



Budget- och verksamhetsplan
Höglandets kommunalförbund
2009



Budget- och verksamhetsplan för Höglandets kommunalförbund 2009

Allmän verksamhet

Den allmänna verksamheten innefattar kostnader för löner, direktionsrevision och OH-kostnader (lokaler, telefoni, datastöd, kontorsmaterial, utrustning, ekonomihantering, PA-stöd m.m). Några oförutsedda medel för projekt, extern konsultmedverkan eller utredningar finns inte förutom eget kapital eller vissa medel i balansräkningen.

Avgiften från medlemskommunerna är 978 000 kronor.

Verksamheten 2009 beräknas ske i huvudsak enligt förbundsordningens uppdrag; regional utveckling, marknadsföring och eftergymnasial utbildning.

Samarbetet inom Konsument Höglandet avseende konsumentvägledning och skuldrådgivning, med kommunalförbundets gemensamma planeringsfunktion, fortsätter.

Verksamhetsområdena marknadsföring och eftergymnasial utbildning redovisas i särskilda verksamhetsplaner. Beroende på beslut i direktionen 2008-11-21 och i medlemskommunernas därefter fattade beslut sker ett omfattande förberedelsearbete 2009 för gemensam IT-organisation med beräknad start 2010-01-01. För detta förberedelsearbete får särskilda medel anvisas.

Vidare genomförs särskilt projekt inom området eftergymnasial utbildning avseende integration m m som framgår av särskild handlingsplan i det fall beslut fattas i direktionen.

Ekonomi, sammanfattning

Kostnader:

Löner	1 283 000
Köp av tjänst utbildningssamordning	390 200
OH-kostnader	139 800
Marknadsföring och övriga aktiviteter	495 527
Brottsofferjouren	90 000
Övriga kostnader (revision, resor, utbildning, oförutsedda kostn)	125 000
Summa:	2 523 527

Intäkter:

Allmän verksamhet	978 000
Marknadsföring inkl särskilda anslag	825 527
Eftergymnasial utbildning	630 000
Brottsofferjouren	90 000
Summa:	2 523 527

Verksamhetsplan, Högskolan Höglandet

Fristående högskolekurser och lokal campusverksamhet på lärcentra

Läsåret 2007-2008 har Högskolan Höglandet haft ett varierat utbud av cirka sextioåttio fristående högskolekurser av varierande omfattning med 327 studenter. Kurser via videokonferensteknik tenderar att minska i antalet deltagare per kurs till förmån för de helt webbaserade, men å andra sidan har flera kurser startat. Under 2009 håller denna tendens troligen i sig, men med blended learning, d v s olika pedagogiska metoder med flera olika teknikinslag, som ett allt vanligare koncept används videokonferenstekniken också i de webbaserade kurserna för t ex seminarier.

Lärcenter som lokala campus nyttjas av många heltidsprogramstudenter främst från Högskolan för lärande och kommunikation, Hälsohögskolan och Nätuniversitetet. Läsåret 2007-2008 fanns 146 registrerade studenter i den delen av lärcenterverksamheten.

Öppna föreläsningar som erbjuds lockar allt fler till våra lärcenter. De utgör en god introduktion till högskoleämnena och är bra marknadsföring för lärcenter. Under läsåret kom 324 åhörare till dem.

Uppdragsutbildningar förlagda på lärcenter har omfattat 491 studeranden.

Totalt har 1 288 studenter har använt våra lärcentra inom Höglandets kommunalförbund läsåret 2007-2008; inför 2009 förväntas siffrorna öka då lärcenters sk motorfunktion med ökad samverkan med t ex näringslivsbolagen sker och i projektet Breddad rekrytering.

Högskoleprogram inom Högskolan Höglandet

Lärarprogrammet för barnskötare med inriktning mot förskola eller fritidshem, 210 hp, pågår med start ht 08 i Sävsjö, 7 studenter. Ht 07 startades programmet med 11 studenter i Eksjö, ht 06 med 19 studenter i Nässjö. Idag finns 32 studenter kvar i utbildningen.

På Höglandet finns andra tvååriga högskoleprogram där kommuner valt att arbeta direkt mot lärosäte. Rekryteringarna har varit goda under 2008 och fortsatt samverkan med olika lärosäten planeras.

Samverkan med lärosäten

Samverkansparter är huvudsakligen Högskolan i Jönköping (Tekniska Högskolan i Jönköping, Internationella Handelshögskolan, Högskolan för lärande och kommunikation samt Hälsohögskolan), Högskolan i Kalmar, Högskolan i Halmstad och Högskolan Väst. Fördjupning sker av samverkan med Högskolan i Halmstad. Via Nätuniversitetet har Högskolan Höglandet också samverkan med ett stort antal ytterligare högskolor och universitet.

Marknadsföring

Högskolan Höglandets hemsida uppdateras kontinuerligt avseende kurs- och programutbud samt KY-utbildningar. Kommunerna har egna sidor för aktuell information. Där presenteras t ex öppna föreläsningar, samverkan med Science Park-systemet och aktiviteter tillsammans med näringslivet. Marknadsföringen sker huvudsakligen via hemsidan och annonser i lokalpress samt vid informationsträffar med varierande målgrupper. Lärcenters marknadsföring sker huvudsakligen lokalt.

Marknadsföringen behöver professionaliseras i samverkan med Höglandets kommunalförbund för stärkande av varumärke och identitet.

Nätverk

Regional samordnare representerar Höglandets kommunalförbund när det gäller samverkan med Högskolan i Jönköping främst via Rådet för utbildningssamverkan på högskolenivå. Kommunalförbundet deltar också i samverkansgrupp i Akademi Sydost (Högskolan i Jönköping, Växjö Universitet, Blekinge Tekniska Högskola, Högskolan i Kalmar och Högskolan i Halmstad.)

På länsnivå samverkar Högskolan Höglandet främst med Högskolan på Hemmaplan (GGVV), men i planeringsarbete och överläggningar med högskolan deltar alla länets lärcenter.

I länets KY-råd (Rådet för Kvalificerade Yrkesutbildningar) finns Höglandets kommunalförbund representerat.

Högskolan Höglandet/ Höglandets kommunalförbund medverkar dessutom i ett antal olika lärcenter- och högskolenätverk, t ex Nätverk för vuxnas lärande och bibliotek.

Projekt

Under 2008 har Högskolan Höglandet/Höglandets kommunalförbund deltagit i ett ESF-projekt Förstudie för "Breddad rekrytering" med Högskolan i Jönköping som huvudman och Regionförbundet i Jönköpings län som delfinansiär. I det har möten anordnats mellan lärcenter och offentliga institutioner som t ex Arbetsförmedlingen och Försäkringskassan.

Ansökan om ett omfattande projekt sker med förmodad projektstart under våren 2009. I detta medverkar samtliga lärcenter på Höglandet och i länet.

Inom ramen för KY-samverkan är regional samordnare projektledare för ansökt projekt från Regionförbundet i Jönköping, Handledare för KY-utbildningar i Jönköpings län.

Lärcenter deltar dessutom i projekt anordnade inom PUSAM, en samverkansgrupp för personalutveckling i kommunerna, som under 2009 kommer att genomföra en pilotutbildning inom Ledarskap.

Utvecklingsfrågor

Rekryteringsfrågorna är de viktigaste för kompetensförsörjningen på eftergymnasial nivå inom kommunalförbundet. Lärcentras mäklarfunktion är av stor betydelse för ökad volym. Behovsinventeringen kan utöver elektronisk via webben förbättras genom vidgat uppsökande.

Arbetet för att utlokalisera hela högskoleprogram till höglandet är betydelsefullt. Också formerna med utlokaliserade studiegrupper och flexibelt lärande är viktiga för höglandet.

EGYVUX för eftergymnasialt lärande består av utbildningscheferna på höglandet. I den finns också representanter för alla vuxnas lärande i kommunal regi på olika nivåer. Under 2009 kommer arbetet med handlingsplan för 2009 och 2010 fastställd av EGYVUX att fortgå.

Organisation/bemanning

Tjänsten för regional samordning omfattar 0,6 av en heltidstjänst.

Budget för Högskolan Höglandet 2009

Intäkter:

Avgifter från högländskommunerna	630 000
Summa:	630 000

Kostnader:

Köp av tjänst för regional samordning	390 200
Marknadsföring	120 000
Lokal- och administrativa kostnader	44 800
Resor	60 000
Oförutsedda kostnader	15 000
Summa:	630 000

Verksamhetsplan, Marknadsföring Höglandet

Marknadsföring av Höglandet bedrivs via en arbetsgrupp med representanter från informationsavdelningarna i kommunerna Aneby, Eksjö, Nässjö, Sävsjö och Vetlanda. Samordning av arbetsgruppen görs av en marknadskoordinator på Höglandets kommunalförbund. Arbetsgruppens uppgift är att marknadsföra Höglandet i syfte att locka fler människor och verksamheter till vår region. Arbetsgruppen ska också verka för att de som idag bor och arbetar på Höglandet ska vara goda ambassadörer för området. Det är Höglandets gemensamma värden, med inriktning på boende, arbete och livskvalitet som ska marknadsföras.

Under 2008 har målgruppen orienterare bearbetats framförallt under mässdeltagandet i O-Ringen i Sälen och via annonsering i O-Ringens tidning. Nyhetsbrevet Ett enklare liv har från 2008 förändrats med en ny layout för att anpassas bättre till målgruppen och ges ut med två nummer per år. Hemsidan har fortsatt att uppdaterats och en bildtävling har genomförts.

Det är av största vikt att marknadsföringsarbetet och höglandskonceptet förankras tydligare och starkare hos ledningen i respektive kommun. Uppdraget att göra detta måste ligga hos ledande politiker och tjänstemän. Detta för att en fortsatt marknadsföring av regionen Småländska höglandet ska vara meningsfull och för att fortsätta stärka varumärket Höglandet och skapa en tydlig profil.

Inom marknadsgruppen kommer vi fortsätta det övergripande arbetet med att marknadsföra Höglandskonceptet, både externt och internt. Vi behöver föra en dialog kring utveckling av marknadsgruppen, förbättra inflytandet och kontakterna med representanter för näringsliv och turism.

Under 2009 kommer vi, liksom tidigare år, huvudsakligen bearbeta följande målgrupper:

- utflyttade från höglandskommunerna (potentiella hemvändare)
- deltagare i O-Ringen Småland 2009

Nedan beskrivs övergripande de marknadsföringsaktiviteter som planeras för 2009, detaljplanering sker i början av året. Störst fokus kommer att läggas på att samordna och genomföra aktiviteter före, under och efter O-Ringen. För att klara detta kommer tjänsten som marknadskoordinator under 2009 att utökas till 75 % tjänst.

O-Ringen 2009

Under året kommer särskilt fokus att läggas på att bearbeta deltagare i O-Ringen, förväntat besöksantal till Eksjö och Höglandet är ca 20 000-25 000 personer under en vecka i juli. O-Ringen 2009 är ett bra tillfälle att tydligt och brett nå ut med vårt Höglandsbudskap. Samordning mellan kommunerna och olika kommunrepresentanter (information, näringsliv och turism) är viktigt för att få ett så bra resultat som möjligt. Höglandets kommunalförbund ser uppdraget att samordna marknadsföringen mot orienteringsbesökarna och kommunernas deltagande på företagsmässan som mycket viktigt.

Hemsida och intranät

Webbadressen www.hoglandet.se är den gemensamma höglandsportalen på internet. Hemsidan är en viktig del i marknadsföringen av Höglandet och den ska alltid vara intressant att besöka. Webbadressen finns med i all extern marknadsföring. Beroende på eventuellt fortsatt turismsamarbete så kommer hemsidan att behöva anpassas för målgruppen turister.

Nyhetsbrev "Ett enklare liv"

Nyhetsbrevet ges ut två gånger per år och distribueras per post till utflyttade från Höglandet (ca 6 000 personer). Ett nummer per år skickas även till alla hushåll på Höglandet (ca 48 000 hushåll). Budskapet ska fortsättningsvis vara anpassat för målgruppen 25-35 åringar (potentiella hemvändare). Marknadsgruppen kommer att diskutera distributionen och förutsättningarna för nyhetsbrevet under året.

Övriga mässor och annonsering

I samarbete med turistbyråerna ska Höglandets marknadsföras vid lokala evenemang och som drar till sig ett bredare, regionalt publikintresse. Dessutom bör högländskonceptet finnas med vid lokala aktiviteter eller arrangemang för den egna kommunens nyinflyttade. Övrig annonsering och mässhdeltagande minskas till förmån för marknadsföring i samband med O-Ringen

Organisation/bemanning

Tjänsten som marknadskoordinator omfattar 0,75 av heltidstjänst.

Budget för Marknadsföring Höglandet 2009**Intäkter:**

Avgifter från högländskommunerna	530 000
Tidigare reserverade projektmedel	100 000
Tidigare reserverade marknadsföringsmedel	195 527
Summa:	825 527

Kostnader:

Marknadsföring	205 527
Nyhetsbrev	170 000
Lön inkl och sociala avgifter	380 000
Lokal- och administrativa kostnader	45 000
Övriga kostnader	25 000
Summa:	825 527