

Kommissorium for budgetanalyse om markedsføring og bosætning

Formål

Økonomiudvalget besluttede i forbindelse med godkendelse af sag 21/15267 *Markedsføringsindsats 2021 og udvalgte indsatser i 2022* den 11. januar følgende:

”der fremlægges ved næste møde i forbindelse med valg af budgetanalyser, et konkret forslag om øget markedsføring og bosætning, herunder forslag om tværgående gruppe med sammensætning af politikere og relevante medarbejdere samt eksterne medlemmer”

Formålet med at nedsætte et fora med politisk og ekstern deltagelse vil være at give feedback på strategien og bidrage yderligere til at styrke markedsføringen af Norddjurs ved at skabe en sammenhæng til den overordnede strategi for markedsføring og bosætning samt bidrage med optimal mulighed for at skabe genkendelse og gennemslagskraft af strategiens indsatser.

Med fora’et vil der desuden ske en politisk forankring efter, at der i 2019 var en forankring administrativt, idet ledere og medarbejdere på tværs af organisationen var samlet i en styregruppe, hvor man arbejdede med udvikling af markedsføring- og bosætningsindsatsen med målsætningen om at skabe et bredt ejerskab i organisationen for en fælles markedsføringsramme og fortælling om Norddjurs.

Baggrund

På baggrund af økonomiudvalgets behandling af sag 21/15267 *Markedsføringsindsats 2021 og udvalgte indsatser i 2022* den 11. januar beskrives mulige scenarier, der kan arbejdes videre med med henblik på en øget markedsføring og bosætning. Herunder et forslag om en tværgående gruppe med sammensætning af politikere, relevante medarbejdere samt eksterne medlemmer.

Markedsføringsindsatsen varetages i dag af 1,5 årsværk og der er afsat 0,1 mio. kr. årligt til annoncer, markedsføringstiltag mv. Indsatsen er forankret i den centrale kommunikationsafdeling i kommunaldirektørens sekretariat, der er ansvarlig for den overordnede, centrale kommunikations- og markedsføringsindsats. Årsværket arbejder med markedsføringsindsatsen uddybet i sagen 21/15267 *Markedsføringsindsats 2021 og udvalgte indsatser i 2022* jf. bilag 1. En indsats, hvor blandt andet følgende er prioriteret:

- Ekstern bosætningsmarkedsføring blandt andet gennem en opgradering af vores tilflytterside www.flyttilnorddjurs.dk samt løbende digital og fysisk annoncering til vores målgruppe personer i alderen 20-35 år i Aarhus- og Randersområdet, som er i den livsperiode, hvor de fleste danskere etablerer sig. Ved at påvirke målgruppen i den periode af deres liv er der større chance for, at flere vil etablere sig i Norddjurs mht. bolig, job og familie. Til målgruppen er der bl.a. udarbejdet en podcast samt et tilflytternetværk, som løbende markedsføres.
- 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.

Ovenstående sker blandt andet med udgangspunkt i det producerede markedsføringsmateriale ”Norddjurs - tættere på end du tror”, som danner grundlag for blandt andet digitale kampagner på de sociale medier.

- Markedsføring af erhvervs- og jobmulighederne i Norddjurs 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 partnerskabsaftalen "Kattegatalliancen" 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 samarbejdsaftalerne med VIA- og Aarhus Universitets ved hver en given anledning skal omtales. Det vil sige bl.a. 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.
- Et bredere perspektiv på turisme og en stærk story-telling gennem on- og offline 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.
- Markedsføring af anledninger som udvidelsen af henholdsvis Aarhus Lufthavn, Kattegatcentret og Skovskolen men også investeringen i projekt Fjellerup Strandliv, som er et af i alt 10 nationalt udpegede forsøgsprojekter langs den danske kyst, hvor der fokuseres på en opgradering af oplevelsen langs kysten til gavn for lokalbefolkningen og turismen. Gammel Estrup vil desuden blive markedsført blandt andet i forbindelse med renoveringen af museets kælder, som der er givet tilskud til for at støtte op om skoletjenesten, ligesom forvaltningen vil markedsføre "DM i Vildt" på Det Grønne Museum, som kommunen støtter med et årligt tilskud. Derudover vil der være fokus på den infrastrukturelle positive udvikling med bl.a. halv times drift på letbanen og udbygningen af rute 15 og omfartsvejene omkring Trustrup og Tirstrup.

Ovenstående indsats indebærer mulighed for at gennemføre indsatserne med en høj kadence med henblik på at opnå stor rækkevidde og ikke mindst gennemslagskraft af markedsføringen af Norddjurs. Der skal endvidere være den tilstrækkelige fleksibilitet til at gribe muligheder som løbende opstår.

Markedsføringsindsatsen består som tidligere nævnt af 1,5 årsværk Heraf er det ene årsværk tilført området i 2021 og der er startet en ny medarbejder per 1. november 2021. Tilførelsen af de ekstra kræfter til området begynder man først nu at se effekten af i en intensivering af markedsføringsindsatsen i 2022.

Tildelingen af de ekstra ressourcer skete på baggrund af Covid-forhandlingen den 19. april 2021 med aftalen *Bæredygtig vækst og udvikling i tiden efter covid-19*. Her blev man blandt andet enige om at afsætte penge til *Udvikling, bosætning og markedsføring for at styrke arbejdet med interessevaretagelse samt øget bosætning*.

Nedsættelse af et fora vil udover at skabe politisk forankring og involvering give mulighed for, at der samarbejdes på tværs omkring markedsføringen af Norddjurs ligesom, at det vil give anledning til et bredere kendskab til indsatsen og målsætningerne i tilknytning her til. Derudover vil fora'et lægge op til aktivt ejerskab såvel som, at der også er et medansvar for markedsføringsindsatsen lykkedes. Den rette sammensætning af fora'et vil samtidig kunne bidrage med en kvalificeret forventningsafstemning ligesom, den vil give mulighed for inspiration udefra til indsatsen med at markedsføre Norddjurs Kommune.

Ressourcer til at betjene og understøtte en styregruppe med sekretariatsbistand vil være forudsætninger for at opnå fordelene ved at nedsætte et fora. Ressourcer som vil blive taget fra markedsføringsindsatsen, hvilket vil indebære en prioritering af flere af de planlagte markedsføringsindsatser for 2022.

Sekretariatsbistand såvel som at kunne handle på vedtagne beslutninger i fora'et vil nødvendiggøre en nedprioritering af blandt andet de digitale bosætningskampagner på kommunens sociale medier men også en nedjustering af den planlagte on- og offline markedsføring af turisme og oplevelser i Norddjurs i 2022.

Organisering:

Det foreslås, at styregruppen sammensættes af:

- Medlemmerne af økonomiudvalget, der er ansvarligt udvalg.
- Kommunaldirektør Christian Bertelsen, økonomichef Bettina Andersen, markedsføring og udviklingskonsulent Anna-Emilie Hauvgaard Ravn 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

Tidsplan:

Økonomiudvalget behandler kommissoriet på mødet den 8. februar. Såfremt det vedtages at nedsætte en styregruppe, vil der i marts/april og maj/juni blive afholdt to Styregruppemøder, hvor der på det første møde vil være et oplæg ved en ekspert i bosætning samt efterfølgende mulighed for input til den vedtagne strategi *Markedsføringsindsats 2021 og udvalgte indsatser i 2022*. På første møde i april vil der på baggrund af drøftelserne fra første møde være en opsamling og et oplæg for det fremadrettet arbejde med markedsføring og bosætning, ligesom der vil være en vurdering af et evt. behov for at forlænge gruppens arbejde med flere møder i løbet af foråret. I den forbindelse vil der desuden være en opsamling på, om der er et politisk ønske, om at der i budgetforhandlingerne for budget 2023 skal indgå et forslag.