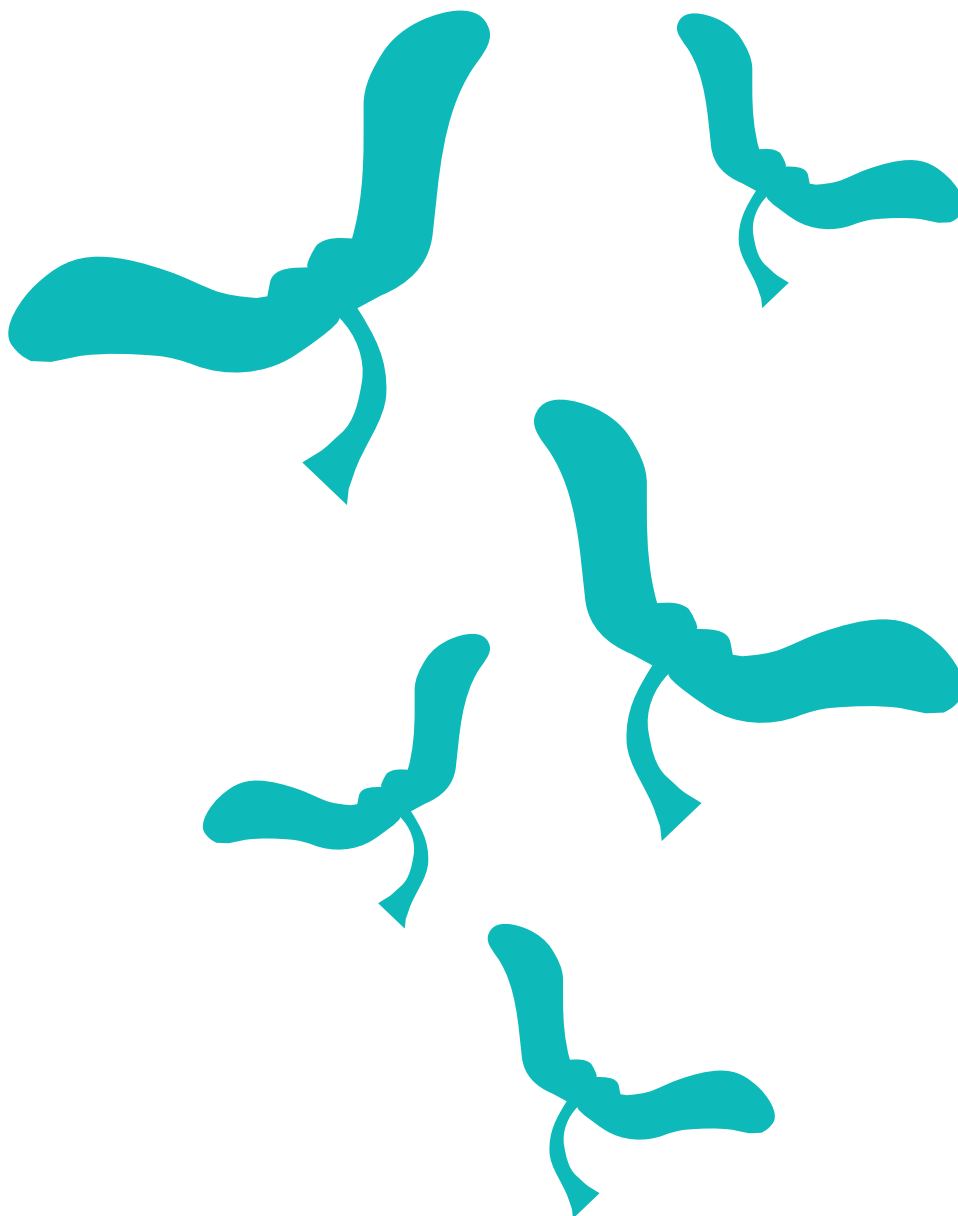


RØDDING UDVIKLINGS- STRATEGI 2017

Tillæg til Udviklingsstrategi for Rødding 2010



Udarbejdet af:



**FORUM
RØDDING**

I samarbejde med:



Vejen
KOMMUNE

Fotos: © Vejen Kommune
Kort: © Cowi og GeoDanmark 2015
Offentliggjort: Januar 2018

Dokumentet kan findes i digital udgave, på <http://planportal.vejen.dk>

Indhold

Forord.....	4
Baggrund.....	5
Hensigten med tillægget.....	6
Proces.....	8
Idéer til projekter.....	10
1. Genoplivning af bymidten.....	11
2. Rødding Fond.....	12
3. Stier og historiske ruter.....	12
4. Ankomster.....	13
5. Kvalitet i bygningsmassen.....	13
Idéer til markedsføring.....	14
1. Tryghed og trivsel.....	15
2. Kultur som løftestang.....	15
3. Mere for pengene.....	16
Boblere.....	17
Boblere til konkrete projekter.....	17
Boblere til markedsføring.....	18
Formalia.....	19
Litteratur.....	19
Vil du vide mere.....	19

Forord

Rødning er 'en rigtig by'! Ikke blot en forstad uden et følt centrum. I Rødning er der et handelsliv, og der bor mennesker af forskellige slags.

Sammenlignet med de 44 øvrige byer på mellem 2.000 og 5.000 indbyggere i Syddanmark, er Rødning en gennemsnitlig bosætningsby. Men der er ikke noget i vejen med at være gennemsnitlig, så længe man ligger i den gode ende. Og det gør Rødning.

At Rødning klarer sig udmærket, kan vi bl.a. takke vores sociale tilbud, så som børnepasning, skole og sundhedstilbud, for. Vores forenings- og idrætsliv trives, men vi er også så heldige at have en unik danmarkshistorie at fortælle. Og hvis vi har mod på forandringer og mobilitet, så vil vi på sigt øge chancen for at komme på danskernes mentale landkort.



Egon Fræhr
Borgmester

Baggrund

Revisionen af Rødding Udviklingsstrategi fra 2010 er påbegyndt på baggrund af et ønske fra Forum Rødding.

Rødding Udviklingsstrategi stammer fra en borgerinvolveret proces, der fandt sted tilbage i 2010. Strategien indeholder forslag til mange spændende projekter, som borgerne i Rødding var med til at udtænke og formulere.

Begrundelsen for, at det nu er tid til at kigge på den 7 år gamle plan er, at nogle af projekterne er blevet udført med stor succes, bl.a. Højskoleengen, mens andre projekter, af forskellige årsager, aldrig er blevet startet op.

At flere af projekterne aldrig er blevet påbegyndt skyldes ikke, at lysten og tiden ikke har været til stede i Rødding. Flere projekter er realiseret, selv om de ikke var en del af strategien. Dette drejer sig f.eks. om:

- Stisystemer
- Sommerlystskoven – med madpakkehytte, bålsted og nye træer
- Rødding Festen

Dette efterlod et indtryk af, at tiden måske var løbet fra udviklingsstrategien.



Hensigten med tillægget

Med tillægget er strategien en bestræbelse på at kunne tilbyde det, der efterspørges af nye tilflyttere uden at miste det, der er unikt ved Rødding.

Det unikke

I kraft af sin historiske rolle som centerby, har Rødding en stærk værdimæssig base. Byen er præget af en række værdier, der ikke normalt udøver en så markant påvirkning på en by af Røddings størrelse. Det er unikt for byen er i denne sammenhæng dens:

- Kulturliv
- Historisk bevidsthed
- Uddannelsesniveau

Disse værdier er udpeget i arbejdet med udviklingsstrategien i 2010, men er stadig aktuelle og derfor værd at have fokus på.

Fastholdelse og tiltrækning

Der findes en mængde viden om, hvad der gør byer attraktive som bosted.

Fastholdelsen af de eksisterende borgere handler først og fremmest om at skabe en fornemmelse af tilknytning til stedet. Dette kan efterprøves ved fire enkle spørgsmål (Skifter Andersen, 2010, s. 62):

- *Hvem kender du?* – Om du har familie og venner i lokalsamfundet, eller er involveret i lokale foreninger.
- *Hvor længe har du boet her?* – Tilknytningen er større, jo længere tid man har boet det pågældende sted.
- *Hvor gammel er du?* – Tilknytningen til sted er afhængig af, hvor man befinder sig i sit livsforløb.
- *Hvor mange penge tjener du?* – Det tyder på, at højtloønnede karrierепersoner er mere mobile og derfor mindre knyttet til bostedet end ufaglærte lavtlønnede.

Tiltrækningen af nye borgere sker også af flere forskellige årsager, alt efter hvorfra og hvortil folk flytter. Der ligger et potentiale i at tilføre betydning til de grønne områder, da det efterspurgte ofte forbindes til en bestemt forståelse af, hvordan livet er i mindre byer: Afslappende, afstressende og med begge fødder på jorden (Skifter Andersen, 2010, s. 57).

Hvis Røddings unikke historie og værdier kan flettes sammen med den enkelte borgers eller tilflytters egen historie, kan der bibringes værdi, mening og stedstilknytning.

Dette tillæg

Dette dokument er tænkt som et tillæg til Rødding Udviklingsstrategi 2010, og ikke en fuld revision. Det er dog valgt at flytte den tekst og de idéforslag, som stadig er højaktuelle over i dette dokument for at holde det relevante stof samlet.

Således vil noget af teksten vedrørende tiltrækning og fastholdelse af borgere være gentagelser fra Rødding Udviklingsstrategi 2010 (s. 16-18), ligesom nogle af projektidéerne går igen på bobler-listerne sidst i dette dokument. I Rødding Udviklingsstrategi 2017 er følgende projekter således stadig at finde:

- Involverende natur
- Byens fælles ansigt – detailhandel og tomme bygninger
- Veje ind i fællesskabet – velkomst, profil og markedsføring
- Et aktivt omdrejningspunkt – udvidelse af Rødding Centret
- Fællesspisning
- Rødding Festival – er blevet til Rødding Festen og Kulturugen
- Filmfestival
- Rødding hjemmeside

Anden planlægning

På Vejen Kommunes Planportal vil du kunne finde et overblik over øvrige planer, der vil være relevante hvis du går med projekttanker i Rødding.

<http://planportal.vejen.dk>

Proces

Formålet med revisionen var ikke at udarbejde en helt ny udviklingsstrategi, men derimod at tilpasse den eksisterende til nutidige behov og ønsker.

Workshop

Da der kun var tale om en revision af den eksisterende strategi, blev det vurderet, at én workshop ville være tilstrækkeligt. Workshoppen blev afholdt den 12. oktober 2017 i Rødding Centret, hvor ca. 60 deltagere mødte op. Alle deltagerne trak ved ankomsten et bordnummer, hvilket gjorde at folk blev fordelt tilfældigt ved de 7 borde.

Forum Rødding var vært gennem hele workshoppen, og repræsentanter for Vejen Kommune samlede op på konklusionerne undervejs.

Første indslag omhandlede idéen om en form for "Rødding Fond" (se side 12), præsenteret af Thomas Hede Sørensen fra Berg Advokater.

Workshoppen var herefter inddelt i tre temaer, der blev indledt med et oplæg og efterfuldt af diskussioner i grupper. De tre temaer var:

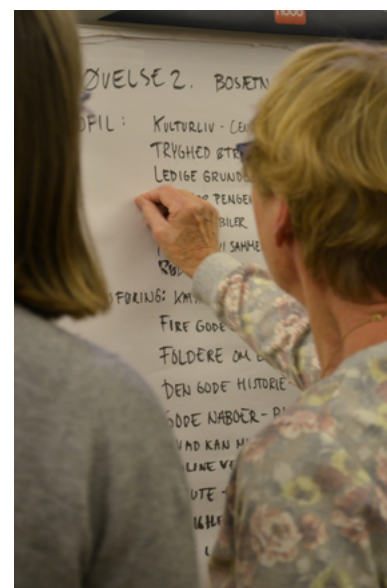
1. Byliv & Bymiljø
2. Branding & Bosætning
3. Nye idéer

Alle gruppediskussionerne blev indledt med en individuel brainstorm, for at give alle ro til at tænke og notere på udleverede 'postkort'. Herefter skulle grupperne diskutere ud fra de tanker hver især havde gjort sig, og i fællesskab komme frem til tre idéforslag de alle kunne stå inde for.

Ved det første tema blev der fortalt om en netop afsluttet gennemgang af byens torvepladser, hovedgader og ankomstveje. Herefter var der 20 minutter, hvor borgerne gruppevist kunne summe lidt over hvordan man, som by, kunne bruge undersøgelsens resultater til at styrke indtrykket af Rødding.

Det næste tema handlede om Vejen Kommunes kommende branding- og bosætningskampagne. Rødding har allerede meget at tilbyde i denne sammenhæng, men det holdt bestemt ikke deltagerne fra at finde på endnu flere interessante tiltag.

Til det sidste tema blev deltageres fantasi sluppet fri.



Efter hver seance blev gruppernes idéer præsenteret i plenum, og alle gode forslag blev noteret på tre plancher - én for hvert tema.

Den sidste opgave som deltagerne blev stillet, inden aftenen kunne rundes af, var at sætte guldhjerter på de tre plancher ud for de maks. fem projekter, de hver især kunne se mest værdi i.



Idéer til projekter

På workshoppene kom der mange idéer frem til konkrete projekter. Deltagerens sidste opgave var at sætte et guldhjerte ud for de idéer, de syntes bedst om, og som skal være med til at definere udviklingen i Rødding i de kommende år.

De fem forslag til konkrete projekter for Rødding er oplyst på de følgende sider, og i prioriteret rækkefølge med de idéer der fik flest guldhjertes først.



1. Genoplivning af bymidten

Formål

At forny området omkring Rødding Vestergade og Enghaveplads i Røddings bymidte. To tomme og utidssvarende dagligvarebutikker, hvoraf den ene vender ryggen til Rødding Vestergade, giver et kedeligt indtryk af Røddings bymidte. Derfor vil et løft af området have en positiv effekt på den generelle oplevelse af Rødding.

Beskrivelse

Området indeholder to tomme og utidssvarende dagligvarebutikker med store parkeringsarealer, der ikke benyttes. Den tidligere SuperBrugs-bygning vender ryggen til Rødding Vestergade og skjuler byens torv (Enghaveplads) og skråt overfor ligger en tidligere ABC-forretning, som nu står tom. Ved flere lejligheder er der også konstateret problemer med håndtering af regnvand, hvor der oftere sker store oversvømmelser ved kraftige regnskyl.

På workshoppen var der stor opbakning til at 'noget' må gøres i området. Nedenfor er de tanker der kom frem, listet op:

- Opfriskning af p-pladsen ved brugsen
- Nedrivning af den tidligere Brugsbygning
- Opførelse af ny dagligvareforretning
- Nogle af bygninger i Vestergade bør rives ned
- Fritlægge bækken
- Bedre byrum og gågademiljø
- Belægnings på torvet kan gøre byen mere gå- og cykelvenlig

Derfor vil en nedrivning af tidligere dagligvareforretninger, en renovering af bygningsmassen og fornyelse af Enghaveplads, kunne give Rødding bymidte et meget stort løft. Det ønskes at området kommer til at fremstå som et fornyet og samlet område, der definerer Røddings bymidte, med et nyt bytorv, ny boligbebyggelse og evt. en ny dagligvareforretning.

Processen er allerede påbegyndt, da Forum Rødding, i samarbejde med Vejen Kommune, lokale interessenter og ejere i området, allerede er i dialog omkring udviklingen af området.

2. Rødding Fond

Formål

Stifte en frivilligt båret forening i byen, en form for 'Rødding Fond'.

Beskrivelse

Idéen med foreningen er, at den skal virke som en opsparingstank til lokale projekter. Erfaringen er, at det kan være nemmere at komme igennem med nye idéer, hvis man som lokalsamfund har lidt kapital at kunne skyde ind i et projekt, inden der søges midler hos f.eks. kommune eller fonde. Tanken er, at alle med interesse i Rødding, kan blive medlem af foreningen mod et mindre, årligt kontingent. Kontingentet skal ubeskåret gå til lokale projekter. Man vil også kunne give sponsorater eller tildele fonden en arv.

- Oprettelse af bestyrelse, drevet af frivillige, ulønnede personer.
- Formulere forslag til vedtægter for foreningen.
- Markedsføre foreningen.

3. Stier og historiske ruter

Formål

At forbinde Rødding bedre med de omkringliggende omgivelser, men også at gøre byen mere sammenhængende.

Beskrivelse

Rødding har allerede mange gode stiforbindelser. Men der er stadig potentiale for at gøre dem endnu bedre. Dette kan f.eks. være at:

- Udbygge eksisterende, og skabe nye stier/vandreruter.
- Etablere en historisk vandre-rute.
- Cykelsti til Jels og Skodborg.
- Cykelrute mellem øst og vest, med overnatningsmulighed i Rødding.
- Fitness-sti.
- Oplevelsesstier med f.eks. kunst og kultur.



4. Ankomster

Formål

At gøre ankomsterne til Rødding mere præsentable og identitetsskabende.

Beskrivelse

Indfaldsveje og ankomster til Rødding ønskes frisket lidt mere op. Et løft af ankomsterne fra både nord, syd, øst og vest, skal være med til at gøre indfaldsvejene grønnere, markere ankomsterne mere og være med til at give Rødding en tydelig identitet. Dette kunne gøres på flere måder, f.eks.:

- Sætte blomsterløg efter de fire årstider
- Blomsterkummer
- El-tavler med information om arrangementer i byen, ved de største indfaldsveje
- Kunst eller flag



5. Kvalitet i bygningsmassen

Formål

At sikre helhedsindtrykket af Rødding, via kvalitet i bygningsmassen.

Beskrivelse

Rødding har mange flotte bygninger. Størstedelen af bygningerne i den centrale del af Rødding, er opført fra midten af 1800-tallet til midten af 1900-tallet. Der ses flere klassiske arkitekturstrømninger med særlige træk fra det sønderjyske område.

Generelt er indbyggerne gode til at passe på deres ejendomme, men enkelte steder har det været mindre attraktivt at investere i bygningsmassen, hvilket der kan søges rettet op på, ved fælles hjælp. Dette kunne foregå ved, at undersøge mulighederne for:

- Vejledning til renovering af bygninger i de forskellige stilarter eller generelle anbefalinger til kvalitet ved ombygninger.
- Opfriskning af Dommerhuset.
- At tage bedre vare på de bevaringsværdige bygninger, f.eks. med bevarende lokalplaner.
- Oprydning i bygningsmassen, ved tomme eller udtjente bygninger.



Idéer til markedsføring

Rødding er allerede godt i gang med at markedsføre sig selv. Men da markedsføring af en by aldrig kan stoppe, er der hele tiden brug for nye idéer og nye kræfter til at løfte opgaven.

I det følgende er fremhævet de markedsføringsidéer, der fik størst opbakning på workshopen, med den højest prioriterede nævnt først.



1. Tryghed og trivsel



Formål

I Rødning er der stor trivsel og tryghed. Det skal der blive ved med at være.

Beskrivelse

I Rødning er vi ikke større, end at vi hilser på hinanden. Vi kan kendes på, at vi står sammen, og på de gode naboer vi er. Det gør, at du som tilflytter oplever, at det er nemt at få et netværk. Det vil vi gerne markedsføre os på, og vi forestiller os, at det kan gøres på følgende måde:

- Etablere en 'Velkomstgruppe'.
- Online velkomstpakke.
- Booste os via Facebook: "Her står vi sammen".
- Tilflyttere skal fortælle om deres oplevelser.

2. Kultur som løftestang



Formål

Rødning har kulturelt meget mere at byde på end omverdenen aner. Det skal der rettes op på.

Beskrivelse

Rødning er centrum for en lang række af historiske begivenheder. Det budskab ønsker vi at dyrke. Men Rødning er også nutid. Det ses i det store udbud af fritidsaktiviteter. Nogle af de vigtigste elementer i en fremtidig markedsføring af Rødning, vil derfor dreje sig om:

- Kulturlivet: Centret, biografen, foreningslivet og aktivitetshuset.
- Højskolen er unik, og skal derfor benyttes bedre i profileringen af byen.
- Røddings generelle historie.

Også i den oprindelige strategi fra 2010 (s. 18) var der fokus på at det unikke ved Rødning som løftestang. Bl.a. står der:

"Hvis Røddings unikke historie og værdier kan flettes sammen med den enkelte borgers eller tilflytters egen historie, kan der bibringes værdi, mening og stedstilknytning".



3. Mere for pengene

Formål

Tiltrække og fastholde borgere.

Beskrivelse

I Rødning har vi mere plads end vi selv kan bruge. Derfor vil vi markedsføre os på, at du i Rødning:

- Stadig kan finde gode, ledige byggegrunde.
- Får mere for dine penge.

Allerede i den oprindelige strategi fra 2010 (s. 16-18) var der fokus på at holde på, og tiltrække, nye borgere. Se eventuelt dette tillæg s. 6 om fastholdelse og tiltrækning.

Mange forslag blev bragt i spil på workshoppen, men ikke alle havde lige stor opbakning på selve aftenen. Ligeledes var der stadig nogle urørte idéer tilbage i den tidligere udviklingsstrategi. De var alle for gode til helt at blive glemt. Vi har derfor noteret dem som 'boblere' på de to nedenstående lister.

Bobler-lister er derfor lister over gode idéer, der ikke er tænkt dybt over, men som bare venter på at nogen griber fat i dem.

Boblere til projekter

Her er oplistet alle de gode projektidéer. Projekter til ren markedsføring er skrevet på sin egen liste i det efterfølgende afsnit.

For de unge af krop og sind:

- Rødding Centret (Lille-Lalandia, wellness, genoptræning mv.)
- Aktivitetshus – aktivere grøn plæne foran
- Event, særligt for Rødding
- Involvere unge – hvad vil de gerne
- Lave et Ungdomshus
- Skaterramper eller parkour ved Rødding Centret

Diverse projekter:

- Ukrudtsbekæmpelse
- Tung trafik uden om byen
- Hævede belægninger skal gå igen de steder der er behov
- Flere lejeboliger
- 40 km/t zone gennem midtbyen
- Kartotek over frivillige aktører og ildsjæle

Idéer til projekter, overført fra Udviklingsstrategien 2010:

- Fællesspisning
- Foreningernes dag
- Skolernes dag
- Rødding festival
- Filmfestival

Boblere til markedsføring

Nedenfor er oplistet alle de gode idéer til at markedsføre Rødding.

Nogle af boblerne på denne liste kan med fordel benyttes i tilknytning til de prioriterede markedsføringsprojekter fra s. 14.

Hvad kan vi markedsføre os på:

- Den gode historie
- God kollektiv trafik
- Rødding og dets opland er én egn
- Hvad man kan få i Rødding, sammenlignet med f.eks. Aarhus
- Profilere os på, at vi har mange fine huse
- Central beliggenhed
- Vores fire, gode grundskoler

Hvordan kan vi markedsføre os:

- Foldere om byen
- Kort/foldere til gæster
- Katalog over byens tilbud
- Radioreklamer
- Profilering via fx fribilletter til bio, foredrag på Højskole, restaurant
- Profiler biografen sammen med bowlingcentret
- Overnatninger, lave reklame for de andre muligheder i byen

Idéer til markedsføring, overført fra Udviklingsstrategien 2010:

- Hjemmeside for Rødding

Litteratur

Skifter Andersen, Hans (2010): *Når teltpælene rykkes op: Geografisk mobilitet i Danmark og dens årsager*. København: SBI forlag. SBI 2010, Nr. 12.

Udviklingsstrategi for Rødding 2010. Udarbejdet af Vejen Kommune, Region Syddanmark og NIRAS.

Vil du vide mere om Forum Rødding

Hvis du ønsker at vide mere om Forum Rødding, kan du finde deres hjemmeside på:

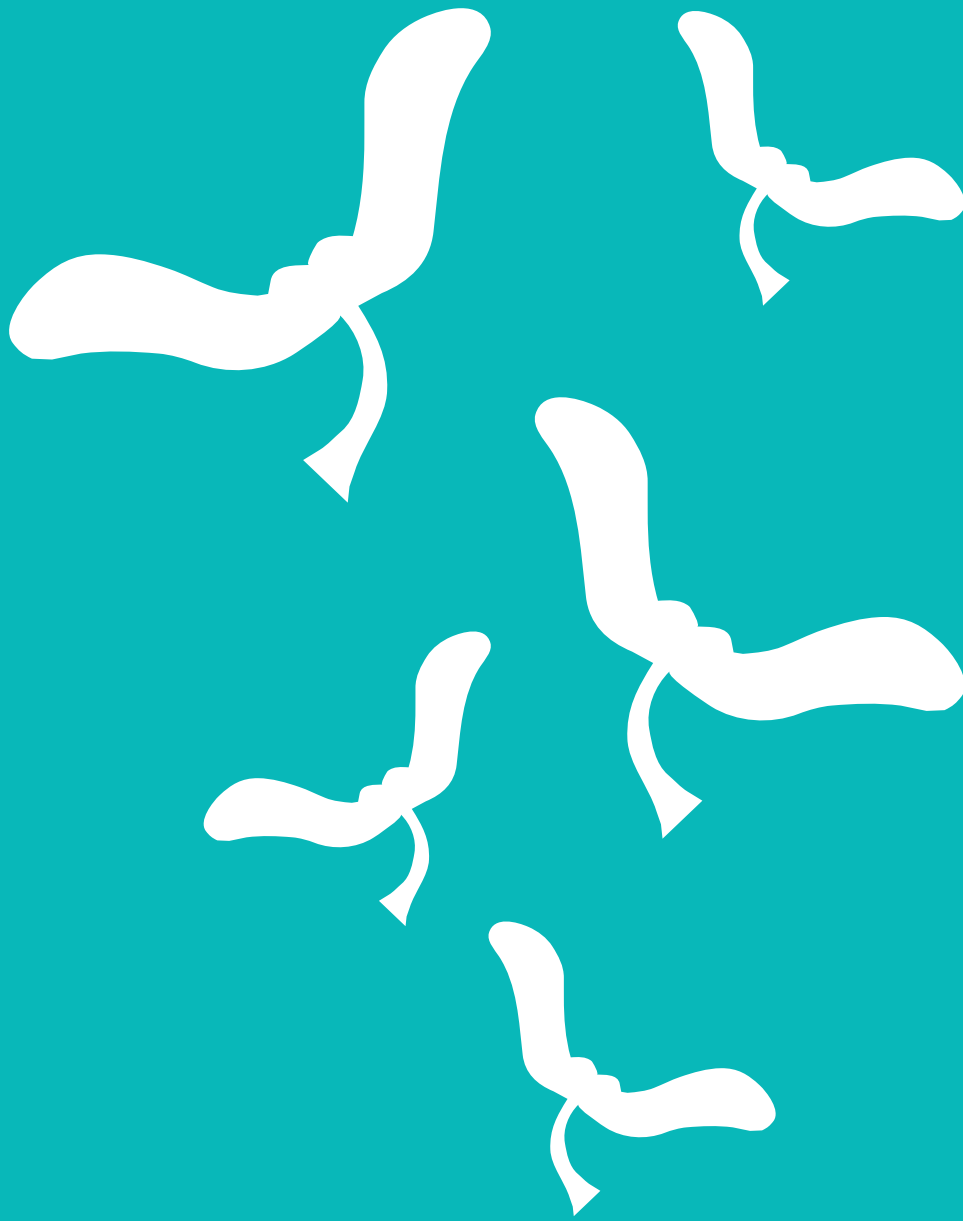
www.roedding.dk

Vil du vide mere om processen, og om 'Rødding Fond'

Er du interesseret i at høre mere om processen for Tillæg til Rødding Udviklingsstrategi, eller om 'Rødding Fond', kan du kontakte Forum Rødding:

Asbjørn Schultz Andersen
på enten aa33@outlook.dk eller telefonnummer 61 44 16 67.

Jesper Petersen
på enten jesper.petersen15@skolekom.dk eller telefonnummer 22 34 41 15.



FORUM
RØDDING



Vejen
KOMMUNE