

# Udvalget for By og Land 2018-2021s møde den 31. august 2020

Silkeborg Kommune, Søvej 1, 8600 Silkeborg kl. 12.00

## Referat

### 27 - Godkendelse af dagsorden

#### Beslutning

Godkendt.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

### 28 - Forberedelse af inspirationstur til Silkeborg Kommune

#### Sagsfremstilling

Udvalget for By og Land skal med denne sag forberede sig til inspirationstur til Silkeborg Kommune, der finder sted den 31. august 2020 (program er vedlagt som bilag 8)

Silkeborg Kommune brander sig først og fremmest gennem bosætningskampagnen og hjemmesiden "Silkeborg Kalder" med undersloganet "Silkeborg har alt - vi mangler bare dig".

På hjemmesiden [www.silkeborgkalder.dk](http://www.silkeborgkalder.dk) har kommunen flere forskellige undersider om job, bolig, børn, natur & fritid, nye venskaber, mød tilflytterne og lokalområderne.

På undersiden om job kan man læse, hvor langt tidsmæssigt der er fra Silkeborg til omkringliggende byer med mange jobmuligheder, finde links til nyttige sider for tilflyttere i forbindelse med jobsøgning og læse om, hvilke muligheder, der er for iværksætter i kommunen.

På undersiden om bolig kan man se hvilken besparelse, der vil være ved at købe bolig i Silkeborg kontra Aarhus. Dertil kan man på boligsiden læse om hvilke boliger, der er til salg i Silkeborg.

På undersiden om børn kan man læse om pasningsgaranti, og hvor hurtigt det er muligt at få anvist en pasningsplads. Man kan også læse om mulighederne for aktivitet, og netværk under barsel.

På undersiden om natur & fritid beskrives kulturlivet, naturen og hvilke muligheder, der er for at bruge naturen til sportsaktiviteter.

På undersiden om nye venskaber kan man læse om 'Silkeborg Kalder's pigepanel, som består af over 900 kvinder i alderen 20-40 år, der laver aktiviteter og tager imod tilflyttere med åbne arme. På undersiden 'mød tilflytterne' er der videoer af en række børnefamilier, der har valgt at flytte til Silkeborg. På undersiden om lokalområderne, er der beskrivelser og billeder af lokalområderne i kommunen.

Derudover har Silkeborg Kommune også hjemmesiden [www.grundeisilkeborg.silkeborg.dk](http://www.grundeisilkeborg.silkeborg.dk), hvor Silkeborg Kommune udbyder grunde til salg.

Bosætningskampagnen "Silkeborg Kalder" har eksisteret gennem en længere årrække, og i 2016 var kampagnen på tur i Aarhus og Aalborg. Børnefamilier var inviteret forbi torvepladser i henholdsvis Aarhus og Aalborg, hvor kommunen med hjælp fra børnefamilier i Silkeborg, havde samlet det bedste Silkeborg havde at byde på for at minde folk om muligheden for at flytte til Silkeborg. Se nyhed i vedhæftede bilag 6.

Administrationen har udarbejdet en liste med spørgsmål relateret til Silkeborg Kommunes arbejde med bosætning, som udvalget kan finde inspiration i. Se listen i vedhæftede bilag 7.

Der er også vedhæftet publikationer fra de andre kommuner, som udvalget skal på inspirationstur til.

## Økonomi

Center for Økonomi har ingen bemærkninger.

## Indstilling

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

1. Drøfte spørgsmål til inspirationsturen til Silkeborg Kommune

## Beslutning

Drøftet.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Bilag 1 Bosætningspolitik Odsherred
- Bilag 2 Bosætning i Odsherred - baggrundsnotat
- Bilag 3 Halsnæs Vision 2030
- Bilag 4 Lejre Kommune - Vores Sted
- Bilag 5 Lejre Kommune - Landsbyvisionarium
- Bilag 6 Silkeborg Kalder på tur til Aarhus
- Bilag 7 Inspiration til spørgsmål til Silkeborg Kommune
- Bilag 8 Program for inspirationstur til Silkeborg

29 \_ Trin 3: Kommunens markedsposition

## Sagsfremstilling

Udvalget for By og Land skal med denne sag godkende, at Frederikssund Kommunes markedsposition på markedet for tiltrækning af tilflyttere indgår som en del af vidensgrundlaget i det videre arbejde med bosætningsstrategien. Dette er Trin 3 i den besluttede proces.

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

1. Beboeranalyse i kommunen samt en til- og fraflytteranalyse
2. På baggrund af beboeranalyse, samt til- og fraflytteranalyse besluttes det om de nuværende flyttetendenser skal 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. Det skal bemærkes, at trin 1-4 omhandler analyser og grundlag for arbejdet med indhold bosætningsstrategien, mens trin 5 og 6 løftes i det efterfølgende arbejde med handleplan for den besluttede bosætningsstrategi.

Udvalget behandler med sag 29 den første disposition for indhold i 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

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

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 anbefalede på deres møde d. 13. maj 2020 også Udvalget for By og Lands indstilling. På Byrådsmødet d. 27. maj 2020 tiltrådte Byrådet Udvalget for By og Lands indstilling.

Det vil sige, at målgrupperne for bosætningsstrategien og indsatser for fremme af bosætning er børnefamilier og unge voksne i alderen 25-40 år.

### Trin 3

Trin 3 indeholder 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 hvilken markedsposition kommunen har. Denne viden kan danne afsæt for det videre arbejde med bosætningsstrategien.

#### Trin 4

Trin 4 indeholder en analyse af den målgruppe, som blev valgt i trin 2. Se bilag 4.

Målgruppeanalysen peger på, at der skal fokuseres på at tiltrække de udvalgte målgrupper fra kommuner på Sjælland i nærheden af Frederikssund Kommune, da der allerede sker en naturlig tilflytning til Frederikssund Kommune herfra. Analysen viser også, at der er et stort potentiale i at tiltrække endnu flere beboere fra målgruppen til kommunen. Overvejelser om hvilke medieplatforme, som målgruppen skal mødes på afventer handleplanen til bosætningsstrategien. Målgruppeanalysen blev godkendt på møde i Udvalget for By og Land d. 22. juni 2020.

#### Administrationens vurdering

Som administrativt redskab til analyse af kommunen markedsposition, er der udarbejdet en SWOT-analyse for Frederikssund Kommune. Indholdet i SWOT-analysen er blandt andet baseret på input fra de undersøgelser, Udvalget for By og Land har gennemført siden 2018. SWOT-analysen fremgår af bilag 5.

Kendetegnet 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 mange forskellige bymiljøer; en lang række forskellige mindre landsbyer og 4 hovedbyer med en større grad af byliv. Frederikssund Kommune har derudover et godt boligmarked med gode priser og en fred, ro og stilhed, som mange søger. Samtidig er Frederikssund Kommune en del af Hovedstadsregionen, hvor der er kort vej til et bredt arbejdsmarked, uddannelsesmuligheder, oplevelser mv. Det samme gør sig også gældende for mange af Frederikssund Kommunes nabokommuner. Det er derfor vigtigt, at Frederikssund Kommune sætter fokus på synliggørelse af de kvaliteter, som er unikke for Frederikssund.

Tidligere undersøgelser har vist, at de nævnte kvaliteter også er de parametre, som har mest betydning, når målgruppen 25-40 årige og børnefamilier søger bosted.

Frederikssund Kommunes markedsposition defineres derfor ved de stedsbunde kvaliteter og rammer, der udgør de stærkeste trækplastre for bosætning i Frederikssund Kommune.

Med afsæt i SWOT-analysen opsummeres Frederikssund Kommunes markedsposition som:

- Unik beliggenhed og adgang til natur og hele 3 kyststrækninger
- Både land- og bysamfund med gode boliger til fornuftige priser
- Attraktive lokalsamfund med lokale ildsjæle og gode muligheder for aktivt fritidsliv
- Plads til bolig- og erhvervsudvikling i nye moderne bydele
- Skoler og institutioner i by og land
- Varieret handelsliv i flere af kommunens byer
- Gode forbindelser og nem adgang til regionalt arbejdsmarked og uddannelse i Hovedstadsregionen.

Administrationen anbefaler, at Frederikssund Kommunes markedsposition, som fremgår af bilag 6, indgår som en del af vidensgrundlaget i det videre arbejde med strategiske mål i bosætningsstrategien.

## Økonomi

Center for Økonomi har ingen bemærkninger.

## Indstilling

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

1. Godkende, at markedspositionen jf. bilag 6 indgår som grundlag for videre arbejde med bosætningsstrategien.

## Beslutning

Godkendt med de faldne bemærkninger.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Bilag 1: Bosætningsstrategi - beskrivelse af geomatic metode
- Bilag 2: Bosætningsstrategi - Proces
- Bilag 3: Opsamlende rapport
- Bilag 4: Målgruppeanalyse
- Bilag 5: SWOT-analyse

- Bilag 6: Frederikssund Kommunes markedsposition

## 30 - Disposition for bosætningsstrategi

### Sagsfremstilling

Udvalget for By og Land skal med denne sag drøfte den foreløbige disposition for bosætningsstrategien, som ramme for det videre arbejde med strategien.

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

1. Beboeranalyse i kommunen samt en til- og fraflytteranalyse
2. På baggrund af beboeranalyse, samt til- og fraflytteranalyse besluttes det om de nuværende flyttetendenser skal 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.

Udvalget for By og Land har arbejdet sig igennem trin 1-4, der er grundlaget for selve udarbejdelsen af bosætningsstrategien. Vidensgrundlaget for udarbejdelse af strategien fremgår af bilag 2. Trin 5 og 6 relaterer sig til handleplanen for bosætningsstrategien, hvorfor trin 5 og 6 først vil blive behandlet i 2021, hvor arbejdet med handleplanen påbegyndes.

Procesplanen frem til vedtagelsen af bosætningsstrategien kan ses i bilag 3.

Den 27. maj 2020 besluttede Byrådet, at målgruppen for bosætningsstrategien skal være 25-40 årige og børnefamilier. Administrationen har derfor taget udgangspunkt i denne målgruppe i udarbejdelsen af dispositionen for bosætningsstrategien.

Dispositionen for bosætningsstrategien består af et udkast til struktur og foreløbige stikord til indhold. Dispositionen skal danne ramme og retning for det videre arbejde med strategiens indhold. Dispositionen kan ses i vedhæftede bilag 4.

I dispositionen er der lagt vægt på hvilke emner, der har betydning for målgruppen 25-40 årige og børnefamilier, når de skal flytte og vælge bosted.

Indhold og emner er fundet i målgruppeanalysen, der bygger på de undersøgelser og den inddragelse Udvalget for By og Land har lavet i 2018-2020.

Med denne foreløbige disposition bedes udvalget forholde sig til de indledende bud på strategiske mål og indsatser, og godkende dispositionen som afsæt for det videre arbejde med bosætningsstrategien. Dispositionen vil herefter blive bearbejdet, og udvalget vil blive præsenteret for et uddybet oplæg til indhold på næste udvalgmøde.

## Økonomi

Center for Økonomi har ingen bemærkninger.

## Indstilling

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

1. Godkende foreløbig disposition for bosætningsstrategi

## Beslutning

Godkendt.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Bilag 1: Bosætningsstrategi - beskrivelse af geomatic metode
- Bilag 2: Opsamlende rapport
- Bilag 3: Bosætningsstrategi - Proces
- Bilag 4: Bosætningsstrategi disposition

31 \_ Meddelelser

## Sagsfremstilling

- Udvalgets kommissorie
- Årshjulet
- Status på udarbejdelse af pjece om kommunens kvaliteter: Administrationen har på nuværende tidspunkt indhentet citater om hovedbyerne fra 2 ud af 4 lokale netværk. Administrationen



afventer fortsat en tilbagemelding fra Frederikssund Nyt Initiativ og Slangstrup City og Erhvervsforening.

## Beslutning

Taget til efterretning.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

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