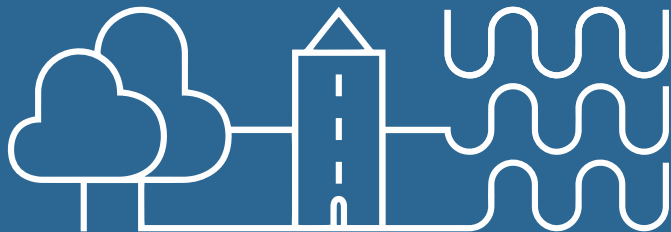




Strategiplan for

Bosætning 2018 - 2022



BOSÆTNINGINDSATSEN OG VISION 2030

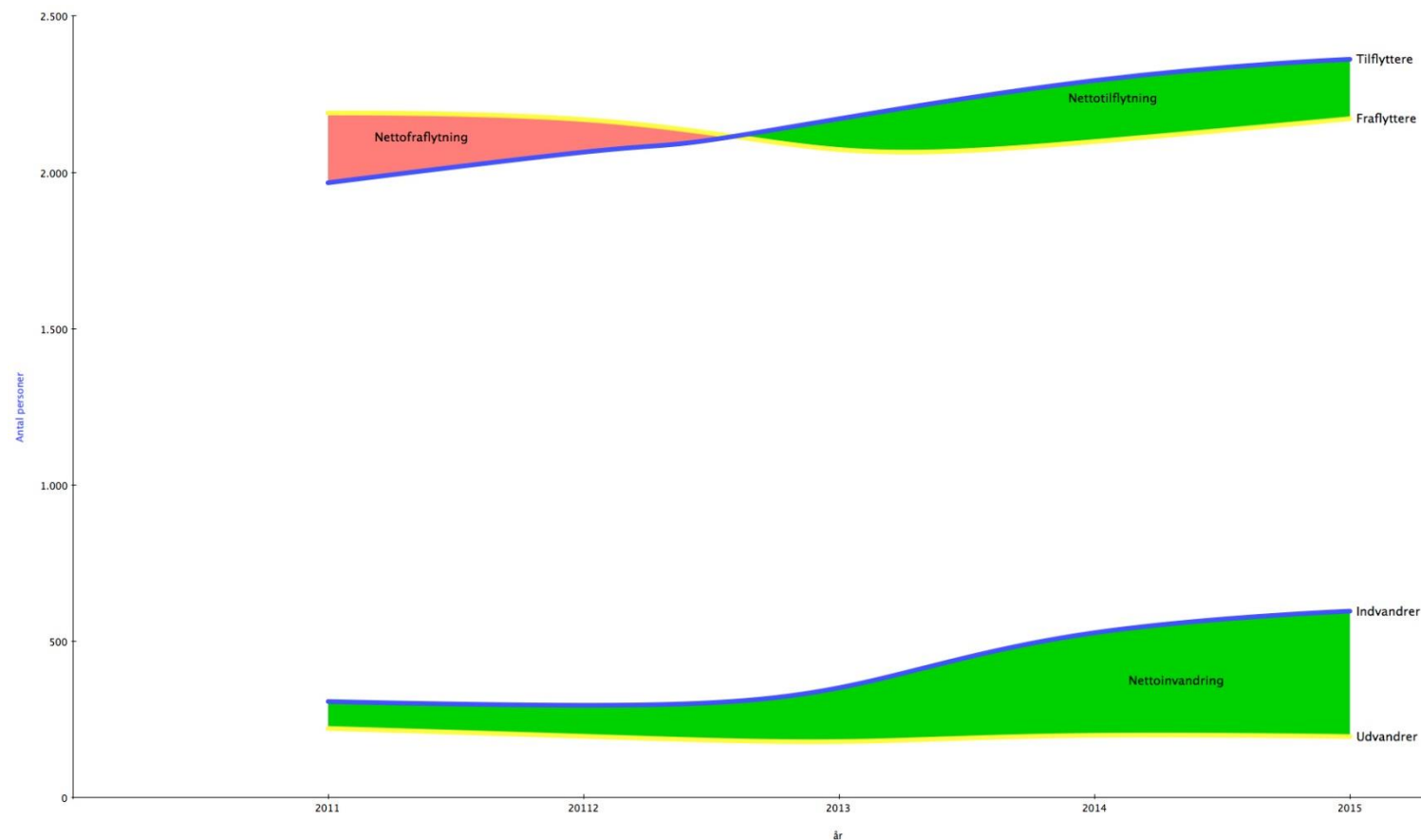
Vordingborg Kommunes Vision for 2030 italesætter at Vordingborg Kommune skal være "[...] Vordingborg Kommune er storbyens sunde og smukke forhave".

Strategiplanen for bosætning skal læses som et supplerende værktøj til de øvrige kommunale strategier, der til sammen bidrager til at skabe et godt grundlag for at kunne tiltrække og fastholde borgere.

Bosætning handler derfor både om at tiltrække og modtage nye borgere samt, at fastholde de eksisterende. Derfor er der brug for en strategi der rummer såvel indsatser omkring boligudbud, lokale ambassadører, kommunikation til nye tilflyttere, tiltrækning af erhverv og arbejdskraft, styrkelse af den gode fortælling, det frivillige foreningsliv mv. Alle delelementer der tilsammen er med til at skabe en god bosætningskommune og en stolthed omkring egnen.

Således kan bosætningsindsatsen ikke stå alene og vil være gensidig afhængig af kommunens øvrige politikker og strategiområder, herunder Erhverv, Turisme, Skole og Dagtilbud, Kultur og Fritid mv.

Nettotilflytningen til Vordingborg Kommune har været stigende inden for de seneste fem år. Bosætningsindsatsen bygger således på en generel stigning i antallet af tilflyttere til Vordingborg Kommune. I forhold til befolkningstilvæksten i Vordingborg Kommune, forventes der ligeledes en stigning i antal borgere. Befolkningstilvæksten er et resultat af en positiv nettoindvandring og en positiv nettotilflytning, der dog i nogen grad trækkes ned af et fødselsunderskud.



Kilde: Danmarks
Statistik, Kommunal
flytteanalyse for 2012 –
2016

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

Med afsæt i Vordingborg Kommunes politik for bosætning 2017, er strategiplanens målsætning:

- Nettotilflytning af antal børnefamilier stiger med 20% pr. år, svarende til ca. 10 familier årligt. *
- Borgere føler sig positivt modtaget og oplever sig integreret i lokalsamfundet.
- Flere borgere deltager aktivt i udviklingen af lokalsamfundet.
- Nettotilflytning af borgere stiger med 48% inden udgangen af 2022, svarende til ca. 260 borgere årligt. **
- Alle husstande og virksomheder har adgang til en bredbåndsforbindelse med mindst 100 Mbit/s download og 30 Mbit/s upload senest i 2022, og at der skal være god adgang til mobildækning.
- Øget koordinering og udnyttelse af forskellige offentlige transportmidler/ruter skal resultere i en øget andel af befolkningen, der benytter offentlig transport eller cykler.
- Kendskabsgraden til Vordingborg Kommune, som et godt sted at bosætte sig, øges hos de relevante målgrupper.

*Med udgangspunkt i år 2013.

**Med udgangspunkt i år 2014.

HVILKE INDSATSOMRÅDER VIL VI SÆRLIGT FOKUSERE PÅ?

Strategiplanen for bosætning identificerer seks overordnede indsatsområder:

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

Vi skal sikre en god modtagelse af potentielle tilflyttere ved hjælp af målrettet information og service til borgere der ønsker mere viden om deres muligheder for bosætning i kommunen. Det vil kræve en præcis kommunikation til potentielle tilflyttere via kampagnesites. Der udvikles et velkomstkoncept, der strækker sig fra den første informationssøgning til man bydes velkommen i kommunen.

Bag dette skal opbygges et solidt samarbejde mellem de kommunale og lokale aktører, så som ejendomsmæglere, virksomheder, lokalråd mv. Alle med en aktie i bosætning skal bidrage med en god modtagelse af nye tilflyttere og sikre at bosætning bliver en fælles opgave. Vi arbejder for en personlig og håndholdt modtagelse i lokalområderne og højt informationsniveau.

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. Vi skal sikre, at informationer om det samlede udbud af boliger og byggegrunde løftes, og der udvikles markedsføringstiltag på området.

Sigtet er, at drage nytte af de lokale styrker og skabe bæredygtige, mangfoldige bysamfund og sikre, at byerne løbende kan tilbyde de boligtyper der passer til det fremtidige boligbehov. Dette skal sikres via løbende undersøgelser af udviklingen på boligmarkedet og ved en analyse af ledige boligarealer og grunde. Der skal udvikles konkrete projekter og samarbejder om

udvikling af lokalområderne. En løbende dialog med borgere og andre lokale interessenter skal sikre, at der sker en lokal forankring.

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

Vi skal sikre et stærkt grundlag for dialog og inddragelse i nærmiljøet. Aktive borgere og virksomheder skal have udfoldelsesmuligheder til at kunne bidrage til bosætningsindsatsen som ambassadører for Vordingborg Kommune.

Vi skal arbejde for at styrke lokalområdernes identitet og selvfølelse ved at understøtte de nære ting gennem dialog og konkrete forbedringer i nærområderne. Samarbejdsformen mellem kommune og lokalområder skal revideres for at sikre en bredere inddragelse af borgere.

Indsatsområde 4: *Branding og markedsføring af Vordingborg som attraktiv bosætningskommune for borgere i alle livets faser*

Vi skal arbejde målrettet med at fremhæve den gode fortælling om Vordingborg Kommune, heriblandt livet i kommunen fra barn til ung og fra voksen til senior. Vordingborg Kommunes omdømme som et fantastisk sted at bo skal stå klart for borgere i alle livets faser.

Derfor skal kommunikationen til målgrupperne også være forskellig i såvel kanaler som budskaber alt efter hvilken målgruppe, der kommunikeres til. Kommunens fortælling er ikke alene styret af Vordingborg kommune. Derfor er det afgørende for indsatsområde 4, at de lokale og personlige fortællinger får mulighed for at udfolde sig.

Desuden skal vi være særligt opmærksom på, at kommunens unge er fremtidens tilflyttere – efter endt uddannelse. Derfor skal vi arbejde for at de husker deres opvækst som noget der er værd at vende tilbage til.

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

Stærke partnerskaber mellem kommunen, virksomheder og uddannelsesinstitutioner er afgørende, når vi skal tiltrække borgere til vores del af landet. Virksomhederne bidrager til at skabe vækst, og med gode uddannelsesmuligheder, kan vi tiltrække og fastholde unge og derved understøtte lokale virksomheder ift. de kompetencer og den arbejdskraft de efterspørger.

Vi skal også være villige til at samarbejde med andre kommuner for at sikre muligheder for vækst her på egnen, bl.a. når det handler om infrastrukturelle spørgsmål og udflytning af arbejdspladser fra hovedstadsområdet.

Der skal arbejdes på opbygning af netværk omkring bosætningsindsatsen. F.eks. via dialog med større arbejdspladser, ejendomsmæglere, boligforeninger, beboerforeninger, udbydere af grunde mv.

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 inden for kommunen og til og fra Vordingborg Kommune. Vi skal have fokus på Vordingborg Kommunes særlige position 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. Implementering af strategien påhviler derfor den samlede administration under direktionens ansvar og ledelse. Bosætningsstrategien henvender sig til alle borgere eller virksomheder med interesse for Vordingborg Kommunes fremtid.

ARBEJDS- OG STYREGRUPPE

For at sikre koordination i indsatserne etableres en bredt sammensat arbejdsgruppe samt en styregruppe. Arbejdsgruppen følger op på, 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 drive de specifikke indsatser. Dette kan være enkeltborgere, lokalråd, foreninger såvel som erhvervslivet mv. Af eksterne samarbejdspartnere kan blandt andet nævnes:

- Lokalrådene
- Foreningslivet
- Erhvervslivet
- Staten (udflytning af statslige arbejdspladser)
- Ejendomsmæglere
- Uddannelsesinstitutioner



DEN GODE FORTÆLLING OG LOKALT FORANKRET INDSATS

Bosætningsstrategien vil arbejde med indsatser "inde fra og ud" såvel som "udefra og ind". Med dette menes der, at der er fokus på at understøtte de gode lokale indsatser, igangsat af borgere/foreninger/erhvervsdrivende, samtidig med at kommunens forvaltning er igangsætter på en række indsatser. Sammen skaber vi en attraktiv bosætningskommune.

Beslutningen om at flytte bliver taget ved hjælp af råd fra venner og bekendte. Derfor er os, der allerede bor her en af de vigtige kommunikationskanaler. Derfor skal vi tage afsæt i det liv der leves og opleves i lokalområderne og hvilken positiv betydning det har for borgerne og deres syn på kommunen som bosætningssted.

Pejlemærkerne for en sådan indsats kunne eksempelvis være:

- Lokale ambassadørnetværk (mød din nye nabo).
- Et større geografisk fokus på lokalområdernes individuelle styrker – det nære, identifikation.
- Godt varieret udbud af skoler og dagtilbud.
- Lokalt forankrede kommunikationsindsatser og omdømme via viral markedsføring og "earned media".*
- Undersøgelse af byggemønstre lokalt.

**Viral markedsføring refererer til marketingteknikker, der udnytter eksisterende sociale netværk til at sprede et budskab. Earned media referere til kanaler som vi ikke selv ejer, hvor spredning opnås "organisk", når indholdet modtager anerkendelse og en følge gennem kommunikationskanaler, eksempelvis via sociale medier og mund til mund.*

MÅLGRUPPER

Børnefamilier er en særlig prioriteret målgruppe for bosætningsindsatsen.

Med et afsæt i den lokalt forankrede bosætningsindsats og lokalområdernes individuelle potentialer, vil der også blive indsatser der sigter efter et bredere segment (par/singler uden børn, +55år).

De 5 kommuner som flest tilflyttere kommer fra, er historisk set København, Næstved, Guldborgsund, Faxe og Lolland Kommune. Dette betyder, at der i bosætningsindsatsen vil være et særlig fokus på tiltrækning af borgere fra de omliggende kommuner samt de store uddannelsesbyer – særligt København.



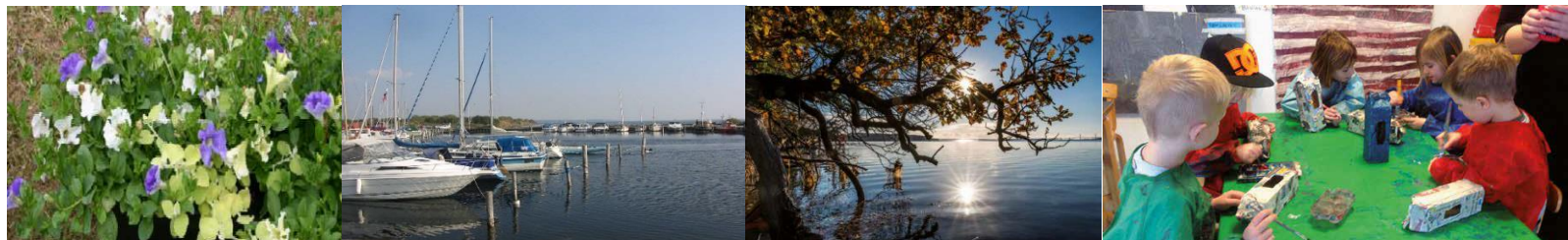
HVORDAN VIL VI FØLGE OP?

For at skabe fremdrift i bosætningsindsatsen, bliver der udarbejdet et handlingskatalog der årligt revideres for at identificere gennemførte tiltag, prioritere eksisterende og tilføje nye. Da handlingskataloget er dynamisk, vil det kunne fungere som et arbejdsredskab ifm. den årlige kommunale budgetlægning.

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

Afrapportering og evaluering af årets indsatser anvendes til justering/planlægning af det efterfølgende års bosætningsindsats via handlingskataloget.

Der søges en løbende dialog med lokalområderne, ejendomsmæglere og øvrige interessenter, for at fornemme effekten af kampagner og tilrette eventuelle indsatser. Ligeledes foretages en samlet måling af bosætningsindsatsen inden udgangen i 2022.



HVORDAN VIL VI REALISERE STRATEGIEN?

(Handleplanen suppleres af et årligt handlingskatalog der i samarbejde med eksterne samarbejdspartnere skal definere konkrete handlinger for bosætningsindsatsen. Handleplanen er således ikke udtømmende for bosætningsindsatsen men et redskab til at definere en retning.)

Handling	2018				2019				2020				2021			
Udarbejdelse af handlingskatalog og programmer med henblik på effektivering af strategiplanens indsatsområder. (Revideres årligt)		X	X			X				X				X		
Udarbejdelse af bosætningsrapport. (Dataindsamling baseret på statistikudtræk, spørgeskema og interview på til og fraflytningsmønstre, og tendenser blandt nuværende og potentielle tilflyttere.)		X				X				X				X		
Udarbejdelse af analyse af det fremtidige boligbehov.				X	X										X	X
Udarbejdelse af målgruppeanalyse /omdømmestrategi. Herunder distribution/markedsføringsplan for omdømmekampagner.		X	X	X				X				X				X
Workshop med lokalråd med henblik på bidrag til handlingskatalog.	X				X				X				X			

