



EVALUERING AF TILFLYTTERINDSATSER PÅ BORNHOLM

Center for Regional- og Turismeforskning

Tilgang til evalueringen

Indsatsen i sig selv:

Passer de udførte indsatser med projektets egen målsætning?

Det overordnede niveau:

Passer indsatsen til den problemstilling den skal løse?

Konklusioner

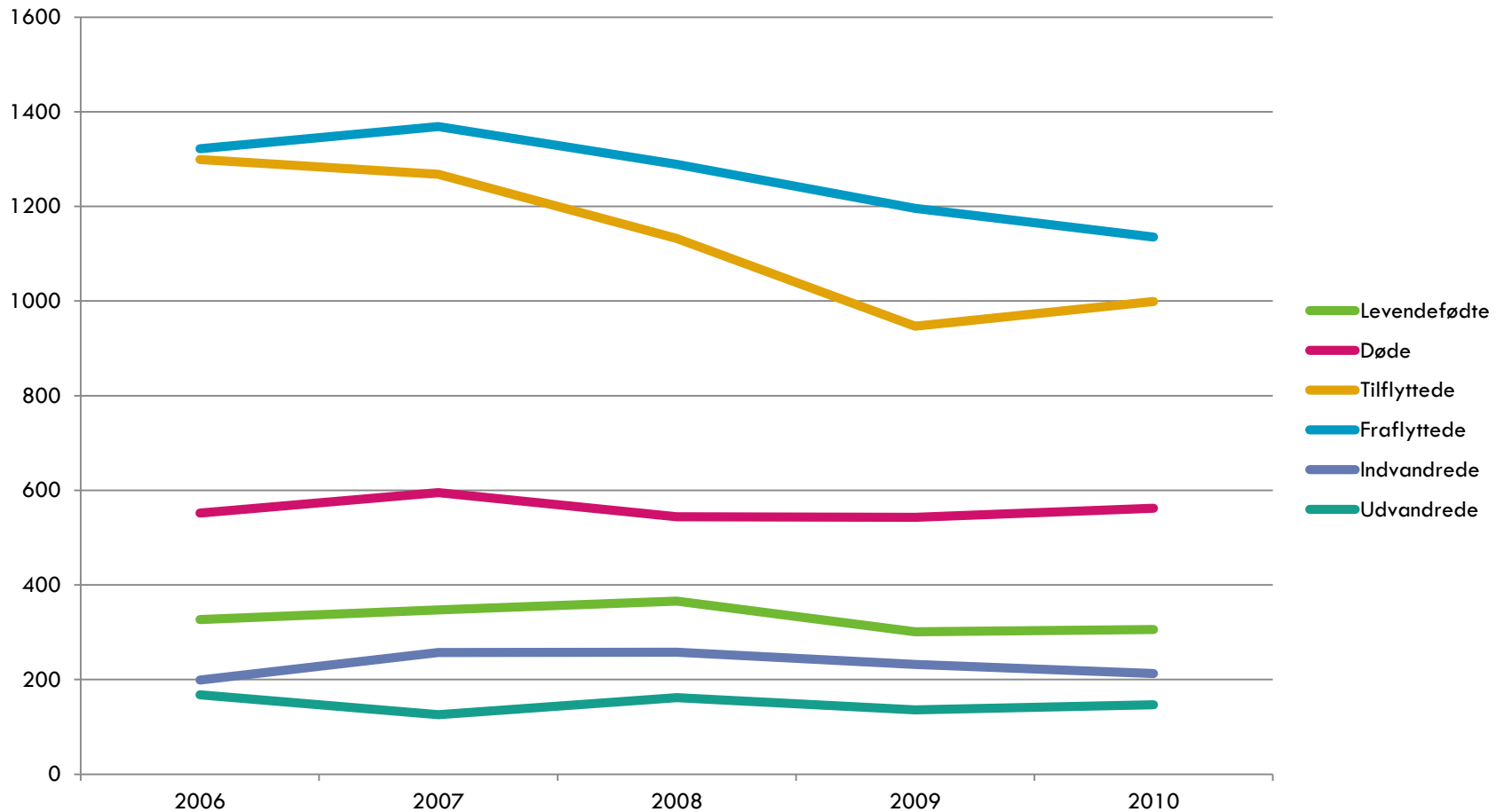
Projektet i sig selv

- Generel tilfredshed med serviceindsatser
 - Rådgivning
 - Hjemmeside
 - Velkomstpakker
 - Arrangementer
 - Ambassadører
- Kritisabelt at især erhvervsrettede indsatser blev nedtonet
 - Jobpanel ikke iværksat
 - Netværk med uddannelsessteder udenfor Bornholm ikke aktiveret
- Har ikke vurderet markedsføring, herunder ejendomsmæglersamarbejde

Projektet set i forhold til behov

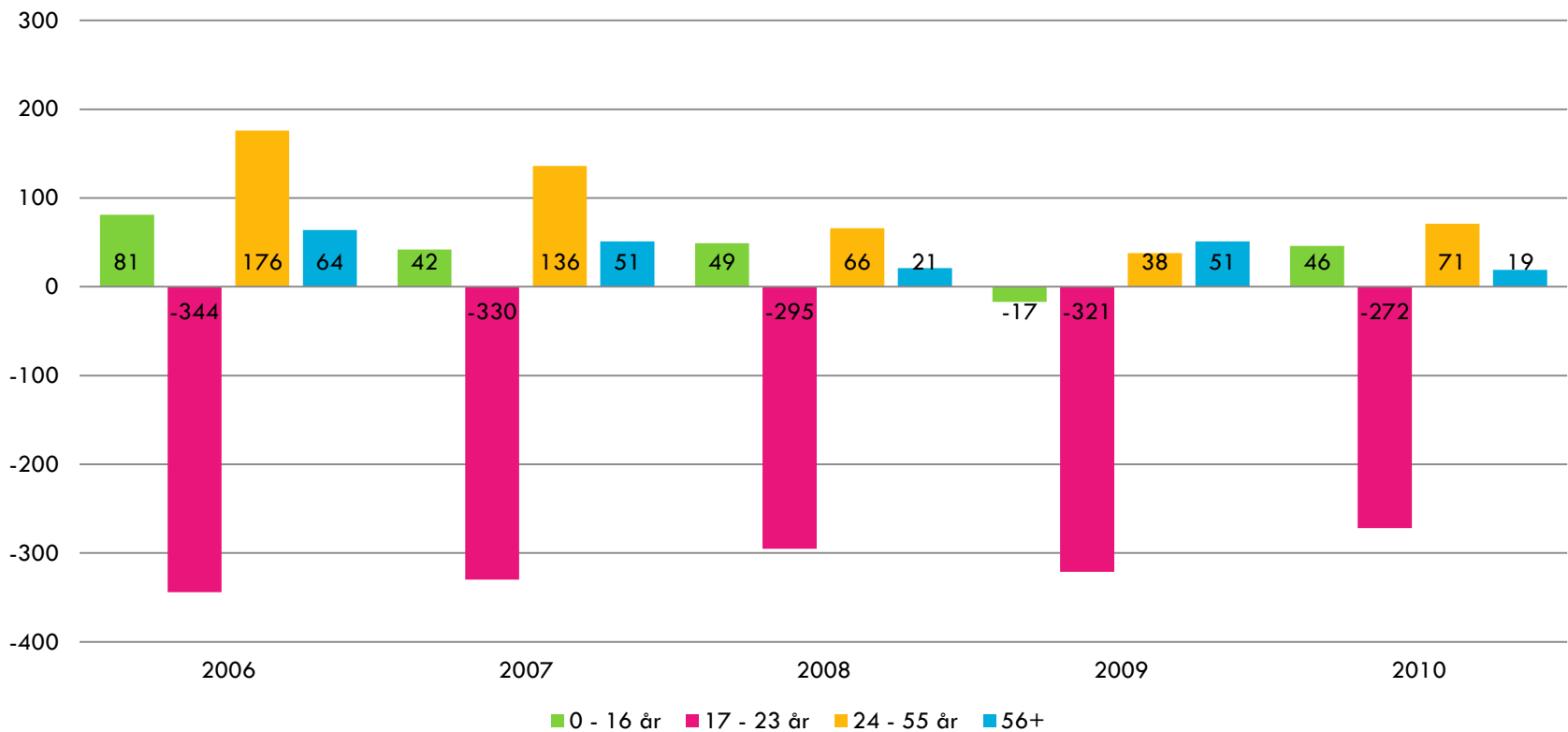
- Der er ikke kommet flere tilflyttere til Bornholm i projektperioden
- Skal indgå i større strategisk indsats
- Savner styregruppe og politisk niveau (BRK)

Et par statistiske oplysninger 1



Et par statistiske oplysninger 2

Nettolytninger Bornholm



Tilflytterservice

Rådgivning

Hjemmeside

Velkomst
pakker

Tilflytter
Arrangement

Ambassadører

Overordnet tilfredshed fra tilflytternes side:

Forslag:

- Mere af det hele
- Fra information til rådgivning (direkte)
- Interaktiv hjemmeside, søgefunktioner
- Ambassadører: synlighed og opsøgende indsats

 Socialt netværk via hjemmeside/social media (bornholmermarked for medmenneskelige ressourcer)

 At flytte er en social begivenhed ligesom at få et barn: *sundhedsplejersker og mødregrupper*

Særligt om tilflytterambassadører

Tilflytter

ambassadører

- Uhyre positivt at over 50 mennesker melder sig som frivillige = stort ressourcegrundlag
- For lidt synlighed
- Barrierer fra tilflytteres side:
 - For lidt tid
 - Ved ikke hvad de skal spørge om
 - Svært via et skema at vælge hvem man skal kontakte
- 💡 Tilflytterambassadørindsatsen skal faciliteres
- 💡 Tilflytterambassadørerne skal være vel af sociale medier

Erhvervsindsatser

BAGlandet

Praktikplads
hjemmeside

Portal for jobs
målrettet højt-
uddannede

- Kommet sent i gang grundet finans- og økonomikrise
- Godt samarbejde med BAGlandet, men aktivitetsniveau er lavt
 - Ingen unge er kommet i praktik på Bornholm via hjemmeside
 - Kun få stillinger på nettet
- BAGlandet foreslår:
 - Opsøgende arbejde på jobmesser målrettet unge
 - Direkte kontakt mellem unge og virksomheder
 - Udvikle virksomhedernes kapacitet til at anvende højtuddannet arbejdskraft (virksomhedsstruktur)
- Desuden:
 - Korps af erhvervs guider?
 - Jobskabelse: BRK som foregangskommune vedr. personaleforhold
 - Integration mellem regionale udviklingsprojekter og tilflytterindsats

Et par ord om målgrupper

Unge højt-
uddannede,
KBH

Eksil
Bornholmere

Pendlere

Og i øvrigt
alle andre

- Statistisk bekosteligt at afdække HVEM der er flyttet hertil
- Pas på sammenhæng mellem det positive billede af Bornholm i forhold til den oplevede hverdag på Bornholm
 - Unuanceret markedsføring kan virke omvendt på eksil-bornholmere
 - Pendlere har brug for rådgivning og sammenhæng i hverdagen – også i København
 - Hvad er det for en livsstil de unge højt-uddannede forestiller sig på Bornholm? Passer forestillinger med den levede hverdag på sigt?
- Rådgivning og service er tilbudt alle

Hele Bornholms tilflytterindsats

Passer
indsatsen til
den
problemstilling
den skal løse?

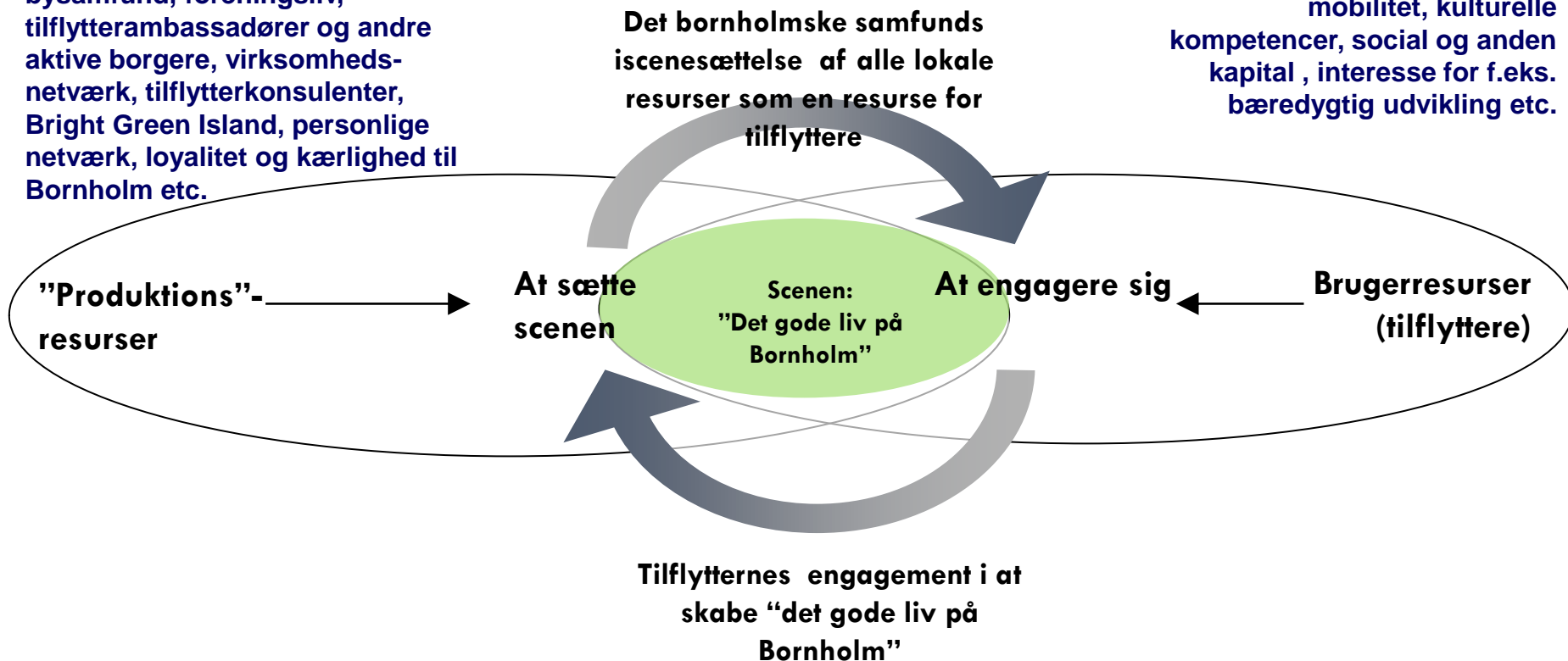
- Dette projekt ville være OK, hvis det var en del af et større projekt med en overordnet strategisk indgang
- Dette projekt er igangsat og støttet af Vækstforum og denne evaluering afleveres til Vækstforum
- Som evaluatør efterlyser jeg en overordnet tilgang til tilflytning på Bornholm
 - Bornholms Regionskommune og Bornholms Vækstforum for bordenden
 - De enkelte indsætter skal ses i et overordnet perspektiv
 - Det skal være en vedvarende indsats
 - Start med at nedsætte en styregruppe for indsatsen

Regionale resurser:

Rammer for "det gode liv", herunder natur og landliv, lokale bysamfund, foreningsliv, tilflytterambassadører og andre aktive borgere, virksomhedsnetværk, tilflytterkonsulenter, Bright Green Island, personlige netværk, loyalitet og kærlighed til Bornholm etc.

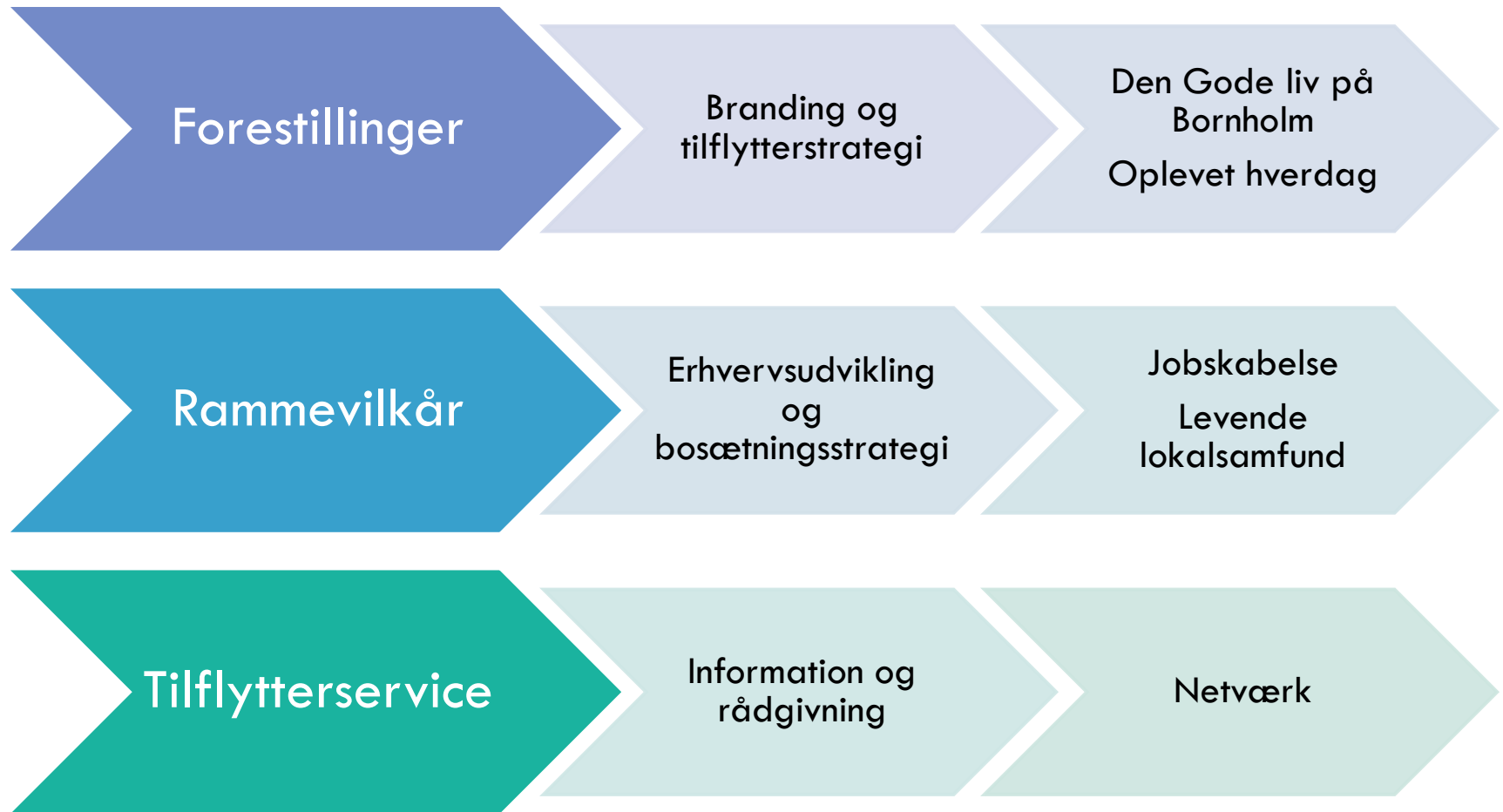
Brugerresurser:

Viden, forestillinger om Bornholm, indkomst, netværk, mobilitet, kulturelle kompetencer, social og anden kapital, interesse for f.eks. bæredygtig udvikling etc.

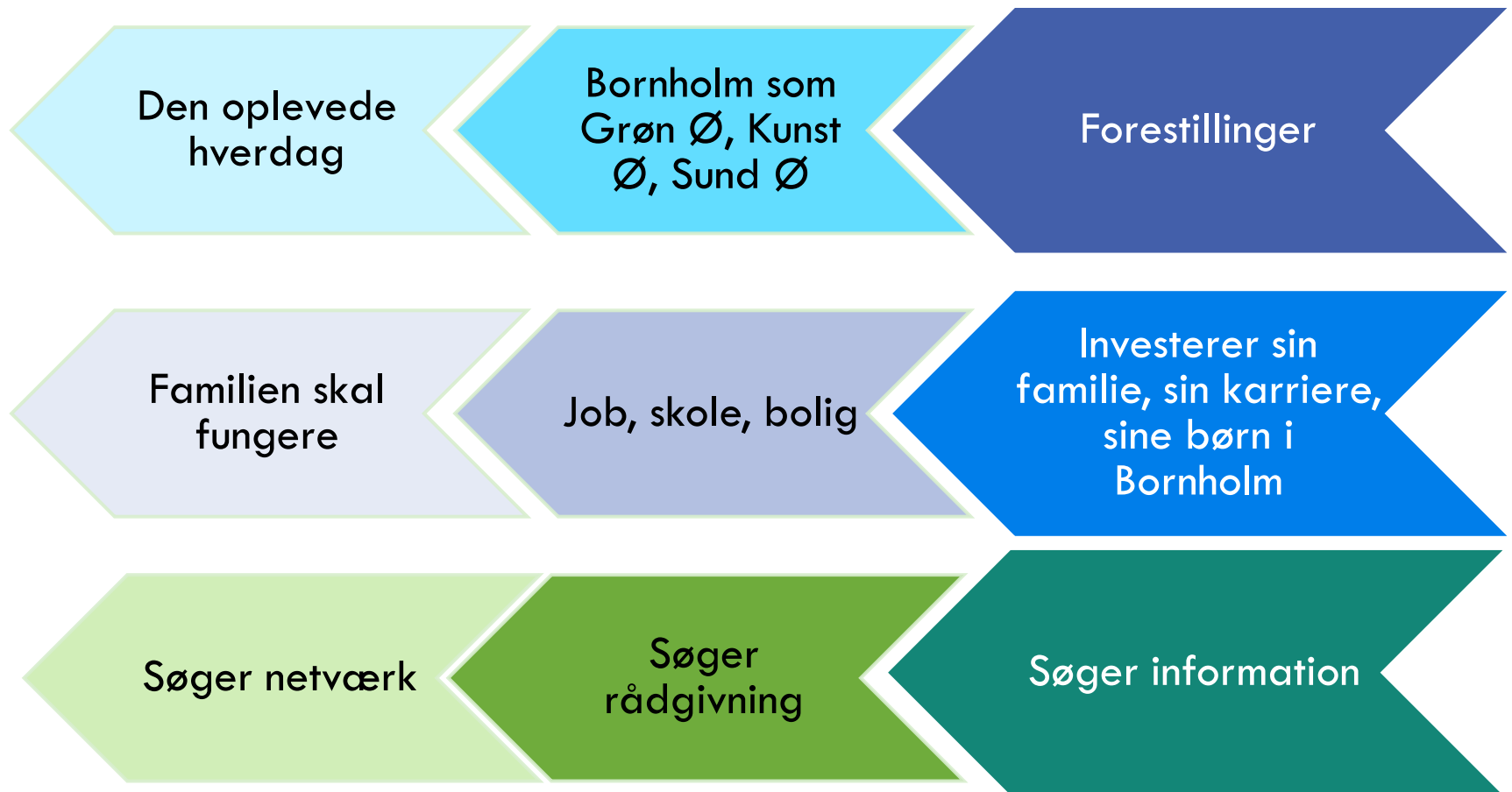


Hvordan kan Bornholms regionale resurser i fællesskab med tilflytternes resurser skabe værdi og forbedre "det gode liv" på Bornholm?

Regionale ressourcer: iscenesætter Bornholm



Tilflytternes ressourcer: engagerer sig i Bornholm



TAK FOR JERES
OPMÆRKSOMHED

Karin Topsø Larsen