

PROJEKTBEKRIVELSE

Navn på projektet:	Styrkelse af det lokale erhvervsliv efter coronakrisen
Ansvarligt medlem:	Jonathan Ries, Jens Villadsen,
Deltagere fra arbejdsgruppen:	
Formål med projektet:	Støtte til de lokale erhvervsdrivende på Nørrebro efter coronakrisen
Dato for afholdelse af projektet:	I løbet af 2020

Beskrivelse af projektet:

Det lokale erhvervs- og handelsliv har haft en hård tid under coronakrisen. Samtidig oplever flere butikker generelt at internethandelen har ændret folks forbrugsvaner, så det er blevet svære for de små butikker at løbe rundt.

Vi mener at et lokalt butiksliv og lokale erhvervsdrivende er fundamentet under en levende, social og mangfoldig bydel. Derfor vil vi arbejde for, at vi alle tænker lokalt og bruger de lokale butikker og erhvervsdrivende – for at sikre et levende og spraglet gademiljø på Nørrebro.

Det lokale erhvervsliv på Nørrebro sikrer ikke kun liv på gaden, men også lokale arbejdspladser og i særlig grad lærepladser. Projektet skal også hjælpe det lokale erhvervsliv efter coronakrisen, så vi ser lokal værdiskabelse, lokale arbejdspladser og lokale lærepladser til erhvervsuddannelser – også i de kommende år.

De sidste par uger har vi lavet en kampagne på facebook, der opfordrer folk til at støtte de lokale butikker. Nu vil vi gerne sætte gang i endnu flere initiativer.

Formålet med projektet er ikke kun at støtte de synlige butikker og restauranter, men også mindre produktionsvirksomheder, håndværkere, underholdningsindustri, foreninger, etc.

Som lokaludvalg ser vi vores indsats som understøttende og faciliterende. Det fulde potentiale af et lokalt erhvervsliv ser vi kun, hvis lokaludvalg, erhvervsdrivende, foreninger, uddannelsessteder og ikke mindst Nørrebros borgere arbejder tæt sammen.

Med denne projektbeskrivelse vil vi gerne sætte gang i følgende initiativer: Konkret beder vi i første omgang kun om midler til bannerne. De andre initiativer arbejder vi med på research-plan på denne side af sommerferien.

Konkrete initiativer:

1. Bannere – køb lokalt. Vi sponsorerer bannere til nogle af handeleggaderne (vi laver grafikken, trykker og støtte evt. ophæng). Gadelaugene står for at få dem op at hænge.

2. Undersøge muligheder for et folkeaktie-initiativ, som Hundested har sat i gang. Lokaludvalg skal ikke drive initiativet, men kontakte relevante samarbejdspartnere og prøve at finde nogle, der vil tage "lead" på initiativet. Lokaludvalg understøtter initiativet med støtte til grafik, hjemmeside eller infomøder. <https://www.hundestederhverv.dk/folkeaktier>
3. Lokaludvalg organiserer en konkurrence mellem boligforeninger – hvem får aktiveret det lokale erhvervsliv mest til forbedringer i boligforeningens fællesarealer i 2020 (målt relativt i forhold til antal beboere). Lokaludvalg skriver ud til boligforeninger om konkurrencen. Da vi ikke kan kontakte alle boligforeninger, kontaktes også de lokale aviser for at gøre opmærksom på konkurrencen.
4. Hjemmeside eller app med oversigt over Nørrebro's erhvervsdrivende og/eller en trykt folder. Lokaludvalg kan ikke stå for oprettelse/vedligeholdelse af en hjemmeside eller opdatering af en trykt folder. Men Lokaludvalg kan samle centrale erhvervsdrivende i et større info-event, hvor vi præsenterer ideen. Her kan der tages udgangspunkt i "Køb lokalt på Nørrebro" facebook-kampagnen. Lokaludvalg kan støtte oprettelsen af et lokalt laug for erhvervsdrivende. En samlende erhvervsforening for Nørrebro kan stå for hjemmesiden, folder og lokale aktiviteter. Tisvilde kan være inspiration: <https://tisvildeleje.info/> Dansk Erhverv eller Dansk Industri kan også kontaktes for at sikre støtte.

Sådan fungerer Hundested Folkeaktier

1. Indbyggere / venner af byen / virksomheder m.m. køber Hundested Folkeaktier (alle beløb modtages)
2. Lokale virksomheder søger om andel i aktierne
3. Hundested Erhverv fordeler aktierne - den enkelte virksomhed giver tilsvarende gavekort. Modtager en virksomhed f.eks. 20.000 kr., så giver de gavekort for 20.000 kr. i retur, som fordeles til dem, der har købt aktier
4. Når kampagnen er slut og pengene fordelt, modtager aktionærerne et eller flere gavekort, tilsvarende det beløb de har købt aktier for

Succeskriterier:

- Understøtte det lokale erhvervsliv
- Opfordre nørrebroerne til at købe lokalt
- Understøtte aktiviteter fra de lokale gadelaug rundt omkring på Nørrebro
- Få opbygget kontakt til lokale erhvervsdrivende der ikke har et vindue ud ad til som en butik eller restaurant
- Få sat fokus på problemstillingen i pressen

Samarbejdspartnere:	De lokale erhvervsdrivende og uddannelsessteder på Nørrebro – Samarbejdspartnere fra Bilfri Søndag kan være et godt udgangspunkt
---------------------	--

Kommunikationsstrategi:	Før: avisartikler, flyers, facebook og hjemmeside	Under/efter: bannere, info-mødere, avisartikler, facebook og hjemmeside
-------------------------	---	---

Tidsplan/milepæle:

1. Bannere
 - a. Design og tryk: juni
 - b. Ophæng: juli/august

2. Folkeaktie, Konkurrence mellem boligforeninger, hjemmeside/app/folder, erhvervslaug
 - a. Research og opstartsidéer: juni

3. Evaluering: Midtvejs - slut september

Arbejdsfordeling:

Groft anslået timeantal på samlet bistand fra sekretariatet:

40 timer (for nu)

Opgave fordeling:	Sekretariat	NLU medlemmer	Samarbejdspartnere
Grafik og tryk af bannere	X		
Kontakt til gadelaug om ophængning	X	X	
Researcharbejde	X	X	

Økonomi

Budget for afholdelse af projektet:

Udgifter	
Grafik	Grafik fra Køb Lokalt-kampagne kan bruges
Tryk af 4-5 bannere	10.000
Støtte til ophængning	15.000
Diverse (f.eks. forplejning til opstartsmøder)	5.000
I alt	30.000