



Pilotprojekt i henhold til Ringkøbing-Skjern Kommunes marketingstrategi og handlingsplan om øget profilering og bosætning i Videbæk

Formål:

Ringkøbing-Skjern Kommune (RKSK) ønsker i samarbejde med borgere i Videbæk at sætte byen på landkortet og øge bosætningen i byen. Erfaringerne fra pilotprojektet skal bruges i det videre bosætningsarbejde i andre områder af RKSK.

Organisering

Der nedsættes en styregruppe, som er bindeled mellem borgergrupperne og RKSK. Styregruppen består af tre repræsentanter fra borgergrupperne i Videbæk, to repræsentanter fra RKSK og en deltids- og korttidsansat projektmedarbejder i RKSK.

Styregruppens referater, samarbejdsaftale og øvrigt udarbejdet materiale i projektet offentliggøres på kommunens hjemmeside, herunder <https://www.rksk.dk/om-kommunen/centerbyer--landsbyer-og-landdistrikter>. Dermed kan dette fora styrke videndeling i forhold til de aktive borgergrupper i Videbæk og i forhold til kommende profileringsprojekter i andre dele af RKSK.

Alle indsatser og events skal være forankret hos borgergrupperne i Videbæk således at disse lever videre i fremtiden efter afslutningen af denne et-årige projektperiode med understøttelse af den korttidsansatte deltidsmedarbejder til arbejdet.

Styregruppen udarbejder en procesplan/handlingsplan for alle indsatser, igangværende og up coming.

Mål

Mål med pilotprojektet er helt konkret at få flere tilflyttere til Videbæk og færre fraflyttere fra området. For året 2018 er målet for antal tilflyttere 550 og antal fraflyttere 490. Sammenligningsgrundlaget er 2016, hvor antal tilflyttere var 533 og antal fraflyttere var 519.

Hvor er vi i dag?

Videbæk har gennem de senere år formået at få flere grupperinger i byen til at arbejde sammen om forskellige projekter, hvoraf mange er lykkedes succesfuldt, bl.a. et madpakkehus. Det er Videbæk Udviklingsforum, en arbejdsgruppe nedsat under Videbæk Borgerforening og Videbæk Handel og Erhverv, der har været initiativtager og overordnet tovholder på projekterne. RKSK har i løbet af 2015/16 udarbejdet en marketingstrategi og handlingsplan for profilering og bosætning i kommunen. I henhold til handlingsplanen er Videbæk udpeget som et pilotprojekt og Kommunikations- og Brandingbureauet Stagis A/S har i sensommeren udfærdiget en antropologisk undersøgelse af Videbæk og i den peget på Videbæks styrker, svagheder samt udfordringer og muligheder i forhold til de 20-26 åriges livssituation. Også denne rapport lægges op sammen med øvrigt relevant materiale på kommunens hjemmeside.

Videbæks potentialer bl.a. i kraft af de aktiviteter, der er i byen i dag, byens geografiske placering i den østlige del af RKSK, tæt på hovedvej, motorvej og arbejdspladser skal udnyttes.

Hvad vil vi opnå?

- At flere bosætter sig i Videbæk jf. ovenstående mål.
- At få profileret Videbæk målrettet overfor en i fællesskab defineret målgruppe.
- At organisere Videbæk med henblik på at sikre, en ensrettet kommunikation og koordineringen af byens projekter.
- At få skabt en lokal gruppe af markedsførings- og kommunikationsstærke borgere.

- At få profileret Videbæk gennem årlige stærke events, ved både at udvikle nye og videreudvikle på eksisterende events med potentiale i.
- At gøre unge Videbæk borgere stolte af byen, så de fungerer som ambassadører for byen, når de flytter f.eks. for at tage en videregående uddannelse og samtidig give dem lyst til at vende tilbage efter endt uddannelse.
- At klæde en gruppe af borgere i Videbæk på til at kunne fundraise.
- At have et fora for at drøfte øvrige forbedringer i Videbæk – herunder fysiske forbedringer.

Hvad skal der til?

- Der skal ansættes en deltids projektmedarbejder i RKSK i op til et år.
- Den nye organisering af de forskellige indsatser i Videbæk skal være udgangspunktet for det koordinerende arbejde af de forskellige grupperinger og indsatser.
- Der skal udarbejdes en handlingsplan for bl.a. direct marketing, sociale medier, lokale ambassadører m.v., som skal iværksættes og effektueres overfor den valgte målgruppe.
- Der skal etableres en kommunikationsgruppe, som skal udføre og trænes i håndteringen af forskellige sociale medier og effektmålingen deraf.
- Der skal udarbejdes en handlingsplan for hvilke events, der kan profilere Videbæk, og hvordan de løbende og fremtidig kan udvikles.
- En gruppe af borgere i Videbæk skal trænes i at fundraise med udgangspunkt i konkrete projekter.
- De unge borgere i Videbæk skal involveres og inddrages på deres præmisser.

Hvordan skal indsatsen forankres?

Pilotprojektet skal forankres, så det sikres, at indsatserne forsætter og lever videre, når RKSK trækker sig ud af pilotprojektet og kan gentages år efter år. Kommunikationsgruppen undervises af projektmedarbejderen i at arbejde med målrettet kommunikation, der er med til at brande Videbæk, så gruppen kan varetage kommunikationen efter den et årige projektperiode. Der skal fremover stadig være et samspil med kommunens profilerings- og bosætningsmedarbejdere.

Styregruppe:

Jørgen Ladekjær, fmd. Videbæk Udviklingsforum

Jette Clausen, fmd. Videbæk Handel og Erhverv

Jan Holm, fmd. Videbæk Borgerforening

Ann Elisabeth Bjerrehøj (RKSK), teamleder, Ekstern Udvikling

Margrete Møller Sørensen (RKSK), marketingkoordinator, Ekstern Udvikling

Projektmedarbejder (RKSK)

Herudover bør **forskellige foreninger ad hoc tænkes ind**, hvor det er relevant:

<http://videbaek.dk/foreninger>

Ressourcer

Økonomisk vil RKSK i pilotprojektperioden lønne en deltids projektmedarbejder i op til et år. RKSK stiller endvidere sparring og rådgivning hos kommunens marketings- og bosætningssekretariat til rådighed. Herudover vil RKSK være behjælpelige med at undersøge mulighederne for 1-3 praktikansættelser af relevante studerende så indsatserne i pilotprojektperioden bliver forstærket og optimeret. Alt sammen i forventning om, at borgerne i Videbæk bakker op om pilotprojektet i form af frivillig arbejdskraft.

RKSK finansiering og deltagelse i pilotprojektet er 1-årigt. Målet med projektet er, at det kører 1-3 år, selvom RKSK projektmedarbejder kun er med et års tid.