



Familie, der har bosat sig i Lemvig Kommune

► STRATEGI FOR Bosætning

Baggrund

Lemvig Kommune skal tiltrække tilflyttere og arbejdskraft. Det er nødvendigt for at sikre erhvervslivet den nødvendige kvalificerede arbejdskraft og kommunen et holdbart befolkningstal og dermed skattegrundlag.

Kommunen satser på aldersgruppen 25-40 år med erhvervsfaglige og længerevarende uddannelser.

Lemvig Kommune arbejder med en ny bosætningsstrategi, der øger kendskabet til kommunen og dens erhvervsliv, styrker kommunen og erhvervslivets omdømme hos målgruppen og en udbyg-

get service, der gør tilflytning og bosætning attraktivt og let overkommelig.

Bosætnings servicen gør en speciel indsats for at skaffe arbejde til ægtefælle/samlever, bolig og daginstitutioner og skole og uddannelse.

Lemvig Kommune skal på landkortet som stedet, hvor vi er fælles om at trække i samme retning, og hvor enhver finder sig til rette og skaber sig en dagligdag efter eget hoved – både i vores byer og i landdistrikterne.

Udgangspunktet er nærhed, tryghed, vores fællesskaber, rige foreningsliv – og frem for alt – mange spændende arbejdspladser.

Bosætningsstrategien integreres i alle kommunens aktiviteter. Bosætning påvirkes af mange forhold: Arbejdspladser, infrastruktur, boligforhold og priser, naturen, kulturen, iværksættermuligheder, børneinstitutionerne og eksisterende netværks evne til at åbne sig op og byde velkommen.

Lemvig Kommune vil via tværgående indsatser 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 arbejde, og har til formål, at skabe bosætning og erhvervsudvikling,

samt attraktive omgivelser og muligheder for borgerne.

Samarbejder med nabokommunerne på udvalgte indsatser søges, når det kan øge effekten af investeringen.

Målgruppe

Nye borgere, uanset alder og baggrund, er målet med strategien. Indsatsernes hovedfokus tilpasses dog en afgrænset målgruppe, som det er attraktivt og realistisk, at påvirke til at flytte til området. Målgruppen er unge mennesker i aldersgruppen 25-40 år, gerne med børn eller drømmen om at få børn. For at målrette

Fortsættes næste side...

Image og kendskab

- Turistaktiviteter og -markedsføring som første kendskab til Lemvig Kommune. Turistoplevelsen er for mange første kendskab til Lemvig Kommune. Mulig bosætning indarbejdes i turistudbuddet.
- Events – Koordinerede events på tværs af kommunen
- Viderebygning på imageaktiviteterne. Kan der sættes endnu mere hastighed på imagearbejdet ved at prioritere ét spor højere og gøre sporets tema gennemgribende for kommunens arbejde på tværs af strategier? Formålet med indsatsen er at udvikle og formidle Lemvig Kommunes unikke identitet.
- Målrettet udbredelse af gode historier, via en klart defineret indsats på sociale medier. Bakkes op af brug af Lemvig.dk og andre kanaler, der forsyner målgrupper med information om og fra området
- Job i Vest – Fast arbejde og gode job- og karrieremuligheder er afgørende for bosætning. Indsatsen via "Job i Vest" udbygges og forstærkes.

Fokuseret indsats på dem, der har et forhold til Lemvig Kommune

- Arbejdsgruppe skaber kontakt til tidligere borgere, der har ønske om at vende tilbage til Lemvig Kommune
- Vi vil så gerne have jer tilbage... Aktiviteter og kampagner på sociale medier målrettet fraflyttere eller personer, som har et forhold til området
- Ungeambassadører i udvalgte byer, til unge med relevante uddannelser, der matcher det lokale erhvervslivs behov
- Du kunne være hjemme nu... Aktiviteter målrettet dem, der pendler til virksomheder i Lemvig Kommune, herunder Lemvig Kommunes egne medarbejdere.



Instruktion i SUP-surfing ved tilflytterarrangement

...fortsat fra forrige side

bosætningsaktiviteterne og øge effekten af aktiviteterne, så vil målgruppedefinitionen løbende blive udbygget. F.eks. med geografi, uddannelse, køn, mv.

Image og kendskab

Viden om og kendskab til Lemvig Kommune er første skridt til overhovedet at overveje at flytte og få en dagligdag her.

Kendskabet til Lemvig Kommune styrkes og kommunens gode omdømme udbredes. Det er afgørende for strategiens succes.

Indsatsen målrettes den udvalgte målgruppe. Der bygges videre på igangværende imagearbejde, der tager udgangspunkt i sporene: Klima, fødevarer, det maritime og visionen om bæredygtig udvikling.

Det undersøges om vi med fordel kan prioritere én retning/ét tema for Lemvig Kommune, så kendskabet til Lemvig Kommune udvides endnu hurtigere.

Fokuseret indsats på dem, der har et forhold til Lemvig Kommune

Det er lettest at overbevise mennesker med et forhold til egnen om, at de skal bosætte sig her. Det betaler sig bevare et godt forhold til dem, der er flyttet i håb om, at de vender tilbage.

Målet er at bevare og udbygge interessen for Lemvig Kommune og dens herligheder, så overvejelser om at flytte til kommunen bliver aktuel.

Det gøres let for målgruppen at blive mere interesseret i området og let at få information.

Sigtet er at alle, der har eller får et godt indtryk af Lemvig Kommune, taler fordelagtigt om kommunen hver gang, den er på tale.

Grundig information til dem, der overvejer eller har bosat sig

Det skal være let at få relevant information for dem, der overvejer at flytte til Lemvig Kommune. Alle relevante informationskanaler benyttes.

Det samme gælder, når folk er flyttet til kommunen, så de hurtigt får en god dagligdag i Lemvig Kommune.

Lemvig Kommune vil nye borgere og at de får et godt liv i Lemvig Kommune.

Fastholde indbyggere

Alle kommunes strategier fokuserer på, at gøre Lemvig Kommune til et godt sted at leve og bo.

Denne indsats er målrettet borgere, der er flyttet til Lemvig Kommune inden for den seneste årrække og borgere, som defineres som værende i risiko for at flytte fra kommunen.

Risikogrupper skal defineres. Gruppen kan f.eks. bestå af nyligt tilflyttede familier, hvor kun den ene har arbejde i området.

Gruppen omfatter unge, der nærmer sig den alder, hvor de tager en videregående uddannelse. Det er naturligt, at en stor del af de unge søger væk på det tidspunkt.

Kommunen gør unge stolte af deres hjemstavn. De skal være ambassadører for egnen ude i verden. Indsatsen giver dem et billede af en egn, det er attraktivt at flytte (tilbage) til.

Indsatser fortsat

Grundig information til dem, der overvejer eller har bosat sig

- ▶ Udbygning af online information til potentielle tilflyttere og tilflyttere.
- ▶ Velkommen til... at lære mere...
Personlig dialog er vigtig. Personlige dialog sker via eksisterende bosætningskonsulenter og borgere, der frivilligt er ambassadører. Den indsats udbygges.
- ▶ Tilflytterambassadører – Aktivering af frivillige borgere, der personligt fortæller om at bo i området
- ▶ Årlig tilflytterarrangement
- ▶ Velkomstpakker og velkomstbrev til nye borgere
- ▶ Drejebog for tilflytning sikrer, at dem der overvejer eller netop har bosat sig får nødvendige informationer og hjælp.

Fastholdelse indbyggere

- ▶ Det er godt at være ung i Lemvig Kommune. Området er attraktivt at vende tilbage til. De unge skal vide, at der er karrieremuligheder for borgere med både erhvervsfaglige uddannelser og længerevarende uddannelser.
- ▶ Integration af nye borgere. Kommunen gør det lettere for nye borgere at få kontakt til eksisterende netværk bl.a. via frivillige ambassadører.
- ▶ Attraktive landsbyer. Attraktive landsbyer er aktive landsbyer, hvor borgerne er fælles om at udvikle egne nærsamfund. Kommunen støtter landsbysamfund, som arbejder aktivt med egen udvikling og integrationen af nye borgere.
- ▶ Hvorfor flytte? Livet er godt i Lemvig Kommune... Via data udvælges befolkningsgrupper, hvor der er risiko for fraflytning. Der skabes aktiviteter, for risikogrupperne for at sikre, at de bliver i kommunen.