

Koncept for mobilisering af kulturelle aktiviteter med henblik på øget vækst i turisme, erhverv og bosætning

| Ressourcer                                                    | Aktiviteter                                                                | By effekt                                                         | Bruger effekt                                                         | Samfunds effekt                            |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| - Det der skal bruges                                         | - Det der skal laves                                                       | - det der skal opnås                                              | - den mærkbare forandring                                             | - visionen                                 |
| Et organiseret foreningsmiljø og løst organiserede frivillige | Møder, der bygger bro på tværs af kompetencer, interesser og aldersgrupper | Stærkere netværk og relationer mellem byens aktører               | Øget tilgængelighed, engagement og involvering i den lokale udvikling | Styrket livskvalitet og medborgerskab      |
| Minimum 1 professionel kulturaktør/-institution               | Små og store projekter med afsæt i lokale styrkepositioner                 | Udbredt viden, engagement og synlighed om lokale styrkepositioner | Flere sociale møder og aktiviteter i byen                             |                                            |
| En stærk organisering af det lokale erhvervsliv               | Dialog, koordinering og samarbejde på tværs af fælles dagsordner           | Støttefunktioner, der gør det trygt at deltage i samarbejdet      | Nye levedygtige iværksættere                                          | Nye typer af arbejdspladser og øget handel |
| Adgang til puljemidler, fysiske rammer og idérealisering      | Udvikling og test af nye ideer<br>Målgruppe orienterede oplevelsestilbud   | Nye kundegrupper, salgsplatforme og mere byliv                    | Mere nytænkning og plads til skæve vinkler i det eksisterende erhverv |                                            |
| Kompetencer til markedsføring                                 | Markedsføring på hjemmesider og sociale medier                             | Stærk kernefortælling og brand for byen                           | Nye gæster besøger byen og flere kommer igen                          | Mere bosætning og turisme                  |