

## Referat

### Middelfart Netværksmøde den 8. marts 2022

#### Intro

Formand, Anders Baagland, bød velkommen til de 34 fremmødte Citychefer og kunne for første gang byde velkommen til vores nye netværksfacilitator, Torsten Bo Jørgensen.

Anders gennemgik året, der var gået og vores fælles rejse fra opstart ved Heidi Svane, sammenholdet gennem pandemien og senest vores samarbejde med WEAR og Dansk Erhverv - der er sket meget og vi har fortsat store ambitioner for netværket.

De seneste to år har nærmest været en krisetilstand for detailhandlen og netværket skal nu have fokus på fremtiden og levende bymidter. En indsats som kræver sammenhold og vidensdeling, men også en stor politisk og pressemæssig indsats. Det kræver muskler og en sund økonomi at holde det hele kørende. Derfor har Styregruppen vedtaget, at kontingentet stiger fra kr. 3.000.- til kr. 4.000.- årligt - der var fuld opbakning til denne beslutning fra de fremmødte citychefer.

#### Temaer og studietur

Herefter blev dagen faciliteret af Torsten Bo Jørgensen, som startede dagen med at beskrive de temaer, som styregruppen mener, der bør have stor opmærksomhed gennem resten af året:

- Grøn omstilling/bæredygtighed i detailhandlen
- Digital omstilling/tilpasning
- Organisering i byerne – hvilke løsninger findes?
- Byudvikling

Torsten kunne samtidig løfte sløret for den studietur til Hamborg den 18-19/5, som han er ved at planlægge. Programmet forventes færdigt medio marts, og der må forventes en egenbetaling på ca. kr. 2.300.-

Temaer og studietur blev drøftet i grupperne og efterfølgende input og ønsker blev taget til efterretning.

Som tidligere nævnt begynder vi nu stille og roligt at opbygge et best case-bibliotek. Fremgangsmåden er simpel: Oplægsholdere mv. laver en kort sammenfatning på ca. 1 A4-side af deres pointer og informationer, og dem har alle i netværket så let adgang til. Torsten får lavet skema, som der kan fyldes info i.

I løbet af dagen blev også ”medlemsfordele” drøftet, og hvordan der skabes en tydelig oplevelse for butikkerne af forskellene på at være inde og ude af cityforeningen. Bl.a. Randers og Vejle fortalte her - ud over Fredericia (nedenfor). Der var stor interesse for emnet, som vi vil holde fast i sammen med de andre temaer.

#### Sommer By-erfaringer Esbjerg

Her startede Brigitta, Esbjerg, men en flot gennemgang af hendes og Esbjergs erfaringer med Sommer By. Esbjerg vil gerne være den internationale by, og derfor har de oversat temaet til: Summer City 2021.

Der er ingen tvivl om, at det kræver en kæmpe personlig indsats, hvis et stort program hen over en hel sommer skal komme i stand. Økonomien er også vigtig at få på plads. I Esbjerg var budgettet på kr. 1.3 mio. fordelt mellem Kommunen kr. 750.000, Cityforeningen kr. 300.000 samt Fonde kr. 300.000

Heraf blev godt kr. 300.000 brugt på reklamer i TV Syd og på TV2 Play – hele 97% så reklamefilmen til ende. Markedsføring, også via TV2Play, og via Facebook Business, så man kunne målrette mod turister og børnefamilier.

Der var ligeledes lavet en ”City Plakat” af en lokal kunstner, som i layout og indhold viste de events og tiltag, man kunne opleve i city hen over sommeren. Plakaten havde ligeledes en QR-kode, som ved scanning henledte gæster til et katalog/sommerprogram på hele 60 sider.

Af events kan nævnes: Bordfodbold, Sandskulpturer, Kæmpe Skak, Bordtennis, Blomsteropsatser og meget mere. Den lokale citypedel og de forretningsdrivende var med til at få det hele til at fungere uden problemer.

Erfaringen viser, at events skal ud i byen og ikke kun foregå på torvet. Det er vigtigt, at alle ender af midtbyen får opmærksomhed. Esbjerg har aldrig nogensinde haft noget, der har givet så positiv respons. De handlende roste tiltaget og positive Facebook-citater var der mange af. Brigitta: ”Jeg har ikke hørt en eneste negativ ting. Butikkerne svarer, at det påvirker deres omsætning positivt. Og der skal meget til, for at de siger det. Vi kører med samme budget i 2022, både kommunen og de tre lokale fonde.”

Brigitta bearbejder pt. kommunen, for det er meget vigtigt, at sommer-succesen fortsætter til næste år. Det er en stor branding-proces, som skal gennemføres. Esbjerg skal være oplevelses- og kulturby. Sommerby-projektet understøtter det 100%. Og kommunen får meget mere for pengene, når City laver det i stedet for et kommunalt sekretariat.

### **Sommer By erfaringer Fredericia**

Lene Bach Jørler kunne fortælle, at deres byråd giver 3 mio. kr. om året til bymidten, sat af til events. Og Business Fredericia betaler ikke selv for julebelysning og toiletter, hvilket kommunen står for. Når nu ”Kommunen betaler alligevel” er der nogle butikker, som ikke melder sig ind i cityforeningen og der er en del, der overvejer at melde sig ud. Dem bruger Lene meget tid på. For hvorfor skal man være medlem? Lene har givet dem et halvt års kontingentfritagelse, hvis de har haft problemer med kontingentet.

Succes avler succes, så folk forventer faktisk, at de gode ting kommer igen. Lene har ingen manpower og har været deltids sygemeldt. Derfor har Lene m.fl. lavet et set-up, hvor alle tiltag skal kunne fungere, selvom hun ikke er til stede. Hun betaler det lokale foreningsliv for at hjælpe med praktiske opgaver.

Lene: ”Vi har opbygget en ”Hytteby”, som har kostet 1 mio. kr. Da hytterne kun må stå 6 uger ét sted, så har kommunen en driftsomkostning på godt kr. 130.000 til at flytte hytterne rundt! I 2022 får kommunen søgt byggetilladelse, så man kommer ud over det”.

Vi lejede en ribbåd i 2021, og det kostede os 150.000 kr. i underskud. Det var en stor event. Den sejlede hver time - uanset om der var tre eller 12 kunder til det. Men vi er enige om, at dette tiltag gav meget omtale og kunne derfor ses som markedsføring af byen.

Vores markedsføring er lavet i tæt samarbejde med Visit Fredericia, men har ikke selv sat det store markedsføring i gang. De ”fyrtårne”, vi gerne vil sælge Fredericia ind på i den kommende sæson, er en meget god strand, beach volley, Street Food, etc. Vi spreder det med vilje ud fra byen og ned til vandkanten. Detailhandlen har haft forståelse for denne beslutning.

De butikker, der ikke betaler til cityforeningen, får heller events ned til deres butik, og de modtager heller ikke informationsmateriale omkring byens tiltag. ”Husk at holde øje med, hvem der betaler for festen”, siger jeg til dem. Vi har også klistermærker med QR-koder, som står på døren lige neden under skiltet med ”Vi er medlem af ”Cityforeningen”.”

### **Vinderbutikker**

Torsten præsenterede med stor succes sin nye bog: Vinderbutikker. Den udkommer den 21. marts og giver et unikt indblik i 23 konkrete cases fra butikker i hele Danmark..... en must read book.

### **Liveshopping**

Liveshopping har nok aldrig fyldt mere ude i butikkerne. Men skal det fortsætte her efter pandemien, eller dør det langsomt hen?

Jacob Muldkjær Rasmussen, Ringkøbing, delte sine egne og byens erfaringer med Liveshopping. Der er flere af butikkerne i Ringkøbing, der med succes laver Liveshopping, og de vil helt klart fortsætte med det her efter pandemien.

Men Jacob har ligeledes lavet flere fælles liveshopping events, hvor han tager rundt til forskellige butikker i løbet af nogle timer. Det har været en kæmpe succes for byen som helhed. Flere og flere får nu et ’forhold’ til deres bymidte, og de tiltrækker flere kunder i butikkerne.

Jacob har forsøgt med nye typer fælles liveshopping events. Det er blevet mere eller som mindre tv-programmer, hvor der ikke er et direkte salg. Her kan nævnes besøg hos bilforhandlere og et boligprogram med tre af byens ejendomsmæglere.

Med Facebook, Instagram, Nyhedsbreve, Events og Liveshopping er Cityforeningen nærmest blevet sit eget mediehus, og der bruges meget tid på at producere indhold. Jacob mener derfor, at man som Citychef bør overveje hvilke kompetencer, der skal tilføres i fremtiden?

### **Let's go live**

Benjamin L. Henriksen, Let's Go Live, var efter Jacob igennem via en live sending. Han fortalte:

”Let's go live er et liveshopping bureau, som er startet op for bare 3 måneder siden. Vi hjælper fra a-z med liveshopping koncept, markedsføring og afvikling. Vi har netop afviklet verdens største liveshoppingevent sammen med Coop.

Let's go live er et 'system', som gør det muligt at afvikle et liveshopping event på mange forskellige Facebook-sider ad gangen. Facebook har som standard et maximum på 75 Facebook-sider ad gangen, hos os er der ingen øvre grænse for, hvor mange Facebook-sider man kan sende live på samtidig.

Grundlæggende betyder det, at hvis Ringkøbing sender live via deres Facebookside, kan de sende samme udsendelse ud på et utal af andre Facebooksider samtidig – f.eks. alle Facebooksiderne fra butikkerne i byen, nabobyen osv. På den måde kommer Ringkøbing meget bredere ud, end de ellers ville kunne.”

Benjamin fortalte om alle de muligheder, der ligger i Let's Go Live, og der er flere pakked løsninger. Han tilbød medlemmer af Danske Handelsbyer en meget fordelagtig pakke til kun kr. 6-7.000 kr. + moms, for at stå for alt inkl. personlig tilstedeværelse i byen under første liveshoppingevent.

### **Tak for i dag**

Næste fysiske netværksmøde er studietur til Hamborg den 18.-19. maj 2022. Det endelige program fremsendes snarest. Bemærk - der vil være en egenbetaling på ca. kr. 2.300.- samt transportudgifter.

Med venlig hilsen

Nikolai Klausen