

REFERAT Bosætnings- og Turismeudvalget d. 06-02-2025

Mødedato	Torsdag d. 06. februar 2025 kl. 13:00
Mødested	Mødelokale 117, Fredericia Rådhus, Gothersgade 20, 7000 Fredericia
Mødedeltagere	Anette Hyre-Jensen, Cecilie Roed Schultz, Susanne Eilersen, Niels Martin Vind, Turan Savas

Indholdsfortegnelse

Godkendelse af dagsorden.....	3
Drøftelsessag: Samarbejdsaftale med Business Fredericia vedr. bosætningsarbejdet.....	4
Orienteringssag: Status på handleplan bosætningsstrategien.....	5
Drøftelsessag: Udarbejdelse af nye retningslinjer for brandingpuljen.....	7
Orienteringssag: Status på udmøntningsplanen for turismestrategien.....	9
Orienteringssag: Evaluering af Jul i Fredericia 2024.....	10
Orientering.....	12
Lukket: Lukket orientering.....	13
Underskriftside.....	14

Punkt 1: Godkendelse af dagsorden

Beslutning

1. Godkendt.

Punkt 2: Drøftelsessag: Samarbejdsaftale med Business Fredericia vedr. bosætningsarbejdet

25-703

Beslutning

1. Drøftet. Udvalget godkender samarbejdsaftalen med de faldne bemærkninger og tilpasninger.

Sagsresumé

Der er ved at blive udarbejdet en ny samarbejdsaftale om bosætning mellem Business Fredericia og Fredericia Kommune. Der lægges op til en drøftelse herom med henblik på en senere beslutningssag. Erhvervsdirektør hos Business Fredericia deltager på mødet.

Forligspartierne har i budget 2025-2026 afsat midler til at understøtte arbejdet med bosætning og den strategiske udvikling.

Sagsbeskrivelse

Forligspartierne bag Fredericia Kommunes budget 2025-2026 har besluttet et konkret fokus på en styrket bosætningsindsats. Det er ønsket at udvikle det eksisterende arbejde og fortsat sikre et stærkt samarbejde på tværs mellem Fredericia Kommune og Business Fredericia.

Forvaltningen er derfor i tæt samarbejde med Business Fredericia ved at udarbejde et udkast til en samarbejdsaftale, hvor formålet er at beskrive samarbejdet på bosætningsområdet, herunder roller og ansvar, organisering af samarbejdet samt økonomi. Parterne udgør hver en vigtig brik i arbejdet på bosætningsområdet, og udgangspunktet er, at et stærkt samarbejde er essentielt for at sikre en sammenhængende og velfunderet indsats i Fredericia Kommune.

Erhvervsdirektøren fra Business Fredericia vil deltage på mødet for at få en drøftelse med udvalget om samarbejdsaftalen, så aftalen forventeligt kan vedtages på næste udvalgmøde den 6. marts.

Ønsket med drøftelsessagen er således at få input fra Bosætnings- og Turismeudvalget med i udarbejdelsen af samarbejdsaftalen.

Økonomiske konsekvenser

Forligspartierne har i budget 2025-2026 afsat midler til at understøtte både lokale kræfter og konkrete indsatser samt den strategiske udvikling og det gode samarbejde om bosætning.

Business Fredericia modtager for ovenstående aktiviteter et tilskud på kr. 750.000 kr. per år i 2025-2026.

Når den nye samarbejdsaftale endeligt godkendes af Bosætnings- og Turismeudvalget, fremsættes den til orientering hos Business Fredericias bestyrelse.

Vurdering

Ingen

Indstilling

Forvaltningen indstiller til Bosætnings- og Turismeudvalget, at:

1. Udvalget drøfter en kommende samarbejdsaftale om bosætningsarbejdet.

Punkt 3: Orienteringssag: Status på handleplan bosætningsstrategien

25-703

Beslutning

1. Taget til efterretning.

Sagsresumé

Udvalget vedtog sidste forår en ny bosætningsstrategi for Fredericia Kommune. Herefter blev der udarbejdet en handleplan for strategien. Den handleplan er nu ca. et halvt år gammel, og der bliver derfor givet en status på arbejdet.

Sagsbeskrivelse

Fredericia Byråd godkendte i foråret 2024 en ny bosætningsstrategi for perioden 2024-2033, hvor der bliver sigtet mod at tiltrække og fastholde borgere i kommunen. Strategien bygger på en omfattende analyse og planlægning med fokus på at styrke lokale fællesskaber og lokalmiljøer, udvikle varierede og attraktive boligområder, være proaktiv i forhold til nye bolig- og bosætningstrends samt styrke kommunikationen og den lokale stolthed.

Udvalget blev orienteret om handleplanen i juni 2024, og arbejdet begyndte i forvaltningen. Handleplanens opgave er at sikre de konkrete handlinger for at opnå målene i bosætningsstrategien. Handleplanen er inddelt i fire indsatsområder og opbygget i to spor: nuværende strategisk prioriterede indsatser og fremtidige fokusområder.

- Stærke fællesskaber og trygge lokalmiljøer: Dette indsatsområde fokuserer på at styrke fællesskabsfølelsen og skabe trygge lokalmiljøer i hele Fredericia Kommune. Konkrete handlinger omfatter styrkelse af lokale mødesteder, arrangementer for at fremme naboskab og fællesskab, samt støtte til lokale foreninger og initiativer.

- Varierede og attraktive lokalområder til hele livet: Her lægges vægt på at udvikle varierede og attraktive lokalområder, der imødekommer behovene hos forskellige livsfaser. Handlinger såsom at understøtte udviklingen af blandede boligtyper og boligstørrelser i lokalområderne, forbedring af infrastruktur og faciliteter, samt integrering af grønne områder og rekreative muligheder tæt på egen bopæl.

- På forkant med nye bolig- og bosætningstrends: Dette område fokuserer på at være proaktiv i forhold til at tilpasse sig nye bolig- og bosætningstrends. Det kan indebære at følge udviklingen inden for bæredygtigt byggeri, tilpasse planlægningen til ændrede behov og præferencer hos kommende beboere.

- Bedre kommunikation og lokal stolthed: Denne del af handleplanen sigter mod at styrke kommunikationen omkring Fredericia Kommune som et attraktivt sted at bo og øge lokalbefolkningens stolthed over deres hjemsted. Initiativer kan omfatte markedsføring af kommunens unikke træk og kvaliteter, lancering af informationskampagner om lokale tiltag og arrangementer samt involvering af borgerne i udviklingen af kommunens identitet.

Der vil på mødet blive givet en status på arbejdet med handleplanen her cirka 6 måneder efter, at arbejdet blev igangsat af udvalget.

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Vurdering

Det er forvaltningens vurdering, at med indsatserne i handleplanen vil arbejdet med implementering af bosætningsstrategien påbegyndes. De allerede igangsatte aktiviteter holder sig inden for rammen af det fastsatte budget, hvilket betyder, at midlerne for året er disponeret. Når der skal igangsættes yderligere aktiviteter for at opfylde de samlede mål for den nye bosætningsstrategi, skal der tages stilling til ressourcer.

Indstilling

Forvaltningen indstiller til Bosætnings- og Turismeudvalget, at:

1. Orienteringen tages til efterretning

Bilag

Bilag Handleplan for bosætningsstrategi - februar 2025

Punkt 4: Drøftelsessag: Udarbejdelse af nye retningslinjer for brandingpuljen

24-156

Beslutning

1. Drøftet.

Sagsresumé

Økonomi- og Erhvervsudvalget anmodede på møde den 13. januar 2025 Bosætnings- og Turismeudvalget om at udarbejde en fornyelse af retningslinjerne for brandingpuljen. Med denne drøftelsessag starter den proces.

Sagsbeskrivelse

Der lægges på dette møde op til første drøftelse af nye retningslinjer for udmøntningen af brandingpuljen. Det gælder både de faste bevillinger samt de midler, som skal søges i brandingpuljen.

Forvaltningen lægger op til en proces, hvor udvalget på dette møde drøfter tanker og kommer med input til mulige scenarier for nye retningslinjer. På næste udvalgmøde vil forvaltningen præsentere et nyt udkast til retningslinjer, som der kan arbejdes videre med i udvalget.

Drøftelsen om nye retningslinjer anbefales at tage udgangspunkt i det overordnede formål med brandingpuljen. Udvalget foreslås endvidere at forholde sig til blandt andet ansøgningsprocedure, ansøgningskriterier, eventuelt krav om egenbetaling, forventninger til ansøgere og eventuelt krav om mest mulig markedsføring af Fredericia samt muligheden for indførelse af ansøgningsfrister.

Fredericia Kommune har andre lignende puljer, og det drejer sig om Puljen for Unikke Oplevelser, Tilskudspuljen og Kulturpuljen. Retningslinjerne for disse puljer fremgår af vedlagte bilag.

Brandingpuljen består af faste bevillinger samt en pulje, som kan søges. De seneste år har puljen for frie midler været oversøgt og er efter en politisk prioritering på møde i Økonomi- og Erhvervsudvalget i januar 2025 blevet lukket for ansøgere for resten af året.

De frie midler består af 444.000 kr. i 2025. Dertil kommer den nylige beslutning om at afskaffe tilskuddet til Lillebælt Halvmaraton, og derfor øges puljen med 70.000 kr. i 2025.

De faste initiativer, som brandingpuljen finansierer, er:

- Sommerrock: (tidligere fordelt på Event C og Fredericia Shopping): 256.370 kr.
- Juleinitiativer (ansøges af Fredericia Shopping til aktiviteter i julen): 250.000 kr.
- Krydstogtturisme (dette går til løn for Fredericia Kommunes krydstogtsmedarbejder): 350.000 kr.
- Sommerby og juleby (dette går til Sommer i Fredericia og Jul i Fredericia): 2.000.000 kr.
- Fredericia Art Festival (gives til selve art festivalen via Event C): 134.300 kr.

Nuværende retningslinjer for de frie midler i brandingpuljen:

Fredericia Kommunes brandingpulje har til formål at understøtte events, tiltag og arrangementer, der markerer Fredericia som en attraktiv og levende by, og som tiltrækker gæster og nye borgere til kommunen. Brandingpuljen giver tilskud til en række faste events og indeholder derudover frie midler, som der kan ansøges om.

Ansøgninger behandles efter først til mølle-princippet, så længe der er midler i puljen.

Kriterier for brandingpuljens frie midler er som følger:

Der kan søges om midler til:

- Udgifter til events, tiltag og arrangementer, der profilerer Fredericia, herunder fx markedsføringsudgifter.

Der kan ikke søges om midler til:

- Events, tiltag og arrangementer, som allerede er afholdt
- Events, tiltag og arrangementer, som afholdes af offentlige institutioner
- Anlægsudgifter i forbindelse med events, tiltag og arrangementer

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Vurdering

Ingen

Indstilling

Forvaltningen indstiller til Bosætnings- og Turismeudvalget, at:

1. Udvalget drøfter udarbejdelsen af de nye retningslinjer for brandingpuljen.

Bilag

Bilag_retningsligner for lignende puljer

Sports- og Eventstrategi

Punkt 5: Orienteringssag: Status på udmøntningsplanen for turismestrategien

25-674

Beslutning

1. Taget til efterretning.

Sagsresumé

I maj 2023 vedtog udvalget en ny strategi for turismeområdet. Derfor er det tid igen til en årlig opdatering på arbejdet, og på den vedtagne udmøntningsplan.

Sagsbeskrivelse

Fredericia Kommune fik ny turismestrategi i maj 2023. Det førte til, at der også blev lavet en udmøntningsplan/handlingsplan for området, som ligeledes i foråret 2023 blev politisk fremlagt.

Det er derfor tid til at gøre status på, hvordan arbejdet med turismestrategien går. Selve turismestrategien er delt op i fire strategiske spor: Spor 1: Fælles om turisme Spor 2: Ud over voldene Spor 3: Grøn og bæredygtig Spor 4: Levende by 365.

I 2025 har forvaltningen valgt at have et stort fokus på spor 3, da de andre spor har fyldt de foregående to år. Det er små to år siden, at arbejdet med den nye turismestrategi blev gjort færdigt, og derfor har tiden og udviklingen nationalt og særligt lokalt også været stor på området. Særligt omkring outdoor og den grønne turisme. Forvaltningen har derfor valgt at lave en ny handlingsplan for spor tre, som på mødet vil blive præsenteret. Den tidligere vedtagne handlingsplan er blevet genbesøgt, og der er kommet en lang række ekstra ting på handlingsplanen.

Den nye handleplan er udarbejdet i samspil eller overensstemmelse med handleplanen for kommunens nye naturstrategi.

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Vurdering

Det er forvaltningens vurdering, at arbejdet går rigtig godt med den nye turismestrategi. Særligt de sidste to år er der sket en stor udvikling på området. Der er sket et stort løft på de tre andre spor i strategien, hvor den tidligere vedtagne handlingsplan er tæt på færdigarbejdet. Særligt er der på markedsføring, det digitale område samt samarbejder på tværs sket mange forandringer.

De allerede igangsatte aktiviteter holder sig inden for rammen af det fastsatte budget, hvilket betyder, at midlerne for året er disponeret.

Indstilling

Forvaltningen indstiller til Bosætning og Turismeudvalget, at:

1. Orienteringen tages til efterretning

Bilag

Bilag Ud over Voldene

Punkt 6: Orienteringssag: Evaluering af Jul i Fredericia 2024

24-18679

Beslutning

1. Taget til efterretning.

Sagsresumé

Udvalget præsenteres for en evaluering af julen i Fredericia 2024

Sagsbeskrivelse

I november og december blev julen markeret i Fredericia, og i 2024 var der en række nye initiativer i Fredericias gader, som videreførte sidste års beslutning fra udvalget. Igen i år var Rådhuspladsen centrum for aktiviteterne, som forvaltningen faciliterede - og ligesom sidste år var der ligeledes mange aktiviteter i gågaderne omkring pladsen.

Madsbyparken lavede i samarbejde med andre partnere aktiviteter på Axeltorv for første gang.

Igen i år blev det hele markedsført under et: Jul i den gamle fæstningsby.

For at foretage en evaluering af årets juleaktiviteter er der udarbejdet:

- Evaluering med Madsbyparken
- Evaluering af markedsføring
- Survey med bodholderne på Rådhuspladsen - den vil blive fremlagt på mødet
- Survey hvor alle gæster er blevet indbudt til at svare - den vil blive fremlagt på mødet
- Evaluering fra Fredericia Shopping - den vil blive fremlagt på mødet

Resumé/hovedbudskaberne fra evaluering med Madsbyparken m.fl.

Overordnet er der stor glæde for samarbejdet, og for at Madsbyparken ønskede at deltage i årets planer for jul i Fredericia. Der er også enighed om, at Madsbyparken forventes at være til stede på Axeltorv i 2025, og derfor vil der blive arbejdet videre med tiltaget. Det arbejde skal ske på tværs mellem Madsbyparken og forvaltningen, som arbejder med jul i Fredericia:

- Området skal gøres mere hyggeligt med mere bord/bænke og mulighed for ophold.
- Prioritere et tættere samarbejde fra begge parter
- Evt. samling af alle boder på Rådhuspladsen, så der kun vil være salg af mad på Axeltorvet samt evt. etablering af lidt større telt på pladsen til afholdes af workshops m.v.

Evaluering af årets samlede markedsføring

Det er forvaltningens holdning, at det er positivt, at alt markedsføring sker samlet for hele byen. Alle aktiviteter, som er meldt ind til programmet, er derfor med i den store samlede markedsføring af jul i Fredericia, og det styrker byen og aktiviteterne. Derfor er det forvaltningens klare opfattelse, at det skal fortsætte.

Årets afsluttede julekampagne er forvaltningen yderst tilfredse med, og der er opnået flotte resultater.

SoMe kampagne

1.361.593 eksponeringer (stigning 27% i forhold til 2023). Fyrtårnsevents med Sigurd Barrett, Kaya Brüel og Ole Kibsgaard + Katrine Bille talt for 218.453 eksponeringer.

22.309 klik til hjemmeside (stigning 21% i forhold til 2023)

Gennemsnitligt kostede det os kun 1,99 kr. at få en bruger ind på siden og se det store juleprogram + de mange aktiviteter.

Facebook og Instagram er fortsat vigtige kanaler, når Fredericia Kommune/Visit Fredericia markedsfører "Jul i Den gamle fæstningsby." Her målrettes annoncer, så der tales direkte til de relevante målgrupper. Igen i år har vi opnået flotte resultater selv med stor konkurrence på annoncer i perioden. Succesen skyldes især - efter forvaltningens mening: et nyt, iøjnefaldende visuelt udtryk, målrettet optimering og en skarp segmentering af de forskellige målgrupper.

Nyhedsbrev

646 nye tilmeldinger til VisitFredericias nyhedsbrev

Der blev kørt en mindre julekonkurrence i år, som især engagerede kvinder 45+, hvilket har resulteret i 646 nye leads til Visit Fredericias maildatabase. En stor nyhedsbrevsdatabase er essentiel for at øge vores rækkevidde, inspirere potentielle gæster og sikre flere besøg til Fredericia. Resultatet er derfor meget tilfredsstillende.

Google ads kampagne

419.245 visninger

Visit Fredericia har oplevet stærk performance på Google Ads i årets julekampagne ved at sprede investeringerne til flere placeringer i Googles økosystem end kun tekstannoncer. Det har givet over 300.000 flere visninger end sidste år. Google ads er en vigtig platform for Visit Fredericia/Fredericia Kommune, hvor vi særligt rammer børnefamilier, som aktivt søger efter inspiration via søgemaskinen.

Ud over den digitale kampagne er der bl.a. også lavet:

- Plakater til byens butikker
- Plakater til Rådhuspladsen
- Trykt programmer
- Avisannoncer
- Webbannere på nyhedsmedier
- Spot hos DanmarkC tv
- Nedtællingsur ved Rådhuspladsen
- Pylon ved indfaldsvejene til Fredericia
- City inforskærme i Fredericia og opland
- Gaveklistermærker til byens butikker
- Klistermærker i gågaden med program QR kode
- Taget nye fotos og video til brug i 2025

På udvalgmødet vil der blive fremlagt svar på den survey med bodholderne fra Rådhuspladsen, som forvaltningen har lavet, samt den survey, hvor alle gæster er blevet indbudt til at svare. Evalueringen fra Fredericia Shopping medtages også.

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Vurdering

Det er forvaltningens vurdering, at det har været en rigtig god jul i Fredericia, og det arbejde skal fortsætte i 2025. Der er stor tilfreds med, hvordan Rådhuspladsen så ud og de mange aktiviteter, som byens borgere og turister kunne opleve. Særligt i år har der været rigtig mange aktiviteter for børnefamilier, og det har kunnet ses til aktiviteterne.

I år har forvaltningen haft arbejdet med hytterne, som tidligere år har været konkurrenceudsat. Det er forvaltningens vurdering, at arbejdet fortsat skal "være hjemme" i de kommende år.

Indstilling

Forvaltningen indstiller til Bosætnings- og Turismeudvalget, at:

1. Orienteringen tages til efterretning

Punkt 7: Orientering

Beslutning

1. Taget til efterretning.

Sagsbeskrivelse

Orientering og spørgsmål fra udvalgsformanden

- Helhedsplaner - næste skridt

Orientering og spørgsmål fra udvalgsmedlemmer:

- MesseC
- Bridgewalking
- Destination Trekanten
- Experience Fredericia

Orientering fra administrationen:

- Opsamling på fællesmødet med TU
- Status på parcelhusgrunde
- Oversigt over midler og puljer på bosætning og turisme
- En sommerdag ved bæltet
- Inspirationstur for udvalget 2025
- Igangsætning af bosætningsarbejdet d. 4/3-25

Punkt 8: Lukket: Lukket orientering

1. Taget til efterretning.

Punkt 9: Underskriftside

Beslutning

Sagsresumé

Bosætnings- og Turismeudvalget skal godkende beslutningsprotokollen.

Sagsbeskrivelse

Bosætnings- og Turismeudvalget skal godkende beslutningsprotokollen.

For at godkende beslutningsprotokollen, skal hvert medlem underskrive ved at trykke *Godkend* i First Agenda.