

	<p>Nørrebro Erhvervskampagne 2024 - Styrkelse af det lokale erhvervsliv i samskabelse med det lokale handels- og butiksliv</p>
Ansvarlige medlemmer:	Jacob Billesbølle, Jonathan Ries, Jens Villadsen
Formål med projektet:	<p>Formålet med projektet er:</p> <ul style="list-style-type: none"> • At styrke forankring af det fysiske handelsliv på Nørrebro gennem en fælles bydelsspecifik erhvervskampagne. • At skabe en stærkere forbindelse mellem Nørrebro Lokaludvalg, bydelens handelsforeninger samt bydelens bredere erhvervsliv. • At understøtte, værne om og støtte op om de mange arbejdspladser som det fysiske handels- og butiksliv genererer i bydelen • At understøtte flere lokale praktik- og erhvervsuddannelsespladser • At styrke den lokale værdiskabelse gennem et øget brug af hinanden i bydelen
Dato for afholdelse af projektet:	<p>Januar 2024:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spørgeskemaundersøgelse om kundefærdigheden i bydelen (Afsluttet d. 31. januar 2024) <p>Forår 2024:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Projekt møder med handełsgade-netværket om en bydelsspecifik erhvervskampagne – gennemgang af kundefærdighedsundersøgelsen og kampagneudvikling, inkl. rollefordeling for kampagnen mellem erhvervsnetværket og lokaludvalget - Produktion af kampagne - Kampagnelancering i fællesskab med bydelens butiks, handels- og erhvervsliv <p>Efterår 2024:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluering af kampagnens effektivitet ift. øget opmærksomhed fra lokalsamfundet <p>Efterår/Vinter 2024:</p>

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">- Planlægning af erhvervskonference med et bredere fokus på det lokale erhvervsliv – hvordan brugere vi hinanden mere lokalt. |
|--|---|

Beskrivelse af projektet:

Erhvervskampagne

'Handelslivet fortjener en håndsrækning i kølvandet på den pandemiske kendsgernings mange udfordringer igennem de seneste år, og i erkendelse af de erhvervsdrivendes særlige og vigtige betydning for bydelens prisvindende byliv' – citat fra Bydelsplan for Nørrebro 2023-2026.

I forlængelse af bydelsplanens skærpede erhvervsfokus og ønske om at understøtte et mangfoldigt handelsliv, ønsker vi med projektet at skabe en erhvervskampagne, der italesætter værdien af det fysiske handelsliv og den fysiske handelsoplevelse – i samskabelse med og udviklet i tæt samarbejde med det lokale handels- og butiksliv.

Nærværende kampagne er en fortsættelse af tidligere erhvervsrelaterede projekter fra Nørrebro Lokaludvalgs side ud fra ønsket om at støtte op om det lokale erhvervsliv i bydelen. Det fysiske erhvervsliv har en særlig betydning for at skabe et levende byrum. Senest med 'Støt lokalt'-kampagnen under pandemien i 2020, som var en betydningsfuld, anerkendende og kærkommen håndsrækning til bydelens erhvervsliv, der skabte klar opmærksom.

Med afsæt i den fornyeligt afsluttede kundefærdundersøgelse, hvor cirka 1.300 mennesker har svaret på vores spørgeskema, ønsker vi at aktivere og invitere det allerede eksisterende erhvervsnetværk til et opstartsmøde, hvor vi sammen gennemgår og drøfter kundefærdundersøgelsens resultater og i forlængelse heraf opstarter en dialog omkring udformningen af en bydelsspecifik erhvervskampagne. Det store potentiale er at lade erhvervskampagnen gro ud undersøgelsens specifikke hovedpointer samt handels- og butikslivets 1:1-erfæringsgrundlag med den daglige, fysiske kundekontakt.

Erhvervskampagnens endelige format kan f.eks. udformes som digitale aktiviteter og fysiske aktiviteter – dette besluttet i samskabelsesprocessen med bydelens handels- og butiksliv.

For at skabe et bredt ejerskab og et forpligtende engagement, og løfte ambitionsniveauet for kampagnen vil vi ved opstartsmødet med erhvervsnetværket og bydelens erhvervsliv afsøge mulighederne for medfinansiering fra butikslivet. Rammen er fra vores side, at vi vil arbejde ud fra idealet om at handelslivet skal matche Nørrebro Lokaludvalgs bevilling på 50000 DKK.

I forbindelse med ovenstående ambition vedrørende medfinansiering, er vi naturligvis opmærksomme på og bevidste om de fortsatte meget udfordrende tider for bydelens erhvervsdrivende, og ikke mindst de varierede muligheder som der kan være for at medfinansiere på tværs af bydelens erhvervsliv. Derfor vil vi som minimum bevilge 20000 DKK til kampagnen og altså op til 50000 DKK. afhængig af størrelsen på medfinansieringen fra handelslivet

Forud for nærværende projektbeskrivelse og som en opstart på dialogen med bydelens erhvervsdrivende omkring medfinansiering er der indhentet en positiv tilkendegivelse fra Jægersborggade Handelsforening om økonomisk engagement på 10000 DKK. Håbet er, at Jægersborggade Handelsforenings imødekommenhed og åbenhed overfor nærværende erhvervskampagne kan smitte af på bydelens øvrige handeleggader og erhvervsliv, så den økonomiske ramme derved kan øges og ideelt matche bevillingen fra Nørrebro Lokaludvalgs side.

Mens man fra de erhvervsdrivendes side sandsynligvis og ganske forståeligt vil fokusere på markedsføringsværdien, er Lokaludvalgets fokus desuden på værdien af levende handeleggader, lokal værdiskabelsen ved at bruge hinanden og det lokale erhvervsliv, plus erhvervslivet sikrer lokale arbejdes-, praktik- og uddannelsespladser. Altså potentialet i samskabelsen.

Erhvervskampagnen målrettes følgende overordnede målgrupper:

- Lokale beboere i bydelen samt fra øvrige omkringliggende områder
- Besøgende og turister, der søger autentiske, lokale handelsoplevelser

Opstartende arbejde ifm. konference i 2025

Ovenstående projekt ses som første skridt i en række af erhvervsrelaterende initiativer og ønskes at kunne løftes videre i 2025 med afholdelse af en erhvervskonference med et bredere fokus på det lokale erhvervsliv og ikke mindst den potentielle lokale værdiskabelse, der kan opstå på tværs af det lokale erhvervsliv.

Vi vil også i den sidste halvdel af 2024 opstarte planlægningen af en konference, der skal løbe af stablen i starten af 2025.

Erhvervskonferencen skal handle om, hvordan vi bedre udnytter potentialerne i mødet mellem boligforeninger, skoler og andre store institutioner og det lokale erhvervsliv (alt fra de små håndværksvirksomheder til grafikere og videoproducenter).

Det skal være en konference hvor fokus er på at deltagerne skal tale sammen fremfor en pakket række oplæg.

Succeskriterier:

- At samskabe en fælles fortælling og italesætte det fysiske handelsliv og den fysiske handelsoplevelse i tæt samarbejde med bydelens butiks- og erhvervsliv.
- At påvirke kundefærden og de impulser, som understøtter og præger den med henblik på at skærpe opmærksomheden på den vigtige betydning for bylivet ved et pulserende, levende og fysisk butiks- og handelsliv i bydelen
- At adressere og lokalisere hovedpointer fra kundefærdsundersøgelsen direkte i kampagnematerialet
- At slå et vigtigt og betydningsfuldt slag for det fysiske handelsliv i kølvandet på en række enormt udfordrende år kickstartet af den verdensomspændende pandemi i 2020.
- At italesætte de bæredygtige fordele ved lokal, fysisk handel

Samarbejdspartnere:	Bydelens handels- og erhvervsliv Erhvervsnetværket herunder repræsentanter fra Jægersborggade, Blågårdsgade, Ravnsborggade, Elmegade, Rantzausgade, Stefansgade, Guldbergsgade, Nørrebrogade, Fælledvej m.fl. Det lokale erhvervsliv i bredere forstand (fra håndværkere til designer). Evt. forvaltning og brancheorganisationer.
---------------------	---

Milepæle:

1. Udvikling af bydelsspecifik erhvervskampagne i samskabelse med det lokale handels- og butiksliv.
2. Lancering af erhvervskampagne – italesættelse af det fysiske handelslivs vigtige betydning for bydelen samt den fysiske handelsoplevelses nærhed.

3. Planlægning af erhvervsconference i 2025.

Tidsplan:

Se ovenstående 'Dato for afholdelse af projektet'

Arbejdsfordeling:

Groft anslået timeantal på samlet bistand fra sekretariatet:

70 timer

Opgavefordeling:	Sekretariat	NLU medlemmer	Samarbejdspartnere
Erhvervsnetværksmøder	X	X	X
Kampagneudvikling	X	X	X
Kampagneproduktion			X
Kampagnelancering	X	X	

Økonomi

Budget: 20000 DKK – 50000 DKK afhængig af størrelsen på medfinansieringen fra det lokale handelsliv.

Budgettet er baseret på et skøn over omkostninger til udvikling, markeringsmateriale samt eventuelle arrangementer og aktiviteter ifm. udviklingen af erhvervs kampagnen.

Prisestimer:

- Produktion af videoer ca. 20000 DKK pr. video a' 2 min.
- 14-16000 DKK til tryk af tre bannere og ophæng (priser fra 2020)
- Grafik koster 5500-7500 DKK
- Klistermærketryk, postkort og plakater koster ca. 3-4000 DKK.