

REFERAT Økonomi- og Erhvervsudvalget (2018-2021)

d. 06-05-2020

Mødedato Onsdag d. 06. maj 2020 kl. 12:00

Mødested M.5/rådhuset

Mødedeltagere Ulrik Wilbek, Per Møller Jensen, Åse Kubel Høeg, Claus Clausen, Eva Pinnerup, Niels Dueholm, Torsten Nielsen, Peter Juhl, Kai O. Andersen

Indholdsfortegnelse

Medfinansiering af kampagnen: Mission - Vi står sammen..... 3

Punkt 1: Medfinansiering af kampagnen: Mission - Vi står sammen

20/16559

Resume

Repræsentanter fra detailhandlen, turismen, erhvervslivet, kultur-, idræts- og uddannelsesinstitutioner, Viborg Innovationsfond, Mediehuset Viborg og Viborg Kommune har udarbejdet et kampagneoplæg 'Mission – Vi står sammen', der har fokus på både at kickstarte lokalområdet Viborg kommune, så snart genåbning bliver muliggjort, men også mere langsigtet at understøtte det lokale erhvervsliv. Gennem kampagner og samarbejdsprojekter er det målet at tydeliggøre og understøtte det lokale 'øko-system' mellem virksomheder, oplevelsesindustri, foreningslivet og lokalsamfundet generelt.

Indstilling

Kommunaldirektøren foreslår, at Økonomi- og Erhvervsudvalget drøfter, om udvalget godkender,

1. at Viborg Kommune medfinansierer 'Mission – Vi står sammen' med 1,3 mio. kr. via omprioritering af midler fra Markedsføringspuljen m.m. i 2020

Beslutning i Økonomi- og Erhvervsudvalget den 06-05-2020

Økonomi- og Erhvervsudvalget beslutter,

1. at Viborg Kommune medfinansierer 'Mission – Vi står sammen' med 1,3 mio. kr. via omprioritering af midler fra Markedsføringspuljen m.m. i 2020.

Sagsfremstilling

Historik

Økonomi- og Erhvervsudvalget drøftede på seneste møde den 15. april 2020 behovet for at iværksætte yderligere tiltag, der kan understøtte bevarelse af flest mulige lokale arbejdspladser. Viborg Kommune har i fællesskab med en række samarbejdspartnere formuleret et oplæg, der kan bidrage til at imødegå dette ønske. Oplægget bygger videre på bl.a. Byrådets temadag den 3. juni 2019 om 'Viborg som resort' og tidligere politiske beslutninger om at forsøge at samle de forskellige erhvervsfremmeaktører i Viborg Kommune mest muligt.

Inddragelse og høring

Intet.

Beskrivelse

Når Danmark er på vej ind i en yderligere normalisering af landet efter 10. maj, står mange danske virksomheder, institutioner og foreninger i en situation, hvor deres forretningsmodeller skal defineres på ny. Det tab af omsætning, som detailhandlen, turismeaktører, det øvrige erhvervsliv, medier, kulturaktører, idrætsforeninger m.v. har lidt er markant, og kun en andel af dette omsætningstab kan indhentes gennem hjælpepakkerne.

Konsekvenserne er pt. uoverskuelige, men viser med al tydelighed, at samfundet består af en række tæt forbundne økosystemer, hvor kommunal velfærd, arbejdspladser i det private erhvervsliv, omsætningen i detailhandlen, antallet af medlemmer – og sponsorater af idrætsforeninger, kultursøgende borgere osv. osv. hænger uløseligt sammen.

Netop fokus på de lokale økosystemer er baggrunden for, at Jysk Fynske Medier har henvendt sig til Viborg Kommune og tilbudt vederlagsfrit, gennem Viborg Stifts Folkeblad og Mediehusets øvrige medieplatforme, at bruge Viborg Kommune som en 'prøve-case' med henblik på at udarbejde et koncept for at påvirke kommunens borgere og virksomheder til først og fremmest at tænke lokalt og understøtte det lokale økosystem, når de skal forbruge.

På samme tid har Viborg Handel og VIBORGegnens Erhvervsråd tænkt lignende tanker.

På denne baggrund har repræsentanter fra Viborg Handel, VIBORGegnens Erhvervsråd, Visit Aarhus, Turistforeningen for Viborg & Omegn, Uddannelsesrådet, Viborg Idrætsråd, Viborg Innovationsfond, Mediehuset Viborg og Viborg Kommune udarbejdet et oplæg, der kan ses som bilag nr. 1.

Grundtanken i oplægget er to-delt.

Første del (juni til august 2020) er en kampagne, der skal kickstarte genåbningen af lokalsamfundet Viborg Kommune ved at opfordre borgere og virksomheder i Viborg Kommune til at tænke og handle lokalt hen over sommeren, dvs. understøtte den lokale detailhandel (i stedet for f. eks. nethandel), tage aktiv del i de lokale idrætsforeninger, besøge kulturinstitutioner og turismeaktører som fritids- og feriemål m.v. Udover førnævnte vil kampagnen også rette sig mod virksomheders mulighed for at opbygge mere lokalt funderede forsyningskæder i deres produktion. Kampagnen har til formål at sikre akut synlighed og gennemslagskraft.

Andel del (resten af 2020-2021) består af en mere langsigtet holdningsbearbejdning og indsats med henblik på at opbygge værdikæder mellem lokale produkter og virksomheder. Eksempler herpå kan være en portal, der promoverer Viborg-varer til firmagaver, en byttebørs for virksomheder, der gør, at en virksomhed kan benytte en anden virksomheds spild- eller restprodukt, at besøg på en kulturinstitution giver særlige fordele i detailhandlen og omvendt. Eksemplerne er mange og skal den kommende tid udfoldes konkret i forslagsstillernes 'baglande'. Indsatsen skal sikre mere langsigtet effekt af den 'akutte' indsats og vil efterfølgende forhåbentligt kunne indarbejdes i organisationernes fremtidige ordinære drift som et fast samarbejdsprojekt.

Det samlede budget for 'Mission – Vi står sammen' er jf. budgettet på i alt 2.150.000 kr. Heraf fremgår det, at første del af 'Mission – Vi står sammen' er på 1.300.000 kr. mens anden del er på 850.000 kr. Af budgettet på 2.150.000 kr. anvendes 1.300.000 kr. på kampagner, 600.000 kr. på opbygning af værdikæder m.v. samt 250.000 kr. på en event.

Indholdet i 'Mission – Vi står sammen' ligger helt i tråd med og supplerer meget fint den kampagne, som Jysk Fynske Medier har tilbudt at gennemføre om økosystemet i Viborg Kommune.

Indsatsen i 'Mission – Vi står sammen' bygger ovenpå Viborg Kommunes tidligere beslutning om at understøtte udviklingen af 'Viborg som resort' og understøtter politiske drøftelser om at samle de lokale erhvervsfremmeaktører mest muligt, idet en foreslået samling af handel, turisme, oplevelsesområdet, ejendomsbesiddere m.m. kaldet 'Vi er Viborg' er tiltænkt en væsentlig rolle i indsatsen sammen med bl.a. Viborgegnens Erhvervsråd. Indsatsen dækker både by og resten af kommunen og vil derfor have forventet positiv effekt på hele Viborg Kommune.

Det er aftalt med VisitAarhus, at såfremt 'Mission – Vi står sammen' gennemføres, vil kampagneaktiviteter gennemføres i samarbejde og koordination med den markedsføring, som VisitAarhus i øvrigt gennemfører, og som i 2020 og 2021 grundet Corona-situationen rettes mod det danske marked.

Viborg Kommune har med de deltagende parter drøftet finansieringen. Det ligger fast, at såvel Uddannelsesrådet og Viborg Idrætsråd gerne vil medfinansiere med in-kind-udbydelser som tid. Viborg Handel, VIBORGegnens Erhvervsråd, Turistforeningen for Viborg & Omegn samt Viborg Innovationsfond vil alle bidrage med både et kontant tilskud og med in-kind-udbydelser som tid.

En række Viborg Kommune-finansierede markedsførings- og eventaktiviteter gennemføres ikke i år grundet aflysning af såvel Snapsting og Generation Handball. Aflysningen af disse aktiviteter frigiver ca. 1,3 mio. kr. i Markedsføringspuljen og Eventfond samt en række timer, der ellers skulle lægges i gennemførelsen af events som Snapsting og Generation Handball.

Alternativer

Intet.

Tidsperspektiv

Intet.

Økonomiske forhold og konsekvenser

Intet.

Juridiske og planmæssige forhold

Intet.

Bilag

Mission - Vi står sammen