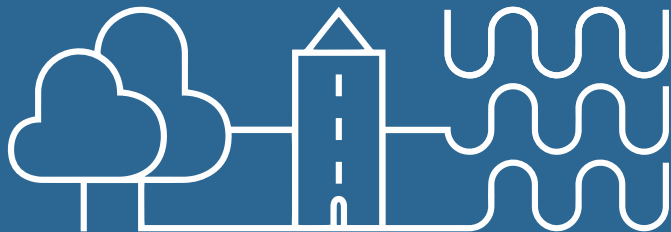




Strategiplan for

Bosætning 2018 - 2022



HVAD VIL VI GERNE OPNÅ – OG HVILKEN EFFEKT ØNSKER VI?

1. Nettotilflytning af antal børnefamilier stiger med 20% pr. år. (Svarende til 30 borgere baseret på tal fra 2014-til 2016)
2. Borgere føler sig positivt modtaget og oplever sig integreret i lokalsamfundet.
3. Flere borgere deltager aktivt i udviklingen af lokalsamfundet.
4. Nettotilflytning af borgere stiger med 48% inden udgangen af 2020. (Svarende til 85 borgere baseret på tal fra 2014-til 2016)
5. Omsætningen i turismeerhvervet vokser med 30% inden udgangen af 2020.
6. Alle husstande og virksomheder har adgang til en bredbåndsforbindelse med mindst 100 Mbit/s download og 30 Mbit/s upload senest i 2020, og at der skal være god adgang til mobildekning.
7. Øget koordinering og udnyttelse af forskellige offentlige transportmidler/ruter skal resultere i en øget andel af befolkningen, der benytter offentlig transport eller cykler.
8. Kendskabsgraden til Vordingborg Kommune, som et godt sted at bosætte sig, øges hos relevante målgrupper.



HVILKE INDSATSOMRÅDER VIL VI SÆRLIGT FOKUSERE PÅ?

Vordingborg Kommunes øvrige strategier bidrager til bosætningsstrategiens målsætninger. Derfor fungerer strategiplanen for bosætning som et supplerende værktøj til de øvrige kommunale strategier. Dels som katalysator for indsatser ud i fagområderne, men bosætningsstrategien er ligeledes afhængig af, at de indsatser der er i de øvrige fagområder understøtter de mål der er bosætningsindsatsen. Således kan målet om en bosætningsvenlig kommune ikke opfyldes uden gode skoler og daginstitutioner, et stærkt erhvervsliv, tidssvarende boliger og attraktive byggegrunde mv.

Strategiplanen for bosætning identificerer seks overordnede indsatsområder:

Indsatsområde 1: *Tilgængelig information om bosætningsmuligheder i Vordingborg kommune - Det gode værtskab*

Vi skal sikre en god service og modtagelse af potentielle og nye tilflyttere. Der udvikles et velkomstkoncept, der strækker sig fra den første informationssøgning til man bydes velkommen i kommunen.

Indsatsområde 2: *Sikre at den fremtidige bygningsmasse svarer til efterspørgslen på boligmarkedet*

Vi skal sikre et stort og varieret udbud af gode boliger og flere attraktive byggegrunde samt sikre, at informationer om det samlede udbud af boliger og byggegrunde løftes og der udvikles markedsføringstiltag på området.

Indsatsområde 3: *Stærke fællesskaber, medborgerskab og inddragelse i lokalsamfundet*

Vi skal sikre et styrket grundlag for dialog og inddragelse i nærmiljøet. Aktive borgere og virksomheder skal have udfoldelsesmuligheder til at kunne bidrage til den samlede bosætningsindsats som ambassadører for Vordingborg Kommune. Vi skal arbejde for en styrket synliggørelse af lokalområdernes identitet og selvfølelse ved at understøtte de nære ting gennem dialog og konkrete forbedringer i nærområderne. En stolthed over sit nærområde fordrer et stærkt grundlag for gode ambassadører for Vordingborg Kommunes image udad- og indadtil.

Indsatsområde 4: *Branding og markedsføring af Vordingborg som attraktiv bosætningskommune.*

Imageundersøgelse foretages og en brandingstrategi udarbejdes i forlængelse af marketingsstrategi for målrettede lokale kampagner udviklet i samarbejde mellem kommune og lokale aktører, "håndbåret", fysisk og digitalt. Kommunens events og finansieringen af disse, skal understøtte bosætningsstrategiens prioriteringer og mål.

Indsatsområde 5: *Etablering af samarbejde med erhvervslivet og uddannelsesinstitutioner omkring bosætningsindsatsen.*

Virksomhederne bidrager til at skabe vækst og med gode uddannelsesmuligheder. Vi skal tiltrække og fastholde unge og derved understøtte lokale virksomheder ift. de kompetencer og den arbejdskraft, de efterspørger. Det er derfor vigtigt at gøre det let for virksomheder at kommunikere Vordingborg Kommune som et attraktivt sted at bo og skabe sig en karriere.

Indsatsområde 6: *Fokus på logistik, transport og digital infrastruktur for borgere og virksomheder.*

For at sikre at kommunen er attraktiv for borgere og virksomheder, er det afgørende, at der er effektive transportmuligheder internt og til og fra Vordingborg Kommune. Vi skal have fokus på Vordingborg Kommunes særlige styrkeposition i relation til transport, infrastruktur og logistik. Dertil er det afgørende, at kommunen ikke står som digitalt udkantsområde, når det drejer sig om den digitale infrastruktur.

HVEM BIDRAGER?

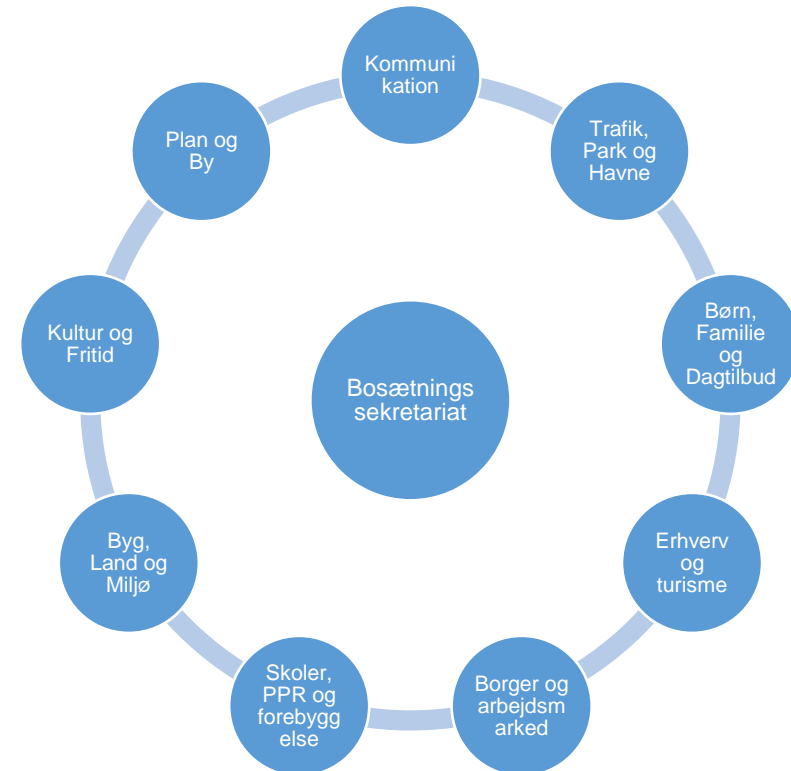
Vordingborg Kommunes bosætningsstrategi er udarbejdet ud fra et præmis om, at indsatserne ikke kan stå alene. Derfor er den tværfaglige tænkning, koordination og fokus på inddragelse en hjørnesten i identifikation af mulige indsatser. Bosætningsstrategien vil henvende sig til alle borgere eller virksomheder med interesse for Vordingborg Kommunes fremtid. For at sikre koordination etableres et bosætningssekretariat.

Bosætningssekretariat;

Bosætningskonsulentens sikrer sammen med sekretariatet, at tiltagene fra handlingskataloget bliver gennemført.

Hovedopgaver:

- Sparring og dialog med interne og eksterne
- Koordinering af tiltag mellem fagområderne
- Tilflytterservice for nye og kommende borgere
- Planlægge og afvikle kampagner
- Vedligeholdelse af netværk
- Markedsføring generelt
- Kvalificere datagrundlag i indsatserne



LOKALSAMFUNDENE SOM AKTIVE MEDSPILLERE

Bosætning er afgørende for lokalsamfundenes fortsatte udvikling. Lokalsamfundene arbejder allerede med informationsmateriale, rundvisninger og ambassadører.

Derfor vil bosætningsstrategien lægge vægt på samskabelse og inddragelse af lokale kræfter, der kan være med til at styrke og potentielt drive de specifikke indsatser. Dette kan være enkeltborgere, lokalråd, foreninger såvel som erhvervslivet mv. Af eksterne samarbejdspartnere kan blandt andet nævnes:

- Lokalrådene
- Foreningslivet
- Erhvervslivet
- Statslige arbejdspladser
- Ejendomsmægler



HVORDAN VED VI, AT VI ER PÅ RETTE VEJ?

Vi ved vi er på rette vej når:

- Kommunens fagområder arbejder aktivt med bosætning og afrapporterer hvorledes via handlingskatalogets indsatser. Der evalueres halvårligt på indsatser.
- Der er etableret et bosætningssekretariat.
- Der er igangsat konkrete handlinger der understøtter en styrket synliggørelse af Vordingborg Kommune og lokalområdernes identitet og styrker.
- Lokalområderne, erhvervslivet og uddannelsesinstitutionerne er aktive medspillere i bosætningsindsatsen.
- Vordingborg Kommune får en indgang for potentielle tilflyttere og nye borgere der ønsker yderligere oplysninger og vejledning om at flytte til Vordingborg Kommune.
- Der kan måles en stigning i nettotilgangen af borgere i udvalgte områder.
- Der er lanceret målrettede tilflytterkampagner for strategisk udvalgte områder i kommune. Effekt på markedsføringsinitiativer afrapporteres halvårligt.
- Der er udarbejdet et koncept for branding og markedsføringen af Vordingborg Kommune i samarbejde med lokale aktører.

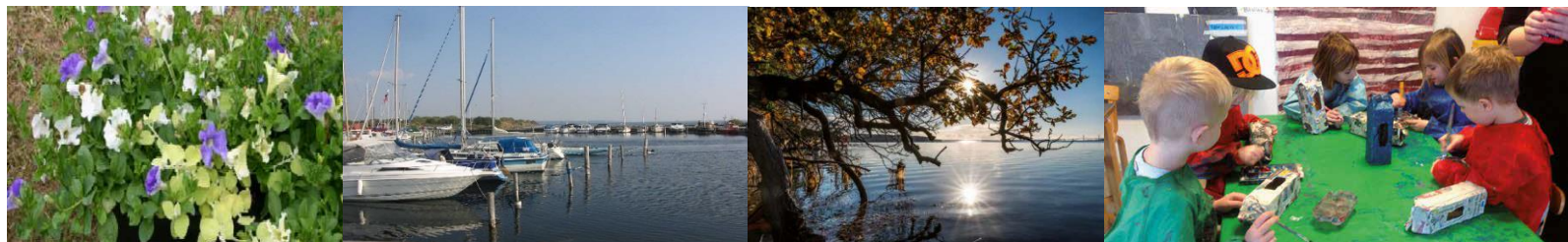
HVORDAN VIL VI FØLGE OP?

For at skabe fremdrift i bosætningsindsatsen, bliver der udarbejdet et handlingskatalog der årligt revideres for at identificere gennemførte tiltag, prioritere eksisterende og tilføje nye. På den måde skal handlingskataloget fungere som et arbejdsredskab ifm. den årlige kommunale budgetlægning.

Bosætningssekretariatet sikrer kobling og koordinering mellem kommunale og private initiativer. Bosætningskoordinatoren sikrer sammen med arbejdsgruppen, at tiltagene fra handlingskataloget bliver gennemført.

Måling af indsatser og aktiviteter i årets løb med efterfølgende analyse, afrapportering og evaluering anvendes til justering/planlægning af det efterfølgende års bosætningsindsats.

Der er løbende dialog med lokalområderne og virksomhederne for at fornemme effekten af kampagner og tilrette eventuelle indsatser og kampagner. Ligeledes foretages en samlet effektmåling af branding- og marketingskampagner inden udgangen i 2021.



HVORDAN VIL VI REALISERE STRATEGIEN?

Konkret handling	2018				2019				2020				Ansvarlig	
Udarbejdelse af målgruppeanalyse herunder distribution/markedsføringsplan for kampagner.	X													Bosætningssekretariat
Udarbejdelse af handlingskatalog og programmer for 2018-19 med henblik på effektivering af strategiplanens indsatsområder. (Revideres årligt)	X			X	X			X	X				X	Bosætningssekretariat
Udarbejdelse af omdømme/brandingstrategi herunder distribution/markedsføringsplan. Grov tidsplan indeholder: 1: Opstart 2: Brandplatform 3: Markedsføringsstrategi 4: Kampagneidentitet- og koncept 5 :Udfoldelse- og færdiggørelse 6: Mediastrategi og medieindkøb 7: Lancering og drift	X	X	X	X										Bosætningssekretariat
Lokale workshop med lokalråd, foreninger og virksomheder, borgere. Formålet er at få sat fokus på Vordingborg Kommune som brand, og hvordan vi kan gå sammen om at få solgt kommunen som en attraktiv bosætningskommune. (Bidrag til handlingskataloget)	X				X				X					Bosætningssekretariat

