

## Partnerskab om projektet Fjordliv

### 1. Baggrund

Frederikssund Kommunes nettotilvækst af borgere er udfordret. Danmarks Statistik (DST) forventer, at der vil bo 2.209 flere mennesker i Frederikssund Kommune i 2050. Det er en vækst på cirka 5 procent.

Ifølge Frederikssund Kommunes egen bosætningsstrategi skal der i 2050 være 20.000 flere mennesker bosat i kommunen. Der er således en forskel på små 18.000 borgere mellem DST's prognose og Frederikssund Kommunes strategiske målsætning.

For at kunne tiltrække en større andel af de tilflyttere, som ifølge DST i højere grad vil vælge Egedal og andre kommuner i regionen, er der brug for en professionel, proaktiv kommunikations- og markedsføringsindsats.

En sådan indsats vil gøre Frederikssund Kommune i stand til at tilbyde målgruppen, som kigger mod Egedal Kommune eller andre hovedstadsnære kommuner, et stærkt alternativ. Et alternativ med fjordlivet som unik, primær tiltrækningsfaktor.

I løbet af 2023 har Frederikssund Erhverv – efter en ide fra lokale leverandører – fået udviklet et koncept med navnet *Fjordliv*. Det skal være paraplyen for den kommunikative bosætningsindsats i Frederikssund Kommune.

Denne indsats bør være langsigtet, da de mange gode historier fra området skal formidles, forankres og forstås af de rette målgrupper. Det tager tid at få gode historier til at slå rod og spire, og de bør således opbygges og udvikles over en årrække.

På denne baggrund indgås et partnerskab om projektet Fjordliv mellem Frederikssund Erhverv (projektejer) og Frederikssund Kommune. Partnerskabet sikrer, at Fjordliv over en årrække udvikles og drives på en måde, som understøtter kommunens bosætningsstrategi og tiltrækker flere tilflyttere i den erhvervsaktive alder, end DST's prognoser tilsiger.

### 2. Formål

Kommunikations- og markedsføringsindsatsen samles under paraplyen Fjordliv, som er en digital platform for hele Frederikssund Kommune. Formålet med Fjordliv er at understøtte kommunens bosætningsstrategi.

Det skal ske ved at formidle positive fortællinger om naturen, kulturen, erhvervslivet, uddannelserne, borgerne, byggeriet og foreningerne.

Fjordlivs kommunikation er både målrettet potentielle tilflyttere fra relevante områder (f.eks. børnefamilier i København), men vil samtidig være interessant for kommunens eksisterende borgere.

Fjordliv har det underliggende formål at gøre nuværende indbyggere endnu mere stolte af at bo i fjordkommunen – og dermed til de bedste ambassadører overfor potentielle tilflyttere. Det er væsentligt, fordi det er dem, der skal fortælle venner og bekendte om, hvor dejligt det er at bo og leve i Frederikssund Kommune.

Et fællestræk ved kommunikationsindsatsen er en 'feel-good-vibe' og et positivt perspektiv, hvor de mange interessante personer, steder, virksomheder, oplevelser og fortællinger, der gemmer sig i lokalområdet, dyrkes.

Fjordliv.dk skal være en moderne og visuelt flot hjemmeside med spændende og relevant indhold, der løbende udvikles og opdateres. Ud over selve hjemmesiden vil Frederikssund Kommune blive promoveret som bosætningsdestination i kraft af en dynamisk, aktiv og professionel tilstedeværelse på relevante sociale medier. Igennem podcasts, videoer, engagerende indhold og professionelle kampagner på sociale medier rammer Fjordliv både eksisterende og kommende borgere.

Markedsføringen vil lægge særlig vægt på at være tilpasset målgruppens brugeradfærd. Det vil sige, at produktionen af indhold vil fokusere på at være mobilvenlig samt med hovedvægt på video og lyd (via podcasten *Fjordlyd*).

### 3. Tidsplan

År O: Udvikling (80 pct. gennemført)

- Konzeptudvikling ✓
- Udvikling af hjemmeside ✓
- Udvikling af visuelt udtryk ✓
- Strategi for sociale medier ✓
- Struktur for indholdsproduktion ✓
- Aftaler med kommercielle partnere
- Indholdsproduktion forud for lancering (så der er "varer på hylderne")
- Strategi for lancering

### År 1: Lancering og etablering

- Lancering (sommer 2024)
- Etablering (opbygning af kendskab og eksponering)
- Interessenthåndtering i lokalområdet
- Opstart af samarbejde med lokale leverandører
- Drift (løbende indholdsproduktion og SoMe-arbejde)
- Udvikling af markedsføringskoncepter

### År 2: Kendskab

- Drift (løbende indholdsproduktion og SoMe-arbejde)
- Interessenthåndtering i lokalområdet
- Udvidelse af kendskab
- Flere kommercielle partnere
- Videreudvikling af indhold og SoMe-koncepter
- Målrettet markedsføring mod potentielle tilflyttere
- Udvikling af merchandise

### År 3: Videreudvikling

- Drift (løbende indholdsproduktion og SoMe-arbejde)
- Interessenthåndtering i lokalområdet
- Udvikling af trykt magasin og evt. andre kommunikationsplatforme
- Markedsføring intensiveres

### År 4-5: Øget fokus på markedsføring

### År 5-10: Loyalitet og imagepleje

### Oversigt over udvikling og opstart:

	2024				2025			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Forproduktion af indhold (video og lyd)								
Indgå aftaler med kommercielle partnere								
Udvikling af strategi for lancering								
Lancering								
Drift (indholdsproduktion og SoMe-arbejde)								
Interessenthåndtering lokalt								
Samarbejde med lokale leverandører								
Udvikling af markedsføringskoncepter								
Markedsføring indledes								
Udvikling af merchandise								
Videreudvikling af indhold								

## 4. Organisering

Projektet Fjordliv drives af et sekretariat under Frederikssund Erhverv med et årligt budget til drift, udvikling og markedsføring.

Sekretariatet understøtter bosætningsstrategien via en professionel kommunikations- og markedsføringsindsats materialiseret i fjordliv.dk samt sociale medier og podcasten Fjordlyd.

Udformningen af sekretariatet sker i et samarbejde mellem lokale leverandører og Frederikssund Erhverv som projektejer.

Ved siden af sekretariatet nedsættes en følgegruppe på 6-10 personer bestående af relevante kommunale og politiske aktører samt personer fra kultur-, forenings- og erhvervslivet. Følgegruppen indkaldes til statusmøde med passende interval.

## 5. Økonomi

Projektet har sin egen projektøkonomi, som ligger ud over samarbejdsaftalen mellem Frederikssund Kommune og Frederikssund Erhverv. Se separat budgetudkast.