere målgrupper (som ekstremsportutøvere eller nyutdannede med problemer med å få første jobb) og tilpasse tiltak (f.eks. et team med håndplukkede deltakere, prøvebosted). Det trenger ikke innebære at en jobber bare mot en gruppe, men at en må utvikle kunnskap om hvem de ulike gruppene består av, hvor de er å finne, hvordan en kommer i kontakt med dem og analysere hva som er viktig for dem og hva deres behov består i. Det betyr også at en må analysere kommunens situasjon, hva den kan tilby, og ikke kan tilby, hva som er flaskehalser og hvordan disse kan løses i forhold til den spesifiserte målgruppen. I samspillet mellom målgruppens behov, stedets utfordringer og ressurser må budskapene utformes. Denne sammenhengen – programteorien, kan det være hensiktsmessig å gjøre eksplisitt, ikke minst fordi det inngår i evaluere og vurdere egen innsats og veien videre.

Tilsvarende må et arbeid for å styrke egne innbyggers identitet, eller potensielle innflytters bilder av mulige bosteder, ha som mål å utvikle kunnskapsbaserte strategier for å utvikle tiltak som er rettet mot dette spesifikt. Dette ser ut til å kreve betydelig lokal kunnskap om arbeids- og boligmarked, tjenestetilbud og styringssystemer, men også kunnskap om bo- og flytteprosesser, samt kunnskap om kommunikasjon.

Med hensyn til arbeidsmåter har vi sett at planlagte, koordinerte og profesjonelle prosjekt jobber godt – om dette er en forutsetning eller resultat er det likevel vanskelig å vite. Mye tilflyttingsarbeid er svært personavhengig, men hensiktsmessig organisering har også vist seg å gjøre det mindre personavhengig.

12.4 Er arbeidet effektivt mht. å øke folketallet?

På et teoretisk plan kan vi si at hvis målsettingen er å øke folketallet, så kunne strategiene vært å åpne grensene for fri immigrasjon, tvangsflytte folk og forby prevensjonsmidler. Dette er ikke aktuell politikk. Ei heller synes det være aktuelt å forsøke å påvirke fertiliteten, eller tilby individrettede virkemidler i stort omfang f.eks. økonomisk kompensasjon for å flytte til distriktene (selv om noen slike virkemidler eksisterer i dag og viser gode resultat; f.eks. tiltakssonen i nord (Angell et al 2012), tilskudd til bolig, gratis tomt o.l., belønningssystem i nærings- og arbeidsliv). Det tilflyttingsarbeidet har dreid seg om, er å øke folketallet gjennom å øke *tilflyttingen* av nordmenn og såkalte «livsstilsflyttere» fra utlandet. Dette skal skje gjennom kollektive tiltak som i utgangspunktet ikke er tenkt å virke diskriminerende. Det er innenfor disse rammene vi diskuterer om arbeidet er effektivt. Det betyr at flyktninger, asylsøkere og familiegjenforente er definert ut av dette prosjektet. En mer liberal politikk på dette området, inkludert integreringstiltak, ville kunne øke folketallet i distriktene.

Arbeidsinnvandrere har også vært definert ut av prosjektet fordi innflytting fra utlandet i dette prosjektet skulle dreie seg om livsstilsflyttere. I praksis kan det være vanskelig å skille mellom disse to innvandrergruppene, men teoretisk definerer vi arbeidsinnvandrere som de som har oppholdsgrunnlag knyttet til arbeid. Det er liten tvil om at det er arbeidsinnvandrerne som har bidratt mest til den positive folketallsutviklingen vi har sett i distriktene de siste årene (se f.eks. Søholt mfl. 2012, Aure 2012). Det er imidlertid knyttet stor usikkerhet til hvor lenge de vil bli i landet og hvordan integreringsprosessene fungerer i ulike samfunn. Mange kommuner har begynt å arbeide for å få denne gruppa til å bli boende på lang sikt. Resultater av slikt arbeid ligger også utenfor dette prosjektet, men vil potensielt kunne ha store utslag på folketallet. (Hva skjer da med tilflyttingsarbeidet?)

Det er ikke bare innflytting som har betydning for folketallet. Det å *redusere fraflyttingen* vil også hjelpe. Både Vest-Telemark og Hardanger har innarbeidet dette i sine strategier. De har erfart at det er lettere, dvs. mindre konfliktfylt, å satse på tiltak som gjør at folk trives og ønsker å bli boende eller komme tilbake etter å ha flyttet enn å prøve å lokke inn folk. Kanskje er det også mer effektivt ut fra tankegangen om at venner og kjente i regionen er den viktigste kilden til informasjon og inspirasjon for tilflyttere. I Dyrøycasen har vi pekt på at større fokus på dette kunne ha like stor effekt som oppmerksomhet mot tilflytting. Å måle resultater av slike bolyststrategier er likevel enda vanskeligere enn å måle effekter av tilflyttingstiltak. Det kommer dels av at tiltak for å øke bolyst er av mer langsiktig karakter. Om Bygdemeglern i Vest-Telemark makter å gi et bidrag i retning av at ungdommen synes det er et ålreit sted å bo, så vil ikke det gi positive utslag før om mange år.

Vi har i dette prosjektet vist at det er vanskelig å måle og dokumentere effekter av tilflyttingsarbeidet. Dels kommer det av at det rent metodologisk er problematisk å skille effekten av tilflyttingsarbeid fra andre forhold som også påvirke folks flytteprosesser. Dels kommer det av egenskaper ved selve tilflyttingsarbeidet. Det er ikke alltid det er lagt opp slik at effekter kan registreres (indirekte arbeid), og det er heller ikke alltid at

tilflyttingsapparatet ønsker å registrere hvor mange og hvem de hjelper. De opplever det som ubehagelig og på grensen til å være uetisk, om de må spørre folk om de kan notere dem ned som "effekt" av sitt arbeid.

Tilflyttingsarbeid er også i liten grad dokumentert og lagt opp og planlagt for at en skal kunne evaluere arbeidet. Det er helt nødvendig for å kunne lære, både i egen organisasjon og på tvers av prosjekter, kommuner, regioner og landsdeler. Vi har gitt anbefalinger om at dette bør gjøres og antydnet hvordan det kan gjøres i kapittel 11.

Vi har likevel dokumentert at tilflyttingsarbeidet har hatt og kan ha effekter på tilflyttingen, og grunngitt hvorfor ulike typer tiltak virker. Selv om vi ikke har den totale oversikten, kan vi si at resultatene i form av økt tilflytting ikke er imponerende store (med unntak av noen av Placementsamarbeidene som vi har sett generere 70 og 100 nye innbyggere i hhv Fyresdal og Hardanger).

Betyr dette at det riktig å si at det ikke er effektivt? Det er ikke lett å svare på det. Å undersøke muligheten for alternativ bruk av de pengene som er gått med til tilflyttingsarbeid har ikke vært del av dette prosjektet. Vi har illustrert problemer med slike beregninger og gjort noen forsøksvise sammenlikninger mellom to case. Tilflyttingsarbeid er et motstrømsarbeid. Det dreier seg om å bruke relativt små summer for å forsøke å motvirke tunge samfunnsmessige prosesser; å motvirke en sentralisering som er pågått i flere tiår (hundreår) og som er globale trender.

Vi har sett at tilflyttingsarbeidet sett under ett er nokså smalt. Arbeidet er rettet mot de samme målgruppene og det samme budskapet selges stort sett over alt. I den forbindelse har vi også erfart at tilflyttingsarbeidet innebærer en siling av folk. I kapittel 10 presenterte vi et tilflytterhierarki, der tilbakeflyttere og småbarnsfamilier av middelkassetypen er på toppen, og unge single er midten og der alle andre typer mennesker, ikke minst de som er holdt utenfor denne undersøkelsen (alle utlendinger bortsett fra livsstilsflyttere), er nederst. Dersom tilflyttingsarbeidet ønsker å være mer effektive med hensyn til antall rekrutterte burde de vurdere å snu dette hierarkiet på hodet – slik at de som virkelig trenger hjelp til å etablere seg i et nytt samfunn, får hjelp til dette. Dette handler om spesifisering av målgruppe, men også om å klargjøre noe av de implisitte kriteriene en vurderer ulike grupper tilflyttere etter.

Vi vil til slutt spørre om distriktene gjennom store deler av tilflyttingsarbeidet er tjent med å bli framstilt som en lekeplass for sprek ungdom eller et rehabiliteringssted for stressa byfolk fra middelklassen. Dette er ikke i tråd med det som tradisjonelt har gitt distriktene den sterke posisjonen de har i norsk politikk og opinion. Det er gjennom sin betydelige produksjon og verdiskaping at de har vært viktige politiske aktører i nasjonaliseringsprosessen og dannelsen av "det norske" Cruickshank (2009). Norsk bygdekultur er produksjonsnær – knyttet til det som er produsert og skapt. Dette i motsetning til andre europeiske land der bønder ikke har hatt samme politiske makt, men bare vært romantiske og retoriske figurer for makthaverne (jf. Stråth og Sørensen i Bringslid 2012). Det er trolig at dette sammen med vår korte urbane historie også har ført til at mange har tilhørighet og ulike typer bånd til landsbygda i Norge. Det ligger

både til grunn for oppslutningen om distriktene og følelsen av at distriktene på mange måter symboliserer det norske. Kanskje er det tilflytting fra utlandet som i dobbelt forstand nå får rollen med å opprettholde det typisk norske? Både ved at de bidrar til vekst i distriktenes folketall og ved at de vedlikeholder produksjonen i distriktene.

Tilflytting til distriktene og opprettholdelsen av produksjon, liv og levende samfunn i fiskevær og bygder på kysten og i innlandet må basere seg på at mange nok kan finne interessante jobber, livs- og samværsformer, natur og boligforhold som synes attraktive. Hovedtyngden av å skape mulighetsrommet, de sosiale og materielle strukturene som gjør det mulig, kan tilflyttingsarbeiderne gjøre lite med. Det handler om relevante og interessante jobber, tjenestetilbud, kommunikasjoner og muligheter til å finne bolig – som er en del av den breie politikken. Tilflyttingsarbeidet går ut på å gi informasjon, kunnskap og perspektiver som treffer de som synes et liv i distriktene er attraktivt, og få flere til å *ville* et slikt liv i en fase eller "for alltid". Det handler også om å hjelpe til slik at flere av de som vil også kan gjennomføre det. Å gjøre stedet til sitt og livet godt er en annen og større oppgave.

Referanser

- Albæk, E. 2001. Vidensinteresser og de mange betydninger for evaluering - et utviklingsperspektiv. I Dahler-Larsen, P. og H.K. Krogstrup (red.). *Tendenser i evaluering*. Syddansk Universitetsforlag
- Albæk, E. 2001. Hvorfor nu al den evaluering? I Dahler-Larsen, Peter og Hanne Kathrine Krogstrup (red.) 2001. *Tendenser i evaluering*. Syddansk Universitetsforlag
- Albæk, E. og O. Rieper. 2001. Evaluering i Danmark: Effektevaluering, monitorering og formativ evaluering. I Dahler-Larsen, Peter og Hanne Kathrine Krogstrup (red.) 2001. *Tendenser i evaluering*. Syddansk Universitetsforlag
- Almås, Reidar. 1990. Evaluering på norsk. Universitetsforlagets Metodebibliotek.
- ALNAP (2011) The Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action. (2011). www.alnap.org.
- Angell, E. Eikeland Sveinung, Grünfeldt Leo A., Lie, Ivar, Myhr, Sindre, Pedersen, Paul, Nygaard, Vigdi (2012) Tiltakssonen for Finnmark og Nord-Troms - utviklingstrekk og gjennomgang av virkemidlene. Norut Alta rapport 2012:2
- Asplan Viak (2009). Næringsanalyse Hardanger. 2009-04-15
- AUD (2008). Flytting til Hardanger. Unge voksne sine preferanser og praksisar. Hordaland fylkeskommune, juni 2008.
<http://www.hordaland.no/upload/Forsida/Dokument/Dokument2008/Pdf-filarPresentasjoner/FlyttTilHardanger.pdf>
- AUD (2011a). "Ny tid for Hardanger? Flytting mellom 2007 og 2010 i lys av tidlegare år". AUD-rapport nr. 14.2-11. Analyse, utgreiing og dokumentasjon (AUD). Hordaland fylkeskommune, Regionalavdelinga. <http://www.hordaland.no/aud>
- AUD (2011b): Spørreundersøkelse blant innflyttere til Hardanger. Analyse, utgreiing og dokumentasjon (AUD). AUD-rapport nr 14-1 2011. <http://www.hordaland.no/aud>
- Aure, M. (2007). «Migrasjonskanaler og rekrutteringsprosesser: Å bli arbeidsmigrant. Sosiologi i dag, 37 (3/4), 9-29.
- Aure, Marit Anne, Nilsen, Heidi Rapp, Josefsen Eva, Ringholm, Toril. 2011a: Med håp og engasjement. En kunnskapsstatus om utfordringer og strategier i rekruttering av arbeidskraft til distriktskommuner. Norut-rapport 6-2011. Tromsø
- Aure, M, Sørli, K og Langseth, B (2011) Flyttemotiver og bostedsvalg. Nye muligheter til å forstå norske bo-og flytteprosesser og mønster. PLAN 5/2011
- Baklien, B. 1987 Evaluering i praksis. Norsk pedagogisk tidsskrift 5/87
- Baklien, B. 1993 Evalueringsforskningens historie og utvikling i Norge Politica, Bind 25
- Bauman, Z., 1998. Globaliseringen og dens menneskelige konsekvenser. Vidarforl., Oslo.
- Beck, T., 2006 Evaluating Humanitarian Action using the OECD-DAC Criteria, ALNAP, The Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action
- Bourdieu, P. (1972/1977) Outline of a theory of practice. Cambridge University Press.
- Boyle, P. & Halfacree, K. (eds.)1998. Migration into rural areas : theories and issues. Chichester : John Wiley, ISBN: 0-471-96989-3
- Bæck, Unn Doris 2004 The Urban Ethos: Locality and youth in north Norway Young May 2004 12: 99-115

- Berrefjord, O; Thomassen, L. og Milford, S. (2007): SCENARIER HARDANGER 2030. Interaktiv fortelling presentert under Hardangerkonferansen i Øystese den 3. oktober 2007. Berrefjord og Thomassen AS. <http://www.bandt.no/hardanger2030/>
- Bertaux, D. og I. Bertaux-Wiame (1981): Life stories in the bakers' trade. In: Bertaux (ed.): Biography and Society. Sage.
- Borch, O.J. og A. Førde 2010: Innovative bygdemiljø. Ildsjeler og nyskappingsarbeid. Fagbokforlaget
- Bringslid, MB. 2012. Bygdeutvikling når alternativet er avvikling. Innledning. I Bringslid, MB (red.) *Bygdeutviklingas paradoks*. Scandinavian Academic Press, Oslo
- Buland, T. og Bungum, B. 2012. «Sammen så veie vi flere tonn...». Rapport fra evaluering av Sats på skulen – snu Sogn. NTNU Skole- og læringsforskning – Oppdragsforskning ved Program for lærerutdanning. Trondheim.
- Cosgrave, Ramalingham og Beck 2009 Real-Time Evaluation of humanitarian actions, ALNAP (The Active Learning Network for Accountability and Performance in Humanitarian Action)
- Cresswell, T. 2006. On the Move: Mobility in the Modern Western World. London: Routledge.
- Cruickshank J. 2006. Protest against centralization in Norway. The evolvement of the goal for maintaining a dispersed settlement pattern. Norsk Geografisk Tidsskrift–Norwegian Journal of Geography. Oslo. Vol. 60, No.3, p.179-188.
- Cruickshank, J.A. 2009. A play for rurality – Modernization versus local autonomy, Journal of Rural Studies, 25, (1), 98-107
- Dagbladet (26.04.08). «Bygde-Norge dør». Av Kristine Hovda og Adrian Øhrn Johansen. S 32.
- Dahle, M; Grimsrud, G.M. og Holthe, I.C. 2011. Bosettingsvirkninger av regionale traineeprogram. ideas2evidence rapport 1/2011, Bergen
- Dahler-Larsen, P. 2001. Organisationalisering af evaluering. Dahler-Larsen, P. og H.K. Krogstrup (red.): Tendenser i evaluering. Syddansk Universitetsforlag
- Dahler-Larsen, P. og H.K. Krogstrup (red.) 2001. Tendenser i evaluering. Syddansk Universitetsforlag
- Dahler-Larsen, P. og H.K. Krogstrup. 2001. Tendenser i evaluering - en introduktion. I Dahler-Larsen, P. og H.K. Krogstrup (red.): Tendenser i evaluering. Syddansk Universitetsforlag
- Dale, B og Berg, N.G.(2013) hva er stedsidentitet, og hvordan fanger vi den opp? I Førde, A., Kramvig, B., Berg, N.G., Dale, B. (red) (2013) Å finne sted. Metodologiske perspektiver på stedsanalyser, Akademisk forlag
- Danielsen, H. 2006 Med barn i byen : foreldreskap, plass og identitet, Dr. Thesis, University of Bergen
- Dye, T. 1976. Policy analysis. What governments do, why they do it, and what difference it makes. University, Ala. ISBN:0-8173-4834-4, 0-8173-4835-2
- Fauske, Halvor (2001) 'Kvifor flyttar ungdom?' i Kåre Heggen, Jon Olav Myklebust and Tormod Øia (eds) Ungdom. I spenninga mellom det lokale og det globale, Oslo: Det Norske Samlaget.
- Firda (20.04.2012). Helge Johnsen. Ølpol og asfalt mot bratt moro. Kommentar.
- Fløysand, Arnt & Jakobsen, Stig Erik (2007). Commodification of rural places: A narrative of social fields, rural development, and football. Journal of Rural Studies. ISSN 0743-0167. 23, s 206- 221
- Fosso, E. J. (2004). Unges flytting - et spørsmål om identitet og myter om marginale steder? N. G. Berg, B. Dale, H. K. Lysgård, & A. Løfgren (eds), Mennesker, steder og regionale endringer Trondheim: Tapir Akademisk Forlag.
- Giddens, A. 1984. The Constitution of Society. Cambridge University Press, Cambridge.

- Goldthorpe, J.H. 2001. Causation, statistics and sociology. *European Sociological Review* 17, 1–20.
- Grimsrud, G.M. 2006. "Valdres-Rypa" Tilflytting og trivsel blant kvinner i Valdres. ØF-Rapport nr. 03/2006, Østlandsforskning, Lillehammer
- Grimsrud, G. M. (2011a), How Well Does the 'Counter-Urbanisation Story' Travel to Other Countries? The Case of Norway. *Population, Space and Place*, 17: n/a. doi: 10.1002/psp.655
- Grimsrud, G.M. (2011b): Gendered spaces on trial: The influence of regional gender contracts on in-migration of women to rural Norway. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*. Volume 93, Issue 1, pages 3–20, March 2011
- Grimsrud, G.M, & Aure, M. 2012: Målgrupper, aktiviteter og budskap i distriktskommunenes tilflyttingsarbeid. Resultater fra en spørreskjemaundersøkelse. Ideas2evidence rapport 1/2012, Bergen. ideas2evidence og Norut.
- Grimsrud, G.M; Aure, M.; Josefsen, E. og T. Vaage. 2012. Katalog over tilflyttingsarbeid i distriktene. ideas2evidence rapport 9/2012, Bergen. ideas2evidence og Norut.
- Halfacree, K. 1995. Talking about rurality: social representations of the rural as expressed by residents of six English parishes. *Journal of Rural Studies*, Vol. 11, 1, Pages 1–20
- Halfacree, K. 2006 'Rural Space: Constructing a Three- fold Architecture', in P. Cloke, T. Marsden and P. H. Mooney (eds), *Handbook of Rural Studies*. London: Sage Publications.
- Hansen, J.C. 2004. Ungdoms forhold til sted: Er Rjukan et blivende sted? Kapittel 7 i Berg, NG. et al. (red). *Mennesker, steder og regionale endringer*. Trondheim: Tapir forlag, s 102-118.
- Haraway, Donna (1991). "Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century".
- Haugen, M. og Villa, M. 2007. Big Brother in rural societies: Youths' discourses on gossip
- Norsk Geografisk Tidsskrift - Norwegian Journal of Geography. 60, (3), 209-216
- Hedström, P. & Swedberg, R. (eds.) 1998. *Social Mechanisms: An Analytical Approach to Social Theory*. Cambridge University Press, Cambridge.
- Holm, E., Mäkilä, K., og Öberg, S., 1989. Tidsgeografisk handlingsteori - att bilda betingade biografier. Gerum rapport 8, Umeå.
- Holm, F.E. og Villa, M. (2010). Små samfunn tar sats. Sluttrapport fra følgeevalueringen av Regjeringens Småsamfunnssatsning. Rapport 5/10. Norsk senter for bygdeforskning, Trondheim
- Hyllan-Eriksen, T. (2008). Globalisering : åtte nøkkelbegreper. Oslo : Universitetsforlaget. ISBN:978-82-15-01381-7, h.
- Krissman, F. (2005). "Sin Coyote Ni Patrón: Why the "Migrant Network" Fails to Explain International Migration". *International Migration Review*, 39(1), 4-44.
- Krogstrup, H.K. 2001 Brugerinddragelse i evaluering - top-down og bottom-up perspektiver. I Dahler-Larsen, P. og H.K Krogstrup (red.) 2001. *Tendenser i evaluering*. Syddansk Universitetsforlag
- Munkejord, M.C. 2009. Hjemme I nord. En analyse av stedsopplevelser med utgangspunkt i kvinnelige og mannlige innflytteres fortellinger om hverdagsliv i Havøysund og Vadsø, Finnmark. Avhandling for graden philosophiae doctor i kultur- og samfunnsfag. Institutt for planlegging og lokalsamfunnsforskning, Universitetet i Tromsø
- Mæland,H. 2005. Mange vil ha, men få vil selje! Småbruk som ressurs for besetting. Rapport nr 222, Telemarksforskning-Bø
- Law, J. 2004 *After Method: Mess in Social Science Research*, Routledge, London, 2004

Lien, L. 2012. Identitet på anbud. I: Bringslid, M.B.(red.) *Bygdeutviklingas paradoks*. Scandinavian Academic Press, Oslo

Niedomysl, T. (2004) Evaluating the effects of place-marketing campaigns on interregional migration in Sweden Environment and planning C, Government & policy. Vol:36 iss:11 pg:1991

Nikolaissen, N. J. 2011 Rapport-Fox, prosjektleder/Dyrøyseminarsenteret, Dyrøy kommune 28.06.2011.

Norad 2011: Norwegian Agency for Development Cooperation. Norad Evaluation of Norwegian Development Cooperation 2010. Retrieved May, 2011

Norwegian Refugee Council. (2005). Evaluation Policy Norwegian Refugee Council Policy paper. <http://www.nrc.no/?aid=9160729>.

Nygård, V. (2012). En analyse av boligmarkedet i Hardangerkommunene. Rapport 2012:1. Norut Alta.

Nygaard, Vigdis, Ivar Lie, Stig Karlstad (2010) *En analyse av små, usikre eller stagnerende boligmarkeder*, Norut Alta rapport 2010:13

OECD. (1991). Principles for evaluation of development assistance. OECD's Development Assistance Framework (DAC).

O'Reilly, K (2012) 2012 International Migration and Social Theory. Basingstoke: Palgrave

Overvåg, K. 2009. Second Homes in Eastern Norway. From Marginal Land to Commodity. Doctoral Theses. Trondheim: NTNU

Patton, M Q 1997 Utilization – Focused evaluation. The New Century Text. Edition 3. Thousand Oaks: Sage

Phillips, M. 1998. The restructuring of social imaginations in rural geography, Journal of Rural Studies, 14, (2), 121-153

Prothero, R. M. (1990). "Labour Recruiting Organisations in the Developing World: Introduction". International Migration Review, 24 (2), 221-228.

Rambøll, 2009. "Identifisering av prosjekter med formål om å få tilflyttere til å trives og bli værende på et sted. Rapport for Kommunal og regionadepartementet.

Relph, E. 1976. *Place and placelessness*. London : Pion Limited

Rye, RF. 2006. Rural youths' images of the rural. Journal of Rural Studies, Vol. 22, 4, Pages 409–421

Rönblom, M. (2005): 'Letting women in? Gender mainstreaming in regional policies', Nordic Journal of Women's Studies 13 (3): 164–174.

Schaumborg-Müller, Henrik. Evaluering af ulandsbistad: Erfaringer fra et langt «evalueringsliv». I Dahler-Larsen, Peter og Hanne Kathrine Krogstrup (red.) 2001. Tendenser i evaluering. Syddansk Universitetsforlag

Schriener, M. 1967: «The Methodology of Evaluation» In: R.E. Stake et al. (eds). Perspectives on Curriculum Evaluation. AEA Monograph Series on Curriculum Evaluation No. 1, Chicago, 1967.

Sheller, M. and Urry, J. 2006. The new mobilities paradigm, Environment and Planning A,

Silverman, D. (2005). *Doing qualitative research : a practical handbook* (2nd ed.) London: Sage.

Sluttrapport. Flytt til Hardanger. Prosjektperiode mai 2007-mai 2010. <http://www.flytttilhardanger.no/pdf/fil3.pdf>

Sluttrapport. Vi snur vinden. Vest-Telemark Næringsutvikling. Kviteseid.

Strategi og handlingsplan for Flytt til Hardanger 2007-2010.
<http://www.flytttilhardanger.no/pdf/fil6.pdf>

Sluttrapport for Prøvebustad og bustadfeltet i Øyfjell i Vinje kommune 2011.
<http://biblioteket.husbanken.no/arkiv/dok/Komp/Provebustaden.pdf>

Statistisk sentralbyrå tabell 13. Sysselsatte 15-74 år og gjennomsnittlig antall utførte ukesverk per uke etter kjønn og yrkesstatus. 1000 faktisk arbeidstid, timer per uke.
<http://www.ssb.no/emner/06/01/aku/tab-2012-08-02-13.html> , lastet ned 14.09.12

Storvoll, R (2012) Erfaringer og lærdom av prosjektet Dyrøy 2012. Dyrøyseminarsenteret KF. Mars

Sverdrup, S (2011) Følgeevaluering som en nyere tendens i norsk evaluering: hva er det og hvordan kan det gjennomføres? Paper til Pre-konferansen tendenser i norsk evaluering. Norsk evalueringsforening Gardermoen 31.august 2011

Suchman, E. 1971: «Evaluating Social Programs.» In Caro (ed): Readings in Evaluation Research. Sage, New York,

Suchman, E. 1967: Evaluation Research: Principles and Practice in Public Service and Social Action Programs. Sage, New York

Søholt, S; Aasland, Aa; Onsager, K. og Vestby, G.M. 2012. "Derfor blir vi her" – innvandrere i DistriktsNorge. NIBR-rapport: 2012:5, Oslo

Sørli, K. 2004. Bosettingspreferanser, flyttemotiver og flytteprosesser. *Norges offentlige utredninger*, 2004:19, Oslo.

Sørli, K. 2010: Bosetting, flytting og regional utvikling. I: Frønes, I og Kjølørød, L (red.). *Det norske samfunn*. Gyldendal Akademisk, Oslo

Sørli, K; M. Aure & B. Langset. Hvorfor flytte? Hvorfor bli boende? Bo- og flyttemotiver de første årene på 2000-tallet. NIBR-rapport 2012:22 Norsk institutt for by- og regionforskning. ISBN 978-82-7071-958-7

Togeby, M. 2001. Effektevaluering og statistiske analyser. I Dahler-Larsen, P. og H.K. Krogstrup (red.) Tendenser i evaluering. Syddansk Universitetsforlag

United Nations Development Organisation. (2011).
<http://www.beta.undp.org/undp/en/home/operations/evaluation.html>

Urry, John. 1990. *The Tourist Gaze*, Sage.

Vest-Telemark Blad. 13/12-2008 Bygdevisning enda med rådmannsjobb. Av Geir Ufs.

Vest-Telemark Blad (04/09-2008): Stein Olav Lie: Bygdevisning bygger bruer. Vest-Telemark Blad, 12/04-2008 :Tone Tveit: Fulltreff for treff i hovudstaden

Villa, M. 2004 Bygda som bustad. Doktoravhandling 2004:45, Trondheim: NTNU.

Villa, M. 1999. Bygda - sosial konstruksjon av trygt og godt. *Sosiologi i dag*, 29 (4) pp. 31–52

Villa, M. 2012. Småsamfunn tek sats. I: Bringslid, M.B. (red.) *Bygdeutviklingas paradoks*. Scandinavian Academic Press, Oslo

Wiborg, A. 2003. En ambivalent reise i et flertydig landskap: unge fra distriktene i høyere utdanning. Dr.polit avhandling, Institutt for sosialantropologi, Universitetet i Tromsø

Wiles, P. (2005). Meta evaluation. Review of Humanitarian Action in 2004. ALNAP Review of Humanitarian Action.

Wæraas, A; Byrkjeflot, H. og Angell, SI. (red.) 2011. *Substans og framturen. Omdømmebygging i offentlig sektor*. Universitetsforlaget, Oslo

Ørbeck og Hagen 2001. Til himmels med Gardermoen? En analyse av nærings- og bosettingsmessige effekter og muligheter for Hamar- og Glåmdalsregionen av relokaliseringen av hovedflyplassen til Gardermoen. ØF-rapport 09/2001. Østlandsforskning, Lillehammer

Øy fjell City Prosjektrapport 2007-2009.

http://www.google.no/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CC0QFjAB&url=http%3A%2F%2Fwww.vest-telemark.no%2Fcontent%2Fview%2Fembed%2F10204&ei=omlXUJD7H8_FtAaeIYHYAg&usg=AFQjCNHw9lZogeeTUvwZrZFhXmRg328EQ&sig2=Q9EV7kmCqre3fpPpAKXMDw

Nettsider:

<http://www.dyroyseminaret.no/wpt/prosjekter/>, lastet ned 09.07.2012.

Placement at <http://www.placement.no/>, sist lastet ned 01.09.2012.

Norads hjemmesider om evaluering; <http://www.norad.no/no/evaluering>, sist nedlastet september 2012.



iDEAS2EVIDENCE

SIGURDSGATEN 8

5015 BERGEN

TLF: 91817197

FAX: 55247435