

## Markedsføringsindsatsen 2021 og udvalgte indsatser i 2022

21/15267 Åben Sag

### Sagsgang

ØK

### Sagsfremstilling

Med henblik på at gøre status over markedsføringsindsatsen i 2021 samt give et overblik over markedsføringsindsatsen i 2022, præsenterer forvaltningen udvalget for de indsatser og effekter, som markedsføringen i 2021 har skabt samt prioriteringer af udvalgte hovedindsatser i 2022 med udgangspunkt i den overordnede kommunikations- og markedsføringsstrategi, som blev vedtaget den 10. august 2020. 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.

Markedsføringsindsatsen i 2021 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 sidste års sag fra kultur- og fritidsudvalget den 25. januar 2021, hvor hovedfokus for initiativerne var udpeget.

I 2021 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

- Ekstraordinær ekstern kommunikation i forbindelse med Covid-19
- Vedligeholdelse af kommunens Facebook-side samt kommunens Instagram-profil samt tilflytter-siden.

Indsætterne er uddybet i bilag ”Markedsføringsindsatsen 2021”. Og der er vedlagt et par eksempler på markedsføringsmaterialer.

I 2022 er følgende udvalgte hovedindsatser prioriteret:

Med henblik på en prioritering af markedsføringsindsatsen, så ressourcerne koncentrerer om fokuseret og effektfulde indsatser samt for at sikre en forankring i forhold til plan- og udviklingsstrategien såvel som kommunikations- og markedsføringsstrategi, anbefales udvalget følgende foreslåede indsatser som prioriterede markedsføringsopgaver i 2022:

- Ekstern bosætningsmarkedsføring blandt andet gennem en opgradering af vores tilflytterside [www.flyttilnorddjurs.dk](http://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.
- 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 ”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 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.

- 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.
- 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.

Derudover arbejdes der markedsføringsmæssigt med at gribe mulighederne, der opstår, og som er inden for de markedsførings- og kommunikationsmæssige strategiske rammer. Det vil blandt andet være infrastrukturelt, med halv times drift på letbanen, og udbygningen af rute 15 og omfartsvejene omkring Trustrup og Tirstrup, som får stor betydning for borgere, virksomheder og turismen i kommunen. 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 anledninger som udvidelsen af henholdsvis Aarhus Lufthavn, Kattegatcentret og Skovskolen men også investeringerne i Fjellerup Strand, Gammel Estrup samt Det Grønne Museum. Sidstnævnte er derudover igen i år vært ved det nationale event "Årets Vildtret", samt Verdensballetten på Sostrup, som ligesom i år skal markedsføres.

Effekten af ovenstående aktiviteter og initiativer vil der løbende blive målt på. Det vil blandt andet sige overvågning af trafikken på vores tilflytterside, statistik på vores social medier kampagner samt til- og fraflytningsudviklingen for Norddjurs Kommune.

Der skal tages højde for, at den fremadrettet markedsføringsindsats har sammenhæng med, hvad der vil være muligt i forhold til Covid-19, herunder et eventuelt ressourcetræk i

kommunikationsafdelingen i forbindelse med det kommende besøg af Hendes Majestæt Dronningen på Anholt. Om besøget bliver en realitet på baggrund af Covid-19 er endnu ikke afklaret.

### **Sammenhæng til andre politikker/strategier og fagområder**

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

### **Økonomiske konsekvenser**

Ingen økonomiske konsekvenser.

### **Indstilling**

Økonomichefen indstiller, at

1. planen for markedsføring i 2022 godkendes.

### **Beslutning i Økonomiudvalget den 11-01-2022**

Godkendt, idet 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.

Afbud:

Diana Therese Mikkelsen (O)

### **Bilag:**

1 - 3203141	Åben	Bilag 1 Markedsføringsindsatsen i 2021	(169164/21)	(H)
2 - 3213394	Åben	Norddjurs - Tættere på end du tror.pdf	(2910/22)	(H)
3 - 3213396	Åben	Uddannelses tillæg februar 2021.pdf	(2912/22)	(H)
4 - 3213395	Åben	Januar 2022 Uddannelsesguide.pdf	(2911/22)	(H)

