

2024-10-07

*Utredning - Insatser för att vända rådande befolkningsutveckling*

## Innehållsförteckning

|   |           |
|---|-----------|
| <i>Utredning - Insatser för att vända rådande befolkningsutveckling</i> .....     | 1         |
| <b>SAMMANFATTNING</b> .....   | <b>3</b>  |
| <b>1.UPPDRAG</b> .....  | <b>4</b>  |
| 1.1 BAKGRUND .....  | 5         |
| 1.2 SYFTE .....   | 5         |
| <b>2. REDOVISNING</b> .....   | <b>5</b>  |
| 2.2 DEFINITIONER .....  | 5         |
| 2.3 METOD .....   | 6         |
| 2.4 STRATEGIER FÖR EN KOMMUN ATT HANTERA EN NEGATIV<br>BEFOLKNINGSUTVECKLING..... | 6         |
| 2.4.1 Tillväxtpolitik.....  | 6         |
| 2.4.3 Lokal anpassningspolitik .....  | 8         |
| <b>3. HUR SER DE LOKALA FÖRUTSÄTTNINGARNA UT I KOMMUNEN?</b> .....                | <b>10</b> |
| 3.1 HYLTE KOMMUN .....  | 10        |
| <b>4. SLUTSATSER</b> .....  | <b>10</b> |
| <b>4.2 FÖRSLAG PÅ TILLVÄGAGÅNGSÄTT</b> .....                                      | <b>11</b> |
| 4.2.1 Insatser för näringsliv och kompetensförsörjning .....                      | 11        |
| 4.2.2 Insatser riktade mot befintliga och potentiella invånare.....               | 12        |
| <b>6. KÄLLFÖRTECKNING</b> .....   | <b>13</b> |

## SAMMANFATTNING

Hylte kommuns senast framtagna befolkningsprognos prognostiseras ett tapp på ca 900 personer fram till 2040. Likväl är en negativ befolkningstillväxt en etablerad trend som pågått i decennier i nästan hälften av Sveriges kommuner.

Hur kan en kommun med negativ befolkningsutveckling själv vända utvecklingen? Många kommuner genomför insatser med syftet att öka antalet invånare då en ökning eller stabiliserad nivå anses central för att kunna tillhandahålla en god kommunal service och bibehålla kompetens.

Syftet med utredningen är att beskriva forskningens rekommendationer till att hantera en negativ befolkningsutveckling och identifiera insatser som har störst chans att vända befolkningsutvecklingen med tillhörande demografiska utmaningar, med allt mer åldrande befolkning och låga födelsetal. Utredningen ska ange riktning och tydliggöra den röda tråden mellan de insatser som ska genomföras för att bidra till att Hylte kommun i än högre grad ska attrahera människor.

Litteraturoversikten visar på att kommuner upplever det svårt att navigera i vilka strategier som ska användas för att hantera befolkningsminskningen och att strategier används oavsett om det går att påvisa resultat eller inte. (Syssner, 2014). Likväl framhäver Brorström & Siverbo den symboliska effekten av att arbeta med insatser för befolkningstillväxt då det är en viktig följd effekt som bidrar med attraktivitet, entusiasm och framtidstro inom kommunen. Brorström & Siverbo (2008)

Syssner har tagit fram en modell över vad som kännetecknar tillväxtpolitik. Enligt Syssners modell består lokal tillväxtpolitik (2018) av stöd till:

- Företagsklimat
- Entreprenörskap
- Investeringar
- Besöksnäring
- Platsmarknadsföring

Syssner har även identifierat de lokala anpassningspolitiska beståndsdelarna genom att undersöka vilka åtgärder som kommuner i Sverige i störst utsträckning använder sig av. Vilka är:

1. Mellankommunal samverkan
2. Samverka med civilsamhället
3. Höja skatten
4. Anpassa fysisk infrastruktur (Säljs/riva byggnader)
5. Upphöra (med ej lagstadgad) verksamhet
6. Bedriva viss verksamhet annorlunda

I början av 2000-talet växte ytterligare en ny forskningsgren fram som utmanade det politiska tillväxtorienterade tankesättet så kallad smart nedgång/anpassning.

Sammanfattningsvis är en helhetssyn och långsiktig planering, där samarbete med näringsliv, andra kommuner, regioner och staten är centralt, är avgörande för att även i framtiden försätta att vara en robust kommun med utvecklingskraft, stolthet och medmänsklighet. Där tillväxt

satsningar i form av varm platsmarknadsföring är plan A och smart nedgång/anpassning är plan B. Förslag på insatser delas in i insatser för näringsliv och kompetensförsörjning och insatser riktade mot befintliga och potentiella invånare.

## 1.UPPDRAG

## 1.1 BAKGRUND

I SCB:s statistik för 2023 rapporterades den lägsta folkökningen i Sverige på 22 år och hela 193 kommuner minskade i befolkning. Trenden fortsatte även 2024 då 169 av Sveriges 290 kommuner rapporterade en negativ befolkningsutveckling. Det kan jämföras med ett genomsnitt på 61 kommuner under perioden 2014–2023. I Hylte kommuns senast framtagna befolkningsprognos prognostiseras ett tapp på ca 900 personer till 2040. Likväl är en negativ befolkningstillväxt en etablerad trend som pågått i decennier i nästan hälften av Sveriges kommuner. De senaste 50 åren har Sverige urbaniserats i allt snabbare takt. Förlusten av den unga befolkningen skapar ett åldrande samhälle och genererar en påfrestning på den kvarvarande unga befolkningen. En annan konsekvens är att den fysiska infrastrukturen blir överdimensionerad, till exempel fortsätter skolbyggnader att generera kostnader även om elevunderlaget viker. (Syssner, 2014) Det är en kombination av tillgång till högre utbildning, en stark arbetsmarknad och ett livsstilspaket som lockar yngre till städerna. Således styr den yngre generationens rörelsemönster i hög grad vilka platser som växer (Bjerke, L. och Mellander, C.)

Hur kan en kommun med negativ befolkningsutveckling själv vända utvecklingen? Många kommuner genomför insatser med syftet att öka antalet invånare då en ökning eller stabiliserad nivå anses central för att kunna tillhandahålla en god kommunal service och bibehålla kompetens. Trots allt ska man vara medveten om den demografiska tillbakagången är effekter av processer som en kommun själv inte råder över. Likväl kräver den lokala lösningar enligt Bjerke, L. och Mellander, C.

## 1.2 SYFTE

Syftet med utredningen är att beskriva forskningens rekommendationer till att hantera en negativ befolkningsutveckling och identifiera insatser som har störst chans att vända befolkningsutvecklingen med tillhörande demografiska utmaningar, med allt mer åldrande befolkning och låga födelsetal. Utredningen ska ange riktning och tydliggöra den röda tråden mellan de insatser som ska genomföras för att bidra till att Hylte kommun i än högre grad ska attrahera människor.

## 2. REDOVISNING

### 2.1 AVGRÄNSNINGAR

Utredningen är avgränsad till att omfatta strategier forskningen identifierat att kommuner använder eller bör använda för att hantera en negativ befolkningsutveckling.

### 2.2 DEFINITIONER

I utredningen används Syssners definition av begreppen tillväxt- och anpassningspolitik för att kunna identifiera och kategorisera strategier för att hantera en negativ befolkningsutveckling i en kommun. Syssner beskriver att en tillväxtpolitik har som syfte att resultera i ett ”förstärkt skatteunderlag, bättre förutsättningar för kommunens organisation och verksamheter...” och anpassningspolitikens syfte är att ”få en ekonomi i balans, bibehålla kvalitén trots minskade resurser” (Syssner, 2014:40). Hollander & Németh definierar smart nedgång som ett försök att bibehålla en geografisk plats kvalitéer trots ett minska underlag samtidigt som processen ska genomsyras av ett starkt medborgardeltagande.

## 2.3 METOD

Denna utredning är baserad på en systematisk litteraturstudie vilket är en sammanställning av tidigare forskning inom det valda området: strategier för en kommun att hantera en negativ befolkningsutveckling.

## 2.4 STRATEGIER FÖR EN KOMMUN ATT HANTERA EN NEGATIV BEFOLKNINGSUTVECKLING

Litteraturoversikten visar på att kommuner upplever det svårt att navigera i vilka strategier som ska användas för att hantera befolkningsminskningen och att strategier används oavsett om det går att påvisa resultat eller inte (Syssner, 2014). Likväl framhäver Brorström & Siverbo den symboliska effekten av att arbeta med insatser för befolkningstillväxt då det är en viktig följd effekt som bidrar med attraktivitet, entusiasm och framtidstro inom kommunen. Brorström & Siverbo (2008, 104)

### 2.4.1 Tillväxtpolitik

Syssner har tagit fram en modell över vad som kännetecknar tillväxtpolitik. Enligt Syssners modell består lokal tillväxtpolitik (2018: 63) av stöd till:

- Företagsklimat
- Entreprenörskap
- Investeringar
- Besöksnäring
- Platsmarknadsföring – varm och kall

Gemensamt för ovan områden är att de syftar till ökning av antalet invånare, företag och arbetstillfällen i kommunen (Syssner, 2014: 40).

#### 2.4.1.1 Företagsklimat

Företagsklimatet handlar om kommunernas stöd till näringslivet och om att få företagen att bli välmående, till exempel genom att förenkla och underlätta kommunikationen mellan företag och kommunen när det gäller myndighetsutövning. Det kan även handla om företagsnätverk samt kunskapshöjande näringslivsevenemang. Kommuners företagsklimat mäts ofta i intresseorganisationers rankinglistor (Syssner, 2018:51). Hylte kommun har tagit fram ett näringslivsprogram som ska bidra till att det blir attraktivt och enkelt att driva en verksamhet i Hylte kommun. Fem områden som är viktiga för näringslivets utveckling i Hylte kommun har tagits fram i samarbete med näringslivet, tjänstemän och politiker kommunen.

1. Attraktiva livs- och boendemiljöer
2. Samverkan skola och näringsliv
3. Service
4. Varumärkesbyggande
5. Infrastruktur

#### 2.4.1.2 Entreprenörskap

Företagsklimatet i kommunen handlar också om att uppmuntra till entreprenörskap, inte minst i skolan. Stöttning av entreprenörskap sker bland annat via en orienteringskurs i entreprenörskap på Hylte Gymnasieskola och vuxenutbildning. Hylte kommun är partner till Ung företagsamhet i Halland och ansluten till Ung Drive Academy. På Företagscentrum kan

man komma i kontakt med samarbetspartners som NyföretagarCentrum, Coompanion, Connect, Almi och affärsutvecklingsstödet Timbanken.

#### 2.4.1.3 Investeringar

För att få investeringar till kommunen bör kommunen hitta sina unika särdrag och framhäva dessa för att stå sig i konkurrensen mot andra kommuner. Argumenten behöver både förankras inom kommunen för att skapa legitimitet samt nå ut till potentiella företag. Därtill är tillgången till tillgänglig verksamhetsmark av vikt.

#### 2.4.1.4 Besöksnäring

Stöd till besöksnäringen sker ofta genom samarbete med regionen och genom platsmarkandsföring (se mer nedan). Hylte kommun har ett upparbetat samarbete med Visit Halland samt Smålands sjörike för att dra nytta av varandra och finna synergieffekter gällande marknadsföring av besöksnäringen.

#### 2.4.1.5 Platsmarkandsföring

##### 2.4.1.5.1 Kall platsmarkandsföring

Platsmarkandsföring är konsten att attrahera invånare, besökare, företag eller investeringar till en specifik geografisk plats. Det är en traditionell form av marknadsföring där fokus ligger på att främja platsens fördelar och unika egenskaper genom olika marknadsföringskanaler som annonser, broschyrer, tv-reklam, samt deltagande i mässor och evenemang. Den traditionella kalla platsmarkandsföringen syftar till att värva nya invånare genom att locka till sig externa målgrupper. Hylte kommun genomförde 2004 en kall markandsföringskampanj ”Bo i din fritid” vilket kort gick ut på att värva nya invånare från göteborgsområdet genom att broschyrer ”En hälsning från landet” skickades ut i 2000 exemplar samt fysiska informationsträffar i Göteborg. Broschyren arbetades fram tillsammans med samhällsföreningarna. Värvningskampanjen resulterade i 25 intresseanmälningar från göteborgare som deltog i informationsträffarna och att två familjer flyttade till Hylte kommun.

Kommuner och städer som arbetar utifrån en tillväxtpolitik använder sig ofta av platsmarkandsföringskampanjer, eftersom en viktig förutsättning för att attrahera fler att flytta till kommunen anses vara dess attraktivitet. Denna metod är dock utarbetad för att locka turister till en geografisk plats och inte för att öka antalet invånare i en kommun, vilket gör att det är svårt att bedöma dess effekt. Det vill säga blir kommunen mer attraktiv efter en platsmarkandsföringskampanj än vad den skulle ha blivit utan. (Niedomysl, 2006). En annan kritik som tas upp är att metoden tenderar att angripa problemet genom ett förenkla förhållningssätt och missar den komplexitet som finns kring en plats och dess utveckling. (Andersson, 2014: 143-144). Hospers menar att platsmarkandsföring med syftet att locka turister i för stor utsträckning liknar marknadsföringen vid säljandet av en produkt och därmed inte kan hantera den komplexitet som ligger bakom målet att attrahera fler invånare.

##### 2.4.1.5.2 Varm platsmarkandsföring

Med anledning av ovan resonemang om kall marknadsföring har det vuxit fram en alternativ variant av platsmarkandsföring som kallas varm platsmarkandsföring. Varm platsmarkandsföring handlar således om att skapa en stark och positiv bild av en geografisk plats, till exempel en kommun, genom att lyfta fram det unika med den, bygga relationer med invånarna och skapa långsiktiga samarbeten med lokala aktörer. Då den istället för att bara fokusera på att locka nya invånare, besökare eller investerare utifrån, handlar det om att skapa en lokal identitet som väcker stolthet och engagemang hos de som redan bor där. Att fånga in

varför befintliga invånare bor i kommunen och vidareutveckla och kommunicera detta. För en kommun handlar varm platsmarknadsföring om att använda äkta och engagerande kommunikation för att bygga en stark identitet och sammanhållning. Det handlar inte bara om att marknadsföra kommunen till nya invånare eller potentiella investerare, utan också om att skapa en känsla av delaktighet och tillhörighet bland befintliga invånare. Detta innebär att kommunen inte bara är en plats på kartan, utan ett levande och attraktivt samhälle där människor vill bo, verka och trivas. Hospers, G. (2010).

Varm marknadsföring är således en variant som i högre utsträckning utgår från redan befintliga invånares perspektiv. Individens val av plats att bo på är komplex då människor bygger upp både emotionella, sociala och ekonomiska kopplingarna till en plats, vilka sedan spelar en stor roll under beslutsprocessen för vart man väljer att bo. Därmed är det mer fördelaktigt för kommuner att försöka få befintliga invånare att bo kvar eller att i sin platsmarknadsföring vända sig till personer som redan har en koppling till platsen, till exempel personer som flyttat från kommunen för studier och arbete (Hospers, 2011). Bjerke, L., och Mellander, C. forskning visar på att individer som flyttat för studier och som får barn kort efter examen är mer benägna att flytta tillbaka till sin eller partners födelseort. Denna effekten avtar dock redan efter 5 år. Vilket bland annat kan bero på att man är mer beroende av hjälp när barnen är små. (Bjerke, L., och Mellander, C., 2015:16)

Bjerke, L., och Mellander, C. påtalar att även att det lokala näringslivet är beroende av kommunens befolkningsutveckling samt hur det går för platsen i stort, då deras framgång bygger på att de har tillgång till kompetent arbetskraft. Därmed kan det behöva komma tillstånd ett samarbete mellan kommunen och näringslivet för att gemensamt finna lösningar, som att till exempel underlätta för individer att flytta tillbaka. Bjerke, L., och Mellander, C. 2017)

#### 2.4.3 Lokal anpassningspolitik

Syssner ser anpassningspolitik som ett komplement till tillväxtpolitik, en form av ”plan B” (2018:57). Syssner påtalar att bristen på forskning och systematiska jämförelser av olika anpassningspolitiska strategier gör att det delvis saknas begrepp och modeller för att kommunicera kring företeelserna. Syssner har identifierat de lokala anpassningspolitiska beståndsdelarna genom att undersöka vilka åtgärder som kommuner i Sverige i störst utsträckning använder sig av. Vilka är:

7. Mellankommunal samverkan
8. Samverka med civilsamhället
9. Höja skatten
10. Anpassa fysisk infrastruktur (Säljs/riva byggnader)
11. Upphöra (med ej lagstadgad) verksamhet
12. Bedriva viss verksamhet annorlunda

Enligt Syssner brukar de tre översta ses som relativt okontroversiella, medan de tre nedre är svårare att driva igenom (Syssner, 2018:62).

##### 2.4.3.1 Mellankommunal samverkan

Syssner beskriver att mellankommunal samverkan är den anpassningspolitik som störst antal kommuner i Sverige använder sig av men att de ofta har uppstått ad hoc tex genom kommunanställdas redan på förhand upparbetade kontaktnät. (Syssner, 2014: 28–39). Samverkan är ett område som Hylte kommun redan har börjat formalisera genom till



exempel Goda grannar, Smålands sjörike och planerat inträde i SÅM. I slutet av 2023 antog kommunfullmäktige en riktlinje för kommunala samverkan.

#### 2.4.3.2 Samverka med civilsamhället

Samverkan med civilsamhället och föreningslivet anser många kommuner är något bra, och något man vill arbeta ytterligare med. Frivilliginsatser från samhällsföreningar, villaägare, kultur- och idrottsföreningar och liknande antas leda till både minskade kostnader, ökad tillit samt stärka engagemang för lokalsamhället. Idén om medborgarna som volontärer är trots allt komplicerad, då det innebär en ansvarsförskjutning från det offentliga till det frivilliga. Att i stor utsträckning förlita sig på ideella krafter innebär en risk för kommunen då att det blir svårare att säkerställa rättssäkerheten och långsiktigheten i arbetet som utförs. (Syssner, 2018:105).

#### 2.4.3.3 Höja skatten

Höjd skatt är inget de flesta anser är eftersträvänsvärt, även om vissa anser att det är nödvändigt för välfärden, medan andra anser att det gör det ännu svårare för invånarna och företagen att utvecklas på platsen. Syssner menar att förslag på höjd kommunalskatt leder ofta till debatt i kommunfullmäktigen men inte till en proteststorm från invånarna såsom till exempel en nerläggning av en skola eller omsorgsboende kan göra. (Syssner, 2018:75). Skattesatsen höjdes i Hylte kommun 2024.

#### 2.4.3.4 Anpassa fysisk infrastruktur

I internationell forskningslitteratur är anpassning av överdimensionerad infrastruktur betydande. Däremot har Syssner uppmärksamma att anpassning av fysisk infrastruktur inte är utbredd i svenska kommuner med en negativ befolkningsutveckling. Vilket kan bero på olika anledningar såsom att kommunen inte har rådighet över rivningsbesluten etc. (Syssner, 2018:73). Hylte kommun tog under 2024 initiativ till att köpa in två förfallna hus men ambitionen om att de ska rivs.

#### 2.4.3.5 Upphöra (med ej lagstadgad) verksamhet

Upphöra med verksamhet för sådant som inte är lagstadgat, tex kultur- och musikskola, öppen förskola olika stöd till föreningslivet etc. (Syssner, 2018:73). Hylte kommun pausade under 2024 och 2025 sin satsning på fri kollektivtrafik till ungdomar och seniorer.

#### 2.4.3.6 Bedriva viss verksamhet annorlunda

Går ut på att införa nya och innovativa sätta att utföra uppdragen på. Det kan låta positivt med innovation men Syssner menar att det är här de svåra besluten ligger då det ofta handlar om att slå samman enheter, lägga ner verksamhet eller helt avstå från verksamhet som tex att driva en egen gymnasieskola i kommunen. (Syssner, 2018:64).

#### 2.4.4 Planera för en smart nedgång

I början av 2000-talet växte en ny forskningsgren fram som utmanade det politiska tillväxtorienterade tankesättet. Strategier för att planera med förutsättningen att invånarantalet har sjunkit och med stor sannolikhet kommer fortsätta att sjunka kallas i forskningslitteraturen för att planera för en smart tillbakagång eller nedgång. Hollander & Németh och Kullmann ger uttryck för att en smart nedgång bygger på att försöka behålla en geografiskplats kvalitéer trots ett minska underlag samtidigt som processen ska genomföras av ett starkt invånardeltagande.

Hollander & Németh har utformat fem principer för planeringsprocessen vid en smart nedgång:

1. Planeringsprocessen för en smart tillbakagång bör inkludera och uttryckligen välkomna flera röster
2. Planeringsprocessen för en smart tillbakagång ska vara samtalspolitisk i sin natur
3. Smart tillbakagång planerare ska ha kunskap om olika tekniker för kommunikation och ska förse information som möjliggör att medborgare kan känna igen maktobalanser samt dominanta strukturer
4. Planeringsprocessen för en smart tillbakagång måste vara transparent och värdera olika typer av informationskällor
5. Planeringsprocessen för en smart tillbakagång bör vara regionala i omfattning, men lokala när det gäller styrning och implementering.

### 3. HUR SER DE LOKALA FÖRUTSÄTTNINGARNA UT I KOMMUNEN?

#### 3.1 HYLTE KOMMUN

Hylte kommun är en kommun i Hallands län. Centralort är Hyltebruk. Kommunen, som är Hallands läns enda inlandskommun, ligger över gränsen mellan landskapen Halland och Småland. Genom kommunen rinner ån Nissan och en del av sjön Bolmen är belägen i kommunen.

Hylte har en lång historia inom skogsindustri och pappersproduktion. Hyltebruk är en klassisk gammal bruksort där orten vuxit upp kring bruket. Näringslivet i kommunen består till stor del av tillverkningsindustri men kommunen har också ett växande antal små och medelstora företag som är verksamma inom områden som bygg, handel och tjänstesektor. Besöksnäringen har vuxit sig stark under de senaste åren.

Stora investeringar gjordes i brukets verksamhet på 1980- och 1990-talet vilket resulterade i befolkningsökningar. År 1980 var folkmängden i kommunen som störst och det fanns drygt 11 200 invånare. Därefter har befolkningen succesivt sjunkit, till stor del i samband med att pappersbruket avvecklat pappersmaskiner. Under 2014 och 2015 skedde en kortvarig befolkningsökning i Hylte med anledning av den stora flyktingströmmen. Sedan dess har befolkningen i Hylte kommun fortsatt att minska. Kommunen har idag 10 166 invånare (2025-06-30).

Genom kommunen löper järnvägslinjen Halmstad-Nässjö som trafikeras av regiontågen Krösatågen med stationer i Torup, Kinnared och Landeryd.

Hylte kommun är enligt Sveriges Kommuner och Regioners kommungruppsindelning 2023 kategoriserad som en "Lågpendlingskommun nära större stad, vilket betyder att det är en kommun där mindre än 40 procent av nattbefolkningen pendlar till arbete i en större stad. I den här gruppen ingår till exempel även Tranemo, Tingsryd och Ulricehamn.

### 4. SLUTSATSER

En negativ befolkningsutveckling innebär en utmaning för en kommun, men den medför också möjligheter för omställning och långsiktig utveckling. Genomgången av forskningslitteraturens rekommendationer för att hantera en negativ befolkningsutveckling visar på att *varm platsmarknadsföring* och *smart nedgång/aktiv anpassning* är de metoder

som är mest fördelaktiga. Den visar också på att genom att implementera en kombination av strategier ökar chansen att lyckas.

Varm platsmarknadsföring för kommuner handlar om att skapa en genuin och engagerande kommunikationsstrategi som bygger på lokal stolthet, samarbete och en stark identitet. Genom att arbeta med lokal förankring, invånarengagemang och samverkan med olika aktörer kan kommunen skapa en attraktiv och levande plats där människor vill bo, arbeta och investera. Varm platsmarknadsföring hjälper till att stärka både den lokala ekonomin och gemenskapen, vilket leder till långsiktig hållbarhet och framgång.

Att anpassa en plast för färre invånare kan snart komma att behöva bli normen och endast i vissa undantagsfall kommer städer/kommuner att planera för tillväxt (Weismann & Bontje 2015:9) Att planera för en smart anpassning handlar om att omvandla utmaningar till möjligheter. Således är det väsentligt att alla som företräder kommunen förmedlar en positiv och konstruktiv bild av den förändrade situationen för invånarna. Genom att visa att nedgången eller anpassningen inte behöver innebära en katastrof, utan kan vara en möjlighet till omställning och utveckling, kan kommunen inspirera till engagemang och delaktighet.

Sammanfattningsvis är en helhetssyn och långsiktig planering, där samarbete med näringsliv, andra kommuner, regioner och staten är centralt, är avgörande för att även i framtiden försätta att vara en robust kommun med utvecklingskraft, stolthet och medmänsklighet. Där tillväxt satsningar i form av varm platsmarknadsföring är plan A och smart nedgång/anpassning är plan B. (Syssner, 2018: 57)

## 4.2 FÖRSLAG PÅ TILLVÄGAGÅNGSÄTT

### 4.2.1 Insatser för näringsliv och kompetensförsörjning

#### 4.2.1.1 Insats - Partnerskap med det lokala näringslivet

I utvärderingen av ”Bo i din fritid”, som var en värvningskampanj riktad mot göteborgsområdet som genomfördes 2004, konstaterades att det krävs ett ökat samarbete med företagen i kommunen, då inflyttningen är beroende av tillgång på arbete. När olika aktörer, som företag, föreningar och kommunala organisationer, samverkar i marknadsföringsinsatser kan kommunen skapa ett starkare nätverk av samarbeten och förbättra sitt rykte. Lokala företag kan bidra med att genom sina egna marknadsföringskanaler sprida kommunens varumärke och de fördelar som kommunen erbjuder. Under våren 2024 formades ett initiativ till ett handslag för en gemensam kraftsamling för att stärka befolkningstillväxten och trygga kompetensförsörjningen av några av de största företagen i kommunen. I maj 2024 bjöd Hylte kommun in de 30 största företagen till ett diskussionsforum för att adressera frågan. Som ett led i att ta omhand tankar och idéer som kom upp formades en utvecklingsgrupp för att tillsammans med kommunchefen arbeta vidare och forma gemensamma prioriteringarna och insatser.

#### 4.2.1.2 Insats - Markstrategi för att tillhandahålla attraktiva boendemiljöer och verksamhetsmark

Inventera och ta fram en markstrategi för att uppnå kommunens vision. Genom en markstrategi tydliggöra inriktning för hantering av kommunens befintliga markinnehav samt hantering och prioritering kopplat till markförvärv och marköverlåtelse.

#### 4.2.1.3 Insats - Identifiera nya områden som bör detaljplanläggas

Kommuner som syns på ett positivt sätt och som erbjuder en hög livskvalitet, både för invånare och företag, blir mer attraktiva för människor och företag som söker nya platser att bo och verka på. Ta fram detaljerade studier av områden för utveckling av bostäder och verksamheter.

#### 4.2.2 Insatser riktade mot befintliga och potentiella invånare

##### 4.2.2.1 Insats - Hemvändarrangemang

Kommunen kan arrangera eller stödja lokala evenemang som marknader, festivaler eller idrottsevenemang där invånarna och besökare får uppleva den lokala kulturen. I kommunen finns ett antal olika arrangemang som belyser kommunens kultur och särart, tex. Tågdagarna, Unnaryds marknad och In to the Woods. Dessa evenemang ger både möjligheter att visa upp kommunen och skapar ett engagemang från lokalbefolkningen. I samband med dessa bjuds för detta invånare in. Bjerke, L. och Mellander, C forskning påvisar att majoriteten av flyttar över kommungränser sker i åldrarna 18-35 års ålder. Så företrädesvis ska inbjudningarna gå ut till individer inom det spannet. (Bjerke, L., och Mellander, C., 2015: 7-8)

##### 4.2.2.2 Insats - Kommunal inflyttarservice/lots

Många kommuner erbjuder något som kallas inflyttarservice för att underlätta för människor som är intresserade av att flytta till kommunen. Om man är intresserad av en ny plats/kommun kan inflyttarservice vara en avgörande faktor för att flytten ska bli verklig och smidig genom att man får hjälp med till exempel skolbyte och att komma i kontakt med möjliga arbetsgivare på den nya orten. Utveckling- och hållbarhetsavdelningen, där Kontaktcenter och kommunikationsavdelningen ingår, kan få ett utökat uppdrag att ge inflyttarservice både fysisk och via utökad information på hemsidan. De kan ta fram ett koncept för inflyttarservice anpassat till Hylte kommuns förutsättningar. Syftet är att underlätta inflyttning genom att hjälpa nya invånare med att finna rätt ingångar både före och efter flytten.

##### 4.2.2.3 Insats - Ambassadörskap

Undersöka möjligheten att genom lokal förankring skapa ambassadörer. Här kan handelslaget med näringslivet fungera som en möjliggörare. Genom storytelling förmedla invånarnas och näringslivets perspektiv.

##### 4.2.2.4 Insats - Invånardeltagande/engagemang

När invånarna känner att kommunen arbetar för att stärka deras livsmiljö och lyfter fram deras behov och intressen, växer en känsla av samhörighet och stolthet. Lyssna in befintliga invånares behov och på så sätt skapar nöjda invånare som i förlängningen ger fler invånare.

##### 4.2.2.5 Insats - SMART anpassning

Genom att göra den interna organisationen mer flexibel kan den bättre förutse och anpassa sig till förändrade förutsättningar. Att vara proaktiv skapar större handlingsutrymme vilket gör att man kan välja istället för att med tiden bli tvingad till en insats. På så sätt kan kommunen ställa om eller lägga ner verksamheter på ett planerat, strukturerat och kostnadseffektivt sätt samtidigt som det möjliggör bibehållen hög kvalitet på resterande kommunal service.

Därför med utgångspunkt i boendestruktureringen och utredningen för skolorganisationen, som kommunstyrelsen fått i uppdrag att ta fram under 2025, applicera anpassningspolitiska

åtgärder såsom t.ex. att avyttra fastigheter som inte har strategisk betydelse för kommunen eller ingå avtalsamverkan genom att ingå i större strukturer för att säkerställa kompetens och kostnadseffektivitet.

## 6. KÄLLFÖRTECKNING

Andersson, I. (2014) Kulturgeografiska institutionen, Stockholms universitet och Samhällsvetenskapliga fakulteten, Placing place barndom: an analysis of an emerging research field in human geography, Geografisk tidsskrift-Danish Journal of Geography, vol 114 no 2, ss 143–155.

Bjerke, L., och Mellander, C. (2015) Moving back home? Never. The migration patterns of highly educated individuals in Sweden.

Bjerke, L., och Mellander, C. Att äga framtiden, kapitel: De ungas flytt till staden

Brorström, Björn & Siverbo, Sven. 2008. Perspektiv på framgångsrika kommuner.

Kommunforskning i Västsverige.

- Fjertorp, J. (2013). Hur påverkas kommunernas ekonomi av befolkningsförändringar? (Nationella kommunforskningsprogrammets rapportserie; Vol. 17). Kommunforskning i Väst.
- Hospers, G. (2010). Making sense of place: from cold to warm city marketing. *Journal of Place Management and Development*, 3(3), 182-193.
- L-G. Hedin & J. Mott *Urbaniseringens effekter*
- J.B. Hollander & J. Németh ” The bounds of smart decline: a foundational theory for planning shrinking cities”, *Housing Policy Debate Volume*, 21, Number 3, sid 349-367.
- Niedomysl, T. (2006) ” Migration and Place Attractiveness. Department of Human and Economic Geography, Uppsala University.
- Syssner, J. (2014) ” Politik för kommuner som krymper” Linköpings universitet, Institutionen för studier av samhällsutveckling och kultur, Centrum för kommunstrategiska studier. Linköpings universitet, Filosofiska fakulteten Politik för kommuner som krymper
- Syssner, J. (2018). Mindre många: Om anpassning och utveckling i krympande kommuner. Årsta: Dokument Press.
- Karl Kullmann ”Designing for Decline: Landscape Architecture Strategies for the western Australian Wheatbelt”, *Landscape Journal: design, planning, and management of the land* Volume 32, Number 2, 2013 sid. 243–260
- Wiechmann, T. och Bontje, M. (2015) ”Responding to Tough Times: Policy and Planning Strategies in Shrinking Cities”, *European Planning Studies*, 23(1), s. 1–11