

REFERAT Erhvervs- og Udviklingsudvalget d. 01-04-2019

Mødedato Mandag d. 01. april 2019 kl. 08:30

Mødested Mødelokale 3

Indholdsfortegnelse

Status på bevillinger 18. februar 2019.....	3
Task Force Erhverv - anbefalinger vedrørende erhvervsudvikling i Nyborg Kommune.....	4
Ansøgning om tilskud til artikel i Jyllands Posten vedrørende bosætning og erhverv.....	8
Orientering fra turistchefen.....	10
Gæsteanalyse - Værtskabsprojekt.....	11
Samarbejde med ADP omkring krydstogtanløb til Nyborg.....	14
Evalueringsrapport til Studietur til Bremen.....	17
Ansøgning om tilskud til afholdelse af borgermøde vedrørende 5G teknologi.....	20
Udstillingspavillon Slotsprojekt merudgift.....	22
Meddelelser.....	24
Lukket: Lukkede meddelelser.....	25

Punkt 1: Status på bevillinger 18. februar 2019

Sagsfremstilling

1. Status på bevillinger 18. februar 2019

Sagsnr.	450-2018-1212	Initialer	LDA	Åbent
---------	---------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Der er udarbejdet en oversigt over bevillinger vedrørende Erhvervs- og Udviklingsudvalgets aktivitetspulje samt pulje til Slotsprojektet efter udvalgets møde 18. februar 2019.

Der var ingen bevillinger på mødet 11. marts 2019.

Aktivitetspuljen har et restbudget på 421.000 kr.

Slotspuljen har et restbudget på 295.000 kr.

Oversigten er vedlagt som bilag.

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Indstilling

Det indstilles, at udvalget tager orienteringen til efterretning.

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Bilag

450-2019-37906 Status på bevillinger efter EUU-møde 18-02-2019

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Til efterretning.

Udvalget ønsker, at der skal gøre noget for de unge, der tager en erhvervsuddannelse m.v.

Fx. "En fagenes dag" eller lignende.

Drøftes med relevante organisationer for at skabe ejerskab.

Bilag

Status på bevillinger efter EUU-møde 18-02-2019

Punkt 2: Task Force Erhverv - anbefalinger vedrørende erhvervsudvikling i Nyborg Kommune

Sagsfremstilling

2. Task Force Erhverv - anbefalinger vedrørende erhvervsudvikling i Nyborg Kommune

Sagsnr.	450-2018-17593	Initialer	JWS	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Baggrund

Det fremgår af Politisk aftale om Nyborg Kommunes budget 2019-2022, at forligspartierne er enige om at nedsætte ”Task Force Erhverv”, som skal komme med anbefalinger i forhold til at øge antallet af private arbejdspladser samt tiltrække flere virksomheder til Nyborg Kommune.

Denne Task Force skulle kun have repræsentanter fra erhvervslivet, brancheorganisationen, fagforeninger, men ingen politisk deltagelse.

Erhvervs- og Udviklingsudvalget fik til opgave at udarbejde oplæg til et kommissorium for Task Force Erhverv, og dette blev vedtaget af udvalget 1. oktober 2018.

Ifølge dette kommissorium har Task Force Erhverv følgende opgaver:

1. At komme med en række anbefalinger i forhold til at øge antallet af private arbejdspladser.
2. At komme med en række anbefalinger i forhold til at tiltrække flere virksomheder til Nyborg Kommune.
3. At komme med en række anbefalinger der kan styrke erhvervsindsatsen i Nyborg Kommune.

Task Force Erhverv har følgende sammensætning:

v Adm. direktør Hans Christian Munck, Munck Gruppen A/S,
v Direktør Christian Arndal Nielsen, Koppers A/S,
v Adm. Direktør Thomas Haislund Agergaard, Glunz & Jensen,
v Malermester Jakob Kirkeløkke, Malerfirmaet Kirkeløkke A/S,
v Regionschef Jesper Bengtson, Horesta,
v Adm. direktør Esben Danielsen, Lokale og Anlægsfonden,
v Formand Helle Nielsen, LO,
v Adm. direktør Anette Ladefoged, Tenax Sild A/S (DI).
Erhvervschef Babak Djarahi og erhvervskonsulent Stig Bøgh har varetaget sekretariatsfunktionen for Task Force Erhverv.

Anbefalinger

Nu foreligger anbefalingerne fra Task Force Erhverv – samlet under tre temaer:

- De overordnede rammevilkår
- De lokale kommunale indsatser
- Kommunikation

Nedenfor bliver anbefalingerne gennemgået, således som de er formuleret af Task Force Erhverv.

Derefter bliver de kommenteret med henblik på at afdække perspektiverne i at realisere dem i Nyborg Kommune.

Sluttelig bliver der på denne baggrund opstillet konkrete indstillinger vedrørende det videre arbejde.

De overordnede rammevilkår – anbefalinger fra Task Force Erhverv:

- Ø Vi ønsker et stærkt og samlet Fyn med fokus på samarbejder på tværs af kommunegrænserne med udgangspunkt i Erhvervshus Fyn.

Ø Opbakning til den nye erhvervsfremmereform er vigtig for alle parter.

Ø Lavere brotakster.

Ø Bedre infrastruktur (udbygning af E20).

Ø Flere lyntog-stop i Nyborg.

De lokale kommunale indsatser – anbefalinger fra Task Force Erhverv:

- Ø Vi anbefaler, at der etableres en dialog med Teknik- og Miljøafdelingen om at samle fagekspertise rettet mod erhverv til særskilte personer i afdelingen, og at disse personer har en tæt dialog med Erhvervskontoret.

Ø I dialog med Teknik- og Miljøafdelingen ønsker vi at det afklares, om den enkelte virksomhed kan have faste kontaktpersoner. Fordelen vil være bedre dialog og mere effektivitet i processen, da man gensidigt bedre kender til sagen og især hinanden.

Ø Vi ønsker en tæt og løbende dialog med Teknik- og Miljøafdelingen om rådgivning og vejledning af virksomheder i bestræbelserne på at sikre en optimal og smidig sagsbehandling.

Ø Vi vil gerne undersøge, om der kan etableres en arbejdsgruppe med deltagelse af lokale håndværks- og entreprenørvirksomheder, som er leverandør til kommunen. Deltagerne i gruppen skal dække faggrupperne bredt, og man sidder for en fastsat periode. Dette skal sikre en stærkere dialog og sparring.

Ø Vi anbefaler, at der udvikles på en endnu tættere dialog med investorer omkring opførelse af erhvervslejemål, samt internationale konsulenthuse for at sikre såvel nationale som internationale investeringer i Nyborg Kommune.

Kommunikation – anbefalinger fra Task Force Erhverv:

- Ø Vi anbefaler, at der i en ny kommunikationsstrategi vil være et særligt fokus på at markedsføre Nyborg som en erhvervsvenlig og tilgængelig kommune. Samt bedre markedsføring af ledige erhvervsgrunde.

Ø Vi samarbejder gerne om udviklingen af et erhvervsnyhedsbrev målrettet såvel virksomheder som diverse medier.

Ønsket er at formidle flere gode erhvervshistorier bredt.

Ø Vi ønsker et samarbejde med Nyborg Kommune om markedsføring af kommunen overfor de medarbejdere, der er ansat på private virksomheder og som pendler til kommunen.

Ø Pas på Nyborg ikke kun bliver kendt som "Den gamle Kongeby". Nyborg Kommune skal også kendes som en aktiv og moderne erhvervskommune. Vi anbefaler en fortløbende dialog med repræsentanter fra lokale virksomheder om generel kommunikation, og at der bl.a. arbejdes på en mulig online portal særskilt mod erhverv.

Ø Vi ønsker fortsat fokus på og samarbejde med uddannelsesinstitutioner og forvaltning om at få flere unge til at vælge en erhvervsrettet uddannelse.

Kommentarer til anbefalinger fra Task Force Erhverv

Udviklingen i private arbejdspladser går den rigtige vej i Nyborg Kommune. I 2018 er antallet af private fuldtidsarbejdspladser steget med 140 svarende til en stigning på 2,8% fra 2017 til 2018.

Denne udvikling i Nyborg Kommune skyldes tilflytning af nye virksomheder, eksempelvis Glunz & Jensen A/S med 80 nye arbejdspladser.

Tabel 1 viser udviklingen i private fuldtidsarbejdspladser i de seneste fem år i Nyborg Kommune:

Tabel 1: Private fuldtidsarbejdspladser 2014-2018, Nyborg Kommune

2014	2015	2016	2017	2018
5.088	5.120	5.069	4.961	5.101

Med hensyn til bestræbelserne på at få flere unge til at vælge en erhvervsrettet uddannelse viser søgetallene fra marts 2019 til ungdomsuddannelserne, at 27 % af eleverne fra 9. og 10. klasse i Nyborg Kommune har valgt at tage en erhvervsuddannelse efter skoleåret 2018/19. Det er en stigning på 2,2 procentpoint i forhold til sidste år, og den højeste andel på Fyn (ekskl. Langeland).

- De overordnede rammevilkår

Der bliver i forvejen arbejdet med hovedparten af disse anbefalinger på politisk niveau. I forhold til anbefalingerne vedrørende Erhvervshus Fyn og den nye erhvervsfremmereform understreges dette af, at alle fynske kommuner (bortset fra Middelfart) står bag bestræbelserne på at skabe en fælles fynsk erhvervsfremmeindsats, således at Erhvervshus Fyn, der er etableret i medfør af den nye lov om erhvervsfremme, bliver koblet sammen med de fælles fynske erhvervsklynge- og turismeaktiviteter.

Task Force Erhvervs anbefalinger vedrørende infrastruktur bliver der arbejdet med i Byregion Fyn, der blandt sine indsatsområder netop har infrastruktur og mobilitet.

Det kan således nævnes, at et tredje spor på E20 syd om Odense er kommet med i Infrastrukturaftalen, der blev offentliggjort 13. marts 2019.

Specielt i forhold til Task Force Erhvervs anbefaling vedrørende flere lyntog-stop i Nyborg skal det nævnes, at der p.t. er to lyntogsafgange fra Nyborg til København H: Kl. 6.26. og 7.26. Fra København H til Nyborg er der tre lyntogsafgange om eftermiddagen: Kl. 15.21, 16.21 og 17.21.

Nyborg Kommune må formentlig selv påtage sig opgaven at forsøge at skaffe flere lyntog-stop i Nyborg, herunder udarbejdelse af dokumentation for behovet for flere lyntogsafgange.

De lokale kommunale indsatser

Task Force Erhverv har en række anbefalinger i forhold til organisering af samarbejdet med Teknik- og Miljøafdelingen. Teknik- og Miljøafdelingen vurderer, at de store bygherrer kan få en fast kontaktperson, men det er ikke ensbetydende med en fast sagsbehandler, da det kan skabe flaskehalse, og det er nødvendigt at fordele sagerne efter kompleksitet i forhold til kompetencer: Erhvervsager dækker et meget bredt spektrum fra en lagerhal til en tømrer, til et højlager og et tankanlæg. Endvidere er det svært at skelne, da de store bygherrer ofte både har erhvervs-, bolig- og andet byggeri. Teknik- og Miljøafdelingen anbefaler, at der afholdes forhåndsdialognemøder med bygherrer, der er på vej med ansøgning om byggetilladelse. Sådanne forhåndsdialognemøder vil blandt andet kunne afklare, hvilket materiale der skal foreligge som forudsætning for at få byggetilladelse. Det er aftalt, at byggesagsbehandlerne vil afholde forhåndsdialog sammen med erhvervskontoret i erhvervsager, og at erhvervskontoret forestår invitation og deltager i møderne.

I forhold til Task Force Erhvervs øvrige anbefalinger i relation til Teknik- og Miljøafdelingen bør det være op til Teknik- og Miljøudvalget at arbejde videre med en konkret plan for at imødekomme dem.

Task Force Erhverv har en række anbefalinger vedrørende interaktionen mellem Nyborg Kommune og erhvervslivet. Disse anbefalinger vil komme til at indgå i en forestående omorganisering af erhvervsindsatsen i Nyborg Kommune.

Det fremgår nemlig af Politisk Aftale om Nyborg Kommunes budget 2019-2022, at den nuværende organisering af erhvervsindsatsen i Nyborg Kommune skal vurderes i forhold til den nye nationale organisering af erhvervsfremmesystemet som følge af indgåelse af aftale om forenkling af erhvervsfremmesystemet med virkning pr. 1 januar 2019. Forligspartierne er enige om, at Erhvervs- og Udviklingsudvalget i løbet af 2019 skal foretage en evaluering af den nuværende kommunale organisering samt herudover komme med eventuelt forslag til ændringer og justeringer.

Forligspartierne ønsker at afdække, hvorvidt der kan ske en optimering af indsatsen i forhold til erhvervs- og beskæftigelsesindsatsen. Herunder ønskes, som i forbindelse med gennemgangen af eksisterende erhvervs- og turismeindsats i forhold til nyt erhvervsfremme-system, at der udarbejdes et oplæg til eventuelt nye initiativer og ændringer i forhold til eksisterende indsatser på erhverv- og beskæftigelsesområdet. Her tænkes på eventuelle ændringer af nuværende organisering, indsatser indenfor området herunder tværfaglige indsatser m.m.

Et konkret oplæg skal drøftes på et kommende møde i bestyrelsen for Bureauet Nyborg, før det forelægges for Erhvervs- og Udviklingsudvalget.

Resultatet af dette arbejde vil foreligge inden sommerferien 2019.

Kommunikation

Nyborg Kommunes presseansvarlige er i færd med at udarbejde en ny kommunikationsstrategi, i denne proces inddrages erhvervskontoret. På baggrund af anbefalingerne fra Task Force Erhverv vil denne strategi også lægge op til et bredere samarbejde med det lokale erhvervsliv.

Den nye kommunikationsstrategi vil foreligge inden sommerferien 2019.

Erhvervschef Babak Djarahi deltager i behandlingen af punktet.

Økonomiske konsekvenser

Ingen.

Indstilling

Det indstilles,

at Nyborg Kommune fortsat bakker op om de overordnede politiske initiativer for de fynske kommuner med hensyn til erhvervsfremme og infrastruktur,

at Teknik- og Miljøudvalget igangsætter en analyse af behovet for flere lyntogs-stop i Nyborg,

at Teknik- og Miljøudvalget bliver anmodet om at fremkomme med en konkret plan for organisering af samarbejdet med de lokale virksomheder i forlængelse af anbefalingerne fra Task Force Erhverv,

at anbefalingerne fra Task Force Erhverv i forhold til de lokale kommunale indsatser kommer til at indgå i den forestående omorganisering af erhvervsindsatsen i Nyborg Kommune. Forslag til ny organisation forelægges for Erhvervs- og Udviklingsudvalget inden sommerferien 2019,

at anbefalingerne fra Task Force Erhverv med hensyn til kommunikation indarbejdes i forslag til ny kommunikationsstrategi, der er klar til forelæggelse for Nyborg Byråd inden sommerferien 2019,

at sagen oversendes til Teknik- og Miljøudvalget til udtalelse, forinden den forelægges Økonomiudvalget og Byrådet.

Sagen afgøres i
Byrådet.

Bilag

450-2019-59075 Anbefalinger fra Task Force Erhverv marts 2019

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Anbefales.

Bilag

Anbefalinger fra Task Force Erhverv marts 2019

Punkt 3: Ansøgning om tilskud til artikel i Jyllands Posten vedrørende bosætning og erhverv

Sagsfremstilling

3. Ansøgning om tilskud til artikel i Jyllands Posten vedrørende bosætning og erhverv

Sagsnr.	450-2019-7528	Initialer	LMM	Åbent
---------	---------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Jyllands Posten har henvendt sig med en forespørgsel til Nyborg Kommune om at medvirke i et Jyllands-Posten tillæg med fokus på fremtidens kommuner.

Tillægget er en del af KLs kampagne Fremtidens Danmark. Tankerne bag kampagnen skitseres på følgende måde:

Danmark står overfor store nationale og internationale udfordringer. Hvordan vi håndterer disse har en stor indvirkning på Danmarks fremtid. Det er på tide, at Danmark står sammen om de samfundsmæssige, erhvervsmæssige og politiske udfordringer, som vi står overfor netop nu. Kampagnen "Fremtidens Danmark" har til formål at præsentere de væsentligste udfordringer samt samfundets, erhvervslivets, politikernes og andre interessenters bedste bud på, hvordan vi løser disse.

Tillægget bliver på ca. 36 sider og deles op i fire afsnit.

1 afsnit om politik og valg

2 afsnit om fremtidens kommuner

3 afsnit om bæredygtighed

4 afsnit om den digitale transformation.

Tillæggets indhold er 80 % redaktionelt og 20 % annoncer.

Redaktionen bag tillægget har researchet efter tre kommuner der skal produceres artikler om.

En kommune der skal bruges som eksempel på klima og miljø, en kommune som repræsentant for erhverv (det bliver enten Hvidovre eller Ikast Brande), og så Nyborg som foregangseksempel på bosætning.

Redaktionen har henvendt sig til Nyborg da vi har et rigt kulturliv, en stor mængde uddannelse (blandt andet fremhævede de IB) og vores geografiske placering ift pendlere.

Artiklen om Nyborg som bosætningskommune bygges op med interview med Jacob Bundsgaard, formand for KL, og interviews med repræsentanter fra Nyborg.

Kampagnen Fremtidens Danmark distribueres landsdækkende med Jyllands-Posten den 16. April til 247.000 læsere samt digitalt på jyllands-posten.dk, analysedemark.dk, issuu.com samt på sociale medier og netværk.

Vi modtager relevante pdf-filer med Nyborgs del af tillægget som vi kan bruge på egne platforme.

Native advertising

Native advertising også kaldet sponserede artikler går ud på, at annoncen glider ind som en del af mediet. På den måde føles det ikke som reklame for læseren. Indholdet i de sponserede artikel er langt mere kundeorienteret og redaktionelt sammenlignet med regulære annonceformater.

Hele produktionen af de sponserede artikel varetages af European Media Partner Content Studio, som består af vores Director of Art, Graphical Designer og Journalist.

Placering

Den sponserede artikel vil blive placeret i kampagnens officielle sektion. Nyborg Kommunes native advertising bliver placeret som den eneste aktør ved siden af artiklen, hvor KL-Formand Jacob Bundsgaard opstiller kriterierne for en succesfuld erhvervs- og bosætningskommune. Oplægget er, at Nyborg Kommune formidler hvad vi har at byde på både nu og i fremtiden i forhold til fremtidens erhverv og bosætning.

Presseansvarlig Lone Mørup Mikaelson deltager under behandling af dagsordenpunktet.

Økonomiske konsekvenser

Der er tre valgmuligheder:

Opslag (B: 546mm x H: 365mm)	40.995
Helside (B: 266mm x H: 365mm)	24.995
Halvside (B: 266mm x H: 180mm)	14.995
Se vedlagte bilag.	

Det foreslås, at beløbet finansieres via aktivitetspuljen.

Indstilling

Det indstilles, at Erhvervs og Udviklingsudvalget giver tilskud til en halv-sides annonce, i alt 14.995 kr.

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Bilag

450-2019-60118 Eksempler artiklens størrelsesforhold

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Godkendt.

Bilag

Eksempler artiklens størrelsesforhold

Punkt 4: Orientering fra turistchefen

Sagsfremstilling

4. Orientering fra turistchefen

Sagsnr.	450-2018-9162	Initialer	LDA	Åbent
---------	---------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Turistchefen giver en status på turismeområdet.

Orientering om mulighederne for distribution af turistguiden.

Økonomiske konsekvenser

Ingen.

Indstilling

Det indstilles, at udvalget tager orienteringen til efterretning

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Til efterretning.

Turistchefen udarbejder et oplæg vedrørende distribution af turistguiden i Norge, Tyskland og Holland.

Punkt 5: Gæsteanalyse - Værtskabsprojekt

Sagsfremstilling

5. Gæsteanalyse - Værtskabsprojekt

Sagsnr.	450-2018-7506	Initialer	SAH	Åbent
---------	---------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Erhvervs- og Udviklingsudvalget godkendte på møde 14. maj 2018, at Nyborg Kommune deltog i Dansk Kyst- og Naturturismes Gæsteanalyse 2018 i regi af værtskabsprojektet og at der blev disponeret 25.000 kr. hertil.

Gæsteanalysen skulle bl.a. illustrere, hvordan danske og udenlandske gæster benytter byerne i det område, hvor de ferierer og havde mere konkret til formål at indhente viden om bl.a.:

- Hvilken rolle byen spiller for gæsterne under deres ophold.
- Hvilke typer af besøg der foretages i byer, der ligger i umiddelbar nærhed til overnatningsstedet, herunder hvad formålet er med besøget i byen.
- Hvor mange gange man besøger byen under ferien.
- Hvilke aktiviteter gæsterne foretager sig under besøget i byen.
- Hvad der bruges tid på, og hvorfor – tilfredshed og evt. mangler ift. oplevelser og services.
- Eventuelle forskelle i gæsternes brug af byen set ud fra om deres overnatningssted ligger i byen eller i bynært område - kontra langt væk fra byen.

Gæsteanalysen er baseret på 250 komplette interviews indsamlet blandt danske og udenlandske gæster i Nyborg by. Interviewene er gennemført i ugerne 27-33. Målgruppen for undersøgelsen er alle typer af gæster fra fritidsgæster på udflugt hjemmefra, besøgende hos venner og familie til egentlige feriegæster, der enten ferierer i området eller længere væk. Personer bosiddende i byen eller i nærområdet, og som ikke er på udflugt i byen, er screenet fra og indgår ikke i undersøgelsen. I alt 19 byer deltog i undersøgelsen i sommeren 2018. Gæsteanalysen for Nyborg fremgår af vedlagte bilag.

Resultaterne fra undersøgelsen skal bidrage til det videre arbejde med at udvikle Nyborg og dermed styrke den samlede oplevelse blandt gæsterne. Det er således et værktøj til at kunne arbejde strategisk med udvikling af gæsteservicen, selve byrummet samt aktiviteter. Gæsteanalysen indeholder hovedsageligt positive udviklingstendenser. Det er dog vigtigt at fremhæve, at i denne sagsfremstilling fokuseres der derfor på de elementer, der kan arbejdes videre med, som er igangsat og som kan forbedres.

Hovedkonklusionerne i analysen er blandt andet, at gæsternes besøg i Nyborg anses som en naturlig del af ferien, hvor man tager til byen for at hygge sig med venner og familie.. Dertil er formålet med besøget at opleve havnen og lave forskellige aktiviteter, opleve atmosfæren og stemningen i byen samt slentretur med familie og venner. Umiddelbart lyder det som det rene idyl, men samtidig kan det ses som et udtryk for, at Nyborg Kommune mangler at få italesat og brandet sig selv som turistdestination og hvad Nyborgs varemærke som turistdestination er. Nyborg adskiller sig ikke særligt fra andre kystbyer. 'Reason to go' kan i den grad forstærkes, hvilket det strategiske arbejde med udviklingen af NYBORG365 og udviklingen og udarbejdelse af en eventstrategi skal bidrage til.

Hvad angår gæsternes bevægelsesmønstre i Nyborg, ses det at de særligt bruger centrum og de områder der støder umiddelbart op til centrum. Analysen viser, at havnen (område C s. 23 i Gæsteanalysen) er trækplaster for langt størstedelen af de besøgende. 80 % af de besøgende har færdes i området, og heraf har 24 % ikke bevæget sig andre steder, og kun 39 % har bevæget sig fra havneområdet og op til den historiske bymidte og voldanlægget (område B). Der ligger derfor en opgave i, at få de ført de besøgende på havnen videre rundt i byen. Dette underbygges yderligere af, at kun 35 % af byens gæster har bevæget sig i området omkring Nyborg Slot^[1] og voldanlægget (område B), og 64 % har besøgt handlgaderne (område A). Fælles for besøgende i bymidten og på voldanlægget var, at top-tre-formålene var slentretur med familie/venner (73 %), hygge med familie/venner (70 %), opleve stemning i byen (58 %). Og først længere nede på formålslisten optræder 'Se og opleve historiske seværdigheder' (9 % i område A, 39 % i område B og 'Besøge en bestemt attraktion' (2 % i område A, 17 % i område B). Besøgende i område C ved havnen adskiller sig dog ved at have et helt klart formål nemlig at se/gå en tur på havnen og se på skibe.

En generel hovedkonklusion på tværs af de deltagende byer i undersøgelsen er, at gæsterne besøger byerne med et spontant mind-set. Besøget er ofte ikke planlagt, ift. hvad man vil se og lave, eller også har gæsterne planlagt én bestemt ting og tager derefter resten, som det kommer. For gæsterne handler det om at komme ind til byerne for at se og opleve disse. Det handler ikke om at nå så meget som muligt under deres besøg i byerne. Gæsternes bevægelsesmønstre er således ofte baseret ud fra, hvad ”jeg lige faldt over”, og er derfor nemme at påvirke, da deres besøg netop ikke er planlagte i detaljen. Der ligger således en opgave i at lede gæsterne rundt i Nyborg og således sørge for at de får nogle oplevelser og aktiviteter med sig undervejs. Hvis gæsterne ikke guides rundt, kommer de nødvendigvis ikke rundt og ser de oplevelser, der er. Arbejdet med wayfinding er ligeledes et fokuspunkt i projektet.

Mange (45%) af de besøgende i Nyborg er udflugts-gæste, der kommer hjemmefra, hvor langt de fleste enten kommer fra nærområdet eller andre fynske kommuner der ligger inden for en radius af 40 km til Nyborg. Blot 24 % af byens gæster bor mere end 40 km. fra byen. At der er så mange gæster der kommer hjemmefra for at besøge Nyborg som et udflugtsmål skal ses som en styrke, da der heri ligger et potentiale i at tiltrække denne type af gæster hen over hele året fx ved at tilbyde attraktive events.

Derudover er 21 % af de besøgende feriegæster der overnatter i Nyborg by. 25% er feriegæster der overnatter i området. Også her pålægger der et arbejde med at skabe flere overnattende gæster, hvilket også indgår som en del af Værtskabsprojektet med at tiltrække flere internationale/nationale gæster. Dertil skal der arbejdes med en længere opholdslængde blandt de besøgende, så deres besøg kan karakteriseres som et dagsbesøg. Gennemsnitsopholdstiden i Nyborg er nemlig 4,2 timer, og 24 % opholder sig i Nyborg i mere end 8 timer. Heri ligger en betydelig del af de gæster der overnatter i byen.

71 % af de besøgende har udtrykt, at byen i høj grad eller i meget høj grad har levet op til deres forventninger, og dette gør sig gældende for både udenlandske og danske turister Sammenlignet med de samlede resultater på tværs af de 19 deltagende byer i undersøgelsen halter Nyborg efter. Her har 85% svaret at byerne i høj grad eller i meget høj grad lever op til forventningerne. Det opfattes som et potentialeområde og et godt udgangspunkt for det videre arbejde med at videreudvikle Nyborg som et stærkt feriested. I spørgsmålet om, hvad gæsterne har synes var rigtig godt ved Nyborg var top-4 svarene følgende: Havnen (32 %), Det er en hyggelig by (21 %), Der er stille og roligt (20 %), Alt er i gåafstand (20 %). Igen kan det konkluderes, at der ikke nævnes noget som er særegent for Nyborg, hvorfor der ligger et arbejde i at få udviklet dette. Danmarks Riges Hjerter skal banke, så dens puls kan mærkes og ses.

På spørgsmålet om der var noget, der manglede i byen var top-4 svarene: Der mangler ikke noget (48 %), mere liv i byen (9 %), flere butikker (7 %), flere seværdigheder og aktiviteter (6 %). En interessant iagttagelse i den sammenhæng er, at ingen af byens udefrakommende gæster synes, at der manglede parkeringspladser.

I relation til søgning om information om Nyborg inden ankomst og i forbindelse med besøget er det tydeligt, at de besøgende har et forudgående kendskab til byen. De øvrige steder hvor besøgende har søgt information før og under besøget er via generel søgning på internettet, fra familie/venner, og reklamer/brochurer. Nyborg adskiller sig fra de øvrige byer i undersøgelsen ved at have en højere andel der kender byen fra tidligere besøg samt en signifikant højere andel der benytter sig af internettet før og i forbindelse med besøget. Heraf kan det konkluderes, at der er stort behov for en stærk digital tilstedeværelse med det rigtige indhold – en indsats, som der netop arbejdes på i Værtskabsprojektet under markedsudviklingsindsatsen. Et lille kuriosum er, at samtidig med, at der er behov for en digital tilstedeværelse, viser analysen, at der stadig er behov for trykt materiale i forbindelse med selve besøget, hvilket især er meget tydeligt i højsæsonen, hvor der udleveres ikke mindre end 25.000 eksemplarer. Størstedelen udleveres under gæstens besøg.

Information og anbefalinger fra familie/venner spiller også en betydelig rolle, og man må i den forbindelsesbestemt ikke underkende værdien af Word-of Mouth-marketing – altså når en forbruger, her turist, stimuleres til at fortælle sine omgivelser om produkter, her dele sine oplevelser på og om destinationen. Dette er et udtryk for vigtigheden af netop at yde det gode værtskab ved fx at skabe interessante steder, unikke oplevelsesprodukter, gøre det nemt at finde rundt, have de rigtige informationer, de rigtige unikke fortællinger, og de rigtige ambassadører. Heri ligger også en opgave i at klæde personale på overnatningsstederne og ved attraktionerne ordentligt på, men også at skabe turismeambassadører ude i butikkerne og på byens spisesteder.

Heldigvis er ovenstående alt sammen noget, der indgår i Værtskabsprojektet i udviklingen af Nyborg som et stærkt feriested.

Turistchef Sanne H. Andresen deltager underbehandling af dagsordenpunktet.

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Indstilling

Det indstilles

- at udvalget tager analysen og dens konklusioner til efterretning

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

[1] I denne sammenhæng er det selvfølgelig vigtigt at nævne, at Nyborg Slot i interviewperioden var lukket for besøg.

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Til efterretning.

Punkt 6: Samarbejde med ADP omkring krydstogtanløb til Nyborg

Sagsfremstilling

6. Samarbejde med ADP omkring krydstogtanløb til Nyborg

Sagsnr.	450-2018-12285	Initialer	SAH	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

På udvalgs møde 18. februar 2019 blev det besluttet, at der skulle udarbejdes nyt oplæg til kommende møde, hvori der indarbejdes flere data.

Sidenhen har ADP haft Nyborg Kommune som destination med på deres salgsplan for Cruise generelt. ADP har været to dage i London med CLIA og efterfølgende fire dage i Belgien med Cruise Europe, hvor ADP har talt med relevante rederier om både Fredericia og Nyborg. ADP fornemmer fra flere af de mindre rederier, at Nyborg kan være interessant som et alternativ til kommende sæsoner.

Siden sidste udvalgs møde har turistchefen været i kontakt med Fredericia Kommunes Cruise Coordinator, der er ansat i VisitFredericia, som blandt andet kunne oplyse, at der ikke foreligger nogle konkrete tal vedr. detailbutikkernes omsætning. Hun understregede dog, at der ikke må skabes en forventning om, at det er krydstogtturisterne, detailbutikkerne skal spinde guld på i forbindelse med et anløb, men derimod de mange borgere fra kommunen og oplandet, der tager til Nyborg for at se krydstogtskibet således, at anløbet bliver en magnet, der trækker folk til. Netop derfor, er nogle af de aktiviteter, der er under et anløb, som fx fødevarermarked, veteranbiludstilling, besøg af Gurli Gris, i høj grad også skabt for de mange besøgende, der strømmer til for at se skibet, for det er dem, der skæpper godt i penge kassen hos detailhandlen. En typisk krydstogtturist derimod lægger primært sine penge i kaffe, kage og souvenirs.

Cruise Coordinatoren fra Fredericia nævner ydermere, at strategien for Fredericia Kommune aldrig har været at skabe høje indtægter på anløbene, men at fokus på krydstogtturismen har indgået som en del af kommunens brandstrategi for at få Fredericia på verdenskortet og på landkortet, og at det har indgået i kommunens strategi om at holde gang i byen og dens detailhandel og dermed bidrage til at kunne leve op til at være en levende handelsby.

Siden 2014 har Nyborg Kommune haft interesse i krydstogtturisme. I den forbindelse har der været dialog med forskellige parter, som har belyst forskellige aspekter, der skal tages højde for. Ved evalueringen af krydstogtanløbet i 2016 blev det i Erhvervs- og Udviklingsudvalget (EUU) 7. juni 2016 besluttet at arbejde videre med krydstogtturisme i tæt samarbejde med ADP (Associated Danish Ports).

Efter aftale med erhvervschefen fremsender ADP 6. august 2018 en kort beskrivelse af, hvordan etablering af Cruise Nyborg kan foregå med udgangspunkt i de erfaringer, der er gjort i forbindelse med etableringen af Cruise Fredericia. Der blev 25. september 2018 afholdt møde mellem repræsentanter fra administrationen i Nyborg Kommune og ADP med henblik på en videre drøftelse af dette.

Formålet med at udvikle Nyborg som krydstogtdestination er at tiltrække et internationalt publikum. Med en stor volumen af turister på samme tid skabes mulighed for udvikling af turismeaktiviteter og forretningsudvikling i relation til Nyborg Slot, Nyborg By og gateway til oplevelser på det øvrige Fyn, f.eks. Slotte og Herregårde generelt, H.C. Andersens Hus samt Egeskov Slot.

Der er allerede mange havnebyer i Danmark, som ønsker at udvikle sig til krydstogtdestinationer. Ifølge Cruise Fredericia skal man imidlertid ikke forvente, at der sker en eksplosiv stigning af omsætningen i byens restauranter ved krydstogtanløb. Tiltrækning af krydstogtskibe skal mere ses som en måde at brande byen på og nå ud til et internationalt publikum. Dagsforbruget pr. krydstogtgæst er beregnet til 750 kr. på landsplan, mens Cruise Fredericia anslår et realistisk dagsforbrug i byen til 400 kr.

I Nyborg ejes den nordlige havnekaj af ADP, som derfor er en naturlig partner i udviklingen af krydstogtturisme. Nyborg havn lever op til alle internationale standarder og har optimale besejlingsforhold med hurtig forbindelse til dybvandsruten i Storebælt. Desuden har ADP stor erfaring i håndtering, servicering og tiltrækning af krydstogtskibe i Fredericia Havn gennem deres selskab Cruise Fredericia. ADP er derfor en vigtig, strategisk partner i såvel den interne som den eksterne udvikling af Nyborg som krydstogtdestination.

Cruise Fredericias blev etableret i 2014 og deres målrettede indsats førte i 2018 til besøg af ca. 10.000 krydstogtturister. Dette tal forventes øget til ca. 24.000 i 2019.

Ved anløb af krydstogtskibe eller besøg fra andre havne er det desuden afgørende, at destinationen fungerer optimalt, så gæsterne sikres den bedste kvalitet. I stil med udviklingen i Fredericia, vil det derfor være hensigtsmæssigt at opbygge en DMO (Destination Management Organisation), som i fællesskab skal sikre professionel service og værtskab overfor de besøgende.

En DMO samler alle aktører, som skal levere service og oplevelser på destinationen til såvel turister som krydstogtskibet. Netværket af aktører skal sikre de bedst mulige betingelser for et velfungerende service- og modtageapparat med tilstrækkelig kapacitet til at modtage og servicere et internationalt publikum på destinationen og de tilhørende attraktioner, herunder særligt Nyborg Slot. Et stort antal gæster ad gangen med en begrænset opholdslængde stiller krav til logistik og øvrig handling, som skal koordineres. Der forventes både krydstogtpassagerer på udflugt fra andre havne og krydstogtpassagerer fra skibe, der anløber Nyborg. Opbygningen af en DMO forankres hos turistchefen.

I opbygningen af Nyborg som krydstogtdestination vil det være hensigtsmæssigt at lade ADP stå for en del af salgsindsatsen. Detaljer om samarbejdet med ADP fastlægges i en samarbejdsaftale mellem Nyborg Kommune/Bureauet Nyborg og ADP. ADP servicerer Nyborg på samme måde som Fredericia og afholder samme type udgifter.

Målene på kort sigt og med baggrund i den erfaring Nyborg har fra anløbet i maj 2016:

- At skabe en attraktiv velkomst for krydstogtgæsterne
- At skabe et program bestående af forskellige aktiviteter i Nyborg Kommune og i nærområdet for både krydstogtgæster og gæster fra oplandet
- At skabe en lokal arbejdsgruppe bestående af relevante aktører så som ADP, Nyborg Kommunes kommunikationsafdeling og eventafdeling, turistambassadører, handelslivet.

Projektledelsen, arbejdsgruppen og rolle-og ansvarsfordelingen i forbindelse med modtagelse og ankomst af anløb forankres i VisitNyborg/Bureauet Nyborg, der besidder de nødvendige turisme- og eventkompetencer før, under og efter et anløb.

I opstartsfasen forsøges projektledelse og drift, fx til koordineringsmøder med ADP, udarbejdelse af samarbejdsaftale med ADP, udvikling af marketingmaterialer til messedeltagelse og lign. foreløbigt afholdt indenfor Bureauet Nyborgs driftsbudget.

Succeskriterierne for anløb er derfor:

- At skabe en attraktiv modtagelse
- At byens butikker og attraktioner holder åbent
- At der udarbejdes aktiviteter* og program for både krydstogsgæster og gæster fra oplandet
- At alle parter deltager aktivt
- At skabe en platform for fremtidige anløb

* Aktiviteter i forbindelse med anløb foreslås afholdt af Erhvervs-og Udviklingsudvalgets Aktivitetspulje.

De langsigtede mål er:

- At Nyborg Kommune over en årrække fast har fem anløb henover sæsonen
- At 60 % gæsterne bliver i Nyborg Kommune og benytter sig af de lokale oplevelser og attraktioner
- At Nyborg Kommune kommer på land-og verdenskortet som destination.

Forventet effekt

Ved at arbejde henimod at udvikle Nyborg til en krydstogtdestination forventes:

- Udvikling af modtageapparat overfor krydstogtturister og andre turister
- Forbedret værtskab i byen
- Stærkt samarbejde i turisterhvervet (transport/bespisning/oplevelser/handel)

- Flere forretningsmuligheder for turisterhvervet (bespisning/oplevelser/handel)
- Øget produktudvikling til flere segmenter
- Øget kendskab til Nyborg og Nyborg Slot
- Flere internationale turister
- Flere internationale samarbejdsrelationer
- Flere nationale samarbejdsrelationer
- Større besøgs volumen ved faste events i Nyborg (på længere sigt, når det kan koordineres med rederierne)

Turistchef Sanne H. Andresen deltager under behandling af dagsordenpunktet.

Økonomiske konsekvenser

De forventede udgifter til projektledelse og drift fx til koordineringsmøder med ADP, udarbejdelse af samarbejdsaftale med ADP, udvikling af marketingmaterialer til messedeltagelse og lign. forsøges foreløbigt afholdt indenfor Bureauet Nyborgs driftsbudget.

Bureauet Nyborg vil løbende udarbejde forslag til aktiviteter i forbindelse med anløb som søges finansieret af Erhvervs- og Udviklingsudvalgets Aktivitetspulje.

Indstilling

Det indstilles

- at udvalget godkender, at der gives en positiv tilbagemelding til ADP om, at Cruise Nyborg etableres.
- at ADP fortsætter arbejdet med at sælge Cruise Nyborg ind til rederierne.
- at aktiviteter i forbindelse med krydstogtanløb søges finansieret via Aktivitetspulje.

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Godkendt.

Punkt 7: Evaluering af Studietur til Bremen

Sagsfremstilling

7. Evaluering af Studietur til Bremen

Sagsnr.	450-2018-10803	Initialer	SAH	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

11.-13. december 2018 var Udviklingsrådet, Erhvervs- og Udviklingsudvalget og julemarkedsgruppen i Nyborg Kommune på studietur til Bremen. I alt var der 16 deltagere.

Baggrunden for turen var, at der i Erhvervs- og Udviklingsudvalget på møde 16. april 2018 var enighed om, at Slotsprojektet og nyindretningen af Torvet giver anledning til at drøfte mulighederne for udarbejdelse af et nyt koncept for julemarkedet, der også indbefatter julebelysningen, da det er vigtigt for byens helhed, at der er sammenhæng mellem julemarkedet og julebelysningen.

Et nyt koncept vil medvirke til, at byens julemarked og julebelysning finder sin plads og udvikler sig i de nye fantastiske rammer. Det blev på udvalgsrådet eksempelvis nævnt, at markedet kan udvikle sig til at julemarkedsboderne ikke kun er centreret på torvet, men at der fx kan etableres et historisk julemarked i borggården på Nyborg Slot. Som udgangspunkt for drøftelse af et nyt koncept, blev julemarkedet og julebelysningen i Bremen nævnt som noget, der i høj grad var værd at se nærmere på. Bremen har ca. 568.000 indbyggere.

Bremens julemarked anses af mange for at være et af de fineste i Tyskland. Det er åben hver dag i de fire uger op til jul. Det specielle ved Bremen er, at det ikke kun har et julemarked, men to af slagsen. Det største, og det der kaldes for det "moderne" julemarked foregår i området omkring det 600 år gamle UNESCO-listede rådhus, hvor også Roland-statuen og Skt. Petri-kirken findes. Hele området omdannes til et festligt julemarked med ca. 170 boder. Et stenkast derfra ved bredden af floden Weser ligger Bremens andet julemarked Schlachtezauber-markedet, der er et historisk marked i maritim atmosfære, der bringer en tilbage til middelalderen, og hvor arbejdende kunsthåndværkere klædt i middelalderdragter sælger keramik, filtklæder, jernsmederier og hånddrejede ting fra snedkeren. Besøget på julemarkederne i Bremen gav således god inspiration til et eventuelt nyt julemarkedskoncept.

Det moderne julemarked

Det 'moderne' Julemarked centreret omkring rådhuset har eksisteret i mere end 100 år og består af cirka 170 boder og 600 bodholdere er årligt på venteliste. På hverdage har det åben fra kl. 10-20 og i weekenderne kl. 10-21. Det historiske marked er 15 år gammelt, består af cirka 40 boder, hvoraf halvdelen var mad- og beværtningsboder. Åbningstiderne er kl. 11-20.30 i hverdage og til kl. 21 i weekenderne Det historiske marked er udviklet og etableret af den lokale bevrterforening. De to markeder har ikke noget med hinanden at gøre, men supplere hinanden godt.

Det interessante på det moderne marked var særlig udsmykningen af boderne. De var personliggjort og bidrog således til at skabe en unik stemning. Ligeledes var en del af udsmykningen foretaget på selve bodens tag. Fx var der en bod, hvorpå der var placeret en lille juleskov, et andet sted en julemand i kane og et tredje sted var der bygget den øverste del af nogle huse ovenpå taget. En anden bod havde placeret en gigantisk nøddeknækker på taget osv. Endvidere var der også en del foodtrucks, der indgik i julemarkedet side om side med de øvrige boder. Dog skilte de sig ikke ud, da de var flot julepyntede. Hytterne står forskudt og det giver en god dynamik. Desuden var pariserhjul og andre forlystelser og aktiviteter gode børneoplevelser, og der var lige så mange beværetninger som der var boder med varesalg af mere moderne karakter. Dette betød også, at der var masser af udendørs muligheder for at stå eller sidde for at tage ophold en gang i mellem. Der var masser af musik og leben, og markedet bar i høj grad præg af et moderne julemarked. Granguirlander og lyskæder hang over markedet og fortættede det, så der blev skabt en særlig tæt og intim oplevelse og stemning.

Granguirlander med gadenavnet bøjet i lys gjorde det nemt at blive ledt til det historiske marked og også ned i de øvrige omkringliggende gader. Det var en hyggelig og nem vejorientering. Generelt var julebelysningen storslået og varierede fra gade til gade. Det var dog værd at mærke, at julebelysningen allerede startede ved banegården. Et andet lille kuriosum var også, at 'mand' i lyssignaler var udskiftet med en julemand. Endvidere var der placeret runde metalplader i vejbelægning, som viste den historiske rute i byen, og så var der tydelig skiltning til praktisk information som fx toiletter.

Det historiske julemarked

Det historiske maritime julemarked med pirattema var ligeledes en stor oplevelse og adskilte sig markant fra det moderne julemarked. Boder og varesortiment var anderledes, og størstedelen af bodholderne var iklædt middelalderkostumer. Desuden var der en del aktiviteter for børn og voksne med middelalderligt præg.

At to så forskellige markeder kan fungerer så godt sammen og i høj grad supplerer hinanden var en rigtig god erfaring at gøre. Det er helt klart noget Nyborg Kommune kan bruge og arbejde videre med i udviklingen/ udvidelse af julemarkedet i den Gamle Kongeby.

Julemarkedsboder – struktur

Bremen har opstillet en model/kalkule, hvor pladsleje er dynamisk ift. bodlejertypes forventede omsætning. Målet er at gå i nul således, at lejeprisen pr. kvadratmeter vejareal ændrer sig fra år til år i takt med at udgiftsniveauet for det samlede julemarked enten stiger eller falder. Denne model gælder kun for det moderne og ikke for det historiske marked på havnen, som blev udviklet og afholdt af en lokal bevrterforening på havnen. På det historiske marked på havnen er mange af boderne fast inventar på havnepromenade hele året rundt, og drevet af den beværtning som de ligger ud for – altså i princippet blot en udvidet butik/beværtning, eller en beværtning med ude-servering.

Bremen havde inddelt deres boder i en række grupper/niveauer, hvorefter lejeprisen blev regnet ud baseret på, hvad der blev solgt i den enkelte hytte, så den lille kunsthåndværker med begrænset omsætning betalte mindre pr kvadratmeter, end den bod som solgte Glühwein og havde en stor omsætning, selvom de havde lige mange kvadratmeter og stod ved siden af hinanden.

Da alle (eller i hvert fald de fleste) selv investerede i hytter mv. var det derfor også op til den enkelte at gøre sin bod spændende for at sælge sine varer. Samtidig kunne man også selv styre sine udgifter ved at starte med at etablere mindre boder og så lade dem udvide i takt med at ens omsætning fra år til år øges og man derigennem indgik aftale om flere kvadratmeter vejareal.

På den måde regulerede det også sig selv, når kunsthåndværkeren ikke havde behov for mange kvadratmeter mens Glühwein-butikken havde behov for mange kvadratmeter. Så blev prisen de-facto lav for kunsthåndværkeren og høj for Glühwein-butikken. Derfor har kommunen også *relativt* begrænsede udgifter, da investeringerne ligger hos bodholderne, som også tjener pengene.

I relation til ovenstående er det vigtigt at fremhæve, at der på det moderne julemarked centrum er et voldsomt pres (600 på venteliste) på at få en af de 170 boder, som gør at investeringslysten fra bodholders side øges, da man ellers ikke får plads året efter. Ens bod skal altså bidrage til både eget salg, samt fælles oplevelse og atmosfære.

Bremen Kommune skal stadig godkende alle boder og deres udsmykning, og hvis bodholderene ikke overholder retningslinjerne også hvad angår lukketiderne, får de ikke tilkendt vejareal til deres bod det efterfølgende år.

Bremen havde bevidst valgt at tage nogle forhutlede år, hvor boder var noget skravl og klamp. Men det var i deres optik prisen for at gå fra en offentligt finansieret model med ens hytter på lige rækker til en brugerfinansieret model med en kultur, hvor dem der ydede en stor indsats i den brugerstyrede model kunne leje areal til større og større hytter, som de selv byggede, vedligeholdte og individualiserede for derigennem at øge deres omsætning og indtjening, mens dem der ikke ydede en indsats de ganske enkelt forsvandt fra markedet, og pladsen blev overtaget af andre.

Se bilag med billeder.

Turistchef Sanne Hoffensetz Andresen deltager under behandling af punktet.

Økonomiske konsekvenser

Ingen

Indstilling

Det indstilles at udvalget tager evalueringen til efterretning

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Bilag

450-2019-50058 Billeder fra Bremen 2018

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Til efterretning.

Bilag

Billeder fra Bremen 2018

Punkt 8: Ansøgning om tilskud til afholdelse af borgermøde vedrørende 5G teknologi

Sagsfremstilling

8. Ansøgning om tilskud til afholdelse af borgermøde vedrørende 5G teknologi

Sagsnr.	450-2018-10821	Initialer	LDA	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Formanden for Erhvervs- og Udviklingsudvalget har 9. marts 2019 modtaget en ansøgning fra en borger, der søger om støtte til afholdelse af et borgermøde vedr. implementering af 5G teknologi. Bilag vedlagt.

Borgeren oplyser, at hun søger på vegne af foreningen EHS Foreningen for Elektro Hyper Sentitive.

Der søges om finansiering til afholdelse af et møde for byens borgere indeholdende dybtgående information om den 5G teknologi, der fra nationalt hold tilstræbes udrullet over hele Danmark så hurtigt som muligt. TDC vil sikre 5G-dækning i hele Danmark i slutningen af 2020.

Energistyrelsens 5G-handlingsplan for Danmark er vedlagt som bilag.

Borgeren oplyser, at der er en voksende bekymring blandt landets borgere omkring den manglende helbredssikkerhed i forbindelse med 5G teknologien og ønsker derfor at den side af sagen også bliver belyst og drøftet inden alle de mange nye 5G master og sendere bliver sat op i vores by.

Passende lokale samt forplejning sørger borgeren selv for.

Nyborg Kommune må ikke give tilskud til enkeltpersoner uden lovhjemmel. Hvis der overføres tilskud til en privatperson til brug for et arrangement, kan det ikke sikres, at vedkommende ikke får en økonomisk vinding af tilskuddet. Derfor yder Nyborg Kommune kun tilskud til foreninger, hvis formål og aktiviteter kommunen lovligt kan støtte.

Kommunen kan selv afholde et borgermøde eller give tilskud til, at en forening afholder et borgermøde, hvis kommunen har en saglig interesse i at få undersøgt helbredssikkerheden i forbindelse med 5G teknologien.

Udvalget har 18. juni 2018 behandlet en tidligere henvendelse fra borgeren vedr. 5G-stråling, hvor det blev besluttet at følge Sundhedsstyrelsens anbefalinger. Vedlagt som bilag.

Økonomiske konsekvenser

Budget:

Annoncering af mødet i Lokalavisen	2.500 kr.
A3 og A4 opslag	150 kr.
Små løbesedler	50 kr.
Leje af projektor	1.000 kr.
<u>Oplægsholder: Honorar og rejseomkostninger.</u>	<u>2.050 kr.</u>
I alt ansøges om	5.750 kr.

Indstilling

Det indstilles, at udvalget drøfter henvendelsen.

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Bilag

450-2019- 5G-borgermøde-ansøgning
48387

450-2019- EEU dagsordenpunkt 18. juni 2018 -
48369 Borgerhenvendelse__sikre_lav_elektrosmog_eletroma

450-2019- 5g-handlingsplan_for_danmark
55435

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Udvalget har interesse i selv at afholde et borgermøde.

Erhvervschefen finder en uvildig fordragsholder og udarbejder herefter et nyt oplæg til et borgermøde.

En repræsentant fra Kræftens Bekæmpelse og borgeren som søger på vegne af EHS-foreningen for Elektro Hyper Sensitive inddrages eventuelt i planlægning af borgermødet, hvis de ønsker det.

Bilag

5G-borgermøde-ansøgning

EEU dagsordenpunkt 18. juni 2018 - Borgerhenvendelse__sikre_lav_elektrosmog_eletroma

5g-handlingsplan_for_danmark

Punkt 9: Udstillingspavillon Slotsprojekt merudgift

Sagsfremstilling

9. Udstillingspavillon Slotsprojekt merudgift

Sagsnr.	450-2017-12254	Initialer	LDA	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Erhvervs- og udviklingsudvalget godkendte 19. marts 2018, at der i 2018 blev frigivet 100.000 kr. til dækning af kommunens del af de samlede udgifter på 501.400 kr. til en udstillingspavillon. Og at der i 2019 bliver frigivet 68.000 kr. til drift og vedligehold af pavillonen i 2019 og 2020. Vedlagt som bilag.

Kort redegørelse vedr. ekstra udgifter til slotsprojektets formidlingspavillon

Udgifterne til udstillingspavillonen i 2018 har beløbet sig til 370.424 kr. ex. moms. Udgifterne deles mellem projektets tre parter, Slots- og Kulturstyrelsen, Østfyns Museer og Nyborg kommune, som hver skal betale 123.474 kr. (tidligere anslået til 100.000 kr.).

De øgede udgifter på 23.474 kr. til hver af parterne skyldes omkostninger ved maling af pavillon, grafisk design, anlæg af faskine og videoovervågning, som ikke var med i det oprindelige overslag samt at tilslutning af el og netværk har vist sig at være en stor post. Projektet kunne være holdt inden for budgettet, hvis trappe og tagterrasse (i alt 96.000 kr.) ikke havde været etableret, men det har været Østfyns Museers at beholde disse.

De samlede udgifter til pavillonen i hele opstillingsperioden var oprindeligt budgetteret til i alt ca. 500.000 kr. og dette budget er nu overskredet med ca. 84.000 kr. Oversigt over udgifter vedlagt som bilag. Dette skyldes både forlængelse af opstillingsperioden (inkl. 2021) pga. projektets forsinkelse og ovenstående omstændigheder.

Hvis byggeriet er færdigt i 2021 er kommunens ekstra udgifter til pavillonen inkl. leje, drift og udstilling ca. 30.000 kr.

Økonomiske konsekvenser

Merudgift på 30.000 kr.

Foreslås finansieret af Slotspuljen i 2019.

Indstilling

Det indstilles, at udvalget bevilger 30.000 kr. til dækning af ekstraudgifterne.

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Bilag

450-2019-32870 Nyborg Slot Slotsprojektet Formidlingsspavillon 18.03.2018

450-2019-32874 DECEMBER 2018 - UDGIFTER TIL FORMIDLINGSPAVILLON 2

Fraværende: Ingen

Godkendt.

Bilag

Nyborg Slot Slotsprojektet Formidlingspavillon 18.03.2018

DECEMBER 2018 - UDGIFTER TIL FORMIDLINGSPAVILLON 2

Punkt 10: Meddelelser

Sagsfremstilling

10. Meddelelser

Sagsnr.	450-2018-26839	Initialer	LDA	Åbent
---------	----------------	-----------	-----	-------

Sagsfremstilling

Udvalget har på møde 11. marts 2019 ønsket besøg fra EU-kontoret, som kan formidle information og muligheder for EU-støtte, men først når organiseringen vedrørende erhvervsfremmesystemet er faldet på plads.

Datoer er nu undersøgt og hvor direktør Rasmus Anker-Møller fra South Denmark European Office har mulighed for at komme:

- 23. maj, hele dagen
- 24. maj, morgen/formiddag
- 20. juni, hele dagen
- 21. juni, formiddag

Sagen afgøres i

Erhvervs- og Udviklingsudvalget

Beslutning i Erhvervs- og Udviklingsudvalget 1. april 2019:

Fraværende: Ingen

Udvalget ønsker et møde i forbindelse med et udvalgsmøde i efteråret. Det undersøges om det kan lade sig gøre.

Punkt 11: Lukket: Lukkede meddelelser