



SLAGELSE
KOMMUNE

Bosætningsstrategi for Slagelse Kommune



April 2016

INDHOLD

Side 3

FORMÅL

Det rigtige valg

Side 4 og 5

VI GÅR I DYBDEN OG KIGGER FREMAD

Side 6

MÅLGRUPPERNE

Side 7

MÅLGRUPPE 1

Unge under uddannelse

Side 8

MÅLGRUPPE 2 - børnefamilie 1

Yngre højudannede med høj indkomst

Side 9

MÅLGRUPPE 3 - børnefamilie 2

Familier med flere børn og mellem indkomst

Side 10

MÅLGRUPPE 4

De etablerede uden børn

Side 11

TEMAERNE

Side 12

TEMA 1

Job - og karrieremuligheder

TEMA 2

Image

Side 13

TEMA 3

Boligmuligheder

TEMA 4

Fællesskab og netværk

Side 14

FRA STRATEGI TIL HANDLING

Side 15

OVERSIGT OVER INDSATS- OMRÅDER OG HANDLINGER

TEMA 1

Job - og karrieremuligheder

Side 16

TEMA 2

Image

Side 17 og 18

TEMA 3

Boligområder

Side 19

TEMA 4

Fællesskaber og netværk

Øvrige indsats

Udarbejdet af Center for Vækst og Plan
april 2016

Foto:
Claus Helveg
Evan Hemmingsen
Slagelse Kommune
Colourbox

Forsidefoto: Evan Hemmingsen

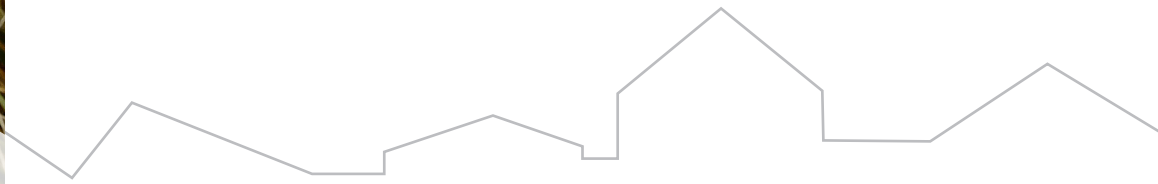


FORMÅL

Det rigtige valg

I Slagelse Kommune vil vi gerne være det rigtige valg. Vi vil gerne tiltrække og fastholde nye såvel som herboende borgere. Skabe nogle attraktive rammer for en meningsfuld hverdag og et indholdsrigt fritidsliv uanset hvem man er, og hvor i kommunen man bosætter sig.

I 2014, 2015 og 2016 er antallet af tilflyttere til Slagelse Kommune steget, og den tendens vil vi gerne fastholde. Kommunens vækst og udvikling afhænger blandt andet af den demografiske sammensætning og antallet af borgere, som kan bidrage til en bæredygtig fremtid.



VI GÅR I DYBDEN OG KIGGER FREMAD

I 2012 vedtog byrådet en bosætningspolitik, der sætter retningen for bosætningen frem mod 2020. I foråret 2015 præsenterede Vækst- og Strategiudvalget* rapporten "Vækst i Balance" med forslag til strategiske indsatsområder for vækstskabelse i Slagelse Kommune samt en række anbefalinger til her-og-nu indsatser. Et af her- og-nu-indsatserne var "Mobilitet på boligmarkedet" og i sammenhæng med denne indsats var der et ønske om en bosætningsstrategi.

I januar 2016 er vi 77.800 borgere i Slagelse Kommune, hvilket er en fin tilvækst siden 2012, hvor bosætningspolitikken blev vedtaget med en overordnet målsætning om 79.000 borgere i 2020.

Deltagere på workshopen afholdt på Musholm, Ferie- Sport-Konference den 9. februar 2016 var blandt andre:

Erhvervsforeningerne

Slagelse Erhvervscenter

Uddannelsesinstitutioner

Lokalråd

Ejendomsmæglere

Tilflyttere

Boligselskaber

Lokale ildsjæle



Bosætningsstrategien skal være med til at sikre, at den positive udvikling fastholdes, og at målsætningen fra bosætningspolitikken indfries. Derudover skal strategien i detaljer definere de målgrupper, kommunen ønsker og har potentiale for at tiltrække i de kommende år samt sætte retningen for de konkrete handlinger, der kan løfte opgaven.

*Vækst- og Strategiudvalget blev nedsat som § 17 stk. 4-udvalg af Byrådet i juni 2014 med det formål at udpege indsatsområder til vækstskabelse i Slagelse Kommune. Udvalget var sammensat af repræsentanter fra en bred vifte af lokale interessenter med meget forskellige baggrunde – herunder politikere, erhvervsforeninger, ejendomsmæglere, boligorganisationer, uddannelsesinstitutioner og kulturelle institutioner.

Bosætningsstrategien er udarbejdet på baggrund af:

- ▲ En potentialeanalyse foretaget i 2016, der sætter fokus på de målgrupper, Slagelse Kommune har potentiale for at tiltrække og fastholde.
- ▲ En studielivsundersøgelse fra 2015
- ▲ En imageanalyse fra 2014
- ▲ En til- og fraflytteranalyse fra 2013
- ▲ En workshop med repræsentation af et bredt ud snit af interessenter fra bl.a. uddannelsesinstitutionerne, erhvervsorganisationerne, ejendoms-mæglere, boligforeningerne, lokalrådene og borgere med interesse for bo sætning herunder nye tilflyttere til kommunen.
- ▲ Og ikke mindst ideér og forslag der løbende er fremkommet fra de mange interessenter

Med målgrupperne som udgangspunkt har vi afdækket fire temaer, hvor Slagelse Kommune kan arbejde på at skærpe sin profil, så den er i overensstemmelse med målgruppernes ønsker og behov.



MÅLGRUPPERNE

Hvem kan vi tiltrække?

Den demografiske sammensætning af de mennesker der bor og bosætter sig, danner grundlaget for kommunens økonomi, service, byliv og fremtid. Derfor er det vigtigt at fokusere på at tiltrække de målgrupper, der kan skabe den bedste balance for en bæredygtig udvikling af kommunen inden for:

- ▲ Økonomisk bæredygtighed
- ▲ Aldersmæssig bæredygtighed
- ▲ Social bæredygtighed

Potentialeanalysen peger på fire målgrupper, der har størst potentiale for at vælge at bosætte sig i Slagelse Kommune, og som samtidig lever op til ønskerne om at sikre en bæredygtig udvikling:

- ▲ Unge under uddannelse
- ▲ Børnefamilie 1 - yngre højtuddannede med høj indkomst
- ▲ Børnefamilie 2 - mellemindkomst familier med flere børn
- ▲ De etablerede

Fælles for målgrupperne er, at en større procentdel af de adspurgte har svaret, at de er villige til at bosætte sig i Slagelse, hvis forudsætningerne er rigtige bl.a. i forhold til job- og karrieremuligheder. Netop derfor skal temaet Job- og karrieremuligheder prioriteres højt.



Potentialeanalysen fra 2016 danner grundlag for definitionen af de målgrupper Slagelse Kommune har størst potentiale for at tiltrække. Analysen fokuserer på fremtiden og deltageres ønsker, drømme og krav i forhold til at bosætte sig. Samtidig viser analysen, hvor mange procent fra hver målgruppe der kan se sig selv som borgere i Slagelse Kommune, hvis de kan få opfyldt deres ønsker til job- og karriere.

Analysen er blevet til på baggrund af interviews med 3400 eksterne personer fordelt over hele landet samt 1000 personer bosiddende i Slagelse Kommune. Deltagerne er blevet bedt om at forholde sig til en ramme på 5 år frem i tiden ved besvarelse af spørgsmålene.

MÅLGRUPPE 1

Unge under uddannelse

Hvem er de:

De er under 30 år, og det er især unge, som søger ind på erhvervsuddannelserne og de korte- og mellemlange videregående uddannelser, der viser interesse for at ville flytte til og bo i Slagelse Kommune. Særligt inden for håndværk, sundhed, pædagogik og omsorg.

De unge, der søger de længerevarende videregående uddannelser, kan også være interesseret i at bosætte sig i kommunen, men det kræver, at vi kan udbyde hele kandidatuddannelser, gerne inden for specifikke områder som ikke udbydes andre steder. Derudover vægter unge på de lange videregående uddannelser i højere grad, at de kan få et job efter endt studie, hvis det skal være attraktivt for dem at vælge Slagelse Kommune som bopæl.

En del af målgruppen har familie og børn, hvilket afspejler sig i deres ønsker til bolig og let adgang til dagligvarebutikker.

Hvad vil de:

Den unge målgruppe prioriterer cafeer og shopping højere end nattelivet, og de kræver en velfungerende kollektiv trafik, så de let og ubesværet kan komme rundt fra bopæl til uddannelsessted. Når de vælger bopæl i forbindelse med uddannelse, spiller karrieremulighederne efter afsluttet uddannelse en væsentlig rolle. De unge foretrækker et attraktivt byliv og studiemiljø, men tilpasset en stor provinsby som Slagelse. De unge, der ser Slagelse som en potentiel studieby, ønsker netop ikke storbyens larm og tætte befolkning. De værdsætter nærheden til de andre studerende, til underviserne og til den by, de bor i.

Hvor vil de bo:

De ønsker at bo centralt i Slagelse by, og foretrækker mindre lejligheder frem for kollegier.

Det er Slagelse by, som trækker i de unge. Her kan de bo tæt på deres uddannelse, og de kan på den måde være en aktiv del af studiemiljøet. Målgruppen efterspørger grønne miljøer omkring boligen og i deres nærområde.

Deres 3 vigtigste prioriteter for valget af bopæl og område:

- 1 Kollektiv trafik – tog og bus
- 2 Nærhed til dagligvarebutikker
- 3 Områdets image og anseelse



MÅLGRUPPE 2 - børnefamilie 1

Yngre højtuddannede med høj indkomst

Hvem er de:

De er typisk mellem 30-45 år, og i familien er der mindst et barn under 6 år. De har en høj indkomst, og er primært beskæftiget som ledere, selvstændige, konsulenter, ansatte i vidensjob, forskere og lign. Karriere er en stor del af familiens identitet og livsstil. Karrieremuligheder på Vestsjælland er derfor en vigtig faktor for denne målgruppe, hvis de skal vælge at slå sig ned i Slagelse Kommune.

Hvad vil de:

Målgruppen værdsætter den velfungerende og effektive dagligdag med let adgang til indkøb. De prioriterer karrieren meget højt, mens kultur er mindre vigtigt, men når kulturen skal udforskes er det hovedsageligt teater og udstillinger. Desuden skal skoler og dagtilbud være af høj kvalitet og kan påvirke deres valg af bopæl og område. Infrastrukturen skal fungere, især med adgang til motorvej og landeveje, da familien ofte er på farten i bil.

Hvor vil de bo:

Familierne ønsker store ejerboliger eller villaer med udsigt til hav, sø eller skov. De har den største interesse for moderne, anderledes nyere boliger. Boligen skal gerne være bygget efter 2003, men familierne har intet ønske om selv at deltage aktivt i et byggeprojekt.

Det er Slagelse by, der tiltrækker målgruppen til kommunen. Alternativt vælger de Skælskør, Korsør, Vemmelev, Kirke Stillinge, Slots Bjergby og Sørby-magle i nævnt rækkefølge.



Deres 3 vigtigste prioriteter for valget af bopæl og område:

- 1 Nærhed til dagligvarebutikker
- 2 Kvaliteten af skoler og dagtilbud
- 3 Områdets image og anseelse

MÅLGRUPPE 3 - børnefamilie 2

Familier med flere børn og mellemindkomst

Hvem er de:

De voksne i familien er typisk sidst i 30'erne til start 50'erne, og familien har ofte 2 eller flere børn - fælles og /eller sammenbragte. Minimum et barn er under 6 år. Det er primært de erhvervsfaglige og mellemuddannede samt enkelte højtuddannede, som udgør erhvervsgrundlaget i familien.

Hvad vil de:

For at hverdagen skal hænge sammen, arbejder mindst én af dem i nærområdet, og de prioriterer nærhed til skoler, daginstitutioner og fritidstilbud, så den daglige logistik omkring familien og børnene kan hænge sammen. Børnene i familien er som regel medlem af en forening, går til sport eller andet.

Hvor vil de bo:

Med flere børn og en hverdag, der skal hænge sammen, har målgruppen ofte ikke så meget tid til at passe store haver eller gennemrenovere huset. De foretrækker derfor boliger, der er nybygget eller nyrenoveret eller alternativt et rækkehus. Størrelsen på boligen ligger på 115m²-170m² og er ejer- eller andelsbolig. Boligen skal gerne være vedligeholdelsesfri og fleksibel, så den rummer muligheder for forskellige familieformer med fx sammenbragte børn, der bor på skift hos forældrene. De vil have en bolig, som kan rumme den særlige hverdag for netop deres familie. Denne målgruppe ser også bofællesskaber og kollektive boformer som en mulighed.

Det er Slagelse By, der tiltrækker målgruppen til kommunen. Efter Slagelse fortrækker de Skælskør, Korsør, Vemmelev, Kirke Stillinge, Slots Bjergby og Sørbymagle i nævnt rækkefølge.

Deres 4 vigtigste prioriteter for valget af bopæl og område:

- 1 Nærhed til dagligvarebutikker
- 2 Nærhed til skoler og institutioner
- 3 Områdets image og anseelse
- 4 Nærhed til sports- og fritidsaktiviteter





MÅLGRUPPE 4

De etablerede uden børn

Hvem er de:

De er mellem 40-65 år, og har ikke børn eller har børn, der er flyttet hjemmefra. Hovedparten er lønmodtagere, selvstændige eller efterlønnere med middelindkomst. De er nået til et sted i livet, hvor karrieren kører eller de har opnået det, de ville jobmæssigt og det giver overskud til at bruge mere tid på fritidsaktiviteter og frivilligt arbejde. Målgruppen har økonomisk overskud og dagligdagsluksus og bekvemmelighed, er noget de vægter.

Hvad vil de:

De etablerede uden børn har et ønske om at være aktive i lokalsamfundet. Foreninger, kultur og fællesskaber i lokalområdet tiltaler dem, og de har viljen og tiden til at engagere sig. De benytter gerne hele paletten af kulturudbud lige fra biograf og teater til musik og udstillinger.

Hvor vil de bo:

Målgruppen foretrækker at eje eller leje en lejlighed eller et rækkehus. Interessen er størst for stueplansboliger eller etplanshuse eller alternativt lejligheder med elevator. Størrelsen på boligen skal være mellem 95 og 125m², og den skal være moderne eller nybygget. Det handler om bekvemmelighed og hverdagsluksus, når de vælger boligtype. De foretrækker Slagelse by, men kan også se sig selv i Korsør, Skælskør, Vemmelev, Kirke Stillinge, Sørbymagle og Bisserup i nævnt rækkefølge. Det er afgørende at boligområdet er fredeligt og tæt på naturen, samt at den kollektive trafik og infrastrukturen er god.

Deres 3 vigtigste prioriteter for valget af bopæl og område:

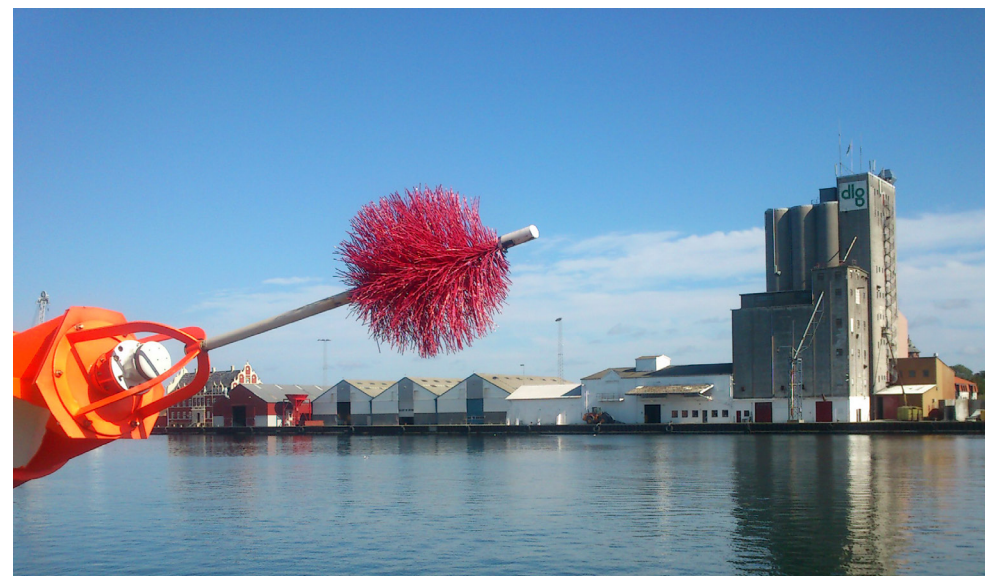
- 1 Nærhed til dagligvarebutikker
- 2 Områdets image og anseelse
- 3 Nærhed til sportsfaciliteter og kulturudbud

TEMAERNE

På baggrund af potentialeanalysen kan vi konstatere, at der er potentiale for at tiltrække og fastholde borgere inden for de beskrevne målgrupper. Men det kræver, at Slagelse Kommune kan tilbyde de ting målgrupperne efterspørger, eller ser som en forudsætning for at blive eller forblive borgere i kommunen.

Med målgrupperne som omdrejningspunkt har workshoppen og input fra diverse interessenter nået frem til fire temaer, hvor Slagelse Kommune kan arbejde på at skærpe sin profil, så den er i overensstemmelse med målgruppernes ønsker og behov.





TEMA 1

Job- og karrieremuligheder

Alle målgrupperne efterspørger job- og karriermuligheder i området. Job og karriere er en af de afgørende faktorer, der i mange tilfælde udløser en flytning for en person eller familie. Derfor er det essentielt, at vi i højere grad synliggør diversiteten af jobuddet -ikke bare i lokalområdet, men i hele regionen. Derudover er det for flere af målgrupperne vigtigt, at de kan se et karriereforløb i området, og ikke kun en jobmulighed her og nu. Slagelse Kommune har især brug for at synliggøre, men også skabe flere vidensjob, hvis nogle af målgrupperne skal kunne tiltrækkes og fastholdes. Endelig skal der være opmærksomhed på at netop dette tema har tæt sammenhæng med erhvervslivets vækst - at den nødvendige arbejdskraft er til rådighed.

TEMA 2

Image

Image og anelse er et tema, der for alle målgrupperne fremstår som utroligt vigtigt for lysten til at bosætte sig i området. Imageanalysen fra 2014 peger i høj grad på, at Slagelse Kommune er udfordret i forhold til image. Nogle af deltagerne i potentialeanalysen tilkendegiver, at deres opfattelse af Slagelse Kommune primært bygger på fordomme om "Udkantsdanmark". Andre har deres viden fra medierne, hvor især dårlige historier har sat deres præg på opfattelsen af kommunens image. Slagelse Kommune har derfor et behov for at arbejde med kommunens image, fremme de gode historier og måske skabe en samlet fortælling om Slagelse Kommune.



TEMA 3

Boligmuligheder

De rigtige boligtilbud er naturligvis afgørende for, om man vælger at bosætte sig i et område.

Hjemmet er rammen om hverdagen, og boligen skal opfylde de funktioner målgrupperne efterspørger. I forhold til målgruppernes ønsker er Slagelse Kommunes boligmasse især udfordret på at være af ældre dato og ikke helt kunne opfylde kravene om en moderne bolig med forholdsvis mange kvadratmeter. Det samme gælder ønskerne til mellemstore og store moderne lejligheder i Slagelse.



TEMA 4

Fællesskaber og netværk

Fællesskaber og netværk er en forudsætning for at fastholde borgerne i kommunen. Det er det, der gør at man udvikler et tilhørsforhold til et område. Slagelse Kommune har et stort og aktivt foreningsliv og mange engagerede frivillige. Dette bør fortsat understøttes og udvikles, så netværksdannelse og fællesskaber er med til at løfte opgaven med at tiltrække og fastholde tilflyttere. Frivillige indsatser og lokale fællesskaber er samtidig med til at skabe byliv og kulturoplevelser, som bidrager til en positiv oplevelse af en kommune med levende byer og lokalsamfund.

FRA STRATEGI TIL HANDLING

Hvor man skal bo, er en beslutning, som påvirkes af mange forskellige forhold. Bosætning er derfor et komplekst emne, der går på tværs af mange områder som ofte kræver indsatser fra mange forskellige parter.

Opgaven med at tiltrække og fastholde borgere er en fælles opgave, hvor både kommune, virksomheder, foreninger og borgere spiller en væsentlig rolle. Derfor er en del af denne strategi udarbejdet i samarbejde med forskellige interessenter fra civilsamfundet.

En vigtig forudsætning for at strategien bliver til virkelighed er konsensus og fælles opbakning om de fælles positive fortællinger om Slagelse Kommune, både blandt borgere, foreninger, virksomheder, politikere og medarbejdere. Strategien sætter retning for arbejdet med bosætning, gør det klart for samarbejdspartnere hvor vi vil hen og giver byrådet et grundlag for prioritering af indsatser.

På de kommende sider kan du læse de indsatser, som borgere, virksomheder, boligforeninger med flere anbefaler, at vi sammen arbejder med for at tiltrække og fastholde borgere til Slagelse Kommune.

Bosætningsstrategien har fokus på tre typer af indsatser:

- ▲ Indsatser som udelukkende varetages af Slagelse Kommune
- ▲ Indsatser som kommunen udvikler og skaber sammen med andre aktører
- ▲ Indsatser som andre aktører igangsætter og varetager, men som politikere og administration understøtter med bl.a. facilitering, ressourcer eller synliggørelse

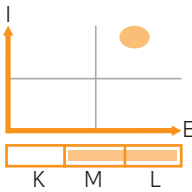
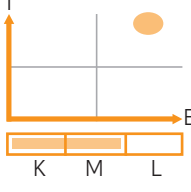
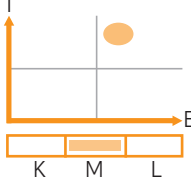
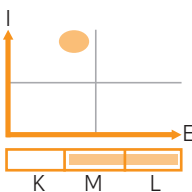
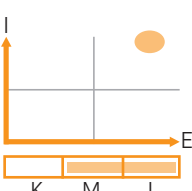
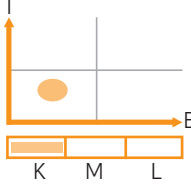
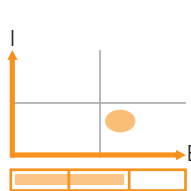
Handlingerne er vurderet ud fra sammenhængen mellem graden af de nødvendige ressourcer/økonomi (Indsats) og mulige resultat (Effekt). Handlingerne er desuden vurderet ud fra, om de kan gennemføres på hhv. kort (K), mellem (M) eller lang (L) sigt. Denne vurdering er et bidrag til prioriteringen.



OVERSIGT OVER INDSATSOMRÅDER OG HANDLINGER

TEMA 1

Job- og karrieremuligheder

Indsatsområde	Handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forudsætninger og realisering	Indsatsområde	Handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forudsætninger og realisering
Iværksætteri	Målrettet markedsføring overfor potentielle og nystartede iværksættere, som allerede bor i kommunen og som bor udenfor kommunen. Fokus især på: - studerende/nyuddannede med iværksætteri som karrierevej - håndværksvirksomheder; - små konsulentvirksomheder (fx grafisk design, IT, revision, advokat, m.fl.) - kunsthåndværkere (Skælskør)		Samarbejde med Guldagergaard og KIT i forhold til kunstnere 'Bo - og Oplevelsesklynge'. Slagelse Erhvervscenter som primus motor for iværksætteri - kontakt og service. Posthuset som innovationshus er omdrejningspunkt.	Tiltrækning af talenter og kvalificeret arbejdskraft - Trepartssamarbejde kommune, erhvervsliv, de faglige organisationer	Målrettet markedsføring af de skoler, som tilbyder eliteforløb samt markedsføre skoler med særlige profiler og talentudvikling. Etablering af en ægtefællejob-ordning og synliggørelse af ordningen. Etablering af én indgang for henvendelser.	 	Slagelse Erhvervscenter, erhvervsforeningerne og større lokale virksomheder er vigtige aktører i etablering af en ægtefællejob-ordning. Slagelse Kommune kan synliggøre ordningen. Lokale virksomheder har et stort ansvar for at synliggøre jobmuligheder og markedsføre, hvad de laver.
Trepartssamarbejde (kommune, erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner)	Undersøge muligheden for at tiltrække maritime uddannelser til Korsør og skabe kobling mellem lokale virksomheder, kommune, uddannelsesinstitutioner og evt. flådestation/Søfartsstyrelse. Etablere et fast samarbejde mellem uddannelsesinstitutioner, jobcenter, Slagelse Erhvervscenter, erhvervsforeninger og lokale virksomheder, som skal arbejde for at skabe studiejobs i små og mindre virksomheder samt karrieremuligheder for højtuddannede efter endt studie.	 	De videregående uddannelsesinstitutioner er de vigtigste parter, når det handler om tiltrækning og placering af nye uddannelser - gerne hele uddannelser, ikke kun overbygninger. Indtænke de faglige organisationer i triple helix samarbejdet. Inddrage større virksomheder udenfor kommunen i samarbejdet, fx Novo Nordisk i Kalundborg.	Revurdere studiejobdating med mere fokus på at de studerende både varetager driftsopgaver, men samtidigt hvordan de kan bidrage til at udvikle virksomhederne. Afholde jobmatchtiltag i samarbejde med faglige organisationer om at tiltrække højtuddannet arbejdskraft. Undersøge muligheden for udvikling af en lokal trepartsaf-tale mellem kommune, erhverv og faglige organisationer indenfor områder, der mangler arbejdskraft.	 		

TEMA 2

Image

Indsatsområde	Handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forudsætninger og realisering
Branding / image	Arbejde hen imod én samlet fortælling om Slagelse Kommune med nøgleord som imødekommenhed, natur, ro, overskud, plads og tid, livskvalitet, vand, økologi, den maritime drøm, det gode liv.		Alle skal bidrage til at fortælle den gode historie og tale Slagelse Kommune op. Dette gælder borgere, virksomheder, foreninger, kommune og politikere. Tænke i synergier og helheder. Den samlede fortælling skabes blandt borgere og ildsjæle.
Byliv og attraktivt studiemiljø	Skabe flere små rum/byrum/uformelle mødesteder på de større pladser i Slagelse by. Gerne grønne byrum målrettet forskellige målgrupper.		
	Udviklingen af Campus Slagelse for at skabe sammenhæng mellem bymidte og uddannelsesinstitutioner samt udvikle studiemiljøet og skabe gode rammer for unge under uddannelse. Gøre det attraktivt at bo og studere i Slagelse.		

Indsatsområde	Handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forudsætninger og realisering
Markedsføring	Synliggørelse af talentudvikling indenfor sport - markedsføre de 5 OL kandidater.		
	Skabe en mere konkret og synlig imødekommenhed over for tilflyttere.		
	Velkomstmateriale til nye tilflyttere kombineret med velkomstarrangementer. Velkomstmateriale til studerende samt velkomstarrangement på tværs af uddannelsesinstitutioner, som skal bidrage til at gøre studielivet mere synligt og attraktivt for de unge.		
	En generel bosætningskampagne med fokus på den overordnede fortælling. Denne målrettes borgere uden for kommunen og tager udgangspunkt i konkrete budskaber og fortællingen. En målrettet bosætningskampagne overfor medarbejdere i psykiatrien og de statslige arbejdspladser samt større private virksomheder.		

TEMA 3

Boligmuligheder

Indsatsområde	Forslag til handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forslag til samarbejde og realisering
Attraktive boformer og boliger	Etablering af flere mellemstore og store lejligheder og rækkehuse (95-115 kvm) gennem renovering, ombygning eller nybyggeri. Almennyttig boligsektor eller privat boligbyggeri.		Plan for tiltrækning af private investorer. Inddragelse af boligforeninger og ejendomsmæglere. Planlægning af naturområder og skov skal sammentænkes med boligområder (nye og eksisterende).
	Udpege specifikke boligområder til byggeri, hvor der stilles krav om bæredygtigt byggeri.		Bruge strategien for den almennyttige boligsektor som løftestang og målrette projekterne til de fire målgrupper.
	Udstykning af store parceller med udsigt til skov, vand eller hav.		Invitere virksomheder med i produktudviklingen af bæredygtige boligområder.
	Udpege enkelte områder i form af byggemodnet jord/parceller eller eksisterende bygninger (f.eks. nedlagte plejehjem), hvor etablering af bofællesskaber for to eller flere familier er muligt.		Arealudviklingsstrategien skal fungere som et redskab for kortlægning, overblik, udpegning og prioritering.
	Arealudlæg til husbåde.		

Indsatsområde	Forslag til handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forslag til samarbejde og realisering
Markedsføring	Markedsføring målrettet potentielle private investorer mht investeringssikkerhed og investeringsmuligheder. Informer investorer om, hvad der efterspørges af boliger.		Samarbejde med Slagelse Erhvervscenter om tiltrækning og markedsføring overfor investorer. Opfordre lokale borgere til at bruge deres netværk til at skabe kontakt til investorer.
	Synliggørelse af eksisterende boligmuligheder i kommunen målrettet de fire målgrupper.		

TEMA 3

Boligmuligheder

Indsatsområde	Forslag til handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forslag til samarbejde og realisering
Oprydning i boligmasse og arealer (erhverv og bolig)	Skabe bedre balance mellem boligområder og erhvervsarealer. Fortætning af byerne, placering af erhvervsarealer i udkanten af byerne.		Samarbejde med ejere om omlægning af deres arealer til enten erhverv eller boliger Nedrivning af forfaldne bygninger i købstæderne åbner mulighed for at fortætte boligmassen eller skabe grønne oaser/uformelle mødesteder
	Reducere blandede bolig- og erhvervsområder - disse er uhensigtsmæssige for både erhvervsliv og for boligejerne. Udfase denne blanding over de kommende 5-10 år. Skarpere adskillelse af bolig og produktionserhverv samt samling af 'stille' erhverv (kontor o.lign.).		Arealudviklingsstrategien skal fungere som et redskab for kortlægning, overblik, udpegn og prioritering
	Igangsætte renovering, ombygning eller nyetablering af større lejligheder og rækkehuse i den almennyttige boligsektor. Fokus på fleksible boliger, der kan bruges/bebos af både studerende, børnefamilier og ældre - undgå klassiske 'ældreboliger'.		
	Pulje til nedrivning af forfaldne bygninger - også i byer med mere end 3000 indbyggere.		

Indsatsområde	Forslag til handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forslag til samarbejde og realisering
Mobil og fibernet	Arbejde for at få udbygget mobilnet og fibernet i udvalgte byer og boligområder. Dette kræver en prioritering af områderne med baggrund i de fire målgrupper.		Samarbejde med lokale virksomheder, erhvervsforeninger og SK Forsyning samt aktører fra andre steder om etablering af fibernet og mobilmaster.
	Synliggøre de områder i kommunen, hvor der er gode mobil- og internetforbindelser.		

TEMA 4

Fællesskaber og netværk

Indsatsområde	Forslag til handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forslag til samarbejde og realisering
Netværk	<p>Understøtte etableringen af frivillige netværk med tilflyttere som fokus. Fx lokale velkomstgrupper for tilflyttere, pendlernetværk, lokale ambassadører, ægtefællejob-ordning med flere.</p> <p>Etablere en Tænketank for bosætning.</p>		<p>Brug gerne sportens netværk som en af indgangene.</p> <p>Benyt lokalråd og erhvervsforeninger og engagerede enkeltpersoner som indgange til lokalområder.</p>
Fællesskaber	<p>Synliggøre deleøkonomi initiativer (fx dele by, bykontor, nabohjælp, pendlernetværk mm).</p>		<p>Slagelse Kommune kan bistå med at synliggøre lokale initiativer. Lokale frivillige eller lokalråd driver tiltagene.</p> <p>Samarbejde mellem erhvervsforeninger samt med Frivilligcentret.</p>
Det er borgerenes kommune	<p>Understøtte lokale frivillige initiativer målrettet tilflyttere og bosætning.</p>		<p>Tænke i synergier og helheder. Stå sammen om initiativerne på tværs af byerne / landsbyerne.</p>

ØVRIGE INDSATSER

Indsatsområde	Forslag til handlinger	Indsats/Effekt Kort, Mellem, Lang sigt	Forslag til samarbejde og realisering
Mobilitet og infrastruktur	<p>Kollektiv trafik styrkes i de områder og strækninger med mange nuværende og potentielle passagerer, især pendlere og studerende. Sikre sammenhæng i den kollektive trafik mellem udvalgte boligområder og centrale knudepunkter (uddannelsesinstitutioner, skoler, stationer og bycentrum)</p>		
	<p>Binde stier bedre sammen i købstæderne. Stierne skal desuden kædes bedre sammen med grønne områder, uddannelsesinstitutioner og boligområder, især for studerende og børnefamilier, som har brug for nemme og trafiksikre stier og cykelruter.</p>		
	<p>Forskønnelse af indfaldsvejene til købstæderne og mere sammenhæng i det fysiske udtryk for byerne fx mht skilte, gadelygter, vejbelægning, bygningsfacader og lignende.</p>		

