

## Udviklingspolitik for Odder Kommune

### Udviklingspolitik for Odder Kommune

Hovedmålet for Udviklingspolitikken for Odder Kommune er at styrke udviklingen i Kommunen i bred forstand. Men visse delområder skal have højere prioritet end andre. De seneste år har Odder Kommune haft stor succes med at vægte bosætningspolitikken højt. Odder Kommune har udviklet sig til en af de østjyske kommuner, der har haft flest tilflyttere. Bosætning er fortsat en væsentlig del af Udviklingspolitikken, og indsatsen skal fastholdes. Men i de kommende år vil styrkelse af områdets erhvervsliv gennem etablering af nye iværksætter-virksomheder, udvikling i eksisterende virksomheder samt tiltrækning af nye virksomheder også blive prioriteret højt. Detailhandel og turisme samt profilering af området på forskellig vis bliver også væsentlige indsatsområder.

Politikken er i tre niveauer. Der er 5 overordnede hovedområder. Fordelt på de 5 hovedområder er der udvalgt 12 indsatsområder, som kort er beskrevet med mål og mulige midler. Der skal udarbejdes konkrete operationelle handlingsplaner for hvert af indsatsområderne, efterhånden som arbejdet med disse sættes i gang.

Sidst i politikken er en tabel til illustration af, hvilke effekter de enkelte indsatsområder kan forventes at have. Formålet er at kvalificere prioriteringen af arbejdet, som - med løbende justeringer - tænkes udført over 3-4 år.

### Odder Kommunes styrker og svagheder

Udviklingspolitikken skal hovedsageligt udnytte og udvikle områdets stærke sider. Men det er naturligvis også væsentligt at kende de svage sider, og i nogen grad arbejde for at udbedre disse, hvor det vurderes muligt og hensigtsmæssigt.

#### Styrker - bl.a.:

- Store herlighedsværdier fra naturens side
- Rigt og velfungerende handelsliv med godt opland
- Et sted folk gerne vil bo (stigende befolkningstal) - godt image som bosætningssted
- Rimeligt varieret erhvervsliv (f.eks. ikke afhængig af én branche eller én virksomhed)
- Gode og billige erhvervsarealer
- Lavt skattetryk
- Nærhed til Århus (og god off. transport til Århus)
- Vækst i turisme
- Idræts- og foreningsliv
- Stærkt landbrug
- Sygehus
- osv, osv.....

#### Svagheder - f.eks.:

- Geografisk beliggenhed i fht. hovedfærdselsårenerne (primært motorvejen)
- Infrastrukturen - gennem byen og mod vest
- Erhvervsstruktur uden store virksomheder (/lokomotiver)
- Erhvervsstruktur ikke præget af væksterhverv (konjunkturfølsom)
- For få iværksættere?
- Mangler måske iværksætter-/udviklingsmiljøer?
- Erhvervsmæssig image som område med stagnation/tilbagegang
- Ikke kendt nok
- Manglende butikslokaler - specielt i den rigtige størrelse
- Manglende arbejdspladser til ufaglærte kvinder
- Grim/slidt midtby
- osv...

# Udviklingspolitik for Odder Kommune

## Hoved- og indsatsområder

Nedenfor er kort beskrevet de 5 hovedområder med tilhørende indsatsområder. Der skal senere foretages en nøje gennemgang og prioritering af midlerne, hvorefter der skal laves operationelle handlingsplaner for de udvalgte initiativer.

### 1. Flere virksomheder og arbejdspladser

Flere virksomheder og/eller større omsætning og aktivitet i vores eksisterende virksomheder øger den lokale beskæftigelse, som i de senere år er steget mindre end på amts- og landsplan. Ud over at have indflydelse på befolkningens beskæftigelse, vil flere lokale arbejdspladser også kunne mindske udpendingen, som belaster vejnet og miljø. Endelig er det håbet at kunne skabe flere arbejdspladser for i sær uaglærte, som de senere år har været hårdest ramt af ledighed.

#### 1.1. Pleje af / vækst i eksisterende virksomheder

Hovedmål: - øget lokal beskæftigelse og omsætning

Midler: - rådgivning og service til virksomheder, herunder vækstinitiativer som f.eks. lokale netværk af forskellig art, vækstgrupper, professionelle bestyrelser/sparringpartnere, eksportinitiativer osv.  
- gode rammebetingelser som f.eks. infrastruktur, grunde, kvalificeret arbejdskraft osv.  
- optimal kommunal service, herunder synliggørelse/udnyttelse af viden  
- undersøge muligheden for kommerciel udnyttelse af venskabsby-forbindelserne  
-

#### 1.2. Iværksættere

Hovedmål: - øget lokal beskæftigelse  
- mindre konjunkturfølsom erhvervsstruktur (f.eks. mere forretningsservice, IT osv.)  
- flere virksomheder, der er mindre afhængige af geografi og derfor f.eks. kan lokaliseres i landsbyer o.l. (f.eks. nye IT-baserede og/eller kreative virksomheder)

Midler: - større synlighed omkring iværksættere og mulighederne for at få hjælp  
- iværksætterkultur i uddannelsessystemet gennem øget samarbejde med skoler og ungdomsuddannelser  
- undersøge behov og muligheder for særlige iværksætterfaciliteter (Væksthus e.l.) - og i det hele taget at matche virksomheder med erhvervsmiljøer  
- finansiering (lokale muligheder?)  
-

#### 1.3. Tiltrækning af nye virksomheder

Hovedmål: - øget lokal beskæftigelse og omsætning  
- større variation i erhvervsstrukturen, herunder gerne flere vækstvirksomheder

Midler: - fortsat fælles markedsføring m.v. gennem 10-Kommunesamarbejdet  
- bruge eksisterende virksomheder som "ambassadører" over for deres egne underleverandører og øvrige forretningsforbindelser  
- profilering og "branding" af Odder jf. indsatsområde 3.2 og 4.2.  
-

## Udviklingspolitik for Odder Kommune

### 1.4. Infrastruktur

Hovedmål: - sikre optimal infrastruktur m.h.p. mere hensigtsmæssig afvikling af nuværende trafik samt gøre området mere attraktivt for tilflyttere og (nye) virksomheder

Midler: - pres på Århus Amt m.h.t. omfartsvej  
- støtte til hurtig etablering af nordlig forbindelsesvej til motorvejen  
- arbejde videre med forbindelsesvej via Grobshulevej  
-

### 1.5. Udliciteringsplan / Outsourcing

Hovedmål: - at få "mere for pengene", hvilket enten kan udnyttes til besparelser eller til øget service- og aktivitetsniveau  
- at flytte aktivitet og beskæftigelse fra offentlig til privat regi, hvor øget aktivitetsniveau og udvikling af kompetencer bedre kan bruges som afsæt for generel vækst

Midler: - plan for hvilke kommunale driftsområder/funktioner, der helt eller delvis kan udliciteres og hvordan det i givet fald kan ske jf. Odder Kommunes servicestrategi  
-

## 2. Øget skattegrundlag og aktivitetsniveau i lokalsamfundet

Flere indbyggere vil ikke alene være med til at øge skattegrundlaget, men også betyde øget aktivitetsniveau på områder som fritid og kultur, detailhandel osv. Med øget indbyggertal vil der f.eks. skabes basis for foreninger, aktiviteter eller butikker, der ikke p.t. er basis for. Dette gælder såvel i Odder by som i oplandet.

De nye indbyggere udgør i øvrigt et stort erhvervsmæssigt potentiale - dels som kvalificeret arbejdskraft for eksisterende virksomheder og dels som potentielle iværksættere eller ledere af potentielle tilflyttervirksomheder.

### 2.1. Bosætning

Hovedmål: - fastholde og evt. øge tilflytningen af nye borgere

Midler: - et rigeligt og varieret udbud af gode byggegrunde  
- markedsføring af Odder som bosætningssted  
- Bomesse eller lignende aktivitet (f.eks. Byg & Bo 2004)  
-

### 2.2. Oplandsbyerne

Hovedmål: - styrke udviklingen i oplandsbyerne for at fastholde/øge indbyggertallene og derved forsøge at fastholde/udbygge grundlag for lokale faciliteter, aktiviteter osv.

Midler: - understøtte lokalt funderede udviklingsprojekter via sparring, hjælp til søgning af finansiel støtte osv. (synliggøre nuværende tilbud om hjælp..!)  
- undersøge behov og muligheder for etablering af lokale faciliteter til iværksættere o.a.  
-

## Udviklingspolitik for Odder Kommune

### 3. Udvikling af Odder som handelsby

Udvikling og markedsføring af handelsbyen Odder vil betyde øget omsætning, beskæftigelse og aktivitetsniveau, ligesom det er med til gøre byen attraktiv for såvel nuværende borgere som tilflyttere og turister.

#### 3.1. Odder Bymidte

Hovedmål: - en attraktiv og tidssvarende bymidte for borgere, besøgende og handlende

Midler: - belægninger og udstyr m.v. i henhold til projekt Helhedsorienteret Byfornyelse  
- attraktive butikslokaler (beliggenhed og størrelse)  
- tiltrække interessante kædebutikker, som kan supplere det nuværende handelsliv  
- detailhandelsudvikling i øvrigt, herunder "Branding" og bymarkedsføring  
-

#### 3.2. Øget samarbejde om markedsføring (Odder-branding)

Hovedmål: - samle kræfterne om massiv markering af Odder gennem markedsføring og aktiviteter

Midler: - finde en fælles bærende idé, som alle kan slutte op om  
- samlet markedsføringspulje????  
- fælles design??  
- flere markante aktiviteter  
-

### 4. Idræt-, fritids- og kulturområdet

Idræt-, fritids- og kulturområdet får stadig større betydning i vores hverdag, og er derfor ikke alene væsentligt for kommunens nuværende borgeres aktivitetsniveau og velbefindende, men har også stor betydning for vores muligheder for at tiltrække nye borgere.

Odder Kommune har en velbeskrevet fritids- og kulturpolitik, og bortset fra etablering af ny multihal, skal de områder, der er omfattet af denne, derfor ikke berøres her.

#### 4.1. Idræts-, fritids- og kulturfaciliteter

Hovedmål: - at give Kommunens borgere gode kulturelle oplevelser

Midler: - etablering af ny multihal i tilknytning til Odderhallerne  
- arbejdsgruppe m.h.p. afklaring af behov, udnyttelsesmuligheder, økonomi m.m...?  
-

#### 4.2. Eliteidrætspolitik

Hovedmål: - markere Odder på landkortet  
- styrke breddeidrætten gennem øget interesse for idræt  
- give kommunens borgere gode oplevelser

Midler: - sikre tidssvarende og tilstrækkelige faciliteter  
- engagere erhvervslivet yderligere i lokalidrætten  
- Kommunalt engagement - pulje, fond, "Team Odder" ?????

## Udviklingspolitik for Odder Kommune

### 5. Udvikling af Odder Kommune som turistområde

Odder Kommune har stort potentiale for turisme, og iflg. de officielle forbrugstal bidrager de turister, der besøger Odder, med omkring 80-100 mio. årligt i omsætning. Vi har gode grundlæggende forudsætninger for turisme og en erhvervspolitisk indsats vil derfor være koncentreret om at udnytte disse forudsætninger gennem markedsføring og "produktudvikling".

#### 5.1. Turisme

Hovedmål: - øget lokal omsætning og dermed beskæftigelse og udvikling i f.eks. detailhandel, hotel og restauration samt erhverv rettet mod fritidsbeskæftigelse

Midler: - samle turisterhvervene til en fælles indsats i turistforeningen  
 - øget markedsføring  
 - Østjyllands Turistudviklingsfond  
 - arbejde for udstykning af nye attraktive sommerhusgrunde  
 - sikre at grundlæggende fysiske forhold som faciliteter, skiltning osv. er i orden

#### Effekter af Udviklingspolitikens enkelte områder:

Nedenfor er angivet de forventede effekter af de forskellige indsatsområder. Man skal imidlertid være opmærksom på, at tingene ofte er uløseligt forbundet, og at en indsats på et af områderne meget ofte har afsmittende effekt på flere andre områder. Der vil således kunne sættes langt flere krydser end tilfældet er nedenfor, ligesom der kan findes flere "effekter". Af hensyn til overskueligheden har det imidlertid været nødvendigt at foretage et valg.

X = mere eller mindre direkte effekt

(x) = mere indirekte effekt

Indsatsområder:	Effekter:	Beskæftigelse	Skattegrundlag	"Branding"	Liv og Aktivitet	Erhvervsstruktur	"besparelser" *
1.1. Pleje af / vækst i eksisterende virksomheder		X	X		(x)		(x)
1.2. Iværksættere		X	(x)			X	(x)
1.3. Tiltrækning af nye virksomheder		X	X			X	(x)
1.4. Infrastruktur		(x)	(x)				
1.5. Udliciteringsplan / Outsourcing							X
2.1. Bosætning		(x)	X		X	(x)	
2.2. Oplandsbyerne			X		X		
3.1. Odder Bymidte		(x)	(x)	X			
3.2. Øget samarbejde om markedsføring		(x)	(x)	X	(x)		(x)
4.1. Idræts, fritids- og kulturfaciliteter			(x)	X	X		
4.2. Eliteidrætspolitik			(x)	X			
5.1. Turisme		X	X		(x)		

\* "besparelser" skal også opfattes som en mulighed for at "få mere for pengene"