

# Udvalget for By og Land 2018-2021s møde den 22. juni 2020

Via Skype kl. 09.00

## Referat

### 23 - Godkendelse af dagsorden

## Beslutning

Godkendt.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

### 24 - Trin 3: Kommunens markedsposition

## Sagsfremstilling

Udvalget for By og Land skal med denne sag orienteres om 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 man 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 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 på vejen mod 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 hvilken position på markedet kommunen har. 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. 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.

### Supplerende sagsfremstilling den 22. juni 2020

På udvalgets møde d. 25. maj 2020 besluttede Udvalget for By og Land, at der skal udarbejdes en supplerende sagsfremstilling til sagen om kommunens markedsposition.

Frederikssund Kommune har storslået natur, fjord, 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, hvilket giver anledning til 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 den udvalgte målgruppe, 25-40 årige og børnefamilier, søger, når de skal bosætte sig.

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

Markedspositionen kan således opsummeres til at basere sig på følgende kvaliteter og rammer:

- 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.

Med afsæt i de stedsbundne kvaliteter og markedsposition har Frederikssund Kommune en enestående mulighed for at skabe en klar og samlet identitet for kommunen, som driver for styrkelse af bosætningen.

Administrationen anbefaler, at det videre arbejde med strategi for bosætning baseres på kommunens markedsposition med de nævnte parametre, for på den måde at sikre en fokuseret tilgang til den fremadrettede indsats for bosætning.

Administrationen har tilrettet SWOT-analysen i bilag 4, så der nu er mere fokus på de unikke og specielle kvaliteter i Frederikssund Kommune samt fokus på den udvalgte målgruppe.

## Økonomi

Center for Økonomi har ingen yderligere bemærkninger.

## Indstilling

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

1. Den i sagen angivne markedsposition indgår i det videre arbejde med bosætningsstrategien

## Beslutning

SWOT analysen tilrettes med de faldne bemærkninger. Sagen fremlægges til fornyet behandling.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Bilag 1: Bosætningsstrategi - Proces
- Bilag 2: Bosætningsstrategi - Proces
- Bilag 3: Opsamlende rapport
- Bilag 4: Markedsposition SWOT Frederikssund Kommune

25 . Trin 4: Målgruppeanalyse

## Sagsfremstilling

Udvalget for By og Land skal med denne sag drøfte målgruppeanalysen af målgruppen udvalgt i trin 2.

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 man 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 udvalgsrådet den 27. april 2020 besluttede Udvalget for By og Land, at anbefale over for 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 den 13. maj 2020 også Udvalget for By og Lands indstilling. På Byrådsmødet den 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 på vejen mod 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.

### Trin 4

Ved trin 4 skal der udarbejdes en analyse af den udvalgte målgruppe i trin 2.

Målgruppeanalysen skal klarlægge, hvor målgruppen bor i dag samt hvor mange der er potentielle tilflyttere til kommunen.

Analysen skal derudover undersøge hvilke medieplatforme, som kommunen kan møde målgruppen på og skabe en forståelse for hvilke parametre, der er vigtige for målgruppen i forbindelse med flytning.

### Administrationens vurdering

Administrationen har udarbejdet en målgruppeanalyse, der besvarer ovenstående spørgsmål. Den fulde målgruppeanalyse kan ses i 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.

Det anbefales, at overvejelser om hvilke medieplatforme, som målgruppen skal mødes på, afventer handleplanen til bosætningsstrategien som udarbejdes i 2021. På baggrund af Udvalget for By og Lands tidligere undersøgelser er det muligt at udlede, hvad der er vigtigt for de udvalgte målgrupper i forbindelse med en flytning. Særligt vigtigt er naturen, boligen, boligpris/lejeudgifter, byliv og indkøbsmuligheder, sport og fritidsaktiviteter samt skole og daginstitutioner. Derudover har kollektiv transport, nærheden til familie og venner, job- og uddannelsesmuligheder samt digital infrastruktur også betydning for målgruppen i forbindelse med flytning. De sidstnævnte er dog ikke dem, der har størst betydning. Administrationen anbefaler, at viden om, hvad målgruppen finder vigtigt i forbindelse med en flytning bruges i udarbejdelsen af bosætningsstrategien og den efterfølgende handleplan.

### Økonomi

Center for Økonomi har ingen yderligere bemærkninger.

### Indstilling

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

1. Målgruppeanalysen drøftes og indgår i det videre arbejde med bosætningsstrategien.

### Beslutning

Godkendt.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

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

26 - Meddelelser

## Sagsfremstilling

- Udvalgets årshjul
- Udvalgets kommissorie
- Plan for udvalgets møder og inspiration til bosætningsstrategien

## Beslutning

Taget til efterretning.

Fraværende:

Lars Thelander Bostrøm (O)

- Kommissorium - Udvalget for By og Land
- Årshjul 2020 for Udvalget for By og Land - juni
- Plan for Udvalget for By og Lands møder og inspiration til bosætningsstrategien