



Lemvig Kommune

Strategi for Bosætning

Bosætningsstrategi for
Lemvig Kommune 2019-2022

Om vision, politik og strategi i Lemvig Kommune

Denne strategi tager udgangspunkt i Lemvig Kommunes vision:

**“Vi er stolte af vore forpligtende fællesskaber.
I dem udviser vi handlekraft og vilje til at tænke nyt for at skabe bæredygtig udvikling.”**

Lemvig Kommunes vision er en ledestjerne, der sætter retningen for kommunen i fremtiden og sikrer, at vi fastholder en langsigtet kurs. Visionen tager afsæt i kommunens styrker og potentialer, så vi fremmer og fremtidssikrer en stærk kommune.

Visionen bliver uddybet nærmere i Lemvig Kommunes tre politikker:

- Politik for børn, voksne og ældre
- Politik for erhverv, natur og infrastruktur
- Politik for fritid, frivillighed og sundhed

Visionen og de tre politikker er det fælles udgangspunkt for alle strategier i Lemvig Kommune. På den måde sikres, at alle enheder arbejder mod det samme mål, med udgangspunkt i det samme borgersyn. Borgere vil derfor også opleve, at lige meget om man er i kontakt med en skole, børnehave eller ældrecenter, så er udgangspunktet det samme.

Baggrund

Lemvig Kommune har i de senere år haft en fald i antallet af borgere. Tendensen kan meget forsimplet koges ned til: Der er fødes for få børn i forhold til det naturlige frafald pga. dødsfald. Samtidig sker der en stor fraflytning af unge, der flytter i studieårene og ikke kommer tilbage efter endt studie.

Med udgangspunkt i den nærhed og tryghed vores fællesskaber og rige foreningsliv tilbyder, vil vi tiltrække borgere. Lemvig Kommune skal på landkortet, som et sted, hvor vi er fælles om at trække i samme retning, og hvor man kan finde det gode liv både i vores byer og i landdistrikterne.

Alle aktiviteter er bosætningsaktiviteter

I Lemvig Kommune er bosætning integreret i alle kommunens aktiviteter, da bosætning er en kompleks størrelse. Bosætningstendensen påvirkes og udfordres af mange forskellige elementer såsom: Arbejdspladser, infrastruktur, boligforhold og priser, naturen, kulturen, iværksættelsesmuligheder, børneinstitutionerne og de eksisterende netværks evne til at åbne sig op og byde velkommen.

Lemvig Kommune vil via tværgående aktiviteter arbejde videre med at skabe sig en unik identitet, som afspejler Lemvigs historie og nutid. Og som samtidig skal pege ind i fremtiden. Identiteten skal være med til at sætte retningen for kommunens aktiviteter, og har til formål, at skabe bosætning, erhvervsudvikling, samt attraktive omgivelser og muligheder for borgerne.

Samarbejder med nabokommunerne på udvalgte indsatser søges, hvis det kan geare effekten af investeringen.

Målgruppe.

Bosætningsaktiviteterne skal tilpasses en målgruppe, som det er attraktivt og realistisk, at påvirke til at flytte til området.

Overordnet ønsker kommunen derfor, at tiltrække unge mennesker i aldersgruppen 25-40 gerne med børn eller drømmen om at få børn. For at målrette bosætningsaktiviteterne og øge effekten af aktiviteterne, så skal deltagelsesgraden på målgruppedefinitionen løbende udbygges og målgruppen skal evt. afgrænses. F.eks. med geografi; uddannelse; køn, mv.

Fokusområde 1 – Bosætning som en salgsproces

Med udgangspunkt i målgruppen, skal vi aktivt gøre Lemvig Kommunes herligheder tydelige. For at øge effekten af de enkelte bosætningsaktiviteter, så vil der blive arbejdet med aktiviteter, der tager hensyn til og har respekt for, at målgruppen skal igennem en beslutningsproces. Derfor vil aktiviteterne blive tilpasset et udvalgt stadie i målgruppens beslutningsproces. Der vil samtidig løbende blive taget stilling til indsatsen i de enkelte stadier – Har indsatsen den forventede effekt? Skal der flere indsatser til? Forventninger til det enkelte stadie (Økonomi kontra effekt); prioritering af nogle stadier frem for andre osv.

Formålet med den samlede sum af aktiviteter er at bekræfte de potentielle nye borgere i målgruppen i at Lemvig Kommune er det rigtige valg og samtidig understøtte processen imod en beslutning om tilflytning.



Indsatser

- **Løbende kvalificering af målgruppe** med en prioriteret afgræsning for at sikre mest mulig værdi for pengene. Erhvervslivets behov for arbejdskraft tages i betragtning.
- **Systematisk arbejde med tiltrækning af nye borgere**
Arbejdet med bosætningsaktiviteter og – markedsføring tager udgangspunkt i en tilpasset salgstragt – Herefter benævnt som bosætningstragten (se visualisering til venstre).

Fokusområde 2 – Kendskabsskabende aktiviteter

De kendskabsskabende aktiviteter skal målrettes den del af målgruppen, som endnu ikke har kendskab nok til området til overhovedet, at overveje at placere sit kommende hjem eller andet hjem i Lemvig Kommune.

Det skal undersøges, om de eksisterende gode indsatser danner grundlag for at prioritere én retning / ét tema for Lemvig Kommune. En retning som Lemvig Kommune skal være kendt for og som kan skabe en unik tydelig identitet, som man er stolte af som borgere. Om muligt skal den prioriterede retning gennemsyre alle handlinger, strategiske satsninger, byplanlægning, kulturstrategi, strategiske events, mv. som Lemvig Kommunes organisation deltager i.



Indsatser

- **Turismeaktiviteter og –markedsføring som første kendskab til Lemvig Kommune.**
Indsatsen skal gøres intelligent, da Målgruppen ikke er modtagelig over for bosætningsaktiviteter som turist, men turistoplevelsen er for mange, det første kendskab til Lemvig Kommune.
- **Events** – Koordinerede events på tværs af kommunen
- **Viderebygning på Image aktiviteterne**
Det skal vurderes om satsningen bør udvides til at være mere gennemgående i kommunens generelle retning. Skal der evt. fokuseres mere på ét af sporene? Formålet med indsatsen er at skabe en unik identitet for Lemvig Kommune, som kan skabe bosætning, arbejdspladser, samt attraktive omgivelser og muligheder for borgerne. Spor: Klima & Energi; Fødevarer, Det maritime (havne mv.), samt visionen om en bæredygtig udvikling for Lemvig Kommune.
- **Målrettet placering af gode historier, via kampagner på sociale medier** med efterfølgende aktivering af relevante dele af Lemvig.dk eller andre kanaler, der kan forsyne målgruppen med flere gode historier fra området.

Fokusområde 3 – Interesseskabende aktiviteter

De interesseskabende aktiviteter skal målrettes den del af målgruppen, der har vist interesse for Lemvig Kommune eller som har en relation til området, men som ikke er i reelle overvejelser om at flytte til Lemvig Kommune.

Formålet med aktiviteterne er dermed at sikre, at interessen for Lemvig Kommune, som område, bevares, sådan at en overvejelse om at flytte til Lemvig Kommune kan komme på tale på sigt.

Generelt gælder det, at det skal være let for målgruppen at blive mere interesseret i området og let at få mere information.



Indsatser

- **Målrettet placering af gode historier, via kampagner på sociale medier.** Kampagnerne skal sikre besøgende til relevante dele af Lemvig.dk eller andre kanaler, der kan forsyne målgruppen med flere gode historier, information om aktiviteter og mere information om området. Der bygges videre på eksisterende image spor: Klima & Energi; Fødevarer, Det maritime (havne mv.).
- **Job i Vest** skal bruges til at give indblik i områdets virksomheder og karrieremulighederne i området.
- **Vi vil så gerne have jer tilbage...** Aktiviteter målrettet unge, der enten er fraflyttet Lemvig Kommune eller som har en anden relation til området.
- **Ungeambassadører i udvalgte byer**
- **Du kunne være hjemme nu... Aktiviteter målrettet dem der pendler** til virksomheder i Lemvig Kommune, herunder Lemvig Kommunes egne medarbejdere.

Fokusområde 4 – Overvejelse

Aktiviteter målrettet den del af målgruppen, der gør sig konkrete overvejelser om at flytte til Lemvig Kommune og som aktivt søger mere viden.

Det skal være let at få de informationer, der er relevante, når man går med overvejelser om at flytte til Lemvig Kommune. Det skal være let at navigere på tværs af informationskanaler.



Indsatser

- **Udbygning af online information til potentielle tilflyttere.**
- **Velkommen til... at lære mere..**
Det skal være let få indblik i det gode liv i Lemvig Kommune. Når en potentiel kommende borger har brug for dybdegående information om livet i Lemvig Kommune, så skal personlig dialog være et nemt og tydeligt alternativ til online informationssøgning. Den personlige dialog skal gives via eksisterende bosætningskonsulenter og borgere, der frivilligt er ambassadører.
- **Tilflytterambassadører**
Aktivering af frivillige borgere, der personlig vil fortælle om at bo i området

Fokusområde 5 – Tilflytning

Aktiviteter målrettet den del af målgruppen, der nyligt er flyttet til Lemvig Kommune.

Det skal være let at få de informationer, der er relevante, for at komme i gang med det gode liv i Lemvig Kommune. Det skal være let at navigere på tværs af informationskanaler.



Indsatser

- **Udbygning af online information til både danske og udenlandske tilflyttere.**
- **Velkommen til...**
Den personlige dialog mellem tilflytter og kommune prioriteres. Ligesom kommunen vil skabe kontakten mellem tilflyttere og borgere, der frivilligt er ambassadører.
- **Årlig tilflytter arrangement**
- **Velkomstpakker og velkomstbrev til nye borgere.**

Fokusområde 6 – Fastholdelse

Aktiviteter målrettet borgere, der er flyttet til Lemvig Kommune inden for den nærmeste årrække, samt borgere, som er den del af den gruppe borgere, som defineres som værende i risiko for at flytte fra kommunen.

Det er naturligt, at en stor del af de unge på et tidspunkt vil søge væk i forbindelse med videre uddannelse. Derfor vil der være fokus på at gøre de unge stolte af det område, de flytter fra, samt give dem et billede af et område, som det er attraktivt at flytte tilbage til.



Indsatser

- **Det er godt at være ung i Lemvig Kommune og Lemvig Kommune er et attraktivt sted at vende tilbage til.** Aktiviteter der skal give de unge viden om det gode liv i Lemvig Kommune. De unge skal vises, at der både er karrieremuligheder for borgere med fagligeuddannelse og borgere, der har læst videre i en af universitetsbyerne.
- **Integration af nye borgere.** Kommunen vil gøre det lettere for nye borgere skabe kontakt til eksisterende netværk bl.a. via frivillige ambassadører.
- **Attraktive landsbyer.** Attraktive landsbyer er aktive landsbyer, hvor borgerne er fælles om at udvikle sit eget nærsamfund. Kommunen vil understøtte de landsbysamfund, som arbejder aktivt med egen udvikling og integrationen af nye borgere.
- **Du må ikke flytte – Livet er godt i Lemvig Kommune...** Via data skal der udvælges befolkningsgrupper, hvor der er en risiko for fraflytning. Der skal designes aktiviteter, der er målrettet befolkningsgruppen for at sikre at denne bliver i kommunen. Evt. kan fokus på de der pendler ud af kommunen kombineres med, at kommunes virksomheder mangler arbejdskraft. Er der evt. et match, som kommunen kan være med til at facilitere via simple tiltag.