

Bilag 1

I 2021 har følgende udvalgte hovedindsatser været prioriteret:

- Ekstern bosætningsmarkedsføring
 - Et 16-siders tillæg i Aarhus-magasinet Panorama med det formål at markedsføre Norddjurs som bosætningsområde specifikt overfor borgere i Aarhus. Tillægget udkom i sensommeren i Aarhusområdet i 10.000 eksemplarer ved at ligge frit tilgængeligt mere end 250 steder i byen.
 - Annoncering af tillægget på hjemmeside, Facebook og Instagram.
 - Promovering af vores tilflytterside via hjemmesiden, Facebook og Instagram, på digitale storskærme i Grenaa samt fysisk annoncering i dagblade i hele Region Midtjylland.
 - Tilflytter-arrangement, netværk, podcast mm.
- Markedsføring af bygge- og erhvervsgrunde, hvor grunde i Trustrup-Lyngby, Auning, Gjerrild og Åbyen i Grenaa blandt andet har været promoveret.
- On- og offline markedsføring af turisme og oplevelser i Norddjurs med særligt fokus på kommunens kystbånd og de oplevelser, der knytter sig til de 117 km. kyststrækning. Gennemføres løbende on-line samt i de trykte medier blandt andet i Jyllandsposten samt dagblade i Region Midtjylland
- Markedsføring af kommunens partnerskabsaftaler, hvor der ved hver en anledning foranlediget af aftalerne har været omtale gennem eksempelvis pressemeddelelser samt kommunikation på kommunens LinkedIn-side og Facebook-profil.
- Markedsføring af uddannelses tilbud i Norddjurs qua et uddannelsesstillæg, som er blevet distribueret i Randers-området.
- Vedligeholdelse og udvikling af kommunens sociale medier samt tilflytterside.

Derudover har der i 2021 været fokus på de anledninger, der har været, og som har været inden for de markedsførings- og kommunikationsmæssige strategiske rammer. Det har været anledninger i tilknytning til aktiviteten i Aarhus Lufthavn, udviklingen af Skovskolen, Det Grønne Museum m.fl.