

707-11072209451310

Ansøgningsskema til Arbejdsmarkedsudvalgets pulje

Oprettet	08-05-2024 11:20:18
Afsluttet	08-05-2024 11:32:03
KLE	
Sags id	443dadf9-9301-4f37-86fc-bb9fb4d54272
Navn	Anonym
CPR/CVR	Anonym

Ansøgningskema til Arbejdsmarkedsudvalgets pulje

Puljemidler

Oplysninger

Ansøgningsfrister:

5. maj til behandling i udvalget i juni

5. september til behandling i udvalget i oktober

Projekttitel Branding X Djursland

Ansøgt beløb fra Arbejdsmarkedsudvalgets pulje 150.000

Ansøger

Virksomhedens/foreningens/organisationens navn Business Djursland

Postadresse Ny Lufthavnsvej 21

Telefonnummer 53386823

E-mail kontakt@businessdjursland.dk

CVR-nummer 38492829

Kontaktperson

Navn Ole Svit

Telefonnummer (kontaktperson) 53386823

E-mail (kontaktperson) ole.svit@businessdjursland.dk

Her angives navnet på eventuelle medansøgere/projektpartnere Der er indgået partnerskab med Radio ABC A/S gruppen. Radio ABC vil dels være en central kommunikationskanal i Østjylland via deres 3 radiokanaler (ABC, Alfa, Solo), dels vil deres brede digitale kommunikationskompetencer blive anvendt.

Projektresumé (max. 10 linjer)

Formålet er at sætte fokus på Djurslands mange muligheder, erhvervsmæssigt, arbejdsmæssigt, kulturelt og oplevelsesmæssigt, og på den måde brande Djursland som et godt sted at arbejde, drive virksomhed og bosætte sig. Vi vil i løbet af projektet identificere X-faktor egenskaber og værdier, der i en koncentreret kampagneperiode vil blive fortalt på virksomhedsevents og blive kommunikeret internt og eksternt. Dette skal være med til at sikre en sammenhængende opfattelse af erhvervslivet og virksomhederne på Djursland, uanset om de er beliggende i Norddjurs eller Syddjurs kommune. Erhvervslivet og virksomhederne vil kunne komme til at fremstå unikke og attraktive ift. arbejdskraftsbehovet og tiltrækning af nye virksomheder. Projektet vil have et klart strategisk branding-mæssigt sigte, der starter i praksis (action learning), vi erfarer og vidensdeler, vi identificerer X-faktor egenskaber og værdier, der herefter kan være afsæt for den fremtidige kommunikation fra virksomheder, erhvervsaktører, kommuner, byer og områder. (se vedhæftede procesfigur)

Projektperiode: Forventet startdato	15.6.2024
Projektperiode: Forventet slutdato	31.12.2024

Projektbeskrivelse (skal udfyldes, supplerende beskrivelse kan vedlægges som bilag)

Projektets idé og formål

Erhvervslivet og virksomhederne på Djursland har et udtrykt behov for brande sig i fællesskab, på tværs af brancher og beliggenhed. På BD's Nytårskur den 11.1.2024 blev det blandt de 100 deltagere fremhævet som et af de vigtigste indsatsområder, og på et netværksmøde for "De Store virksomheder på Djursland" den 29.1.2024 blev behovet for en fælles privat/kommunal indsats adresseret. Der er masser af gode initiativer og innovative tiltag på vore virksomheder, men de bliver oftest fortalt isoleret og usammenhængende til en overordnet strategi med formål, retning og værdi. Tilsvarende har både Norddjurs og Syddjurs kommuner et erkendt behov for at arbejde strategisk og konsistent med deres erhvervsvenlighed, hvor brandingopgaven er helt centralt. Formålet er at sætte fokus på Djurslands mange muligheder, erhvervsmæssigt, arbejdsmæssigt, kulturelt og oplevelsesmæssigt, og på den måde brande Djursland som et godt sted at arbejde, drive virksomhed og bosætte sig. Vi vil i løbet af projektet identificere X-faktor egenskaber og værdier, der i en koncentreret kampagneperiode vil blive fortalt på virksomhedsevents og blive kommunikeret internt og eksternt. Dette skal være med til at sikre en sammenhængende opfattelse af erhvervslivet og virksomhederne på Djursland, uanset om de er beliggende i Norddjurs eller Syddjurs kommune. Erhvervslivet og virksomhederne vil kunne komme til at fremstå unikke og attraktive ift. arbejdskraftsbehovet og tiltrækning af nye virksomheder. Projektet vil have et klart strategisk brandingmæssigt sigte, der starter i praksis (action learning), vi erfarer og vidensdeler, vi identificerer X-faktor egenskaber og værdier, der herefter kan være afsæt for den fremtidige kommunikation fra virksomheder, erhvervsaktører, kommuner, byer og områder. (se vedhæftede procesfigur)

Projektets målgruppe

1. Djurslands virksomheder, her især ledere og kommunikationsansvarlige fra de arbejdskraftstunge virksomheder + 20 ansatte. Her vil 20 større virksomheder deltage direkte i kampagnen som værter og det forventes at 200 virksomheder vil deltage som besøgende i kampagnen.

2. Borgere i Østjylland, der ønsker at arbejde og bosætte sig på Djursland. Her forventes 400 jobinteresserede i at deltage direkte i kampagneperioden.

3. Virksomheder udenfor Djursland (Østjylland), der har behov for at flytte sin virksomhed/etablere sig

4. Medarbejdere fra kommunernes Erhvervsafdeling og Arbejdsmarkedsafdeling

5. Norddjurs og Syddjurs kommunalpolitikere og interesseorganisationer

Omfang – herunder antal deltagere og samarbejdspartnere

400 jobinteresserede i Østjylland
200 virksomheder, heraf 100 i Norddjurs Kommune
20 virksomheder som Eventværter, heraf 10 i Norddjurs Kommune. Virksomhederne primært fra "Netværket for store virksomheder", altså med + 50 ansatte

Projektets aktiviteter

0. AFSTEMNING af PROJEKT
Der gennemføres en workshop med Syddjurs og Norddjurs kommune mhb. evt. at afstemme og justere projektets prioriteringer og tyngde

1. PLANLÆGNING og ORGANISERING
Der etableres en Styregruppe for projektet med deltagelse fra Business Djursland, Radio ABC gruppen, 2 rep. fra "Netværket for Store Virksomheder", Syddjurs Kommune (Erhvervsenhede) og Norddjurs Kommune (Erhvervsafd./Arbejdsmarkedsafd.)
Den koordinerende og planlæggende praktiske opgave udføres af Business Djursland. Kommunikationsopgaven vil gennemføres i tæt samarbejde med Radio ABC.

2. VISITATION af VIRKSOMHEDER
Med henblik på at indgå i brandingkampagnen skal der visiteres min. 20 virksomheder, min. 10 fra Norddjurs Kommune og min. 10 fra Syddjurs Kommune. Som udgangspunkt vælges de blandt de 40 virksomheder, der indgår i Netværket for Store virksomheder, da de allerede nu har sagt ja til at indgå i

brandingarbejdet og har et godt ejerskab til projektet. Styregruppen kan dog vælge andre virksomheder/organisationer på baggrund af ønsket om diversitet og brancher. Kriterierne for udvælgelsen er først og fremmest om virksomheden vil afsætte de fornødne ressourcer til eventarbejdet og dernæst om deres indsats og fortælling er forankret og implementeret i organisationen.

3. KAMPAGNEPERIODEN

Hos de 20 tilmeldte virksomheder vil der blive afholdt 20 åbne virksomhedsevents på en varighed af 2-3 timer. Den enkelte virksomhed vælger selv sit tema og historie, men skal selvfølgelig være noget som kendetegner virksomheden og som de er stolte af. Det kunne fx være:
Et rummeligt arbejdsmiljø med plads til forskellighed
Særlige bæredygtige tiltag i produktionen eller distributionen
Digitale markedsføringstiltag med AI
Energiløsninger baseret på grøn energi og samarbejdsaftale

Alle virksomhedsevents henvender sig dels til jobsøgende, dels til andre virksomheder, der er interesseret i temaet og pågældende virksomhed. Der vil alle steder være en rundvisning.

Der vil fra alle virksomhedsevents blive produceret en historie/fortælling, der bliver distribueret ud via Nyhedsbreve, SoMe og Radio ABC's kanaler. Radio ABC vil desuden producere ugentlige nyhedsspot og også tilbyde den enkelte virksomhed reklamespots.

For at kunne orientere sig om alle 20 virksomhedsevents, vil der i hos www.Businessdjursland.dk blive tilføjet en særskilt "Landing Page", der vil fungere som henvisningsside fra andre medieplatforme.

4. BRANDING X DJURSLANDS "LEARNING DAY"

Som afslutning på kampagneperioden vil der onsdag den 13. november 2024 blive afholdt en "Learning Day". Her vil der blive opsamlet på de mange erfaringer fra Brandingkampagnen, som de deltagende virksomheder (værter og besøgende) vil dele med hinanden og øvrige deltagere. Fortællingerne fra virksomhederne vil vi her i fællesskab "koge ned" til en række kernefortællinger og værdier, der bliver den X-faktor Djursland vil brande sig på

fremover, både internt og eksternt. Ligeledes vil vi her opsamle og dele viden om vores erfaringer med at bruge Events, Radiospots, SoMe, Nyhedsbreve mm. i en målrettet Brandingkampagne for et geografisk område. Alle læringspunkter og anbefalinger samles op og bearbejdes til fortsat anvendelse hos vore virksomheder. Dagen vil blive afviklet over 3-4 timer, vekslende mellem gruppesessioner og oplæg. Radio ABC vil som noget helt specielt etablere en sendestation fra stedet, hvorfra der over dagen vil blive udsendt interviews fra deltagerkredsen. Der forventes 150 deltagere, der afslutter dagen med fælles middag (deltagerbetalt).

5. ANBEFALINGER og EVALUERING

De bearbejdede kernefortællinger og værdier vil sammen med branding anbefalinger blive udsendt til virksomhederne på Djursland via Nyhedsbreve fra Business Djursland og kommuner. Branding X Djursland projektet vil blive evalueret af de deltagende virksomheder, hvor både form og udbytte vil blive evalueret. Umiddelbart efter både arrangementet den 13.11, vil alle deltagere modtage et elektronisk evalueringsskema pr. mail. Herudover vil projektet også blive evalueret af alle involverede aktører og virksomhedsværter.

0. AFSTEMNING af PROJEKT
Der gennemføres en workshop ultimo juni

1. PLANLÆGNING og ORGANISERING
15.6 – 31.7: Etablering og Styregruppe og praktisk arbejdsdeling med Radio ABC

2. VISITATION af VIRKSOMHEDER
1.8 – 31.8: Aftaler med de 20 virksomhedsværter. Etablering af Landing Page og fastlæggelse af endelig markedsføringsplan

3. KAMPAGNEPERIODE
1.9 – 31.10
Gennemførelse af de 20 Virksomhedsevents. Produktion af historier/fortællinger. Løbende markedsføring af både afholdte og kommende Virksomhedsevents

4. BRANDING X DJURSLANDS "LEARNING DAY"
Onsdag den 13.11, kl. 13.30-17.00 på facilitet med plads til 150 deltagere

5. ANBEFALINGER OG EVALUERING
14.1 – 31.12: Bearbejdning af erfaringer og input til udsendelse af X-faktors og anbefalinger. Evaluering sammen med deltagerne og øvrige interessenter. Regnskab og afrapportering.

Ved opnået tilskud til tilsvarende projekt/indsats skal angives seneste beløb samt årstal

Økonomi

Samlede projektomkostninger	480.000
Udgiftsbudget fordelt på udgiftsposter	Projektledelse og koordinering m/timepris 400kr 80.000 Honorarer til eksterne konsulenter mv.(20 events x 5000) 100.000 Honorarer til oplægsholdere (Learning Day) 30.000 Lokaleomk. (13.11) 30.000 Forplejning (20 x 2000 + 20.000) 40.000 Markedsføring og kommunikation (20 events x 10.000) 200.000
Udgiftsbudget total (kr.)	480000
Finansieringsplan (Oplys hvis der er søgt andre steder)	Ansøgt fra Erhvervs-/Arbejdsmarkedspuljen i Norddjurs Kommune 150.000 Ansøgt fra Syddjurs Kommune 150.000 Medfinansiering via Radio ABC (20 events x 5.000) 100.000 Egenfinansiering Business Djursland via timer 80.000
Ansøgt støtte fra Arbejdsmarkedsudvalgets pulje (kr.)	150000

Ansøgt andre steder (kr.)	150000
Ansøgt totalt (kr.)	300000
Redegør for de forventede effekter af projektet – og hvordan der måles på effekt	A. Afstemning af Djurslands X-faktorer med kernefortællinger og værdier B. Gennemførelse af målrettet Brandingkampagne med 208.000 eksponeringer pr. uge i 8 uger via Radio ABC C. Gennemførelse af 20 Virksomhedsevents (10 i Syddjurs og 10 i Norddjurs) med 400 deltagende jobansøgere og 200 deltagende virksomheder D. Afvikling af "Learning Day" for 150 deltagere E. anbefalinger til den fortsatte Branding af Djursland – Norddjurs/Syddjurs F. Stigning i DI´s tilfredshedsmåling med +5 i ranking i 2024

Evaluering

Evaluering, herunder dokumentation for effekt, indsendes efter afslutning af arrangement/projekt.

Kommunen kan anmode om løbende afrapportering ved behov.

Bilag til ansøgningen	Ansoegning Branding X Djursland Norddjurs Kommune.pdf (752 KB) Budget Branding X Djursland, Norddjurs Kommune.pdf (401 KB) BRANDING X DJURSLAND.png (296 KB) Lyttertall Gallup 1. halvår 2023.pdf (261 KB)
-----------------------	---

Resuméside

Jeg bekræfter, at de indtastede oplysninger er korrekte.