Status på direktionens strategiplan 2013-2015 – Den Dobbelte Ambition

Direktionen vedtog i starten af 2013 ”Den Dobbelte Ambition”, som efterfølgende blev godkendt af Byrådet den 20. marts 2013.

Nedenfor gives en samlet status på de konkrete målsætninger samt iværksættelsen af projekter og initiativer som skulle understøtte disse målsætninger.

Status på de konkrete målsætninger
Den Dobbelte Ambition indeholder fire målsætninger:

Løbende realisere effektiviseringsgevinster på de enkelte politikområder for at skabe råderum til prioritering og særlige indsatsområder.

> Der er de sidste tre år skabt et råderum til prioritering – aktuelt er der for budget 2016 et mål om 1½ pct. til prioriteringer – ca. 55 mio. kr. (halvdelen beholder udvalgene selv og 26,7 mio. kr. er til Byrådets råderum). I henholdsvis budget 2014 og 2015 var Byrådets råderum på 41,1 mio. kr. kr. og 36,1 mio. kr.

Medvirke til at skabe gode rammebetingelser og igangsætte initiativer, der medvirker til en vækst i antallet af arbejdspladser i Viborg Kommune på minimum 1 % årligt.

> Det lokale arbejdsmarked er i lighed med det nationale arbejdsmarked stadig påvirket af den økonomiske krise. Danmarks Statistik har ikke opdaterede beskæftigelsesstatistikker på kommuneniveau efter 2013, hvilket vanskeliggør en præcis vurdering af udviklingen i antallet af arbejdspladser de sidste to år – dog er ledigheden siden 1. januar 2014 til 1. oktober 2015 faldet fra 4,6 % til 3,5 % i Viborg Kommune. Den nuværende ledighed ligger 0,7 % under det nationale niveau.

Understøtte gode rammer for bosætning og igangsætte initiativer, som er med til at sikre en årlig befolkningstilvækst på minimum 0,5 %.

> I 2014 var der en samlet befolkningstilvækst på 502 indbyggere, hvilket svarer til 0,53 %. I 2013 var befolkningstilvæksten under 0,5 %. Alene i de tre første kvartaler af 2015 har der været en tilvækst på 781 personer – svarende til 0,82 %.

Understøtte og igangsætte initiativer, der medvirker til et stigende antal uddannelsespladser i Viborg Kommune.

> Der har generelt været et stigende antal uddannelsespladser i Viborg Kommune de seneste år. Konkret er antallet af uddannelsespladser på Campus Viborg, hvor kommunens videregående uddannelser overvejende er samlet, steget fra 1.640 studerende i 2013 til 1.828 studerende i 2015. En tilvækst på ca. 11,5 %.

Status på iværksættelse af projekter og initiativer
I strategiplanen er der peget på konkrete initiativer og projekter på en række områder, der skal være med til at nå målsætningerne. Her kan der nævnes følgende eksempler for hvert område:

Omsætte Innovationsstrategien til en række radikale innovationsprojekter

Projekt MIR, som skulle igangsætte og styre radikale innovationsprojekter, har givet en række erfaringer og værktøjer i forhold til arbejdet med innovation i Viborg Kommune. Projekt MIR blev i 2014 stoppet, da der

ikke blev opnået de forventede resultater. MIR blev i stedet erstattet med en satsning på projektet ”Smartere Kommune” med fokus på effektivisering gennem LEAN.

Der kan nævnes flere eksempler på konkrete effektiviseringstiltag - herunder LEAN:

- Digital rekrutteringsproces
- ”Virtuel bostøtte”
- ”Måltidet” på Overlundgården
- Fælleskommunal hotline i Borgerservice
- Etablering af ny fælles tandplejeklinik
- Omlægning på familieområdet
- Etablering af børnehaven ”Bulderby”
- NemPlads i Dagplejen
- Samarbejdsrelationer med sekretariatet og familieafdelingen om administration af plejefamilieområdet
- Skriftlighed og journalisering i PPR
- Gennemførelse af en række konkurrenceudsættelser

Identificere, udvikle og udnytte civilsamfundets ressourcer i nye omkostningseffektive velfærdsmodeller

Viborg Kommune betragter civilsamfundet, herunder frivillige og frivillige organisationer som en nødvendig ressource i arbejdet på at opretholde og udvikle velfærden i kommunen og frivillige inddrages både strategisk og praktisk i varetagelsen af kommunale velfærdsydelser.

Eksemplerne er mange, og omfatter både praktisk bistand til nytilkomne flygtninge, lektiehjælp, ledsagelse af børn og unge til fritidsaktiviteter, besøg hos og samvær med ældre, psykisk sårbare og handicappede borgere, praktisk bistand i forbindelse med større events, frivilligt arbejde i beredskabet med videre.

Tilsvarende er bruger- og borgerinddragelse i strategi-, plan- og politikudvikling helt afgørende. Det seneste eksempel på en vellykket inddragelse af brugere- og borgere i politikudviklingen er udarbejdelsen af den nye socialpolitik. På tilsvarende vis var borgerinddragelse et meget vigtigt element i Naturpark Viborg, hvor borgere, brugere, lodsejere, foreninger og virksomheder har været inddraget i både tænkningen om og planlægningen af naturparkprojektet.

Udvikle og forbedre rammevilkårene for vækst i antallet af arbejdspladser

- Tiltrækning af Apple til Viborg Kommune gennem langt og målrettet projekt
- Etablering af Invest in Viborg med henblik på tiltrækning af virksomheder i kølvandet på Apples valg af Viborg Kommune. En initiativ, der indebærer etablering af et § 17 stk. 4 udvalg, oprettelse en særlig kommunal enhed samt entrering med eksterne parter, herunder Invest In Denmark.
- Sagsbehandlingstider for byggeansøgninger nedbragt væsentligt
- Fjernet gebyrer for byggeansøgninger
- Sænket ejendomsskatten og indkomstskatten
- Styrket dialogen og samarbejdet med erhvervslivet ift. planlægning, strategier og infrastruktur.
- Etableret rekrutteringsnetværk Viborg med det dobbelte formål at fremme kompetencer og adgang til arbejdskraft
- Etableret Center for industri, der skal fremme nuværende og kommende industrivirksomheder.
- Udarbejdelse af en lokal vækstorienteret udbudspolitik vedr. bl.a. bygge og anlæg, som giver lokale virksomheder bedre muligheder for at deltage i løsningen af kommunale opgaver.

Gøre en aktiv indsats i forhold til potentielle tilflyttere, hvor Viborg Kommune blandt andet sættes på landkortet gennem udvikling og markedsføring af større projekter, herunder Banebyen og Arnbjerg

- Mercantec bygger nyt gymnasium i Banebyen

- Udvikling af nye og attraktive boligområder i Arnbjerg og Banebyen
- Skabelse af spændende, rekreative muligheder, bl.a. gennem etablering af SØnæs i Viborg og nye broer og stiforbindelser i Bjerringbro
- Markedsføringsstrategi med fokus på tilflyttere, studerende, virksomheder og gæster af alle slags (turister, konferencedeltagere, deltagere i events etc).

Udvikle og forbedre rammevilkårene for udvidelse af eksisterende samt tiltrækning af nye uddannelser og uddannelsesinstitutioner

- IB-linje på Viborg Katedralskole
- Partnerskabsaftaler med Aalborg Universitet og VIA University College
- En partnerskabsaftale med Århus Universitet er under etablering

Etablere nye, tilbagevendende events med udgangspunkt i Viborg Kommunes eventstrategi

Blandt andet med baggrund i eventstrategien er der nu etableret en række tilbagevendende events, som fx:

- Snapsting – Viborg Hærvejsfestival (ca. 60.000 deltagere i 2015, ca. 25.000 i 2013)
- Viborg Animationsfestival (ca. 10.000 deltagere i 2015)
- Generation Handball (2200 deltagere fordelt på 140 hold
- Forskellige motionsløb (med ca. 10.000 deltagere i 2015)

Samtidig er der et stort fokus på at etablere og videreudvikle nye og eksisterende events.

Styrke kendskabet til Viborg Kommune og skærpe kommunens profil

- Med udgangspunkt i en skærpet markedsføringsstrategi har der været arbejdet fokuseret med at øge kendskabet til og synligheden af Viborg Kommune. De vigtigste styrkepositioner er defineret som ”Historie & Kultur” og ”Erhverv & Uddannelse”.

- Aktiv mediestrategi i forhold til kommunens satsninger: Ud over markedsføringen af de store events i foregående afsnit gælder det fx markedsføring i forbindelse med Apples investering på 6,3 mia. kr. i datacenter, Viborg Baneby, internationale samarbejder, markedsføring af en lang række aktiviteter som fx DR-studie i Stadionhallerne under Håndbold-VM for herrer, landskamp for fodboldlandsholdet på stadion og afvikling af kvindelandsholdskampe samme sted.

- Igangsat og afsluttet lean-projekt om ”Effektiv pressekontakt”.

- Der er implementeret medieovervåning og medieanalyse via Infomedia fra februar 2013.Medie-analysen viser en stigning PR-score[1] henover hele 2014 og en yderligere stigning i første halvår 2015. Benchmark for offentlige virksomheder er +25. Første halvår af 2015 lå Viborg Kommune på +38.

- Viborg by rykkede i 2014 fire pladser frem i Infomedias opgørelse af mediesynligheden for landets 100 største byer. Viborg by ligger nu som nr. 10, lige efter Randers men før Herning, Silkeborg og Horsens. Bemærk, at denne opgørelse medtager både god og dårlig omtale.

[1] PR-scoren bygger på fem faktorer, der er afgørende for omtalens kvalitet: Læsertal, eksponering i overskrift, eksponering i artikel, størrelse på artiklen samt hvorvidt artiklen er positiv, neutral eller negativ. Skalaen går fra +100 (meget positiv) til -100 (meget negativ).