



Fler till Kalmar län

Den gemensamma inflyttningssatsningen



Tid till det du vill

Vill du få ut mer av livet? Är du trött på köer, trångboddhet och tidsbrist?
Längtar du efter att bryta upp och ta ett nytt steg i livet?
Någonstans där du inte behöver välja mellan din egen
karriär och annat du tycker är viktigt i livet?

Då är det kanske dags att flytta till Kalmar län? Med ett bra och prisvärt
boende och ett lugnare tempo får du ihop livspusslet. Dagarna
känns längre och du får mer tid till det du vill!

Gemensam satsning på ökad inflyttning

Den framtida arbetskrafts- och kompetensförsörjningen är en nyckelfråga för Kalmar läns långsiktiga utveckling.

Kalmar läns befolkning är näst äldst i landet efter Gotlands län och andelen befolkning i arbetsför ålder minskar. Regionens arbetsgivare, både offentliga och privata, har svårt att få tag i kompetent ny personal.

Även om inflyttningen till Kalmar län från andra län under 2020 var högre än utflyttningen, har fler flyttat ut än in sedan mitten av 1990-talet. Länet har svårigheter att få studenter att stanna kvar efter examen och eftersom andelen eftergymnasialt utbildade är lägre än riksgenomsnittet, behövs inflyttning av arbetskraft.

Fler till Kalmar län är en satsning där Region Kalmar län och Kalmar läns samtliga tolv kommuner tillsammans hjälps åt att få fler att flytta till Kalmar län. Syftet med samarbetet är att hjälpas åt, komplettera varandras arbeten och göra våra olika inflyttningsinsatser än mer effektiva. Tillsammans blir vi starkare och kan locka med ett större och mer varierat utbud och fler möjligheter. Vi kan nyttja personella och ekonomiska resurser mer kostnadseffektivt och bättre ta vara på det goda jobb som har gjorts och görs i våra kommuner.

Satsningen är tills vidare och inledningsvis skapas en två-årig handlingsplan, som sedan ska revideras årligen.

Målet med satsningen är att stärka regionens attraktivitet, underlätta kompetensförsörjningen för regionens arbetsgivare och öka antalet invånare i hela Kalmar län, allt i linje med målen i länets regionala utvecklingsstrategi.



Marknad och kommunikation

Göra Flyttahit.nu ännu bättre och vara ständigt synliga hos målgruppen



Samverkan och kunskap

Gemensam kompetensutveckling och nätverkande för att bli fler och bättre inom inflyttning



Strategi och förbättring

Se till att Fler till Kalmar län har fortsatt förtroende och utvecklas i rätt riktning framåt

Förväntningar på vårt ekosystem

Satsningen har en projektledare som ansvarar för insatserna. Representanter från Region Kalmar län och varje kommun i länet utgör en arbetsgrupp och samverkar på regelbundna strategiska möten, fungerar som kontakt mellan projektet och egna organisationen, samt stöder genomförandet av olika aktiviteter. Projektet rapporterar till Regionalt ledningsforum, som är styrgrupp för projektet.



Ekonomisk hållbarhet

Alla aktiviteter i projektet strävar efter kostnadseffektivitet. Tjänster som köps in följer Region Kalmar läns inköps- och upphandlingsregler. Projektet uppmuntrar en ifrågasättande attityd för att ständigt bli än mer kostnadseffektiva.

Miljömässig hållbarhet

Möten inom projektet genomförs till största del digitalt. När fysiska möten behövs, bestäms tid och plats med hänsyn till möjligheter för samåkning och kollektivtrafik. Marknadsföringen innehåller inget tryckt material som behöver produceras, utan sker endast digitalt. Om något behöver tryckas ställs krav på en produktion med minimal miljöpåverkan.

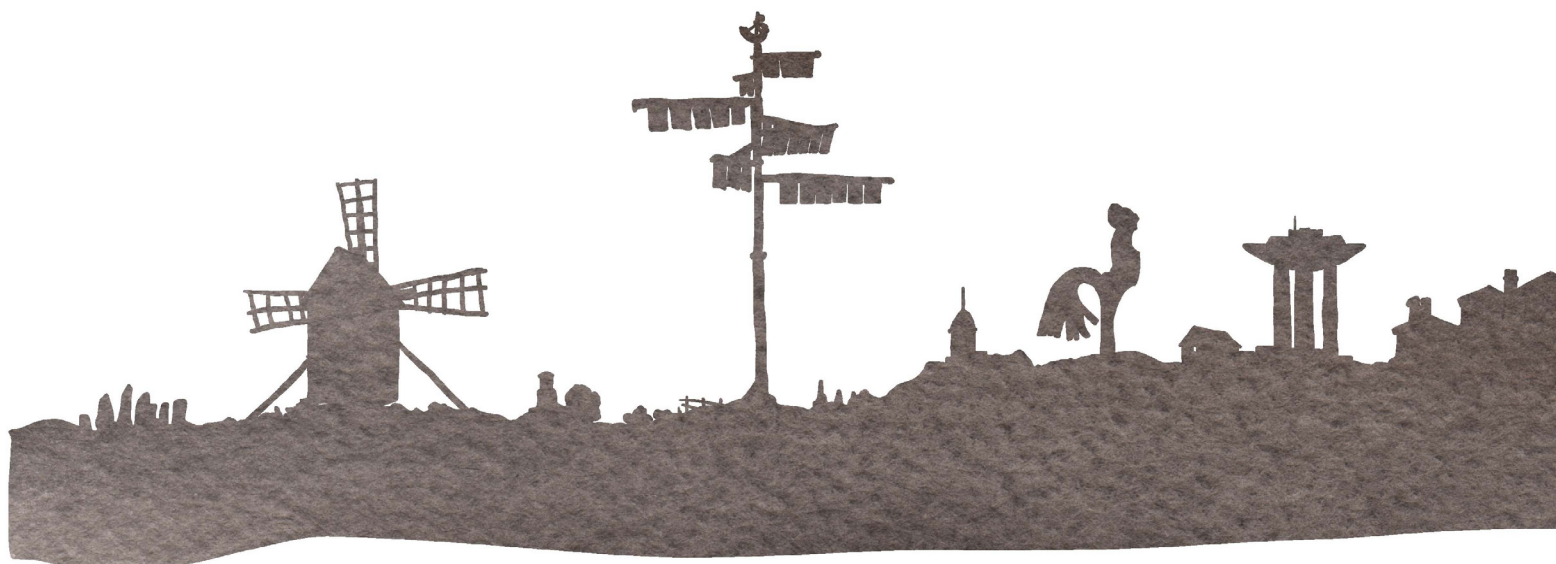
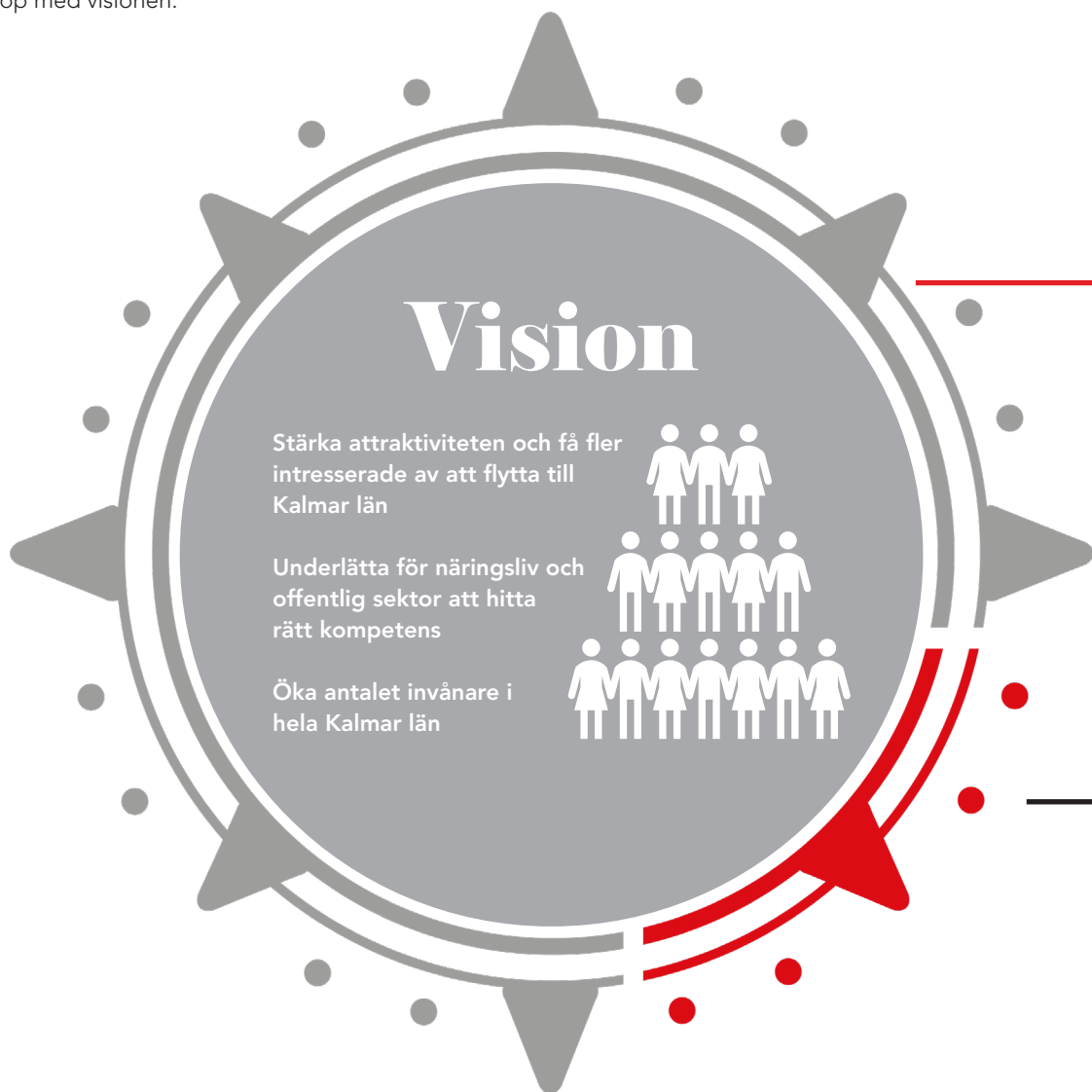
Social hållbarhet

Projektet präglas av ett inkluderande synsätt och agerande, såväl i kommunikationen till potentiella nyinflyttare som i relationen med andra aktörer inom inflyttning i länet. Alla är välkomna att flytta hit och alla är välkomna att bidra till en ökad inflyttning.



Så leder satsningens aktiviteter

Nätverkets arbete är starkt sammankopplat med Kalmar läns regionala utvecklingsstrategi, är beroende av tät samverkan med övriga nätverk i Kalmar län och grundar sina beslut utifrån väl underbyggda analysunderlag. Så här hänger aktiviteterna 2021-2022 ihop med visionen.



Fler till visionen

Mål, mått och aktiviteter

Mål

Fler intresserade av att flytta till Kalmar län

Mått

- Över 12 000 besök på Flyttahit.nu
- Positivt inrikes flyttnetto (2020: +57 inrikes flyttnetto)

Resultat 2021

13 143 besök
+332 inrikes flyttnetto

Mål

Mer samarbete för ökad inflyttning

Mått

- Länsgemensamt rekryteringsnätverk med över 50 personer
- Seminarier för ökad inflyttning

Resultat 2021

Ja, med över 100 deltagare
1 med över 50 deltagare

Mål

Säkerställa att Fler till Kalmar län satsar på rätt saker

Mått

- Fortsatt förtroende från arbetsgivare/näringsliv/kommuner
- SWOT-analys för satsningen

Resultat 2021

Ja
Ja

Marknadsföring och kommunikation



Göra Flyttahit.nu ännu bättre och vara ständigt synliga hos målgruppen

Webbplatsutveckling

- Sökordsanalys och sökmotoroptimering
- Möjlighet att läsa webbplatsen på engelska, arabiska och holländska
- Förbättrad användarvänlighet efter användarsynpunkter
- Två års drift och underhåll
- API-hämtning från Google

Annonsering och kampanjer

- Lanseringskampanj 2021
- Digital marknadsföringskampanj 2021
- Marknadsföring och annonsering 2022
- Annonsfilm i skärmarna på Kalmar Öland Airport



Samverkan och kunskap

Gemensam kompetensutveckling och nätverkande för att bli fler och bättre inom inflyttning

Seminarier med nätverkande

- Seminarium december 2021
- Seminarier våren 2022
- Seminarier hösten 2022

Hämtning, delning, spridning av kunskap

- Undersökning av nyinflyttades motiv och upplevelser, samt av utflyttade
- Kunskapsutbyte mellan kommuner

Samverkansytor

- Starta länsgemensamt rekryteringsnätverk



Strategi och förbättring

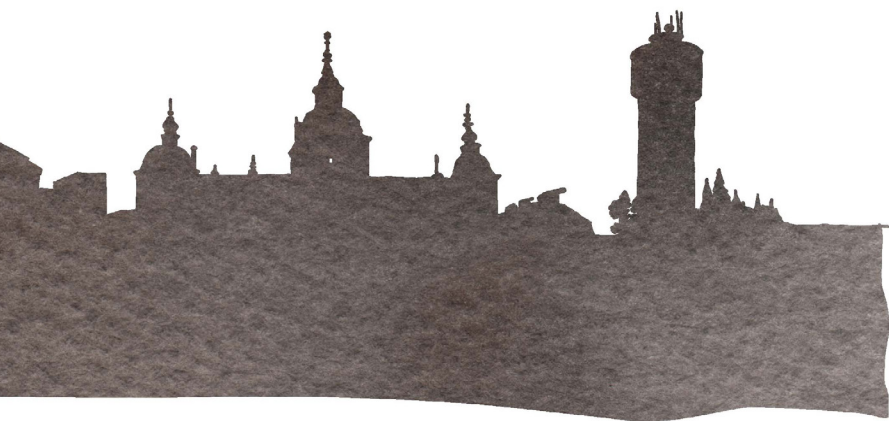
Se till att Fler till Kalmar län har fortsatt förtroende och utvecklas i rätt riktning framåt

Förbättring av nätverket

- Genomförande av SWOT-analys
- Skapa detaljerat strategidokument, inklusive varumärkesstrategi

Informationsspridning i kommuner/region

- Återkoppling och förankring av arbetet
- Kartläggning av nuvarande inflyttningssatser i kommuner



Det lokala bygger bilden av Kalmar län

Allt bra vi gör på olika platser i Kalmar län stärker den gemensamma bilden av länet. Vi bygger tillsammans bilden av Kalmar län genom de lokala platsernas berättelser. Eftersom dessa berättelser är mest närvarande och närmast människan, ger de bäst effekt i kommunikationen.

Ingen kan bygga denna bild på egen hand och därför behöver vi sudda ut både kommungränser och organisatoriska gränser för att på allvar släppa loss en sömlös samverkan som på ett effektivt sätt kommunicerar våra budskap på bred front. Fler till Kalmar län strävar efter en effektiv kommunikation som inspirerar till en flytt till Kalmar län, bidrar till ökad inflyttningssamverkan inom länet och sprider en attraktiv bild av Kalmar län. Så här ser vi på målgrupp, budskap och kanaler.

Vem?

Potentiella nya inflyttare till Kalmar län

Baserat på statistik om flyttmönster har vi valt att fokusera på åldern 25-40 år som ska bilda eller precis har bildat familj och har en koppling till Kalmar län. Människor flyttar i samband med större livshändelser och flest flyttar i just åldern 25-40 år. De flyttar till en plats de har en relation till, antingen genom familj och vänner eller genom att de har besökt platsen i något annat sammanhang. Fördelarna med att bo i Kalmar län, att få tid till det man vill, är extra starka i relation till storstadsregionerna och därför är vår prioriterade marknad Stockholm, Malmö och Göteborg, där det dessutom bor många människor med koppling till Kalmar län.

Vad?

Vårt gemensamma löfte – Här får du tid till det du vill

För att vår kommunikation ska få störst effekt, fokuserar vi på ett par få, starka budskap, som är trovärdiga för invånarna i Kalmar län och intressanta att ta till sig för målgruppen. Löftet **Här får du tid till det du vill** har mejslats fram efter en genomgång av de värden som ligger till grund för våra tolv kommuners och Region Kalmar läns olika inflyttningsbudskap. Det anspelar på en geografiskt obunden dröm om ett nytt liv, där målgruppen själv får fylla i sin dröm med det de vill, oavsett vad det är och oavsett om det är i Vimmerby eller på södra Öland:

“Vill du få ut mer av livet? Är du trött på köer, trångboddhet och tidsbrist? Längtar du efter att bryta upp och ta ett nytt steg? Här behöver du inte välja mellan din egen karriär och annat du tycker är viktigt i livet. Med ett bra och prisvärt boende och ett lugnare tempo får du ihop livspusslet. Dagarna känns längre och du får mer tid till det du vill!”

Budskapen formuleras olika beroende på om vi riktar oss till målgruppen när de är här och besöker länet eller när de är hemma.

- Här får du tid till det du vill | Flyttahit.nu
- Semester i vardagen | Flyttahit.nu
- Tänk om du bodde här? | Flyttahit.nu
- Så nära ligger jobbet, huset, skolan och affären | Flyttahit.nu

Offentlig sektor och företagare

Representanter inom kommuner, region, utbildning och näringsliv som arbetar med platsutveckling, platsmarknadsföring och inflyttning.

Vi kommunicerar hur samverkan mellan aktörer som arbetar med platsutveckling, platsmarknadsföring och inflyttning stärker hela Kalmar läns attraktivitet.

- Tillsammans kan vi locka fler till Kalmar län
- Hur kan vi bäst komplettera varandra för att få fler att flytta hit?
- Tillsammans blir vi fler och bättre inom inflyttningsarbetet

Invånarambassadörer i Kalmar län

Länsinvånare som gärna sprider positiva bilder av Kalmar län.

Vi visar upp exempel på fina platser i länet och hur det är att leva, bo och verka här.

- Vem saknar du? | Flyttahit.nu
- Känner du någon som vill ha tid till det de vill? | Flyttahit.nu
- Vem vill du ska hitta hem till [PLATS]? | Flyttahit.nu
- Vad tycker du är bäst med [PLATS]? | Flyttahit.nu

Var?

Närvaro på sociala medier

Av resurs- och prioriteringsskäl för att nå bästa möjliga effekt i vår marknadsföring och kommunikation, driver Fler till Kalmar län-samarbetet i nuläget inga egna konton på sociala medier. På LinkedIn administrerar Fler till Kalmar län en grupp som heter **Kalmar län | Karriär & Rekrytering**, som syftar till att knyta kontakter mellan arbetsgivare och arbetssökande och är bra att tipsa om till studenter och andra som är intresserade av vårt län. I denna grupp uppmanas både kommunala och regionala representanter att dela nyheter om det som sker inom karriär och rekrytering i hela länet.

Region Kalmar läns konton

På både Facebook och LinkedIn berättar Region Kalmar län om karriärmöjligheter som finns inom Region Kalmar län, om medarbetare som har flyttat hit från andra delar av landet, om tips på fina smultronställen, samt om hur det är att leva och bo och aktivera sig i länet. Inlägg relaterade till detta innehåll taggas med #tidtill-detduvill och #mittkalmarlän. Det är

även Region Kalmar läns Facebook-konto som används som avsändare för den betalda riktade sociala medier-annonseringen potentiella nya inflyttare.

Konton för respektive kommun/destinationsbolag

Kommunerna/destinationsbolagens konton är den primära kanalen för att nå ut till de befintliga invånare som är ambassadörer för länets olika lokala platser och som kan sprida inläggen vidare till familj och vänner i andra delar av landet. Varje kommun/destinationsbolag ansvarar för sina egna konton och bestämmer hur det gemensamma varumärket Flyttahit.nu ska kommuniceras i relation till det egna lokala platsvarumärket. Denna flexibilitet i användandet av det gemensamma varumärket är viktig med tanke på att olika delar av länet går in med olika ingångsvärden, ambitioner och nivåer på egna platsvarumärkesarbeten.



Om webbplatsen

Flyttahit.nu är en webbplats som riktar sig till personer som känner till Kalmar län och den fungerar som ett trevligt och värdefullt hjälpmedel i beslutsprocessen för den som funderar på att flytta till Kalmar län. Webbplatsen samlar lediga jobb och bostäder till salu på ett ställe med en kartbaserad lösning som utan kommun- och länsgränser visar hur nära jobb, bostäder, skolor, hälsocentraler och mataffärer ligger varandra. Det går också att se hur snabbt det går att ta sig däremellan med bil, cykel, tåg eller buss. Webbplatsen innehåller även grundläggande information om Kalmar län.

Flyttahit.nu är antingen i början och mitten eller enbart i mitten av den så kallade inflyttarresan. En del kommuner bygger en känsla och inspiration på sin egen eller sitt destinationsbolags webbplats, för att sedan leda in besökaren till att få mer information på Flyttahit.nu. När besökaren har bestämt sig för vilken kommun hen vill flytta till finns sedan länkar till kommunernas detaljerade inflyttarsidor. För en del kommuner fungerar Flyttahit.nu även som första del i kundresan, där webbplatsen står för såväl drömfas som planeringsfas inför flytten.

Flyttahit.nu i relation till kommun

Flyttahit.nu kvalitetssäkrar en hög lägstanivå i det digitala bemötandet av potentiella inflyttare i alla delar av länet, eftersom varje kommun har en sida på webbplatsen, från flyttahit.nu/borgholm till flyttahit.nu/vastervik. Från dessa sidor länkas besökaren vidare in till respektive kommuns webbplats med dess egna inflyttningssidor. Respektive kommun bestämmer hur Flyttahit.nu ska användas i relation till inflyttningssinformationen på ens egna webbplats.

Flyttahit.nu i relation till region

På Region Kalmar läns webbplats länkar sidan "Leva och bo i Kalmar län" direkt in till Flyttahit.nu.

Hur?

Gemensamma hashtaggar och länkar

Oavsett vilken plattform vi publicerar Flyttahit-inlägg på, bör vi använda någon eller några av följande taggar/länkar beroende på kontext: #tidtilldetduvill | #mittkalmarlän | flyttahit.nu eller flyttahit.nu/hogsby (eller respektive kommunnamn)

Inflyttningskampanjer

Inför planerade inflyttningskampanjer är det en framgångsfaktor att ta ett inledande möte tidigt i processen, för att se hur kampanjen kan använda Fler till Kalmar län-samarbetet för bästa möjliga synergieffekter. Det kan bland annat handla om budskap, landningssidor eller spridning i flera kanaler.

Rid på annan kommunikation

Flera olika aktörer och organisationer kommunicerar hur det är att leva och bo i Kalmar län, bland annat genom utflyktsguider, barnfestivaler, eller annat bra innehåll som kan användas för att visa upp länet. Vi behöver också våga hitta nya samarbeten, som exempelvis Länsmusiken som visar upp länet till toner av Camerata Nordicas vackra musik, eller Kalmar läns museum som kommunicerar Matsafari i Kalmar län.

Visuell identitet

Logotypen – Flyttahit-kompassen

Vår logotyp är vår gemensamma identitet. Logotypen visar tydligt vår webbadress och är en klassisk destinationsmarkör i form av en kompass, som pekar mot sydost där Kalmar län ligger. Det kan med fördel placeras uppe i vänstra hörnet på bilder, eftersom den då pekar ner på bilden och kommunicerar att man ska flytta till just platsen på bilden.

Logotypen finns som Kalmar län och som unik för respektive kommun och får användas av organisationer som vill dra nytta av den i sin kommunikation för att få människor att flytta till Kalmar län. Den finns både med vit bakomliggande platta och utan. Den ska användas utan platta i största möjliga utsträckning. Om bakgrunden kräver den version där logotypen ligger på vit platta, bör den appliceras med 85% opacitet för att smälta in bättre i bilden, se exempel.

Färger

Röd:

C5 M100 Y100 K0

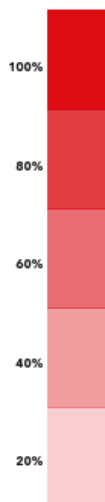
Grå:

C8 M10 Y12 K24

Svart:

C0 M0 Y0 K100

Om fler färger behövs, använd nyanser (procent) av dessa om fler behövs, se exempel.



Typsnitt

I logotyp och som rubrik: Elephant
Text i marknadsföring: Avenir
Webbfont på Flyttahit.nu: Montserrat

Verktyslåda

Vi arbetar för att samla ihop bilder, filmer, logotyper, powerpointbilder, fakta och texter som främjar bilden av Kalmar län, för att underlätta för alla som vill förmedla denna bild till sina egna målgrupper. Verktyslådan planeras ligga på Region Kalmar läns nya utvecklingswebb, lansering våren 2022.

Mötesbakgrund

Mötesbakgrunden består av logotypen som en form av tapet och får användas under digitala möten av de personer som vill dra nytta av den i sin kommunikation.



Mejlsignatur

Mejlsignaturen består av huvudbudskapet och logotypen och får användas av personer som vill dra nytta av den i sin kommunikation. Signaturen kan med fördel länka till Flyttahit.nu.

Internationellt

Flyttahit.nu finns översatt till engelska, arabiska, nederländska, ukrainska och ryska. När vi kommunicerar internationellt lyfter vi fram naturen, möjligheten till rekreation och tid tillsammans (se rollup på sidan till höger), eftersom det är de starkaste drivkrafterna bland invånare i Tyskland och Nederländerna:

What do you want to do in your life?
What truly matters?

Kalmar county is both Småland and Öland. Here you don't have to prioritize in your life.

With nice and affordable housing and a slower pace, the days seem longer. You have time to explore the nature and recreation with your friends and family.

Here you have time for what you want. Now it's time for what you want.

Welcome to your new life!

VIKTOR LOVÉN

Projektledare
[Fler till Kalmar län](#)

Region Kalmar län
Box 601, 391 26 Kalmar
0480-837 29

viktor.loven@regionkalmar.se
regionkalmar.se | flyttahit.nu

**Tid till
det du vill**






Tid till det du vill



Se hur nära huset, jobbet, skolan och affären ligger: [Flyttahit.nu/vimmerby](https://flyttahit.nu/vimmerby)




Time for what you want

What do you want to do in your life?
What truly matters?

Kalmar county is both Småland and Öland. Here you don't have to prioritize in your life. With nice and affordable housing and a slower pace, the days seem longer. You have time to explore the nature and recreation with your friends and family.

Here you have time for what you want.
Now, it's time for what you want.

Welcome to your new life!





***Tid till
det du vill***

Se hur nära huset, jobbet, skolan och affären ligger:
[Flyttahit.nu/oskarshamn](https://flyttahit.nu/oskarshamn)



Foto: Alexander Hall

Detta gjorde vi 2021

Marknadsföring och webbplatsutveckling



Byggde och driftsatte den länsgemensamma webbplatsen Flyttahit.nu, som mellan februari-december 2021 hade över 13 000 besök.



Sökordsanalyserade och sökmotoroptimerade Flyttahit.nu, samt förbättrade användarvänligheten efter synpunkter från webbplatsens användare.



Producerade film till kampanj och breddlanserade Flyttahit.nu mot målgruppen 25-40 år i Stockholm, Malmö och Göteborg. Även en retargeting-kampanj efter sommaren samt en kampanj i slutet av året som fokuserade på prisjämförelser mellan storstaden och Kalmar län.



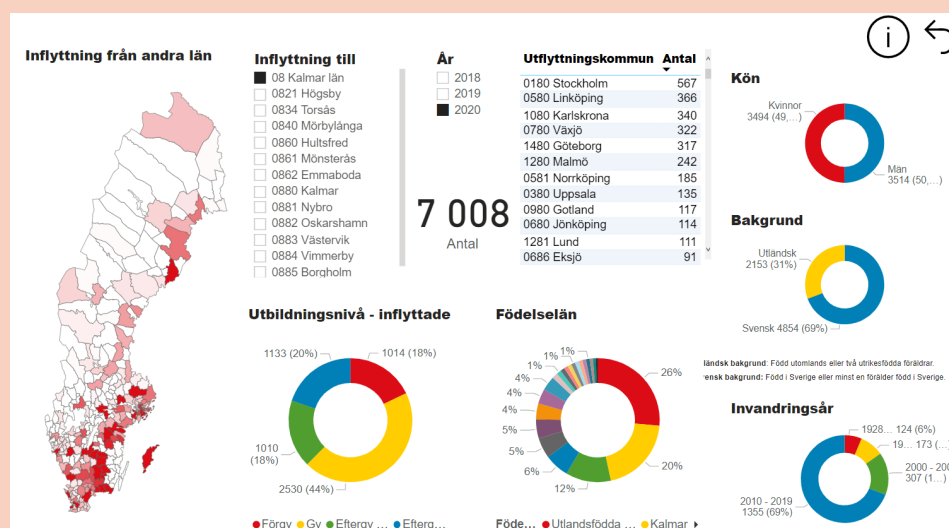
Uppdaterade webbplatsen med möjlighet att läsa den på engelska och arabiska, samt skapade efterfrågade sidor om bland annat hyresmöjligheter, prisjämförelser och möjligheter för kommuner att bygga egna kampanjsidor på webbplatsen.

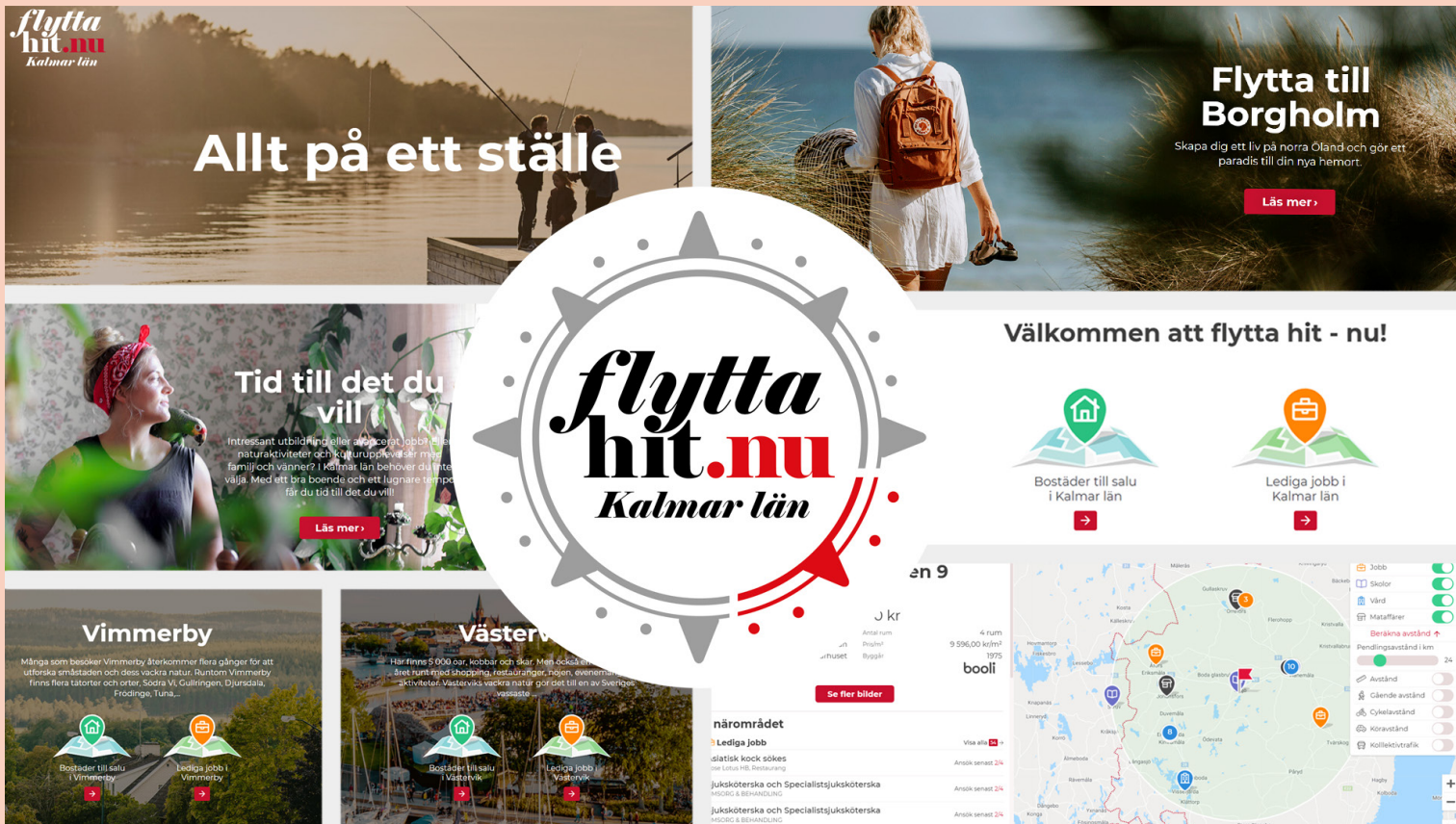


Tog över och gjorde om Kalmarsundsregionens LinkedIn-grupp till en grupp för hela länet, "Kalmar län Karriär & Rekrytering", som ständigt ökat i storlek och passerat milstolpen 1 000 medlemmar.



LANSERINGSFILMEN
"TID TILL DET DU VILL"





WEBBPLATSEN FLYTTAHIT.NU

Samverkan och kunskap för ökad inflyttning

- Skapade navet i den gemensamma inflyttningssatsningen, det strategiska nätverket "Fler till Kalmar län", med deltagare från Region Kalmar län och länets samtliga 12 kommuner.
- Skapade operativa råd inom Marknadsföring och kommunikation, Samverkan och kunskap, samt Strategi.
- Genomförde presentation av nyinflyttades motiv och upplevelser med efterföljande diskussion för cirka 50 inflyttningsintresserade deltagare runt om i Kalmar län.
- Startade upp länsgemensamma Rekryteringsnätverk Kalmar län med cirka 100 deltagare från alla kommuner i länet.
- Genomförde "Seminarium för ökad inflyttning", där över 50 personer deltog från hela länet och lärde sig mer om hur kommunerna kan komplettera varandra i inflyttningsarbetet.
- Genomförde sex träffar med nätverket Fler till Kalmar län, med samverkansteman som regional besöksnäring, länets fyra destinationsbolag, regionens analytiker samt Kalmar länstrafik.
- Genomförde undersökning kring motiv och upplevelser hos dem som flyttade in till Kalmar län mellan åren 2017-2020.
- Utökade fakta- och statistikunderlaget på Region Kalmar läns webbplats, gällande inflyttning och utflyttning, med hjälp av Region Kalmar läns analytiker.



Budget och finansiering

Aktiviteter 2021 – 2022

Marknadsföring – Ständigt synliga hos målgruppen: 351 000 kr

Visa upp Kalmar län och webbplatsen Flyttahit.nu genom:

- Annonskampanj 2021	140 000 kr
- Annonskampanj 2022	140 000 kr
- Mindre marknadsföringsinsatser för ständig närvaro	71 000 kr

Webbplatsutveckling – Göra Flyttahit.nu ännu bättre: 300 000 kr

Ständig förbättring genom:

- Sökordsanalys och sökmotoroptimering	48 000 kr
- Fler jobb, hyreslägenheter, språk + användarförbättringar	112 000 kr
- Två års drift och underhåll och Google-trafik	140 000 kr

Samverkan och kunskap – Fler och bättre inom inflyttning: 330 000 kr

Gemensam kompetensutveckling och nätverkande genom:

- Seminarier som utvecklar samarbetet med aktörer inom platsutveckling, platsmarknadsföring, talangattraktion och kompetensförsörjning	150 000 kr
- Undersökning om varför de som flyttade härifrån flyttade	180 000 kr

Total kostnad: 981 000 kr

Budget per år: 490 892 kr

Budget 2021-2022: 981 784 kr

Samtliga kommuner och regionen bidrar med 1 krona per invånare enligt 2019 års befolkningsstatistik enligt följande:

Organisation	Per år	Totalt
Borgholms kommun	10 839	21 678
Emmaboda kommun	9 445	18 890
Hultsfreds kommun	14 224	28 448
Högsby kommun	5 921	11 842
Kalmar kommun	69 467	138 934
Mönsterås kommun	13 430	26 860
Mörbylånga kommun	15 249	30 498
Nybro kommun	20 318	40 636
Oskarshamns kommun	27 102	54 204
Torsås kommun	7 125	14 250
Vimmerby kommun	15 647	31 294
Västerviks kommun	36 679	73 358
Region Kalmar län	245 446	490 892



Costa de Piccola Terra



Våga ta plats i landet

Det är tydligt både inom turism och inflyttning att kusten lockar mest. Vi måste våga rida på det och visa upp skärgården, våra två stora sommarstäder och det kända varumärket Öland. Vi behöver dessutom göra oss unika bland andra kuster i landet och dra nytta av de västra delarna som fyller länet med värden från ett annat starkt varumärke – Småland.

Flyttahit.nu är platsneutralt, eftersom Kalmar län inte är ett känt destinationsnamn och webbplatsen behöver kunna användas ihop med länets olika kända och attraktiva lokala platser. Ibland behöver vi dock marknadsföra oss länsövergripande, varpå vi behöver ett mer fungerande destinationsnamn än Kalmar län. Eftersom Smålandskusten är fullt av värden som ligger nära till hands för alla våra tre målgrupper, är detta något vi måste våga testa framöver.

Precis som andra kustdestinationer, exempelvis Västkusten, Österlen, Roslagen och Höga kusten, kan även Smålandskusten inkludera en mycket större geografisk yta än själva smala kustremsan. Det som gör vår kust unik är att den inte bara består av Öland och skärgård, utan även sagoskogar, idylliska småländska byar, Glasriket och en rik historia.

Under #smålandskusten kan vi samla berättelser från flera av våra starka varumärken, som bland annat Öland, Glasriket, Astrid Lindgrens sagovärld, skärgården och historiska Kalmar.

Kalmar och Västervik toppar ständigt omröstningen Sveriges sommarstad, så vi kan stolt säga att vi är Sveriges sommarlän: "Sommarlänet", "Sommarkusten", eller kanske till och med "Costa de Piccola Terra" (Smålandskusten)...? Det är dags att vi vågar ta ut svängarna, spetsa till oss och ta plats i landet.



Tid till det du vill



Tid till det du vill



Fler till Kalmar län är en gemensam inflyttningssatsning av Region Kalmar län och Kalmar läns 12 kommuner.
Läs mer på utveckling.regionkalmar.se/fler-till-kalmar-lan