

## Evaluering af bosætningskampagnen 2012/2013

Dette evalueringsnotat er disponeret i følgende afsnit

- Økonomiudvalgets godkendte formål og mål
- Resume af indsatser, realiserede mål og anbefaling til fremtidige aktiviteter
- Organisering af bosætningskampagnen
- Involvering i bosætningskampagnen
- Beskrivelse af de enkelte indsatser, herunder aktiviteter og økonomi
- Samlet økonomisk redegørelse for bosætningskampagnen fra 1. maj 2012 til 30. maj 2013
- Samlet anbefaling af hvilke initiativer der bør fortsætte

### Økonomiudvalgets godkendte formål og mål

Økonomiudvalget godkendte den 28. marts 2012 igangsættelse af bosætningskampagnen med følgende formål og mål:

- Formålet med kampagnen er at synliggøre og brande Varde Kommune som et godt sted at bo, leve og arbejde og derved tiltrække flere borgere til Varde Kommune.
- Målet med kampagnen er, at synliggøre og øge kendskabet til Varde Kommunes kvaliteter som bosætningskommune, dels i de omkringliggende kommuner, og dels blandt unge med en relation til Varde Kommune, der pt. er bosat i de store uddannelsesbyer.
- Målet er ligeledes at skabe og styrke relationer mellem mennesker. Der er fokus på den direkte kontakt, fordi undersøgelser viser, at det i høj grad er relationer, der afgør hvor mennesker bosætter sig.
- Derudover er målet at øge befolkningstallet med 1.500 ved udgangen af året 2015

### Resume af indsatser, realiserede mål og anbefaling til fremtidige aktiviteter

Formålet og målet er søgt indfriet ved følgende indsatser (resume – beskrives mere detaljeret nedenfor):

- Fastlæggelse af slogan for kampagnen, hvor reklamebureauet Coma fra Aarhus vandt konkurrencen blandt 3 reklamebureauer med sloganet – Vi står på hovedet for at flytte dig til Varde Kommune.
- Oprettelse af hjemmesiden [www.vardepaahovedet.dk](http://www.vardepaahovedet.dk)
- Aftale med bosætningskonsulent Dorthe Lund
- Indgåelse af aftale med Radio Skala om 1.600 radiospotter – generelle spots og reklamespotter for spændende aktiviteter i Varde Kommune – som børneloppemarked på Varde Torv
- Koordinering med salg af byggegrunde, hvilket er sket på messer og ved udarbejdelse af materialer
- Indkøb af diverse merchandise, herunder muleposer, T-shirt, klaphænder, bolde mm.

- Oplevelsesture efter konceptet for AG-hvervning, der er et samarbejde med Varde Kaserne og Esbjerg Kommune – både for private og i samarbejde med de større virksomheder.
- Messerne Brunch og Bolig i Varde, Job og Bolig i Ølgod og Jobcenter Vardes Jobmesse.
- Afholdelse af én stor event – hvor Varde Kommune profileres overfor nabokommunerne, hvilket skete ved music4free i samarbejde med Skala og lokale foreninger
- Busreklamer på bussen mellem Esbjerg og lufthavnen via Grindsted.

Udover ovenstående aktiviteter, så er indsatserne med den gode historie og vivaVARDE opretholdt i kampagneperioden.

Vurdering om formålet og målene er indfriet (resume):

- Til trods for, at målsætningen om 1.500 yderligere borgere først gælder i 2015, så er det ikke realistisk at vi når det.  
Fra 2. kvartal 2012 til 2. kvartal 2013 er befolkningstallet faldet med 116 indbyggere. Det er stadig en negativ udvikling, men faldet er svagt stagnerende. Det er derfor opfattelsen, at bosætningskampagnen kan have været medvirkende til at dæmme op for den negative udvikling/befolkningsfaldets størrelse – se dokument 90529-13. Nedlæggelse af Sønderborg Kaserne vil klart betyde en tilflytning i de kommende år, men igen – så vil det formentligt ikke afstedkomme yderligere 1.500 indbyggere.
- Vi har i perioden gennemført alle de fastlagte aktiviteter – bortset fra oplevelsesture. Der har ikke været en efterspørgsel efter oplevelsesture for potentielle tilflyttere på udviklingsrådenes ture. Dernæst gennemføres oplevelsesture for de større virksomheder, først gennemføres i september i år. Konceptet for de større virksomheder er ændret, således at det ikke er den enkelte store virksomhed turene målrettes, men de større virksomheder der ligger i områderne hhv. Tistrup, Ølgod, Varde og Årre.
- Økonomiudvalget godkendte den 28. marts 2012 igangsættelsen af bosætningskampagnen. Vi har opgjort den samlede udgift til 1.164.331 kroner. Udgiften finansieres ved afsatte markedsføringsudgifter.

## Organisering af bosætningskampagnen

Styregruppe:

- Direktionen har fungeret som styregruppe for bosætningskampagnen

Projektgruppe:

- Jørgen Nielbæk, Udviklingschef, rolle: Projektleder, Koordinering i forhold til erhvervsliv og store virksomheder
- Jeanette Kammer Johansen, Udviklingskonsulent, rolle: Projektsekretær, koordinering i forhold til vivaVARDE
- Bosætningskoordinator Dorthe Lund, rolle: Sikre afvikling af kampagne og formidling af events og koordinator i forhold til velkomstambassadører. Derudover har Dorthe vedligeholdt eventoversigt.
- Hanne Jespersen, Lokalsamfundskonsulent, rolle: Koordinator i forhold til Udviklingsråd
- Mie Kirkeby, Kommunikationsmedarbejder og webkoordinator, rolle: sociale medier, portaler og søgeoptimering
- Cathrine Dalby, Grafiker: Grafisk arbejde
- Karen Bloch Eskesen, rolle: Viden om og koordinering i forhold til aktiviteter på børn og ungeområdet

- Kirstine Gottlieb, rolle: Viden om og koordinering i forhold til tiltag på kultur og fritidsområdet
- Svend Erik Hindsig, rolle: Viden om og koordinering i forhold til salg af kommunens byggegrunde
- Kirsten Myrup, rolle: Viden om og koordinering i forhold til aktiviteter på Social og Sundhedsområdet
- Kirsten Mørch Hansen, rolle: Særlig fokus på indsatser i samarbejde med medarbejderne i Varde Kommune

## **Involvering i bosætningskampagnen**

Nedenfor beskriver vi

- Involvering af politikere ved præsentation af kampagnen på de stående udvalg med henblik på at skabe kendskab og identificere udvalgenes bidrag
- Involvering af medarbejdere og ledere ved præsentation af kampagnen og konkurrence om viden om Varde Kommunes attraktioner
- Involvering af Udviklingsråd og velkomstambassadører, herunder blandt andet præsentation af kampagnen og understøttelse af velkomstambassadørernes indsats

### Involvering af politikere ved præsentation af kampagnen

I september måned 2012 blev de stående udvalg præsenteret for bosætningskampagnen. Hensigten var dels at skabe politisk kendskab til kampagnen, men også ejerskab således, at udvalgene kunne prioritere indsatser, der fremmer bosætning i kampagneperioden.

Vurdering:

Det vurderes, at præsentationen for udvalgene gav et godt ejerskab til blandt andet sloganet 'Vi står på hovedet...'. Derudover fik vi en del forslag til tiltag, der har indgået i det videre arbejde.

### Involvering af ledere

I efteråret 2012 blev Lederforum præsenteret for bosætningskampagnen af to omgange – en indledende og en opfølgende præsentation, hvor der blev sat fokus for generelle og konkrete tiltag i de enkelte institutioner mm..

Vurdering:

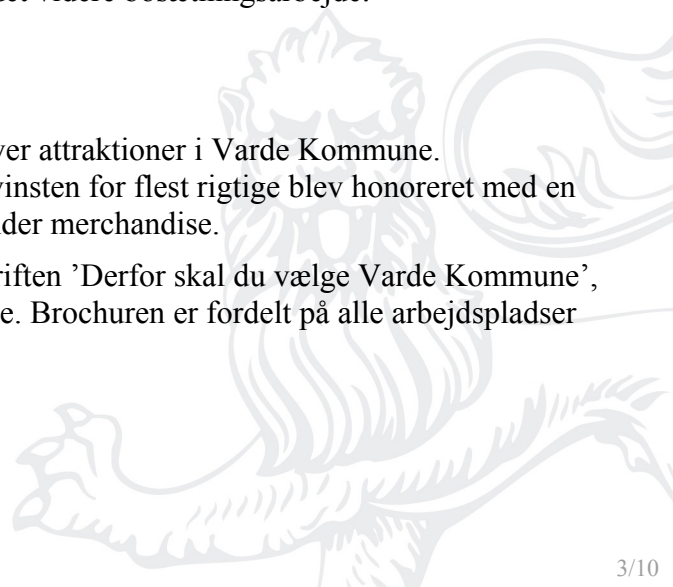
Det vurderes, at præsentationerne for lederforum har givet et vist ejerskab til bosætningskampagnen. De fremkomne forslag har indgået i en prioritering i det videre bosætningsarbejde.

### Involvering af medarbejdere

Der blev i efteråret 2012 udarbejdet en 'tipskupon' over attraktioner i Varde Kommune. Tipskuponen er brugt på alle arbejdspladser, hvor gevinsten for flest rigtige blev honoreret med en flaske vin og en mulepose. Udgifterne er medtaget under merchandise.

Derudover er der udarbejdet en brochure med overskriften 'Derfor skal du vælge Varde Kommune', med de 10 bedste grunde til at vælge Varde Kommune. Brochuren er fordelt på alle arbejdspladser og uddeles ved messer.

Vurdering:



Det vurderes, at medarbejderne har fået kendskab til kampagnen – Vi står på hovedet... Det vurderes ligeledes, at medarbejderne gennem deres arbejde er hverdagens ambassadører for god offentlig service.

### Involvering af udviklingsråd og velkomstambassadører

Udviklingsrådene blev i september 2012 præsenteret for bosætningskampagnen – igen med det mål at skabe indsigt og ejerskab. Udviklingsrådene kom også med forslag til tiltag, der har indgået i den videre prioritering. Udviklingsrådet for Blaabyerg har derudover selv arbejdet med en 'bonderøvstur', en tur ud i det vestjyske for Københavnerne. Desværre var der kun 7 interesserede, hvorfor turen ikke blev til noget.

Velkomstambassadørerne blev etableret allerede i 2009 og deres oprindelige funktion var, at stå til rådighed for potentielt nye borgere via boligforeninger og ejendomsmæglere.

Velkomstambassadørerne er forsøgt mobiliseret af flere omgange i bosætningskampagnen. Både i forhold til, at de kunne få refunderet 500 kroner til en oplevelse (kop kaffe eller eks. tur i Lepus Park) med en potentiel tilflytter eller i forbindelse med oplevelsesture, hvor Varde Kommune ville betale, såfremt de fik fyldt en bus. Der er desværre ikke gjort brug af disse ordninger, også henset til, at velkomstambassadørerne var med til at udforme de enkelte oplevelsesture for deres egne områder. Der er lavet en evaluering blandt velkomstambassadørerne (se dok. nr. 8902-13). Evalueringen viser, at velkomstambassadørerne ikke er brugt og af kræfterne kan bruges bedre. Dog har de i et vist omfang deltaget i egne lokale arrangementer.

Vurdering:

Bosætning er et vigtigt mål for udviklingsrådenes virke, men bosætningskampagnen har alene udgjort et af flere midler hertil. Flere udviklingsråd har inddraget kampagnen i forbindelse med by- og sportsfester, herunder blandt andet Billum. Derudover har Blaabyerg Udviklingsråd som nævnt forsøgt at etablere en særskilt tur fra København. Det er vurderingen, at udviklingsrådene har taget kampagnen til sig – at vi nødvendigvis skal stå på hovedet for at få nye borgere.

Det er langt fra alle velkomstambassadører, der har udfyldt evalueringen, men tilbagemeldingerne viser, som nævnt, rimeligt klart, at kræfterne kan bruges mere optimalt.

Anbefaling:

Det anbefales fortsat at samarbejde med udviklingsrådene om bosætningsfremme og gerne under sloganet Vi står på hovedet...

Det anbefales, at vi indkalder velkomstambassadørerne til et afklarende møde, hvor vi får evalueret deres hidtidige virke og får drøftet de fremtidige samarbejdspektiver.

### **Beskrivelse af de enkelte indsatser, herunder aktiviteter og økonomi**

#### Fastlæggelse af slogan for kampagnen

Kampagnen har fokus på relationer og skabe synlighed om de mange begivenheder i Varde Kommune. Blandt tre reklamebureauer valgte vi Coma i Århus som leverandør af slogan til kampagnen – VI STÅR PÅ HOVEDET FOR... Kampagnen retter sig mod børnefamilier og især kvinder.

Udgiften til slogan udgjorde 125.000 kroner, hvor vinderen fik 100.000 kroner og nummer to fik 25.000 kroner.

Vurdering:

Sloganet er flittigt brugt i radioreklamer, i annoncer, på tryk og på diverse merchandise.

Det er vores vurdering, at sloganet først nu er ved at slå igennem. På messer hører vi fra borgere – nå er det jer der står for 'Vi står på hovedet...'

Anbefaling:

Det anbefales, at vi fortsat anvender sloganet i forbindelse med bosætningsfremme.

#### Oprettelse af hjemmesiden 'Vardepaahovedet.dk'

I forbindelse med igangsætningen af kampagnen nedlagde vi den hidtidige bosætningsportal – FlytTilVarde.dk og oprettede en portal, der kunne understøtte det nye slogan. Portalen hedder Vardepaahovedet.dk og sætter fokus på oplevelser, boliger og arbejde.

Hjemmesiden har i perioden haft 11.841 unikke sidehenvisninger, hvor Music4free fik flest hit, find-job næst flest mm. Det er 4.303 borgere, der har været inde på siden – disse fordeler sig på 1.241 fra Varde, 918 fra Esbjerg, 864 fra København, 276 fra Aarhus mm.

Antallet af hit skal kobles direkte til radiospottene på Radio Skala, hvor der 1.600 gange er henvist til vardepaahovedet.dk

Det kostede 0 kroner at etablere vardepaahovedet.dk, idet vi brugte en af de eksisterende skabeloner.

Vurdering:

Hjemmesiden har samlet set været ajourført tilfredsstillende. Ajourføringen af månedens virksomhed har dog ikke været optimal. Derudover har portalen været en let indgang til at finde oplevelser, boliger og arbejde i Varde Kommune.

Med København og Aarhus som nogle af topscorerne på siden, så er det vores vurdering, at hjemmesiden i et vist omfang når nogle af de studerende, der kommer fra Varde Kommune.

Anbefaling:

Det anbefales, vi fortsætter med vardepaahovedet.dk, som kommunens bosætningsportal.

#### Aftale med bosætningskonsulent Dorthe Lund

Dorthe Lund har i hele perioden været hovedkraften i bosætningskampagnen. Jfr. kontrakt er der udbetalt 284.398 kroner (svarende til 1.113 timer) – incl. beregning for juni 2013.

Vurdering:

Det er vores vurdering, at Dorthe Lund på fortrinligvis har løftet opgaven som bosætningskonsulent – både i forhold til de enkelte arrangementer, men også som den én indgang for virksomhederne. Titan A/S har eksempelvis meddelt Varde Erhvervs- og Turistråd, at de har fået en formidabel service i forbindelse med nye medarbejderes boligsituation.

Derudover er Dorthe Lund Varde Kommunes kontaktperson i Work-live-stay – et samarbejde mellem Esbjerg, Tønder, Fanø og Esbjerg.

Der vil opstå et markant behov for, at der også fremover er én indgang til Varde Kommune, herunder især i forbindelse med flytningen af Sergentskolen i Sønderborg til Varde. Der er allerede to aftaler i den forbindelse. Den 21. august hvor Varde og Esbjerg Kommuner præsenterer deres respektive områder på et stormøde i Sønderborg. Den 7. september, hvor Varde Kaserne har 60 års jubilæum. Der forventes 5.000 besøgende til jubilæet inkl. en del besøgende fra Sønderborg. Varde Kommune laver sammen med boligforeninger og ejendomsmæglere en stand, hvor vi præsenterer kommunen fra den bedste side.

Anbefaling:

Det anbefales, at vi fastholder aftalen med Dorthe Lund på det nuværende aftalegrundlag frem til 31. december 2013, hvor flytningen af Sergentskolen forventes påbegyndt. Med en ugentlig indsats på 25 timer, svarer det til et konsulenthonorar på 145.000 kroner for 5 måneder.

#### Aftale om 1.600 radiospots i Radio Skala

Indsatsen med at skabe synlighed på gode oplevelser i Varde Kommune vedrører hovedsageligt radiospots på Radio Skala – dækkende kommunerne Billund, Esbjerg, Vejen, Kolding og Vejle med 200.000 lyttere. Målgruppen er typisk mellem 20 og 49 år med en jævn fordeling mellem mænd og kvinder. Der er i alt bragt ca. 1.600 spots af ca. 18 sekunder. *Den samlede udgift udgør 311.000 kroner.*

Der er 6 generelle spots – Vi står på hovedet for at flytte dig til Varde Kommune, Vi står på hovedet for gode oplevelser i Varde Kommune, Vi står på hovedet for gode jobs i Varde Kommune og Vi står op hovedet for at være hhv. den sundeste kommune, den reneste kommune og den mest digitalt tilgængelige kommune. Derudover har der kørt 15 specifikke spots for gode oplevelser i Varde Kommune, herunder Børneloppemarked på Torvet i Varde, Mini-tri i Tistrup, DM i Speedway i Outrup, Karlsgårde dag, Brunch og bolig i Varde, Varde Marathon, Gummi Tarzan – Optimisterne i Ansager, Job og bolig i Ølgod, Prinsesse for en aften på Varde Bibliotek, Optimistløbet – Soroptimisterne i Varde og Music4free

#### Vurdering:

Udover de mange klik på hjemmesiden vardepaahovedet.dk, har vi lavet en opsamling på, om radiospottene har virket. Dette er sket ved at spørge de enkelte arrangører af events, om det er deres vurdering, at der er kommet flere til arrangementerne.

Samlet set er det vores opfattelse, at radiospottene har deres berettigelse, koblet til hjemmesiden vardepaahovedet.dk. Jfr. dokument 85433-13 har spottene haft nogen til stor effekt.

#### Anbefaling:

Det anbefales, at vi fortsætter med radiospots på Radio Skala for et årligt beløb på 100.000 kroner, der kan dække større/spændende events, som Karls Gårde Dag, teaterstykker mm.

#### Koordinering med salg af byggegrunde

Vi har i perioden fået udarbejdet nye skilte ved de kommunale udstykninger med QR-koder mm. Derudover har Ejendomskontoret deltaget i såvel Brunch og Bolig på Sct. Jacobi Skole i efteråret 2012 og Job og Bolig i Ølgod i foråret 2013.

Der er ikke blevet solgt grunde på de anførte messer, og det kan ikke sandsynliggøres, at der er en direkte sammenhæng mellem bosætningskampagnen og salg af grunde.

#### Vurdering:

Uagtet, at der ikke er den direkte sammenhæng, så er det boligforeningernes og ejendomsmæglernes vurdering, at indsatsen har et langsigtet perspektiv. Som flere af ejendomsmæglerne sagde ved Brunch og Bolig, så troede de ikke på salg på dagen, men hvis de besøgende gik hjem med en god oplevelse, så kunne der være et perspektiv i at de kom tilbage om et år eller to.

#### Anbefaling:

Det anbefales fortsat, at have et tæt samarbejde mellem salg af grunde og markedsføring af Varde Kommune.

### Oplevelsesture

Vi har igen i år gennemført en oplevelsesdag for potentielle kadetter til Varde Kaserne – dette er i et samarbejde mellem Varde Kaserne, Esbjerg Kommune og Varde Kommune (anslået årlig udgift 15.000 kroner).

Derudover har vi markedsført oplevelsesture til potentielle tilflyttere – hvor de kunne komme med deres familier og opleve udvalgte lokalsamfund og deltage i en aktivitet. Der har ikke været en efterspørgsel efter dette tilbud.

Vi har endnu ikke gennemført oplevelsesture for de større virksomheder. Disse gennemføres i september i år. Konceptet er ændret, således at det ikke er den enkelte store virksomhed turene målrettes med de større virksomheder der ligger i områderne hhv. Tistrup, Ølgod, Varde og Årre.

#### Vurdering:

Det er vurderingen, at oplevelsesturene for potentielle borgere ikke har levet op til vore forventninger, og at vi først kan vurdere effekten i forhold til de større virksomheder i efteråret.

Vi vurderer, at der klart er perspektiver i at fortsætte samarbejdet med Varde Kaserne om oplevelsesture – og gerne udvide dem i forbindelse med tilflytning som følge af flytning af Sergentskolen i Sønderborg til Varde

#### Anbefaling:

På det nuværende grundlag anbefales det, at oplevelsesture alene gennemføres i samarbejde med Varde Kaserne og Esbjerg Kommune i forhold til kadetter. Og derudover målrettet i forhold til de kommende medarbejdere fra Sergentskolen i Sønderborg – anslået udgift 75.000 kroner.

### Messerne Brunch og Bolig i Varde, Job og Bolig i Ølgod og Jobcenter Vardes Jobmesse

Indsatsen med at sætte fokus på Varde kommune som et godt arbejds- og levested er sket ved Brunch og bolig på Sct. Jacobi Skole i oktober 2012 og Job og Bolig i Ølgod i april 2013. Det er arrangementer i samarbejde med Jobcenter Varde, velkomstambassadørerne, Ejendomskontoret, de lokale ejendomsmæglere og boligforeninger. Arrangementerne rettede sig til potentielle tilflyttere til Varde. Den samlede udgift anslås til ca. 120.000 kroner.

Det vurderes, at begge arrangementer har været god profilering af Varde Kommune via radiospot mm. Selve deltagelsen på messerne har været mere afdæmpet. Det vurderes, at der deltog 80 til Brunch og Bolig og omkring 70 til Job og Bolig. På Job og Bolig var Nobia og Boconcept tillige repræsenteret, og der var en del der blev skrevet op til potentielle jobs.

På Jobcentrets messe den 7. marts 2013, hvor både bosætningskoordinator og udviklingskonsulent deltog – sagde rigtig mange, som vi talte med i forbindelse med uddeling af muleposer og T-shirts, om det ikke var os der lavede de radiospot. Mange udviste kendskab til logoet og det havde især radio skala været medvirkende til. Vi fik igen profileret Varde Kommune fra den bedste side, men det resulterede ikke i konkrete tilflytninger.

#### Vurdering:

Samlet vurderes det, at indsatsen med messerne på den korte bane har større brandingmæssig effekt end bosætningsmæssig effekt, hvilket også stemmer godt overens med tilbagemeldingerne fra boligforeninger og ejendomsmæglere – der gerne stiller op igen.

Det skal dog bemærkes, at indsatsen kan få en væsentlig større effekt ved det kommende 60 års jubilæum for Varde Kaserne, hvor der forventes 5.000 besøgende, heraf en del vil være fra Sergentskolen i Sønderborg.

Anbefaling:

Det anbefales fremover alene at tilrettelægge messeaktiviteter, såfremt der er en direkte potentiel mulighed for at borgerene står i en flyttesituation – som Varde Kasernes 60 års jubilæum. Udgiften anslås til 20.000 kroner

### Skalafesten music4free

Musikfest på Varde Torv blev det store tilløbstykke den 24. maj i år fra kl. 18.00 til 24.00. Ca. 6.000 mennesker fik en god oplevelse og kommunen en god profilering. Det samlede budget udgjorde ca. 600.000 kroner, hvoraf de 170.000 kroner blev sponsoreret af erhvervsdrivende, salg af øl og sodavand finansierede 230.000 kroner og dermed en *resterende regning til Varde kommune på 200.000 kroner, svarende 33 kroner pr. deltagende* for en aften's god underholdning. Vi skønner at 50% kom fra andre kommuner.

For de 200.000 kroner fik Varde Kommune reklame på Skala og i aviser på ca. 500.000 kroner, hvor det i spottet hed, at ...på Danmarks smukkeste torv i Varde.

Vurdering:

Music4free retter sig især til aldersgruppen 16 til 25 år. Jfr. Bosætningsanalysen, så skal vi målrette vore indsatser på børnefamilier og unge inden de 'går til gadefest'. Det er klart vurderingen, at music4free har sat lys på Varde Kommune, som et sted hvor der også sker noget og et muligt bosted. Det vurderes således, at music4free er en god og langsigtet investering, der til stadighed vil skabe opmærksomhed om Varde Kommune som et attraktivt bosted. Sammen med de øvrige musikfester som Open Air, Owen Luft m.fl. profileres vi som en levende kommune.

Anbefaling:

Det anbefales, at music4free gentages på Varde Torv i 2014. Det kan ske med Varde Kommune, som tovholder eller en af de lokale foreninger som tovholder. Såfremt Varde Kommune er tovholder, så bør der afsættes 200.000 kroner til arrangementet. Såfremt det er en af de lokale foreninger, som f.eks. Varde Handel der er tovholder, bør der gives et tilskud på 100.000 kroner og en underskudsgaranti på 100.000 kroner.

Derudover anbefales det, at vurdere om der er mulighed for et måske lidt mindre arrangement i en af de øvrige tidligere rådhusbyer eller ved Blåvand. I given fald, bør der afsættes 100.000 kroner.

### Køb af merchandise

Der er i alt indkøbt for i alt 96.233 kroner merchandise, som dækker bolde, T-shirts, klaphænder, muleposer mm.

I hele bosætningskampagnen er der blevet uddelt muleposer, T-shirts og bolde med "vi står på hovedet" logo. Bosætningskampagnen har været tilstedet blandt andet til følgende arrangementer og events:

- Igangsætning af kampagnen på Varde Torv
- Indvielse af nye tog i Varde
- Jobcenterets jobmesse
- Brunch og bolig samt Job og bolig messe med ejendomsmæglere og boligforeninger



- Titan og Jobcentrets arrangement på Titan med deltagelse af 130 ledige smede
- Nytårskoncert
- Stort håndboldstævne i Oksbøl
- Udviklingsrådene og byrådets forårsmøde 2013

#### Vurdering:

Der er blevet taget godt i mod det hele og især muleposerne ses nu ofte i bybilledet. Der er uddelt ca. 2.200 muleposer.

#### Anbefaling:

Det anbefales fortsat, at have fokus på hvordan merchandise kan understøtte oplevelsen ved Varde kommunes og lokalsamfundenes events. Der bør afsættes 50.000 kroner årligt.

#### Busreklamer

Der er indgået aftale om busreklame på to busser, der kører strækningen mellem Esbjerg og Lufthavnen via Grindsted. Reklamen sidder bag på busserne og viser, at Vi står på hovedet, for at flytte dem til Varde Kommune. Den samlede udgift er 12.700 kroner.

#### Vurdering:

I forhold til reklameværdien, vurderes prisen rimelig lav.

#### Anbefaling:

Det anbefales, at vi fortsætter med busreklamer og nøje vurderer, hvor effekten vil være størst. Anslået udgift 20.000 kroner.

#### **Samlet økonomisk redegørelse for bosætningskampagnen fra 1. maj 2012 til 30. maj 2013**

Økonomiudvalget godkendte den 28. marts 2012 bosætningskampagnen.

Vi opgjort den samlede udgift for bosætningskampagnen til 1.164.331 kroner. Posten fremkommer således:

- Slogankonkurrence 125.000 kroner.
- Hjemmesiden Vardepaahovedet.dk 0 kroner
- Aftale med bosætningskonsulent 284.398 kroner – inkl. Beregning for juni
- Spots på Radio Skala 311.000 kroner
- Oplevelsesture med Varde Kaserne 15.000 kroner
- Messer 120.000 kroner
- Skalafesten music4free, anslået 200.000 kroner (ølsalget er ikke helt gjort op)
- Køb af merchandise 96.233 kroner
- Busreklamer 12.700 kroner

Udgifterne til bosætningskampagnen finansieres inden for budgettet til markedsføring af Varde Kommune.

#### **Samlet anbefaling af hvilke initiativer der bør fortsætte**

Ud fra beskrivelsen af de enkelte indsatser anbefales det, at vi fortsætter med at anvende sloganet Vi står på hovedet... i forbindelse med branding og bosætningsfremme og tilsvarende hjemmesiden vardepaahovedet.dk som bosætningsportal.

Derudover anbefales nedenstående aktiviteter, der samlet beløber sig til 520.000 kroner;

- at vi fastholder aftalen med bosætningskoordinatoren på det nuværende aftalegrundlag frem til 31. december 2013, hvor flytningen af Sergentskolen forventes påbegyndt. Med en ugentlig indsats på 25 timer, svarer det til et konsulenthonorar på 145.000 kroner for 5 måneder
- at vi fortsætter med radiospots på Radio Skala for et årligt beløb på 100.000 kroner, der kan dække større/spændende events, som Karls Gårde Dag, teaterstykker mm.
- at oplevelsesture alene gennemføres i samarbejde med Varde Kaserne og Esbjerg Kommune i forhold til kadetter. Og derudover målrettet i forhold til de kommende medarbejdere fra Sergentskolen i Sønderborg – anslået udgift 75.000 kroner
- at music4free gentages på Varde Torv i 2014. Det kan mest realistisk ske med Varde Kommune, som tovholder eller subsidiært med en af de lokale foreninger som tovholder. Såfremt Varde Kommune er tovholder, så bør der afsættes 200.000 kroner til arrangementet. Såfremt det er en af de lokale foreninger, som f.eks. Varde Handel der er tovholder, bør der gives et tilskud på 100.000 kroner og en underskudsgaranti på 100.000 kroner.

Messeaktiviteter, merchandise mm. ligger indenfor løbende markedsføringsaktiviteter.

