

# En social innovation

Mobilisering med 14 kommuner för deras mottagarkapacitet, med fokus på livsstilsmigration, AI och relationsbyggande handpåläggning

Stina Almkvist, Projektledare – Attraktion och Kompetensförsörjning, Region Norrbotten

Ella Jonsson, Innovation Manager, NSGD Attraktion/SLVB

*Övergripande mål:*

# Ökad inflyttning till Norrbotten



## Arbetspaket baserade på utmaningar

**ATTRAKTION**  
marknadsföring  
och mottagar-  
kapacitet

*14 kommuner  
Swedish Lapland +  
Kommunerna +  
Regionen*

**KOMPETENS**  
utbud och  
matchning

*14 Kommuner +  
Norrbottens  
kommuner +  
Regionen +  
Ltu*

**FYSISK  
PLANERING**  
mobilisering  
och kapacitet

*5 Kommuner +  
Regionen +  
Länsstyrelsen*

**ENERGI**  
försörjning och  
kapacitet

*5 Kommuner +  
Regionen*

Dialoger kring behov, utmaningar, gaps och med fokus på skavet

# Hela Norrbotten blev ett gigantiskt co-lab.

Vi har byggt en testarena där vi rustar och mobiliserar oss inför framtiden. Det är en social innovation där vi tillsammans, med hjälp av tjänstedesign och agila processer arbetar, begår misstag, lär oss och omstrukturerar oss under 14 pågående parallella kommunprocesser och ett antal gemensamma processer.



Testet med den polska elektrikern

# Den globala inflyttaren – en ansvarsfull och nyfiken livsstilsmigrant

## Drivkrafter:

- Familjen har stor betydelse
- Viktigt med allas lika värde
- Viktigt att värna om naturen
- Vill hjälpa andra människor
- Vill ha en hälsosam livsstil
- Starkt miljöintresse

**Gäller det oss själva, är vi sanna och autentiska?**

*Attraktions-  
kraft*



Profilering &  
positionering

VÄRDEKEDJA  
INFLYTTNING

Attraktiva livsmiljöer  
- *platsernas unika värden  
& resurser*



Marknads-  
föring &  
distribution



FYSISK  
Organisering  
& resurser

*Mottagar-  
kapacitet*

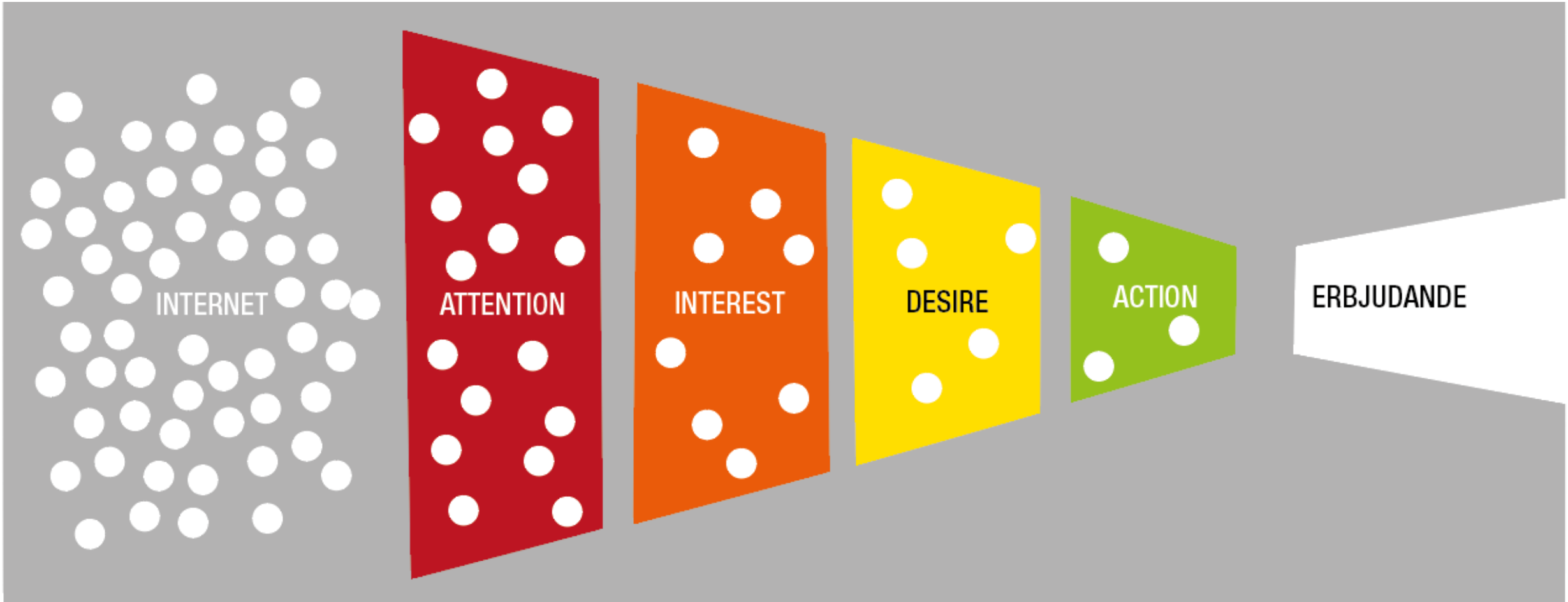


DIGITAL  
Plattformer &  
kanaler

# KAMPANJER

Digital marketing funnel process bygger på AI-driven AIDA-metod

North  
Sweden  
Green  
Deal





## Inflyttningscykelns olika faser

*LOKALT: Löpande innovationsprocesser baserade på olika sprintmetoder, nya metoder och verktyg – och direkt applicering av resultat i praktiken*

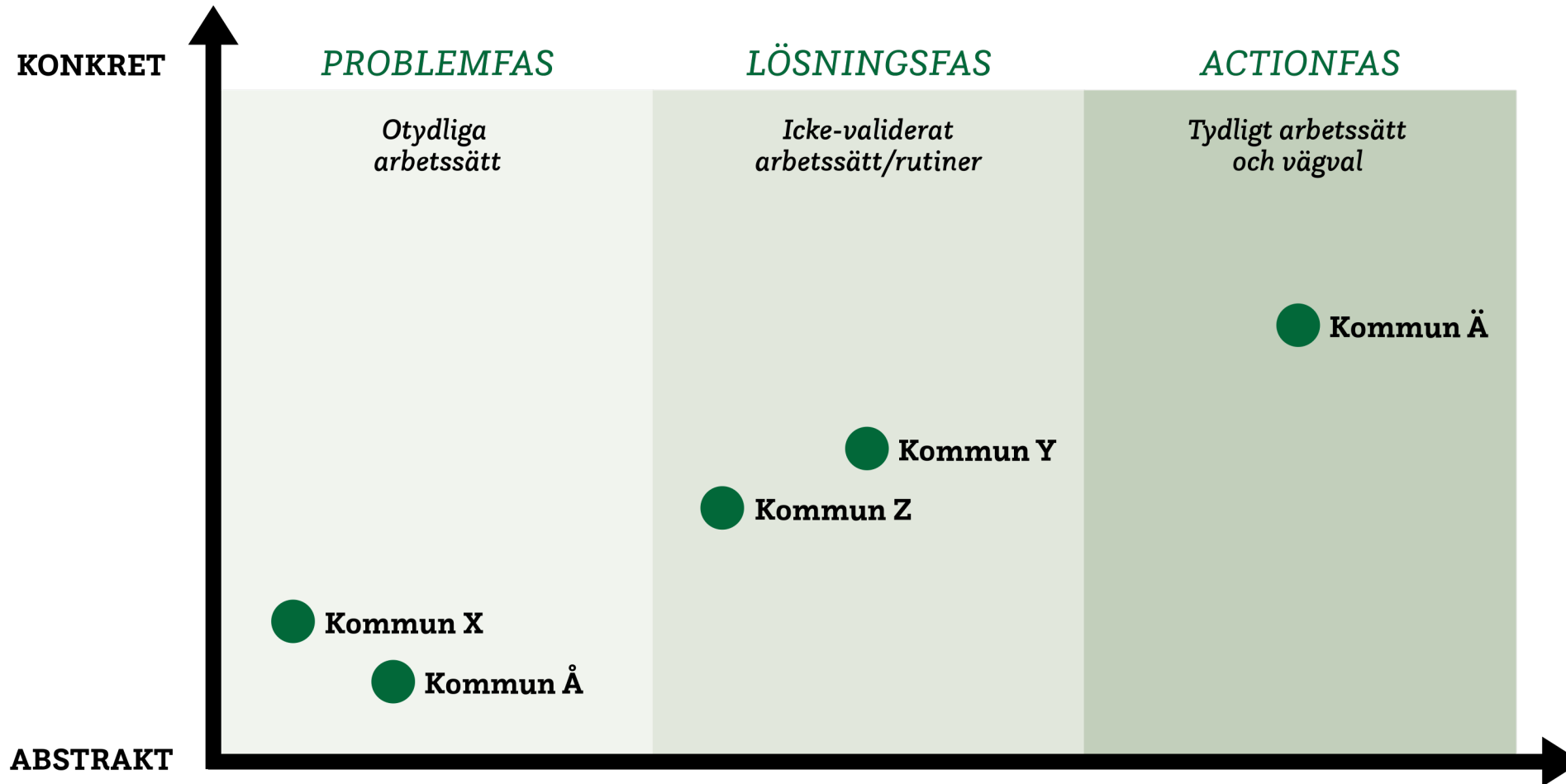


*TILLSAMMANS: Efarenhetsutbyte, kunskapsdelning, kraftsamling, insatser*

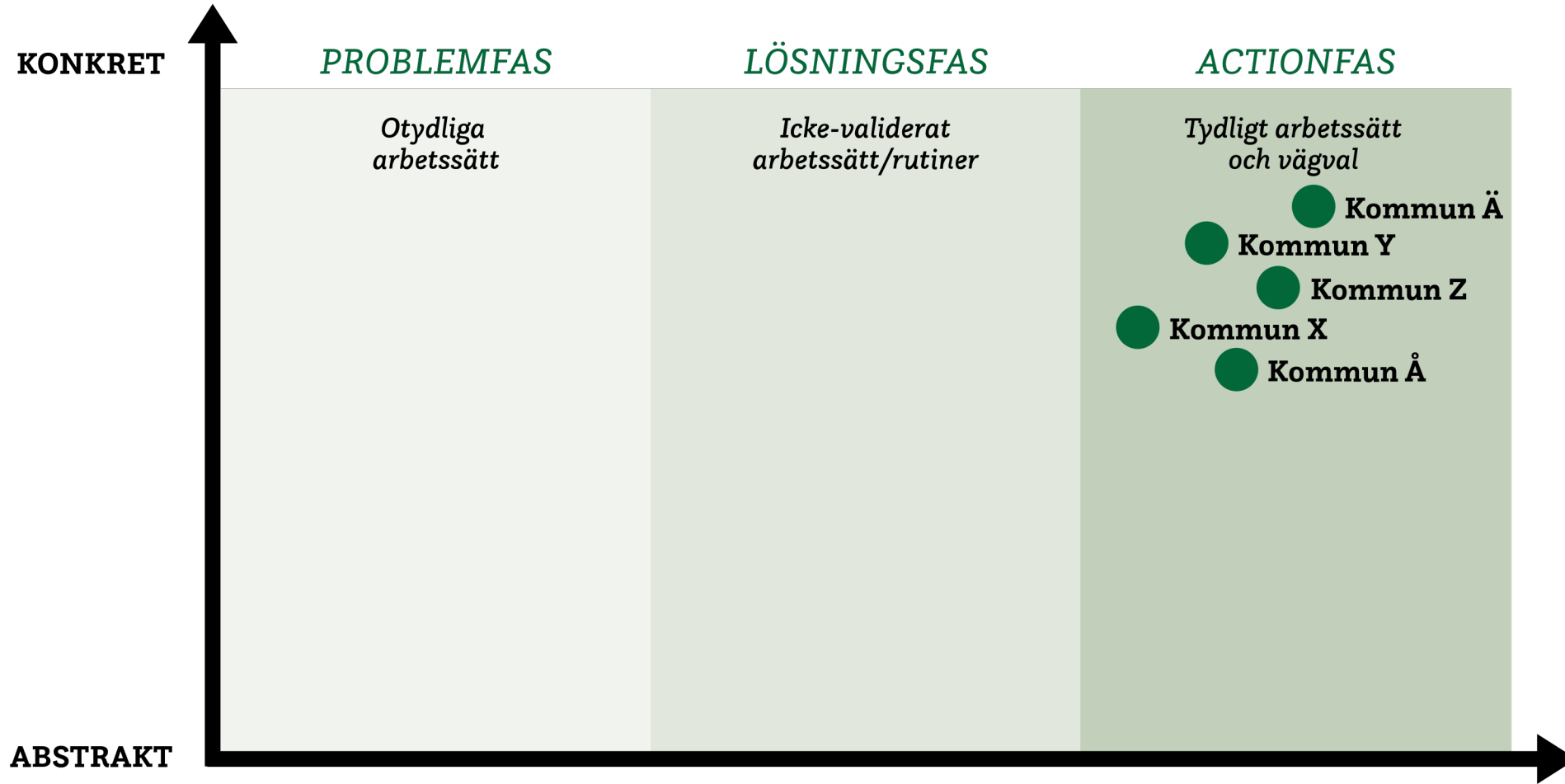


Och vem har varit med i processerna?

# Alla är olika: process och faser – från speedway till slowflow



# Alla är olika: process och faser



# Emigration Expo

Utrecht Nederländerna 1-2 april 2023

- från att prata samverkan till att vara samverkan



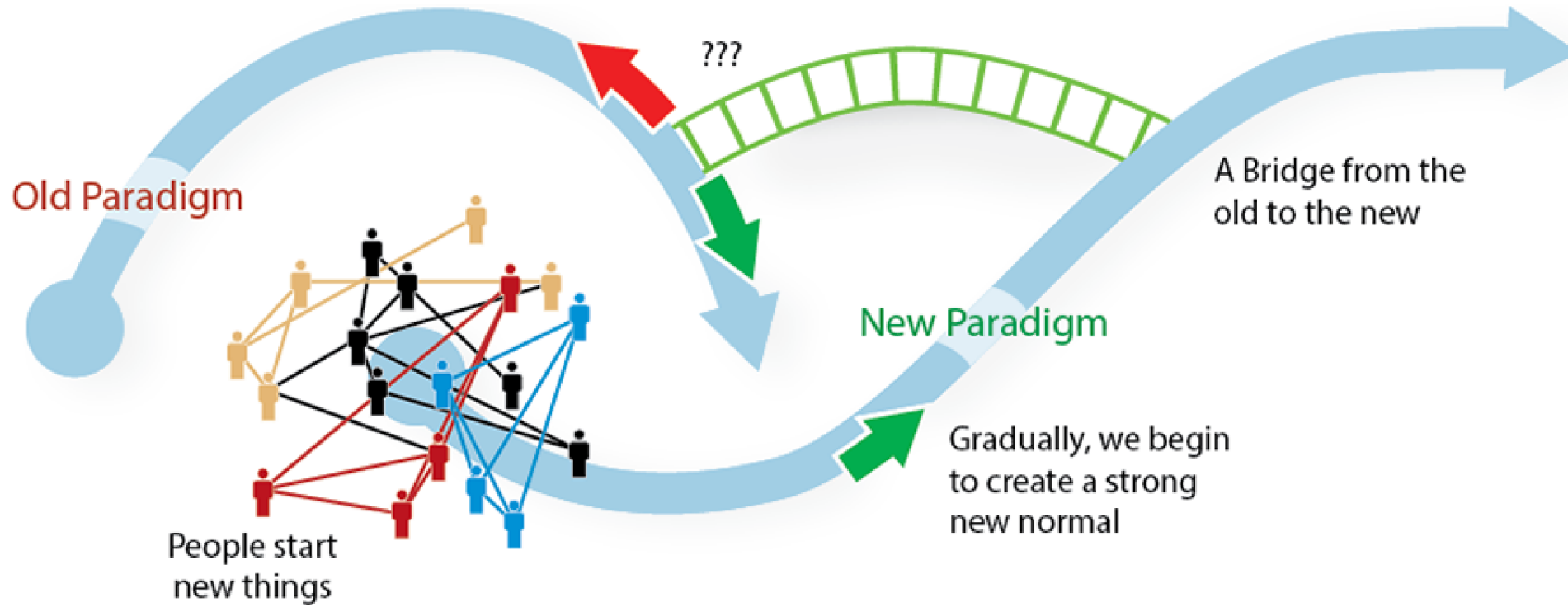
North  
Sweden  
Green  
Deal

11 av 14 kommuner arbetade hårt i Region Norrbottens monter "Arctic Sweden". LKABs och LTUs monter fanns i direkt anslutning.

Tillsammans väckte vi stor nyfikenhet - en attraktiv, dynamisk och välbesökt mötesplats för Norrbotten.

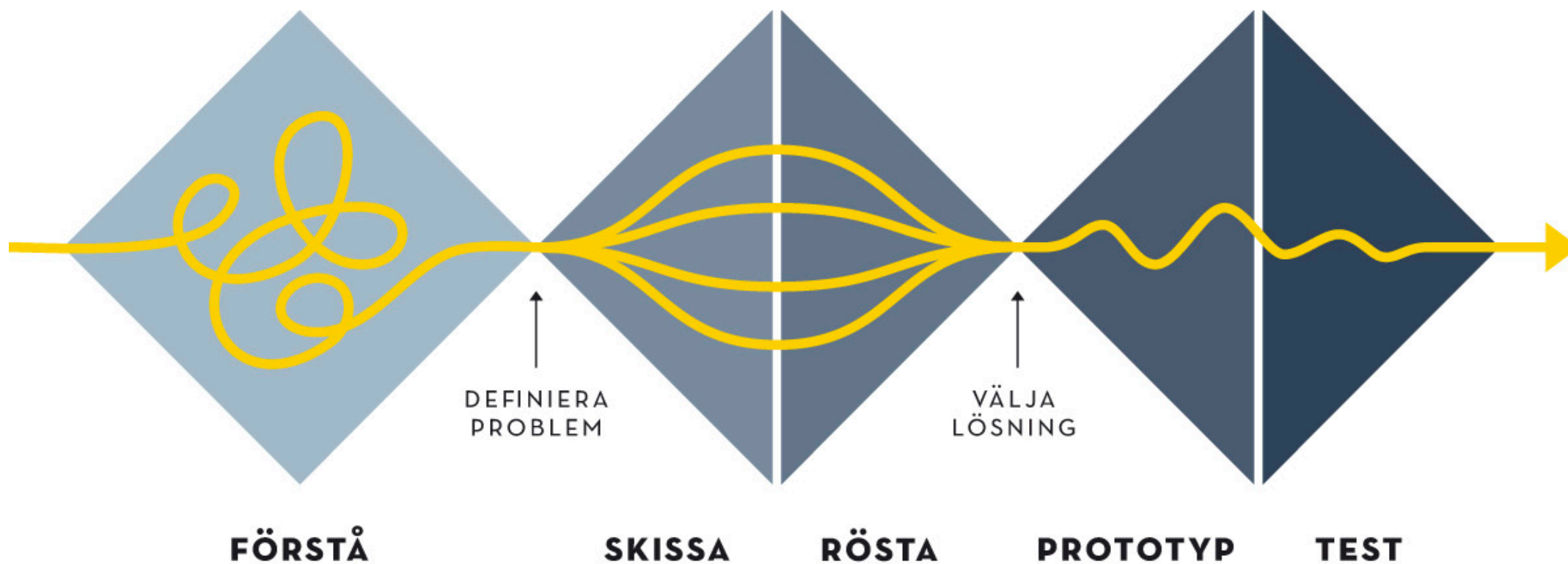
Samverkan i montern fungerade sömlöst.

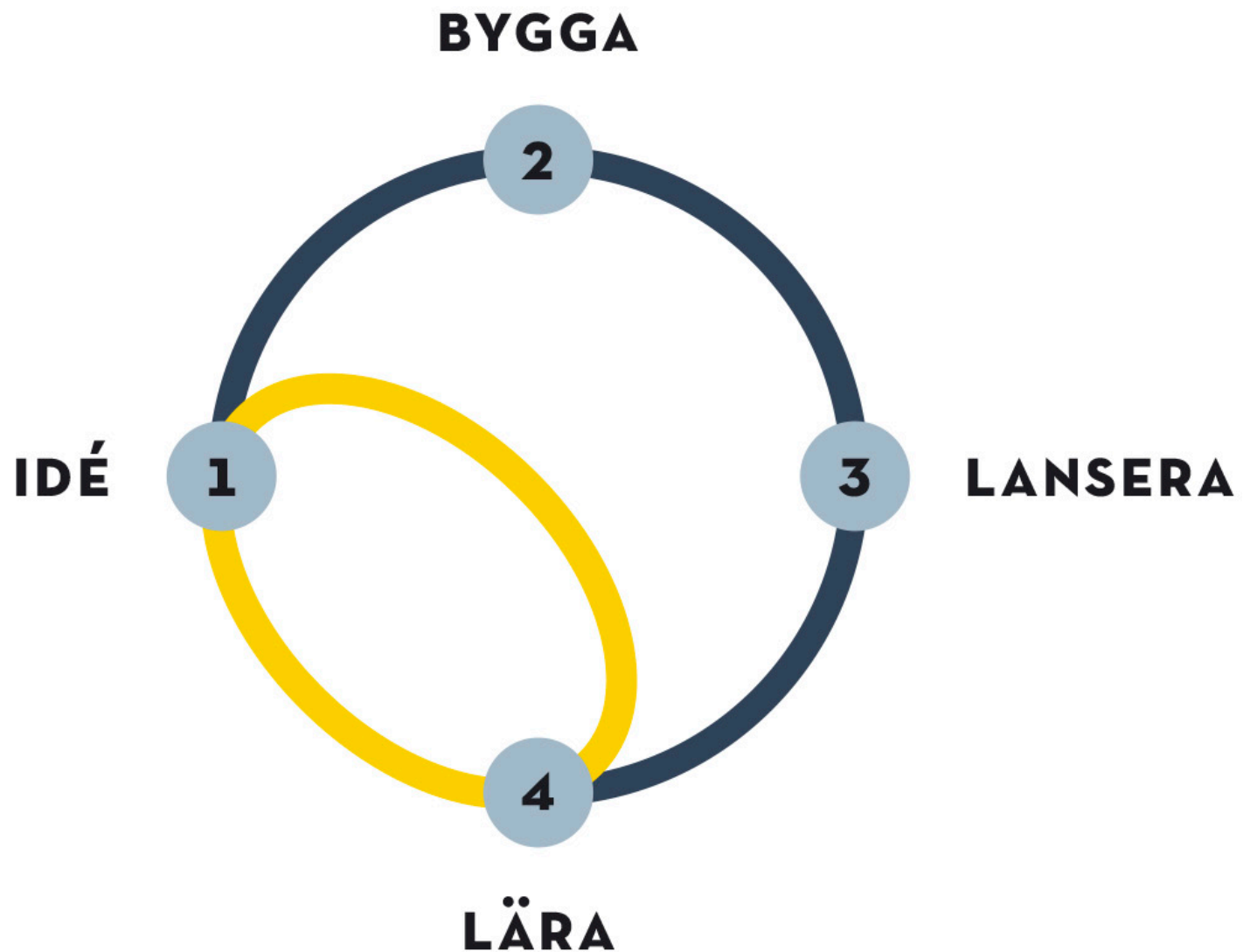






## Design thinking – utgå från användarens behov



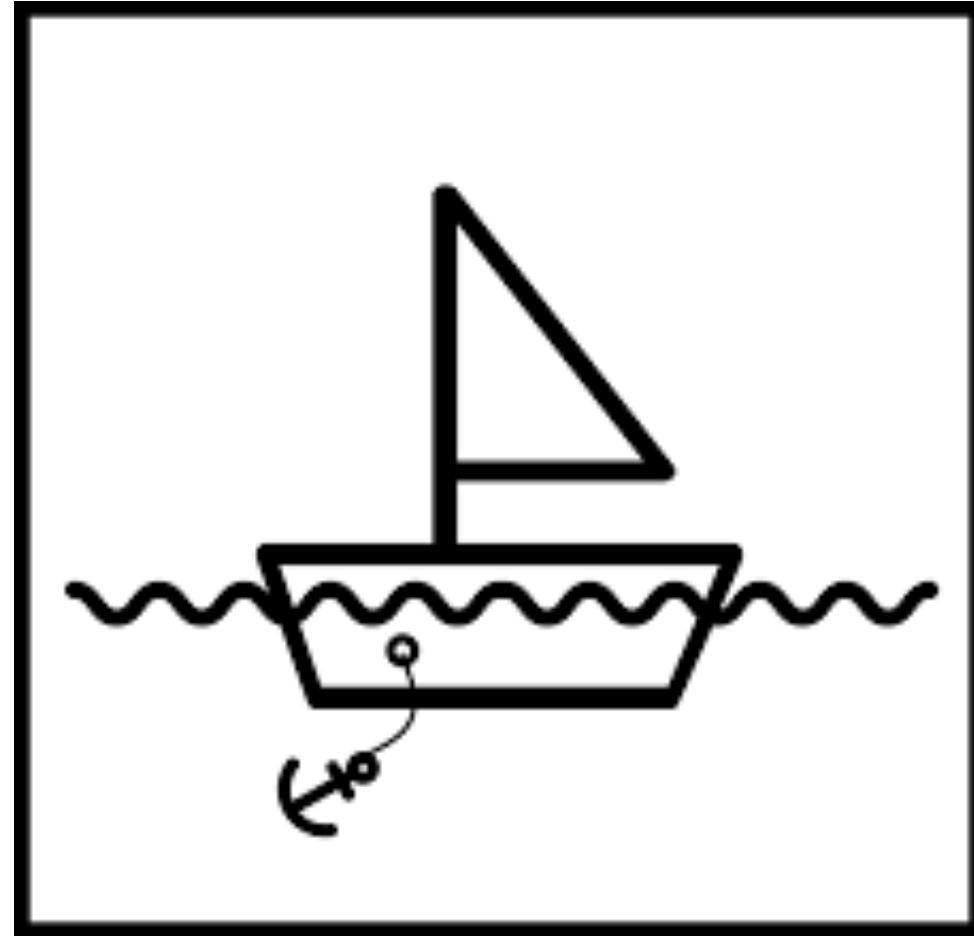




Alla är med och bidrar

En strukturerad och demokratisk workshopmetod för att ringa in problembilden och peka ut riktningen. Med hjälp av LDJ identifierar ett team/en grupp snabbt det där som skaver och som vi behöver börja med att prioritera.

I sin enklaste form kan LDJ genomföras på så kort tid som 15-20 minuter.



North  
Sweden  
Green  
Deal

# Genomförd process i Haparanda

# NSGD Attraktion Haparanda Stad

Mål: Kartlägga nuläget Internationella inflyttarens livscykel

## Kort beskrivning av bakgrunden

### Varför?

- **Haparanda Stad** står i startgroparna för att etablera en funktion och resurser kopplat till ökad inflyttning till kommunen.
- **Haparanda har behov** att bygga intern kunskap om den internationella inflyttarens livscykel
- **Haparanda har behov** att klargöra nuläget i Haparandas när det gäller organisation och resurser för att möta inflyttarens behov i de olika faserna

### VAD ska vi göra:

- **Kartlägga nuläget i Haparanda Stad utifrån inflyttarens livscykel:** hur är vi rustade för att möta behov i de olika faserna i inflyttarens livscykel.
- Vilka **resurser, roller och insatser** finns redan på plats i Haparanda och vilka behöver etableras?
- Var finns de **”vita fläckarna”**?
- Vad behöver göras för att **Haparanda Stad ska vara redo?**

## *Medverkande från Haparanda Stad*

Jenna Laitinen, Utvecklingsenheten, Haparanda Stad  
Anu Lakkala, Näringslivsstrateg Haparanda Stad  
Harry Jatko, Företagslots, Haparanda Stad  
Piia Marttinen, Kulturutvecklare, Haparanda Stad  
Eeva Skyback, Föreningsstrateg, Haparanda Stad

## *Heta stolen-intervjuer*

Ali Ababneh, Information Security Strategist, Haparanda Stad  
Rolando Cevallos, Norrlands Kombucha  
Anu Lakkala, Utvecklingsenheten, Haparanda Stad

## *Ask the expert: Heta stolen*

*Vi bjöd in tre inflyttare från tre olika länder. Metoden "Ask the expert" går ut på att vi ställer nyfikna, öppna frågor för att samla på oss förståelse för inflyttarens upplevelse att flytta till och etablera sig i Haparanda. Alla i teamet är med och ställer frågor. Samtidigt är vi lyhörda och noterar insikter och möjligheter som teamet använder för att driva förändring.*





# Inflyttarens livscykel i HAPARANDA



INVENTERA



ATTRAHERA



REKRYTERA



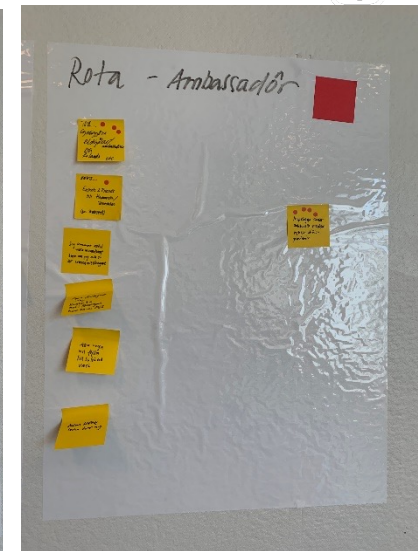
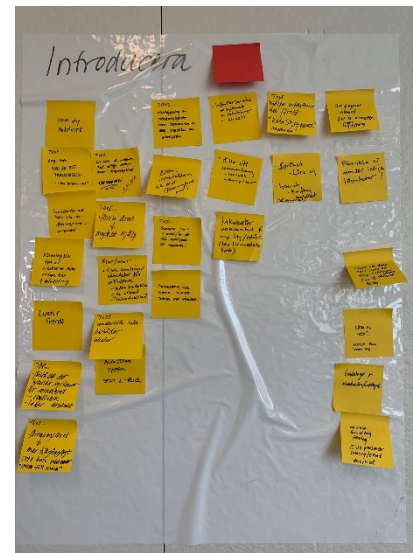
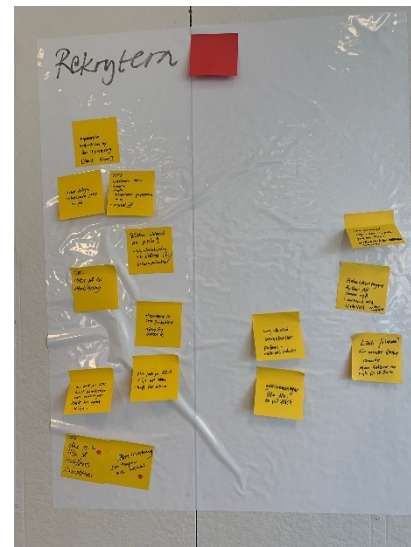
INTRODUCERA



VÄLKOMNA



ROTA



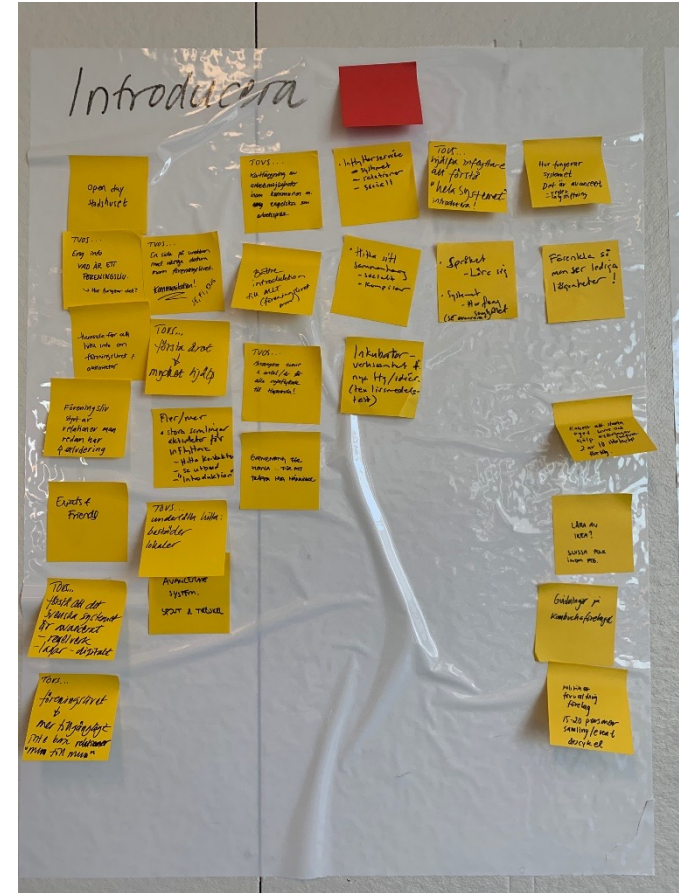
# Inflyttarens livscykel i Haparanda

## Fas: Introducera

Status nuläge: ●

Haparanda behöver utveckla sin mottagarkapacitet för att introducera inflyttaren i samhället: det gäller inflyttaren som är "på väg" att flytta in likaväl som när man är nyinflyttad.

I introducera-fasen handlar det om att tillgängliggöra praktisk information om den kommunala servicen likväl som att "hands on" lotsa en inflyttare in samhället.



# Tänk om vi skulle...

...skapa en "City Service" – International House-modell (Uleåborg)  
...etablera en inflyttarservice!

## INSIKT:

- Det behövs en fysisk plats – en mötesplats.
- Haparanda behöver göra det lättare för inflyttare att förstå och komma in i samhället

## FÖRSLAG INSATS – AKTIVITET:

- Fysisk mötesplats centralt i Haparanda: combo City service + Inflyttarservice
- Spindel i nätet vid inflyttningsprocessen

## Vision och idé:

- City Service blir en hub för befintliga medborgare och inflyttare – en naturlig mötesplats för alla Haparandabor.  
Huset finns redan: resecentrum
- Fler våningar ger oss möjlighet att fylla huset med mer innehåll
- Även inkludera föreningslivet, co-workingspace och kulturaktiviteter
- Turistinformationen flyttar också in i samma hus
- Biljettförsäljning till kulturarrangemang

## VEM ANSVARAR:

- TBD

## NÄR?

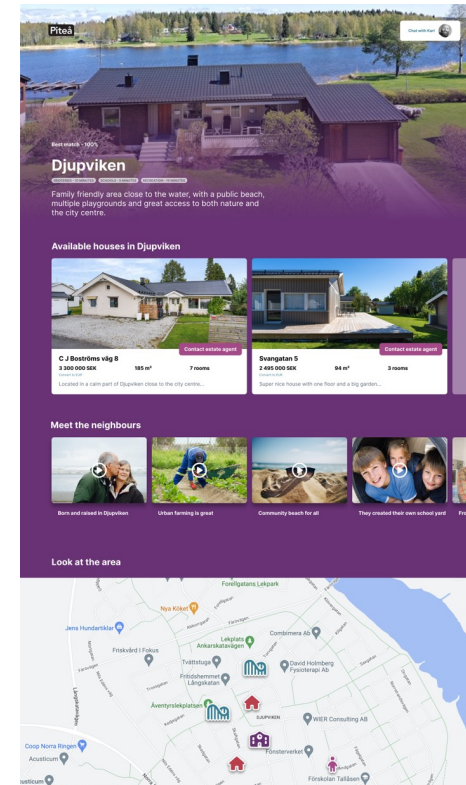
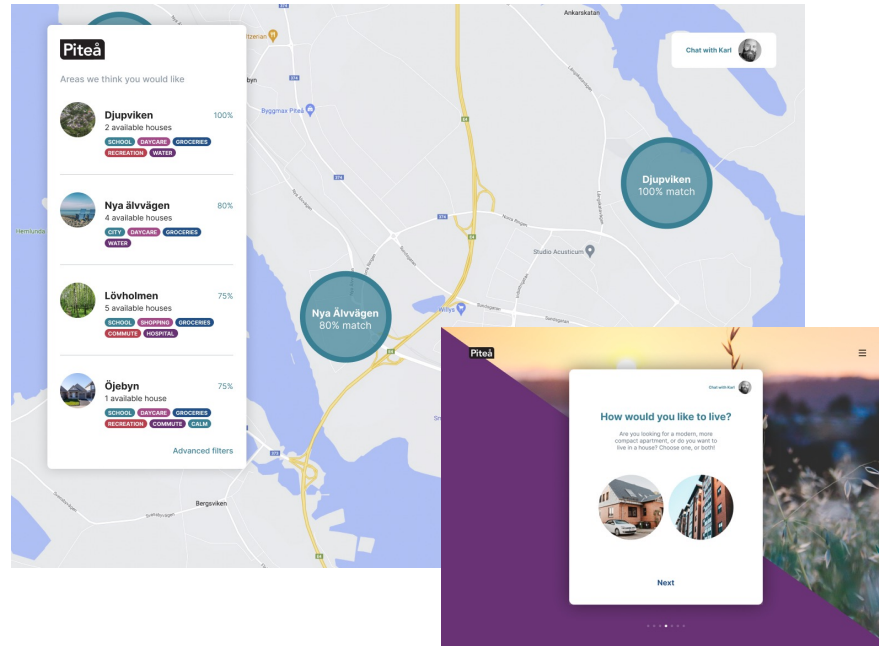
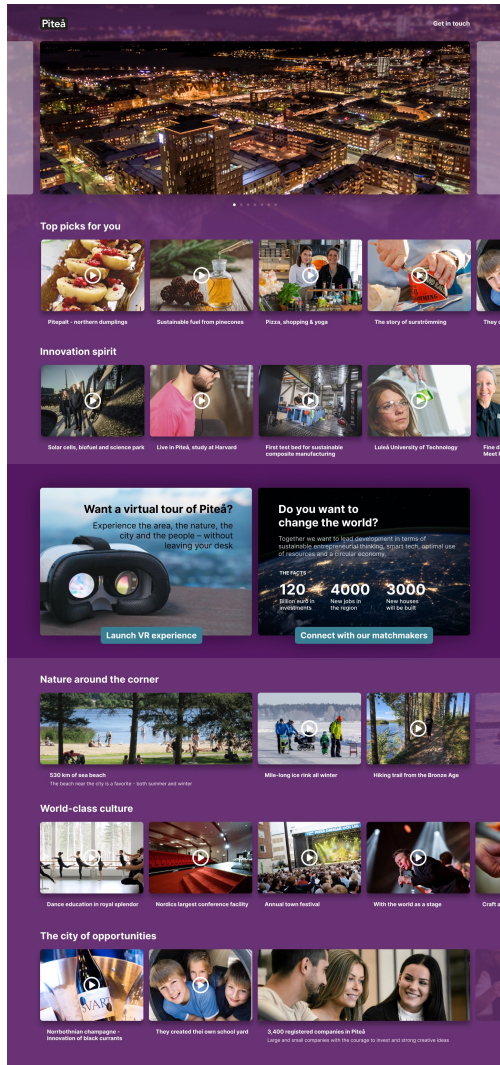
- Enkel tidplan: uppstart etc

North  
Sweden  
Green  
Deal

# Genomförd process i Piteå



Piteå Kommuns team fick alla vara med och skissa fram varsitt koncept för prototypen. Dessa koncept presenterade de sen för varandra, och röstade fram en vinnare, som därefter blev underlag till själva prototypingprocessen.



Prototypen fokuserade på två saker, först att identifiera vilken slags innehåll som användarna ville kunna ta del av, och sen hur de ville kunna söka efter boende, och vilken info som behövs för att kunna bestämma sig var en vill bo.



**ANVÄNDARTESTER:** Med inflyttare, olika nationaliteter.

Hela teamet samlades i Vardagsrummet i Piteå och lyssnade in på alla intervjuer, och dokumenterade insikter, kommentarer och tankar från testpersonerna i en gemensam arbetsyta i Miro.



Homepage

This screenshot shows a website homepage with various sections and annotations. The main content includes a 'Pisa' section with an aerial view of a city, 'Top picks for you' featuring several small images, and two interactive prompts: 'Want a virtual tour of Pisa?' and 'Do you want to change the worst?'. Below these are sections for 'Nature around the corner', 'World-class culture', and 'The city of opportunities'. The page is heavily annotated with sticky notes in various colors (orange, yellow, blue, purple) and lines connecting them to specific elements on the page. Some notes include phrases like 'Mer luft på startbanan!', 'hitta community på FB', and 'Woof! It dark...'. At the bottom, there are several numbered lists of items, such as '2. Har koll på inbjudan i Finland', '2. Språk utbildning', and '2. ser god mat'.

Detail - Movie page

This screenshot shows a detail page for a movie or video titled 'Pizza, shopping & yoga'. The main image features two women in a kitchen setting. Below the main image are sections for 'Top picks for you' and two prompts: 'Want a virtual tour of Pisa?' and 'Do you want to change the worst?'. The page is annotated with sticky notes, including 'Good climate', 'Smart post!', 'Så här kommer du till...', and 'Använda'. At the bottom, there are numbered lists of items, such as '2. förklarar tydligt information' and '2. ser god mat'.

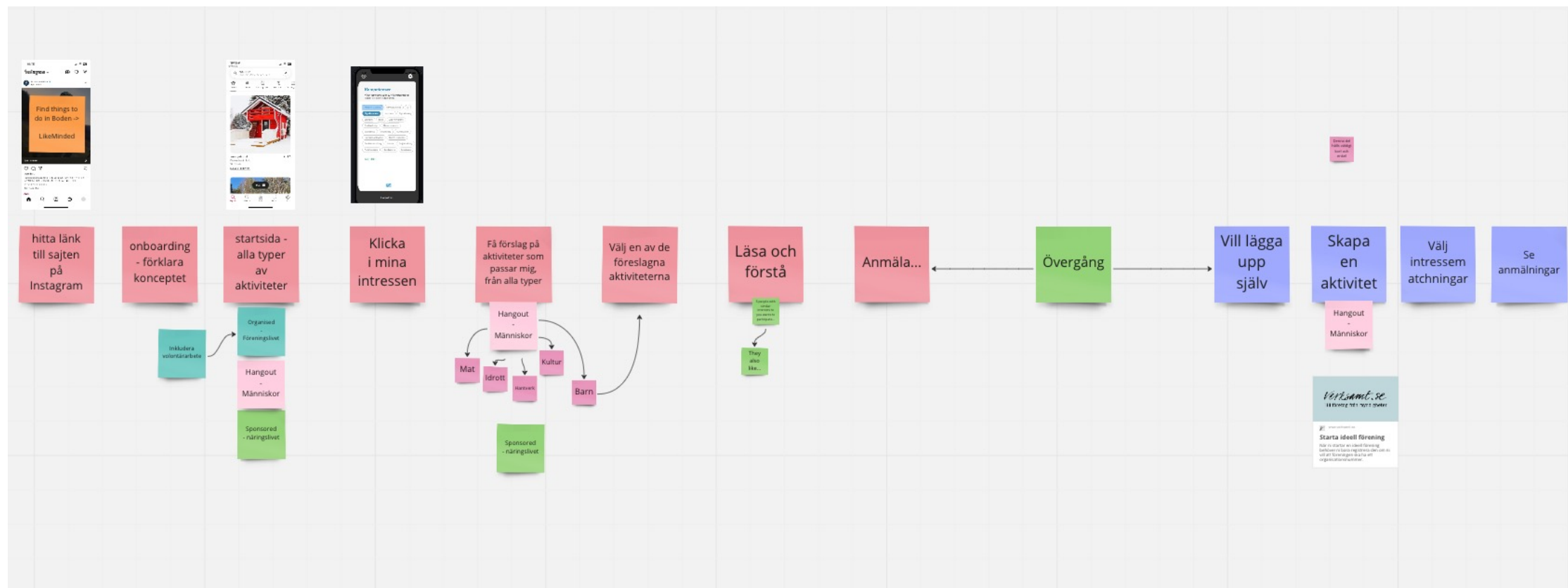
Do you want to change the world

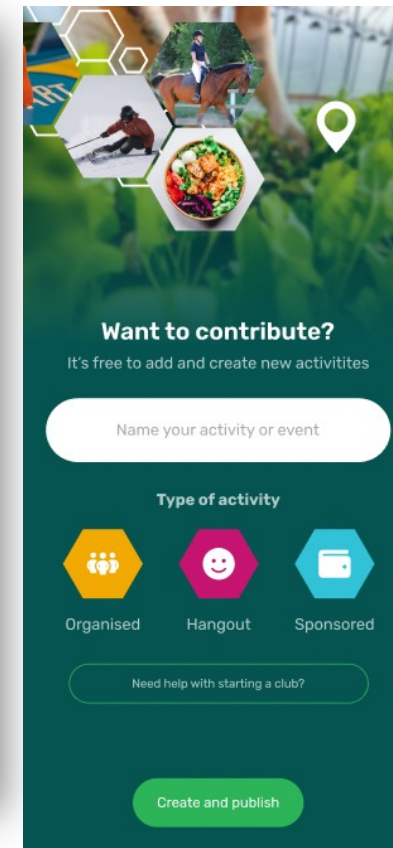
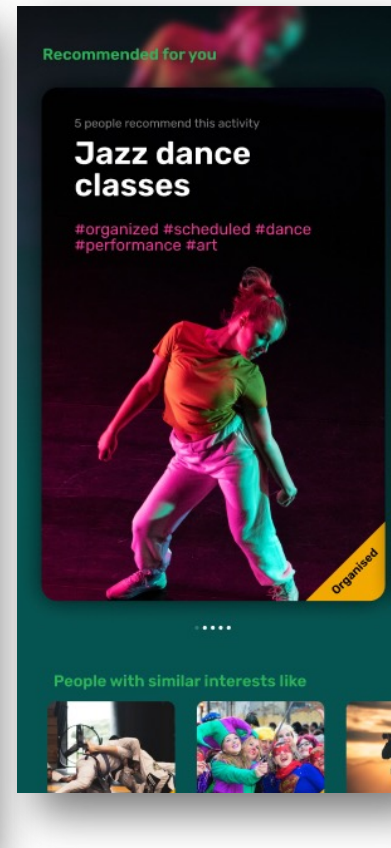
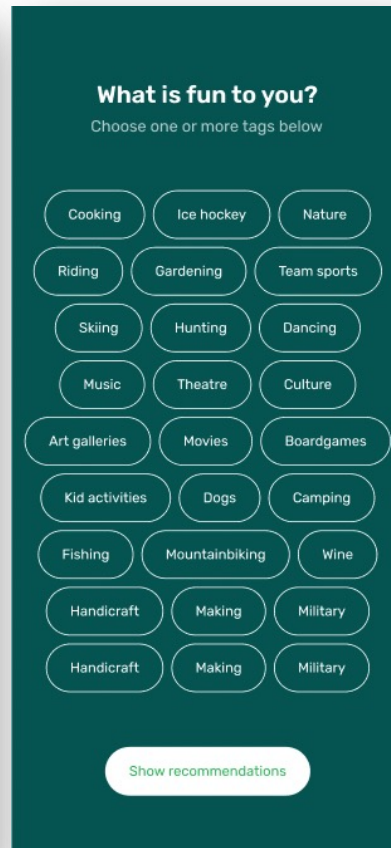
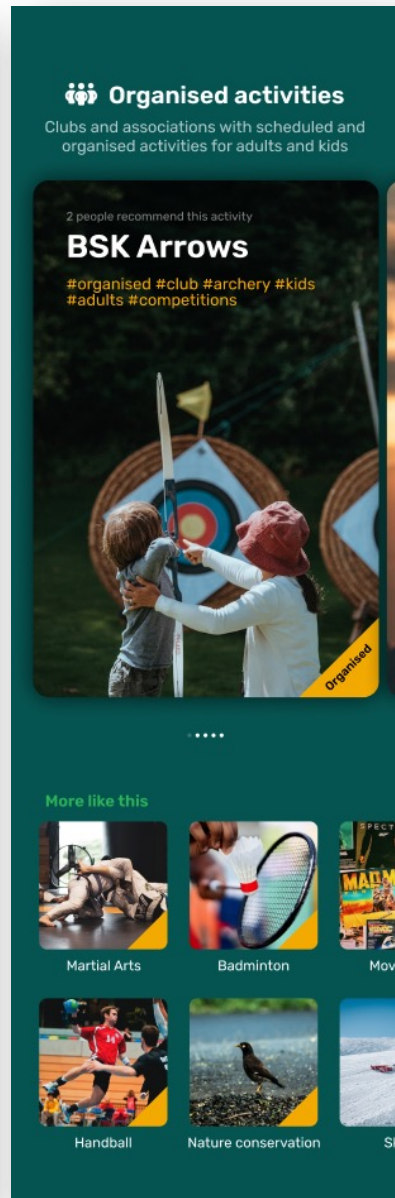
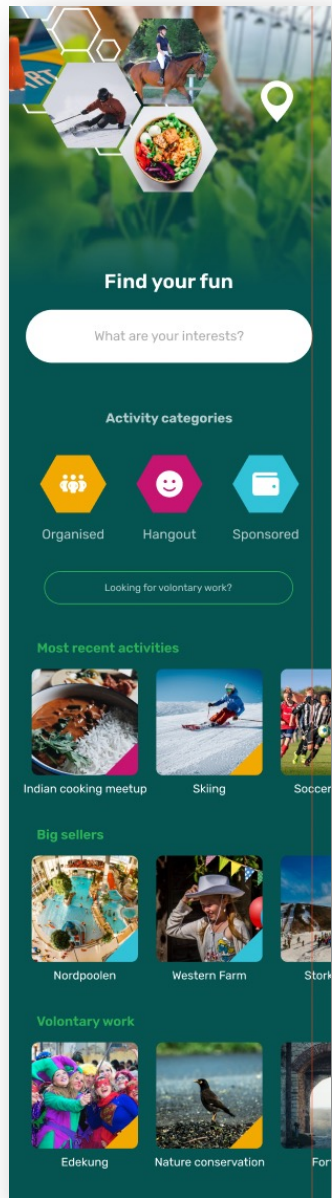
This screenshot shows a page titled 'Do you want to change the world?'. The main image features two women in a kitchen setting. Below the main image are sections for 'Top picks for you' and two prompts: 'Want a virtual tour of Pisa?' and 'Do you want to change the world?'. The page is heavily annotated with sticky notes in various colors (orange, yellow, blue, purple) and lines connecting them to specific elements on the page. Some notes include phrases like 'help with jobbing and culture', 'Good with chat', 'Difficult to reach others', and 'List of company in category'. At the bottom, there are several numbered lists of items, such as '2. Har koll på inbjudan i Finland', '2. Språk utbildning', and '2. ser god mat'.

North  
Sweden  
Green  
Deal

# Genomförd process i Boden

Förslaget på storyboard enligt nedan presenterades för Bodens Kommuns team – som gjorde tummen upp. Designteamet tog därefter fram den skarpa prototypen utifrån storyboard.





North Sweden Green Deal

Prototypen fokuserade på att identifiera vilken slags innehåll som användarna ville ha möjlighet att ta del av samt hur de sedan ville söka/upptäcka aktiviteter. Vi ville också ta reda på hur de såg på möjligheten att själva producera aktiviteter i den digitala tjänsten.

North  
Sweden  
Green  
Deal

# Genomförd process i Övertorneå

## Pilotprojekt i Övertorneå

Hur kan vi mäta måendet hos medborgare?  
Involvera näringslivet, förvaltningar, föreningar.  
Hur mår en plats?

Syfte att fånga upp och kunna agera tidigt vid behov för att individen ska må bra långsiktigt.

**För företag: ett stöd för det systematiska arbetsmiljöarbetet.**



# Analys / sammanfattande kommentarer

- RESULTAT OCH INSIKTER KRING HELHETEN
- Sammanfattningsvis övervägande positiv och realistisk bild över projektet och vad man kan förvänta sig givet förutsättningarna
- Intressanta reflektioner kring olika förutsättningar och behov, t ex etableringskommuner vs ej dito.
- Små kommuner ofta mer positiva än de stora till vad man fått ut av projektet; referens till upplevelsen av ett mer komplext och akut läge hos de större alt (orimliga eller felaktiga) förväntningar?
- Bra överblicksbild över de egna initiativen och processerna, inte bara fokus på problemfastnande och krav på att projektet ska leverera lösningar.
- Finns flera exempel på hur projektet bidragit till att man förändrat organisation, mandat, uppdrag osv för ökad samsyn, samverkan och handlingskraft
- Gott betyg för verktyg och metoder, både v g processdito (LDJ, prototypande) och teknik (AI)
- Viss besvikelse kring kontinuiteten i dialogen med SLVB på olika håll (glapp).

- ÖNSKEMÅL PROJEKTET UT
- Tydligt hos många kommuner att processen resulterat i nya behov, t ex att man 'upptäckt' fler brister än de som kom fram i workshop nr 1; genererar frågor om att nyttja projektet för fler insatser innan projektavslut till sommaren.

- ÖNSKEMÅL FORTSÄTTNING
- Behovet och vikten av fortsatt samverkan lyfts fram på många håll – såväl inom kommunerna som mellan kommuner och regionala aktörer – exempel som lyfts fram är Exposatsningen och det etablerade nätverket för Strategisk kommunikation.
- Tydlig signal om att en fortsättning behövs – men även en strategi för att nyttja redan utvecklade goda resultat
- En "vi är på gång känsla" är tydlig.





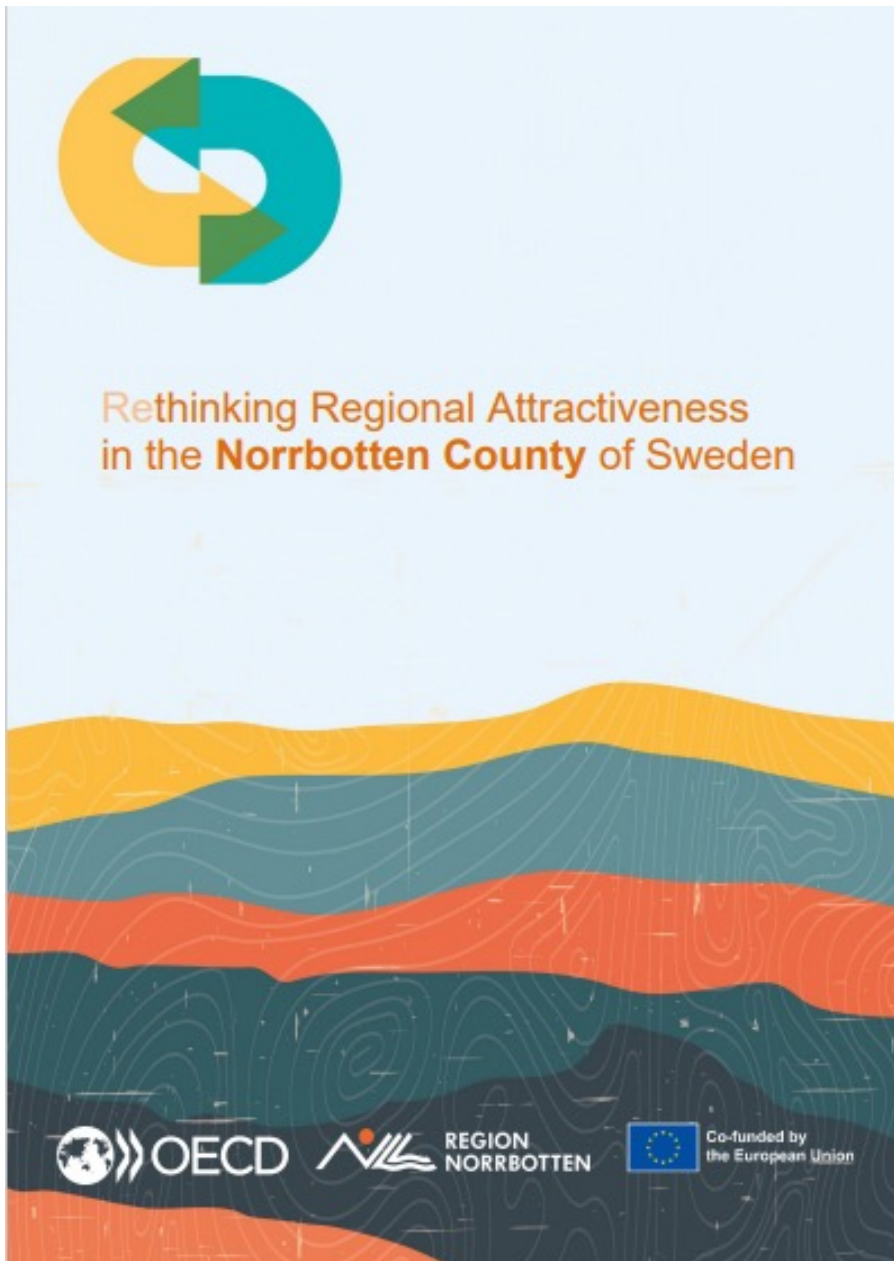
*“The North Sweden Green Deal is a great example of an innovative multi-actor governance system to meet future labour demands”*

OECD:s Case Study "Rethinking Regional Attractiveness", inom EU DG REGIO, lyfter fram NSGD som inspiration.

- International immigrant spotting through AI-technology: using the database of Norrbotten's destination management and marketing organization, Swedish Lapland Visitors Board, to target potential immigrants attracted and interested in living the regions Arctic life style.
- Capacity building together with fourteen municipalities in Norrbotten concerning individual action plans for attraction and marketing activities.

North  
Sweden  
Green  
Deal

# Nästa steg social hållbarhet



OECD har undersökt 25 regioner i 10 olika länder.

Syftet har varit att undersöka och bättre förstå respektive regions profil och kunna bidra till ett nytt tänk för den regionala attraktiviteten i en ny global kontext.

I Sverige är det Region Norrbotten och Region Dalarna som undersökts.

Den långsiktiga strategin har varit att stärka ett regionalt nätverk och få bättre förståelse för regionernas olika karaktärer och villkor.

Genom kvalitativa analyser av nyckelfaktorer och dimensioner utanför de traditionellt ekonomiska har man tagit ett nytt grepp för att bättre kunna förstå olika regionala utmaningar inom Europa.

OECD 2023

# Reflektioner? Frågor?