

Markedsføringsindsatsen 2022 og udvalgte indsatser i 2023

xx/xxxx Åben Sag

Sagsgang

ØK

Sagsfremstilling

På baggrund af Kommunalbestyrelsens vedtagne kommunikations- og markedsføringsstrategi gives i denne sag en status på markedsføringsindsatsen i 2022 og en fremstilling af hovedindsatserne for 2023. Indsatsen, som varetages af 1,5 årsværk, er forankret i den centrale kommunikationsafdeling i Kommunaldirektørens Sekretariat, der varetager den overordnede, centrale kommunikations- og markedsføringsindsats.

Kommunikations- og markedsføringsindsatsen på de enkelte direktørområder varetages af områderne selv.

Økonomiudvalget besluttede i forbindelse med godkendelse af *Kommissorium for budgetanalyse om markedsføring og bosætning* besluttede man at nedsætte en styregruppe med følgende repræsentanter:

- Medlemmerne af økonomiudvalget, der er ansvarligt udvalg.
- Kommunaldirektør Christian Bertelsen, økonomichef Bettina Andersen, kommunikationskonsulent Marc Kromann Rasmussen samt kommunikationsmedarbejder Heidi Johannesen.
- Chef for kultur, fritid, turisme og biblioteker Trine Grejsen samt projektmedarbejder Bodil Richardt.
- Ledelses- og/eller medarbejderrepræsentant fra kommunens skole- og dagtilbudsområde men også kommunens erhvervsområde samt eventuelt en bosætningskonsulent fra forvaltningen, der har kontakt til tilflyttere til Norddjurs.
- Eventuelle repræsentanter fra et erhvervsnetværk og en turismeorganisation.
- Ekstern ekspert i bosætning til at bidrage med mødefacilitering samt faglige input til videreudvikling af området.

Det blev samtidigt besluttet at afholde to styregruppemøder, som efterfølgende blev gennemført den 27. september og den 25. oktober 2022. Formålet med nedsættelse af styregruppen var udover at skabe politisk forankring og involvering at give mulighed for at samarbejde på tværs omkring markedsføringen af Norddjurs ligesom, at gruppen gav anledning til et bredere kendskab til indsatsen og målsætningerne, ligesom det lagde op til aktivt ejerskab såvel som medansvar for, at markedsføringsindsatsen lykkes. Sammensætning af deltagerne bidrog med en kvalificeret forventningsafstemning samt inspiration udefra til markedsføringsindsatsen.

På de to møder drøftede man, hvilke områder, der skulle opprioriteres i forhold til nuværende indsats.

Markedsføringsindsatsen i 2023 har overordnet udgangspunkt i Norddjurs Kommunes Plan- og Udviklingsstrategi for 2019, hvor der er fokus på kommunen som en stærk og innovativ erhvervs- og bosætningskommune med styrkepositionerne Det Blå og Det Grønne samt bybåndene som vækstpejlemærker. Indsatsen er desuden forankret i kommunes kommunikations- og markedsføringsstrategi - en strategi der er med til at sikre, at Norddjurs Kommune kommunikerer og markedsfører sig med udgangspunkt i klare, strategiske målsætninger. Derudover har sagen udgangspunkt i sagen fra Økonomiudvalget *Markedsføringsindsatsen 2021 og udvalgte indsatser i 2022* fra den 11. januar 2022, hvor hovedfokus for initiativerne var udpeget.

I 2022 har følgende udvalgte hovedindsatser været prioriteret:

- Tiltrækning af nye borgere til Norddjurs
- Markedsføring af vores bygge- og erhvervsgrunde
- Markedsføring af oplevelser i Norddjurs overfor turister og gæster
- Markedsføring af vores partnerskabsaftaler
- Vedligeholdelse af kommunens Facebook-side samt kommunens Instagram-profil samt opgradering af tilflytter-siden. Herunder også opkvalificering af kommunens medarbejdere i brugen af sociale medier i markedsføringsøjemed.
- Markedsføring af events og anledninger, som fandt sted i kommunen i 2022, herunder HKH Dronning Margrethes besøg på Anholt, Årets Vildtret på Det Grønne Museum samt Verdensballetten på Sostrup Slot.

Indsatserne er uddybet i bilag ”Markedsføringsindsatsen 2022”.

I 2023 er følgende udvalgte hovedindsatser prioriteret:

Med henblik på en prioritering af markedsføringsindsatsen, så ressourcerne koncentrerer om fokuserede og effektfulde indsatser, samt for at sikre en forankring i forhold til plan- og udviklingsstrategien, kommunikations- og markedsføringsstrategi og styregruppens konklusioner arbejdes der med følgende prioriterede markedsføringsopgaver i 2023:

Bosætning

- Ekstern bosætningsmarkedsføring eksempelvis gennem vores tilflytterside www.flyttilnorddjurs.dk samt
- Løbende digital annoncering blandt andet overfor målgruppen med personer i alderen 20-35 år i Aarhus- og Randersområdet, som er i den livsperiode, hvor de fleste danskere etablerer sig. Ved at påvirke eksempelvis denne målgruppe øges mulighederne for, at flere vil etablere sig i Norddjurs mht. bolig, job og familie. I forhold til bosætningsmarkedsføring skal der i højere grad arbejdes med knappenålsindsatser, hvor der er fokus på udvalgte geografiske områder for at styrke gennemslagskraften. Områder hvor vigtige parametre for tilflytning som indkøb, skole- og dagtilbud og god infrastruktur er til stede, ligesom budskaber omkring attraktive boligpriser og driftsomkostninger i forhold til ejendom skal i spil.
- Arbejdes med datagrundlag i markedsføringen eksempelvis interview af tilflyttere for at få større kendskab til deres bevæggrunde for at flytte til Norddjurs med henblik på at styrke bosætningsindsatsen.
- Fokus på studerende på uddannelserne i Norddjurs som målgruppe med henblik på fastholdelse efter uddannelsesafslutning. For nye studerende i Norddjurs vil forvaltningen i 2023 opstarte et årligt velkomstarrangement.
- Markedsføring af erhvervs- og jobmulighederne i Norddjurs blandt andet indenfor energisektoren som supplement til indsatsen og budgettet, der i forvejen arbejdes med på erhvervsområdet, hvor bl.a. Erhvervshus Midt via udbud løser en markedsføringsopgave.
- Markedsføring af bygge- og erhvervsgrunde med særligt fokus på grunde, der knytter sig til kommunens bybånd samt letbanestrækningen.

- Markedsføring af bygge- og erhvervsgrunde med særligt fokus på grunde, der knytter sig til kommunens bybånd samt letbanestrækningen.

Turisme og oplevelser

- Markedsføring af turisme og oplevelser i Norddjurs, hvor kommunens kystbånd og de oplevelser, der knytter sig til de 117 km. kyststrækning især skal prioriteres. Indsatsen skal således understøtte Visit Aarhus' bæredygtige vækststrategi for turismen i Aarhusregionen hvor balanceret vækst, lokal stolthed og fællesskab og grønnere turisme er i fokus.

Partnerskaber

- Markedsføring af partnerskabsaftalen "Kattegataliancen" mellem Halmstad og Norddjurs Kommuner, hvor der er udarbejdet en strategisk markedsføringsplan for Halmstad, som læner sig op ad partnerskabsaftalen. Men også markedsføring af initiativerne i tilknytning til Skovskolen samt samarbejdsaftalerne med VIA- og Aarhus Universitets, som ved hver en given anledning skal omtales. Det vil sige eksempelvis sige, at Aarhus Universitets planer om udvidelse i tilknytning til Gammel Estrup løbende vil skulle markedsføre som en case med perspektiv i forhold til fortællingen om Norddjurs som et sted med attraktive erhvervs- og jobmuligheder tæt på Aarhus.

Sociale medier

- Vedligeholdelse af kommunens sociale medier med det formål at få endnu større rækkevidde på vores budskaber. I forbindelse med de sociale medier arbejdes desuden med at anvende de rette parametre i forhold til målgruppen for at få størst mulig gennemslagskraft på vores budskaber samt efterfølgende måling af effekt
- Opkvalificering af kommunens medarbejdere, der bruger sociale medier i deres daglige kommunikation for at øge størst gennemslagskraften og engagement fra lokalsamfundet og andre interessenter. Der er allerede planlagt et kursus hos Skole- og Dagtilbud, som ønsker en styrket viden om brugen af sociale medier til blandt andet rekruttering.

Derudover arbejdes der markedsføringsmæssigt med at gribe mulighederne, der opstår, og som er inden for de markedsførings- og kommunikationsmæssige strategiske rammer. Endvidere er det

prioriteret at understøtte og samarbejde med virksomheder, foreninger mv., som tager markedsføringsmæssige initiativer for Norddjurs Kommune.

Kommunikationsmæssigt vil der også være fokus på begivenheder og anledninger i kommunen som for eksempel indvielsen af Skovskolens nye administrations- og undervisningsbygning i juli/august 2023, Verdensballetten på Sostrup Slot, investeringerne i Gammel Estrup samt Det Grønne Museum. Sidstnævnte er igen i år vært ved det nationale event ”Årets Vildtret” samt kommunens nytårskur.

Der vil løbende blive målt på ovenstående aktiviteter og initiativer. Dette vil blandt andet ske ved overvågning af trafikken på vores tilflytterside, statistik på vores social medier kampagner samt til- og fraflytningsudviklingen for Norddjurs Kommune.

Sammenhæng til andre politikker/strategier og fagområder

Sagen har overordnet sit udgangspunkt i Norddjurs Kommunes plan- og udviklingsstrategi. Markedsføringsindsatsen i 2022 har taget sit afsæt i Norddjurs Kommunes gældende kommunikations- og markedsføringsstrategi vedtaget 10. august 2020.

Økonomiske konsekvenser

Ingen økonomiske konsekvenser.

Lovgrundlag

Kommunalfuldmagten. Markedsføringsindsatsen skal gennemføres indenfor kommunalfuldmagtens rammer.

Indstilling

Kommunaldirektøren indstiller, at

1. planen for markedsføring i 2023 godkendes.

Bilag:

1. Markedsføringsindsatsen 2022