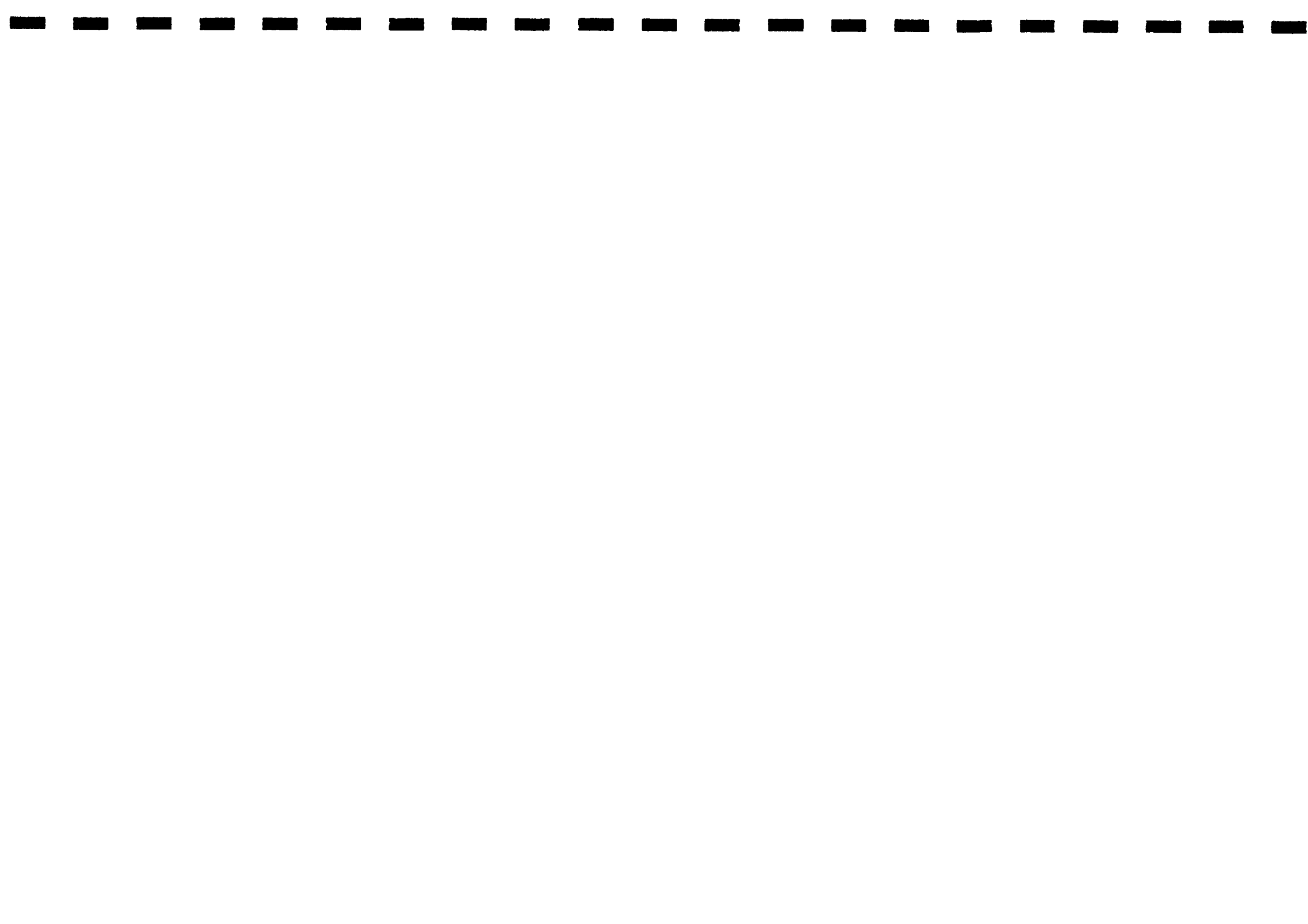


SLUTTRAPPORT

PENDELEN SKAL SVINGE ANDRE VEIEN – BOLYSTPROSJEKT KIRKENES NÆRINGSHAGE AS



Oppdragsgiver:	Kirkenes Næringshage AS
Oppdragsgivers repr.:	Arve Tannvik. Arve.Tannvik@knh.no
Forfattere:	Arve Tannvik, Frode Stålsett, Svein Helge Orheim og Kristian Wengen
Prosjektleder:	Frode Stålsett. frode@kirkenes-fish.com
Prosjekt	141-11
Dato	2013-09-05
Godkjent	Arve Tannvik
Antall sider:	50



INNHOILDSFORTEGNELSE

1. SAMMENDRAG	3
1.1 BAKGRUNN:	3
1.2 PROSJEKTORGANISERING:	4
1.3 SAMMENDRAG:	4
2. OPPNÅELSE AV OVERORDNEDE MÅLSETTINGER	8
2.1 OVERORDNEDE MÅLSETTINGER	8
2.2. HINDRINGER I PROSJEKTET, OG HVORDAN DE HAR BLITT LØST	9
3. PROSJEKTETS ØKONOMI	9
3.1 AVVIK MED HENSYN PÅ TID OG KOSTNADER	9
3.2 REGNSKAPSRAPPORT FOR PROSJEKTET	9
4. REALISERING AV TILTAK OG EVALUERING AV DISSE	10
4.0 INNLEDNING OG PRESENTASJONSMETODIKK	10
4.1 SYNERGIKOBLING, SEMINARER, KURS, INFORMASJON	10
4.2 STUDIETUR	10
4.3 BOLYSTTILTAK FRA ANDRE KOMMUNER	11
4.4 KRITISKE REKRUTTERINGSFAKTORER – STATISTIKKER, UNDERSØKELSER	11
4.4.3 FLYTTEMOTIV	15
4.5 DEFINERE EGEN PROFIL FOR PROSJEKTETS AKTIVITETER	22
4.6 MARKEDSFØRE KIRKENES VIA DIGITALE MEDIER	28
4.7 MARKEDSFØRE VIA TRADISJONELLE MEDIER	32
4.8 TILRETTELEGGE FOR NYTILFLYTTETE	34
4.9 TILTAK FOR AT PENDLERE BLIR	36
4.10 TILTAK FOR EGNE UNGDOMMER I UTDANNING	39
4.11 SCENARIO 2020	43
5. BOLYST – MER AKTUELL NÅ ENN VED OPPSTART	45
5.1 POSITIVE YTRE FAKTORER	45
5.2 FORSLAG TIL TILTAK SOM BØR VIDEREFØRES	47

1. SAMMENDRAG

1.1 Bakgrunn:

Rekruttering og bolyst har nærmest vært ukjente begreper i Sør-Varanger helt fram til det siste tiåret. Så lenge Sydvaranger AS var i drift, var ikke rekruttering noe tema i det offentlige rom. Pendling var heller ikke noe tema. Da hjørnesteinsbedriften kunne holde et høyt lønnsnivå og samtidig maktet å tilby billige boliger til sine ansatte, var det ikke problematisk for bedriften å tiltrekke seg kompetent arbeidskraft fra andre deler av landet.

Etter at gruvedriften ved AS Sydvaranger opphørte i 1996, opplevde kommunen en markert oppgang i arbeidsledigheten. På det meste hadde Sør-Varanger en arbeidsledighet på mer enn 8 %, men utover i dette århundret har det nærmest bare gått en vei. I februar 2005 hadde kommunen en arbeidsledighet på 5,4 %, i september 2007 var den ifølge NAV nede i 1,6 %. Siden den gang har Sør-Varanger vært blant de kommunene i landet med lavest arbeidsledighet. Ifølge Dagbladets kommunebørs av 20.juli 2011, hadde Sør-Varanger en arbeidsledighet på 0,9 % blant den voksne befolkningen fra 25 til 66 år! Ungdomsledigheten for segmentet 16-24 år var på 1,2 %.

En undersøkelse foretatt av Kirkenes Næringshage AS fra januar 2010, viste at de største bedriftene i kommunen anslo at de vil ha behov for 300 nye ansatte fram mot 2012. Av disse fordret 116 høyere utdanning. 111 måtte ha fagbrevutdanning. I tillegg til dette kom Sydvaranger Gruves behov, som var i en oppstartsfase på den tiden undersøkelsen ble foretatt.

Det kan se ut til at de prognosene som ligger i næringshagens rapport har slått til. I dag er Sør-Varanger et livskraftig samfunn som har lagt bak seg hjørnesteinsbedriftssyndromet. Samtidig har samfunnet voksesmerter ved at det ikke er godt nok samsvar mellom behov for og tilgang på stedbunden arbeidskraft. Konsekvenser av dette er flere hundre pendlere, høye leiepriser på bolig, lang ventetid på håndverkertjenester og lignende.

Denne situasjonen påfører også de lokale bedriftene til dels betydelige kostnader samtidig som lokalsamfunnet ikke klarer å ta ut de samfunnsmessige gevinstene den næringsmessige aktiviteten skulle tilsi. Det måtte derfor være et felles mål både for næringsliv og kommune å få økt tilflytting av kompetent arbeidskraft.

For å møte denne utfordringen tok Kirkenes Næringshage AS initiativ til å realisere et bolyst- og rekrutteringsprosjekt. Prosjektet har fått finansiering stor kr 700.000 fra Kommunal- og Regionaldepartementet, samt tilsvarende finansiering fra Sør-Varanger Kommune og lokale bedrifter og institusjoner.

1.2 Prosjektorganisering:

Prosjektet har blitt gjennomført etter PLP metodikken. Det har vært oppnevnt styringsgruppe med deltakelse fra Sør-Varanger Kommune, arbeidsgivere som har bidratt med finansieringer og fra enkeltpersoner.

Organiseringen har vært som følger:

Oppdragsgiver:	Kirkenes Næringsshage AS, v. selskapets styre.
Prosjektansvarlig:	Arve Tannvik, Prosjektleder, Kirkenes Næringsshage AS
Prosjektleder:	Frode Stålsett, Daglig leder, Kirkenes Fish AS
Prosjektmedarbeidere:	Kristian Wengen, Daglig leder, Arc Giraff AS Svein-Helge Orheim, Kontorsjef, UiT Barents Instituttet
Styringsgruppe:	Hanne Bentsen, Sparebanken Nord-Norge Liv Kristoffersen, DNB Rita Jørgensen, Helse Finnmark, Kirkenes Sykehus Cato Lindbäck, NAV Innkreving (NAVI) Sissel Bækø, Sydvaranger Gruve AS Trine Rohde Bjørnar Gjetmundsen, Sør-Varanger Kommune. Stine Tharaldsen, Sør-Varanger Kommune Harald Sørensen, Sør-Varanger Kommune

1.3 Sammendrag:

Prosjektet er gjennomført i to faser.

Fase 1:

En viktig del av Fase 1 var studietur til Rauma, Sogndal og Hardanger i juni 2012 for å hente erfaringsgrunnlag. Disse tre kommunene ble valgt fordi at de ligger relativt nært hverandre, og ikke minst fordi at disse har arbeidet langsiktig og godt med rekruttering- og omdømmetiltak.

Fase 1 ble avsluttet med evaluering av studietur, og gjennomgang av bolystiltak gjennomført i andre kommuner. Her er spesielt Distriktssenteret sine hjemmesider og rapporter benyttet flittig. Dette førte til en bedre forståelse av problemstillinger, og medførte en revisjon av tiltak og budsjett for fase 2.



www.flytttilhardanger.no



www.distriktssenteret.no

Fase 2:

I fase 2 har en gått fra hypoteser til fakta via bruk av offentlige statistikker, intervjuer, spørreundersøkelser og analyser med støtte i vår lokalkunnskap. Spørreundersøkelsene har vært anonyme. Disse er gjort via papirbaserte undersøkelser, eller via webløsninger.

NRK Nordnytt har i juli 2013 hatt innslag om at svært mange distriktskommuner ikke får effekt av rekrutteringsarbeid fordi at man ikke har definert målgrupper for rekruttering.

De statistikker og analyser vi har gjort har gitt grunnlag for å definere hvilke målgrupper man skal bearbeide i forhold til rekruttering.

Dette har vært bærende for utforming av strategi og løsninger for rekruttering via sosiale medier. Målgrupper for rekruttering er primært alderssegmentet 24 – 39 år, med fokus på arbeidskraft med operatørutdanning, fagutdanning og høyere utdanning. Sekundære grupper lokal ungdom i videregående utdanning, og høyere utdanning utenfor kommunen. Fellesnevner for gruppene er at de har eller har hatt tilknytning til Sør-Varanger. En annen sekundær gruppe er pendlere og nytilsatte i Sør-Varanger.

Målgruppene er valgt fordi at man ser av statistikker at man har et fall i antall innbyggere i segmentet 24 -39 år. Disse er normalt i livssyklusen som føder barn, og skal bidra positivt til befolkningsutviklingen. De representerer også målgruppen «ung kompetent arbeidskraft».

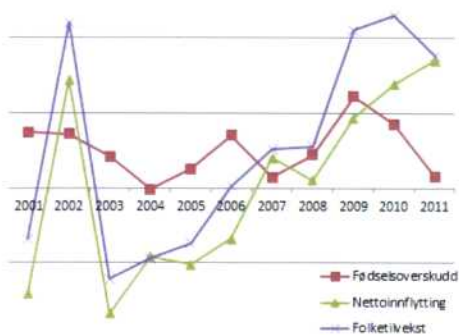
I fase 2 er det iverksatt tiltak i henhold til prosjektbeskrivelsen. Disse var grunnlag for finansiering av prosjektet. Et stort element i budsjett og tiltak har vært bruk av digitale media for rekruttering. Prosjektet har lansert hjemmeside og facebookløsninger for rekruttering. Facebook er valgt, fordi at målgruppene våre er den såkalte «facebookgenerasjonen». Sidene har etter kort tid fått svært mange følgere og enkeltpersoner som leser våre innlegg.

Eksempelvis har ett av våre innslag på vår facebook blitt sett av nær 5.400 personer.

Også andre viktige tiltak er iverksatt. Bolyst, rekruttering, holdninger og omdømme er satt på dagsorden med positiv vinkling ved aktivt samarbeid med tradisjonelle medier som aviser og radio. Vi mener å ha dokumentert at Sør-



www.ssb.no



Utdrag av bearbeidet statistikk fra SSB.no



KARRIERE I SØR-VARANGER?

BEHOVET FOR ARBEIDSKRAFT ER STORRE ENN HVA VI TRODDE

Slår man sammen vedtatte og mulige nye investeringer for perioden frem til år 2020, vil man ha et investeringsomfang på 4 – 5 milliarder kroner. Investeringene gjelder bygging av nytt sykehus, oljeterminal, logistikkterminal, utvidelse av gruvevirksomhet, forsvarsutbygginger, utvikling innen oppdrett, med videre. Dette... Vis mer

Liker · Kommenter · Del

42

50 personer liker dette.

Toppkommentarer +

5386 personer så dette innlegget

Frem innlegget

www.facebook.com/flytttilkirkenes

5.386 personer har sett innslaget.



Varanger ikke har et omdømmeproblem. Det er utarbeidet en rekke pressemeldinger og det er gitt en rekke intervjuer. Dette har gitt god mediedekning i form av nyhets- og lederartikler.

Det er kartlagt om lag 180 registrerte frivillige organisasjoner lokalt. 40 av disse ønsker å stå i en database over frivillige organisasjoner som kan bistå i rekrutteringssammenheng.

Det er avklart av lokalsamfunnet mangler en samlet informasjon til tilflyttere, eller folk som ønsker å flytte til Sør-Varanger. Vi har gitt forslag til innhold til velkomstmappe til Sør-Varanger, og foreslått at denne deles ut av Sør-Varanger Kommune sitt Servicekontor.

Prosjektet har sammen med Kirkenes Sykehus og SSB identifisert innbygger nr. 10.000. Dette er markert av bolystprosjektet, Sør-Varanger Kommune og DNB. Det gleder oss at Sør-Varanger Kommune sin ordfører vil profilere dette videre.



Opptording til frivillige lag og foreninger i Sør-Varanger
Invitasjon til folkefest under Kirkenesdagene 2013.
Kirkenesdagen 2013 går av stabelen 1.-3. august

Ordfører Cecilie Hansen ønsker at flest mulig fra hele vår vakre kommune kommer til byen og både deltar og bidrar til denne markeringen

I år 2013 ble vår innbygger nr 10.000 født i Sør-Varanger

Kommunen er i positiv vekst og fremstår som et meget attraktivt sted å bo og leve i.

Vi nærmer oss nå en av årets begivenheter nemlig Kirkenesdagene. Dager hvor vi selv slipper ned skuldrene, drar til byen vår og koser oss sammen med familie og venner, mens næringslivet jobber på spreng for å gi oss fantastiske opplevelser

2013-07-02

<http://www.sor-varanger.kommune.no>

Prosjektet har foretatt en beregning av antall innpendlere til Sør-Varanger, og visualisert bedriftenes kostnad og kommunens tap av skatter og rammeoverføringer knyttet til innpendlingen. Vår oversikt viser at Sør-Varanger har anslagsvis 250 faste pendlere. Vi har anskueliggjort en kostnad for arbeidsgivere og tap for Sør-Varanger Kommune i form av tapte skatter og rammeoverføringer. Nivået kan ligge fra 28 til 36 millioner kroner årlig. Nivået viser at det er lønnsomt med tiltak for å arbeide med å få en større andel fast bosatt arbeidskraft. Det er i samarbeid med Sydvaranger Gruve AS gjennomført kartlegging av kritiske faktorer for at pendlere skal bosette seg i Sør-Varanger. Arbeidsgivere har relativt like utfordringer i forhold til behov for tiltak for å redusere pendlere, redusere vikarer, redusere turnover – alt for å få mer stabil lokalt bosatt arbeidskraft. Prosjektet har gjennomført en heldags visningstur for pendlere og nytilsatte. Metodikkene i forhold til spørreundersøkelser og visningsturer kan benyttes videre.

En har avklart at ungdomsgruppen i Sør-Varanger har positiv holdning til Sør-Varanger. Disse er et mellomlangsiktig rekrutteringspotensial som må følges opp videre.

Det er definert planer for oppfølging av studenter fra Sør-Varanger som studerer utenfor kommunen. Tiltak for å samle disse i grupper er iverksatt, og må videreutvikles.

Det er beskrevet hvordan disse kan bearbeides med positiv informasjon, og hvilke tiltak som bør iverksettes i forhold til rekruttering av disse som ung kompetent arbeidskraft.



Kirkenes er det gode liv for meg, det er kort vei til alt som er viktig i livet mitt.

Theresa Haabeth Holand

www.flytttilkirkenes.no

Til tross for økende boligbygging i Sør-Varanger de siste årene, får vi tilbakemeldinger om at det er mangel på boliger generelt. Spesielt nevnes det at det er mangel på rimelige utleieboliger og rimelige boliger for førstegangsetablerere. Det er via statistikk over gjennomsnittspris på solgt enebolig i Sør-Varanger, dokumentert at prisene er under relevante sammenligningsbyer i Finnmark, Troms og sentrale deler av Norge.



Av tilbakemeldinger fra ulike møter lokalt og fra erfaringer fra andre kommuner, finner vi at attraktive boliger og bomiljø er viktige rekrutteringsfaktorer. Prosjektet har tatt initiativ til samarbeid med Sør-Varanger Kommune og Husbanken for å få gjennomført lokal boliganalyse for å se på problemstillingene som er nevnt over.

Vi har satt sammen kjente tall på vedtatte og planlagte investeringer i lokalsamfunnet frem til år 2020. Slår vi sammen vedtatte og mulige nye investeringer for perioden, vil man ha et investeringsomfang på 4 – 5 milliarder kroner. Investeringene gjelder bygging av nytt sykehus, oljeterminal, logistikkterminal, utvidelse av gruvevirksomhet, forsvarsutbygginger, utvikling innen oppdrett, med videre. Dette gir et anslått behov for 350 til 400 nye arbeidsplasser. Utfordringen er trolig ikke å skaffe nok arbeidskraft, men mer hvilket samfunn man skal ha. Vi, og Sør-Varanger Avis har på lederplass stilt spørsmålet om det fremtidige Sør-Varanger skal være et pendlersamfunn, eller skal man ha mest mulig fast bosatte. Dette er et kjernesporsmål videre.

Bolystprosjektet har sammen med Kirkenes Næringshage AS utarbeidet et positivt utviklingsscenario for Kirkenes frem til år 2020. Dette er nærmere redegjort for i rapporten.

Vi mener at prosjektet har nådd de målene som var forhåndsdefinerte. Som et resultat av evalueringene, og i forhold til kommunens langsiktige strategi om å øke antall innbyggere til 12.000 personer innen år 2016, har vi påpekt at en del tiltak bør bearbeides videre. Disse er redegjort for i detalj i rapportens kapittel 5.2

2. OPPNÅELSE AV OVERORDNEDE MÅLSETTINGER

2.1 Overordnede målsettinger

Prosjektet har hatt følgende overordnede målsettinger, og realisering av disse:

	<i>Mål fra prosjektplan</i>	<i>Realisering m kommentar</i>
Overordnet Målsetting	Gjennom å rette innsatsen mot en på forhånd nøye identifisert målgruppe, skal man gjennom et godt omdømme og gode tilretteleggingstiltak bidra til økt rekruttering av ung, kompetent arbeidskraft, og dermed en økning av folketallet i kommunen.	Det er via intervjuer, åpne møter og spørreundersøkelser avklart at man ikke har et omdømmeproblem. Prosjektet har arbeidet med mediestrategier, og har fått en rekke positive innslag i lokale og regionale media. Arbeid med bolyst- og rekruttering har nå blitt en del av daglige tema i lokalsamfunnet. Folketallet har i prosjektperioden økt fra 9.851 pr. 31.12.2011 til 10.000 den 04.03.2013. Innbygger nr. 10.000 er etterberegnet ved hjelp av SSB og Kirkenes Sykehus. Det er gjort en stor markering av at Alfred ble født på Kirkenes Sykehus den 04.03.2013.
Målgruppe	• Ungdom som kan tenke seg jobb i Sør-Varanger. • Lokal ungdom som er under utdanning. • Pendlere som i dag arbeider i Sør-Varanger. • Dagens midlertidig bosatte i Sør-Varanger.	Det har ikke vært foretatt endringer i målgruppene.
Prosjekt Mål	1. Etablere et forpliktende samarbeid mellom kommune, næringsliv og organisasjoner. 2. Avdekke kritiske faktorer og sette i verk tiltak for å få pendlere til å bosette seg i kommunen. 3. Utvikle og bruke sosiale medier som nyttige verktøy for å nå prosjektets målgrupper. 4. Sette områdets fortrinn i en rekrutteringssammenheng med målgruppene: Ungdom som kan tenke seg jobb i Sør-Varanger, Lokal ungdom under utdanning, Pendlere som i dag arbeider i kommunen og Dagens midlertidige bosatte. 5. Oppnå kontakt med potensielle arbeidstakere og tilflyttere til Sør-Varanger.	Er under etablering. Gjennomført via møter med bedrifter, anonyme spørreundersøkelser til pendlere og visningstur for pendlere og nytilflyttere. Gjennomført. www.flytttilkirkenes.no www.facebook.com/flytttilkirkenes.no Ivaretatt i hjemmeside og facebook som nevnt over. Prosjektet har gitt betydelige innspill til profil og innhold i multimedia brosjyre som Sør-Varanger Kommune er i ferd med å utgi. Gjennomført ved intervjuer, visningstur. Videre er det opprettet gruppe på vår facebook for kontakt med studenter fra Sør-Varanger som studerer utenfor kommunen.

Detaljert drøfting av tiltak, evaluering, måloppnåelse og anbefalte tiltak følger i rapportens kapittel 4. Sammendrag av anbefalte tiltak følger i kapittel 5.2

2.2. Hindringer i prosjektet, og hvordan de har blitt løst

Oppstart av prosjektet ble forskjøvet i tid, da det tok tid å få fullfinansiert lokal finansiering. Dette har medført at prosjektslutt er skjøvet tilsvarende.

Bruk av digitale medier som hjemmeside og facebook i forhold til rekruttering av Sør-Varanger som bo- og arbeidssted, var bærende i prosjektbeskrivelsen. Omfanget, og ikke minst behov for en korrekt profil i forhold til målgrupper og budskap var undervurdert. Det er benyttet betydelige ressurser til analyser, statistikk og intervjuer for å sikre at man henvender seg til korrekte målgrupper.

Før prosjektstart hadde man en del hypoteser om nåsituasjonen i Sør-Varanger. Man har gått over fra hypoteser til en relativ sikker analyse. Dette er gjort via en kombinasjon av følgende:

- Offentlige statistikker, fortrinnsvis fra SSB.
- Intervjuer med arbeidsgivere, tilflyttere, flyktninger, ungdom, vernepliktige soldater og hjemvendt ung arbeidskraft.
- Spørreundersøkelser via papir og web.
- Innspill fra store arbeidsgivere i styringsgruppen.
- Innspill fra kommuneadministrasjon.
- Prosjektledelsens lokalkunnskap. Prosjektledelsen besitter kompetanse og nettverk via mange års arbeid med innovasjons- og næringsutvikling i området.

3. PROSJEKTETS ØKONOMI

3.1 Avvik med hensyn på tid og kostnader

Prosjektet har blitt gjennomført med en noe lengere tidsplan enn forutsatt. Dette skyldes at vi fant det nødvendig å bruke mere tid på grunnlagsdata og analyser for å definere målgrupper og profil i forhold til rekruttering.

Det er ikke avvik på kostnader i prosjektet.

3.2 Regnskapsrapport for prosjektet

Prosjektet gjøres opp med følgende sluttregnskap:

Budsjett	kr. 1.400.000
Regnskap	kr. 1.400.000

Revidert prosjektrekskap vedlegges til de som har bidratt med finansiering av prosjektet.

4. REALISERING AV TILTAK OG EVALUERING AV DISSE

4.0 Innledning og presentasjonsmetodikk

I det følgende beskriver vi ulike tiltak fra prosjektplanen og gjennomføringen. Tiltakene beskrives og avsluttes med en evaluering og vurdering av måloppnåelse. En anbefaling for videre bearbeiding av følger i kapittel 5.2.

4.1 Synergikobling, seminarer, kurs, informasjon

Det er forutsatt fra Kommunal- og Regionaldepartementet at man skal delta i konferanser med bolysttema. Prosjektet har deltatt på «Vågå seminar» i regi av bl.a. Vågå kommune og Kommunal- og Regionaldepartementet. Fokus har vært bolyst. Videre har vi deltatt på bolystkonferansen «Bolyst og stedsutvikling i et sosiokulturelt perspektiv» arrangert av Høgskolen i Finnmark. Man har hatt kontakt med Finnmark Fylkeskommune og informert om prosjektet og vurdert muligheter for kobling mot fylkeskommunale tiltak. Man har gitt tilgjengelig informasjon til NORUT som har evaluert bolystarbeid i en del kommuner. Videre har man hatt løpende dialog med Sør-Varanger Kommune som driver aktiviteter med egne bolysttiltak. Sør-Varanger Kommune har iverksatt arbeid med eksternt reklamebyrå i forhold til å lage en presentasjon av Sør-Varanger i en multimediabrosjyre. Brosjyren er reklamefinansiert via lokale annonsører, og Kommunen er redaktør. I forhold til Sør-Varanger Kommune sin multimediabrosjyre, har vi bidratt til at det legges opp en design basert på design som er benyttet i Bolystprosjektet sine digitale løsninger for rekruttering. Slik kan disse tiltakene forsterke hverandre. Bolystprosjektet har bidratt med innspill til innhold og en rekrutteringsprofil.

Vi er tilfredse med gjennomføring av tiltakene.

Prosjektet har realisert målene om faglig oppdatering via relevant seminar, og synergi med relevante prosjekter i nærområdet.

4.2 Studietur

Prosjektledelsen har deltatt på studietur til Rauma, Sogndal og Ulvik i Hardanger i juni 2012 for å hente erfaringsgrunnlag. Disse tre kommunene ble valgt fordi at de ligger relativt nært hverandre, og ikke minst fordi at disse har arbeidet langsiktig og godt med rekruttering- og omdømmetiltak.

Vi ble svært godt mottatt, og fikk svært god informasjon og tilgang til deres metodikk og erfaringer. Disse har vært svært nyttige i forhold til å spisse prosjektets fase 2 i bedre konkretisering av mål og utfordringer. Prosjektleder i «Flytt til Hardanger» besøkte Kirkenes i februar 2013, og gav ytterligere informasjon og innspill til vår prosjektledelse og styringsgruppe.

Målsetting med studieturen var å finne steder som har arbeidet aktivt med omdømmearbeid, bolysttiltak og tiltak for rekruttering over tid, og ikke minst få

erfaringsutveksling fra disse slik at vi kunne få et godt erfaringsgrunnlag. Prosjektet har realisert disse målene.

4.3 Bolystiltak fra andre kommuner

En har benyttet erfaringer fra andre kommuner i forhold til bo- og rekrutteringstiltak. Dette har skjedd via bruk av hjemmesider, lesing av rapporter, telefonsamtaler og uformelle samtaler.

Erfaringsinnhenting har vært nyttig. Spesielt nevner vi erfaringer i form av boligpolitikk og boligtiltak.

Målsetting har vært å finne relevant erfaringsgrunnlag fra andre kommuner til bruk i vårt arbeid. Målene er realisert.

4.4 Kritiske rekrutteringsfaktorer – Statistikker, undersøkelser

Det er hentet inn en rekke statistikker. Disse er i hovedsak fra SSB, Husbanken, Sør-Varanger Kommune og fra Øst-Finnmark Politidistrikt. I ett tilfelle er det referert statistikk med henvisning til Sør-Varanger Avis. Disse oppgir å ha SSB som kilde. I denne rapporten gir vi utdrag av våre statistikker og undersøkelser med våre analyser av disse.

4.4.1. Mobilitet i Sør-Varanger:

Innledningsvis var hypotesen at Sør-Varanger har svært høy mobilitet, da man hadde en oppfatning av at svært mange kommer, bor i en kort periode, og flytter. Mobilitet kan både være en ulempe, og en fordel. Ulempene kan være at man ikke får stabilitet i samfunnet, og stor utskiftning av arbeidskraft. Mobilitet kan være en fordel ved at man får kontinuerlig tilført ressurser og innspill utenfra. Utfordringen blir da å få utnyttet disse.

Vi har benyttet SSB sine tall, og sammenlignet mobiliteten mellom Alta som er en av de større byene i Finnmark. Videre har vi sammenlignet oss med Sogndal og Rauma som begge har arbeidet lenge med omdømme, bolyst og rekruttering.

Mobilitet - sammenligning

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012K2
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sogndal, inngående mobilitet	1,1 %	1,1 %	1,3 %	1,5 %	1,2 %	1,2 %	1,5 %	1,0 %
Sogndal, utgående mobilitet	1,4 %	1,1 %	1,0 %	0,9 %	1,2 %	1,1 %	1,0 %	1,9 %
Sogndal, nettoinnflytting	-0,2 %	0,0 %	0,4 %	0,6 %	0,0 %	0,1 %	0,5 %	-0,8 %
Rauma, inngående mobilitet	0,8 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,7 %	0,8 %
Rauma, utgående mobilitet	0,8 %	0,8 %	0,8 %	0,6 %	0,5 %	0,7 %	0,9 %	0,8 %
Rauma, nettoinnflytting	0,0 %	-0,1 %	0,0 %	0,1 %	0,2 %	0,0 %	-0,2 %	0,0 %
Alta, inngående mobilitet	1,1 %	1,0 %	1,1 %	1,0 %	0,9 %	1,2 %	1,2 %	1,2 %
Alta, utgående mobilitet	1,2 %	0,9 %	1,0 %	1,1 %	1,0 %	0,7 %	1,0 %	0,8 %
Alta, nettoinnflytting	-0,1 %	0,2 %	0,1 %	-0,1 %	-0,1 %	0,4 %	0,2 %	0,5 %
Sør-Varanger, inngående mobilitet	1,0 %	1,2 %	1,2 %	1,1 %	1,3 %	1,5 %	1,5 %	1,3 %
Sør-Varanger, utgående mobilitet	1,0 %	0,9 %	1,0 %	0,7 %	0,9 %	1,0 %	1,1 %	1,1 %
Sør-Varanger, nettoinnflytting	0,0 %	0,3 %	0,2 %	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,3 %	0,2 %

Statistikk for inn- og utflytting. Kilde: SSB

Konklusjonen er at Sør-Varanger ikke har unormal mobilitet sammenlignet med disse.

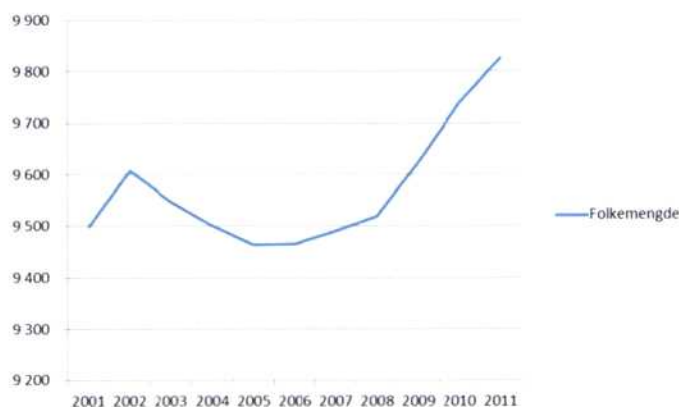
4.4.2 Befolkningsutvikling:

Sør-Varanger Kommune har etter et fall i 2002 hatt en positiv befolkningsvekst fra og med 2006.

Vår statistikk har siste måling pr. 31.12.2011. Befolkningsveksten hadde da vært 328 personer i tilvekst.

Den bratte stigningen i befolkningsvekst fra 2008 bør ses i sammenheng med reetableringen av gruvedrift i regi av Sydvaranger Gruve AS.

Befolkningsutvikling i Sør-Varanger



Statistikk for befolkningsutvikling. Kilde: SSB

Sør-Varanger passerte innbygger nr. 10.000 den 04.03.2013.

Innbyggeren ble identifisert ved hjelp av etterberegning av SSB og Kirkenes Sykehus, Helse Finnmark HF. Innbyggeren ble født ved Kirkenes Sykehus. Kommunen, DNB, Kirkenes Næringshage AS og Bolystprosjektet har profilert dette med tilstelning og gaver. Dette har gitt stor lokal oppmerksomhet i media og på folkemunne.

Innbygger nr. 10.000 er en milepæl, da det er mange år siden at Sør-Varanger har hatt 10.000 innbyggere. Spesielt morsomt er det at han har svært positive foreldre som begge er innflyttere og ressurser i lokalsamfunnet.

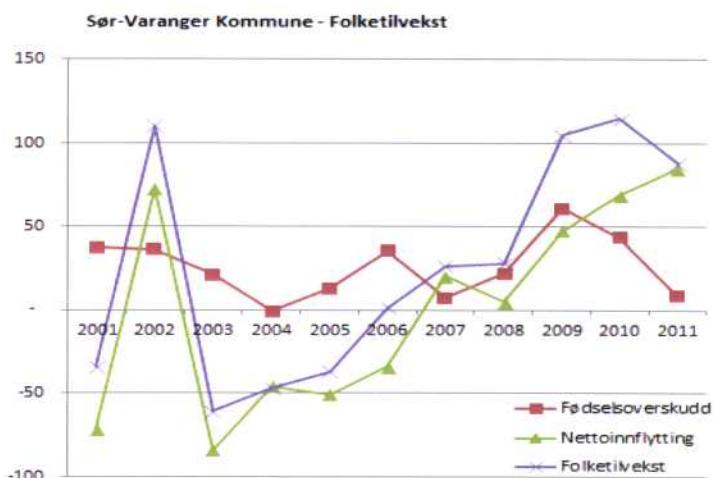


Her er Alfred Olsen, innbygger nummer 10 000. Han ble født ved Kirkenes Sykehus, Helse Finnmark HF. Han ble født ved Kirkenes Sykehus, Helse Finnmark HF. Han ble født ved Kirkenes Sykehus, Helse Finnmark HF.

Sør-Varanger Avis 16.06.2013

Folkeveksten skyldes ikke økende fødselsoverskudd. Statistikk pr 31.12.2011 viser fallende trend i fødselskurven. Folketilveksten falt i 2010.

Derimot er det er en økende trend på nettoinnflytting.



Statistikk for folkevekst. Kilde: SSB

Folkeveksten kommer av økt nettotilflytning.

Pr. 2011 var dette i stor grad basert på innvandring østfra.

Av tall pr 2011 utgitt av Øst-Finnmark Politidistrikt var 53,3 % russere, 10 % polakker og 8,2 % estlendere. Totalt var det registrert 61 nasjonaliteter i Sør-Varanger.

	2000	2011	Δ	Δ %
Befolkning totalt	9532	9826	294	3,1 %
Antall barn 0- 5 år	826	667	-159	-19,2 %
Antall barn 6-12 år	917	849	-68	-7,4 %
Antall barn 16-18 år	292	409	117	40,1 %
Antall barn 13-15 år	321	402	81	25,2 %
Antall 67 år og over	1238	1266	28	2,3 %
Antall 80 år og over	333	419	86	25,8 %
Antall innvandrere	585	1011	426	72,8 %
Antall innvandrere vestlige	458	822	364	79,5 %
Antall innvandrere ikke-vestlige	127	189	62	48,8 %

Statistikk for innvandring. Kilde: SSB

I 2012 har antall innvandrere økt i forhold til 2011.

- 2011: 1.011 personer
- 2012: 1.258 personer
- Δ 247 personer

I samme periode har vi fått en endring på sammensetningen. Innvandring østfra er fortsatt den største gruppen, men andelen er redusert.

- Fra 71,5 %
- Til 42,1 %
- Δ 29,4 %

Vi tror at dette har sammenheng med at kommunen har tatt i mot flyktninger, og at Sydvaranger Gruve AS og deres underentreprenører sysselsetter vestlige innvandrere. Befolkningsøkningen i

Innvandrere og norskfødte av innvandrere i Sør-Varanger pr 01.01.2013

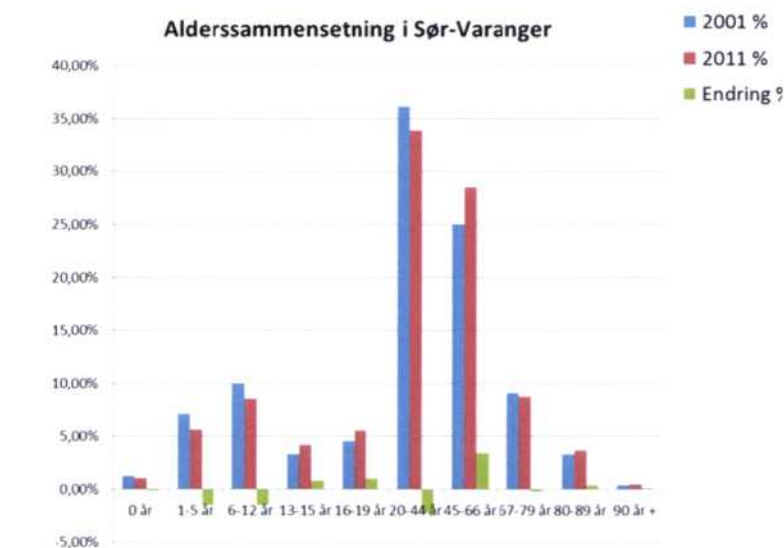
Land	Antall	I %	Herav østfra	I %
Russland	362	28,8 %	362	28,8 %
Finland	160	12,7 %		
Polen	69	5,5 %	69	5,5 %
Estland	49	3,9 %	49	3,9 %
Sverige	48	3,8 %		
Tyskland	46	3,7 %		
Thailand	46	3,7 %		
Filippinene	43	3,4 %		
Litauen	37	2,9 %		
Ukraina	29	2,3 %	29	2,3 %
Danmark	24	1,9 %		
Irak	23	1,8 %		
Kongo	22	1,7 %		
Afganistan	21	1,7 %		
Latvia	20	1,6 %	20	1,6 %
Kina	20	1,6 %		
Bosnia-Hercegovina	16	1,3 %		
Sri Lanka	16	1,3 %		
Storbritannia	15	1,2 %		
Eritrea	15	1,2 %		
Australia	15	1,2 %		
Andre	162	12,9 %		
Sum	1 258	100 %	529	42,1 %

Innvandrere og norskfødte av innvandrere i Sør-Varanger. Kilde: Sør-Varanger Avis.

kommunen, og 70% av sysselsettingsveksten, er med andre ord et direkte resultat av økt invandring.

Statistikk fra SSB viser at gjennomsnittsalderen i befolkningen har økt med 1,5 år siden 2001, til tross for en økning antall bosatte i alderen 15-24 år. Dette kan forklares med at det i tidsrommet 2001 – 2011 var en markert nedgang i aldersgruppen 25 – 39. Dette har ført til nedgang også i aldersalderen 0-9 år. Det er med andre ord i gruppen som har tatt utdanning og er i etableringsfasen Kirkenes sliter mest. Alle andre aldersgrupper opplever økning.

Statistikken er viktig i forhold til kortsiktig og langsiktig strategi for rekruttering.



Statistikk for alderssammensetning. Kilde: SSB

Tenåringsgruppen må bearbeides før de forlater Sør-Varanger og er ferdige med videregående skole. Disse er mellomlangt rekrutteringspotensial, og det er viktig at de har en positiv oppfatning av karriere- og bomuligheter i Sør-Varanger etter at de er ferdige med høyere utdanning.

I denne sammenheng nevner vi en annen spesialitet. Ved uformell datainnhenting ved vår deltakelse i Arbeidslivsmesse på Kirkenes Videregående Skole, ser vi at vi mister jentene etter endt videregående utdanning.

Gruppen er viktig i rekrutteringssammenheng, da de erfaringsmessig drar ektefelle og barn tilbake til Sør-Varanger.

	Menn		Kvinner	
	SVAR	%	SVAR	%
Trives du med å bo i Sør-Varanger		80,0 %		100,0 %
Vil du bo her etter utdanning		78,6 %		47,8 %

Trivsel i Sør-Varanger. Kilde: Bolystprosjektet.

Går vi tilbake til SSB tallene for alderssammensetning, bør man i forhold til gruppen 20 -24 år ta hensyn til at bortfallet trolig er større. Segmentet inneholder ungdom som allerede har reist fra Sør-Varanger. Disse har på grunn av lån og stipend fra Lånekassa fortsatt bostedsadresse i Sør-Varanger. Lånekassa har i telefon i mai 2013 opplyst at det er ca. 450 studenter fra Kirkenes på høyere utdanning utenfor kommunen. *Det må etableres kontakt med gruppen 20 -24 år, og det må gis god nok informasjon om muligheter for å bo og gjøre karriere i Sør-Varanger etter endt studie.*



Gruppen 30 til 39 år er aldersgruppen som skal produsere nye innbyggere. *Det er viktig å få iverksatt tiltak for rekruttering av disse. Dette er Facebookgenerasjonen, og vår løsninger med bruk av digitale media for rekruttering er rettet spesielt mot disse.*

4.4.3 Flyttemotiv

Vi har gjennomført analyser basert på forskning og samtaler med aktører tilknyttet Kirkenes-regionen.

Utgangspunktet for prosjektet er å finne tiltak som kan styrke tilfanget av arbeidskraft. I dag møter arbeidstakere et svært godt arbeidsmarkedet i Norge. Å tiltrekke seg ny arbeidskraft i en slik situasjon er krevende. Behovet Kirkenes har i årene fremover skiller seg ikke ut fra det vi finner andre steder i landet. Og «alle» trenger folk med realfaglig eller helsefaglig bakgrunn. Konkurransen om de «samme» hodene er derfor svært hard. Skal en vinne denne kampen må en skille seg markant ut, og satse langsiktig (mer enn 5 år).

Hvilke faktorer avgjør om folk blir, flytter ut eller flytter inn i Finnmark? NORUT-rapporten *Flytting og bofasthet i Finnmark* (NORUT 2009:9) gir god innsikt i hva som gjør at folk velger å bli boende, flytte ut eller flytte inn i Finnmark. Ifølge NORUTs undersøkelser er de viktige bomotivene for de som velger å bli boende i regionen henholdsvis:

- Sted og miljø 51 %.
- Familie 49 %
- Arbeid 44 %

For innflytterne er tallene:

- Familie: 55 %
- Arbeid: 44 %
- Sted og miljø: 42 %

Når folk som flytter inn blir bedt om å oppgi viktigste flyttemotiv

- Sted og miljø: 8 %
- Familie: 33 %
- Arbeid: 31 %

Dette forteller oss at familie er et avgjørende flyttemotiv. Jobb og familie er de to viktigste drivkreftene. Kvinner er spesielt orientert mot å sikre best mulig oppvekstsvilkår for barna. Nærhet til besteforeldre kan her være viktig. Kombinasjonen jobb og familie kan være en svært interessant tilnærming til rekrutteringsarbeidet i et krevende arbeidsmarked.

Videre konkluderer NORUT-rapporten blant annet med at «Innbyggerne er selv de beste ambassadørene for å lokke tilflyttere og tilbakeflyttere til kommunen, og er de viktigste påvirkningsagenter for å hindre at venner og kjente flytter ut.» Sted og miljø virker å være en x-faktor her, som kan spille positivt inn på flyttemotivet. Riktignok var det ikke mange som mente dette var den *viktigste*



flytteårsaken, men på spørsmål om hvilke elementer som er *viktig* for beslutningen er sted og miljø sterkt medvirkende.

Videre gjennomførte vi en rekke samtaler med aktører tilknyttet Kirkenes-regionen. Relevante, utvalgte funn i denne sammenheng var:

- Alle vi møtte mener regionen har et meget stort potensial. Spesielt er det internasjonale perspektiver som er sentrale her: Russland, olje/gass, gruven, Finland, nordøstpassasjen, grenseboerbeviset, russiske biler i helgene, osv. Kirkenes som "Porten til Russland" er gjennomgående tema.
- Det er en positiv og optimistisk by, som ser fremover.
- Kulturlivet er sprekt og mangfoldig. Man finner mer i Kirkenes av urbane kvaliteter enn hva en skulle forvente av en by på den størrelsen.
- Tilflyttere oppgir at Kirkenesværingene er vanskelig å komme inn på, vanskelig å få kontakt.
- Det er bred enighet om at satsing på arbeidstakere med høyere utdanning er en forutsetning for videre vekst. Næringslivet har i liten grad dette fokuset, men ser behovet.
- Det er få ledige stillinger i regionen. Mange stillinger tilpasses lokale søkere, og virker dermed ikke rekrutterende. Det snakkes om resirkulering av kompetanse og arbeidstakere. Lederne oppgir at de satser lokalt for å ha stabil arbeidskraft. De er redd for at folk ikke vil like seg i regionen, ikke får relevante oppgaver, og vil flytte ut etter kort tid.
- Generasjonsutfordring. Det satses for lite på yngre krefter. Gjennomsnittsalder på lederne i regionen er høy, og øker.
- Det er for langt til sentra nærmeste høyere utdanningsinstitusjon. Kirkenes har desentraliserte tilbud, og er i ferd med å bygge opp nye stedlige løsninger.
- Natur og friluftsliv er ikke så avgjørende for at folk bosatte seg som mange vil ha det til.

Prosjektet har videre gjennomført en anonym webbasert spørreundersøkelse rettet mot folk som har bodd i Sør-Varanger. 64 personer besvarte denne. Metodikken i undersøkelsen har vært å stille en del spørsmål og påstander for å få en tilbakemelding på hvordan de oppfatter Sør-Varanger, og hva som er viktige faktorer for at det skal flytte tilbake. Resultatene fra denne undersøkelsen underbygger de funn som ble referert tidligere.

De viktigste faktorene en vil legge vekt på dersom en skal flytte tilbake er:

- Boligpriser
- Trygg oppvekst og natur
- Relevant jobb for partneren
- Spennende arbeidsmuligheter



De som har deltatt i undersøkelsen mener at følgende er beskrivende for Sør-Varanger:

- Sør-Varanger er en spennende kommune med vekstmuligheter.
- Vi er åpne og imøtekommende, dvs. det ser ikke ut til å være et omdømmeproblem.
- Vi tilbyr ikke spennende jobbmuligheter.

Videre mener disse at:

- Sør-Varanger trenger tilbud innen høyere utdanning. De eksisterende skolene er gode, men bør trolig være mer utviklingsorientert.
- Bedrifter og kommune bør bli mer utviklingsorienterte.
- Man har ikke enkelt tilbud til storbyopplevelser, hvilket kan være en indikasjon på at flytilbudet bør bedres.
- Flytilbudet må bedres.

Valg av målgrupper

Når det gjelder målgrupper i forhold til rekruttering er det viktig å ta inn over seg at vi alltid vil operere med to hovedmålgrupper; de bofaste og de som skal rekrutteres:

De bofaste

De bofaste er en viktig målgruppe fordi de er en av de viktigste kanalene i alt rekrutteringsarbeid. De bofaste vil være avgjørende i forhold til å formidle et bilde av kommunen, kommunisere med potensielle tilflyttere og gjennomføre konkrete rekrutteringstiltak. Det er derfor viktig at vi i alt omdømme/rekrutteringsarbeid forholder oss til at de bofaste er en viktig målgruppe.

Målgruppeanalyse

Vi har i prosjektet også gjennomført en grundig målgruppeanalyse for å være sikre at vi er tydelige på hvilke grupper vi ønsker å nå gjennom våre rekrutteringsaktiviteter. Vi har sett på fire hovedområder hvor vi har gjort et valg av hvilken gruppe vi ønsker å satse på;

- Utdanningsnivå
- Alder
- Lokal tilhørighet
- Kjønn
- Utdanningsnivå

I Utdanningsnivå (høyere utdanning)

Med bakgrunn i arbeidsmarkedet nasjonalt og det arbeidsmarkedet vi ser i kommunen i dag, og særlig i forhold til framtidig arbeidskraftsbehov, vet vi at det er særlig personer med høyere utdanning det vil være stor konkurranse om. Dette vil være avgjørende for videre utvikling av samfunnet. Vi ønsker derfor et hovedfokus på denne gruppen. Dette valget vil også få betydning for valg av alderssegment.

II Alder (25-40)

Som nevnt tidligere viser befolkningsstatistikken en dramatisk økning i gjennomsnittsalderen blant de sysselsatte i kommunen, til tross for en økning i aldersgruppen 19-24. Med bakgrunn i ønsket om å rekruttere personer med



høyere utdanning er det særlige aldersgruppen 25- 40 som er spesielt relevant fordi de i stor grad har høyere utdanning.

Det er videre noen andre faktorer som gjør denne målgruppen spesielt relevant i et rekrutteringsarbeid:

- Mobilitet
Tall viser at mobiliteten reduseres med ca 50% for en økning på 10 år i alderssegmentet, altså at det er dobbelt så stor mobilitet i aldersgruppen 30-40 enn i aldersgruppen 40-50. Dess større mobilitet dess større sannsynlighet for å få de i målgruppen til å flytte til en annen kommune, og det vurderes således som størst sannsynlighet for høy grad av måloppnåelse gjennom å satse på en ung målgruppe.
- «Tidsånden»
Det er viktig for både arbeids- og samfunnsliv at det er en stor gruppe yngre personer som i større grad enn eldre har en bred forståelse av «tidsånden» i et samfunn. Dette vil være både i forhold til at deres utdanning har tatt utgangspunkt i de siste trender og utvikling innenfor deres fag, og fordi de i større grad fanger opp trender og utviklingstrekk i samfunnet.

III Lokal tilhørighet (utflyttere)

Vi har valgt å fokusere på utflyttere, altså personer som har bodd i Sør-Varanger tidligere men som nå bor et annet sted. Dette valget er basert på følgende faktorer:

- Familie
Vi vet at blant innflyttere i regionen oppgir 55 % av de tilflyttede familiene som et viktig flyttemotiv. Dette motivet er selvsagt viktigst for utflyttere og vi vurderer det således som et stort potensiale å rette seg mot denne målgruppen.
- Informasjonsgap
Vi vet at det er stor mangel på informasjon om hvilke muligheter og utviklingstrekk som er representative for Sør-Varanger i denne målgruppen. Gitt at potensialet er stort (som nevnt i punktet over) er derfor svært sannsynlig at en satsing på økt informasjon og omdømmebygging rettet mot denne målgruppen vil ha god effekt i forhold til å nå målsetningen til prosjektet.
- Lokalpatriotisme
Vi har i vårt arbeid og analyser sett at utflyttere har en stor porsjon lokalpatriotisme, og mange ønsker, eller ser det i hvert fall som en mulighet, å flytte tilbake til Sør-Varanger. Dette vil kunne være en avgjørende faktor for flyttebeslutningen – og en kapital som i all hovedsak finnes hos utflyttere.
- Tilgjengelighet
Denne målgruppen er det forholdsvis lett å få oversikt over og det er dermed forholdsvis lett å gjennomføre målrettede informasjonsaktiviteter rettet mot denne gruppen. Samtidig er det sånn at en del svært viktige

kanaler, som f.eks. de bofaste, i langt større grad vil være effektive mot denne målgruppen enn andre målgrupper.

- **Budskap**
Denne målgruppen vil i forholdsvis stor grad ha samme referansebakgrunn i forhold til kjennskap til en del avgjørende faktorer i kommunen. Dette vil kunne forenkle en del informasjonsaktiviteter og gjøre det lettere å nå fram med det ønskede budskapet
- **Stabilitet**
Vi tror at stabiliteten blant tilbakeflyttere er høyere enn blant tilflyttere. Hvis dette stemmer, vil de langsiktige virkningene av å satse på tilbakeflyttere være større enn ved å satse på tilflyttere.

Selv om vi i arbeidet har valgt tilbakeflyttere som en hovedmålgruppe, ser vi det som viktig og ikke ekskludere andre grupper. Dette gjøres gjennom å sikre at generelle informasjonsaktiviteter ikke forutsetter kjennskap til byen og kommunen og at vi også gir informasjon som kun er relevant for potensielle tilflyttere. Hovedfokus og valgt av informasjonsprofil er likevel basert på hovedmålgruppen.

IV Kjønn (kvinner)

Vi har avslutningsvis valgt å fokusere på kvinner. Dette er basert på to hovedgrunner. For det første ser vi at det er flest kvinner som flytter ut av kommunen, og vi har sett at jenter i mindre grad enn gutter vurderer det som sannsynlig at de vil flytte tilbake til Kirkenes. Vi har også sett at familier flytter til kvinnens familie i større grad enn til mannens familie. Når vi så vet at familien vurderes som en viktig faktor blant store deler av tilbakeflytterne anser vi det som å være et stort potensiale på dette området.

4.4.4 GSV undersøkelsen

Det har vært foretatt to undersøkelser i forhold til vernepliktige soldater ved Garnisonen i Sør-Varanger (GSV). Den siste undersøkelsen ble gjort i januar 2013, og målgruppen var soldater som hadde tjenestegjort i ett år, og som var i ferd med å bli dimitterte. 220 soldater deltok i undersøkelsen.

Av undersøkelsen går det frem at 80 % mener at det er et godt forhold mellom soldater og lokalbefolkningen. 45 % av soldatene mener at Sør-Varanger er et godt bosted. 16 % av disse kan tenke seg å bosette seg i kommunen.

Dette bekrefter vår oppfatning av at Forsvaret har arbeidet godt og målrettet med å skape gode relasjoner mellom de vernepliktige og lokalbefolkningen. Dette gir også et godt grunnlag for arbeid med rekruttering fra dette segmentet.



I undersøkelsen framgår det også at lokalsamfunnet har en utfordring i å komme med lett tilgjengelig og relevant informasjon som er myntet på ungdommer som skal tilbringe det neste året i Sør-Varanger. Kun 10 % av soldatene visste mye om Sør-Varanger før de kom hit, mens hver andre person ikke hadde noe informasjon om kommunen før de kom nordover. Bare 1 % av soldatene hadde funnet informasjon fra lokale nettsider.

Hva visste du om Sør-Varanger



Selv om dagens soldater er opptatt store deler av døgnet med øvelser og beredskap, er det kun 19 % som i undersøkelsen sier at de ikke deltar i noen form for fritidsaktiviteter. 29 % av de spurte deltok i jakt og friluftsliv, mens 40 % svarte i undersøkelsen at de deltok i idrettsaktiviteter.

At 16 % av soldatene ikke er fremmed for tanken om en framtidig bosetting i kommunen, er en utfordring en ikke bør la være å gripe fatt i. 90 % av de som deltok i undersøkelsen er i alderen 18-21 år. De fleste vil reise og fortsette sin utdanning. Det er viktig at lokalsamfunnet også i fortsettelsen vil framstå som attraktivt for soldatene.

Sør-Varanger som bosted



På den måten vil mulighetene øke for at noen av dagens soldater vil komme til Sør-Varanger som framtidig kompetent arbeidskraft.

Kan du tenke deg å bosette deg her



4.4.5 Arbeidsledighet

Sør-Varanger hadde pr. mai 2013 en arbeidsledighet på 1,9 %. Det var registrert 101 arbeidsledige. Endring i forhold til samme periode i fjor er en økning fra 74 ledige med 26 personer.

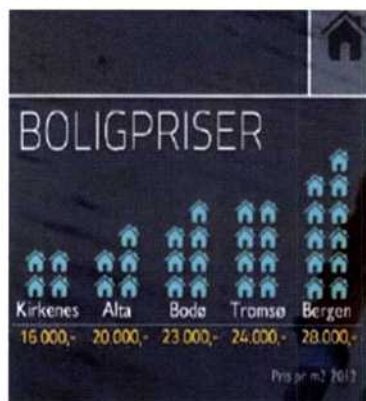
Vi oppfatter den lave arbeidsledigheten slik at det er god etterspørsel etter arbeidskraft i Sør-Varanger.

4.4.6 Boligpriser

Det har vært et sammenfall i tilbakemeldinger i åpne møter, intervjuer og spørreundersøkelser om at boligprisene i Kirkenes er høye. Leieprisene i det sentrale Kirkenes og omegn er til dels høye som følge av økt aktivitet og befolkningsvekst. Eiendomsmegler1 i Kirkenes sier som grov tommelfingerregel at utleiepris pr. mnd. er kr. 5.000 for ettroms- leilighet, kr. 10.000 for toroms-leilighet, kr. 15.000 for treroms- leilighet, og så videre.

Ser vi på tall fra SSB, finner vi at prisen på brukt bolig i Sør-Varanger i 2012 har en snittpris stor 160 kr/m².

Dette er høyt sammenlignet med mindre steder i Finnmark, men betydelig lavere enn Alta og øvrige sammenlignbare byer i Norge



Kirkenes **160 m² Bolig**

Alta -562 560

Bodø -1 038 560

Tromsø -1 319 840

Bergen -1 878 880

Pris på omsatt enebolig. Kilde SSB

Full barnehagedekning og gode grunn- og videregående skoler er positivt i forhold til rekruttering. Natur, klima og mørketid ser heller ikke være negative faktorer for rekruttering. Heller tvert i mot, da Sør-Varanger har stabilt vintervær og relativt varme somre.

De viktigste faktorene for rekruttering er:

- Bolig og attraktive boligmiljø
- Jobb for partner
- Bedre utdanningstilbud på høyskolenivå
- Oppfølging og rekruttering av kommunens egen ungdom i utdanning.

De viktigste innsalgsfaktorene er:

- Internasjonalt miljø
- Dynamisk samfunn
- Gode oppvekstmiljø
- Et variert næringsliv med store konkrete planer for nyinvestering og utvidelser.

Datainnsamling via intervjuer og spørreundersøkelser er slått sammen med vår lokalkunnskap. Statistikkene har vært viktige fordi at disse har bidratt til at man har gått fra hypoteser til fakta. De er også viktige i forhold til hvilke tiltak som skal settes inn, og fremtidige anbefalinger. Videre er det med rimelig stor grad av sikkerhet at Sør-Varanger ikke har et omdømmeproblem.

Prosjektet har realisert målsettingen om å finne statistiske grunnlag og måleparametere. Prosjektet har også avklart om Sør-Varanger har et omdømmeproblem.

Prosjektet har realisert målsettingen om å finne statistiske grunnlag og måleparametere.



4.5 Definere egen profil for prosjektets aktiviteter

En har i løpet av prosjektet hatt fokus på følgende:

- Utvikle en profil for prosjektet og framtidige rekrutteringstiltak.
- Samkjøre og forankre bolysttiltak med Sør-Varanger Kommune.
- Tiltak for omdømme og holdningsendring.
- Verdsettelse av russisk innvandring til Kirkenes for og synliggjøre en del av vår internasjonale profil.
- Utvikle en profil for prosjektet og framtidige rekrutteringstiltak.

Formidlingskonsept

Overordnede rammer

I arbeidet med å utvikle en profil for prosjektet, som også skal kunne brukes i senere rekrutteringsaktiviteter, har vi lagt følgende overordnede rammer til grunn:

- Det må gjenspeile noe ekte og genuint ved Kirkenes.
- Det må være basert på elementer som regnes som viktig for innbyggerne i Kirkenes.
- Det bør baseres på noe som er forholdsvis unikt for Kirkenes.
- Vi vil i størst mulig grad basere profilen på lokale særtrekk, og bruke de regionale særtrekk som elementer i profilens øvrige aktiviteter (nettside, brosjyrer m.m.)

I valg av profileringslementer vet vi at de nasjonale differensieringsaksene nord/sør og store/små byer vil være relevant i all vår kommunikasjon. Samtidig er dette forholdsvis like kategorier og er ikke egnet til å differensiere Sør-Varanger fra alle andre steder i samme kategori. Vi ønsker derfor å basere profilen på mer lokale fortrinn og ta med de overordnede perspektivene i informasjonsproduktene.

Sør-Varangers særpreg

Sør-Varanger har et internasjonalt perspektiv, og har av flere blitt omtalt som «Norges mest internasjonale kommune». Som et naturlig tyngdepunkt i Barents-samarbeidet og nordområdesatsingen og derigjennom en nøkkel østover, vil norsk suksess her være med å definere Norges internasjonale posisjon og fremtid, og være avgjørende for næring, handel og utvikling i nord. Perspektivet gjør Kirkenes svært attraktivt. Historisk har alltid nasjonale prosjekter virket rekrutterende på unge mennesker – dersom de som flytter faktisk opplever at de er en del av de store prosjektene lokalt.

Vi har med dette som utgangspunkt lagt vekt på å ha en nasjonal inngang og perspektiv – med Kirkenes midt i smørøyet.

Vi har gjennomført en rekke samtaler og analyser for å se hvilke lokale særtrekk profilen bør baseres på. Det er flere som har vært framhevet, og vi har i vårt arbeid prioritert følgende:

I Grenseløst samfunn.

Forholdet til Russland regnes som viktig av de fleste, både i forhold til næringsutvikling, samfunnsutvikling, framtidsscenarioer og hva som oppfattes av innbyggerne som viktig og unikt med Kirkenes. Dette er samtidig et uttrykk for den multikulturelle byen Kirkenes, med flere urfolksgrupper og rundt 60 nasjonaliteter.

II Ambisjoner uten begrensninger.

Både den utviklingen som har vært, dagens situasjon, og visjoner og framtidsscenarier er preget av et høyt aktivitetsnivå, høyt kvalitetsfokus, stort engasjement og en generell holdning til at man ikke skal la seg begrense.

III En utvikling som bryter grenser.

Kirkenessamfunnet har på en rekke områder fått til en utvikling som av mange utenforstående vil kunne virke overraskende gitt kommunens størrelse og beliggenhet. Internasjonale toppmøter, Barents Spektakel, næringslivets internasjonale karakter og reiselivsproduktene kvalitet er gode eksempler på dette.

Konseptet

Vi har valgt konseptet "Bli med og **Flytt grenser**". Konseptet er basert på de lokale særtrekkene som nevnt tidligere, og er fundamentert på at man rent faktisk, gjennom grenseboerbeviset/visumfri sone, har flyttet grenser. Gjennom dette arbeidet er Kirkenessamfunnet enda tydeligere en kulturell smeltedigel og møteplass mellom øst og vest. Samtidig er det en rekke andre forhold som underbygger at man i Kirkenes faktisk flytter grenser. Listen er på langt nær uttømmende:

- Gjennom Barentssamarbeidet har man fått et samarbeid med Russland, og i økende grad med Finland, hvor flytter man grensene for internasjonalt samarbeid og regionalt arbeid, og har etablert en ny modell for internasjonalt regionalt samarbeid som vekker internasjonal oppmerksomhet.
Gjennom den internasjonale festivalen Barents Spektakel flytter man grenser både i forhold til innhold, i form og i forhold til hva som regnes som mulig og umulig.
- Gjennom den politiske aktiviteten, med regionale politiske prosesser og storpolitiske toppmøter som gjennomføres i Kirkenes, flytter man grenser for hvor det politiske sentrum er.
- Gjennom næringslivets enorme vekst og utvikling flytter man grenser for hva som regnes som mulig innen næringsutvikling i forhold til geografisk plassering og størrelse.
- Gjennom offensive kulturinstitusjoner bidrar man til å flytte grensene i forhold til hva som regnes som utkant, urbant og urbanitet.
- Gjennom folk-til-folk samarbeid og lokale organisasjoners og institusjoners samarbeid med Russland flytter man grenser i forhold til tverrkulturell forståelse.



- Gjennom eksterne faktorer som olje/gass utvinning, mineralleting, åpning av nord-østpassasjen m.m. flytter man grenser i forhold til hva som regnes som økonomisk og strategisk viktige områder.
- Summen av alt dette skaper et sted som flytter grenser for hva som regnes som sentrum og hva som regnes som periferi. Hvor man rent faktisk ikke ser grenser, men muligheter.

Bruk

Vi vurderer konseptet som fleksibelt og effektivt i bruk. Selve formuleringen "flytt grenser" vil være overordnet og brukes i presentasjonsmateriell, men konseptet vil videreutvikles og tilpasses ulike områder, som f.eks.:

- I forbindelse med en rekrutteringskampanje vil man kunne bruke "Bli med og **Flytt grenser**" som både gir assosiasjoner til å flytte til Kirkenes, å bli med på en grensesprengende utvikling, samtidig som det kan spille på de personlige grensene man flytter.
- I forbindelse med andre aktiviteter vil et felles formidlingsspråk bidra til å bygge opp under konseptet. Formuleringer som allerede brukes som f.eks. "grensesprengende" og "grenseløst" passer godt inn. Formuleringer hvor det implisitt ligger en ide om grenseflytting som "Her møter Norge Verden", "En global møteplass" "Et politisk sentrum" o.l. vil bidra til å bygge opp under konseptet.
- Kampanjer rettet mot andre målgrupper kan være mer direkte fokusert på spesifikke områder hvor fordelene framheves. Fokus her vil være at Kirkenes er en by hvor man flytter grenser, hvor man er aktive, hvor man gjennom å ikke se begrensningene bidrar til å finne løsninger som er spesielt tilpasset spesifikke situasjoner. Dette kan f.eks. være en aktiv boligpolitikk overfor pendlere ved Sydvaranger Gruve AS hvor man flytter grenser i forhold til tilrettelegging.

Samkjøre og forankre bolystiltak med Sør-Varanger Kommune

Sør-Varanger Kommune har et langsiktig mål om at kommunen i tråd med gjeldende kommuneplan skal ha 12.000 innbyggere i 2016. Kommunen er i tillegg den største arbeidsgiveren i Sør-Varanger med grovt regnet 900 ansatte. Sør-Varanger Kommune er betydelig finansiell aktør i vårt bolyst prosjekt, de har arbeidet med egne bolystiltak, de samarbeider med Husbanken om boligfinansiering, og de har utleieboliger via Boligstiftelsen som er et kommunalt foretak. Det har derfor vært viktig for oss å samkjøre tiltak med kommunen.

Sør-Varanger Kommune har vært preget av arbeidet med å redusere budsjettunderskudd i inneværende budsjettperiode. Det er lagt opp målsettinger om besparelser på rundt kr. 40 mill. i de kommunale budsjettene. Dette er en krevende utfordring, og har etter vårt syn medført at man har hatt mindre kapasitet til løpende dialog om felles bolystiltak. Dialogen har vært konstruktiv og god, og vi opplever at man nå i prosjektets slutfase har bedre mulighet for dialog og samhandling.

Vår erfaring fra spesielt Rauma Kommune var at nær dialog, sterk forankring fra administrativ og politiske toppledelse i rekrutteringsarbeidet var en svært viktig faktor for positive resultater.

Vi tror at en lignende modell i Sør-Varanger ville ha vært svært nyttig. I denne sammenheng tror vi at et bolyst- og rekrutteringsseminar i vår kommune med representanter fra Rauma ville ha gitt en god start på rekrutteringsarbeidet i Sør-Varanger.

Kontakten med Sør-Varanger Kommune er viktig. Et tett samarbeid om bo- og rekrutteringstiltak er viktig for å nå en langsiktig målsetting om økt innbyggerantall, sikre tilgjengelig arbeidskraft for bedriftenes ekspansjon og innovasjon.

Likeledes er det en viktig målsetting om at flest mulig av de sysselsatte er fast bosatte. Dette gir besparelse for arbeidsgivere, økt aktivitet i service- og detaljhandel, samt økte inntekter til Sør-Varanger Kommune i form av skatteinntekter og rammeoverføringer.



www.ytterveggen.no



www.svk.no



Har Sør-Varanger et omdømmeproblem?

Det har vært gjennomført åpent folkemøte for Sør-Varanger sin befolkning i oktober 2012. Møtet hadde en del innledere som spissformulerte synspunkter om Sør-Varanger. Dette ble fulgt opp av debatt.

I tillegg har det vært gjennomført spørreundersøkelser for å avdekke om kommunen har et omdømme eller holdningsproblem.

Det foreligger ikke indikasjoner på dette, og prosjektledelsen har valgt ikke å arbeide med hypotesen om at Sør-Varanger har et holdnings- eller omdømmeproblem. Vi har i stedet valgt å forsterke kommunens og innbyggerens profil om at Sør-Varanger er et godt sted å leve og arbeide.

I prosjektet har vi kommunisert ut prosjektnyheter via en midlertidig facebookløsning. Videre har man fått god spalteplass i Sør-Varanger Avis og Finnmarken. Vi har samarbeidet løpende med Sør-Varanger Avis som har publisert en rekke brede artikler om bolyst- og rekruttering. Avisen har i tillegg publisert flere ledere med grundige og interessante lederartikler om bolyst og rekruttering.

Summen av dette er at folk snakker positivt om prosjektet. Vi ser at bedrifter, frivillige organisasjoner og enkeltpersoner iverksetter tiltak med begrunnelse «bolyst».

Det var viktig å få avklart om man har et omdømmeproblem i Kirkenes, og om prosjektet skulle iverksette tiltak for omdømmebygging. Resultater fra intervjuer, åpne møter, spørreundersøkelser via webløsninger og ikke minst spørreundersøkelser ved Garnisonen i Sør-Varanger peker sterkt i retning om at Sør-Varanger og Kirkenes ikke har et omdømmeproblem.

SØR-VARANGER AVIS

6 ONSDAG 3. APRIL 2013

VÅR MENING

Attraktiv by

Kirkenes er en av fem byer som er kommet helt til finalen om å få «statens pris for attraktivt sted». Av 385 steder ble finalistene Herøy, Norheimsund, Ringebu, Fagernes og Kirkenes valgt ut som de beste byutviklingssteder, og i tiden frem mot mai skal de fem stedenes attraktivitet og potensial undersøkes ekstra nøye, før den endelige vinneren kåres. Det står om 250 000 kroner som skal brukes til ytterligere videreutvikling av vinnerstedet. Noe som absolutt ville vært en vitamininnsprøytning det hadde vært kjempemoro om byen og kommunen vår skulle få.

At Kirkenes er blitt finalist, er helt klart også uansett spennende i seg selv. Ikke minst fordi vi tror det er viktig i forhold til rekruttering av nye innbyggere. Folk både med og uten røtter eller annen tilknytning til byen og Sør-Varanger, trenger å få med seg flest mulige positive inntrykk av området før et eventuelt bostedsvalg taes. Å bli vurdert som blant de mest attraktive steder i landet å bosette seg, i en tid der konkurransen om arbeidskraften er så beintøff som nå, kan ikke gi annet enn nettopp positive signaler. Signaler som kommer høyst beileilig for byen og for de arbeidsgivere som skriker etter arbeidskraft nå og som sannsynligvis vil måtte skrike ennå høyere fremover.

Bolystprosjektet som har pågått en stund, der byutvikling og hva som vil gjøre det spennende å bo og leve i Kirkenes fremover står i høysetet, er en av hovedårsakene til at byen vår er nominert. Prosjektet, i regi av Kirkenes Næringshage, kom igang på et avgjørende tidspunkt da det var viktig å komme igang med «noe» som kunne bidra positivt til å peke ut en retning fremover. Dette har altså allerede hatt en virkning også utad, i og med denne finaleplassen.

Den andre hovedårsaken er planene om fortetting av sentrum, ikke minst til boligformål, og den pågående tilretteleggingen for vekst i og rundt byen.

Det er noen steg å ta før vi kan se en utvikling som kommer seg på skinnene i retning både 12 000 innbyggere og forventet/håpet vekst. Men å ha planer om hvordan dette skal kunne være mulig å realisere på sikt, er likevel mye bedre enn å stå på bar bakke, helt uforberedt på de muligheter fremtiden kan komme til å by på. En positiv innstilling til at man vil komme til å lykkes, skader heller ikke. Selv om konkret løsning av oppgaver, steg for steg også må til og er helt nødvendig for måloppnåelsen uansett.

Randi F. Andreassen

Tiltak for russiske innvandrere for å synliggjøre Kirkenes sin internasjonale profil
Sør-Varanger har hatt innvandring fra østfra i over et tiår. Dersom vi legger til grunn tabeller over innvandring referert til i kapittel 4.4, utgjør gruppen russere, ukrainere, polakker og estlendere grovt regnet 5 % av kommunens befolkning. Disse oppfattes som en ressurs hos arbeidsgivere og i lokalsamfunnet. I tillegg har vi russiske fiskefartøyer som benytter Kirkenes som base- og servicehavn. På toppen av dette har vi et stort antall grensepasseringer på fellesgrensen mellom Russland og Norge. Kirkenes er en internasjonal by, og en liten russisk by i Norge. Prosjektet har valgt å dra frem den russiske profilen. Det var foreslått å arrangere russisk julefeiring i Kirkenes i forbindelse med russisk ortodoks jul i januar 2013. Programmet var russisk kirkekonert i Kirkenes kirke, russisk kino og russisk meny på restauranter. Det var også tenkt at handelsstanden skulle selge varer med pris i russisk rubel. Dette er en periode med mye russiske kunder i butikkene, da butikkene har januarsalg.

Den Russiske Føderasjons Generalkonsulat, Sør-Varanger Kommune, Barentssekretariatet, de forespurte sentrumsbutikkene og den lokale Russisk Ortodokse Hellige Trifon Menighet i Kirkenes støttet ideen.

Vi måtte dessverre kansellere arrangementet, da vi ikke fikk tid nok til å arrangere et så stort arrangement. *Generalkonsulatet ønsker at et slikt arrangement gjennomføres i januar 2014, og er villige til å bistå.*

I stedet valgte vi å lage et mindre arrangement. Kristi Dåp er en av de 12 største Russisk Ortodokse kirkehøytider og markeres hvert år over hele Russland. I januar ble den markert i Kirkenes. Så vidt vites var det første gang en slik markering fant sted i Nord-Norge.

Dette skjedde ved Kirkenes Snow Hotel sitt anlegg like utenfor Kirkenes. Arrangementet var åpent for alle. Bolystprosjektet, Kirkenes Snow Hotel og den Russisk Ortodokse Hellige Trifon Menighet i Kirkenes samarbeidet om arrangementet.

Erkebiskop Simon i Murmansk og Montsjegorsk utnevnte fader Daniil, leder av Trifon Petchenga, til å forestå velsigningen vannet og Kirkenes Snowhotell. Av 60 oppmøtte var det 15 som lot seg døpe i kuling fra Barentshavet og i minus 3 – 4 grader.

En rekke personer benyttet anledningen til å ta med seg velsignet vann hjem.



– Her får de vist hva de klarer

Kuling rett inn fra Barentshavet og fire minus stoppet ikke den første russisk-ortodokse dåpen i Nord-Norge.

Foto: Bernt Nilsen



Foto: Bernt Nilsen



- Målsettingen om å avklare, eventuelt iverksette omdømmearbeid er realisert. Det er ikke tegn på at Sør-Varanger har et omdømmeproblem.
- Målsettingen om å profilere Kirkenes som en internasjonal by med fokus og profil på innvandring østfra er realisert. Fokus på Kirkenes som en liten dynamisk internasjonal by med store utviklingsmuligheter er salgbart i forhold til rekruttering og karrieremuligheter.

4.6 Markedsføre Kirkenes via digitale medier

Som en konsekvens av den globale digitaliseringen av våre informasjonsaktiviteter så vi det som avgjørende at hovedsatsingen var på digitale medier. Med bakgrunn i de eksisterende digitale informasjonskanalene til kommunen, og de muligheter som ligger i forhold til digitale verktøy, mente vi at det var viktig å få etablert en nettside som et viktig verktøy for framtidig rekrutteringsarbeid. For å kunne nyttiggjøre oss det potensialet som ligger i bruk av sosiale medier, utviklet vi parallelt en facebookside med samme funksjonalitet som på nettsiden.

Alle digitale plattformer er utviklet av Arc Giraff AS, og utviklet slik at de har stor grad av fleksibilitet i forhold til å tilpasse seg endrede informasjonsbehov og digitale utviklingstrekk.

Analyse

Vi har i arbeidet med markedsføringsmaterialet lagt stor vekt på å basere oss på de analyser og valg som er gjort tidligere i prosessen. I tillegg har vi sett på eksisterende sider med samme formål og gjort vurderinger og valg med bakgrunn i dette. Vi har blant annet gjort følgende vurderinger:

1. Målgruppe

Siden vi har valgt å rette oss mot alderssegmentet 25-40 år, vet vi at vi har en digitalt velorientert målgruppe, og har ønsket visuelt å ligge i skjæringspunktet mellom det ungdommelige og tradisjonelle. Innholdsmessig har det vært viktig ikke å ekskludere noen grupper, men vi har lagt hovedvekt på informasjon som er relevant for høyere utdannede. Vi tenker her på i forhold til arbeidsmarked og utviklingstrekk, familieverdier, informasjon om barn og unge.

2. Andre nettsider

Uten å gå i detalj rundt de enkelte nettsider, er det særlig fire hovedtrekk vi har vurdert som relevante

1. Fokusert informasjon.

Mange nettsider bærer tydelig preg av at man ønsker å få formidlet så mye informasjon som mulig. Dette kan gjøre nettsidene uoversiktlige og utydelige i forhold til budskap og profil. Vi har derfor hatt som mål å forenkle navigasjonen så mye som mulig uten å miste muligheten til å formidle vital informasjon

2. Helhetlig profil.

Det er tydelig forskjell på de som utvikler en profil som er tilpasset enkeltprodukter, men som ikke er gjennomført i alt av

informasjonsmateriell. En helhetlig profil som gjennomsyrrer alle informasjonsprodukter, gir et profesjonelt uttrykk og tydelig budskap.

3. Lokal egenart.

Det er tydelig forskjell på de sider og kampanjer som baserer seg på like differensieringsakser (stort/lite sted sør/nord) og de som har basert seg på lokal egenart. Vi har ønsket å satse på det lokale som differensierer Sør-Varanger fra andre kommuner i samme hovedkategori (lite sted, langt nord) men samtidig ha med innholdselementer knyttet til disse kategoriene (natur, tid, nærhet).

4. Fleksibilitet.

Enkelte kampanjesider er lagd på en slik måte at de enten krever hyppig oppdatering eller gir lite rom for tilpasninger etter at produktene er ferdigutviklet. Dette gjør at sidene etter hvert framstår som utdaterte. Det har vært viktig for oss å lage materiell med lang levetid og som krever liten grad av oppdatering, og samtidig er lett å oppdatere både i forhold til innhold og struktur. Profilen må også være lett å bruke i andre sammenhenger det den er utviklet for.

Nettside (www.flytttilkirkenes.no)

Informasjonsarkitektur

Vi ønsket å gjøre siden så enkel som mulig og sikre at navigasjonen var enkel og intuitiv. Basert på en vurdering av potensielle innflytters informasjonsbehov og beslutningsprosess, endte vi opp med en svært enkel og oversiktlig menystruktur. Potensielle innflyttere vil først vite om de kan få seg en interessant jobb i kommunen (Jobbe), så om de tror de vil trives der (Leve) og så avslutningsvis om de kan finne seg et sted å bo (Bo).

Hvis de føler seg trygge på at de kan svare bekreftende på disse hovedspørsmålene, er det bare praktiske ting som gjenstår, og dette er samlet under «Velkommen hit».



Under hvert hovedpunkt er det en generell presentasjon og en undermeny som gir informasjon om spesifikke områder. Valg av undermenyer er basert på analyser av hva Sør-Varanger har å tilby og potensielle tilflytters preferanser. Innholdsmessig har vi bestrebet oss på å gjøre teksten så kortfattet og innholdsmettet som mulig, og har et eget felt «For mer informasjon» med lenker til aktuelle oppdaterte informasjonskilder for de som ønsker mer informasjon om spesifikke områder.

Under hvert hovedpunkt er det en generell presentasjon og en undermeny som gir informasjon om spesifikke områder. Valg av undermenyer er basert på analyser av hva Sør-Varanger har å tilby og potensielle tilflytters preferanser. Innholdsmessig har vi bestrebet oss på å gjøre teksten så kortfattet og innholdsmettet som mulig, og har et eget felt «For mer informasjon» med lenker til aktuelle oppdaterte informasjonskilder for de som ønsker mer informasjon om spesifikke områder.

til Kirkenes



Design

Grafisk har vi lagt vekt på at nettsiden skal være visuelt tiltalende og skille seg ut fra andre mer tradisjonelt oppbygde nettsider for rekruttering og presentasjon av kommuner. Samtidig har vi ønsket å lage en nettside som lett kan oppdateres og videreutvikles. Derfor var de mer tradisjonelle «kampanjesidene» ikke et aktuelt alternativ.

Vi falt ned på en bildebasert nettside med grafiske innholdselementer som gir en følelse av stor aktivitet og som samtidig bygger opp under informasjonsstrategien vår. Gjennom å lage et eget høyrefelt med plass til sitatbokser, filvisning og informasjonsgrafikk, har vi fått et fleksibelt rammeverk for å presentere informasjon på en måte som er mer intuitiv og tiltalende. Sitatboksen er fylt av personer med tilknytning til Sør-Varanger som med en setning får fokus på et område, eller perspektiv som vi ønsker å få formidlet. Presentasjonsformen her er nær og umiddelbar, og sitater virker langt mer tillitsvekkende enn offisiell presentasjon på en nettside. Samtidig gjør dette at siden får et mer direkte og personlig preg.

Informasjonsgrafikken presenterer informasjon knyttet til de ulike hovedområdene, lettfattelig og umiddelbart. Her er det særlig fokus på informasjon som er overraskende eller spesiell, f.eks. at været i Sør-Varanger ikke er dårlig, og at husprisene er lave – begge deler noe som folk flest har et motsatt bilde av.



Tekniske vurderinger

Nettsiden er utviklet i «Joomla!», et system som er basert på åpen kildekode. Vi er således ikke knyttet til en spesifikk leverandør av nettutviklingstjenester. Siden er søkemotoroptimalisert og har et responsivt design slik at den er tilpasset forskjellige plattformer som nettbrett og mobiltelefoner.

Funksjonalitet

I satsingen på digitale medier har det vært et mål for oss å utvikle relevante digitale verktøy. Vi har derfor inkludert tre verktøy på nettsidene:

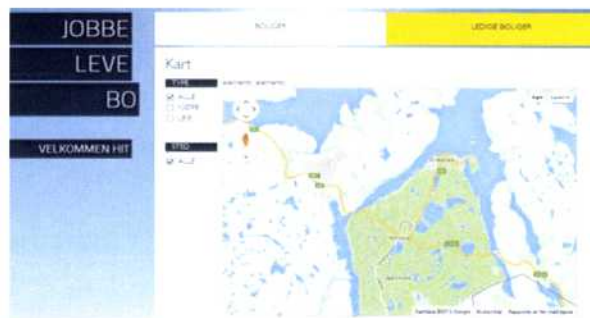
1. oversikt over ledige stillinger

Med utgangspunkt i stillingsutlysninger lagt ut på nav.no hentes og systematiseres alle ledige stillinger i Sør-Varanger. Løsningen sikrer at det alltid er oppdatert informasjon uten at det kreves ressurser knyttet til oppdatering.



2. Oversikt over ledige boliger

Med utgangspunkt i annonser på finn.no oppdateres et oversiktskart over ledige boliger i Sør-Varanger. Her vil du enkelt kunne zoome inn på et aktuelt område, se bilde, pris og størrelse på boligen og klikke videre til finnannonsen for mer detaljert informasjon.



3. Fordelskalkulator

Med utgangspunkt i et oppsett utviklet av Hammer kommunikasjon har vi satt opp en fordelskalkulator hvor man kan legge inn personlig informasjon og så få opp hvor mye du vil tjene på å flytte til Finnmark.



Facebook (<https://www.facebook.com/flytttilkirkenes>)

Det har vært viktig for oss i prosjektet å legge til rette for aktiv bruk av facebook. Vi har satt opp løsningen slik at all informasjon og funksjonalitet på nettsiden også er tilgjengelig på facebook. På den måten vil vi kunne bruke nettverksmulighetene som ligger i facebook og samtidig få formidlet det vi ønsker også på facebook.

Bruk av profilen

Den grafiske profilen er utviklet slik at den er skal kunne brukes også til andre informasjonsaktiviteter, også for andre aktører. Vi har i prosjektet vist bruksområdene gjennom å utvikle en presentasjonsbrosjyre for Syd-Varanger Gruve. Vi har basert brosjyren grafisk på den overordnede grafiske profilen, og tilpasset budskapet til informasjonsprofilen i kampanjen.



4.7 Markedsføre via tradisjonelle medier

I opprinnelig plan var det tenkt å kjøre helsides annonsekampanjer i landsdekkende aviser hvor en profilerte Kirkenes som attraktiv by for å bo og leve. Evaluering av andre kommuner sin effekt av lignende gjorde at dette ble endret.

Den nye strategien var todelt. Bærende var å sende ut jevnliges pressemeldinger om nyheter i lokale og regionale media, innkalle til pressekonferanser og ta kontakt med lokale journalister. I tillegg hadde man mål om å få ett- til to innslag på nasjonale media om Kirkenes i bo- og rekrutteringssammenheng.



Ber kommunen om flere utleieboliger

Prosjektet Bolyst ber om at kommunen legger til rette for flere boliger og en enklere saksbehandling, for å få flere unns til å stå som fast boende.

Saken om Russisk Ortodoks Dåp i Kirkenes den 19. januar 2013 som er omtalt i kapittel 4.6 var tiltenkt å skape nasjonal interesse og fokus med TV-innslag fra TV2 og NRK. Begge kanalene bekreftet at dette var interessant og spennende TV. Beklageligvis var journalistene for vårt område opptatt med andre reportasjer samme helg.

Vi vurderer det slik at det var en riktig beslutning å endre profil i bruk av media fra sentrale annonsekampanjer til å profilere saker lokalt og regionalt.

Våre analyser i forhold til målgrupper og budskap i forhold til rekruttering tilsier ikke at vi ville ha nådd våre målgrupper via annonsekampanjer. Ressurser fra annonsekampanjene ble overført til aktiviteten «Markedsføre Kirkenes via digitale media».

Et godt samarbeid med Sør-Varanger Avis har vært fruktbart. Dette har etter vår oppfatning bidratt til å styrke det lokale fokus på bolyst og rekruttering. Sør-Varanger Avis har nær 2.800 følgere på sin Facebookprofil, og har i løpet av 2013 begynt distribusjon av avisa også som nettavis.

Målsetting om mediedekning er realisert med lokale og regionale oppslag. I forhold til dekning i lokale og regionale media har en fått publisert en rekke artikler hos følgende:

- Nordlys, (Troms og Finnmark)
- NRK Nordnytt, (Troms og Finnmark)
- Finnmarken, (Øst-Finnmark)
- Sør-Varanger Avis, (Sør-Varanger)

En har ikke realisert målsettingen om nasjonale innslag i media fra Kirkenes.

SØR-VARANGER AVIS

6 TORSDAG 20. JUNI 2013

VÅR MENING

Fremtidshåpet Alfred

Tre måneder gamle Alfred Olson fra Utnes er Sør-Varangers innbygger nummer 10 000. Så lenge som Sør-Varanger har strevd for å gjenerobre dette symbolantallet, er det fantastisk at han har fått et offentlig ansikt, - og ikke minst at han er blitt gjort litt ekstra stas på. Å markere slike milepæler gjør lokalsamfunnet godt.

Det faktum at han er «ekte» sør-varangerværing, distriktsboer og pasvikdøl, mens foreldrene er tilflyttere, gjør ikke symbolikken i at nettopp Alfred ble nummer 10 000 mindre. Her ligger det mye fremtidshåp; folk uten tilknytning til kommunen finner veien hit, slår seg ned og får barn, ikke bare i Kirkenes, men også i distriktene. Det gjør godt og det bærer bud om at Sør-Varanger tross alt er et robust lokalsamfunn. Selv om ikke befolkningsutviklingen har tatt av i retning målet om minst 12 000 riktig ennå. Klarer vi å nå flere som Alfreds foreldre og få flere av våre egne unge til å flytte hjem igjen etter endt utdanning, vil vi smått om senn kunne nå innbyggermålet.

Det verktøyet som Bolystprosjektet har utviklet, nettportalen flyttilkirkenes.no og facebookgruppen for alle sør-varanger-ungdommer som er ute og studerer, vil garantert bidra til større oppmerksomhet rundt det å «flytte hjem» og en større bevissthet rundt at det faktisk er et ganske godt alternativ å vurdere.

Portaler og grupper som dette bidrar med nyttig informasjon og gjør det enklere å finne frem rundt en lang rekke problemstillinger som dukker opp når en ungdom står på terskelen til å etablere seg etter endt utdanning.

Vi har tro på at dette redskapet, egentlig i all sin enkelhet, faktisk kan være både effektivt og svært nyttig.

Et eksempel som med all tydelighet sier at lokal ungdom, borteboende som hjemmeboende, er opptatte av sitt lokalmiljø, hjembyen og hjemkommunen, er for eksempel oppslutningen om Sør-Varanger Avis sin facebookside. Den følges av tett på 2800 mennesker. En stor andel av avisens venner der er i de yngre aldersklasser, inkludert studenter og borteboende med en sterk hang til å få informasjon om hva som foregår «hjemme».

Alle bånd som knytter folk til hjemstedet er av betydning når jobber skal søkes og flyttelass pakkes.

Klarer sør-varangersamfunnet å tilby spennende jobber, gode fritidsaktiviteter, attraktive kulturtilbud, huspriser til å leve med, gode barnehager, skoler og andre offentlige tjenester, er håpet fortsatt levende om også å nå 12 000 innbyggere. Vi er nok ikke helt der idag at vi som samfunn klarer å score like godt på alle disse parametrene for så mange som vi alle skulle ønske, men lille Alfreds bakgrunn gir all grunn til å håpe at alt er mulig. Selv om 12 000 innbyggere nok fortsatt ligger minst ett tiår frem i tid.

Randi F. Andreassen

4.8 Tilrettelegge for nytilflyttede

Tiltaket berører flyktninger, frivillige lag og foreninger, samt velkomstinformasjoner for nytilflyttere.

Flyktninger

Sør-Varanger Kommune har forpliktet seg til å ta imot 25 flyktninger pr år over en 4-årsperiode. Noen flyktninger tildeles kommunen, andre velger å komme frivillig. Dette organiseres av Flyktingetjenesten i Sør-Varanger Kommune. Bolystprosjektet har høsten 2012 foretatt intervjuer med flyktingetjenesten og flyktninger for å se om det bør legges opp, eller anbefales særskilte tiltak til denne gruppen.

Nye flyktninger deltar i et introduksjonsprogram hvor en har fokus på at alle har behov for å møtes og bygge videre på den kunnskap og kompetanse som den enkelte flyktning har med seg. I introprogrammet har man ukentlige dialogkonferanser og språkopplæring. Dette skjer via flere metoder. Man lærer av hverandre, ansikt til ansikt, og med lærer. En arbeider med å skape arenaer for flyktingene.

Det kommunale biblioteket er en viktig møteplass. Det er etablert språkhjelp ved Biblioteket. Det kommer frivillige språkhjelpere og driver samtaletrening og språkopplæring etter suggestopedi-metoden. Dette er et lavterskeltilbud som er svært populært, og det virker! Opplegget er svært stabilt med de frivillige, og de er engasjerte. Brukerne åpner seg for andre, og finner seg sjøl gjennom dette.

Flere og flere ønsker å bli etter introduksjonsprogrammet.

De skaffes realkompetanse, de finner jobber, kjøper bolig, og det skjer familiegjenforening.

Vår oppfatning er at Flyktingetjenesten arbeider godt. Bolig er et problem for flyktingene, en mangler et bedre tilbud av rimelige utleieboliger.

SØR-VARANGER AVIS

LØRDAG 27. JUNI 2013



SAMLET Flyktinger har mange fordeler (se side 10) i tillegg. Foto: Martin Grønmo

En verdensdag i Kirkenes

Frivillige lag og foreninger

Sør-Varanger har mange hundre pendlere og nytilflyttere. Disse er en ressurs for samfunnet vårt. Vi ønsker at de skal oppleve Kirkenes som et positivt sted hvor de kan tenke seg å bosette seg. Og ikke minst at de deltar i samfunnslivet mens de oppholder seg her. I tillegg tror vi at disse kan gjøre at lag og foreninger får nye medlemmer, og kanskje nye impulser.

Vi tror at vårt rike tilbud av lag og foreninger er et godt verktøy i så måte. Både de som er sentralt, og i distriktene. Disse har et bredt spekter av tilbud. Og disse vil kunne danne møteplass hvor man kan aktivisere seg på fritiden og utvikle

relasjoner til oss som enkeltmennesker. Og ikke minst at man får et positivt forhold til vår flotte kommune.

Ved gjennomgang av registre i Brønnøysund finner vi det er registrert om lag 180 frivillige lag og foreninger i kommunen. Prosjektet har gjennomført et møte med representanter for noen av disse, fått bekreftet at disse er viktige arenaer for å skape personlige nettverk utenfor arbeidsplassen.

Videre har man i prosjektet benyttet lokalavis, epost, facebook og ikke minst personlige henvendelser til disse for å etablere kontakt. Formålet har vært å få laget en oversikt over frivillige lag og foreninger som ønsker å bli kontaktet i bo- og rekrutteringssammenheng.

Hver enkelt av disse som har respondert positivt har registrert sine tilbud og kontaklinformasjon i en webbasert database.

Mer enn 40 lag og foreninger har registrert seg i databasen. Disse spenner vidt fra idrettslag, politiske organisasjoner, religiøse organisasjoner og andre foreninger.



Informasjonen kan systematiseres og legges ut slik at tilflyttere kan redusere spranget fra tanke til å ta kontakt med dem man foretrekker. Utfordringene videre er todelt. For det første er det ønskelig at flere registrerer seg. Og for det andre at disse jevnlig oppdaterer sin kontaklinformasjon.

Velkomstinformasjon for nytilflyttere

Det finnes ikke en felles eller koordinert systematikk for å ta i mot nytilflyttere.

Sør-Varanger Kommune har etablert et Servicekontor som gir svar på henvendelser til Sør-Varanger Kommune. Nytilflyttere som henvender seg dit vil få svar på spørsmål.

Som eksempel kommer følgende side opp ved søk på «velkommen til Sør-Varanger».



<https://e-skjema.no/sorvaranger/artikkel.aspx?MIId=2313&AIId=2131>

Våre hjemmesider gir en del informasjon til nytilflyttere. Det er ikke tilstrekkelig. Det må utarbeides en koordinert løsning, og det bør utarbeides informasjon som er tilgjengelig på web, i hardkopi og i epost. Vi har i avslutningen av tiltaksbeskrivelsen gitt forslag til organisering og innhold i en velkomstperm.

Nytilflyttere har etter vår oppfatning behov for et sted å henvende seg for å få samlet informasjon og direkte rådgivning i forhold til om de vurderer å flytte til kommunen, eller når de har flyttet hit. Vi har hatt møte med den administrative kommuneledelsen drøftet håndtering av tiltak for å finne en rimelig fordeling av kommunale og private tiltak. Vi mener at denne oppgaven primært bør dekkes av Sør-Varanger Kommune sitt Servicekontor.

Målrealisering for flyktninger, lag- og foreninger samt nytilflyttere:

- Det var en målsetting å avklare om det var nødvendig å iverksette tiltak for flyktninger. Det er avklart at Sør-Varanger Kommune ved Flyktningetjenesten arbeider godt med problematikken.
- Det var en målsetting å se om man kan bruke frivillige lag, foreninger og organisasjoner som virkemiddel i forhold til rekruttering, integrering og relasjonsbygging utenom arbeidsplassen. Målsettingen er realisert.
- Det var en målsetting å se på om man har tilstrekkelig velkomstinformasjon til nytilflyttere. Det er avdekket at det ikke er tilstrekkelig informasjon, og at den ikke er samlet på ett sted. Prosjektet har gitt forslag til tiltak. Målsettingen er realisert.

4.9 Tiltak for at pendlere blir

Innledningsvis i prosjektet var det interessant å få en oversikt over hvor mange innpendlere Sør-Varanger har, hvilke kostnader dette medfører for arbeidsgiverne, og hva dette medfører i tapte inntekter for Sør-Varanger Kommune.

Ved bruk av statistikk fra SSB i november 2012, fant vi ut at kommunen vår hadde 559 innpendlere pr. 31.12.2011. SSB definerer en pendler til å ha minst 1 times arbeid pr uke. I tallene fra SSB ligger også de som er på førstegangs- og sivilteneste. Vi fant også at Sør-Varanger har faktisk har høyere antall utpendlere. Prosjektet har ikke tatt utgangspunkt i denne problemstillingen.



Kilde: SSB

Innpendlerne er sysselsatte i følgende næringer:

- | | |
|--|------|
| • Bergverk | 17 % |
| • Tjenesteyting | 15 % |
| • Helse | 15 % |
| • Industri | 9 % |
| • Varehandel og motorvogn reparasjoner | 9 % |
| • Primærnæring | 9 % |
| • Bygg- og anlegg | 8 % |
| • Offentlig administrasjon og forsvar | 6 % |



Basert på det vi vet om vår næringsstruktur, vil Sydvaranger Gruve AS og deres underleverandører ha pendlere innen næringer som: Bergverk, industri, motorvognreparasjoner og muligens innen bygg- og anlegg.

Vi synes tallet 559 innpendlere var høyt og vidt definert, og gjennomførte røffe kartlegginger hos lokale arbeidsgivere. Grovt sett fant vi at tallet var 250 pendlere som arbeider full tid i Sør-Varanger. Vi erkjenner at tallet ikke er statistisk etterprøvbart, men vi ønsket å finne et relativt riktig tall for å ha et perspektiv å snakke ut fra, og som beregningsgrunnlag.

Vi presiserer at pendlerne har vært, og er viktige ressurser for arbeidsgiverne. De tilfører kompetanse og arbeidskraft som man ikke finner tilstrekkelig av i Sør-Varanger i dag. Sør-Varanger hadde i henhold til NAV en ledighet på 1,9 % i mai 2013. Det er i midlertid interessant å beregne kostnader og inntektstap i forhold til å ha et stort antall pendlere. Dette gjøres for å anskueliggjøre det lokale økonomiske potensialet, og ikke for å stigmatisere en viktig gruppe ressurspersoner.

De ulike arbeidsgiverne har et relativt bredt spenn av kostnader til hver pendler. De dyreste pendlerne har en årskostnad stor kr. 120-130.000 hver for arbeidsgiver. Kostnaden dekker reise mellom hjemsted og Kirkenes, overnatting og forpleining. Dersom vi legger til grunn at arbeidsgivere har en gjennomsnittlig kostnad pr pendler stor kr 80.000, kan en beregne arbeidsgivernes merkostnad ved å ha pendlere kontra arbeidskraft bosatt lokalt.

En stor del av pendlerne skatter til sine hjemkommuner. En del av disse skatter til Sør-Varanger. Fra Sør-Varanger Kommune har vi fått oppgitt at dersom man benytter en antatt brutto årslønn på disse på kr. 400.000, vil hver pendler som ikke skatter til Sør-Varanger gi et tap i kommunal skatt og rammeoverføringer på kr. 67.000.

Vi har ikke fordeling på hvor mange innpendlere som skatter til Sør-Varanger. Matrisen viser en kostnad for lokalsamfunnet i størrelsesorden 28 til kr. 37 millioner kroner, avhengig av andelen som skatter lokalt.

Mulig pendlerkostnad for lokalsamfunnet					
Antall pendlere i beregningen				Antatt snitt kostnad pr stk.	Arbeidsgivernes kostnad
250				80 000	20 000 000
Ved andel som ikke skatter Sør-Varanger	Antall i beregning	Antatt årslønn	Kommune-skatt	Ramme tilskudd	Sum tappt skatt og overføring?
100 %	250	400 000	38 000	29 000	16 750 000
80 %	200	400 000	38 000	29 000	13 400 000
60 %	150	400 000	38 000	29 000	10 050 000
50 %	125	400 000	38 000	29 000	8 375 000

Tabell for mulige pendlerkostnader i Sør-Varanger.

Vårt regneeksempel har ikke ambisjon om å være 100 % presist, men å gi en illustrasjon om hvilke tallstørrelser en har.

Sydvaranger Gruve AS er den lokale arbeidsgiver som sysselsetter flest pendlere. De har grovt regnet 120 pendlere tilsatt av en samlet arbeidskraft på grovt

regnet 450 ansatte. Pr. 2010 var 50 % av deres ansatte pendlere. I dag er andelen fastboende 72,5 %, og pendlerandelen er 27,5 %. 76 % av deres ansatte skatter til Sør-Varanger, 83 % skatter til Sør-Varanger og andre Finnmarkskommuner. Dette innebærer at en del av deres pendlere skatter til Sør-Varanger, og en del til andre Finnmarkskommuner. Deres målsetting er at de innen et par år skal ha 100 % lokalt ansatte. Selskapet har som policy at pendlere som slutter skal erstattes med fastboende arbeidskraft.

Bolystprosjektet har samarbeidet med Sydvaranger Gruve AS for å se på tiltak for å øke andelen fast bosatte. Vårt utgangspunkt har vært å utvikle metoder som kan benyttes videre både hos Sydvaranger Gruve AS, deres underleverandører og andre arbeidsgivere i Sør-Varanger.

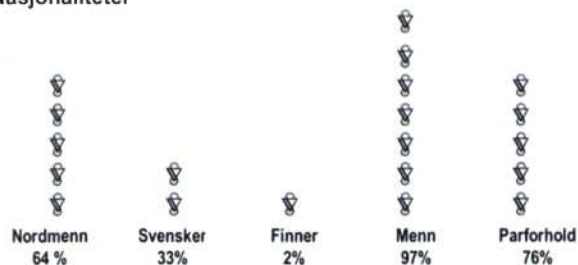
Vi har gjennomført en anonym webbasert spørreundersøkelse til Sydvaranger Gruve AS sine pendlere. Omtrent 60 av pendlerne deltok i undersøkelsen.

Denne har en del interessante funn. Stort sett alle pendlere er menn, og de fleste lever i parforhold.

De fleste svarer at tilgang til bolig er kritisk. Nivåene på å kjøpe og leie bolig er for høye. Videre er det viktig at det finnes jobb til partner dersom de skal vurdere å flytte hit.

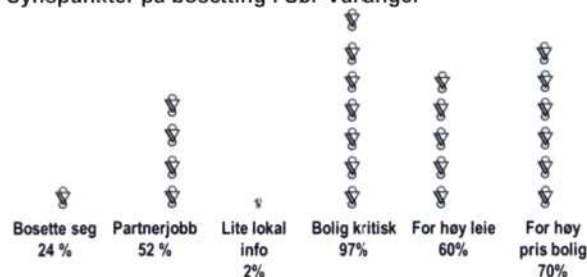
Hver fjerde av pendlerne kan vurdere å bosette seg i Sør-Varanger dersom forholdene legges til rette for dette.

Nasjonaliteter



Fra Pendlerundersøkelse Sydvaranger Gruve AS

Synspunkter på bosetting i Sør-Varanger



Fra Pendlerundersøkelse Sydvaranger Gruve AS

Bolystprosjektet har i april gjennomført en visningstur for pendlere og nytilflyttere. En samlet ansatte fra Sydvaranger Gruve AS, Kirkenes Sykehus – Helse Finnmark HF og NAVI. Turen var todelt, og gjennomført over en arbeidsdag. Første del ble gjennomført som en snøskuterutfart til Namdalen i Pasvikdalen. Sydvaranger Gruve AS deltok med sin personalansvarlige, i tillegg til Sør-Varanger Kommune og bolystprosjektet. Her ble det gitt informasjon om kulturtilbud, bo- og arbeid i Sør-Varanger. Videre informerte Sydvaranger Gruve AS om deres nye økonomiske virkemidler for å stimulere til fast bosetting i Sør-Varanger. Dette var en utmerket ramme for direkte kommunikasjon.



Fra visningstur ved Namdalen Wildernes Lodge. Foto Harald Sørensen

Det er verdt å nevne Sydvaranger Gruve AS sine økonomiske tiltak for å stimulere pendlere til å bosette seg i Sør-Varanger. Bedriften ser viktigheten av at man har et boligtilbud til de som skal bosette seg her. Bedriften kan ikke selv bygge boliger for sine ansatte, men vil vri kostnader fra pendling til økonomisk stimuli i form av flyttetilskudd, boligetableringstilskudd og leietilskudd.

Siste del av visningsturen ble gjennomført ved Kirkenes Skole. Her ble det gitt informasjon om skole, utdanning, barnehagetilbud og økonomiske fordeler ved å bo i Sør-Varanger. Kirkenes Skole, Kirkenes Videregående Skole, Sør-Varanger Kommune, NAV og Bolystprosjektet deltok. Dagen ble avsluttet med evaluering og positiv tilbakemelding fra de tilstedeværende.

Sør-Varanger har med sin lave arbeidsledighet i realiteten ikke arbeidsledighet. Pendlerne tilbyr arbeidskraft og kompetanse man ikke finner i nok monn i Sør-Varanger. Det er utfordrende å overbevise pendlere om at de bør bosette seg her. Besparelsene for hver enkelt arbeidsgiver, og økt skatteinngang for kommunen, er så store at det er lønnsomt å arbeide med tiltak.

Man skal i tillegg ta med seg at det foreligger store investeringsplaner i perioden 2013 til og med 2020 for Sør-Varanger. Vi har satt sammen tall som tilsier et behov for 350 til 400 nye arbeidsplasser.

En har realisert følgende målsettinger i forhold til pendlere:

- Prosjektet har foretatt en beregning av antall innpendlere til Sør-Varanger, og visualisert bedriftenes kostnad og kommunens tap av skatter og rammeoverføringer knyttet til innpendlingen.
- Prosjektet har gjennomført en visningstur for pendlere og nytilsatte. Metodikken kan benyttes videre.

4.10 Tiltak for egne ungdommer i utdanning

4.10.1 Basen

Tiltaket berører arbeid med ungdom fra Sør-Varanger. Det har vært arbeidet med ungdom i aldersgruppen fra og med 13 år og oppover.

Vi har sentrert vårt arbeid mot den yngste aldersgruppen via intervju med 12 elever fra 10. klasse ved Kirkenes Ungdomsskole, arbeid mot «Basen i Kirkenes» og møte med Sør-Varanger Ungdomsråd. Basen er et tiltak fra Sør-Varanger Kommune til ungdom i alderen 13 – 18 år. Vi har gjennomført intervjuer med ungdommer fra for å få et bilde av hvordan de oppfatter Sør-Varanger. Bildet er positivt.

Ungdommen nevner gode arrangementer som BRAK, KAOS-Spektakel og konserter. De ønsker mere av dette, og flere rettede tiltak for fritidsaktiviteter. Skoletilbudet på grunn- og videregående skole er godt. Det er mangel på sommerjobber, og det bør «pøses på



med penger» for å få bedre og billigere kollektivtilbud, og et bedre differensiert botilbud. De mener at lokalsamfunnet er lite og oversiktlig, og en tar godt i mot tilflyttere.



Årsmøte i Ungdomsrådet

Ungdomsrådet har i helgen avholdt årsmøte!

2013-05-28

Les mer

Prosjektet har i mai 2013 deltatt i på årsmøtet hos Sør-Varanger Ungdomsråd som er representert med representanter fra ungdomsskolene, videregående skole og Basen. I møtet redegjorde vi for vårt bolystarbeid, og drøftet dette med ungdomsrådet.

Årsmøte i Ungdomsrådet

Ungdomsrådet har i helgen avholdt årsmøte!

Ungdomsrådet samlet seg allerede fredag den 24.05 for å dra på kino for møte maratonet i helga. Fast and furious 6 sto på programmet. Men det viktige i helgen begynte ikke før lørdagen. Bolyst prosjektet var også innom og holdt foredrag for ungdomsrådet. Ungdomsrådet har bestemt å jobbe med valget lokalt, igjen innføring av gratis halleie for barn og ungdom, paintball, FUNGKORTET og profilering av seg selv som ungdomsrådet. Søndag mitt i middagstiden ble årsmøte hevet av igjenvälgt leder, Tomas Borresen.

2013-05-28

Fra Ungdomsrådet sin side på basenkirkenes.no

4.10.2 Kirkenes Videregående Skole

Kirkenes Videregående Skole har mellom 510 og 550 elever. Skolen er sammenslått med yrkesfag og studiespesialisering. Kirkenes Videregående Skole har både lokale og elever som kommer fra øvrige kommuner og fylker. Tilbudene VG2 Anleggsteknikk og VG3 Anleggsmaskinmekaniker er landslinjer.

Kirkenes Videregående Skole har gode statistikker i forhold til frafall ved skolen.

Av de tall vi får oppgitt, forstår vi det slik at de har en frafallsprosent under landsgjennomsnittet.



	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012
Antall påbegynt studie	472	490	503	501
Antall frafalt studie	37	40	32	47

Kirkenes Videregående Skole arbeider med å utvikle to nye tilbud med målsetting om oppstart i 2014. Dette er tilbud innen Gruve og Bergverk, samt tilbud kalt International Bachelor (IB). I forhold til lokale behov, mener vi at disse er viktige. Tilbud innen Gruve og Bergverk vil kunne gi fastboende arbeidskraft til Sydvaranger Gruve AS. IB er viktig i forhold til den internasjonaliseringen vi har, og vi forventer at internasjonaliseringen videreutvikler seg i Sør-Varanger. IB gir undervisning på engelsk, og vil være et godt tilbud til ungdom av innvandrere samt lokal ungdom som satser på internasjonalisering.

Prosjektet har deltatt med stand og foredrag for Kirkenes Videregående skole i februar 2013. I seminaret har vi orientert om bolystarbeid, utviklingsscenario og behov for arbeidskraft i Sør-Varanger. Målgruppen er viktig, da dette er et godt rekrutteringspotensial på mellomlang sikt.

4.10.3 Studenter fra Sør-Varanger

I kapittel 4.4. har vi redegjort for fall i antall personer 20 – 24 år, og at antallet personer i gruppen bør reduseres da segmentet inneholder ungdom som allerede har reist fra Sør-Varanger. Disse har på grunn av lån og stipend fra Lånekassa fortsatt bostedsadresse i Sør-Varanger. Lånekassa har i telefon i mai 2013 opplyst at det er ca. 450 studenter fra Kirkenes på høyere utdanning utenfor kommunen. Videre har vi redegjort for at det må etableres kontakt med gruppen 20 -24 år, og det må gis god nok informasjon om muligheter for å bo og gjøre karriere i Sør-Varanger etter endt studie.

I samme kapitel pekte vi på at vår undersøkelse ved Kirkenes Videregående Skole indikerer at guttene blir etter videregående utdanning.

Vi eksporterer jentene. I forhold til befolkningssammensetning, utvikling og rekruttering er dette alvorlig.

	Menn		Kvinner	
	SVAR	%	SVAR	%
Trives du med å bo i Sør-Varanger		80,0 %		100,0 %
Vil du bo her etter utdanning		78,6 %		47,8 %

Trivsel i Sør-Varanger. Kilde: Bolystprosjektet.

Prosjektet har startet tiltak for å ha kontakt med aldersgruppen 20 – 24 år som studerer utenfor Sør-Varanger. Dette skjer i hovedsak via to kanaler. Kirkenes Næringshage AS som prosjekteier deltar med flere lokale arbeidsgivere i Arbeidslivsdag hos Universitetet i Tromsø den 12.09.2013.

Videre benytter vi nå facebook for å få kontakt med studentene. Media vil bli brukt i tillegg for å markedsføre løsningen. Løsningen innebærer at man har lagt ut en invitasjon til studenter fra Kirkenes som studerer ute. Man har etablert gruppen www.facebook.com/groups/studenterfrakirkenes.

Tiltaket er i en implementeringsfase. En tilbyr våre studenter til å registrere seg i lukket gruppe. Her ønsker vi å tilby oppfølging i forhold til karriere, bo og leve i Sør-Varanger etter studiene.

Tiltaket bør utvides slik at det lages «flytt til Kirkenes- grupper» ved de studiestedene som erfaringsmessig har flest ungdom fra Sør-Varanger. Det bør finnes ildsjeler blant disse som kan være Sør-Varanger ambassadører. Lokalt må dette støttes opp med øremerkede budsjetter til arrangement for disse, og bistand til organisering. Modellen er brukt i Rauma. Vår tilpasning er bruk av sosiale media for lettere å kommunisere.



Flytt til Kirkenes
14. juni

KARRIERE, BO OG LEVE I KIRKENES ETTER STUDIENE?
Bolystprosjektet «Pendelen» i Kirkenes vil invitere ungdom fra Kirkenes som studerer utenfor kommunen til å registrere seg i denne gruppen. Her vil vi kunne tilby dere oppfølging i forhold til karriere- og muligheter for å bo og leve i Kirkenes etter studiene. Vi ønsker å kunne bruke dette for å tilby trainee ordninger, hjelp til master- og doktorgrader. Videre ønsker vi i løpet av høsten å se om vi kan hjelpe til med å organisere Sør-Varanger grupper- og ambassadører på noen av de studiestedene hvor vi har flest ungdom fra Sør-Varanger. Og en ting til: Vær trygge på at den informasjonen vi får blir brukt kun i forhold til rekruttering i Sør-Varanger!
Kirkenes Næringshage AS og Sør-Varanger Avis sponser gratis e-avis til de 100 første som registrerer seg i gruppen. Abonnementet er gratis i 3 måneder. Etter dette må det sies opp dersom man ikke vil gå inn i et betalbart abonnement. Markedsfør gjerne linken:
www.facebook.com/groups/studenterfrakirkenes



Studenter fra Kirkenes

Gruppe for studenter som har flyttet fra Kirkenes for å studere (men som ikke ser bort i fra kan komme tilbake en dag).



I tillegg er det ønskelig å koble dette sammen med muligheter for traineeløsninger i Sør-Varanger, samt mulighet for å skrive master og doktoroppgaver i Kirkenes. Kirkenes Næringshage AS er lokal representant for Trainee Finnmark. UiT Barentsinstituttet disponerer hybler som kan benyttes av master- og doktorstudenter.



<http://www.traineefinnmark.no/>

Egne ungdommer i utdanning lokalt og utenfor kommunen er viktige i rekruttering. Vi vil tro at det er lettere å rekruttere egen ungdom enn å rekruttere ungdom fra øvrige regioner. Egen ungdom har lokale røtter og stedlig Kirkeneskompetanse. Karriere og samliv gjør at en stor del av ungdommen naturligvis ikke kommer til å vende tilbake etter utdanning. Men det vil finnes ungdom som kan vende tilbake dersom de følges opp og man legger til rette for karriere og botilbud i Sør-Varanger.

Ungdom i Videregående skole må bearbeides slik at de har god nok informasjon om hvilke muligheter man har i hjemkommunen. Og ikke minst slik at man reiser ut for å ta utdanning med oppfatningen om at Sør-Varanger gir muligheter. Det bør etableres samarbeid med Kirkenes Videregående Skole slik at man som en del av samfunnsfag- eller karriereplanlegging får anledning til å holde en orientering om lokale muligheter og Kirkenes i det nordlige geopolitiske perspektivet.

Flere lokale arbeidsgivere har de siste årene deltatt på arbeidslivsmesser i Tromsø. Dette bør organiseres slik at lokale arbeidsgivere går sammen om felles stand, felles budskap og koordinert innsats. Vi merker oss positivt at Sydvaranger Gruve AS siden 2008 har tilsatt 56 personer i alderen 25 år eller yngre.

I undersøkelse som er gjort i forhold til utflytta Sør-Varanger væringer er det svært høy score på at det er viktig å få etablert høyere utdanning i Kirkenes, samt at det er viktig å få etablert traineeordninger. Kirkenes Næringshage AS er en av flere krefter som arbeider med å få på plass en lokal ingeniørutdanning. Universitetet i Tromsø har hatt øvrige lokale tilbud over flere år. Tiltakene er viktige.

Trainee Finnmark sin løsning er etter vårt syn et godt tilbud. Lokalt har vi ingen i ordningen. Dette skyldes i hovedsak at man ikke har lykket i å få lokale bedrifter til å stille opp i ordningen. Det er et tankekors at dette fungerer i Alta og i Hammerfest, og ikke i Kirkenes. Man kan benytte Raumamodellen her og inngå partnerskap med lokale bedrifter i forhold til en rekke tiltak. Dette kan være tiltak for å redusere antall pendlere til fordel for lokalt ansatte, tiltak for å beholde nytilflyttere, tiltak for å legge ut sommerjobber via våre digitale medier, tilbud til traineeordninger og tilbud til å skrive master- og doktorgradsoppgaver i Kirkenes.

I forhold til sommerjobber har Datakortet AS lagt ut en ledig stilling for sommerjobb. Status etter 14 dager er at denne er sett av 184 personer.

Dette bekrefter at facebook er en god distribusjonskanal, og slike annonseringer vil være med på å holde opp interessen for vår facebookløsning.



Flytt til Kirkenes delte en lenke.

20. juni

LEDIG SOMMERJOBB HOS DATAKORTET AS / ECDL NORWAY
Datakortet AS har ledig sommerjobb for en student.
Vedkommende bør ha bakgrunn i prioritert rekkefølge: IT, pedagogikk, psykologi. Datakortet AS nevner også at de forleden ble tildelt kontrakt om sertifisering av solariumansatte i Norge etter en anbudsrunde. Vi gratulerer!
Kontakt i forhold til sommerjobb: www.datakortet.no epost: bernt.nilsen@datakortet.no



Datakortet a.s

www.datakortet.no

Datakortet er sertifiserende ferdighetstester som dokumenterer IT-kompetanse innenfor de vanligste bruksområdene for en PC.

Rauma har stor suksess med ambassadørtiltak. De har etablert slike tiltak for studenter i Oslo, Bergen og Trondheim.

Et viktig mål i prosjektet har vært å bidra til at Sør-Varanger får tilført ung og kompetent arbeidskraft. Tiltaket er ikke realisert innenfor prosjektperioden. Det vil være nødvendig med en lengere målrettet innsats for dette.

En annen viktig målsetting har vært å iverksette tiltak for ungdom i utdanning og ambassadørtiltak. Tiltaket er iverksatt og må følges opp videre.

Målsettingen om kontakt med ungdom i slutfasen av ungdomsskole og videregående skole er realisert.

4.11 Scenario 2020

Tiltaket er gjort i forhold til å vurdere hvilket behov for arbeidskraft og kompetanse man vil ha i Sør-Varanger fremover.

Slår vi sammen vedtatte og mulige nye investeringer for perioden frem til år 2020, vil man ha et investeringsomfang på 4 – 5 milliarder kroner. Investeringene gjelder bygging av nytt sykehus, oljeterminal, logistikkterminal, utvidelse av gruvevirksomhet, forsvarsutbygginger, utvikling innen oppdrett, med videre. Dette gir et behov for 350 til 400 nye arbeidsplasser. I tillegg har man en særdeles sterk økning i antall grensepasseringer over den norsk russiske grensen som medfører økt sysselsetting innen privat og offentlig service.

Vi tror at dette gir behov for kompetanse innenfor en rekke sektorer. I forhold til utbygginger av et nytt Kirkenes Sykehus, Forsvarsutbygginger og planlagte tiltak innen gruve, oljeterminal og havn / logistikk, vil dette innebære behov for arbeidskraft innen for en rekke felt i bygg og anleggsfasene.

I driftsfaser vil det være behov for ingeniører, geologer, administrativt personale og operatører.

Oljeterminal vil ventelig også innebære mer behov for spesialisert kompetanse innen logistikk og beredskap.

Økt grensepassering mellom Norge og Russland via den norsk russiske grense vil medføre behov for økt arbeidskraft innen privat og offentlige service. Dette innebærer trolig også behov for arbeidskraft innen helsesektoren.

SIR VABANGT 2015 SIR VABANGT 2015

– Arbeidskraftbehovet større enn vi trodde



Frude Nilsen og Arne Tønne i **Sirvabangt** har avdekket et fremtidig behov for arbeidskraft i Sirvabangt og i områdene rundt. De har gjort en grundig undersøkelse av behovet for arbeidskraft i Sirvabangt og i områdene rundt. De har gjort en grundig undersøkelse av behovet for arbeidskraft i Sirvabangt og i områdene rundt. De har gjort en grundig undersøkelse av behovet for arbeidskraft i Sirvabangt og i områdene rundt.

til Kirkenes

MULIGHETER
STATUS
TILTAK
VIDERE

PENDLER- UTFLYTTER- GSV ANDRE /
UNDERSØKELSEUNDERSØKELSEUNDERSØKELSESTATISTIKKER

Behov for kompetanse

Ingeniører, ulike fag	Detailhandel
Anlegg og byggefag	Offentlig service
Logistikk	Helse- og omsorg
Gruve- gruveprosess	Forretningsadministrasjon
Beredskap	Kultur
Maritim service- supply	Undervisning
Oppdrett	Språk



f FØLG OSS facebook.com/lytttilkirkenes KONTAKT: KIRKENES NÆRINGSHAGE AS

til Kirkenes

MULIGHETER
STATUS
TILTAK
VIDERE

Grensepasseringer:

2010	140,000
2011	196,000
2012	245,000
2014	400,000



f FØLG OSS facebook.com/lytttilkirkenes KONTAKT: KIRKENES NÆRINGSHAGE AS

Vi tror at det nye Sør-Varanger i år 2020 vil være enda mer internasjonalsert enn hva man er i dag. Dette gir et sannsynlig behov for mere språkkompetanse i offentlig og privat sektor.

Utdanningsinstitusjonene i Sør-Varanger må følge utviklingen. Det ser ut som om Kirkenes Videregående Skole arbeider godt med dette med ambisjon om IB Internasjonal linje og linje for Gruver og Bergverk fra og med 2014.

Basert på disse perspektivene, har vi skrevet følgende Scenario for 2014 som vist til høyre.

til Kirkenes

Scenario år 2020

I år 2020 har Sør-Varanger fortsatt sin positive utvikling ved stor aktivitet og internasjonalisering i næringslivet. Det har blitt investert mellom 4 til 5 milliarder kroner i samfunnet de siste årene. Kommunen er et industrielt kraftsenter i landsdelen. Bergverksindustrien har økt sitt omfang betydelig. Ny virksomhet innen service for olje- og gass sektoren har blitt etablert. Reiselivssektoren har ekspandert, og er at av landets viktigste destinasjoner med helårige produkttilbud. Sør-Varanger er i ferd med å bli en viktig transporthavn, Næringslivet er mer internasjonalsert, og man har fått sterke samarbeidsklynger lokalt, regionalt og internasjonalt. Kirkenes Sykehus har flyttet inn i nytt bygg, og har fått flere oppgaver.

JOBBE

LEVE

BO

Kirkenes har blitt et nav for kommunikasjon regionalt, nasjonalt og i Barentsregionen. Kirkenes havn og Murmansk havn har blitt sentralhavner i Den Nordlige Sjørute. Det er etablert flere direkteruter mellom Kirkenes og Oslo, og charterruter til internasjonale destinasjoner. Myndighetene har bestemt at det skal etableres jernbanetilknytning med våre to naboland, Finland og Russland. Det er etablert hurtigbåtrute mellom Kirkenes, Vadsø og Vardø, noe som bidrar til at man dagpendler til og fra jobb mellom disse byene.

Kirkenes har utviklet sin rolle som møteplass. Her treffer du regelmessig politiske beslutningstakere på nasjonalt og internasjonalt nivå. Kirkenes og Barentssekretariatet har fortsatt sin sterke utvikling innenfor Russlandskompetanse.

Kirkenes har fått etablert et Barents kultursenter som er blitt et signalbygg, og som produserer og formidler kulturopplevelser i Barentsregionen. Pikene på Broen og Samovarteateret er drivende i arbeidet.

Arkitekturen er i ferd med å bli et kjennetegn for Sør-Varanger med en spennende blanding av etterkrigsarkitektur og en moderne arktisk arkitektur. Flere velger å bygge og bo i internasjonale Sør-Varanger. Grunn- og videregående skoler har fått flere tilbud. Skolene har internasjonale linjer, og tilbyr nye fagkombinasjoner. Barents Kunnskapspark og høyere utdanning er på plass.

f FØLG OSS facebook.com/flytttilkirkenes

Målsettingen om å gjøre en vurdering av behov for arbeidskraft og kompetanse er realisert.

5. BOLYST – MER AKTUELL NÅ ENN VED OPPSTART

5.1 Positive ytre faktorer

Ved slutten av inneværende prosjekt er bolystproblematikken mer aktuell enn ved oppstart. Det skyldes ikke at prosjektet ikke har realisert målene sine, men det skyldes en rekke ytre faktorer. Faktorene er positive for Sør-Varanger samfunnet.

Seismikkresultatene i det Sørøstlige Barentshavet styrker Kirkenes sin posisjon. Tidligere boring av avgrensningsbrønner på Shctokmanfeltet viste at Kirkenes hadde en viktig funksjon som base for personell og en del leveranser, selv om det var et ønske fra de russiske eierne om å bruke Murmansk. Også erfaringer fra bergingsoperasjonen av ubåten Kursk, og vedlikehold av riggen Energy Excerter viste at Kirkenes har geografiske fortrinn, og fortrinn innen industriell service og forsyning.

til Kirkenes

BOLYSTPROBLEMATIKK - MER AKTUELL NÅ ENN VED OPPSTART

- Seismikkresultatene i Sørøstlige Barentshavet styrker Kirkenes sin posisjon
- Bygging av det nye Kirkenes Sykehus er besluttet
- Oljeterminal i Korsfjorden
- Utviklingstrekkene innen reiseliv
- Sydvaranger Gruve
- Grensepasseringer
- Nordlige sjørute

[FØLG OSS](#) [facebook.com/flyttilKirkenes](#) [KONTAKT KIRKENES NÆRINGSNAG AS](#)

MULIGHETER

STATUS

TILTAK

VIDERE



Vi ser allerede klare tegn på at Kirkenes har en viktig posisjon i forhold til seismikk. I løpet av sommersesongen fjor hadde Kirkenes et femtitalls anløp av seismikkbåter. Antallet denne sommeren ser ikke ut til å bli mindre, tvert i mot.

Det er besluttet å bygge det nye Kirkenes Sykehus med en ramme i størrelsesorden 1,4 milliarder kroner. Et positivt utviklingsscenario for Sør-Varanger var et viktig argument for beslutningen.

Stolt Nilsen planlegger å bygge oljeterminal i Korsfjorden. Av offentliggjort informasjon ser vi at dette har en investeringsramme på 1,5 til 2 milliarder kroner. Det oppgis 150 – 300 skipsanløp årlig, og 60 – 110 permanente arbeidsplasser.

Reiselivet i Sør-Varanger har utviklet seg veldig positivt de siste årene. Sør-Varanger er en viktig reiselivsdestinasjon, og det foregår nå investeringer i størrelse 30 – 35 millioner kroner. Hurtigruten ASA har 160- 180.000 passasjerer over kai årlig. Hurtigruten sier at Kirkenes er en av de beste landdestinasjonene langs kysten, og de etablerer nå et eget senter for å håndtere mannskap på skipene.



Sydvaranger Gruve AS ønsker å doble produksjonen fra 2,4 til 4,8 millioner tonn årlig. Merinvesteringene der kan beløpe seg til 1,5 milliarder kroner. I ordinær drift kan dette innebære et økt behov for ansatte med 200 personer.

Grensepasseringene over den norsk-russiske grensa over Storskog har økt fra 140.000 passeringer i 2010, til 245.000 i 2012. Øst-Finnmark har en prognose på 400.000 grensepasseringer i 2014. De mener at prognosen er restriktiv. Vi ser i dag tydelige ringvirkninger av økte grensepasseringer i lokalsamfunnet ved at man har et privat og offentlig tjenestetilbud langt over at Sør-Varanger har 10.000 innbyggere.

Høsten 2010 gikk malmbåten "Nordic Barents" med 41.000 tonn jernmalm fra Kirkenes til Lianyungag i Kina. Dette var første gang et ikke-russisk lasteskip benyttet den nordlige sjørute for å komme til Asia uten å være innom en russisk havn. Skipet brukt 22,5 dager på denne turen. Dersom denne transporten hadde gått gjennom Suez-kanalen, ville skipet brukt 40 dager. Bare i drivstoffutgifter og leie av skip er det flere 10 talls millioner kroner å spare ved å bruke NSR framfor Suez-kanalen. Dessuten vil miljøregnskapet bli et helt annet.

I 2010 var 111.000 tonn gods som gikk gjennom den nordlige sjørute. I 2011 var dette tallet økt til 820.000 tonn og i 2012 var det 1,3 mill. tonn. Så langt er det under 100 skip som har brukt NSR, mens det årlig er om lag 16.000 skip som går gjennom Suez-kanalen. Barentsnova.com melder at det russiske transportministeriet antar at volumet vil være 30 mill. tonn i løpet av år 2020. Det sier noe om det framtidige potensiale for den nye sjøruta.

[News/Transport/2013/Aug](#)

Transport Ministry: 30 mln tons via NSR by 2020

Aug 21 2013



<http://barentsnova.com/node/2421>

5.2 Forslag til tiltak som bør videreføres

Prosjektet avsluttes med vår vurdering om at målsettingene i prosjektet er realiserte. Prosjektperioden har vært 1,5 år, noe som er en kort periode for å realisere langsiktige mål. Selv om prosjektmålene er realiserte, vil vi peke på at det i forhold til rekruttering- og bolystarbeid er nødvendig å arbeide langsiktig med problematikken. Vi har i følgende matrise spisset behov for strategier, tiltak og mål i et mellomlangt perspektiv. Inndelingen er gjort med følgende tiltaksområder:

- 1.0 Generelle tiltak
- 2.0 Bedriftstiltak
 - 2.1 Bedriftsinterne tiltak
 - 2.2 Bedriftenes tiltak for rekruttering av målgrupper.

Fellesnevner for begge tiltaksgruppene er at disse vil kunne gi reduksjon i turnover, reduksjon i antall pendlere og vikarer. Dette vil gi tilgang til økt kompetent arbeidskraft, vil bidra til kostnadsreduksjoner for arbeidsgivere, økt skatteinngang og større etterspørsel etter lokale varer og tjenester.

1.0 Generelle tiltak:

1.1 Generelle tiltak

Mål	Tiltak
Bruke analyser og grunnlag fra Bolyst 1 til å skreddersy rekrutteringstiltak for Sør-Varanger.	• Hente ut arbeidskraftbehov og spesifisering av denne. • Kvalitetssikre og arbeide med definerte målgrupper fra Bolyst1. • Videreutvikle materiell med hensyn til: ◦ Definere tilrettelegging som er viktigst for å gjøre kommunen og bedriften attraktiv. ◦ Å hente ut hva som skal vektlegges i promoteringen. ◦ Velkomst for nytilflyttere. ◦ Rekruttering av studenter og øvrige i målgruppene. • Utvikle strategi for markedsføring av innslag via lokale, regionale og landsdekkende nyheter. • Gjennomføre annonsering for å støtte opp om digitale media og rekrutteringstiltak • Etablere et samordnet håndteringsapparat for generelle digitale og skriftlige forespørsler.
Påvirke til privat og offentlig samarbeid for å bruke bolig og attraktive bomiljø som rekruteringsfaktor.	• Avklare boligbehov fram mot 2020. • Påvise behovet for et offentlig og privat boligsamarbeid. • Prøve å få til et pilot-prosjekt, fortrinnsvis med øremerket tilleggsfinansiering. • Trekke på erfaringer fra andre kommuner.

2.0 Bedriftstiltak

2.1 Bedriftsinterne tiltak

Mål	Tiltak
Etablere et rekrutteringsnettverk bestående av større arbeidsgivere og Sør-Varanger Kommune.	• Påvise den økonomiske gevinsten ved å rekruttere kompetente, bofaste folk. • Vise effekten ved at flere arbeidsgivere samarbeider på rekrutteringssida. • Få ledelsen involvert i rekrutteringsstrategier. • Gjennomføre rekrutteringsseminar. • Benytte database- og samarbeid med frivillige lag og foreninger til å øke bedriftenes attraktivitet i rekruttering ved at frivillige lag og foreninger er møteplass for å skape trivsel og nettverk utenfor arbeid. • Aktiv kobling mellom sponning og kulturmidler til frivillige lag og organisasjoner som bidrar med tiltak for nytilsatte. • Kontinuerlig å søke etter positive spin-off-effekter av at lederne møtes i nettverket.

2.1 Bedriftenes tiltak for å rekruttere målgrupper

Mål	Tiltak
Implementere en effektiv rekrutteringsorganisasjon og gjennomføre rekrutteringstiltak.	• Plassere ansvaret for den generelle rekrutteringa og organisering av dette. • Lage tilgjengelige verktøy og retningslinjer for rekrutteringsarbeid som omfatter håndtering av digitale media. • Sikre at arbeidsgivere setter av ressurser til rekruttering. • Rekruttering via digitale media. • Legge ut jevnlig informasjon på www.facebook.no/flytttilkirkenes slik at antallet følgere øker. • Påvirke at ledige stillinger lyses ut. • Påvirke at ledige sommerjobber legges ut på våre digitale medier. • Lage et system hvor arbeidsgivere kommuniserer om jobb for partnere. • Koordinering av tiltak for pendlere, nytilflyttere vikarer og bedrifter med høy turnover. • Gjennomføre visningsturer.

Mål	Tiltak
Gjennomføre tiltak for langsiktig rekruttering for egen ungdom i utdanning innad og utenfor kommunen.	• Gi informasjon til rådgivere i ungdomsskole, videregående skole og lokal høyere utdanning. • Gjennomføre årlig seminar for avgangsklassene ved Kirkenes Videregående Skole om karriere og bo-muligheter i Sør-Varanger. • Rekruttere flere studenter til vår facebookgruppe «Studenter fra Sør-Varanger som ikke ser bort fra at de vil vende tilbake en dag». • Følge opp våre studenter med hjelp og bidrag til å organisere «Flytt til Kirkenes grupper» og ambassadørtiltak. • Benytte hjemvendtarrangement som rekrutteringsverktøy for vår studenter, og sette denne i sammenheng med tiltakene som er nevnt over. • Påvirke arbeidsgivere til bruk av traineeordninger. • Benytte master- eller doktoroppgave for rekruttering av lokale studenter ved å lage en plan hvor lokale bedrifter har definert tema som kan benyttes for lokale for studenter som ønsker å skrive master- eller doktoroppgaver fra Sør-Varanger • Koordinere deltakelse på jobbmesser ved studiesteder.
Videreutvikling og bruk av profileringsmateriell og promoteringsarenaer	• Videreutvikle en klarere profil og identitet som får full oppslutning fra deltakerne i rekrutteringsnettverket. • Tilpasse det elektroniske materialet. • Velge promoteringsarenaer, eksempelvis messer, annonser og visningsturer. • Sikre en rød tråd mellom arbeidsgivernes behov og det generelle profileringsmaterialet.

Kirkenes den 05.09.2013

Arve Tannvik
Prosjektansvarlig

Frode Stålsett
Prosjektleder

Svein Helge Orheim
Prosj.medarbeider

Kristian Wengen
Prosj.medarbeider

