



Handlingskatalog for Bosætningsstrategi 2023-2026

Handlingskataloget opsætter delmål hvor hvert af bosætningsstrategiens seks indsatsområder og initiativer der skal sikre, at delmålene indfries. Kataloget rummer både igangværende initiativer samt nye initiativer. Nogle af disse initiativer vil kræve økonomisk ressourcer for at kunne igangsættes. Disse er markeret med symbolet ❖ i handlingskataloget. En samlet oversigt med estimat over udgiften af hvert initiativ fremgår af [bilag 2](#).

Bosætningsstrategiens seks indsats områder er:

- Borgernes egen opfattelse af Kolding
- Kendskab til Kolding
- En attraktiv kommune at uddanne sig i
- Gode overgange fra uddannelse til karriere
- Et attraktivt sted at etablere sig for unge familier
- Forankrende fællesskaber

Handlingerne i dette katalog er baseret på baggrund af kortlægning af eksisterende initiativer i Kolding Kommune-regi, samt inputs til nye initiativer fra relevante aktører som Business Koldings repræsentantskab, Trekantområdet Danmark, Studievalg Danmark, Work-Live-Stay m.fl.

Initiativerne i handlingskataloget er udvalgt på baggrund af en vurdering af, hvad der vil skabe størst effekt for en positiv udvikling i befolkningstallet.



Opfattelsen af Kolding

1 Borgernes egen fortælling om Kolding

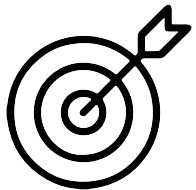
Vi vil skabe en mere positiv fortælling om at bo i Kolding kommune blandt dem, der bor her.

Vi vil igangsætte:

- Ny grundfortælling med afsæt i kommunens styrkepositioner.
- Nyt kommunikationsnetværk og fagligt samarbejde på tværs af forvaltningernes kommunikationsmedarbejdere for at sikre, at de positive historier i højere grad når ud til borgerne.

Vi vil fortsat:

- Kommunikere de positive historier på kommunens egne platforme.



Målsætning

- Andelen af positive associationer blandt borgerne i Kolding **øges fra 63%* til 80% frem til 2026**. Målet er at andelen øges støt i hele perioden og der gentages derfor en måling af positive associationer i en ny bosætningsanalyse ultimo 2024 / primo 2025. Se bilag 2 for estimeret udgift til denne.
- Bosætningsanalysen suppleres med en *net promoter score* som måles blandt til- og fraflyttere gennem løbende spørgeskemaundersøgelser. Benchmark for dette foreligger primo 2024.

* Epinions bosætningsanalyse 2022



Opfattelsen af Kolding

2 Kendskab til Kolding

Vi vil være kendt som en attraktiv kommune at bosætte sig i blandt dem, der bor uden for Kolding kommune.

Vi vil igangsætte:

- Udviklingen af en ny kommunikations- og brandingstrategi på baggrund af den nye grundfortælling.
- Sikre sammenhæng mellem grundfortælling og kommunikationen af kommunens initiativer.
- Bosætningskampagner, der bygger på Koldings styrker som attraktiv bosætningskommune.

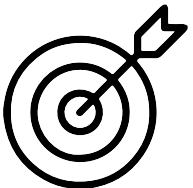
Vi vil fortsat:

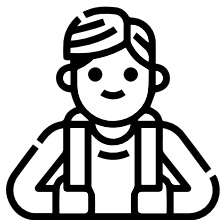
- Holde et højt aktivitetsniveau og igangsætte initiativer, som kan sætte et regionalt og nationalt fokus på Kolding kommune. Eksempelvis; samarbejder om events, festivaler og byggeudstillingen Vi Bygger I Kolding i 2023.

Målsætning

- Frem mod 2026 skal kendskabet til Kolding blandt borgerne uden for Kolding Kommune skal øges. Fra 15%* der svarer at de kender Kolding "godt" eller "meget godt" til 20%. Målet er at andelen øges støt i hele perioden og der gentages derfor en måling af positive associationer i en ny imageanalyse ultimo 2024 / primo 2025. Se bilag 2 for estimeret udgift til denne.

* Epinions bosætningsanalyse 2022





Uddannelse som løftestang

3 En attraktiv kommune at uddanne sig i

Vi vil gøre det attraktivt for unge at blive boende, eller flytte til Kolding for at studere.

Vi vil igangsætte:

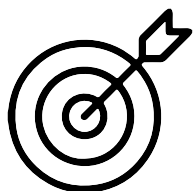
- Etablering af attraktive og grønne fællesområder og opholdssteder i campusområdet i Kolding midtby.
- Bidrage til rammerne om det gode og "hele" studieliv i Kolding kommune. F. eks gennem etableringen af et innovationsmiljø som grobund for stærkere fællesskaber på tværs af uddannelser.
- Etableringen af flere studierelevante studiejobs - med Business Kolding som central aktør.
- ❖ Øget kommunikation af at kunne leve det meningsfulde studieliv i på Campus Kolding. Eksempelvis gennem større synliggørelse af eksisterende aktiviteter og events for unge samt kampagneaktivitet.
- ❖ En øget brobygningsindsats mellem ungdomsuddannelser og videregående uddannelser.

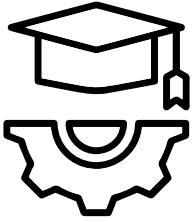
Vi vil fortsat:

- Arbejde for tiltrækning af flere studiepladser til Kolding.
- Kommunikere fortællingen om Kolding som attraktiv ungdoms- og uddannelsesby.
- Afholde events og aktiviteter målrettet unge og studerende og synliggøre dette gennem målrettet kommunikation.

Målsætning

- Antallet af studerende, der bosætter sig i Kolding kommune skal øges. Benchmark for antallet af studerende bosat i Kolding foreligger gennem særkørsel af tal fra Danmarks Statistik primo november 2023. Herefter fastsættes måltal for en stigning i antallet af bosatte studerende.





Uddannelse som løftestang

4 Gode overgange fra uddannelse til karriere

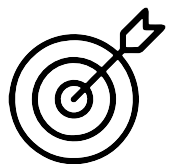
Vi vil gøre det nemmere for studerende at skabe sig en karriere i Kolding

Vi vil igangsætte:

- Etablere en jobgaranti/alternativt erhvervsrettet forløb for dimittender fra udvalgte uddannelser.
- Bedre kendskab til det karrieremulighederne i det lokale erhvervsliv blandt ledere på uddannelser, undervisere og studerende. Initiativet igangsættes inden for eksisterende rammer af Business Kolding og Rektorforum.

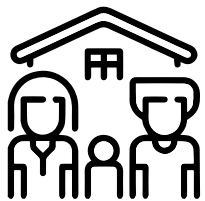
Vi vil fortsat:

- Gøre det muligt for studerende at blive boende i en ungdomsbolig op til 12 måneder efter endt uddannelse.
- Understøtte de mange aktiviteter for ledige dimittender i Kolding, som varetages af Kolding Kommune, Business Kolding og uddannelserne. Se bilag for detaljeret oversigt over disse aktiviteter.



Målsætning

- Flere dimittender fra videregående uddannelser i Kolding skal bosætte sig i Kolding kommune efter endt uddannelse. Benchmark for antallet af dimittender bosat i Kolding kommune foreligger gennem særkørsel af tal fra Danmarks Statistik primo november 2023. Herefter fastsættes måltal for en stigning i antallet af bosatte dimittender.



Fokus på det gode liv

5 Et attraktivt sted at etablere sig for unge familier

Vi vil gøre det attraktivt for unge familier at flytte (hjem) til Kolding efter endt uddannelse

Vi vil igangsætte:

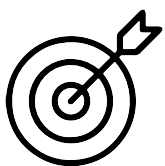
- Udarbejdelsen af kommunikationsmateriale målrettet unge familier, som private virksomheder i Kolding tilbydes at bruge i deres rekrutteringsproces.
- ❖ Fokuseret jobsøgningshjælp til medfølgende partnere.

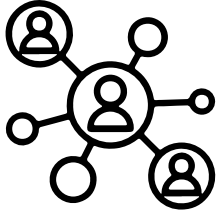
Vi vil fortsat:

- Kommunikere fortællingen om Kolding som attraktiv kommune for børnefamilier med gode skoler og dagtilbud, gode boligforhold og gode karrieremuligheder.
- Yde håndholdt rådgivning til tilflyttende børnefamilier.

Målsætning

- Der skal fortsat være flere børnefamilier, der flytter til Kolding kommune, end der er flytter væk fra kommunen. Balancen skal øges med 15% sammenlignet med gennemsnittet af 2019-2022, så der i 2026 er 65 flere børnefamilier, der flytter til kommunen, end der flytter herfra.





Fokus på det gode liv

6 Forankrende fællesskaber

Vi vil gøre det lettere for tilflyttere at finde og blive en del af eksisterende fællesskaber

Vi vil igangsætte:

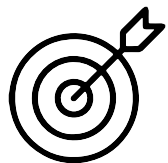
- Opsøgende kontakt til tilflyttere for at tilbyde hjælp til at finde og blive en del af et fællesskab.
- Bedre overblik og mere markedsføring af fællesskaber på kommunens digitale platforme.
- ❖ Understøtning af lokalbyer og lokalsamfunds modtagelsesindsats for tilflyttere.
- ❖ Etableringen af en fællesskabskoordinator i Kolding Kommune, som kan koordinere fællesskabsindsatser på tværs af organisationen og fungere som et indgangspunkt for tilflyttere, der vil være end del af fællesskab.

Vi vil fortsat:

- Afholde arrangementer der gør tilflyttere opmærksomme på mulighederne for at blive en del af fællesskaber i Kolding kommune. Eksempelvis velkomstmøder og fællesskabsmessen "Intro Kolding".
- Tilbyde Boblberg som digital platform for at tilflyttere kan skabe netværk og møde ligesindede.
- Koordinering af modtagelsesindsatser i landsbysamfund gennem Landsbyforum

Målsætning

- Tilflyttere der ønsker at blive en del af et fællesskab, skal have en oplevelse af at det er let at finde informationer om fællesskaber, der er relevante for dem. Tilflytternes vurdering af deres oplevelse måles gennem spørgeskemaundersøgelser. Et benchmark for dette foreligger primo 2024.



Bilag 1

Igangsatte aktiviteter som understøtter dimittenders karrieremuligheder i Kolding

- Business Lunch for studerende og virksomheder – Samarbejde mellem Business Kolding, IBA og Designskolen Kolding
- Hard Skills Station - Samarbejde mellem Business Kolding, SDU og IBA
- 1:1 Iværksætterrådgivning til studerende – Business Kolding
- Jobdating for studiejobs – Business Kolding
- Vækspilotordning – Jobcenter Kolding og Business Kolding
- SPIN-IN for sustainability – SDU og Designskolen Kolding
- Powerjobsøgerne – Nonprofit

Bilag 2

Initiativer som vil kræve finansiering for at kunne iværksættes

- ❖ Øget brobygningsindsats mellem ungdomsuddannelser og videregående uddannelser. Varetages i regi af Campus Kolding.
Udgiften estimeres til et halvt årsværk / kr. 250.000 pr. år
- ❖ Kampagneindsats for Campus Kolding.
Udgiften estimeres til kr. 150.000
- ❖ Fokuseret jobsøgningshjælp til medfølgende partnere.
Udgiften estimeres til et halvt årsværk / kr. 250.000 pr. år
- ❖ Understøtning af lokalbyers og lokalsamfunds modtagelsesindsats for tilflyttere.
Udgift til velkomstmaterialer estimeres til kr. 150.000 pr. år
- ❖ Etableringen af en fællesskabskoordinator i Kolding Kommune.
Udgiften estimeres til et halvt årsværk / kr. 250.000 pr. år
- ❖ En gentagelse af Epinions bosætnings- og imageanalyse ultimo 2024 / primo 2025.
Udgiften estimeres til kr. 220.000