

Erhverv

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
Karrieredage 2020	Uddannelse		Studerende	Forår	kr. 50.000	50%	kr. 25.000
Ad hoc annoncering	Erhverv & Uddannelse			Løbende	kr. 100.000	50%	kr. 50.000
							kr. -
							kr. -
Disponeret					kr. 150.000		kr. 75.000

Handel

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
Snapsting-magasin. Magasinet vil formidle budskaberne om Snapsting, Hærvejen og de mange oplevelser på egnen. Samt understøtte den øvrige "eksterne" Viborg markedsføring som handler om at Viborg er et besøg værd.	Kultur	Magasinudgivelse på 68 sider i 55.000 eksemplarer. Husstandsomdeles med respekt for nej tak til reklamer i postnr. 7470, 7800, 7801, 7840, 7850, 8620, 8643, 8800, 8830, 8831, 8832, 8840, 8850, 9500, 9620, 9632. Samt udvalgte byer udenfor Viborg kommune. Danmarksmagasinet: tillæg indstukket i Århus Stiftstidende, Randers Amtssavis, Viborg Stifts Folkeblad, Dagbladet Holstebro, Dagbladet Struer, Folkebladet Lemvig, Dagbladet Ringkjøbing Skjern. Til 126.000 læsere. 2 ugers radiomarkedsføring på Radio Viborg til 122.000 ugentlige lyttere. Bannerannoncering på ovenstående avissites samt mobilsites.	Alle potentielle deltagere i Snapsting, dvs. en meget bred målgruppe spændende fra børnefamilier og march-gængere til tilskuere til de musikalske oplevelser og deltagere i cykelløbet med start i Flensborg og flere andre steder op igennem Jylland. Også ovenstående målgrupper i nabokommunerne	Uge 23	kr. 500.000	50%	kr. 250.000
Snapsting: TV-reklamer		Viborg Handels andel af finansringen er endnu ikke på plads. Aktiviteten bliver kun igangsat, hvis der findes en løsning på dette.			kr. 50.000	50%	kr. 25.000
Viborg - Danmarks hyggeligste juleby. Branding af Viborg som hele Danmarks hyggeligste juleby	Kultur	Magasinudgivelse på 68 sider i 55.000 eksemplarer. Husstandsomdeles med respekt for nej tak til reklamer i postnr. 7470, 7800, 7801, 7840, 7850, 8620, 8643, 8800, 8830, 8831, 8832, 8840, 8850, 9500, 9620, 9632. Samt udvalgte byer udenfor Viborg kommune. 2 helsider Danmarkstillægget , indstukket i Århus Stiftstidende, Randers Amtssavis, Viborg Stifts Folkeblad, Dagbladet Holstebro, Dagbladet Struer, Folkebladet Lemvig, Dagbladet Ringkjøbing Skjern. Til 126.000 læsere. 2 ugers radiomarkedsføring på Radio Viborg til 120.000 ugentlige lyttere. (Den ene helside er i særtillægget Jul i Danmark). Bannerannoncering på ovenstående avissites samt mobilsites. TV kampagne – 3 uger i december på TV MidtVest samt TV2 Østjylland.	Alle potentielle julehandlende og gæster til byen i øvrigt. Dvs. en meget bred målgruppe spændende fra lokale børnefamilier, julehandlende, gæster fra andre byer som vil opleve julestemningen i Viborg	November og december 2019	kr. 700.000	50%	kr. 350.000
Magasinet "GUEST"	Kultur		Kvinder, alder 25-55 (+familier)		kr. 290.000	50%	kr. 145.000
							kr. -
							kr. -
							kr. -
Disponeret					kr. 1.540.000		kr. 770.000

Turisme

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
TREKLØVEREN (Verdenskortet, EnergiMuseet, Mønsted Kaldgruber) - et stærkt turismetiltag for Viborg Kommune. For at styrke Viborg Kommune som turismemål, er de tre største aktører i Viborg Kommune gået sammen om en fælles branding der skal få gæster fra hele Jylland til vores attraktioner. Fællesskabet imellem os, går ud på at den gennemsnitlige gæst opholder sig en 1/2 dag pr. oplevelse, og derfor skal vi gerne bruge minimum 1 oplevelse mere for en fuldstændt oplevelsesdag. På denne måde sikrer vi, at gæster bliver i kommunen og da vi, samlet, tilbyder 1 1/2 dags oplevelser, kan vi håbe på at flere gæster tilvælger en overnatning i og omkring Viborg. "Treklover samarbejdet - gør Viborg bredere" - tilsammen tiltrækker vi - henover sæsonen - omkring 200.000 gæster. Derved bidrager vi væsentligt til øget opmærksomhed på Viborg Kommune. DE UNDERSØGER MULIGHEDERNE FOR SAMARBEJDE MED VISIT AARHUS, MEN HVOR DET ER VIBORG-OMRÅDET DER MARKEDSFØRES. DE ER HELT MED PÅ, AT DET ER VIBORG-BRANDET, DER SKAL EKSPONERES.	Kultur	Vi ønsker at gøre Viborg Kommune bredere - der er meget fokus og opmærksomhed på at brande Viborg By. Dette samarbejde supplerer Viborg Kommunes branding, som en spændende oplevelse. Vi ønsker at samle gæster der skal "opleve og leve" - vi er, alle tre, prisvenlige attraktioner, og ligger tæt på både overnatning og shopping. I trekloversamarbejdet vil vi sætte vores store fokus via Mobil OUTDOOR Annoncering (som f.eks. busser i/ og til og fra større byer, udenfor Viborg Kommune) Derudover ønsker vi at målrette os stærkt på diverse online medier (herunder Linkbuilding, SoMe, Remarketing AdWords mm.) Vi ønsker ligeledes at reklamere sammen i reklamespots der skal vises i biografer udenfor Viborg. (Fordeling: 120.000 Mobil OutDoor, 40.000 Biograf, 40.000 Online)	Hele Jylland, børnefamilier, par uden børn, ældre med og uden børnebørn.	Marts / September	kr. 200.000	50%	kr. 100.000
VERDENSKORTET - De 17 Verdensmål og plastforurening i Verdenshavene. Vi har lavet et nye område med en permanent udstilling omkring DE 17 VERDENSMÅL og plastforurening i havene. Her er en afstemning omkring de 17 Verdensmål samt et vand-bassin på 5 x 7 meter med verdenskortet (flydende elementer) og de fem største plastsupper visualiseret (også som flydende elementer) - en vild visuel øjenåbner. Området vil danne ramme om en workshop i højsæsonen, hvor børn kan bygge sejlskibe af genbrugsmaterialer og søsætte dem i bassinet. (En kreativ proces med fokus på HVAD der egentligt bliver smidt ud). Ydermere vil vi lave et udendørs område med info/lege/aktivitetskvaldrater (kasser) med aktiviteter og information vedr. de 17 Verdensmål.	Kultur	Udstillingen er afprøvet ved Tall Ship Race i Aarhus hvor der var KÆMPE interesse. Den tiltrækker folk i alle aldre. Verdenskortet søger tilskud til markedsføring af udstillingen. Vi vil markedsføre udstillingen i trykt markedsføring samt online (på diverse online medier (herunder Linkbuilding, SoMe, Remarketing AdWords mm.) i og omkring de større byer udenfor Viborg (bla. Aarhus, Randers og Aalborg) og søger støtte til dette.	Målgrupper er familier og skoleklasser fra hele Jylland samt alle gæster på Verdenskortet (godt 40.000 personer pr. år - familier, børn fra 2-12, forældre og bedsteforældre). Derudover henvender denne udstilling sig til skoleelever fra 0. - 10. klasse.	Marts 2020 - September 2020	kr. 60.000	50%	kr. 30.000
						50%	kr. -
Disponeret					kr. 260.000		kr. 130.000

Kultur/Events

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
Supercar Weekend		Lars taler med arr.			kr. 50.000	50%	kr. 25.000
LESS internationale collagefestival	Viborg som centrum for Contemporary Collage Art	Selvstændig organisering udenfor VK	Nationale og internationale kulturturister, Detailhandel, Developere i Viborgs midtby	August-September 2020	168.000 kr.	50%	kr. 84.000
Viborg Internationale Kirkemusikfestival 2020	Kultur	Selvstændig organisering udenfor VK med højprofilerede internationale kunstnere.	Nationale kulturturister	mar-20	189.000 kr.	50%	kr. 94.500
Viborg Museum: Hvem myrdede Erik Klipping?	Kultur	En mordgåde-jagt for børnefamilier, hvor familien sendes rundt i Domkirkekvartret i Viborg for at løse en række gåder og opgaver for til sidst at kunne finde frem til morderne. Gådejagten udvikles i samarbejde med professionelle spiludviklere, som arbejder med udvikling af escape rooms og mystery hunts.			kr. 50.000	50%	kr. 25.000
Viborg Kunsthall: PR-indsats: Kendskab til Viborg Kunsthall - styrke positionering af udstillingssted for samtidskunst.	Kultur - ledende udstillingssted for samtidskunst i Danmark	Styrke PR-strategi i samarbejde med Have kommunikation. Strategiske aftaler i dagblade, aviser, sociale medier om helårskampagner for kunsthallen	Udvidelse af eksisterende målgruppe. Både lokalt, nationalt og internationalt publikum	Hele året	100.000 kr.	50%	kr. 50.000
Viborg Kunsthall: Udstillinger i 2020.	Kultur	Udstillinger med markante danske og internationale samtidskunstnere. Koncentreret markedsføring af de enkelte udstillinger - trykte annoncer i dagblade fx Politiken, JP og Kristeligt Dagblad samt online annoncering i div. kunstmagasiner og portaler fx kunsten.nu og københavn mm. Bl.a. særlig indsats omkring skulpturudstilling "The Process of Becoming" med væsentlige danske og internationale navne, fotoudstilling med Ismar Cirginacic og soloudstilling med Elle-Mie Ejdrup Hansen, der sætter fokus på samfund, politik og forskning. FORVENTER 4000 - 4500 BESØGENDE PR UDSKILLING.	Kunstinteresserede - DK, skandinavisk og internationalt	Hele året	80.000 kr.	50%	kr. 40.000
Viborg Kunsthall: Turistannoncering	Kultur	Turismemarkedsføring fx feriemagasinet, bykort, Sommeravisen, Ud og Se, Scan Magazine mm. Udbredelse af kendskabet til Viborg Kunsthall nationalt og internationalt. MEDLEMSKAB AF VISITAARHUS DÆKKES IKKE!	Danske og udlandske turister.	Udstillingsperiode 2020	20.000 kr.	50%	kr. 10.000
Skovgaardmuseet: Udstilling "100 års dansk keramik"	Kultur	Stor udstilling med dansk keramik. Udstillingen er lavet i samarbejde med Det Danske Hus i Paris, hvor den har været vist tidligere. Keramik oplever i disse år en renæssance med fornyet interesse for keramik både på udstillinger og kommercielt, eksemplificeret ved Kählers succesfulde relancering og den store succes, som keramikmuseet Clay i Middelfart oplever. Udstillingen perspektiverer museets egen keramiksamling og vil rumme over 200 keramiske værker lånt af passionerede privatsamlere og keramikere selv. Støtten fra markedsføringspuljen vil gå til annoncering i trykte medier samt sociale medier. FORVENTET BESØGSTAL: 6000	Voksne kulturforbrugere og designinteresserede fra Midtjylland og dele af Region Nord og Region Syd.	februar-maj 2020	40.000 kr.	50%	kr. 20.000
Skovgaardmuseet: Udstilling "Den anden guldalder. Johan Ludvig Lund over alle grænser"	Kultur	Udstilling skabt i samarbejde med Den Hirschsprungske Samling og Ribe Kunstmuseum med betydelig fondsstøtte. I disse år er der stort fokus på at skabe opmærksomhed om de dele af bla. Danmarkshistorien, der er blevet overset i historieskrivningen. En sådan historie er fortællingen om den tyskfødte maler Johan Ludvig Lund, der blev skrevet ud af den danske kunsthistorie efter Danmarks nederlag i krigen i 1864. Lund var dog en betydningsfuld figur i dansk kunst, der var professor på kunstakademiet i over 40 år og bl.a. lærer for P.C. Skovgaard. Udstillingen vises pt i København, hvor den har fået positive anmeldelser. Støtten til markedsføringspuljen vil gå til annoncering i trykte medier og sociale medier. FORVENTET BESØGSTAL: 4000	Voksne kulturforbrugere fra hele Region Midt og Region Nord. Dertil vil der i løbet af 2020 komme fornyet interesse for genforeningen og det danske forhold til Tyskland, som udstillingen vil tematisere. Samt uddannelsesinstitutioner fra hele Viborg Kommune.	juni-september 2020	180.000 kr.	50%	kr. 90.000

Skovgaardmuseet: Udstilling "Palle Nielsen 100 år"	Kultur	Udstilling skabt i samarbejde med Fuglsang Kunstmuseum og Kunstmuseet i Tønder. I anledning af 100-året for Palle Nielsens fødsel. Indenfor dansk grafik er Palle Nielsen en Superstar. Anerkendt af kunstnere og kritikere, afholdt af publikum for sine stærke grafiske værker. De blev skabt i det 20. århundrede, men taler ind i det 21. århundredes største bekymringer med deres fokus på krig og klimakatastrofer. Støtten fra markedsføringspuljen vil gå til annoncering i trykte medier, sociale medier forhåbentlig en co-produktion af en animeret film i samarbejde med Viborg Animation Workshop. FORVENTET BESØGSTAL: 5000	Voksne kulturforbrugere fra hele Region Midt og Region Nord. Uddannelsesinstitutioner fra hele Viborg Kommune.	oktober 2020-januar 2021	50.000 kr.	50%	kr.	25.000
Generation Handball: Brochure udleveres til klubber, trænere og beslutningstagere	Kultur	Brochure	Islandske, norske, tyske og færøske ungdomshold	1. september 2019 til 1. juni 2020	25.000 kr.	50%	kr.	12.500
Generation Handball: Brochure udleveres til klubber, trænere og beslutningstagere	Kultur	Brochure	Alle Danske klubber	1. oktober 2019 til 1. juli 2020	20.000 kr.	50%	kr.	10.000
Generation Handball: eMagaziner til ungdomshåndbold	Kultur	U-bold som er den største hjemmeside vedr. ungdomshåndbold + Handballplanet	Ungdoms spillere og trænere	15. oktober 2019 til 1. juli 2020	60.000 kr.	50%	kr.	30.000
Generation Handball: Kampagne på SoMe målrettet udenlandske og danske hold	Kultur	Boosting og sponserede annonce kampagne incl produktionsomk af videoer	Nye Hold	Hele året	50.000 kr.	50%	kr.	25.000
Generation Handball: LED Bander og bandereklamer i forbindelse med ligakampe og landskampe	Kultur	LED bander og bandereklamer incl produktionsomkostninger	Nye Hold	Hele året	60.000 kr.	50%	kr.	30.000
Generation Handball: Landsdækkende håndboldmagasine bl.a. Harpiks	Kultur	Annoncering	Ungdoms spillere og trænere	1. oktober 2019 til 1. juli 2020	10.000 kr.	50%	kr.	5.000
Tinghallen	Kultur	Annoncering af Internationale koncerter og musicals: Sting, Westlife, Nik Kershaw, Mamma Mia etc.	Danske kulturturister	Maj - Aug 2020	250.000 kr.	50%	kr.	125.000
Kvindelandsskampe i fodbold	Kultur	Kampe mod Israel og Italien		4. juni og 22. september	kr. 60.000	50%	kr.	30.000
Hvolris Jernalderlandsby	Historie & Kultur				kr. 10.000	50%	kr.	5.000
Fotodage Viborg	Kultur	1.) Fremstilling og distribution af plakater, flyers/postkort og programmer til nabokommunerne: Skive, Favrskov, Randers og Silkeborg. Dette sker gennem distribution via kulturinstitutioner som biblioteker, museer og kulturhuse samt attraktioner. 2.) Facebook- og Instagram-kampagne (sponsorerede/boostede opslag/dark posts)	Unge 15-25 år og voksne par 40+	April og maj	kr. 30.000	50%	kr.	15.000
						50%	kr.	-
Disponeret					kr. 1.502.000		kr.	751.000

Uddannelse

Alle aktiviteter skal afvikles under Karriereby-brandet

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
Karriereby Viborg	Uddannelse				kr. 200.000	50%	kr. 100.000
Havredal: Annonce Jyllandsposten	JP udgive tillæg 2 x årligt om sårbare unge	Dækker stor del af landet	UU vejledere, personale ved kommuner og institutioner	marts og novem.	kr. 12.000	50%	kr. 6.000
Havredal: Annonce Jyske Vestkysten		Dækker primært sønderjylland, hvor vi endnu ikke har så mange samarbejdspartner	UU vejledere, personale ved kommuner og institutioner		kr. 8.000	50%	kr. 4.000
Havredal: Udgivelse af brochurer til uddannelsesmesser	Tydelig beskrivelse af vores tilbud, og indbyder unge fra hele landet	Rammer direkte i målgruppen	Forældre, UU vejledere, lærere på specialskoler	November	kr. 12.000	50%	kr. 6.000
Bjerringbro Gymnasium: Markedsføring/branding af iværksætttermiljø på ungdomsuddannelse i samarbejde med erhvervslivet og Viborg Kommune	Erhverv og uddannelse	Unge fra grundskole men især fra gymnasium inddrages i det lokale iværksætttermiljø - uddannes - og udvikler særlige kompetencer, der skal sætte Skolen, byen og området på landkortet for at være udviklingsorienteret, bæredygtig, engagerende. Vi inddrager unge iværksættere - herunder tidligere elever i udviklingsarbejdet med det formål at forankre flere dygtige unge på fx KnowHowz i Bjerringbro.	Unge som søger ind på ungdomsuddannelse samt deres forældre. Men også omverdenen i det hele taget set i et udviklingsperspektiv for Bjerringbro.	Løbende	kr. 66.500	50%	kr. 33.250
Bjerringbro Gymnasium: Markedsføring/branding af BeGlobal international funderet klasse i samarbejde med lokalt erhvervsliv.	Erhverv og uddannelse	Sproglig, samfundsaglig studieretning med fokus på at blive global verdensborger. Kampagne for at synliggøre det internationale miljø og perspektiv i den sydøstlige del af kommunen. Vil kunne øge rekrutteringen til gymnasiet.	Som ovenfor	Løbende	kr. 66.500	50%	kr. 33.250
Bjerringbro Gymnasium: Samlet for at rekruttere fra efterskoler over hele landet nye vigtige lokale tiltag: Kampagne/ Markedsføring/Branding samlet af HF på BG, Iværksætttermiljø, BeGlobal-klasse og evt. Afrika-klasse med fokus på FN's verdensmål	Erhverv og uddannelse	Annoncer landsdækkende - sociale medier - filmklip mv.	Som ovenfor	Løbende	kr. 66.500	50%	kr. 33.250
Visuel HF	Animation	Vi tiltrækker unge fra hele landet til Danmarks eneste Visuelle HF-uddannelse i samarbejde med TAW	Ungdomsuddannelsessøgende	Løbende	kr. 50.000	50%	kr. 25.000
Viborg Gymnasium og HF: Medier & Informatik	Animation	Danmarks eneste STX-studieretning med Mediefag A, Informatik B og Engelsk A i samarbejde med lokale kræfter (TAW, EON, Medieskolerne, TVMidtVest)	Ungdomsuddannelsessøgende	Løbende	kr. 50.000	50%	kr. 25.000
Viborg Gymnasium og HF: EUX-landbrug	Erhvervs & Uddannelse (Agroforskning og -business)	Viborg Gymnasium & HF udbyder sammen med Asmildkloster Landbrugsskole en EUX-uddannelse.	Unge	Løbende	kr. 15.000	50%	kr. 7.500
Erhvervsakademi Dania Digital Markedsføring - Google Adwords, Facebook, bannerreklamer, Spotify	Erhverv og uddannelse	Erhvervsakademi Dania ønsker en meget stærk online tilstedeværelse, som vil give os øget trafik på hjemmeside og Facebook, som øger kendskabgrad til Dania og Viborg.	Kommende studerende (på landsplan)	Hele 2020	kr. 100.000	50%	kr. 50.000
Erhvervsakademi Dania Praktikspeeddating	Erhverv og uddannelse	Samarbejde mellem Viborg Erhvervsliv og Dania Viborg omkring fremtidens praktikanter.	Studerende samt lokale erhvervsliv i Viborg	September	kr. 5.000	50%	kr. 2.500
Erhvervsakademi Dania Samarbejde med udenlandske agenter og besøg af mulige nye studerende i Viborg	Erhverv og uddannelse	Tiltrækning af internationale studerende	Internationale studerende fra Europa	Hele 2020	kr. 100.000	50%	kr. 50.000
Mercantec: Vi ønsker at markedsføre muligheden for at bo på (billigt) kollegie i Banebyen, mens man tager sin uddannelse fra Midtbyens Gymnasium		Der er stort potentiale i at tiltrække studerende udenfor kommunen.	Unge der ønsker at starte på en gymnasial uddannelse. Det er vigtigt, at der også tænkes på annoncering til forældrene for målgruppen.	Fra juli 2020	kr. 40.000	50%	kr. 20.000
Mercantec: Vi ønsker at markedsføre vores uddannelser med praktikpladsgaranti (tæller i dag 11)		Det er unikt, at vi har en praktikpladsgaranti, der giver reel mulighed for praktikpladser.	Unge og voksne der vil påbegynde en uddannelse inden for det aktuelle område.	Hele året	kr. 20.000	50%	kr. 10.000
Mercantec: Vi ønsker at markedsføre vores Videncenter for automatik og robotteknologi i Banebyen		Det er en unik styrkeposition, at vi får et Videncenter indenfor dette område, og det vil kunne tiltrække kursister fra hele landet.	Unge fra +25 (vi bliver mere målgruppespecifikke)	Hele året	kr. 25.000	50%	kr. 12.500
VIA University College: Annoncering via sociale medier og lokale annoncer		fra sosu-assistent til sygeplejerske	sosu-assisterter i Viborg og omegnskommuner	Forår 2020	kr. 30.000	50%	kr. 15.000
Disponeret					kr. 866.500		kr. 433.250

Animation

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
Animated Health	Animation Viborg Kommune og animationsmiljøet i Viborg har en national styrkeposition indenfor animation og visuel formidling. Animated Health er en af anledningerne til at vise relevante aktører, hvordan disse formidlingsformer kan skabe værdi indenfor sundhedsområdet.	Der er stor konkurrence indenfor messer og konferencer omhandlende Health Tech. Der er behov for at skabe særlig opmærksomhed på denne konference, som har storytellingen og forenkling af budskaber som værdiskaber. Tilskuddet fra markedsføringspuljen skal bruges på annoncering af konferencen i korte filmformater.	Aktører fra hele Danmark og internt fra Viborg Kommune i særdeleshed, der arbejder med sundhed og formidling af sundhed.	September 2020	kr. 40.000	50%	kr. 20.000
Viborg Animation Festival 2020	Animation: Viborg Animation festival udgør en styrkeposition ved at være den eneste af sin art i Danmark. Festivalen udgør en unik kombination af kunstneriske events til et professionelt publikum, fagspecifikke events indenfor sundhed og læring samt aktiviteter, der henvender sig til almen befolkningen.	Der er behov for en meget mere målrettet annoncering af aktiviteter under VAF. Hidtil har alle aktiviteter været annonceret lige værdigt og på samme kanaler. Særligt har meninge kulturinteresserede borgere haft svært ved at orientere sig i, hvad der potentielt kunne have almen interesse. Ved det kommende års VAF skal der skabes opmærksomhed omkring aktiviteterne, så det er afstemt efter målgruppen. Viborg Kommune har desuden en interesse i at markedsføre kulturelle events under VAF.	Almen befolkningen samt kulturinteresserede jyder.	September 2020	kr. 200.000	50%	kr. 100.000
Disponeret					kr. 240.000		kr. 120.000

Øvrige markedsføringsaktiviteter

Aktivitet	Styrkeposition	Bemærkning	Målgruppe	Tid	Budget 2020	VK's andel %	VK's andel
PR-indsats (PR-bureau: HAVE Kommunikation) om kulturhistorie, animation og erhverv	Animation, historie, kultur, erhverv	Nuværende aftale udløber den 30. marts. Ny aftale kan evt. indeholde Kulturprinsen, hvorfor VKs udgifter kan blive mindre		Hele året	kr. 225.000	100%	kr. 225.000
Analyser ifm Julemandens Datter 2					kr. 50.000	100%	kr. 50.000
Markedsføring ifm premierer på JD2 i KBH og Aarhus					kr. 50.000	100%	kr. 50.000
Administration		Møder, kørsel, forplejning til møder, IT, uddannelse mv.		Hele året	kr. 25.000	100%	kr. 25.000
Velkomstpakker	Alle styrkepositioner	Trykning, pakning mv. af velkomstæsker til nye borgere i Viborg Kommune.	Tilflyttere fra andre kommuner	Hele året	kr. 15.000	100%	kr. 15.000
							kr. -
							kr. -
Disponeret					kr. 365.000		kr. 365.000