

Udvalget for By og Land 2018-2021s møde den 25. maj 2020

Via skype kl. 09.00

Referat

19 - Godkendelse af dagsorden

Beslutning

Godkendt.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

20 - Trin 3: Kommunens markedsposition

Sagsfremstilling

Udvalget for By og Land skal med denne sag drøfte kommunens markedsposition på markedet for tiltrækning af tilflyttere. Viden om kommunens markedsposition skal bruges til i senere fase at fastsætte mål og handlinger i forhold til bosætningen.

Udvalget godkendte den 25. februar 2019 fremgangsmåden ved bosætningsstrategien, der består af 6 metode- og procestrin:

1. Beboeranalyse i kommune samt en til- og fraflytteranalyse
2. På baggrund af beboeranalyse, samt til- og fraflytteranalyse besluttes det om de nuværende flyttetendenser styrkes eller ændres.
3. Vurdering af kommunens markedsposition
4. Analyse af de målgrupper, der ønskes prioriteret
5. Forslag til konkrete initiativer og aktiviteter, der adskiller/differentierer Frederikssund Kommune fra konkurrerende kommuner

6. Kommunikation

En udvidet beskrivelse af den metodiske fremgangsmåde og de 6 trin samt processen for bosætningsstrategien fremgår af bilag 1. I bilag 2 ses procesplanen frem til vedtagelsen af bosætningsstrategien.

Trin 1

I 2018-2019 gennemførte Udvalget for By og Land trin 1, der handler om at få indsigt om de værdier, potentialer og kvaliteter, borgerne ser i kommunen og vægter, når der skal vælges bosted. Spørgsmålene er stillet til borgere, der har boet i kommunen i længere tid, samt til tilflyttere og fraflyttere. Se resultaterne fra trin 1 i bilag 3.

Trin 2

Ved trin 2 skal der træffes beslutning om, hvorvidt udvalget med bosætningsstrategien ønsker, at den nuværende flyttetendens i kommunen skal styrkes eller ændres.

Der skal træffes beslutning om målgruppe for bosætningsstrategien og indsatser for fremme af bosætningen.

At udvælge en eller få målgrupper indebærer ikke et fravalg af andre målgrupper, men blot at målgruppevalget er det kompas, bosætningsindsatserne planlægges efter.

På udvalgsmødet d. 27. april 2020 besluttede Udvalget for By og Land, at anbefale overfor Økonomiudvalget og Byrådet, at understøtte den flyttetendens, der allerede sker i dag og udvælge målgrupperne børnefamilier og unge voksne i alderen 25-40 år. Økonomiudvalget og Byrådet skal tage stilling til udvalgets anbefaling i maj.

Trin 3

Trin 3 i bosætningsstrategien er en vurdering af Frederikssund Kommunes position på markedet for tiltrækning af tilflyttere.

Viden om Frederikssund Kommunes markedsposition kan bidrage til, at strategiske målsætninger i bosætningsstrategien fokuseres og sætter retning for indsatser og handlinger, der kan styrke kommunens kvaliteter og tiltrække den ønskede målgruppe.

I vurderingen af kommunens markedsposition er det vigtigt at identificere de eksisterende og stedbundne værdier, der gør kommunen særlig attraktiv. Det er samtidig vigtigt at kigge på hvilke kommuner, som Frederikssund Kommune er i "konkurrence" med om tilflytterne, og hvad konkurrencekommunerne kan tilbyde. Samlet set vil det give en forståelse af, hvor kommunen har sine styrker og position på markedet. Denne viden kan danne afsæt for det videre arbejde med bosætningsstrategien.

Administrationens vurdering

Administrationen har udarbejdet et notat med en samlet SWOT-analyse, der er generel for hele Frederikssund Kommune. Se bilag 4. Indholdet i SWOT-analysen er blandt andet baseret på input fra de undersøgelser Udvalget for By og Land har gennemført siden 2018.

Kendetegnende for Frederikssund Kommune er, at uanset hvor i kommunen man befinder sig, er der kyst og natur inden for rækkevidde og gode bymiljøer med aktive lokale beboere og foreninger. Derudover er det en stor kvalitet for Frederikssund Kommune, at der findes så mange forskellige slags bymiljøer; en lang række forskellige mindre landsbyer og 4 hovedbyer med en større grad af byliv.

Administrationen anbefaler, at SWOT-analysen benyttes som videns grundlag, når der skal udarbejdes strategiske mål til bosætningsstrategien og efterfølgende til vurdering af tiltag og indsatser til handleplanen.

Administrationen fremlægger her kommunens markedsposition og SWOT-analyse med henblik på, at udvalget kan supplere med bemærkninger, herunder drøfte om der er nogle parametre i SWOT-analysen, der skal have mere fokus i det fremadrettede arbejde.

Økonomi

Center for Økonomi har ikke yderligere bemærkninger, idet det dog bemærkes, at kommunens indbyggertal har konsekvenser for såvel udgifter som indtægter.

Indstilling

Centerchefen for By og Landskab indstiller til Udvalget for By og Land, at:

1. Drøfte kommunens markedsposition og eventuelle tilføjelser til vedlagte bilag

Beslutning

Drøftet. Sagen genoptages til fornyet drøftelse i henhold til besluttede målgrupper.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Bilag 1: Bosætningsstrategi - beskrivelse af geomatic metode
- Bilag 2: Bosætningsstrategi - Proces
- Bilag 3: Opsamlende rapport
- Bilag 4: Markedsposition SWOT Frederikssund Kommune

21 - Indsatser for øget bosætning

Sagsfremstilling

Byrådet skal med denne sag drøfte udkast til pjece om kommunens kvaliteter og rammerne for en fotokonkurrence.

På Udvalget for By og Lands møde den 27. april 2020 drøftede udvalget foreløbige indsatser for bosætning. Udvalget besluttede at igangsætte:

- Udarbejdelse af hjemmesidereklame, der viser byudvikling i kommunen.
 - Styrkelse af kommunens hjemmeside, der viser hvilke boliger og grunde, som er til salg.
- Disse indsatser løftes inden for administrationens almindelige arbejdsprogram.

Derudover besluttede udvalget, at følgende sager skal forelægges udvalget:

- Udkast til pjece om kommunens kvaliteter for bosætningsstrategiens målgruppe.
- Oplæg til rammer for tilrettelæggelse og gennemførelse af en fotokonkurrence; ligeledes med udgangspunkt i bosætningsstrategiens målgruppe.

Udvalget for By og Land har indstillet til Byrådet, at målgruppen for bosætningsstrategien er de 25 - 40 årige og børnefamilier. Byrådet træffer beslutning om målgruppe i maj måned.

Pjece om kommunens kvaliteter

Administrationen har udarbejdet udkast til pjece om kommunens kvaliteter. Udkast til pjecen er vedhæftet som bilag.

Pjecen er målrettet til den målgruppe, som Udvalget for By og Land har indstillet til Byrådet; dvs. de 25 - 40 årige og børnefamilier. Emnerne i pjecen er fundet ved at se på hvilke emner, der har betydning for de 25-40 årige, der har deltaget i Udvalget for By og Lands undersøgelser. Emnerne i pjecen er "Naturskøn Kommune", "Byer for enhver smag" og "Det gode børneliv".

Lokale netværk inddrages i færdigbearbejdningen af pjecen.

Pjecen lægges på kommunens hjemmeside, og der er således ikke eksterne udgifter forbundet med produktionen.

Fotokonkurrence

Administrationen har udarbejdet et notat, der redegør for mulige rammer og fremgangsmåde ved en fotokonkurrence. Udgangspunktet for konkurrencen er, at byrådets målgruppe for bosætningsstrategien indgår i billedmaterialet. Notatet er vedhæftet som bilag.

Administrationen anbefaler, at fotokonkurrencen bliver for alle borgere, så turister, pendlere, sommerhusejere og andre med kendskab til kommunen på den måde også kan deltage i konkurrencen.

Frederikssund Fotoklub kan inddrages, evt. som en del af en dommerkomité.

På udvalgmøde d. 27. april 2020 efterspurgte udvalget en undersøgelse af, hvordan kommunen kan oprette et galleri på kommunens hjemmeside/Facebookside, hvor borgere og andre kan hente og bruge billederne.

På nuværende tidspunkt er det ikke muligt at lave en gallerifunktion på kommunens hjemmeside og det er på nuværende tidspunkt ikke muligt at prissætte udviklingen af en sådan funktion.

Administrationen fraråder at lave galleriet på kommunens Facebookside. Dette skyldes til dels, at det kun er muligt at lægge billeder på Facebook i en relativt lav opløsning. Dertil fraråder KL og Datatilsynet kommunerne at dele video og billeder med personer på Facebook, da det ikke er muligt at få en databehandleraftale med Facebook.

Det er muligt, at offentliggøre op til 10 billeder af gangen på en side på kommunens hjemmeside. Der kan laves løbende udskiftning af konkurrencebillederne på kommunens hjemmeside.

Præmier til fotokonkurrencen kan holdes for et beskedent beløb, ligesom en pjece kan udarbejdes internt og offentliggøres på kommunens hjemmeside og Facebook, og dermed kan udgiften afholdes inden for administrationens driftsbudget.

Såfremt udvalget ønsker yderligere tiltag, der ikke kan afholdes inden for administrationens driftsbudget, så skal der udarbejdes en finansieringssag til Økonomiudvalget og Byrådet, idet udvalget er et rådgivende udvalg, hvortil der ikke er afsat driftsmidler.

Økonomi

Center for Økonomi har ikke yderligere bemærkninger, idet det dog bemærkes, at tilflytning af 25-40 årig med børn påvirker såvel udgifter som indtægter.

Indstilling

Centerchefen for By og Landskab indstiller, at Udvalget for By og Land over for Økonomiudvalget og Byrådet anbefaler, at:

1. Igangsætte fotokonkurrencen
2. Godkende, at udkast til indhold i pjece danner ramme for færdigbearbejdning

Beslutning

Indstillingspunkt 1:

Godkendt, idet der alene er tale om en fotokonkurrence i henhold til udvalgets mandat. Konkurrencen afholdes efter gældende dataregler og –aftaler.

Indstillingspunkt 2:

Anbefales videresendt til Økonomiudvalget og Byrådet.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Pjece om kommunens kvaliteter
- Rammer for fotokonkurrence

22 - Meddelelser

Sagsfremstilling

- Udvalgets kommissorie
- Årshjul
- Administrationen har igangsat tilretning af kommunens hjemmeside, henholdsvis reklame der

viser byudviklingsaktiviteter i kommunen og styrkelse af kommunens hjemmeside, der viser hvilke boliger og grunde, som er til salg, som blev besluttet på udvalgmøde den 27. april 2020.

Beslutning

Taget til efterretning

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Kommissorium - Udvalget for By og Land
- Årshjul 2020 for Udvalget for By og Land