

Bosætningskampagne

25/6795 Åben Sag

Sagsgang

ØK, KB

Sagsfremstilling

Befolkningsprognosen for Norddjurs Kommune 2025-2034 viser et samlet forventet fald i antal indbyggere på 404 personer i perioden fra 2025 til 2029. Som en del af budgetaftalen 2025-2028 indgår bestilling af en bosætningskampagne til 0,3 mio. kr., der markedsfører Norddjurs Kommune som en attraktiv bosætningskommune.

En opgørelse over til- og fraflytning i Norddjurs Kommune i 2024 viser, at trafikken primært sker mellem Syddjurs, Aarhus og Randers Kommuner, hvorfor potentialet for at tiltrække nye borgere vurderes at være størst herfra.

Norddjurs Kommune har brug for nye indbyggere for at opretholde skattegrundlaget og finansiere den demografiske udvikling, der frem mod 2029 viser en stigning i antallet af +80-årige i Norddjurs Kommune på 20,4 procent. At flytte til en ny kommune er for mange mennesker et stort skridt. Derfor er der brug for en bosætningskampagne, der ved hjælp af målrettet markedsføringsmateriale viser det gode hverdags- og fritidsliv i Norddjurs Kommune.

Målgruppen

Målgruppen for bosætningskampagnen vil være:

- Par i aldersgruppen 26 til 42 år, der ikke har fået børn endnu eller har mindre børn, og som har en kort eller mellemlang uddannelse.
- Potentielle tilbageflyttere: Unge der er flyttet fra Norddjurs for at læse, men som indenfor en kortere årrække skal etablere sig efter studielivet.

Geografisk fokus

Bosætningskampagnen vil være målrettet indbyggere i de tre kommuner, som flertallet historisk kommer fra, når de flytter til Norddjurs Kommune. I 2024 kom de nye borgere primært fra Syddjurs (21 procent), Aarhus (21 procent) og Randers (17 procent). (Kilde: [Befolkningsprognosen](#))

Geografisk vil afsættet for bosætningskampagnen være det hele liv i hele Norddjurs – dog med det største fokus på Auning. Auning er den andenstørste by i Norddjurs Kommune, og området scorer højt på mange af de parametre, som er vigtige for par i alderen 26-42 år samt potentielle tilbageflyttere. Nem adgang til byens skole, institutioner, idrætsfaciliterer og fællesskab. Dertil kommer, at Auning også er byen, der tilbyder plads til nybyggeri til attraktive grundpriser og samtidig har en større eksisterende boligmasse med en vis køb/salgs-omsætning. Helt aktuelt er der i august måned politisk besluttet at igangsætte planlægningen et nyt boligområde i Auning - et boligområde der kombinerer det at være tæt på byen og med samtidig at være midt i naturen. Aarhus, Randers og Grenaa er nemlig tilgængelige i løbet af relativt kort tid, hvilket er attraktivt for målgruppen.

Befolkningsanalysen for Norddjurs Kommune 2025-2034 ([Befolkningsprognosen](#)) viser, at den største tilflytning sker i aldersgrupperne 17-25 år og 26 til 42 år. Dog er der markant flere fraflytninger end tilflytninger blandt de 17-25-årige. Derfor vil bosætningskampagnens primære fokus være på de 26 til 42-årige, hvor flere flytter til end fra kommunen – suppleret med nålestikstiltag i den yngre målgruppe.

Boligpriserne i både Aarhus, Syddjurs og Randers er markant højere end i Norddjurs Kommune. Gennemsnitsprisen for et hus på 140 kvm. er i Aarhus 27.751 kr. pr. kvm. (kilde: *Boliga 2025*). Tilsvarende tal for Syddjurs er 14.484 kr. pr. kvm, mens det i Randers er 10.644 kr. pr. kvm. I Norddjurs Kommune er gennemsnitsprisen 6.957 kr. pr. kvm. Tal fra Boligsiden viser, at 92,7 procent af husene i Norddjurs er til salg til under 2,5 mio. kroner. Det tilsvarende tal for Aarhus Kommune er 14,0 procent, for Syddjurs 58,7 og for Randers 82,2. Det er med andre ord mere tilgængeligt at få drømmehuset til en fornuftig pris i Norddjurs end i de omkringliggende kommuner.

Norddjurs Kommune er tilmed fortsat kendt for sin erhvervsvenlighed, og i de valgte målgrupper kan det derfor også være attraktivt for solo- eller mindre selvstændige med en erhvervsfaglig baggrund at etablere sig i Norddjurs Kommune.

Grundfortælling

Norddjurs tæt på det hele – tæt på livet!

Med disse ord som indledning skal potentielle tilflyttere forestille sig et sted, hvor der er luft i økonomien, ro i hverdagen og plads til drømmen om et hjem i en kommune med stærke fællesskaber, fantastiske naturoplevelser og trygge rammer for familielivet. Det sted er Norddjurs. Par i 20'erne og 30'erne skal kunne se frihed og mulighederne i Norddjurs for sig, fordi der er adgang til et boligmarked, hvor huspriserne ikke æder hele indkomsten, men tvært imod giver frihed. Frihed til at leve, til at spare op, til at rejse eller til at gå ned i tid for at prioritere børnene, fritiden og livskvaliteten.

Kampagnen vil slå fast, at Norddjurs er vildere, smukkere, tættere på meget mere, end du tror. Og at Norddjurs ikke er stedet, du nøjes med. Det er stedet du vælger, fordi du kan skabe et liv i balance. Du er tæt på pulsen i større byer som Aarhus og Randers – men bor et sted, hvor du kan trække vejret.

Kampagnen

Kampagnen tager udgangspunkt i et samlende univers af forskellige familier indenfor målgruppen, der stortrives i Norddjurs. Markedsføringen viser de gode øjeblikke både derhjemme, i lokalsamfundet og i jobsituationer, og vil blive publiceret som videoer og still-billeder på web (www.flyttilnorddjurs.dk) og SoMe (Facebook, Instagram og Youtube). Derudover består kampagnen af Go-Cards (postkort) til uddeling på caféer i Aarhus (ikke en mulighed i Randers og Syddjurs).

Indholdet til online kampagnen produceres af reklame- og kommunikationsbureauet Grobowski, som Norddjurs Kommune har samarbejdet med tidligere. Bureauet har udarbejdet Norddjurs Kommunes tilflytterside, magasinet "Norddjurs – Tættere på end du tror" samt erhvervsområdets markedsføringskampagne. Den nye kampagne får samme grafiske ramme-udtryk som erhvervskampagnen. Bureauet Grobowski får ansvaret for at producere indholdet til kampagnen samt for at markedsføre den online i tre måneder. Herefter overtager kommunikationsafdelingen ansvaret for den fortsatte drift, så kampagnen får så lang levetid som økonomisk muligt på de sociale medier og i trykte publikationer.

For at ramme potentielle tilbageflyttere tilbyder Norddjurs Kommune en gratis ”kom hjem til julebus” til unge, der kommer fra Norddjurs men er flyttet til de større byer for at studere eller arbejde. På turen vil de få facts og snacks fra Norddjurs. Derudover planlægges der også nålestiksbranding målrettet de unge ved de store årlige begivenheder i kommunen som Beachparty og gademusikfestival i Grenaa, Landbrugsmessen på Gl. Estrup og Motor Festival i Allingåbro.

Tidsplan

oktober-december 2025	Onlinekampagne, Go-card og julebus
marts-juni 2026	Onlinekampagne, Go-card og event-branding

Sammenhæng til andre politikker/strategier og fagområder

Det blev med budgetaftalen 2025-2028 aftalt, at afsætte 300.000 kr. til en bosætningskampagne. Disse udmøntes med denne sagsfremstilling.

Økonomiske konsekvenser

De afsatte 300.000 kroner bliver fordelt over kampagneperioden med forventeligt 150.000 kr. i 2025 og 150.000 i første halvår 2026. At tiltrække nye indbyggere kræver en længerevarende indsats, der i givet fald vil kræve ekstra bevillinger i årene fremover.

Lovgrundlag

Kommunalfuldmagten.

Indstilling

Stabschefen indstiller, at:

- 1) Bosætningskampagnen godkendes.
- 2) De afsatte midler på 300.000 kr. fra budgetaftalen for 2025 udmøntes i 2025 og 2026.

Beslutning i Økonomiudvalget den 09-09-2025

Ad 1. Tiltrådt.

Ad 2. Tiltrådt.

Beslutning i Kommunalbestyrelsen den 16-09-2025

Ad. 1. Godkendt.

Ad. 2. Godkendt.

Bilag:

1 -	Åben	Bilag Bosætning Norddjurs Kommune den aug	(73709/25) (H)
3812379		2025.docx	