

FORSTUDIE

REISEMÅLS- PROSESS RISØR ÅRET RUNDT

Risør, Gjerstad, Vegårshei

Utarbeidet av Mimir as
Ingrid Solberg Sætre og Marie Bergsli
09.10.2020

Foto: Adam Read-Visit Sørlandet



RISØR BY



Risør Kommune



Gjerstad Kommune



Vegårshei Kommune

INNHOOLD

Forord	5
Sammendrag	8
1. BAKGRUNN, FORMÅL OG METODE	10
1.1 Reiselivets betydning	11
1.2 Bakgrunn	11
1.3 Reisemålsutvikling som metode	12
1.4 Formål	12
1.5 Datainnsamling og metode	12
1.6 Organisering av arbeidet	13
1.7 Aktiviteter og gjennomføring	13
1.8 Suksesskriterier i det nye reiselivet	13
1.8.1 Kundeopplevelsen teller mest for langsiktig verdiskaping og merkevarebygging!	13
1.8.2 Kundene er de viktigste markedsførerne!	13
1.8.3 Alltid i innovasjonsmodus!	13
1.9 Bærekraft som premiss for fremtidens reiseliv	14
1.10 Det globale virusutbruddet	15
2. OM RISØR, VEGÅRSHEI OG GJERSTAD	16
2.1 Fakta om kommunene	17
2.2 Besøksgrunnlag	18
3. REISEMÅLET "RISØR ÅRET RUNDT" - 2020	20
3.1 Om attraksjonskraft	21
3.2 Risør og to gode naboer	21
3.2.1 Risør	21
3.2.2 Gjerstad	21
3.2.3 Vegårshei	21
3.3 Det stedlige ressursgrunnlaget	22
3.3.1 Naturkvaliteter	22
3.3.2 Kulturkvaliteter	24

3.4 Attraksjoner	25
3.5 Aktiviteter	26
3.6 Servering	27
3.7 Arrangement	28
3.8 Handel og service	28
3.9 Overnatting	29
3.9.1 Kommersielle overnattinger	30
3.9.2 Privat utleie	31
3.9.3 Hytter og fritidsboliger	31
3.10 Risør gjestehavn	33
3.11 Bobilparkering i sentrum	33
3.12 Kommunikasjon og samferdsel	33
3.13 Verdiskaping fra reiselivet	34
3.13.1 Økonomisk verdiskaping	34
3.13.2 Turistkonsum	34
3.13.3 Forbruk knyttet til fritidsboliger	35
3.13.4 Behov for bedre tallgrunnlag	35
4. TRENDER OG UTVIKLINGTREKK	38
4.1 Lokalmat og måltidsopplevelser	39
4.2 Nisjeturisme	39
4.3 Historiefortelling	40
4.4 Møte med det lokale	40
4.5 Adventure travel	40
4.6 Kulturturisten	40
4.7 Miljøvennlig infrastruktur	41
4.8 "The new normal"	42
5. REISEMÅLETS ORGANISERING OG SATSINGER	44
5.1 Reisemålets organisering	45
5.2 Regionale planer og strategier	46

5.3	Lokale planer og strategier	48
5.3.1	Risør kommune - kommuneplanens samfunnsdel 2019-2030	48
5.3.2	Strategisk plan for kulturminner 2017	48
5.3.3	Sentrumsplanen for Risør	49
5.3.4	Sentrumsutvalgets rapport	49
5.3.5	Kommunale planer i Vegårshei og Gjerstad	50
5.4	Regionale og lokale initiativ under arbeid	50
5.4.1	Risør By – 300 år i 2023	50
5.4.2	Maritime Risør	50
5.4.3	Regionalt senter for tradisjonshåndverk i Risør	50
5.4.4	Agders uthavner i verdensklasse	50
5.4.5	Ro- og padleled Oslofjorden	51
5.4.6	Risør Havbad	51
5.4.7	Flisvika Brygge og plan om Kyststi til Randvika	51
5.4.8	Ny bydel på Risørholmen	52
5.4.9	Reiselivsutdanning	53
5.4.10	Beyond Risør	53
6.	ANALYSE MED NØKKELINNSIKTER	54
6.1.	Risørs styrke som reisemål	55
6.2	Risørs utfordring som reisemål	55
6.3	Nøkkelinnsikter	55
6.3.1	Nye deltidssinnbyggere	55
6.3.2	Infrastruktur	56
6.3.3	Serveringstilbudet	56
6.3.4	God timing for å utvikle nye reiseanledninger til Risør året rundt	56
6.3.5	Mange initiativ styrker Risør som reisemål	56
6.3.6	Risør sitt historiske sentrum er et opplevelsesrom	56
6.4	Fokus for utvikling av stedlig attraksjonskraft	57
6.4.1	Fjerne irritasjonsmomenter for de besøkende	58

6.4.2	Skape nye reiseanledninger og nye sesonger	58
6.5	Opplevelsesdesign	58

7. MÅL OG STRATEGIER

7.1	Mål	62
7.2	Visjon	62
7.3	Overordnet strategi	62
7.4	Delstrategier	62
7.4.1	Etablere nye sesonger	62
7.4.2	Arrangement som "reason to go"	62
7.4.3	Et godt sted å bo og besøke	62
7.4.4	Bygge lag	63
7.4.5	Næringsutvikling i besøksnæringen	63
7.5	Ressurser og muligheter som grunnlag for valgte strategier	63
7.5.1	Risør historiske sentrum med randsoner	63
7.5.2	Skagerrak med kyst, hav og skjærgård	63
7.5.3	Kunst- og kulturfestivalene	64
7.5.4	Innlandet	64
7.5.5	Hytter og fritidsboliger	64
7.5.6	Kommersielle aktører innen besøksnæringen	64

8. ANBEFALINGER OG VEIEN VIDERE

8.1	Innsikt fra prosessen	67
8.2	Veien videre	67
8.3	Bygge laget	68
8.3.1	Kommunens rolle	68
8.3.2	Lokale utviklingsmiljøer	69
8.4	Oppsummering av forslag til veien videre	70

Kilder og referanser	72
----------------------------	----



Gjerstad. Foto: Adam Read-Visit Sørlandet

FORORD

Risør By, ved arbeidsgruppa for besøksnæringen, har tatt initiativ til å gjennomføre en reisemålsprosess kalt "Risør året rundt". Målsettingen er å bidra til vekst og lønnsomhet for næringslivet, hvor økt verdiskaping og samhandling mellom offentlig og privat sektor står sentralt. Reise-målsprosessen skal resultere i en langsiktig og helhetlig strategi for utvikling av besøksnæringens potensial. "Risør året rundt" fokuserer på Risør som reisemål, i nært samarbeid med de gode naboene Vegårshei og Gjerstad.

Dette forstudiet (fase 1) er en situasjons- og mulighetsanalyse i Innovasjon Norges program for bedre reisemålsutvikling. Forstudiet har som formål å avklare sentrale problemstillinger knyttet til den fremtidige utviklingen av "Risør året rundt". Dette gjelder både utviklingen av selve reisemålet, men også markedsmessig posisjonering, forholdet til kommunal planlegging og aktørsamarbeid på utviklingssiden. Forstudiet skal også avklare aktørenes interesse for å gå videre til neste fase med å etablere et rammeverk for utviklingen fase 2, med en såkalt masterplan eller helhetlig utviklingsplan for reiselivet.

Risør By har vært prosjektansvarlig og hatt ansvar for den lokale prosjektledelse. Rådgivningsselskapet Mimir AS har bidratt med reiselivs-faglig spisskompetanse og den overordnede prosessledelsen.

Styringsgruppen har vært sammensatt av representanter fra både besøksnæringen samt administrasjon i Risør, Gjerstad og Vegårshei kommuner. I tillegg har Innovasjon Norge og Risør kommune ved ordføreren deltatt som observatører. Styringsgruppens mandat har vært selve strategiarbeidet. Styringsgruppens medlemmer påtar seg ingen økonomiske forpliktelser for hverken prosessen eller det videre arbeidet. Styringsgruppen stiller seg kollektivt bak det fremlagte forslag slik det er beskrevet i dette forstudiet. Styringsgruppen har enstemmig vedtatt at forstudiet "Risør året rundt" med forslag til handlingsplan, vil være gjeldende strategi for de kommende to årene (2020-2022). Målsettingen er å videreføre reisemålsutviklingsprosessen i en fase 2 i 2022/2023. I den sammenhengen vil man også vurdere oppstart av arbeidet for å oppnå Merket for Bærekraftig Reisemål.

Styringsgruppen vil takke alle som i ulike sammenhenger har bidratt til gjennomføringen av dette arbeidet. En spesiell takk til Innovasjon Norge og Agder fylkeskommune, som har bidratt både med både faglige innspill og økonomisk støtte.

Risør/ Larvik 09.10.2020

Organisering av reisemålsprosessen (forstudie)

Styringsgruppa (SG) har bestått av følgende personer:

- Kari-Anne Røisland (for festivaler og kystkultur), festivalleder Risør Trebåtfestival (leder av SG).
- Dag Eikeland (for Risør Reiselivslag), hotelldirektør Risør Hotel.
- David Arnesen (for reiseliv, utpekt rep. fra styret i Risør By), hotelldirektør Det Lille Hotel.
- Heidi Nylund Larsen (for handel, utpekt rep. fra styret i Risør By), daglig leder Galleri Nylund Larsen.
- Bård Vestøl Birkedal, næringssjef Risør kommune.
- Liv Strand, rådgiver miljø- og næring Vegårshei kommune.
- Ole Andreas Sandberg, næringssjef Gjerstad kommune.

Observatører:

- Anne Britt Bjørdal, spesialrådgiver Innovasjon Norge.
- Per Kristian Lunden, ordfører Risør kommune.

Risør By er prosjekteier med Unni Olimb Norman som prosjektansvarlig (PA) og Mona Rhein som lokal prosjektleder (PL).

Mimir as ved rådgiverne Ingrid Solberg Sætre og Marie Bergsli samt researcher Sarah Peters har vært engasjert til å bidra i den faglige prosessen. Designer Janne Auby har vært ansvarlig for layout og teknisk produksjon av rapporten.

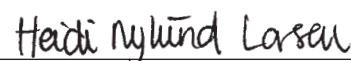
Styringsgruppens signaturer



Unni Olimb Norman,
daglig leder Risør By
Prosjektansvarlig



Dag Eikeland,
hotelldirektør Risør Hotel



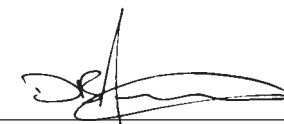
Heidi Nylund Larsen,
daglig leder Galleri Nylund Larsen



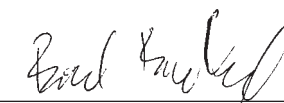
Liv Strand,
rådgiver miljø- og næring
Vegårshei kommune



Kari-Anne Røisland,
festivalleder Risør Trebåtfestival
(leder av SG)



David Arnesen,
hotelldirektør Det Lille Hotel



Bård Vestøl Birkedal,
næringssjef Risør kommune



Ole Andreas Sandberg,
næringssjef Gjerstad kommune



Trehyttene i Gjerstad . Foto: Adam Read-Visit Sørlandet

Sammendrag

Bakgrunn, formål og metode

Målsettingen med reisemålsprosessen¹ er å bidra til vekst og lønnsomhet for næringslivet, hvor økt verdiskaping og samhandling mellom offentlig og privat sektor står sentralt. Reisemålsprosessen skal resultere i en langsiktig og helhetlig strategi for utvikling av besøksnæringens potensial.

“Risør året rundt” fokuserer på Risør som reisemål, i nært samarbeid med de gode naboene Vegårshei og Gjerstad. Bærekraft skal være en grunnleggende premiss i all utvikling. Det globale virusutbruddet er gjennomgripende og vil prege utviklingen av både norsk- og internasjonal reiselivsnæring i lang tid fremover.

Nåsituasjonen

Risør med sine gode naboer Vegårshei og Gjerstad har en gunstig beliggenhet i forhold til store befolkningsskonsentrasjoner. Innenfor radien på tre timers kjøretid bor det vel 1, 7 millioner innbyggere. Når ny E18 trasé står klar, blir redusert reisetid et forsterket konkurransefortrinn.

Risør blir definert som en sommerby av både markedet, reiselivsaktørene selv og lokalbefolkningen, med høy aktivitet 6-8 uker i perioden juni - august. De kommersielle overnattingsbedriftene genererer ca. 110 000 gjestedøgn. Nordmenn står for 85% av de kommersielle overnattingene. I tillegg har regionen ca. 2.800 hytter og ferieboliger som genererer ca. 200.000 gjestedøgn, samt betydelig båttrafikk med ca. 2600 båter i gjestehavnen, anslagsvis 15 000 gjestedøgn.

Vår, høst og vinter er lavsesong. Gjestene uteblir og byen ligger (nesten) i dvale. Sesongstrukturen har

alltid vært og er fortsatt den grunnleggende utfordringen. Aktørbildet består av mange små bedrifter som er sårbare hver for seg.

Risør By er etablert som fellesorgan for besøksnæringen.

Nye muligheter

Situasjonsanalysen og nøkkelinnsikter bekrefter at Risør har stor attraksjonskraft i den klassiske norske sommerferien, men begrenset attraksjonskraft og lite aktivitet som skaper reiseanledninger resten av året. Risør har liten internasjonal trafikk som kan veie opp for manglende norsk trafikk utenfor høysesong. Det strategiske grepet for å nå målet er derfor tredelt:

1. **Utvikle tilbud i nye sesonger**, gjennom å tilby nye kommersielle konsepter til både eksisterende og nye målgrupper.
2. **Styrke Risørs etablerte posisjon** som et attraktivt reisemål på sommeren og **bidra til å løfte Sørlandet** som en komplett opplevelsesregion.
3. **Levere kvalitet i alle ledd**, herunder videreutvikle eksisterende tilbud, utvikle nye tilbud og redusere stadig tilbakevendende irritasjonsmomenter gjennom å finne nye løsninger på gamle problemer.

I en gjennomføringsfase er det identifisert fem strategiske innsatsområder:

- **ETABLERE NYE SESONGER:** Utvikle nye kommersielle konsept basert på det stedlige ressursgrunnlaget.
- **ARRANGEMENT SOM “REASON TO GO”:** Styrke og aktivere de tre fyrtårnsfestivalene.
- **ET GODT STED Å BO OG BESØKE:** Fokuserer på

Risørs historiske sentrum som opplevelsesrom.

- **BYGGE LAG:** Jobbe kunnskapsbasert. Bredt samarbeid på flere arenaer. Samarbeid med andre aktører i landsdelen og ta del i / etablere nettverk.
- **NÆRINGSUTVIKLING I BESØKSNÆRINGEN:** Gode rammevilkår for både eksisterende virksomheter og nyetableringer.

Organisering og ressurser

Forstudien, dette dokument, blir den gjeldende strategi på kort sikt (2 år). Strategiske satsinger legges til grunn for å utarbeide en tiltaksplan som skal gjennomføres i løpet av de kommende to årene, dvs. ut 2022 eller til ny strategi foreligger. Gjennomføring settes i fokus.

Reisemålsprosessens fase 2 (utarbeide en helhetlig langsiktig strategi for en periode på 5-10 år) forskyves i 1-2 år med et mål om ferdigstilling som en del av by-jubileumsåret 2023. I den sammenhengen vil man også vurdere oppstart av arbeidet for å oppnå Merket for Bærekraftig Reisemål².

Et suksesskriterium er at man får rigget Risør By slik at man har kapasitet og økonomi til å initiere og gjennomføre felles utviklingstiltak som beskrevet i strategien.

For å løse oppgaver i fellesskap må det bygges et felles lag “oss her i Risør”, som står sammen om valgt strategi og prioriteringer utfra dette. For å sikre gjennomføringsevne må både næringsaktører, lokalbefolkningen, deltidsinnebyggere og kommunen involveres.

² <https://business.visitnorway.com/no/barekraftig-reiseliv/>

¹ Innovasjon Norges håndbok for Reisemålsutvikling

STRATEGI FOR RISØR ÅRET RUNDT

DEN BEST BEVARTE SØRLANDSBYEN SOM SKAPER REISEANLEDNINGER SOM BERIKER BESØKENDE OG LOKALSAMFUNN ÅRET RUNDT.

UTVIKLE TILBUD I NYE ÅRSTIDER FOR EKSISTERENDE OG NYE MÅLGRUPPER.		STYRKE RISØRS POSISJON OG BIDRA TIL Å LØFTE SØRLANDET SOM OPPLEVELSESREGION.		LEVERE KVALITET I ALLE LEDD OG FINNE NYE LØSNINGER PÅ GAMLE PROBLEMER.	
BÆREKRAFT SOM GRUNNLEGGENDE PREMISS					
ETABLERE NYE SESONGER	ARRANGEMENT SOM "REASON TO GO"	ET GODT STED Å BO OG BESØKE	BYGGE LAG	NÆRINGSUTVIKLING BESØKSNÆRINGEN*	
Utvikle nye kommersielle konsept basert på det stedlige ressursgrunnlaget.	Styrke og aktivere de tre fyrårnsfestivalene.	Fokusere på Risørs historiske sentrum som opplevelsesrom.	Jobbe kunnskapsbasert. Bredt samarbeid på flere arenaer.	Gode rammevilkår for både eksisterende virksomheter og nyetableringer.	
TA UTGANGSPUNKT I 6 STEDLIGE RESSURSER					
RESSURSER		ROLLE FOR REISEMÅLET		RAMMER FOR UTVIKLINGEN	
Risør historiske sentrum med randsoner (Flisvika og Risørholmen)		Den historiske trehusbyen Risør er kjerne-opplevelsen for de besøkende og leverer som et "opplevelsesrom". Kunstformidling inkluderes.		Kommende sentrumsplan for Risør inkl. mulighetsstudier. Sentrumsutvalgets rapport. Kulturminneplan.	
Skagerrak med kyst, hav og skjærgård		Rekreasjonsområde. Fortellingen om Risørs maritime historie. Kortreiste mat- og måltidsopplevelser.		Mulighetsstudiet Kyststi i Risør. Initiativet "Maritime Risør". Tilgang til fisk og skalldyr. Koble seg på Ro-og padleled i Oslofjorden, Risør - Oslo - Halden.	
Kunst- og kulturfestivalene		Strategisk satsing på de "3 store"; styrke og aktivere disse. Være en katalysator for nye initiativ.		Sikre gode vilkår for frivillighet. Tilpasse festivalene til "den nye normalen".	
Innlandet (skog, ferskvann, dyreliv, sanking fra naturen)		Rekreasjonsområde. Tilgang til naturbaserte opplevelser; "retro turisme" i en moderne tapning.		De gode naboene Gjerstad og Vegårshei legger til rette for og inviterer til bruk.	
Hytter og fritidsboliger		Både eksisterende fritidsboliger og nye prospekt sikrer et tilfang av deltidsinnebyggere, hele året. Vik-tig for besøksnæring, lokale entreprenører, håndverksbedrifter, byggevarer.		Helhetlige planer for utbygging. Involvere deltidsinnebyggerne på ulike plan. Dialog med utbyggere.	
Kommersielle aktører innen besøksnæringen*		Service og opplevelser for besøkende. Verdiskaping og arbeidsplasser.		Risør By som fellesorgan. Partnerskap og kommersielle nettverk tilpasset konsepter. Kommuneplanens samfunnsdel. Næringsplaner.	
BYJUBILEET SOM EN KATALYSATOR SOM BIDRAR TIL Å BYGGE LAGET.					

*Med besøksnæring i denne sammenheng mener vi overnatting, servering, transport, handel, kultur, aktiviteter, arrangement.



KAPITTEL 1

BAKGRUNN, FORMÅL OG METODE

Foto: Adobe Stock

1.1 Reiselivets betydning

Norsk og internasjonalt reiseliv befinner seg for tiden i en fase som er preget av raske omveltninger på mange nivåer. En endret konkurransesituasjon, en strukturell forskyvning av trafikken mot nye markedssegmenter og større krav til et bærekraftig og opplevelsesbasert reiseliv, fører med seg nye forventninger til reisemålene og deres aktører. Ikke minst har virusutbruddet ført til store omveltninger, som vi på nåværende tidspunkt ikke kan se de fremtidige konsekvensene av. Se pkt. 1.10.

Reiseliv betyr at en importerer kjøpekraft til et lokalsamfunn. En besøkende som kommer til Risør har ønsker og behov for en rekke ulike leveranser og tjenester gjennom oppholdet.

Reiseliv- og besøksnæring er ikke en bransje i tradisjonell forstand, men kan defineres som "en rekke selvstendige næringer som til sammen dekker etterspørsel fra reisende utenfor deres faste bosted", og omfatter dermed også forretningsreiser, studiereiser, kongresser osv. (men ikke faste skole og arbeidsreiser). Dette gjør at definisjonen på reiselivsaktør avhenger av hvilket reiseliv man har på stedet. De vanligste tjenester som etterspørres er transport, overnatting, servering, formidling og informasjon, kultur- og aktivitetstilbud og annen tjenesteyting. På steder med mange hytter og feriehus vil også for eksempel håndverkertjenester og aktører som grunneiere og eiendomsutviklere inngå.

Både for den besøkende og for den lokale verdiskapingen er det viktig at aktørene på reisemålet tilbyr alle relevante tilbud og tjenester. **Gjennom å få flere av aktørene i Risør til å ta en rolle i forhold til de besøkende, forstå deres "reason to go" og tilby**

kundetilpassende varer og tjenester vil man få til økt verdiskaping lokalt.

Reiseliv og turisme bidrar ikke bare til næringsutvikling og arbeidsplasser, men også til levende byer og lokalsamfunn, både for de som bor der og for de som kommer på besøk. Norsk reiselivsnæring sysselsetter ca 160 000 årsverk. Hver tredje ansatt er under 24 år og 41% har utenlandsk bakgrunn. Dette viser at reiselivet er en stor ungdoms- og integreringsnæring (NHO Reiseliv 2017).

1.2 Bakgrunn

Reiselivets vesen krever at det offentlige og det private næringsliv evner å "løfte i flokk". I oktober 2019 tok Risør By ved arbeidsgruppa for besøksnæring, en beslutning om å utarbeide en besøksplan for Risør. Formålet vil være å bidra til vekst og økt lønnsomhet for besøksnæringen i Risør. I tillegg skal man sikre at man arbeider og trekker i samme retning som kommunen for øvrig, slik at planer og aktiviteter som defineres er gjennomførbare. Oppgaver som ble diskutert i arbeidsgruppa omfattet bla. en rekke tilretteleggingstiltak som tilgang på skjæra, bedre avfallsløsning, hurtigludere, moderne betalingsløsninger for servicebygg, parkering og havn, Kyststi til Ranvik med mer.

Som et resultat av arbeidet i arbeidsgruppa har Risør By tatt initiativ til en reisemålsutviklingsprosess, basert på Innovasjon Norges faseinndelte arbeidsprosess. Målsettingen er å utarbeide en langsiktig og helhetlig strategi for utviklingen av reiselivets potensial i Risør, som alle kan stille seg bak. Forstudiet (fase 1) ble lagt opp som en komprimert, intensiv prosess, dels på bakgrunn av at man allerede har mye relevant bakgrunnsinformasjon og dels at man har en ambisjon om raskt å

gå videre til en fase 2 dersom det er grunnlag for dette. I en eventuell fase 2 skal man utvikle en helhetlig strategi for reiselivet (Masterplan) før fase 3 – "Fra ord til handling" kan iverksettes.

"Reason to go" er et sentralt begrep i det opplevelsesbaserte reiselivet. Direkte oversatt betyr det "grunnen til å besøke" og betyr i praksis det som forløser etterspørselen og gjør stedet "en reise verdt". Hva som er "reason to go" varierer mellom målgrupper: for norske barnefamilier vil for eksempel Dyreparken i Kristiansand være en hovedattraksjon og "reason to go" til Sørlandet, mens Villvin kunsthåndverkmarked som landets største mønstring av høykvalitets kunsthåndverk vil være det for de med interesse for kunsthåndverk.



1.3 Reisemålsutvikling som metode

Forstudiet er en situasjons- og mulighetsanalyse, og inngår i Innovasjon Norges program for bedre reisemålsutvikling. Hele prosessen består av tre faser:

1. Forstudie (fase 1).
2. Etablere et rammeverk for utvikling, ofte kalt masterplan (fase 2).
3. Gjennomføringsfase hvor man går "fra ord til handling" (fase 3).



Figur 1: Reisemålsutviklingsprosessen består av 3 faser (Kilde: Innovasjon Norge).



1.4 Formål

Formålet med forstudiet er å gi et bilde av dagens situasjon for reiselivet på reisemålet og foreta avklaringer når det gjelder forutsetninger og ressursfundament. Dette innebærer at det skal jobbes kunnskapsbasert og at det er reisemålets aktører selv som vil gjennomføre prosessen og ta beslutninger.

Det er også gjort innledende vurderinger av konkurransesituasjon for Risør, i et marked som er preget av store og raske endringer.

Innholdet i dette arbeidet (forstudiet) kan oppsummeres gjennom fire hovedpunkter:

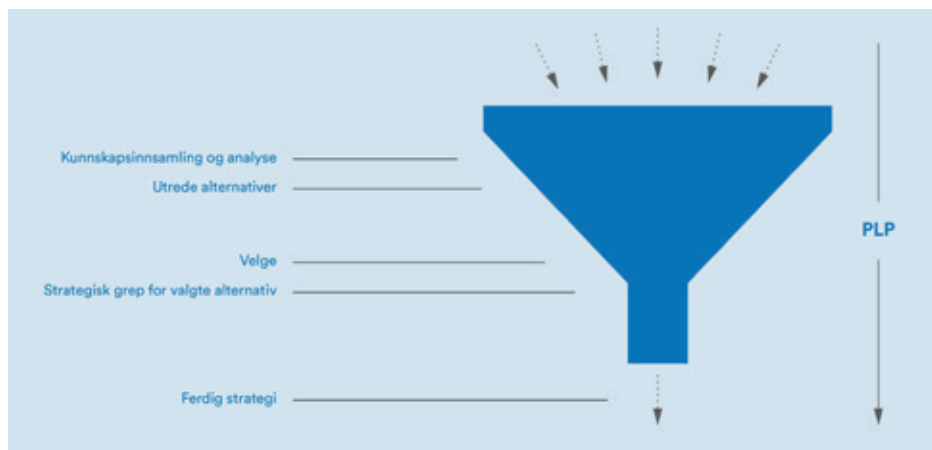
1. Status for reisemålet – en situasjonsanalyse.
2. Markedstrender og utviklingstrekk.
3. Innledende strategivurderinger (er det stor enighet blant aktørene, kan man komme langt på dette punktet allerede i denne første fasen av arbeidet).
4. Videre prosess. Konklusjonene i forstudien blir et viktig beslutningspunkt for det videre arbeidet.

Det vises for øvrig til en nærmere beskrivelsene av disse aktivitetene i Innovasjon Norges Håndbok for reisemålsutvikling, se www.visitnorway.no/innsikt/reisemalsutvikling/

Sertifiserte rådgivere i Mimir as har vært engasjert til å fasilitere prosessen og å utarbeide faglige underlag.

1.5 Datainnsamling og metode

Risør By har bistått med å samle innsikt som strategier, utredninger, årsberetninger, brosjyremateriell, lokal statistikk etc. Det er også foretatt analyser med tall fra SSB og Statistikknett, samt ulike rapporter og undersøkelser som er oppgitt i rapportens litteratur/ kilde liste. En viktig del av kunnskapsgrunnlaget er innhentet ifm med studiebesøk (25.-27.5 og 24.8) på en rekke bedrifter i de tre kommunene samt samtaler med enkelte reiselivsaktører.



Figur 2: Reisemålsutviklingsprosessen beskrevet som en traktformet modell (Kilde: Innovasjon Norge).

1.6 Organisering av arbeidet

Arbeidet med forstudiet har vært organisert etter PLP-modellen, en metode der man starter med informasjonsinnhenting og gradvis jobber fram et kvalifisert grunnlag for å kunne ta strategiske beslutninger. Arbeidet har vært ledet av en styringsgruppe (SG) bestående av 4 representanter fra næringslivet, 3 fra administrativ ledelse i kommunene og næringsselskapene i tillegg til prosjekteier Risør By. Se side 6 for fullstendig oversikt over SG. I tillegg har det deltatt 2 observatører; Innovasjon Norge og ordfører i Risør kommune.

1.7 Aktiviteter og gjennomføring

Arbeidet med forstudiet har vært gjennomført i perioden mai - september 2020. Det er gjennomført 3 møter i SG, 2 åpne møter for næringsaktørene samt flere digitale møter i prosjektteamet. I tillegg ble det gjennomført en 3 dagers visningstur i regionen, både på land og til sjøs, samt besøk hos flere reiselivsaktører.

1.8 Suksesskriterier i det nye reiselivet

Både samfunnet og næringslivet er preget av omfattende og raske endringer. Det gjelder i høyeste grad også reiselivet. Vi mener det er viktig å ha kjennskap til sentrale megatrender når man jobber helhetlig og langsiktig med den regionale reisemålsutviklingen, som i Risør.

1.8.1 Kundeopplevelsen teller mest for langsiktig verdiskaping og merkevarebygging!

- Gode kundeopplevelser i leveransene, i alle faser av kundereisen og gjennom alle kontaktpunkter med gjestene, blir avgjørende.
- Kvalitet i alle ledd blir enda viktigere enn før fordi kundene selv blir de sentrale markedsførerne.
- Kundetilpassede leveranser som fremmer økt betalingsvilje og bedre kundeopplevelser blir viktigere enn standardløsninger og volum.
- Verdier bransjen står for over tid (bærekraft og holisme) blir viktigere enn å høste kjaspe gevinster.

1.8.2 Kundene er de viktigste markedsførerne!

- Kundeinnsikt og smartere, motivasjonsbasert kundesegmentering blir en grunnleggende konkurransefaktor.
- Kommunisere med kundene på deres eget stammespråk og på kanalenes premisser.
- Tilrettelegging for markedsføring og salg gjennom andre blir viktigere enn direkte markedsføring og salg, for eksempel gjennom sosiale medier.
- "Always on"-kommunikasjon blir viktigere enn tidsavgrensede kampanjer.
- Strategiske fortellinger blir viktigere enn slagord og egenbeskrivelser.
- Kundevennlige digitale løsninger og å mestre sosiale medier blir helt sentralt.

1.8.3 Alltid i innovasjonsmodus!

- Å håndtere endringer og reagere raskt på nye muligheter blir viktigere.
- Prinsipper og dynamiske modeller blir viktigere enn fasttømrede planer.
- Konstant utvikling og eksperimentering blir viktigere enn tunge, lange utviklingsløp.
- Å invitere kunder og allianser inn i utviklingsprosessene og være god på testing og eksperimentering blir viktigere enn å ha alle løsninger fiks ferdige før lansering.
- Å bygge en kultur som fremmer innovasjon og utvikling blir viktigere.

1.9 Bærekraft som premiss for fremtidens reiseliv

En grunnleggende premiss for at all reisemålsutvikling, også den i Risør, skal lykkes i fremtiden som et attraktivt helårig reisemål, er at utviklingen er bærekraftig, dvs. at en tilstreber å ta vare på natur, kultur og miljø, styrke sosiale verdier og er økonomisk levedyktig. Dette er nedfelt av Innovasjon Norge i tre temaer og ti prinsipper for et bærekraftig reiseliv, se figur 3.



Figur 3: De tre tema og ti prinsipper i et mer bærekraftig reiseliv (Kilde: Innovasjon Norge)

Klimautfordringene gjør at oppmerksomheten rundt en mer bærekraftig utvikling øker på alle samfunnsområder. I reiselivet er det stadig større utfordringer knyttet til overturisme som går på bekostning av lokalsamfunn, natur og kultur. Dette gir behov og forventninger om at både bedrifter og reisemål gjør mer radikale bærekraftgrep i fremtiden. **Det er derfor viktig at alle aktørene i Risør er innstilt på å bidra til en bærekraftig utvikling og at alle helt fra starten av i denne reisemålsprosessen ser etter bærekraftige veivalg og løsninger i alt en gjør.**

Risør videregående skole er første vgs i Norge som satser helhetlig på utdanning for bærekraftig utvikling. Skolen har fått midler fra Forskningsrådet til å etablere en BærekraftLab hvor elevene skal jobbe med virkelige samfunnsutfordringer

og problemstillinger i samskaping med lærere, lokale bedrifter, organisasjoner, politikere og universitet. Risør By er delaktig i arbeidsgruppa som skal utvikle metoder og caser.

I tillegg anbefales det at Risør i løpet av neste fase "helhetlig strategi" gjør de nødvendige avklaringer for hvorvidt man skal gå i gang med arbeidet for å oppnå Innovasjon Norges merke for "Bærekraftig reisemål". Det vil i så fall være et naturlig delprosjekt å gå i gang med som en del av fase 3 "fra ord til handling". Arbeidet med merket "Bærekraftig Reisemål" gir store positive effekter i form av kunnskap og samhandling, men er organisatorisk krevende. En av forutsetningene for å starte arbeidet med å oppnå merket er at reisemålet allerede har en felles strategi.

Innovasjon Norge beskriver selv merkeordningen slik:

Merket for bærekraftig reisemål

Merkeordningen er et verktøy for å systematisere arbeidet med bærekraft på reisemål der reiselivsnæringen er pådriver. Ved å kartlegge ulike kriterier fordelt på de tre dimensjoner av bærekraft (miljømessig, sosial og økonomisk) signaliserer stedene at de er i gang med et langsiktig arbeid for økt bærekraft. Standarden som reisemålet må besvare inneholder 42 kriterier med til sammen 104 indikatorer.

Å bli merket som bærekraftig reisemål betyr at destinasjonen jobber systematisk og kontinuerlig med å bli mest mulig bærekraftig. Merkeordningen er et redskap for utvikling, og reisemålene må vise en forbedring på sikt. Hvert tredje år må alle indikatorene besvares på nytt, og reisemålet må vise en positiv utvikling for å re-merkes.

Les mer om merkeordningen her:

<https://www.visitnorway.no/innsikt/merket-for-baerekraftig-reisemaal/>



1.10 Det globale virusutbruddet

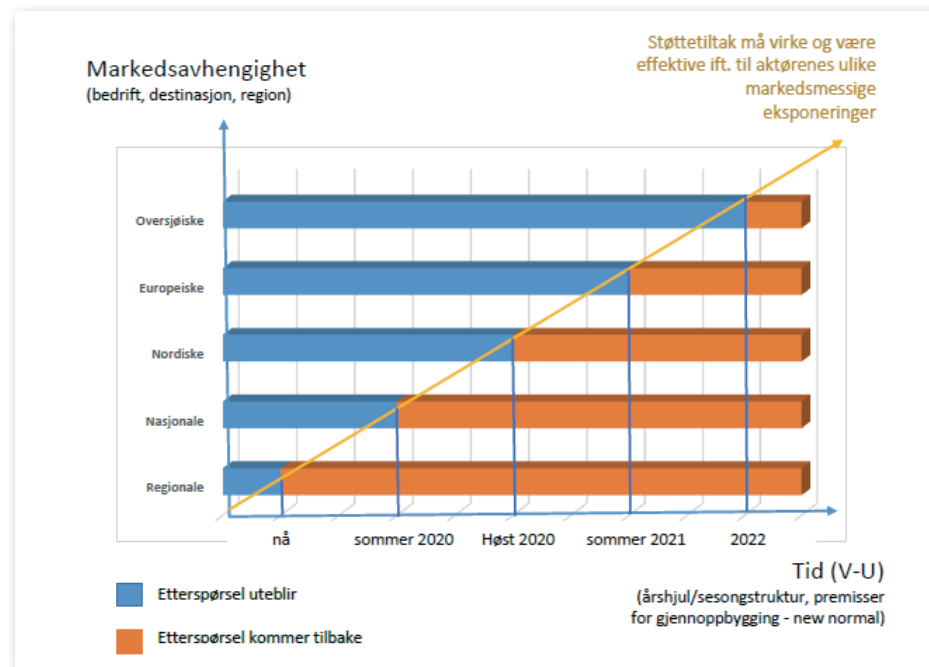
Det globale virusutbruddet vil i stor grad påvirke både nasjonalt- og internasjonalt reiseliv i lang tid fremover. Hvordan og på hvilken måte dette vil prege Norge som reisemål er uoversiktlig på nåværende tidspunkt. Innovasjon Norge har utarbeidet en statusrapport for Norsk Reiseliv sommeren 2020 hvor man konkluderer at det er utfordrende å utvikle prognoser for reiselivsnæringen pga. mange usikkerhetsmomenter. Dette avhenger både av virusutbruddets videre utvikling og ikke minst påvirkning på verdensøkonomien. Videre vil det avhenge av myndighetenes tiltak for å begrense virusutbruddet både helsemessig, men også økonomisk og i forhold til sysselsetting. Det er også stor sannsynlighet for at pandemien har endret folks preferanser og reisevaner i forhold til frykt for smitte, men også egen økonomi. Dette vil bli ytterligere forsterket av at forretningsmarkedet i større grad har sett nytten av å bruke digitale samhandlingsverktøy som igjen vil gå utover fremtidig reisevirksomhet. Til slutt så vil det avhenge av reiselivsnæringens tilpasningsdyktighet i forhold til markedsforholdene og rammebetingelsene³.

Erfaringene fra sommeren 2020, hvor nordmenn i meget stor grad ferierte i eget land, vil være nyttige å legge til grunn for planleggingen fremover. Dette gjelder spesielt et reisemål som Risør, som i utgangspunktet har stor norsk trafikk og som sommeren 2020 har hatt et ekstra stort trykk i løpet av noen hektiske sommeruker. Videre utover høsten 2020 vil Risør trolig kunne fremstå som et aktuelt og kortreist alternativ til weekendturer til europeiske hovedsteder, fotballturer til England, bedriftssamlinger på Kielferga etc.

Internasjonalt diskuteres det nå om behovet for å bruke situasjonen både til å gjøre ting smartere, mer lønnsomme, lære av "voksesmertene" og forsterke bærekrafts-ambisjonen – ofte kalt "Build Back Better". Begrepet BBB har blitt et mantra for destinasjoner verden over.

"Den nye normalen" innebærer at man må være forberedt på at ikke alt kommer til å bli som før. Nye digitale tjenester, kontaktløse servicepunkter, krav om sosial distansering, omfattende smitteverntiltak er eksempler på forhold som man må forholde seg til i fremtiden.

³ Innovasjon Norge, Status reiselivsnæringen, 10. august 2020



Figur 4: Markedsavhengighet, tidsakse og tiltaksbehov [Mimir 2020].



Foto: Adobe Stock



KAPITTEL 2

OM RISØR, VEGÅRSHEI OG GJERSTAD

Foto: Terje Rakke-Nordic Life-visits@landet.com

2.1 Fakta om kommunene

Risør, Vegårshei og Gjerstad er tre kommuner på Sørlandet helt øst i det nye Agder fylke helt på grensen til den nye regionen Vestfold og Telemark.

Risør

Risør kommune ligger mot Skagerrak og grenser i sørvest mot Tvedestrand, i nordvest mot Vegårshei og Gjerstad og i nordøst mot Kragerø. Administrasjonssenteret i kommunen er tettstedet Risør, som har 4.620 innbyggere per 1. januar 2019. Totalt i hele kommunen bor det 6.802 (Kilde: SSB pr. 2020).

I 1964 ble bykommunen Risør slått sammen med Sønedeled kommune. Risør ble navnet på den nye kommunen. Det meste av gamle Sønedeled kommune (nå Risør kommune) er preget av et sterkt kupert terreng med skogdekte åser og knauser. Kommunen har tre store fjorder, Nordfjorden, Sørfjorden og Sandnesfjorden, som markerer seg i landskapet. Innerst i Sønedeledfjorden (som deler seg i Nord- og Sørfjorden) munner Gjerstadvassdraget ut ved tettstedene Sønedeled og Hope. Selve Risør by med sitt historiske sentrum og trehusbebyggelse ligger lunt bak beskyttende holmer og skjær noen stenkast fra åpent hav, på den store halvøya som dannes mellom de to fjordene.

Vegårshei

Vegårshei kommune grenser i nord mot Nissedal og Gjerstad, i øst mot Risør, i sør mot Tvedestrand og i vest mot Åmli. Vegårshei har 2.122 innbyggere (Kilde: SSB pr. 2020). Vegårshei er i en særstilling når det gjelder folketall, og har hatt en positiv befolkningsutvikling helt siden år 2000. Folketallene for 2. kvartal 2020 viser at Vegårshei er nr. 5 i landet når det gjelder prosentvis stigning i folketall. Vegårshei har to tettsteder, Ubergsmoen og

Myra, der Myra utgjør sentrum med kommuneadministrasjonen. Kommunen har store og gode friluftsområder, med mange vann. Vegårvasdraget renner gjennom kommunen, og er lakseførende i nedre del. Innsjøen Vegår er over 17 km², og er et eldorado for alle former for friluftsliv.

Gjerstad

Gjerstad kommune ligger inn i landet fra Risør ved grensen til Vestfold og Telemark, og grenser i nord mot Nissedal og Drangedal, i øst mot Kragerø, i sør mot Risør, og i sørvest mot Vegårshei. Største delen av bebyggelsen ligger rundt Gjerstadvassdraget. Administrasjonssenteret er tettstedet Gjerstad med 264 innbyggere, samt Fiane, Eikeland og Sunde. Gjerstad kommune har et innbyggertall på 2.442 (Kilde: SSB pr. 2020). Broke-



Kilde: www.agderfk.no

landsheia ved E18 er et livskraftig senter i kommunen med både boliger og næringsvirksomhet bl.a. turistattraksjonen Den Lille Dyrehagen.

Mesteparten av landskapet i Gjerstad består av skogdekkede åser og høyeste punkt er Marisheia, 572 moh. Gjerstad-vassdraget er sentralt i kommunen.



Kilde: www.norgeskart.no

Samferdsel

E18 er den viktigste samferdselsåren i regionen. Det er vedtatt en utbygging av ny korridor med 4-felts motorvei på E18 på strekningen Dørdal i Telemark til Tvedestrand i Agder. Dette betyr en enda bedre tilgjengelighet til regionen fra store befolkningskonsentrasjoner.

Busselskapet Konkurrenten trafikkerer strekningen Oslo – Kristiansand, har stoppested ved Vinterkjær på E18 og tilbyr tilbringertjeneste til Risør sentrum. I tillegg er det to andre busselskap med stoppested Vinterkjær, men i liten grad korrespondanse med lokalbuss til Risør.



Foto: Visit Sørlandet



Foto: Vegårshei kommune



Foto: Den Lille Dyrehage



Foto: Mona Rhein



Foto: Adam Read Visit Sørlandet

Go-ahead trafikkerer Sørlandsbanen fra Oslo til Stavanger, med Gjerstad som stoppested. Nesten alle tog stopper også på Vegårshei stasjon, hvor det tilbys en togtaxi-ordning som gjelder for passasjerer som reiser innenfor Vegårsheis kommunegrenser. Det er ingen korresponderende lokalbusser til Risør.

Næringslivet

Risør kommune har et variert næringsliv bestående av mekanisk industri, trebearbeidende industri, besøksnæring⁴; herunder overnatting- og serveringsbransjen, handel- og servicenæring, kunst og kultur. De fleste sysselsatte i Gjerstad kommune og i Vegårshei kommune arbeider i offentlig tjeneste, handel og servicenæring, og småindustri innen metall, trevare og elektronikk. Skogsdrift utgjør fremdeles en betydelig næring i Vegårshei. I tillegg har kommunen mange næringsaktører innen trebearbeidende industri og innen byggenæringen.

På Brokelandsheia i Gjerstad kommune ved den nye E18 er det etablert et stort næringsområde. Her har det de siste 20 årene vært en rivende utvikling, og i dag er det både industri, handel og boliger her. De årlige Brokelandsheiadagene, som arrangeres den første helgen i september, har på få år vokst til å bli Sørlandets største handelsmesse med 200 utstillere og ca. 25.000 besøkende.

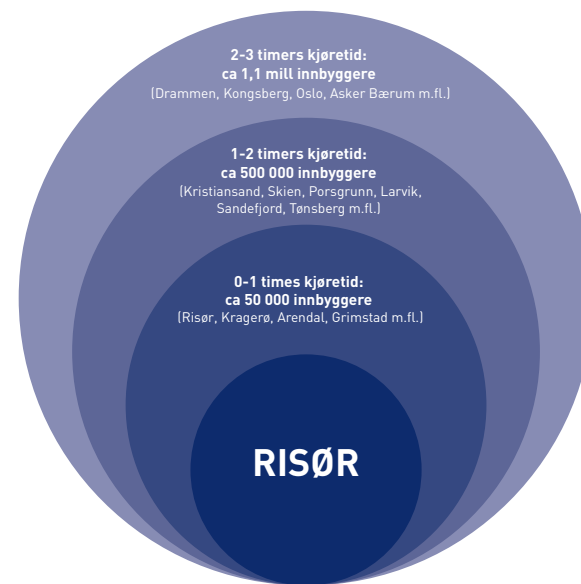
⁴ Telemarksforskning definerer besøksnæringene på følgende måte i sine attraktivitetsanalyser: Besøksnæringene omfatter de bedriftene som er avhengig av at kundene må være personlig til stede. Det er bransjer som overnatting, servering, butikkhandel, kultur og diverse personlige tjenester. Besøksnæringene omfatter turistbransjene, men er definert litt videre. Stedenes egen befolkning er en stor kundegruppe for besøksnæringene, og besøksnæringene blir dermed sterkt påvirket av befolkningsveksten i på stedet.

Risør By jobber med næringsutvikling

Hensikten med selskapet er å styrke lokalt næringsliv, fortrinnsvis gjennom å få flere besøkende. Se nærmere beskrivelse i kap. 5.1.1.

2.2 Besøksgrunnlag

Risør-regionen har en gunstig beliggenhet i forhold til større befolkningskonsentrasjoner. Innenfor tre timers kjøretid fra Risør bor det vel 1, 7 millioner innbyggere. Når den nye E18 traseen fra Dørdal til Tvedestrand står klar blir reisetiden ytterligere redusert.



Figur 5: Befolkningsgrunnlag med en reisetid på maks. 3 timer fra Risør. Totalt ca. 1,7 mill innbyggere.



Foto: Vegårshei kommune



KAPITTEL 3

REISEMÅLET "RISØR ÅRET RUNDT" - 2020



Foto: Mona Rhein

3.1 Om attraksjonskraft

Moderne reiseliv omfatter både arrangement, attraksjoner, opplevelser, kulturtilbud, samt tradisjonell reiselivsnæring. Fordi grensene mellom disse er glidende brukes i denne analysen begrepene kulturtilbud, attraksjoner og opplevelser om hverandre. I et næringsutviklingsperspektiv er det naturlig å rangere attraksjoner og opplevelses-tilbud i forhold til i hvilken grad de er så attraktive at de skaper sin egen trafikk (dvs. er en "reason to go" for noen). Attraksjonskraft vurderes ut fra kundens perspektiv, dvs. hva kundene oppfatter som attraktivt nok til å reise dit:

Primærattraksjon – attraksjon, opplevelse som skaper trafikk, og fremstår som mål og motivasjon for reisen. Et eksempel kan være et internasjonalt musikkinteressert publikum som reiser til Risør for å delta på Risør kammermusikkfest, eller barnefamilien fra Drammen som vil ha en helt spesiell opplevelse sammen og bestiller en helg i Tretopp-hyttene i Gjerstad.

Sekundærattraksjon – attraksjon eller opplevelse som er retningsbestemmende, dvs. som bidrar til å styre reisestrømmer. Risør Akvarium og/eller Den lille Dyrehagen på Brokelandsheia kan være et stoppested for barnefamilier på vei til forestilling med Kaptein Sabeltann i Kristiansand.

Tertiærattraksjoner kalles trafikknyttende, dvs. de skaper ikke trafikk i seg selv. Et eksempel kan være venninnegjengen som tar en weekend på Det Lille Hotel, først og fremst for å være sammen, gå turer i byen og slappe av. De oppdager tilfeldigvis at det er en spennende kunstutstilling i byen og besøker denne.

3.2 Risør og to gode naboer

3.2.1 Risør

Risør er en sjarmerende småby med nasjonal verdi som kulturmiljø og er en av Norges og Europas best bevarte trehusbyer. Risør har en lang og rik tradisjon som uthavn, med bygging av trebåter og en stolt fortid som en av landets største sjøfartsbyer i seilskutetiden. Byen har en attraktiv lokalisering med tilgang til sjø, badeliv, båtliv i tillegg til lett tilgjengelige og sentrumsnære rekreasjonsområder. Restaurantkapasiteten er stor og utbudet mangfoldig og mange spisesteder og barer ligger langs "restaurantgata" Strandgata. En kombinasjon av de hvite trehusene, trange smau, nydelige hager og sjarmerende butikker med lokale og entusiastiske drivere, gjør at et besøk i byen er "reason to go" i seg selv. Villvinfestivalen, Risør kammermusikkfest og Risør Trebåtfestival er hver især festivaler som hvert år tiltrekker seg svært mange tilreisende. Risør er, på lik linje med øvrige Sørlandsbyer, et klassisk reisemål for et norsk publikum i hovedsak i sommersesongen (juni-august). Tilreisende kommer vesentlig landeveien med egen bil eller bobil i tillegg til en betydelig trafikk sjøveien med besøk/overnatting i Risør havn. Utenfor sentrum finner man flere attraktive feriesenter med nærhet til hav, turområder og aktiviteter tilpasset et familiermarked.

Overnattingskapasiteten tilsier at Risør er tilpasset individuelt reisende (par, familier, mindre grupper) på ferie & fritidsmarkedet. Risørbedriftene er også godt egnet for mindre grupper i bedriftsmarkedet som skal arrangere møter, samlinger og kurs internt eller for kunder og samarbeidspartnere.

Risør har en betydelig hyttebefolkning med ca.

1.760 hytter og ferieboliger og som tider av året blir byens deltidsinnbyggere. Tradisjonelt sett har hytter og ferieboliger blitt brukt i sommerhalvåret, men med høyere standard/helårs standard, fleksibilitet i jobb og fritid, raskere vei er det stadig flere som bruker ferieboligene større deler av året.

3.2.2 Gjerstad

Senteret på Brokelandsheia er et trafikkknutepunkt som tilbyr handel og service både for lokalbefolkningen, besøkende i regionen og reisende langs E18. Den best besøkte attraksjonen i regionen finner man nettopp her. Den Lille Dyrehagen har blitt et svært populær tilbud, spesielt for barnefamilier og har hvert år ca. 30.000 besøkende.

Gjerstads øvrige kvaliteter er i stor grad knyttet til de naturbaserte opplevelser. Høsting av naturen, turer i skog og mark, fiske, bading; Gjerstad er et eldorado for alle som er glade i norsk innlandsnatur. Reiselivsaktørene i Gjerstad har utviklet sine virksomheter med nettopp naturen som ressurs. Trehyttene i Gjerstad har vært pionerer innenfor sitt segment og kapitaliserer på det naturnære, det ekte og de samskapende opplevelsene i pakt med naturen.

3.2.3 Vegårshei

Kommunen har et rikt utbud av naturbaserte opplevelser både sommer og vinter. Vegårshei Ski og aktivitetssenter har et allsidig tilbud med alpint, skiskyting og langrenn om vinteren og rulleski, sommerhoppbakke, badeplass og joggeløype om sommeren. Skisenteret er i ferd med å øke overnattingskapasiteten (flersengsrom), og ellers er det noen ulike aktører i kommunen som tilbyr overnatting. Kommunen har ca 750 private hytter.

3.3 Det stedlige ressursgrunnlaget

Med det stedlige ressursgrunnlaget menes de viktigste natur- og kulturressursene som legger premissene og danner grunnlaget for mulighetene for opplevelsesutviklingen på reisemålet.

3.3.1 Naturkvaliteter

Naturresevat

Verneområde er et område som myndighetene har bestemt at naturen skal vernes mot inngrep eller forstyrrelser og et naturresevat er den strenges-

te formen for områdevern. Regionen har et antall naturresevater hvor følgende langs kysten i Risør nok er de to som er mest brukt av besøkende; Stangholmen og Randvik-Store Furuløya-Leikerøya.

Skjærgården

På 1930-tallet ble holmer og skjær utenfor byen kjøpt opp og skjenket kommunen, på betingelse av at skjærgårdens herligheter for all fremtid skulle være tilgjengelig for allmennheten. Det har gjort at skjærgården utenfor Risør kanskje er den best bevarte langs sørlandskysten og er attraktiv for fritidsbåtturister. Risør har en gunstig beliggenhet mellom Jomfruland nasjonalpark og Raet nasjonalpark. I skjærgården finner man en rekke badestrender som er tilgjengelig med båt; Lille Danmark, Perleporten. Stangholmen, Risøya med flere.

Jettegrytene på Sild er Nord Europas største jettegryter i fjell, med 6 meter i diameter og 5-6 meter dybde. Jettegrytene ligger helt ute ved sjøkanten og er populære som naturlige badebasseng om sommeren.

Badestrender og badeanlegg

Det er tilrettelagt for bademuligheter i sjøen, både i gangavstand og med bil; Randvikstranda, Kastellet, Sagjordet med flere. Noen er universelt utformet og med sanitæranlegg, stupebrett, grillplass. I tillegg er det flere badeplasser i ferskvann i Urheia.

Risør Resort Moen Camping og Sørlandet Feriesenter har tilbud til badegjester, både i sjøen og i oppvarmet utendørs badeanlegg (Havgløtt Bad, Sørlandet Feriesenter).



Urheia

Urheia er et sentrumsnært rekreasjonsområde med både badeplasser, turstier, fiskeplasser, utsiktspunkter, skøytemuligheter og ikke minst en kultursti med kulturminner i form av et gammelt kystfort fra annen verdenskrig og Risørflekken, et sjømerke fra seilingstiden med flott utsikt over byen og havet.

Besøkstall i Urheia og Randvika:

Fra 15.12.2015 til 5.9.2020: ca. 25.000 i Randvika og ca. 49.000 i Urheia. Gjennomsnitt antall besøkende pr. dag i Randvika er 100 og i Urheia 200. Kilde: Friluftsrådet Sør (Telling)

Skog og utmark

Regionen som helhet har store arealer med både skog, utmark og ferskvann. Dette gir gode muligheter for rekreasjon i naturskjønne omgivelser med rikt dyreliv, hele året. Sanking fra naturen, jakt, fiske, bading i ferskvann, båt/kano/kajakk og rikelig med turmuligheter er lett tilgjengelige naturbaserte aktiviteter. Tilrettelagt for skimuligheter i vinterhalvåret.





Foto: Bjørn Svensson



Foto: Mona Rhein



Foto: May-Brit Blesvik



Foto: Mona Rhein



Foto: Mona Rhein

3.3.2 Kulturkvaliteter

Trehusbegyggelsen i Risør er regnet som en av Europas best bevarte. Arkitekter og håndverkere fra hele Europa bidro å gjenoppbygge Risør etter bybrannen i 1861. Trehusene er gjennomført hvite, velholdte og ofte med en liten prydhage. Noen av de meste kjente er patrisierhuset Solsiden 8, Torvet 1 (Prebensens hus) og den Hellige Ånds kirke. De hvite husene, de trange smauene, de flotte hagene krydret med morsomme benker, kunstinstallasjoner i kombinasjon med byens hyggelige inneboere, gjør selve byen til en attraksjon i kraft av seg selv. Risør markedsføres både som "Trehusbyen" og "Den Hvite By ved Skagerrak".

Kystkulturen i Risør står sterkt og lokale krefter er svært engasjerte i å føre tradisjonene videre. Risør har en lang og rik tradisjon med bygging av trebåter og en stolt fortid som en av landets største sjøfartsbyer i seilskutetiden. Risør regnes som et av tre kraftsenter for trebåtbygging i Norge. Det er registrert over 50 båt- og skipsbyggerier i Risør over de siste 200 årene, og det er fremdeles flere i full drift. Risør har et svært aktivt miljø av trebåtbyggerne i båthusene på Moen, litt utenfor sentrum. I dette kulturminnet av stor nasjonal verdi, driver de med restaurering, reparasjoner og båtbygging. Kystkultursenteret har et spesielt ansvar for båtbyggerfaget og håndverkstradisjonen og samarbeider med Moen og Risør Trebåtbyggeri om formidling av håndverkskompetanse.

Agders uthavner med sine gamle bebyggelser er særpregete småsamfunn i nasjonal og internasjonal sammenheng. Som naturlige havner ytterst i kystleden mot Skagerrak har de vært benyttet i uminnelige tider, og flere av dem er kjent fra Sagalitteraturen. Agders uthavner er i verdensklas-

se og Agder fylkeskommune har en strategi som innebærer en bærekraftig forvaltning og utvikling av Agders uthavner, og man arbeider for at uthavnene på Sørlandet skal få status som verdensarv (UNESCO). ⁵Utredningsområdet er kystkommunene fra Åna-Sira til Risør og i Regionplan Agder 2030 er dette fulgt opp som et tiltak innenfor tema kultur⁶.

Risør har i over 30 år satset bevisst på en profil som **kunst- og kultur by**. Dette har ført til et fruktbart samarbeid mellom kunst, kultur og øvrig næringsvirksomhet og har resultert i nye spennende produkter, arrangementer og opplevelser. Byen har en rekke gallerier og nisjebutikker som bygger opp om kulturprofilen og ikke minst lokale drivkrefter som bidrar til å synliggjøre byens kunst- og kulturkvaliteter. De tre store kulturfestivalene; Risør Kammermusikkfest, Villvin Kunsthåndverkmarked og Risør Trebåtfestival bidrar alle til å styrke byens identitet som kunst- og kulturby.

Risør har en rekke **byrom og scener** til felles benyttelse. Nytt av året er etableringen av Hollenderhagen, et historisk sted med bla en hage, som er tilgjengeliggjort for publikum. Dette er en av flere oaser og samlingssted i sentrum med beplantning, sittearrangement og tilgang til sanitær-anlegg og café. Andre arenaer er Urheia med store friluftssarealer, utescenen på Stangholmen, Fredsparken, Den blå parken, Kystkultursenteret, Kunstparken, Torget og hele havneområdet.

⁵ Agders uthavner i verdensklasse – vedtatt fylkesting i Aust- og Vest-Agder 26-04.2016.

⁶ Regionplan Agder 2030 – side 28

3.4 Attraksjoner

I Risør kommune:

Stangholmen er en av stolthetene i Risørs skjærgård, med badeplasser, gjestehavn, Stangholmen fyr med gourmetrestaurant og kro. Sommerkonserter fra utescenen på Stangholmen med bla Risør kammermusikkfest er blant de store høydepunktene. Båten Agnes går i skytteltrafikk fra Risør sentrum 2 ganger pr. time i sommersesongen.

Risør Akvarium, Sørlandets eneste saltvannsakvarium med 500 fisk og havdyr, hovedsakelig fra norske farvann, men også eksotiske innslag som klovnefisk og pirajaer. Tilbyr aktiviteter som krabbe-fiske, mating av fiskene, klappe fisk etc. Åpent i skoleferiene i tillegg til alle helger og ellers etter avtale. Antall besøkende 11.000 (2020).

Fredsparken, et sted for rekreasjon, refleksjon og kunnskap om Nobel-fredsprisvinnere. Etablert av Aktive Fredsreiser som en gave til befolkningen i Risør. Ligger ved innfartsparkering til Risør sentrum og bobilplassen på Tjønna. Etablering av fredstrid er under arbeid.

Den Hellig Ånds Kirke, også kalt Risør kirke, er oppført i 1647, bygget som korskirke i tømmer. Gratis guidede turer hele året.

Risørflekken er en hvitkalket fjellknaus som er et svært gammelt sjømerke for seilskuter. Skiltet tursti til flekken, hvor det er flott utsikt over den hvite trehusbyen Risør, skjærgården og øya Stangholmen.

Lindland Natur med eksperimentell arkitektur side om side med gamle tømmerhus. Naturopplevelser, skulpturer, installasjoner. Tilbyr guidet omvisning,

servering, leie av selskapslokaler og overnatting.

I Gjerstad kommune:

Den Lille Dyrehagen ligger på Brokelandsheia like ved E18. Hovedattraksjonen er en innendørs sør-amerikansk jungel på 1200 m² med 200 forskjellige plantearter, hvor småaper, fugler, øgler og mange andre eksotiske dyr går helt fritt. Her finner man også Norges største slange, krokodiller, beltedyr, lemurer, aper og andre spennende dyr og insekter. I uteområdet finner man surikater, kenguruer og en liten bondegård. Tilbyr aktiviteter som mating av dyr og slangeholding. Har lekeområder, rasteplasser, butikk og kafé med enkel servering. Antall besøkende ca 38 000 (august 2020).

Trehyttene i Gjerstad er bygget med tanke på å kunne gi gjestene en helt spesiell opplevelse ute i naturen – høyt oppe under trekronene. Tre trehytter med personlighet og arkitektur; Kråkeslottet, Gjøkeredet og Flåklypa. I skogen rundt hyttene er det et yrende dyreliv med hjort, elg, bever, ørn og småfugl.



Foto: Den Lille Dyrehage



3.5 Aktiviteter

Byvandring med vekter. Risørs egen vekter; John Thomas Axelsen forteller om byens historie og sagn. Faste turer hver onsdag i sommersesongen. På bestillingen hele året.

Risør Kunstpark er et stort galleri og et prosjektorom som viser kunst og designutstillinger gjennom hele året. Huset rommer også 12 atelier og 2 gjesteatelier for kunstnere.

Galleri Villvin med kunsthåndverk fra hele Norden. Her vises arbeider skapt av mer enn hundre kunsthåndverkere innen faggruppene keramikk, tekstil, glass, metall og tre.

Risør Kystkultursenter på Moen formidler kunnskap om trebåtbygging og tilbyr guidet omvisning i sommersesongen. Åpent på bestilling hele året.

Risør II er en trebåt konstruert av Colin Archer og bygget i 1914. Venneforeningen R/S Risør II eier båten som er mulig å leie med mannskap for en dag, en helg eller en uke.

Galleri Branntårnet eies av Risør kommune, men leies hver sommer ut til profesjonelle kunstnere.

"Kystruta" Nasjonal sykkelrute nr 1 strekker seg langs hele Norges kyst fra Svinesund til Kirkenes. Strekningen fra Svinesund til Bergen er sammenfallende med EuroVelo route 12- North Sea Cycle Route. M/F Øisang inngår i sambandet.

Utleie av båter hos bla. Sørlandet Feriesenter, Risør Gjestehus, Ths. Juells Eftf, Rumker Hyttetjeneste. Turistkontoret (Risør By) tilbyr utleie av robåter i indre havn, og kajakk kan leies hos Risør Feriesenter.

M/F Øisang, trafikkerer Øysang og Risør. Dette er Norges eldste bilferje i tre som fortsatt er i drift. Er en del av nasjonal sykkelrute 1/Nordsjøruta Øst. Stopper på Lille Danmark for badegjester. Kapasitet på 60 passasjerer og tre biler. Ferja følger skole-ruta, og har utvidet kjøretid i sommerferien. Ca 8.500 passasjerer pr. år.

Vegårshei ski- og aktivitetssenter med fylkesanlegg for langrenn og hopp. Har et løypenett som egner seg både for langrenn og skiskyting i vinter-sesongen og turgåing, trening og terrengsykling i barmarksesongen. Rulleskisløype, alpinbakke med skitrekk og to løypetraseer, akebakke og skileik-område. I tillegg fasiliteter som varmetue, grill og bålplasser.



Vegårshei ski- og aktivitetssenter. Foto: Vegårshei kommune.



Foto: Mona Rhein



Foto: Mona Rhein

3.6 Servering

Risør har et stort tilbud av serveringssteder med ulik profil (se tabellen). I tillegg er det flere overnattingsbedrifter som tilbyr matservering til egne gjester og selskaper på bestilling. Risør er også kjent for sine mange isutsalg (5 per i dag) rundt om i byen.

Serveringssted	Beliggenhet	Tilbud	Åpent	Kommentar
Terrassen restaurant	Risør Hotel	A la carte	Sommersesongen	
Gymnaset kafe	Kunstparken	Buffet med hjemmelaget mat. Sushirestaurant om sommeren	Lørdager til lunsj	Drives av multikunstner Arnfinn Strand
Kast loss*	Strandgata	Fisk og kjøtt, mest kjent for sjømat	Alle dager hele året	Populært sted hele året
Stand By Sportsbar*	Strandgata	Storskjermer og enkel barmeny	Fredag og lørdag	
Promenaden*	Strandgata	"Kjøttstedet" med et stort utvalg av spekesinker	Torsdag, fredag og lørdag	
Pir1*	Strandgata	Enkle småretter og noe fra Kast Loss menyen	Høysesong hver dag og skuldersesong	Værforbehold
Peterhead Bar*	Strandgata	Musikkbingo og andre arrangementer	Hele året	Godt kjent sted for lokalbefolkningen
Stranden	Strandgata	Enkel, variert meny med hjemmelaget mat. Kjent for sin makrellmiddag og fiskekaker	Sommersesongen	For salg. Har stort potensial. Var et populært "helgested" for mange lokale
Chin Chin Stua	Strandgata	Asiatiske retter, sitteplasser og takeaway	Hele året på dagtid	
Happy Time Pizza og Kebab	Strandgata	Pizza og kebab	Hele året	Nattåpent og populært blant ungdom
Hukken Bar	Rundkjøringen i Strandgata	Bar med burgermeny	Hele året	
Risør Fiskemottak	Holmen	Salg og servering av sjømat	Åpner 2021	Bygget er under ombygging
Stangholmen	Stangholmen	Sommerkonserter bla. Risør kammermusikkfest. Restaurant og kro	23.6 til etter trebåtfestivalen (første helg i august)	Båt til Stangholmen går hver halve time i sesongen fra Hukken / Tollboden
Fyr og Havrestaurant. Stang- holmen Kro.	Stangholmen	A la carte meny. Kjent for sin Bouillabaisse og spekelaks	Daglig 23.6 -1. helg august	Båten Agnes går i skytteltrafikk, 2 ganger i timen, fra Risør
China Palace	Kragsgate	Kinesisk mat	Hele året, dag og kveld	
Brasseriet Krag	Kragsgata	Pizza, Kebab, småretter	Hele året, dag og kveld	
Bakgården	Kragsgate, bak Galleri Vilvin	Variert og enkel meny. Blåskjell og skagenrøre som bestselgere	Sommer	
Stavelins bakeri	Sentrum	Bakeri	På dagtid	Populært møtested for lokale
Brygga Restaurant og Bar	Fergeleie på brygga	Standard meny	Hele året, dag og kveld	Populært møtested for ungdommer når de arrangerer konserter
Brokelandsheia	Brokelandsheia	Heimat Café og Hotel, Lyngrillen Café, Pizzaba- ker'n og Burger King	Hele året	
Havgløtt café	Sørlandet Feriesenter	A la carte, Pizza, takeaway	Ultimo juni- medio august	
Sørlandsporten kafe, catering og selskap	Akland	Kafe, catering og selskap	Hele året	
Matglede cafe og catering	Vegårshei	Kafe	Hele året	
Stuten café	Vegårshei	Kafe	Hele året	
Færnsnes Gjestegård	Vegårshei	Lokale råvarer	På bestilling	

* = Samme eier

3.7 Arrangement

Februar:

Karneval i regi av Risør By, 3 år på rad. Parade fra Risørhuset til Torvet hvor det er premiering og det blir delt ut saft og boller. Populært for barnefamilier.

April:

Kulturnatt Risør er et godt innarbeidet arrangement i regi av Kulturetaten i Risør kommune. Kulturnatt velger et nytt tema hvert år.

Juni:

Risør Kammermusikkfest. Festivalen som ble stiftet i 1991 har som målsetting å presentere så vel sentral klassisk musikk som nyere repertoar. Kammermusikkfesten er et nasjonalt og internasjonalt forum for kammermusikk og skal også stimulere musikk- og kulturlivet i Risør og regionen. Festivalen har et voksent publikum.

Kystens dag på Moen med aktiviteter, foredrag, teaterforestilling, verksteder for barn etc.

Juli:

Villvin Kunsthåndverkmarked samler mer enn 100 profesjonelle kunsthåndverkere fra Danmark, Sverige, Finland og Norge på torget og rundt Risørs vakre indre havn. Ca. 15 - 20 000 besøkende.

Sound of Risør ble etablert i 2019 med fokus på lokal musikk, musikere og kunst i digitalt format. Lovende arrangement men avlyst i 2020. Initiativtaker jobber nå med et utvidet festivalkonsept for 2021 som har fått navnet Wave of Risør.

August:

Risør Trebåtfestival Festival er en av de viktigste og mest populære møteplassene for trebåter og kystkultur i Nord-Europa. Her møtes verdens vakreste trebåter, samt tradisjonshåndverkere og trehus- og trebåtbyggere som viser sitt fag. Konserter, regattaer, historiefortelling om fartøyer, foredrag og egne aktiviteter for barn. Totalt ca 20.000 besøkende hvorav ca 10 000 er betalende. Avlyst 2020.

Vegårsheidagene, fredag - søndag, med kulturkveld, marked/stands, sykkeløp, historisk vandring.

September / Oktober:

Norwegian Made: Nytt i 2020. Et samarbeid mellom Risør By og Norwegian Made. Norwegian Made er et merke for bærekraftige kvalitetsprodukter laget i Norge. Arrangeres i Hollenderhagen første helg i september.

Risør Festuke er et sportsarrangement som finner sted i høstferien. Nå under avvikling.

Brokelandsheiadagene, 3-dagers arrangement med utstillere og aktiviteter. Årlig arrangement, men avlyst 2020.

Desember:

Jul i Den Hvite By. I hele desember måned blir Risør by rigget for julehandel og det inviteres til arrangementer som trekker folk til byen. Konseptet startet opp i 2013 /2014 for å utvikle Risør som en destinasjon å besøke utenfor den tradisjonelle sommersesongen.

I tillegg blir det arrangert **Bondens Marked** 4 ganger per år, **"Brukt, nytt og gammelt-marked"** 4 ganger per år og en rekke aktivitetsdager i samråd med aktivitetsgruppa fra handel. Det er også under planlegging flere nye aktiviteter og arrangementer, som f. eks. "Ferden i Urheia". Idéen er å bevisstgjøre barnekonvensjonene med kreative, visuelle og kunstneriske uttrykk. Et samarbeidsprosjekt mellom Risør By, Galleri Nylund Larsen, Aktive Fredsreiser, Risør Ungdomsteater og Risør Musikkteater. Flyttet til 2021 grunnet virusutbruddet.

3.8 Handel og service

Handel og servicebedrifter utgjør en viktig del av besøksnæringen i Risør. Risør sentrum har, i forhold til byens størrelse, mange nisjebutikker med et utvalg som er både trendy og eksklusivt. Enkelte butikker er en kombinasjon av butikk og opplevelse (galleri, smykkedesign, gårdsbutikk, foto og design etc.), eksempelvis Galleri Nylund Larsen, Embla Design og Hjembu gård. I tillegg finner man storhandelsbutikker i innfartsåren til Risør. Handel og servicebutikkene er organisert som medeiere/aksjonærer i Risør By. Handelsstand har en aktivitetsgruppe som er engasjert i utvikling og gjennomføring av tiltak og aktiviteter. Dette inngår i et årshjul for Risør By, og kan generere folk til sentrum hele året.

På Brokelandsheia, like ved E18, ligger et stort senter med ca 30 handels- og servicevirksomheter. Apotek, bensinstasjon, serveringssteder, Vinmonopol, klesbutikker, byggevarer, blomster for å nevne noe. I tillegg ligger attraksjonen Den Lille Dyrehagen i tilknytning til senteret. Stor parkeringsplass.

3.9 Overnatting

Det er ca 20 overnattingsvirksomheter i regionen:

Bedrift	Beliggenhet	Kapasitet	Annet
Det Lille Hotel	Risør	13 hotellsuiter Fordelt på flere historiske bygg	Medlem av De Historiske Hotel&Spisesteder. Kulturminnevernprisen og Norsk Kulturarvs Olavsrose
Risør Hotel	Risør	31 rom	Restaurant, konferansesal
Risør Pensjonat	Risør	30 senger, 16 rom	Rom/frokost
Risør Resort Moen Camping	Risør	Camping, 4 leiligheter, 4 hytter	Famili camping, 10 km fra sentrum
Sørlandet feriesenter	Risør		Hytter, camping, rom, badeanlegg, minigolf, båtutleie,butikk,cafe, båtutleie ink. kano/kajakk mm.
Lindland natur	Risør	15 sengerplasser i tømmerhytte	Kunstinstallasjoner, skulpturer, kirke, amfi mm
Jegertunet Feriesenter	Øysang	Leiligheter, 2 hotellrom, 2 suiter	Restaurant, interiørbutikk, landhandel,hester, tennisbane, badebasseng. Sesongåpent.
risorhytte.no.	Øysang Brygge og Nesodden Brygge		
Camp Skarvann	Øysang	Kuppelhus med 10 senger	Fiske, kanopadling, natursti mm
Trehyttene i Gjerstad	Gjerstad	3 tretopphtytter	
Heimat Brokoelandsheia	Gjerstad	24 rom	Konferansesal til 100, servering
Vegårshei ski- og aktivitetssenter	Vegårshei	Noen få rom	Enkle rom med køyesenger. Overnattingskapasiteten utvides i 2021.
Kilsloftet	Vegårshei	2 hytter	Brukskunstutvalg, kunstutstilling
Færnes Gjestegård	Vegårshei		Restaurant Langhuset, lokalmat
Vegårtun	Vegårshei	150 senger	Overnatting, camping, leirsted, kanoutleie
Ufsvatn hytte og naturcamp og bil	Vegårshei		Enkel overnatting med, camping
Cabin in Norway	Ved fjorden Vegår	3 hytter og 1 hus	Hytter
Risør Gjestehus	Risør	5 hytter	7 km fra sentrum
Rød Camping	Risør		Enkle campinghytter



Foto: Mimir as



Foto: Mimir as



Foto: Risør Resort Moen Camping



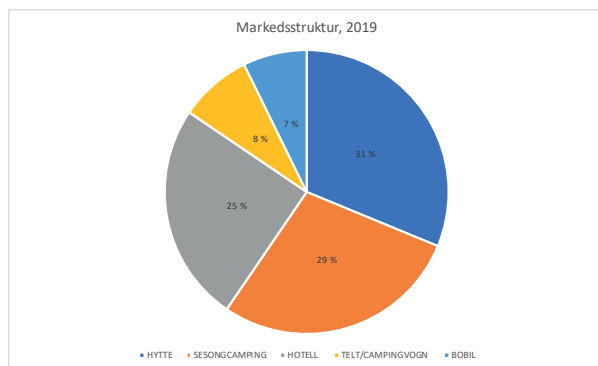
Foto: Risør Hotel



Foto: Sørlandet Feriesenter

3.9.1 Kommersielle overnattinger

I 2019 var det totalt 111 857 kommersielle overnattinger⁷, hvorav hotellovernattinger utgjorde 25%. Størst andel var det innen hytteleie og sesong-camping, se figur 6. Dette utgjør omlag 15% av de kommersielle overnattingene i Aust-Agder, 2019.

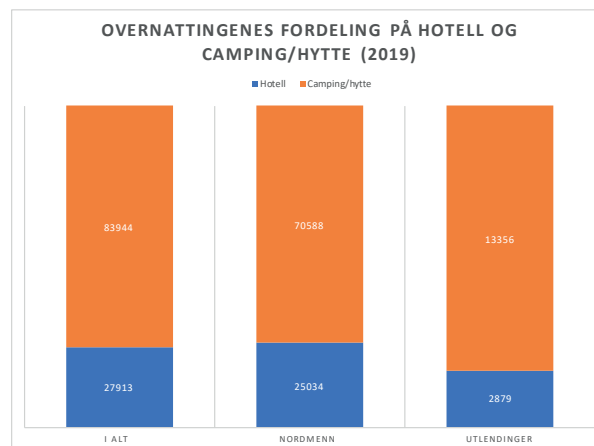


Figur 6: Markedsstruktur kommersielle overnattinger Risør (og Tvedestrand), 2019. (statistikknett.no)

Overnattinger fra det norske markedet utgjør 85%. Av disse bor 26% på hotell. Av det utenlandske markedet bor 18% på hotell. **Med andre ord er hovedandelen kommersielle overnattinger relatert til camping/hytteleie.**

De viktigste utenlandske markedene er **Tyskland, Nederland og Danmark**. Disse markedene benytter seg i all hovedsak av camping/hytteleie som overnattingsform per idag.

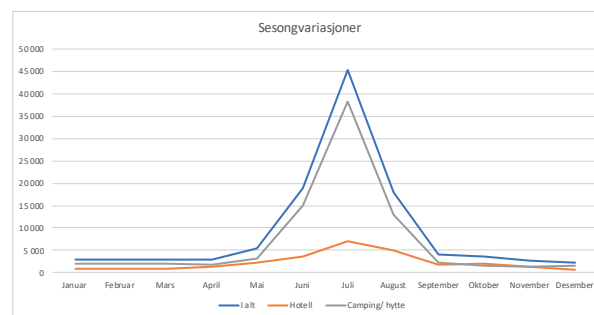
⁷ Overnattingsstatistikk for Risør er slått sammen med tall for Tvedestrand på grunn av lavt antall boenheter. Statistikken basert på tall fra 5 hotell og 10 camping/hytteutleie- virksomheter. Vegårshei og Gjerstad har for få bedrifter til å bli synlige i statistikken.



Figur 7: Fordeling av overnattingsmarkeder innen hotell og camping/hytte, 2019 (statistikknett.no)

Sesongvariasjoner

Figur 8 illustrerer sesongvariasjoner innen kommersielle overnattinger. Dette viser med all tydelighet at **Risør er en sommerby**, og samlet antall overnattinger går i hovedsak parallelt med andelen overnattinger innen camping/hytteleie.



Figur 8: Sesongfordeling av kommersielle overnattinger, 2019. (statistikknett.no)

Den høye andelen camping- og hytterelatert overnattinger antyder også at overnattingsmarkedet idag i stor grad består av det som defineres som

"påvirkbare overnattinger". Det vil si overnattinger innen ferie- og fritid, samt kurs og konferansevirksomhet. Andelen yrkesrelatert overnattinger er lav, omlag 6% av samlet antall overnattinger.

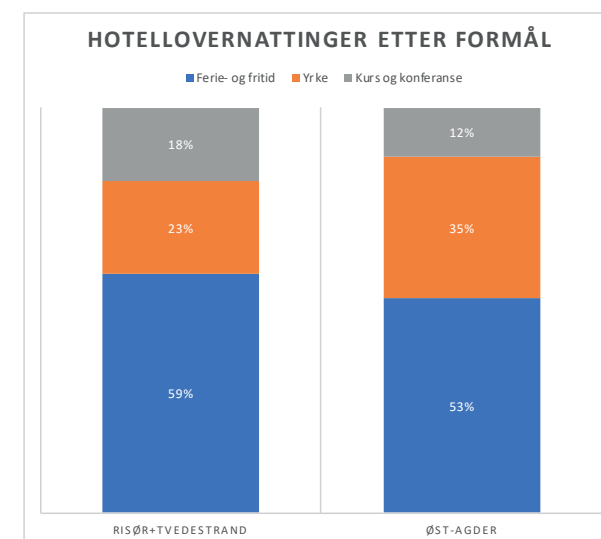
Hotellmarkedet

Statistikken omfatter tall for fem hotell. Totalt utgjør disse 53 676 tilgjengelige romdøgn. Kapasitetutnyttelsen ligger på omlag 33%, og har vært ganske stabilt de siste tre årene. RevPar⁸ har hatt en vekst på 12,6% fra 2018 - 2019. Dette er mer enn dobbelt så mye som i Aust-Agder forøvrig.

Markedsstrukturen på hotellovernattinger er relativt lik i Risør/Tvedestrand som Aust-Agder forøvrig, med en noe lavere andel yrkes-relatert overnattinger, men høyere innen både ferie- og kurs & konferanse.

90% av hotellovernattingene er fra det norske markedet.

⁸ Revenue Per Available Room, betyr omsetning per tilgjengelig rom.



Figur 9: Hotellovernattinger etter formål, 2019. (statistikknett.no)

3.9.2 Privat utleie

Airbnb

I likhet med de fleste reisemål ellers i landet har det vært en **eksplosiv vekst innen tilgjengelige Airbnb enheter**. I Risør var det per 3. kvartal 2019 tilgjengelig 132 boenheter (over doubling fra 2017). Antallet varierer gjennom årets kvartal, med en topp 3 kvartal, når fastboende selv er på ferie og da leier ut sine boliger.

Boehetene konsentrerer seg i stor grad i sentrumsområdet Solsiden, Kamperhaug, Kastellet. I tillegg har Jegertunet / Stangholmen utleieenheter tilgjengelig via denne portalen.

Fritidsboliger til leie

På Finn.no var det per 25. mai 2020 omlag 40 fritidsboliger til leie i Risørområdet. 2020 er imidlertid "annerledesåret" for reiselivet, og spesielt **mange har leid ut egne fritidsboliger i forbindelse med Covid-19 til nordmenn som ferierer i eget land**.

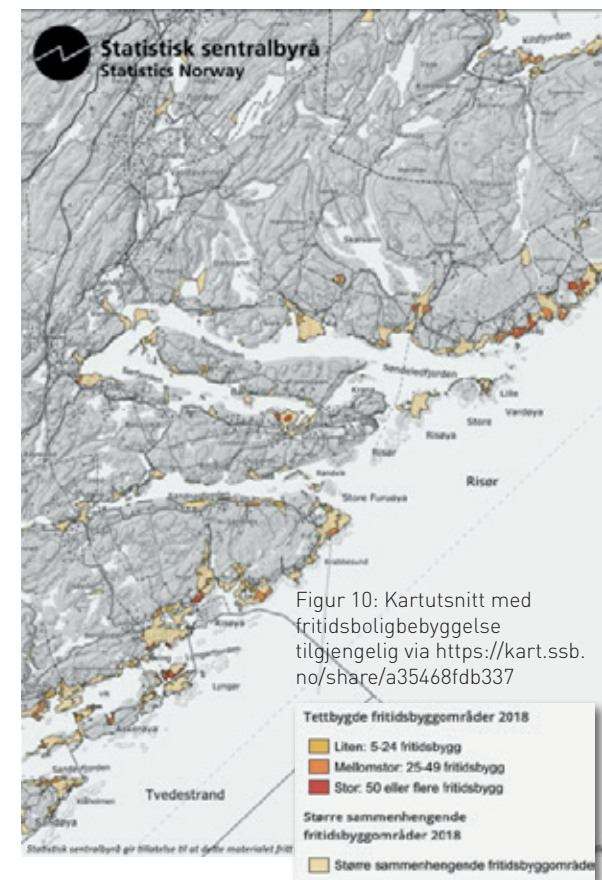
3.9.3 Private hytter og fritidsboliger

I Risør er det 1760 private hytter og fritidsboliger. Av disse er ca 50 bolighus eller våningshus brukt som fritidsbolig. Dette er en økning på ca 130 enheter de siste 10 årene. Det utvikles flere nye områder hvor boliger enten kan benyttes som helårs- eller fritidsbolig. Sentrumsnært ligger Flisvika Brygge og Risørholmen som begge er områder under utvikling, og som ikke har boplikt. I tillegg er det planlagt nytt område; Hasalen. På Kallarberget er det plan-



Figur 10: Fritidsboliger til leie (Finn.no)

lagt 28 hytter hvorav de første blir innflyttingsklare 2021 og på Sildvika Fie, mellom Risør og Lyngør, er nytt hytteområde under utbygging. På Lørdagsheia, Sandnes, er det varslet oppstart av regulering av ca 32 tomter til fritidsboliger. Risør har en andel på nærmere 10% av den totale hyttebestanden i gamle Aust-Agder fylke. Vegårshei har 750 hytter/fritidsboliger og Gjerstad 326 (2019). **Tilsammen i de 3 kommunene er det rundt 2 800 hytter og fritidsboliger.**



Figur 10: Kartutsnitt med fritidsboligbebyggelse tilgjengelig via <https://kart.ssb.no/share/a35468fdb337>



Foto: Adam Read-Visit Sørlandet

3.10 Risør gjestehavn

Risør har tilrettelagt for gjestehavn både i indre havn ved torget og på Stranden i gamlebydelen Tangen. Serviceanlegg ved Risør Akvarium (toalett, dusj, vaskerom) og servicebygg ved Happy Time i sentrum som er døgnåpent med toaletter og dusj. Trådløst gratis internett. Tilgang på vann og strøm langs sørsiden av indre havn og på gjestemoloene. Risør Seilforeningen drifter anlegget på vegne av kommunen bla. opplegg med havneverter. Avgiftsbelagt 15.5 – 30.8. Småbåter ligger gratis i Indre havn for en handletur. Det var 2556 registrerte båter i gjestehavna i 2019 (2484 i 2018). Anslagsvis 15.000 gjestedøgn (3 pers i hver båt i 2 døgn).

I Sentrumsplan for Risør foreligger det forslag om å forbedre forholdene når det gjelder skjerming av fritidsbåter i gjestehavnen. Forslaget innebærer en flytende molo/bølgebryterløsning, som med dagens teknologi gir en god beskyttelse og solide brygger. Det kan også være en mulighet å skifte ut nåværende gjestebrygge med en slik løsning og kombinere den med mindre flytebrygger på innsiden. Det er per dato ikke valgt en endelig løsning og tiltaket er avhengig av bevilgning gjennom Handlingsprogram/Økonomiplan⁹.

3.11 Bobilparkering i sentrum

Kommunen har tilrettelagt en sentrumsnær bobilparkering (ikke camping) med 30 oppstillingsplasser (25 plasser i 2020) på Tjenna Bobilparkering. I 2020 har det vært i snitt ca 35 biler pr. døgn i juli måned). Pris kr. 250,- pr. døgn inkl. strøm til enkelte plasser og tilgang til vann. Betaling via app eller kort. Tømming på den lokale bensinstasjonen. Sanitæranlegg kan benyttes på Dampskipsbrygga ved Akvariet og Risør Hotel (ca 600 m), samt offentlige toaletter ved Hollenderhagen.

⁹ Sentrumsplanen Risør kommune (2019)

I tillegg tillater kommunen at bobiler kan parkere andre steder så lenge man holder seg innenfor gjeldende parkeringsregler. Nytt i 2020 er bobilparkering på Søndeled utenfor sentrum.



3.12 Kommunikasjon og samferdsel

Fra E18 er det via Fv416 ca 12 km (15 min med bil) til Risør sentrum.

Tellepunktet "Ny Vinterkjær vest" ligger sør for avkjørselen til Risør, på E18. Det er ingen tellepunkter innenfor avkjørselen retning Risør. Det er begren-

et med informasjon om hvor mange som fortsetter sørover og hvor mange passeringer det er i eksempelvis Risør sentrum. Tallene gir allikevel et inntrykk av trafikkvolumet i området og underbygger sesongvariasjonene vi ser i overnattingstallene.



Figur 11: Kartutsnittet illustrerer beliggenheten av tellepunktet i forhold til Risør. (Kilde: vegvesen.no/trafikkdata)

Samlet antall passeringer per år (ÅDT) har steget de siste årene, fra 7868 i 2016 til 9523 i 2019. Statistikken viser tydelige sesongvariasjoner med en topp i sommermånedene juni, juli, august. I juli er det i snitt 14 504 passeringer per dag, og de travleste ukene er 29 / 30.

Det planlegges firefelts motorvei på den 54 km lange strekningen på E18 mellom Dørdal og Tvedestrand. Nye Veier AS har (28.08.20) varslet om oppstart av planarbeidet. Formålet med ny E18 er å binde sammen regionene, utvikle bo- og arbeidsmarkedet og sikre gode rammebetingelser for næringslivet, samt redusere reisetiden og øke trafiksikkerheten. Planarbeidet omfatter kommunene Bamble, Kragerø, Gjerstad, Risør, Vegårshei og Tvedestrand.

Mange tilreisende til Risør kommer med egen bil/ bobil og tilstrekkelig parkeringskapasitet er derfor

en utfordring i høysesongen. Det er lagt til rette for en stor parkeringsplass på Tjenna (få minutters gange fra sentrum). I tillegg er det langtidsparkering ved Risør videregående skole og Risør barne- og ungdomsskole, Kjempesteinsmyra. For å løse fremtidens parkeringsbehov, har kommunen nedsett et adhoc utvalg som i høst skal se på alternative parkeringskonsept og legge frem sine vurderinger av disse (både parkeringsanlegg i fjell og anlegg/bygg i friluft). Utvalget skal se på behov og størrelse for et slikt anlegg og mulig finansieringsmodell.

Busselskapet Konkurrenten som trafikkerer strekningen Oslo – Kristiansand, har stoppested ved Vinterkjær på E18 og tilbyr tilbringertjeneste til Risør sentrum. I tillegg er det to andre busselskap med stoppested Vinterkjær, men i liten grad korrespondanse med lokalbuss til Risør.

Go-ahead trafikkerer Sørlandsbanen fra Oslo til Stavanger, med Gjerstad og Vegårshei som stoppested her. Ingen korresponderende lokalbusser til Risør.

Risør Taxi og Risør Tur og Taxi tilbyr private turer.

M/F Øisang trafikkerer strekningen Øysang-Risør og har som hovedoppgave å frakte skoleelever og følger skoleruta. I perioden 29.6 - 14.8 trafikkerer ferga strekningen alle dager, også i helgene. Fergeruten er en del av sambandet Nasjonal sykkelvei nr 1.

Båten Agnes går til og fra Stangholmen to ganger i timen fra St. Hans til midten av august.

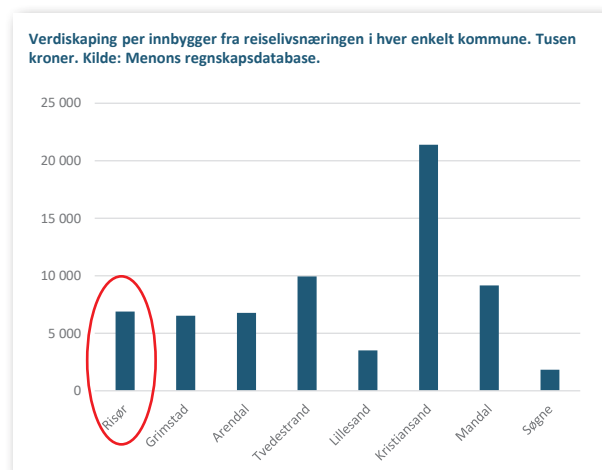
3.13 Verdiskaping fra reiselivet

3.13.1 Økonomisk verdiskaping

Tall fra Menon Economics (2019) viser at den samle-

de **verdiskapingen¹⁰ fra reiselivet i Risør i 2017 var på 47 millioner.** Det tilsvarer 2% av total verdiskaping fra reiselivet på Sørlandet som er på 2,7 milliarder. (Dette er sammenlignbart med tilsvarende undersøkelser fra 2016 og 2018).

Kristiansand har om lag 72% av den totale verdiskapingen fra reiselivet på Sørlandet. På andre plass ligger Arendal med 11%. Målt i verdiskaping per innbygger blir forskjellene en del mindre. Da kommer **Arendal og Risør, omtrent likt med om lag 6.000 kroner i inntekter per innbygger.** Kristiansand er fremdeles på topp med ca. 24.000 kroner i inntekter per innbygger.



Figur 12: Verdiskaping pr innbygger fra reiselivsnæringen (transport, servering, opplevelser og overnatting. Handel er ikke inkludert) på Sørlandet, 2017. Kilde: Menon.

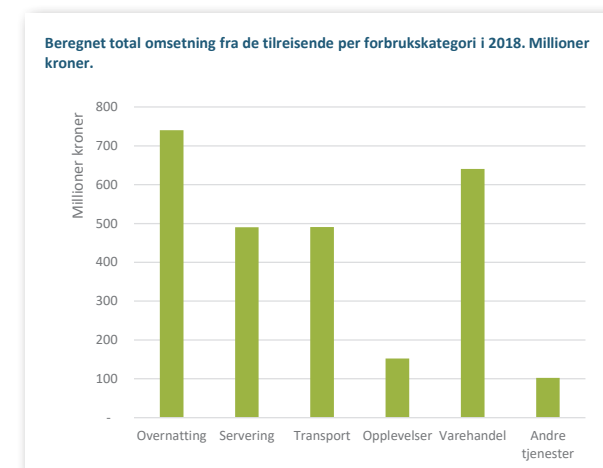
En stor andel av verdiskapingen på Sørlandet er tilskrevet transportsektoren og deretter følger serve-

¹⁰ Verdiskaping er i Menons analyse definert som lønnskostnader + EBITDA (det vil si driftsresultat før avskrivninger, finanskostnader og skatt)

ringsbransjen med 26 %. Opplevelsesbransjen står for 14% og overnattingsbransjen for 13% (Menon 2019).

3.13.2 Turistkonsum

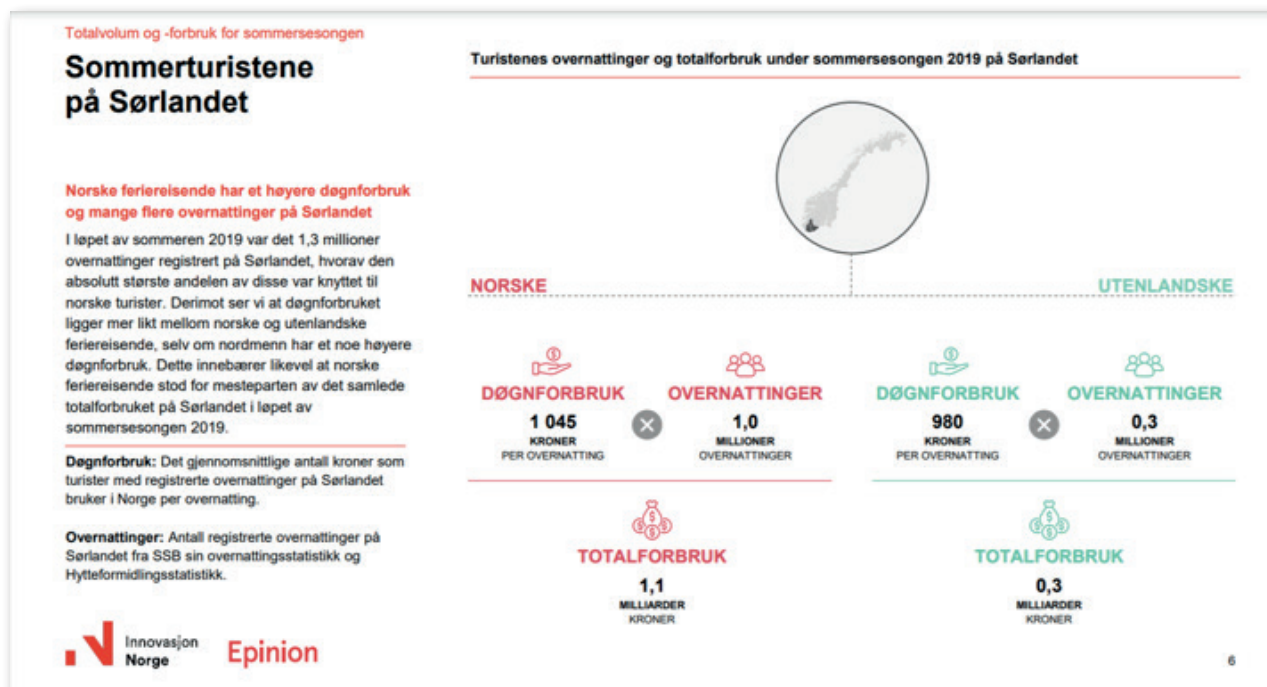
Beregnet etter forbruk fra tilreisende er det overnatting og varehandel som er størst. Det vil si at tilreisende til Sørlandet bruker en betydelig større andel av feriebudsjettet sitt på varehandel enn på opplevelser. Dette er sammenfallende med forbruksmønster fra andre norske byer. Selve verdiskapingen innen varehandel er ikke tilsvarende høy, ettersom en større andel av inntektene går til leverandører i verdikjeden.



Figur 13: Beregnet total omsetning fra de tilreisende per forbrukskategori på Sørlandet i 2018. Millioner. Kilde: Menon.

Turistundersøkelsen fra Innovasjon Norge (2019) viser at nordmenn har et døgnforbruk på Sørlandet om sommeren på kr. 1.045. Dette viser at **nordmenn har et noe høyere døgnforbruk og flere overnattinger på Sørlandet enn i landet for øvrig.**

Ifølge denne undersøkelsen var det rundt 1 mill nor-



Figur 14: Sommerturistene på Sørlandet. Kilde: Turistundersøkelsen 2019, Innovasjon Norge.

ske og 300 000 utenlandske overnattinger på Sørlandet sommeren 2019. Total verdiskaping fra reiselivet var 1,1 milliarder i samme periode, jf. figur 13.

3.13.3 Forbruk knyttet til fritidsboliger

I kommunene Risør, Gjerstad og Vegårshei er det nærmere **2.800 private fritidsboliger**. I Menons analyse av reiselivet på Sørlandskysten tas det utgangspunkt i at det i snitt genereres 73,4 gjestedøgn per fritidsbolig på Sørlandet. For de tre kommunene vil det i så fall bety 204.345 gjestedøgn i fritidsbolig. Legger man så til grunn et gjennomsnittlig døgnforbruk 310 kroner¹¹ utgjør det et sam-

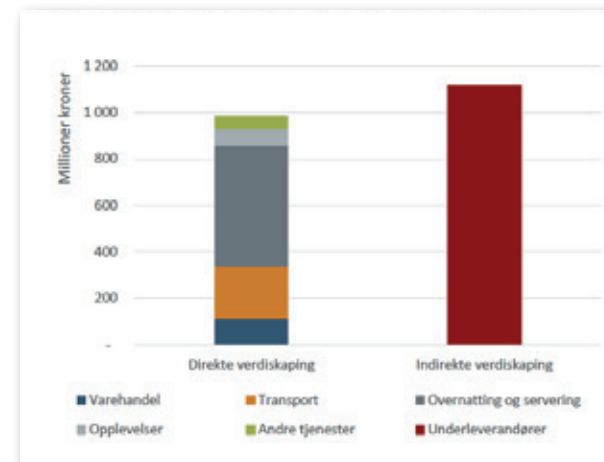
¹¹ Gjennomsnittlig døgnforbruk er beregnet med utgangspunkt i TØIs fritidsboligundersøkelse fra 2011, inflasjonsjustert.

let forbruk på kr. 63 mill. i året.

For Sørlandet som helhet utgjør forbruket fra fritidsboligjester kun 13% av beregnet omsetning fra tilreisende på tross av at de utgjør 36% av alle gjestedøgn.

3.13.4 Behov for bedre tallgrunnlag

Tall på konsum og forbruk gir i begrenset grad et inntrykk av hva som blir igjen i regionen som verdiskaping av reiselivsvirksomhet. Flere destinasjoner har funnet stor nytte av en mer detaljert verdiskapingsanalyse. Dette vil gi et mer nyansert bilde av hva det er som bidrar til faktisk verdiskaping i regionen og ringvirkninger. Figur 14 illustrerer hvor-



Figur 15: Verdiskaping avledet av de tilreisende sitt beregnede forbruk i 2018, samt beregnede ringvirkninger hos innenlandske underleverandører. Millioner kroner. Kilde: Menon Economics 2019:18

dan den indirekte verdiskapingen fra lokal reiselivsnærings vare- og tjenestekjøp i Norge er høyere enn den direkte verdiskapingen. Indirekte verdiskaping er produksjon til underleverandører gjennom hele verdikjeden (Menon Economics, 2019: 18).

Også for Risør sin del ville det vært nyttig å **gjennomføre en egen analyse som beregner verdiskaping fra reiselivet**. Flekkefjord helt vest i Agder startet sin resemålsutviklingsprosess i 2016. Med støtte fra Agder fylkeskommune engasjerte Smaabyen Flekkefjord AS i 2019 Menon Economics til å gjennomføre en ringvirknings- og verdiskapingsanalyse av reiselivet i sin kommune, se egen ramme på neste side. Dette analysen har gitt resemålet Flekkefjord et bedre beslutningsgrunnlag for sitt langsiktige utviklingsarbeid, samt fakta for å synliggjøre reiselivets betydning både internt og eksternt.

STATUS OG UTVIKLING FOR REISELIVET I FLEKKEFJORD

Mangel på statistikk har gjort det vanskelig å tallfeste status og utvikling for turisme og reiselivsnæringen i Flekkefjord. Menon har analysert reiselivets verdiskaping både fra markedssiden hvor de kartla antall turister som overnatter på hotell, camping, leid leilighet/hytte og besøkende ved fritidsboliger, deres forbruk og tilknyttet verdiskaping, og reiselivets verdiskaping fra nærings siden deriblant omsetnings-, produksjons- og sysselsettingsutvikling i næringen ved bruk av Menons regnskapsdatabase.

Markedskartlegging: Menon anslår at det er 141 000 gjestedøgn fra tilreisende til Flekkefjord i 2018 (alle typer overnattinger). Figuren under viser at tilreisende står for 170 millioner kroner i forbruk, mens 45 millioner kroner i

investeringer og vedlikehold av fritidsboliger kommer i tillegg. Totalt sett anslår de at tilreisende til Flekkefjord bidrar til omtrent 100 millioner kroner i verdiskaping i kommunen, noe som tilsvarer 6 prosent av den samlede verdiskapingen i næringslivet i Flekkefjord.

Næringskartlegging: Figuren under viser bedriftene i reiselivsnæringens regnskapstall, og viser at verdiskapingen har økt fra omtrent 27 millioner kroner i 2012, dvs. 31 millioner 2018-kroner, til nær 75 millioner kroner i 2018, en nominell vekst på over 8 prosent i året med startår 2012.

Kilde: Smaabyen Flekkefjord, Menon-publikasjon 34/2020

Figur 1 – a) Anslått reiselivsrelatert forbruk per segment/årstid i Flekkefjord i 2018. b) Utvikling i verdiskapingen i reiselivsnæringen i Flekkefjord. Kilde: Menon Economics (2020)

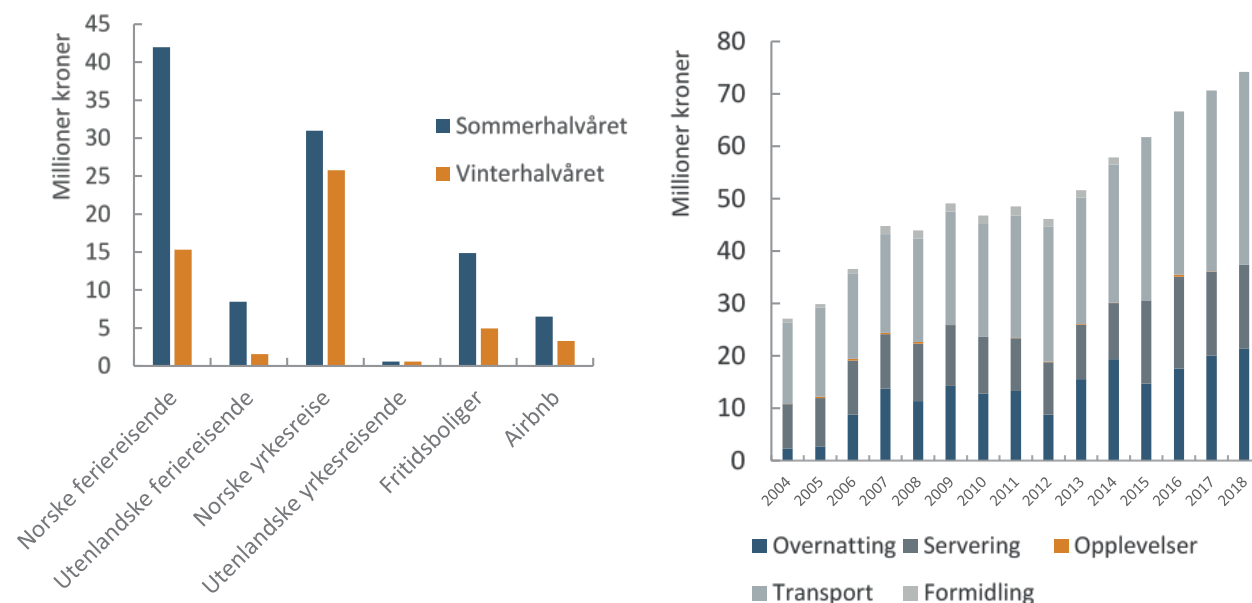


Foto: Sylwia Polak @VisitFlekkefjord



Foto: Mona Rhein



KAPITTEL 4

TRENDER OG UTVIKLINGS- TREKK

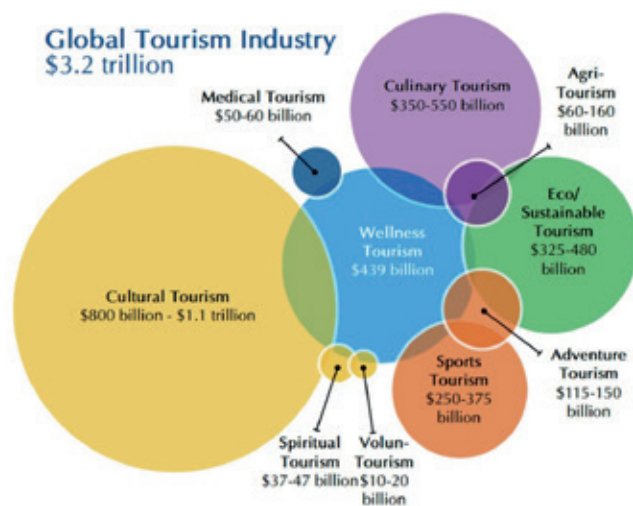
Dette kapittel omtaler overordnede trender som kan ha betydning for de utviklings-tiltak man ønsker å gjennomføre i reisemålsprosessen for Risør.

4.1 Lokalmat og måltidsopplevelser

Mat & reiseliv er en internasjonal trend

I følge UNWTO's (Kilde: 2012 Global Report on Food Tourism), er det 600 000 reiser årlig i Europa hvor hovedmotivasjonen (Reason to Go) er mat & vin. Antall årlige reiser vokser til hele 20 millioner når mat & vin er motivasjon nummer to. Årlig vekst i europeiske mat & vinreiser forventes å ligge på mellom 7-12%.

Synergy with Other High-Growth Niche Segments



Figur 16: Markedsstørrelsene globalt.

"Turistundersøkelsen for sommersesongen for 2014", gjennomført av Innovasjon Norge (2015), kan fortelle at stadig flere turister søker lokal kultur, lokal mat, spennende historier og særegne opplevelser når de skal feriere i Norge. Innovasjon Norge har definert denne kundegruppen som "matglade turister",

en kundegruppe som har økt med 43 prosent sammenlignet med tall fra 2013. Disse "mat-glade" turistene har et høyere døgnforbruk enn den gjennomsnittlige turisten. Innovasjon Norge konkluderer videre med at lokal-mat ikke bare er en økende trend hos turistene, men også blant norske forbrukere.

Måltidsopplevelser – mat med høy opplevelsesverdi

Fra å være et relativt ukjent begrep for bare ti år siden, er det et økende interesse for lokalmat, både fra forbrukers ståsted og aktører på markedet. Lokale innbyggere har fått øynene opp for de matskatter som eksisterer i nær-området, og som nevnt innledningsvis har det blitt en egen gruppe turister som søker måltidsopplevelser og/eller lokal-mat. Disse kundene vil ikke bare ha mat til å bli mett av, de ønsker en matopplevelse. En matopplevelse kan sies å være et måltid med opplevelsesverdi hvor unik meny, unik setting, historiefortelling, lokale spesialiteter etc. er viktige ingredienser.

"Food tourism is the act of traveling for a taste of place in order to get a sense of place." Erik Wolf, Executive Director, World Food Travel Association¹².

Det skal litt til for en restaurant å bli et reisemål i seg selv, slik Restaurant Under på Lindesnes har blitt, både nasjonalt og internasjonalt.

4.2 Nisjeturisme

Nisjeturisme er en viktig trend som også berører borti flere av de andre trendene som skisseres i dette kapitlet. Det handler om turister som velger destinasjon basert på spesifikke interesser, hobbyer og / eller tilknytning til miljø. Eksempelvis kystkultur, trebåter, kammermusikk, dykking.

I Risør er det nærliggende å tenke at alle aktiviteter med en "softtravel" tilnærming er aktuelle å vurdere nærmere. Kajakkpadling er en aktivitet som har fått økt oppslutning, ikke minst etter sommeren 2020. Risør har et ideelt utgangspunkt for kajakkpadling og en satsing her kan utredes nærmere. Se nærmere beskrivelse av statsingen på Ro-og padleled Oslofjord i kap. 5.4.5.

Sykkelrute nr 1 "Kystruta" passerer gjennom regionen og sykkelturisme er en ferieform som er attraktiv for mange målgrupper og som passer inn i profilen til Risør.

¹² Food tourism: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/>

4.3 Historiefortelling

I en undersøkelse blant 400 destinasjonsselskap i USA¹³ mente 65% at god historiefortelling fra destinasjonen er en langt mer effektiv kommunikasjonsstrategi enn å fokusere på bilder av landskap / steder. Historiefortelling utfordrer avsenderen til å se destinasjonen med nye øyne, og til å fortelle historien som formidler stedets egenart. I beste fall treffer den en nerve hos målgruppen.

Historiefortelling er både et markedsføringsverktøy som handler om å fange oppmerksomheten om et sted og vekke reiselyst, og et verktøy i produktutvikling.

Historiefortelling kan også være en rød tråd gjennom hele kundereisen. I årene som kommer vil markedsinnhold og kundeopplevelsen i enda større grad handle om å formidle de gode og nære historiene som berører kunden.

Det er mange spennende natur- og kulturressurser i regionen som kan utvikles videre til kommersielle tilbud gjennom å ta i bruk strategisk historiefortelling. Et godt eksempel er den planlagte kulturopplevelsen "Ferden i Urheia", men det er også mange andre temaer som er interessant å utvikle videre. Den nyetablerte foreningen Maritime Risør representerer en interessant ressurs-base i så måte. Se nærmere beskrivelse i kap. 5.4.2.

4.4 Møte med det lokale

En annen trend som underbygger viktigheten av historiefortelling er etterspørselen etter mer personlige opplevelser. Flere ønsker å involveres

¹³ SkiftX Brand USA: <https://skift.com/destination2020/>

på reisemålet som deltidsinnebygger, snarere enn å være en "sightseeing turist" som beskuer alt fra utsiden.

Frivillig arbeid – mange reiser til ulike deler av verden og jobber som frivillig på festivaler, arrangement eller ideelle prosjekter. I Risør har man flere store arrangement og festivaler som tiltrekker seg frivillige, både lokale og tilreisende, som bidrar til å skape et godt og spennende miljø sammen med likesinnede.

Å få muligheten til å komme i **kontakt med lokalbefolkningen** og få innsikt i lokale levevaner er en økende trend. Et eksempel på noen som har tatt dette på alvor er det Færøiske konseptet "Heimablíðni". Her kan man som gjest booke middag hjemme hos en fastboende familie. Her får man oppleve lokale mattradisjoner og bli kjent med de lokale i deres egne hjem.

Airbnb – trenden illustrerer også behovet og ønsket om å bo i mer personlige omgivelser og få kontakt med lokalbefolkningen.

4.5 Adventure travel

Naturbasert reiseliv og ønske om å delta i naturbaserte aktiviteter har vært økende i mange år. Noen nøkkelfunn hentet fra ATTA sine trendanalyser fra 2018 er:

- Den foretrukne aktiviteten innen reiseliv internasjonalt er 1) vandring, 2) økoturisme, 3) sykling, 4) safari.
- Anslagsvis 66% av gjestens forbruk forblir lokalt.

- Demografisk er det største segmentet innen "adventure traveller", med 41%, mellom 50 – 70 år.

4.6 Kulturturisten

Kulturturistene er en av de turistgruppene som vokser hurtigst i verden, fra 10 til 15 prosent årlig. De er voksne, velbemidlede og høyt utdannede. Også flere nordmenn anser seg nå som kulturturister. Kulturturistene er dessuten de mest innbringende, og legger igjen 14 prosent mer enn øvrige turister per døgn.

Av de som regnes som kulturturister er det kun 3% som har kultur som eneste motiv. De fleste "kulturturister" som kommer til Norge er opptatt av **kulturopplevelser i kombinasjon med naturopplevelser**¹⁴.

¹⁴ Turistundersøkelsen 2018: "Kultur som en del av turismen i Norge. Sommersesongen 2018." Gjennomført av Epinion på oppdrag av Innovasjon Norge

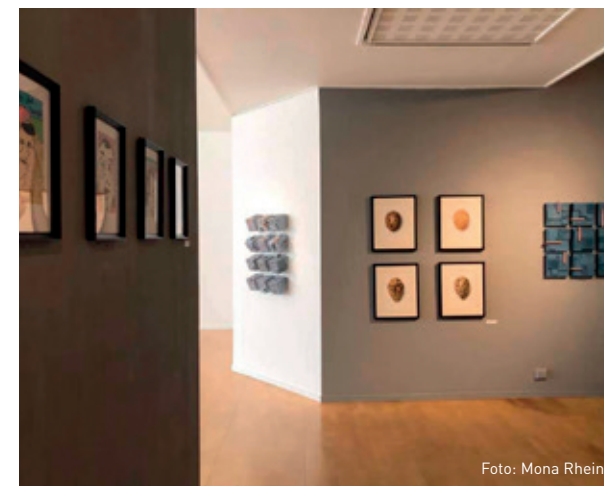


Foto: Mona Rhein

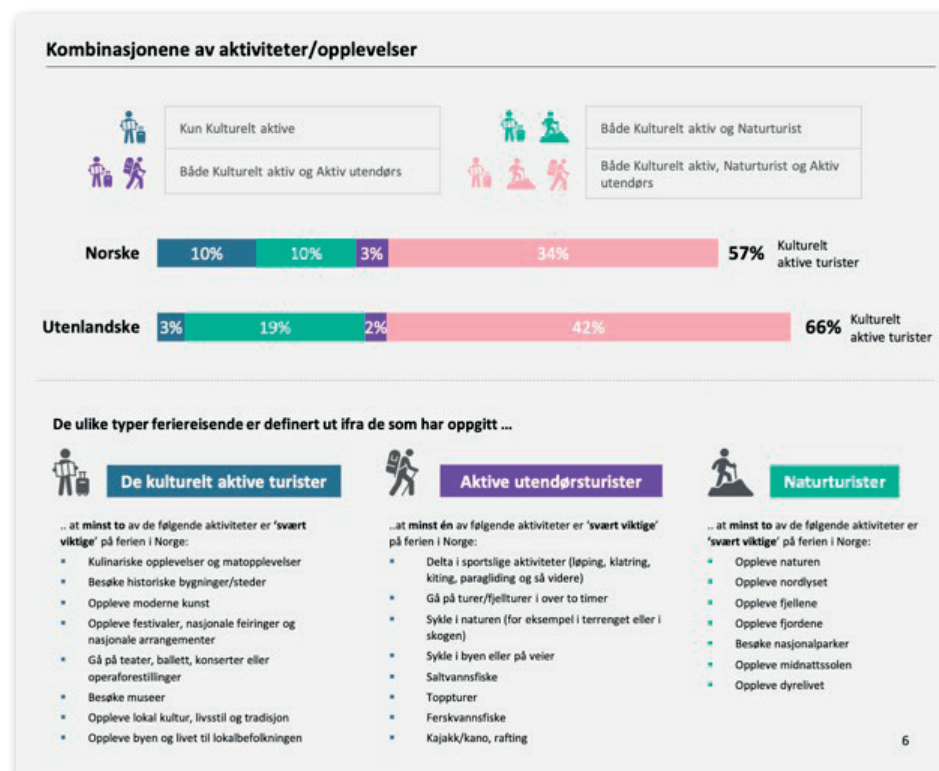


Foto: Adobe Stock

Figur 17: Figuren viser andelen norske og utenlandske "kulturturister" som også er opptatt naturopplevelser.

4.7 Miljøvennlig infrastruktur

Det er en forutsetning i all reisemålsutvikling at den er bærekraftig, ikke minst når det gjelder infrastrukturtiltak. Besøkende i Risør bruker i stor grad individuell transport (bil og båt). Tiltak som kan tilrettelegges for miljøvennlig transport må prioriteres når fremtidige infrastrukturtiltak skal planlegges. Dette kan dreie seg om ladestasjoner for el-biler, elektrisk selvgående shuttlebuss fra satelittparkeringer til sentrum, utleie av elektriske båter, elsykler for utleie etc.

I Regionplan Agder 2030 er det en vedtatt strategi at man skal jobbe aktivt for å realisere målbildet "Electric Region Agder", dvs at Agder skal bli en region der alt er elektrisk og fornybart¹⁵.

¹⁵ Regionplan Agder 2030 - Attraktiv, samskapende og bærekraftig



Foto: Adobe Stock

4.8 "The new normal"

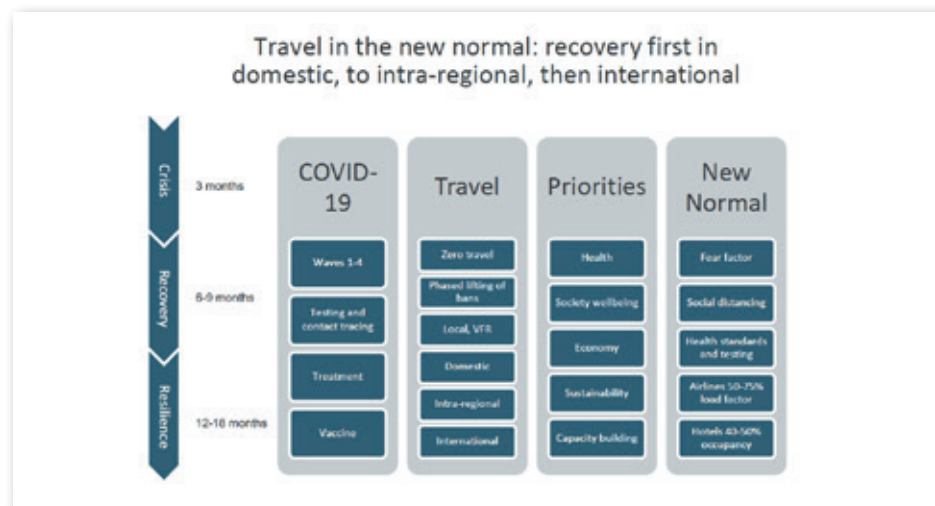
På grunn av det globale virusutbruddet er det stor usikkerhet om hvordan reiselivet vil utvikle seg på kort, mellomlang og lang sikt, jfr. kap. 1.10. Det jobbes kontinuerlig for å prøve å analysere og vurdere ulike scenarier for "Travel in the new normal", se figur 18.

V-U-L er et sosialøkonomisk verktøy som brukes for å analysere hvordan ulike markeder og tilbud kan bygge seg opp igjen, se figur 19 og 20.

Tross en svært usikker situasjon er noen hypoteser som er relativt sikre på nåværende tidspunkt og som vil kunne bety både muligheter og utfordringer for besøksnæringen i Risør på kort og mellomlang sikt (1-3 år).

Her listes noen av de mest relevante hypotesene for Risør som reisemål:

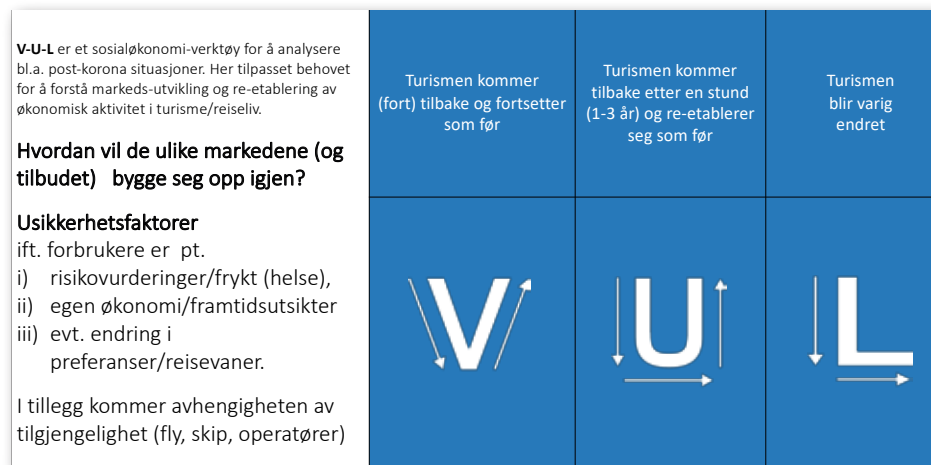
- Størstedelen av norske ferie/fritidsreiser antas å foregå innenlands ut 2020 og langt ut i 2021 (mao. skal helgeturer til europeiske storbyer, fotballturer, mat & vin-turer, høstferier for familier, førjulsturer med shopping og julemarkeder mm erstattes av andre opplevelser i eget land).
- Reiser med egen bil foretrekkes fremfor kollektiv transport, fly og ferger.
- Reiser innad i de nordiske antas å være det markedet som starter opp først, deretter land i Nord-Europa.
- Det norske kurs/konferanse-markedet med arrangementer av en viss størrelse ser ut til å være nesten helt borte, mens det er etterspørsel etter



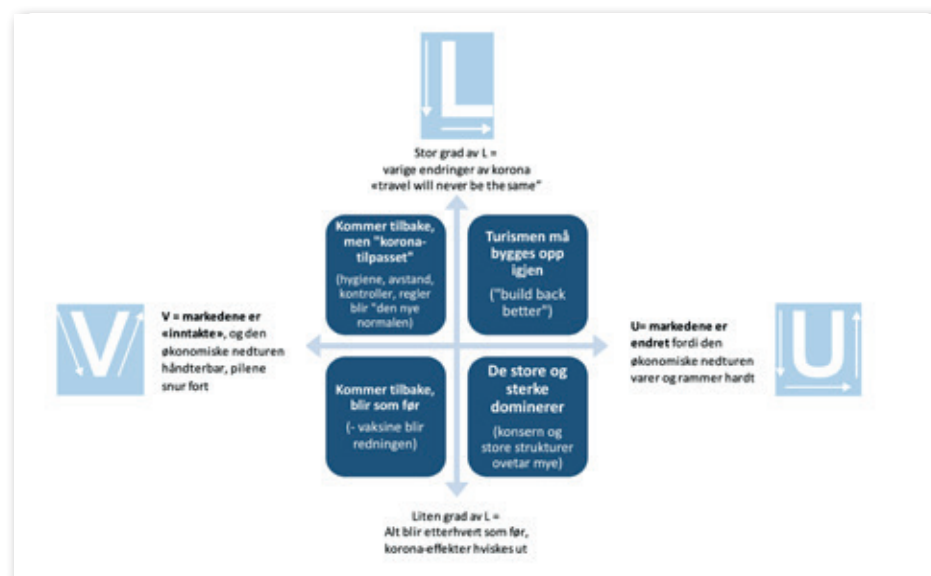
Figur 18: Kilde: Euromonitor International Covid 19, Voice of the industry survey.

særegne tilbud fra små bedriftsgrupper.

- Profesjonalitet ift. hygiene og smittevern vil være et krav fra alle gjester.



Figur 19. Mimir 2020.



Figur 20. Mimir 2020.



Foto: Mona Rhein

A scenic view of a coastal town, likely in Norway, featuring a mix of colorful houses (yellow, white, and red) and a prominent church with a red roof on a hill. The town is situated near a body of water, and the sky is blue with some clouds. The foreground shows a wooden railing and green foliage.

KAPITTEL 5

REISEMÅLET ORGANISERING OG SATSINGER

Det er et relativt stort antall organisasjoner, prosjekter og initiativ som har betydning for utviklingen av reisemålet Risør. Det foreligger også mange relevante utredninger og kunnskapsgrunnlag. Betydningen kan være i form av tilrettelegging, produktutvikling, kompetanseutvikling, organisering, finansiering og/eller formidling og markedsføring. Rapporter, planer og strategier blir å finne på www.risorby.no. I dette kapitlet presenteres de viktigste.

5.1 Reisemålets organisering

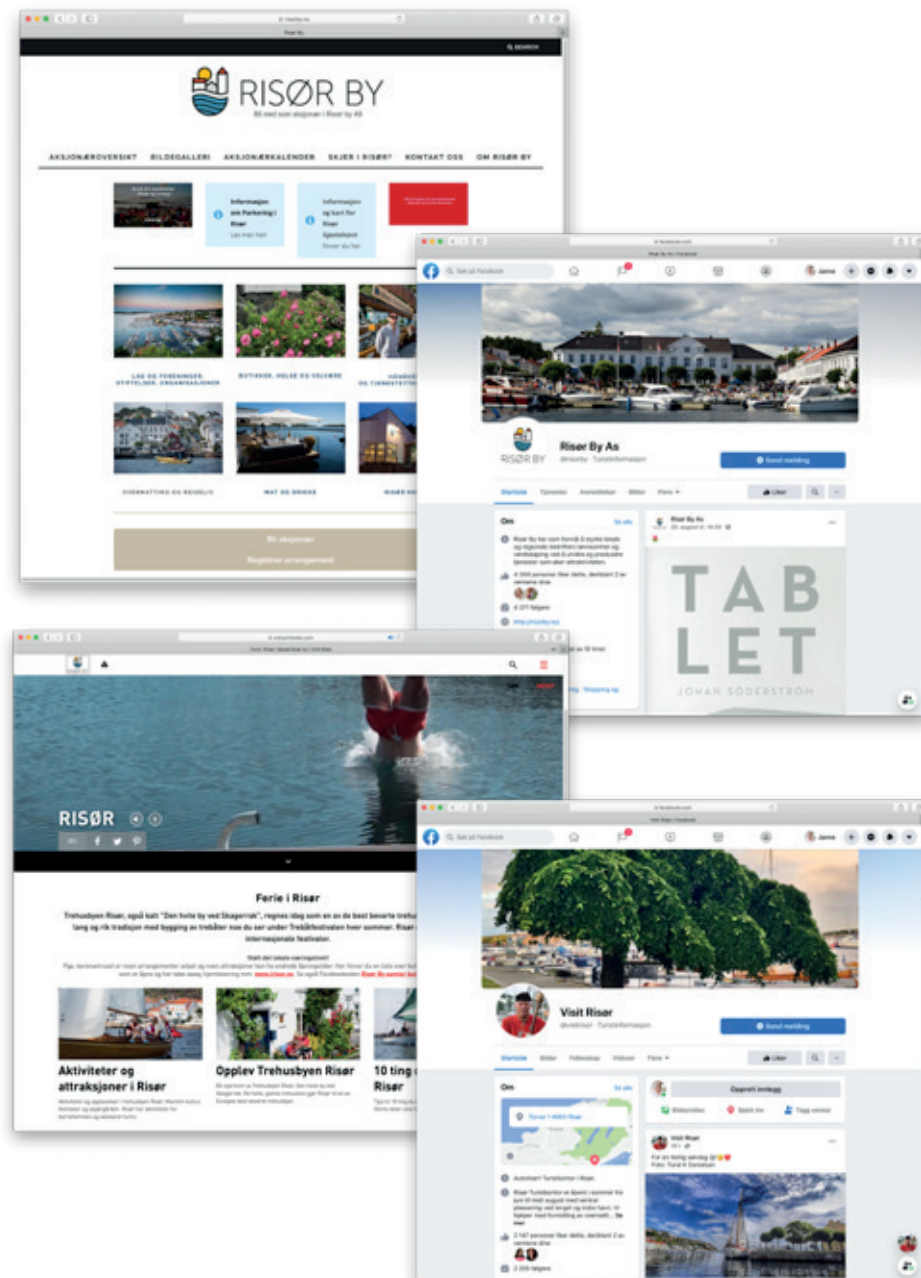
5.1.1 Risør By

Risør By AS ble stiftet i 2015 som et samarbeidsprosjekt mellom kommunen og næringslivet, hvor et økonomisk forpliktende samarbeid var og er en forutsetning. Risør By har som ambisjon å øke antall besøkende og styrke lønnsomhet og verdiskaping for lokale og regionale bedrifter. Risør By sitt primære nedslagsfelt er Risørs historiske sentrum og sekundært kommunen forøvrig. Risør By skal primært jobbe for aksjonærene og ikke direkte mot sluttbruker. Risør By har bl.a. som oppgave å utvikle og produsere tjenester for næringsliv og kommune, som øker Risørs attraktivitet innen kommersielle og kulturelle tilbud. Risør By er digitalt vertskap gjennom hele året og betjener turistinformasjonen som er åpen hele sommersesongen.

Risør By er et non-profit selskap med ca 250 eiere med Risør kommune som største aksjonær. Øvrige aksjonærer består av handels- og reiselivsbedrifter, gård-eiere, lag/foreninger, privatpersoner og andre næringer. Vegårshei og Gjerstad kommuner er ikke medeiere i selskapet, men de er naturlige samarbeidspartnere og reiselivsbedriftene i de to kommunene er invitert til å delta hvis ønskelig.

Driftsinntektene er basert på markedstjenester fra aksjonærer og bidrag fra Risør kommune. Ut over dette søkes midler til ulike prosjekt. Det jobbes med å omdisponere midler for å frigjøre kapital til arbeidskraft. Risør By har innleid bemanning i turistinformasjon i juni, juli og august. I tillegg har man bl.a. etablert en arbeidsgruppe som består av representanter fra besøksnæringen. Risør By er medlem av både USUS (se pkt. 5.1.3) og Norsk sentrumsutvikling.

Risør By drifter nettsiden www.risorby.no som er beregnet for intern kommunikasjon og www.visitrisor.no som ligger under www.visitorslandet.no. Risør By har inngått en samarbeidsavtale med Gjerstad og Vegårshei kommuner som dermed er presentert med sine tilbud under Risørs sider på visitorslandet.com. I tillegg kommuniserer Risør By på sosiale medier som Facebook og Instagram bl.a. med



ansvar for en ny Facebook-gruppe for hyttefolk og ferierende i Risør. Det gjennomføres også en rekke digitale markeds kampanjer.

5.1.2 Risør Reiselivslag

Risør Reiselivslag, etablert i 2008, er en interesseorganisasjon for reiselivet i Risør. Reiselivslaget har 14 medlemmer og aktiviteten er begrenset, da man i all hovedsak kanalisere aktivitetene gjennom Risør By.

5.1.3 USUS

Risør By er medlem av USUS, en næringsklynge (tidligere en ARENA klynge) for reiseliv-, kultur- og opplevelser på Sørlandet med ca. 130 partnere i Agder og Telemark. USUS er landsdelsselskapet for Sørlandet, nærmere geografisk avgrenset til det nye Agder fylke med hovedkontor i Kristiansand. USUS drifter reiselivsnettstedet www.visitsorlandet.com, samt flere lokale reiselivssider på Sørlandet. USUS skal bidra til utvikling av bedriftene i regionen, samt synliggjøre landsdelen og det den har å by på gjennom merkevaren Visit Sørlandet. Siden oppstarten av klyngen har det vært jobbet dedikert med fokus på gjenkjøp – at gjestene skal være så fornøyd at de kommer tilbake og/eller anbefaler andre å reise hit. USUS arrangerer den årlige fagkonferansen Norwegian Digital Travel, samt en rekke andre møteplasser og kompetansetiltak for medlemsbedriftene.

5.2 Regionale planer og strategier

De viktigste regionale planene er Regionplan Agder 2030 og Besøk Agder 2030.

5.2.1 Regionplan Agder 2030

Regionplan Agder 2030 er et overordnet strategisk styringsdokument for Agder og tilhørende 4-årige handlingsprogram skal fortløpende rulleres. Planen har fokus på fem tema som skal være hovedsatsingsområder frem mot 2030:

- Attraktive og livskraftige byer, tettsteder og distrikter.
- Verdiskaping og bærekraft.
- Utdanning og kompetanse.
- Transport og kommunikasjon.
- Kultur.

En målsetting er bla. at samarbeidet mellom kultursektoren og reiselivet om kulturturisme skal oppnå en nasjonal status. Det kan også nevnes at det jobbes aktivt med å realisere målbildet "Electric Region Agder", om at Agder skal bli en region der alt er elektrisk og fornybart.

5.2.2 Besøk Agder 2030

Besøk Agder 2030 er en del av Regional plan for innovasjon og bærekraftig verdiskaping Agder, vedtatt av fylkestingene i 2015. Målsettingen er at besøksstrategien skal gi aktørene i landsdelen et felles verktøy for utvikling. Det er identifisert fem innsatsområder; 1) Best for Barn 2) Best på gjenkjøp 3) Kompetanse 4) Innovasjon 5) Infrastruktur. Bærekraft skal legges til grunn for all utvikling.

Agder har en posisjon (i det norske markedet) som det blide Sørlandet og har et image som sier "sol og bad og late dager". Reiselivsstrategien "Besøk Agder 2030" har visjonen "Agder skal bli best for barn. I 2030 er Agder Nordens mest attraktive region å besøke for barnefamilier."

Agder skal ha en bærekraftig besøksnæring:

- Økonomisk bærekraft: Besøksnæringene i Agder skal være lønnsomme og konkurransedyktige.
- Miljømessig bærekraft: Besøksnæringene skal ha et særlig fokus på bevaring av kultur og natur, reduksjon av lokal forurensning, ressurseffektivitet og lave klimagassutslipp (det grønne skifte).
- Sosial bærekraft: Besøksnæringene skal styrke sosiale verdier ved å ha fokus på jobbkvalitet for ansatte og skal satse på gjestfrihet, trygghet og opplevelseskvalitet.

Kilde: https://agderfk.no/_f/p1/icb87c60c-54b4-4068-948c-1d36c70fa75b/besok-agder-2030.pdf

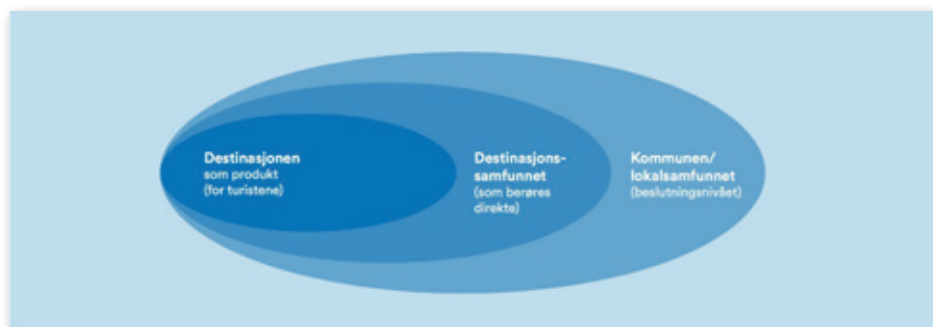




Foto: Foap-Visitnorway.com

5.3 Lokale planer og strategier

Reisemålsutvikling omhandler det som kalles destinasjonssamfunnet, men påvirkes i stor grad av det som skjer i kommunen/lokalsamfunnet (beslutningsnivået). Se figur 21.



Figur 21: Reisemålsutvikling omhandler det man kan kalle destinasjonssamfunnet.
Kilde: Innovasjon Norges håndbok for reisemålsutvikling.

5.3.1 Risør kommune - kommuneplanens samfunnsdel 2019-2030

Visjonen for Risør er at man skal vokse gjennom **samarbeid og attraktivitet**. Visjonen gir en retning for hvordan Risør skal oppnå en positiv befolknings- og samfunnsutvikling og at kommunens attraktivitet er svært viktig for å kunne tiltrekke seg nye innbyggere, besøkende og næringsliv. Det samme gjelder i forhold til innbyggere og næringsdrivende som allerede er etablert her, slik at de velger å fortsatt bli værende i kommunen. Punkter å merke seg fra planen (vedtatt av Risør bystyre 26.11.2019) i forbindelse med utviklingen av reisemålsstrategien er:

- Videreutvikle kommunens fortrinn og ta del i veksten i besøksnæringen.
- Opprettholde et variert helårlig kulturtilbud og videreutvikle kunstsatsingen.
- Skape rom for verdiskaping i skjæringspunktet mellom lokal kultur- og opplevelsesbasert næring.
- Styrke kunnskapen og engasjementet rundt kystkulturen.
- Jobbe aktivt med tiltak som styrker turisme, handel, næring og aktivitet i Risør sentrum.
- Bevare og videreutvikle de historiske, antikvariske, arkitektoniske, kulturelle og miljømessige verdier som Risør representerer.
- Videreutvikle Torvet som byens viktigste møteplass.

- Styrke og videreutvikle merkevaren "Trehusbyen" og "Den hvite by ved Skagerrak".
- Videreutvikle Risørs historiske sentrum som destinasjon og arena for opplevelser og aktivitet.
- Bruke kommunale bygg i Risør sentrum til virksomheter som gir økt aktivitet i byen.
- Videreutvikle de formelle interkommunale samarbeidene og øke satsingen på regionale og interkommunale samarbeid der det er nødvendig.



5.3.2 Strategisk plan for kulturminner 2017

Risør kommune vedtok i 2017 en strategisk plan for kulturminner. Bakgrunnen var behovet for å systematisere og organisere informasjonen om kulturminner – og kulturmiljøer. Planen slår fast at Risør kommune skal være en aktiv tilrettelegger for verdiskaping og utvikling av kommunens kulturmiljø og -minner, i tett dialog med fylkeskommunes kulturminnevernforvaltning og Riksantikvaren. Videre skal kommunen bistå næringsdrivende som vil etablere og videreutvikle næring i kulturminner og kulturmiljøer, slik at man sammen finner gode og framtidsrettede løsninger. Områdene i Kulturminneplanen er 1) Den historiske trebyen Risør 2) Kulturmiljøer og 3) Kulturlandskap.

5.3.3 Sentrumsplanen for Risør

Riksantikvaren har utarbeidet en database over byer og tettsteder i Norge med kulturmiljøer som har nasjonal interesse. Store deler av sentrumsbebyggelsen i Risør er med i dette registeret.

Det er utarbeidet en reguleringsplan for sentrum inkl. indre havn¹⁶. Gjennom planen kan kommunen ivareta byens særpreg samtidig som man gjør den fleksibel nok til at næringslivet kan blomstre og beboerne kan leve og arbeide her på en god måte. Dette skal være en plan for ønsket utvikling av Risør sentrum og dermed svært viktig når man legger til grunn at stedsutvikling og reisemålsutvikling henger nært sammen. Det er mange tiltak i planen som har stor betydning for en positiv reisemålsutvikling dersom disse lar seg gjennomføre. Reisemålet Risør kapitaliserer nemlig i stor grad på selve byens skjønnhet.

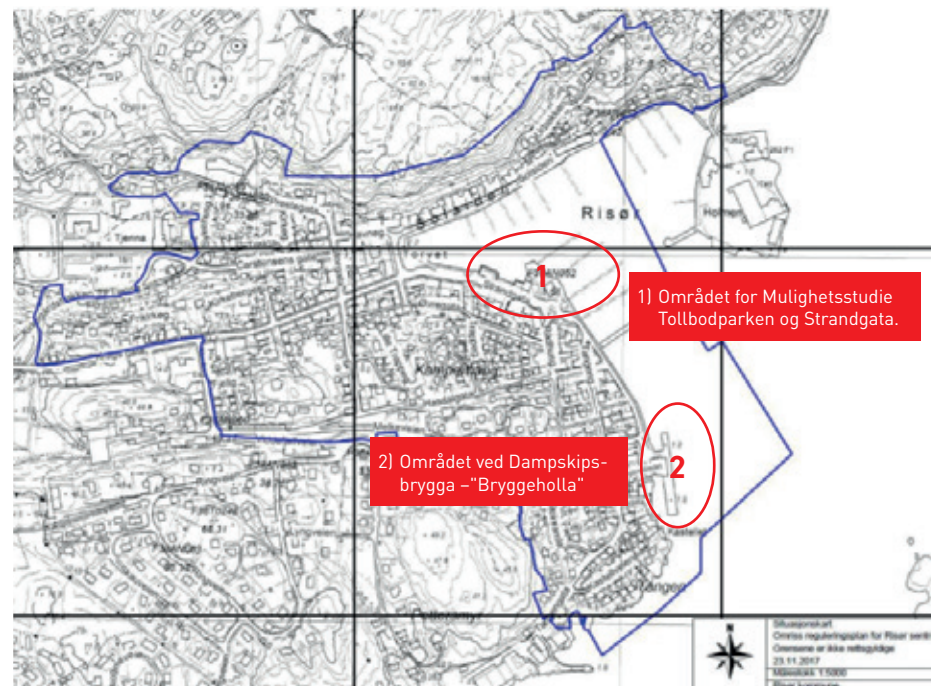
Noen av de større endringene som foreslås i planen omfatter: Tydeligere bestemmelser, utvidede offentlige uteområder, endringer i parkeringsplasser, nedgravde søppelanlegg, mulighet for steinmolo/bølgebryter, enveiskjøring i Torggata, regulering av branngater, mulighet for rivning av den gamle bensinstasjonen, etablering av takterrasse på Brygga og endring av brygger innerst i havna.

Sentrumsplanen ble lagt ut til offentlig høring i desember 2019 med frist for innspill i april 2020. Det kom innsigelser fra fylkeskommunen (ift. forslag om takterrasser) og en jobber nå med et mulighetsstudie, finansiert av fylkeskommunen, for å finne alternative løsninger før endelig plan kan vedtas politisk.

Det pågående mulighetsstudiet (september 2020) gjelder området Tollbodparken og Strandgata. Den fremtidige utformingen av dette området vil ha stor betydning for Risør sentrum som et attraktivt "opplevelsesrom". Tollboden eies av kommunen og er et sentralt og viktig bygg for sentrum. Politiet har nå flyttet ut og bygget er lagt ut for leie. Avhengig av hva bygget skal inneholde av virksomheter, kan dette få en positiv betydning for aktiviteten i sentrum.

Det er tidligere utarbeidet et mulighetsstudie for utvikling av en ny sosial møteplass mellom Bryggholla, akvariet og Risør hotel (27.11.2019). Dette området har også en sentral betydning for mange av de besøkende i Risør. Mulighetsstudiet

¹⁶ Risør sentrum har sin verneplan fra 1991 som nå rulleres gjennom den nye Sentrumsplanen.



Kilde: <https://www.risor.kommune.no/politikk-og-organisasjon/kunngjoringer-og-horinger/offentlig-ettersyn-reguleringsplan-for-risor-sentrum.27417.aspx>

er et innspill til sentrumsplanen (reguleringsplanen for Risør sentrum) og annet plan- og utviklingsarbeid i området.

5.3.4 Sentrumsutvalgets rapport

Risør sentrum har hatt en negativ befolkningsutvikling de siste ti årene, samtidig som det vakre og vel bevarte sentrum framstår som et attraktivt sted å bo. Med dette som bakteppe, ble det nedsatt et sentrumsutvalg for å vurdere en fremtidig sentrumsutvikling mot 2040. Planen ble formelt overlevert bystyret i juni 2018 for videre oppfølging. Den peker på en rekke forhold som er viktige for å utvikle sentrum til en attraktiv bykjerne. Utvalget foreslår en rekke konkrete tiltak for å nå målsettingen og, på lik linje med tiltakene i sentrumsplanen, er mange av disse også av stor betydning for Risør som attraktivt besøksmål.

Sentrumsutvalget rapport er inndelt etter samme modell som kommunens Beboerundersøkelse, utført av firmaet Feste i 2016, med følgende temaer:

- byens identitet
- beboerne
- parkering og infrastruktur
- nærings- og besøksutvikling
- møteplasser

I tillegg har Sentrumsutvalget valgt å inkludere et viktig tema de mener er sentralt for utviklingen av Risør sentrum, nemlig – kultur. Og et tema som preger samfunnsutviklingen på mange områder: digitalisering.



5.3.5 Kommunale planer i Vegårshei og Gjerstad

Kommuneplanens samfunnsdel for Vegårshei (2019 - 2031) har formulert følgende målsetting; Være en attraktiv bokommune i kontinuerlig utvikling, med 2350 innbyggere innen 2031. Reiseliv og besøksnæring er ikke fremhevet spesielt, men satsing på bla. hytteutvikling, stedsutvikling, friluftsliv og folkehelse vil bidra til å styrke attraktiviteten for besøkende til kommunen.

Gjerstad kommune jobber nå med en Strategisk Næringsplan som skal være ferdig i 2021 og innarb-

eides i kommuneplanen, sammen med Landbruksplanen. Kommunene har også en egen Kulturminnevernplan og en temaplan for utviklingen på Brokelandsheia. Begge med relevans for reisemålsprosessen.

5.4 Regionale og lokale initiativ under arbeid

Stoltheten til byen er stor blant lokalbefolkningen. Dette gir seg bla. utslag i stor frivillig innsats av byens befolkning, både når det gjelder dugnad under festivaler, havneverter i regi av seilforeningen, mannskap på Risør II etc. Det er flere initiativ hvor frivillige, private næringsaktører og det offentlige har funnet en samarbeidsform som fører til positive resultat.

5.4.1 Risør By – 300 år i 2023

Risør har 300 års by-jubileum i 2023. Det er nylig nedsatt et eget utvalg som skal jobbe med planleggingen av jubileet.

Jubileumsboken "En liten åpen by, fortellinger om Risør 1873-2018", hvorav bind 1 av 2 allerede er lansert:



<https://www.irisor.no/2019/06/26/man-ge-som-var-spente-pa-boklansering/>

5.4.2 Maritime Risør

Maritime Risør er et initiativ som skal bidra til å posisjonere Risør ytterligere gjennom å samle, koordinere og videreutvikle aktiviteter innen kystkultur, bygningsvern og bærekraft. Det er stiftet en forening som har som formål å øke oppmerksomheten rundt Risørs kystkultur og maritime kulturarv. Man ønsker bla. å organisere, støtte og koordinere de maritime

foreningene i Risør, samt synliggjøre innsatsområder som berøres av marin og maritim virksomhet og kystkultur, som turisme, opplevelser, events, oppvekst, skole og samfunn.

Initiativet Maritime Risør har utspring i Bynett Sør – som er et nettverk mellom forskning og offentlig sektor i Agder knyttet til UiA. Bynett Sør skal være en regional møteplass for bærekraftig by- og stedsutvikling og smart mobilitet i Agder og vi skal arbeide for å nå mål i Regionplan Agder 2030; les mer her <https://www.uia.no/senter-og-nettverk/bynett-sor-by-lab/bylab-by-liv-og-sosial-baerekraft>

Gjennom en ByLAB i regi av Bynett Sør høsten 2019 har Maritime Risør også jobbet frem et forslag til bruk av Tollboden.

5.4.3 Regionalt senter for tradisjonshåndverk i Risør

Risør By har i samarbeid med bl.a. Pågang Næringshage og kommunen, finansiert av Agder fylkeskommune, gjennomført et forprosjekt med formål å sondere muligheten til å etablere et "Regionalt senter for Tradisjonshåndverk i Risør." Det jobbes nå med å etablere et fagskolestudium for sentralt å etablere et formalisert opplæringsmiljø som et første skritt på veien mot et "Regionalt senter for Tradisjonshåndverk."

5.4.4 Agders uthavner i verdensklasse

"Agders uthavner i verdensklasse, en felles strategi for Aust- og Vest-Agder fylkeskommune 2016-2020." Samarbeidet mellom de to fylkeskommunene om uthavner er en oppfølging av en satsing i Regionplan Agder 2020 på gode opplevelser og økt attraktivitet.

Samarbeidet er også innarbeidet i handlingsprogrammet til regionplanen med målsetting om å etablere grunnlag for en søknad til Unescos verdensarvliste for uthavnene i Agder.

Fylkeskommunen fikk et tilskudd fra Riksantikvaren til å gjennomføre verdiskapningsprosjektet "Vel i havn". Hensikten med prosjektet er å stimulere til at kulturminner, kulturmiljø og landskap blir tatt i bruk som grunnlag for økonomisk, miljømessig, sosial og kulturell utvikling. USUS har ledet prosjektet og det er gjennomført to piloter (Lyngør og Ny Hellesund). Kilde: <https://usus.no/forskning/vel-i-havn/>

5.4.5 Ro- og padleled i Oslofjorden. Risør-Oslo-Halden

Risør By jobber med å innlemme Risør i Ro-og padleleden som strekker seg langs hele Oslofjorden, se egen faktaboks. Det er naturlig å koble Risør på prosjektet både i Vestfold og Telemark og Agder fylke.

5.4.6 Risør Havbad

Risør havbadeforening er en nyetablert forening som ønsker å fremme god folke-

helse gjennom badstue og helårsbading. Foreningen ble etablert høsten 2019, og arbeider nå med å skaffe midler til en flytende badstue til Risør sentrum. De har utarbeidet en konseptskisse med utgangspunkt i "Bryggehollo" ved Damskipsbrygga, som er en del av området i sentrumsplanen.

5.4.7 Flisvika Brygge og plan om Kyststi til Randvika

Flisvika Brygge er et moderne og sjønært leilighetskompleks kun 450 m fra Risør sentrum, dvs. helt i randsonen av den historiske bydelen. Flisvika Brygge består av **95 leiligheter uten boplikt**. Det er Kamperhaug Boligutvikling som har stått bak denne omfattende utbyggingen hvor både fastboende og deltidsinnbyggere skaper nytt liv i det tidligere industriområdet.

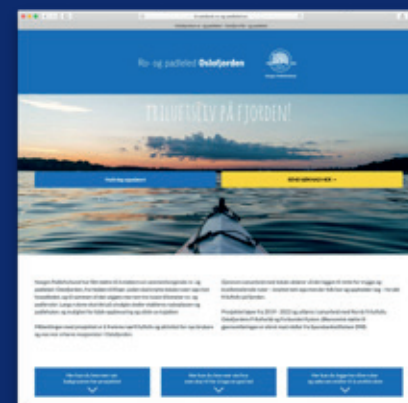
Fra Flisvika går det i dag en tursti i terrenget langs med sjøen inn til bade- og rekreasjonsområdet Randvika. Det kupert terrenget gjør at turstien ikke er tilgjengelig for alle brukergrupper. De regionale bedriftene Norsafe, Lite-House, Ertec og Inventas, tok sammen med Sintef et initiativ til å se på mulighetene for å etablere en universelt utformet kyststi fra Flisvika til Randvik som

Ro- og padleled Oslofjorden

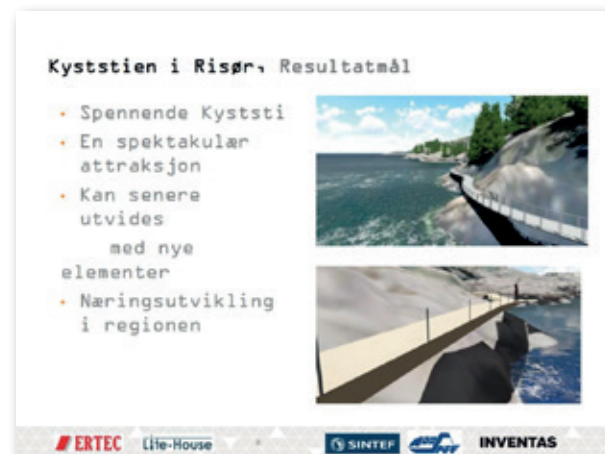
Norges Padleforbund har fått støtte til å etablere en sammenhengende ro- og padleled i Oslofjorden, fra Halden til Risør. Leden skal knytte lokale ruter opp mot hovedleden, og til sammen vil det utgjøre mer enn tre tusen kilometer ro- og padleruter. Langs rutene skal det på utvalgte steder etableres rasteplasser og padlehuker, og mulighet for både oppbevaring og utleie av kajaker.

Målsettingen med prosjektet er å fremme nærfriluftsliv og aktivitet for nye brukere og noe mer erfarne mosjonister i Oslofjorden. Gjennom samarbeid med lokale aktører vil det legges til rette for trygge og kvalitetssikrede ruter – knyttet tett opp mot der folk bor og oppholder seg – for økt friluftsliv på fjorden. Prosjektet løper fra 2019 - 2022 og utføres i samarbeid med Norsk Friluftsliv, Oslofjordens Friluftsråd og Forbundet Kysten. Økonomisk støtte til gjennomføringen er sikret med midler fra Sparebankstiftelsen DNB. Totalt har prosjektet fått 14,6 millioner til å etablere leden. Så nå pågår utviklingen for fullt. I løpet av tre år skal man sørge for minst 3000 kilometer med lokale, graderte og risikovurderte ledsegmenter, samt nødvendige tiltak på land for å øke nytte- og glede verdien.

Kilde: <https://www.oslofjord-ro-og-padleled.no/>
<https://www.vtfk.no/meny/tjenester/idrett-friluftsliv-og-frivillighet/pa-tur-i-vestfold-og-telemark/padleled-vestfold/>



et OFU-prosjekt. Dersom denne kyststien realiseres vil den knytte Risør sentrum nært rekreasjonsområdet ved Randvik, uten bruk av bil. Et mulig OFU-prosjekt ble utredet i 2017, men videre fremdrift er ikke avklart så vidt vi kjenner til.



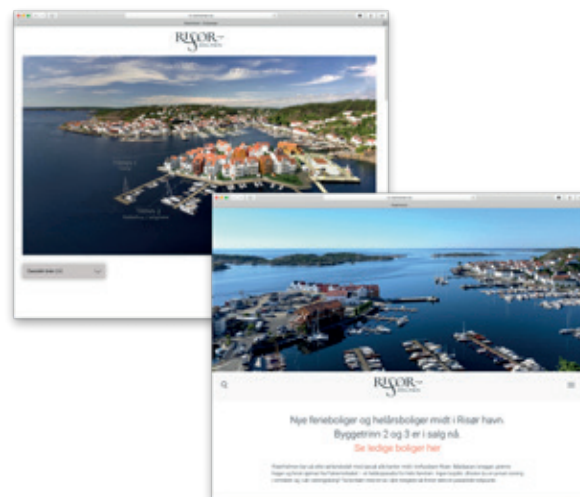
Kilde: Presentasjon "2017-03-30 Næringsdag - Kyststi i Risør - et OFU prosjekt".

5.4.8 Ny bydel på Risørholmen

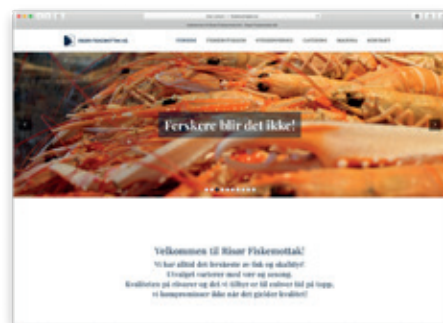
Eiendomsutviklingsprosjektet på Risørholmen ble initiert for over 15 år siden og det har vært mange runder med mye diskusjon og justering av planer før den offisielle åpningen 27.juni sommeren 2020. Hele komplekset bestående av 86 enheter uten boplikt er planlagt ferdigstilt i løpet av 2022. Både fastboende og deltidsinnbyggere har flyttet inn og tatt den nye bydelen i bruk. Det er Backe-gruppen som står bak dette prosjektet.

I enda sterkere grad en Flisvika Brygge, jf. kap. 5.4.7, utgjør Risørholmen en synlig og naturlig del av opplevelsesrommet Risør sentrum. Med offentlig bystrand, marina, brygger, fiskemottak med restaurant

og bilfrie soner vil området fremstå som en attraktiv del av sentrum og bli brukt av besøkende som kommer til Risør både sjøveien og til lands.



Risør Fiskemottak har nylig tatt i bruk et nytt og moderne bygg på Risørholmen og består av en betydelig virksomhet med engros av fisk og skalldyr, fiskebutikk, uteservering, catering og marina. Eierne av fiskemottaket er engasjert i utviklingen av fisk og sjømat gjennom nettverket Smak av kysten, se egen ramme.



Restauranthuset Buene på Solsiden ligger rett ved Risørholmen. Etter noen år med ulike konsepter og drivere, var det ikke åpent sesongen 2020. Nå har eierne av det historiske bygget utviklingsplaner for en kombinert overnatting- og serveringsvirksomhet. Dersom dette realiseres vil det kunne gi Risør økt kapasitet av kommersielle senger og bidra til å skape økt aktivitet i denne delen av byen.

5.4.9 Reiselivsutdanning

Innenfor programområdet service og samferdsel tilbyr Risør videregående skole Vg1 salg, service og reiseliv og Vg2 salg, service og sikkerhet. Dette studiet bidrar til en positiv rekruttering til reiselivsnæringen i regionen.

Skolen har, med økonomisk støtte fra Norges forskningsråd, etablert et tverrfaglig tilbud kalt "Bærekraftlab". Bærekraftlabben blir en alternativ læringsarena der elevene jobber med virkelige bærekraftutfordringer i samskaping med lokale bedrifter, organisasjoner, politikere og universitet.

5.4.10 Beyond Risør

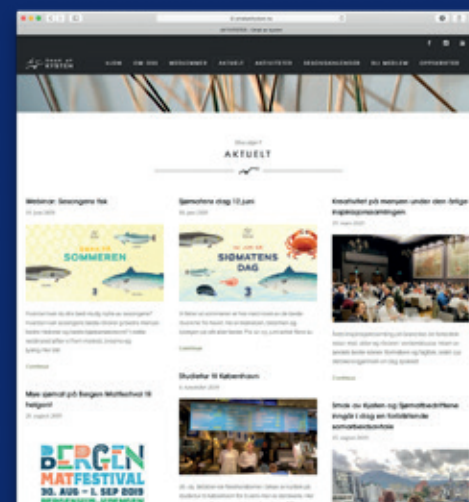
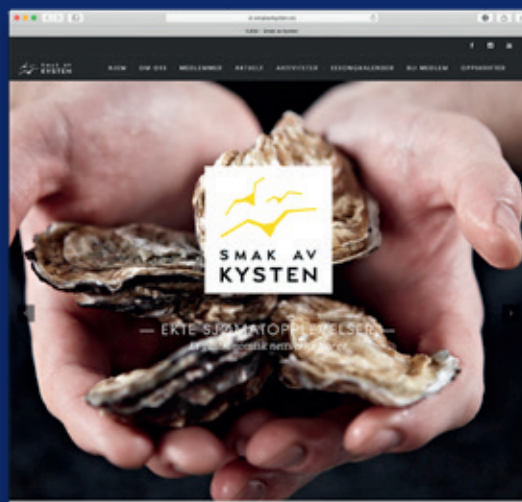
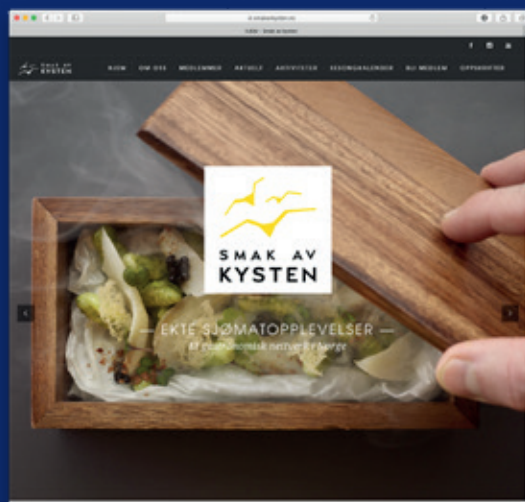
Et samarbeid mellom Arkitektthøgskolen, kommunen og Universitetet i Agder hvor studenter kommer for å delta i en ukes camp for å løse stedsutviklingsoppgaver gjennom bruk av "design thinking". I 2020 blir campen arrangert i uke 45, men uten studentene fra Arkitektthøgskolen.

Smak av kysten

Smak av kysten er Norges største gastronomiske sjømatnettverk med over 76 medlemmer. Nettverket representerer hele verdikjeden fra fiskemottak, produsenter og grossister til fiskehandlere og restauranter. Kunnskapsutvikling innen sjømat er det bærende element i dette nettverket, og alle medlemmene har gjennomgått et omfattende kompetanseprogram som sikrer høy kvalitet på sjømaten i alle ledd. Spisestedene og fiskehandlerne i nettverket legger sin stolthet i å tilby deg sesongens aller beste lokale råvarer. Nettopp det gir en helt spesiell opplevelse – vinterfersk kysttorsk, vårsild og brosme, sommerens makrell og høstfest med skalldyr.

Smak av kysten utvikler og formidler kunnskap om bærekraftig mat fra havet der kvalitet, mangfold og sesong blir ivaretatt. Kompetansen bygges i hele verdikjeden slik at restaurantene og fiskehandlerne kan begeistre mennesker med ekte sjømatopplevelser. Dette bidrar igjen til økt verdiskapning hos medlemmene og sjømatnæringen forøvrig.

<https://smakavkysten.no/>



KAPITTEL 6

ANALYSE MED NØKKEI- INNSIKTER



Foto: Adam Read, Visit Sørlandet

6.1. Risørs styrke som reisemål

- Tydelig posisjon med fortellingene om trehusbyen, den maritime historien, kunsten & kulturen og det "ekte". En innarbeidet profil i det norske markedet.
- Har et mangfold av aktører som har tilbud tilpasset de besøkendes behov; variert serveringstilbud, attraktive nisjebutikker, vakker og sjarmerende by med trehusbebyggelse, kompakt sentrum, nærhet til sjøen, et rikt kunst & kulturtilbud, hyggelig lokalbefolkning.
- Ny E18 trasé fra Dørdal til Tvedestrand vil bidra til økt tilgjengelighet og enda kortere reiseavstand til store befolkningsmengder. Se figur 5.
- Ligger på "Sørlandsruta" for fritidsbåtfolket.
- Har en profil som "slow city" med rusleavstand til rekreasjon i naturen, badestrender, nærhet til "dagliglivet" i byen.
- Homogene kundegrupper som "passer" hverandre godt, også til lokalbefolkningen (ikke merkbart stort konfliktnivå med for eksempel støyende festdeltakere på uteserveringene og barnefamilier som skal ha ro i båten).
- Har en profil som kunst & kulturby med et trofast publikum innenfor ulike nisjer.
- Har et fellesorgan; Risør By, som samler "troppene" på tvers av bransjer. Ser viktigheten av en helhetlig utvikling av "Risør som reisemål hele året". Trenger fremtidige ressurser for å ha kapasitet til å følge opp initiativ og utviklingsoppgaver, i tillegg til daglig drift.
- En offensiv kommune som ønsker seg "bestillinger" fra næringslivet og felles prioriteringer.
- Stolthet for byen og historien - er "ujålete" og jovial.

- Stort engasjement og frivillighet blant lokalbefolkningen. Mange aktiviteter og arrangement ville ikke kunne la seg gjøre uten dette engasjementet.
- De tre "fyrstårns"-festivalene med mange fornøyde besøkende gjennom mange år (Risør Trebåtfestival, Risør kammermusikkfest, Villvin kunsthåndverkmarked.)
- Den Lille Dyrehage, med sin sentrale beliggenhet like ved E18, er både "reason to go" og "reason to stop" for barnefamilier.

6.2 Risørs utfordring som reisemål

- Sesongstrukturen har alltid vært og fortsatt er den grunnleggende utfordringen.
- Risør blir definert som en SOMMERBY av både markedet, reiselivsaktørene selv og lokalbefolkningen. Høy aktivitet i knappe 6-8 uker i perioden juni - august. Vår, høst og vinteren er lavsesong. Gjestene uteblir og byen ligger (nesten) i dvale.
- I liten grad innarbeidet som reisemål i internasjonale markeder.
- Mange små og mellomstore bedrifter som er sårbare. Kritiske faktorer som kapasitet, kompetanse, lønnsomhet, nettverk og innovasjonsevne setter begrensninger for utvikling. Få store og tunge aktører som kan "dra lasset", dvs. få aktører med store økonomisk muskler og/eller høye ambisjoner.
- Opplevelsestilbudene er ofte basert på ildsjeler og frivillighet, noe som er sårbart og gir varierende forutsigbarhet i leveransene.
- Noe "sprik i laget" - ikke alle aktører deltar i fellesskapet av ulike årsaker (har ikke kapasitet, liten raushet overfor fellesskapet, skummer

fløten, motarbeider, forskjeller i produktet).

- Begrenset overnattingskapasitet/konferansefasiliteter som kan bidra til trafikk innenfor kurs & konferansesegmentet høst, vinter og vår.
- Lite foredling av naturgitte ressurser. Havet, skjærgården, strendene er de viktigste naturressursene for Risør. Tilgjengeligheten til skjærgården og havet er ikke optimalt med få aktører som kan tilby "et møte med skjærgården" dersom man ikke har egen båt.
- Få kommersielle aktører som tilbyr naturbaserte aktiviteter. Noe spredt tilbud hos aktørene utenfor sentrum (kano, kajakk, båtutleie). Kort sesong er en utfordring for å få etablert en bærekraftig satsing.
- Varierende forståelse for hva det betyr å være et besøksmål/reisemål og for kommunens ulike roller i reisemålsutvikling.
- Mange ulike prosesser, prosjekter, planarbeid, strategier som involverer og påvirker reiselivet i større eller mindre grad har skapt en form for "tretthet" hos aktørene. Man blir utålmodig og søker konkrete løsninger og handling. Uttrykker en viss skepsis til "nok en rapport".

6.3 Nøkkelinnsikter

6.3.1 Nye deltidsinnbyggere

- Økning av nye, moderne fritidsboliger – totalt ca. 2.800 enheter pr. 2020 og flere nye områder er under utbygging.
- Kombinasjon av helårs- og fritidsboliger gjør at kommunen får flere deltidsinnebyggere med Risør som sitt 2. hjem. Blir gode ambassadører og bidrar til økt aktivitet året rundt for besøksnæringen. Nye normalen med økt bruk

av hjemmekontor på hytte kan forsterke dette.

- Kommunen fremstår som positiv tilrettelegger for økt antall deltidsinnbyggere (ref. fritak for boplikt).
- Kommunikasjon via ordførers årlige Hytteeier-møtet & ny Facebook gruppe i regi av Risør By. For øvrig er kommunikasjonen mer tilfeldig og kan med fordel brukes som ressurs for lokalsamfunnet.

6.3.2 Infrastruktur

- Tilgangen til Risør er avhengig av individuell transport (bil og båt). Dette fører til utfordringer (i høysesong) knyttet til bilparkering, nok kapasitet i gjestehavna, tilgang til sentrumsnær bobil-parkering, sanitærfasiliteter og avfallshåndtering, god skilting og informasjon etc.
- Infrastrukturen med eksisterende ferger er ikke optimal i høysesong. Det er heller ikke tilgang til taxibåt eller kommunikasjon med andre Sørlandsbyer (ref. ny ferge Langesund – Valle).
- Har en veldrevet gjestehavn som tiltrekker båtfolket på reise langs Sørlandskystens E18. Flere nye tiltak på gang for å videreutvikle gjestehavna.

6.3.3 Serveringstilbudet

- Risør har et stort og variert tilbud av serveringsbedrifter (spesielt sommer), men mangler tydelige matkonsepter og signaturretter med fokus på lokale råvarer (fisk og skalldyr). Bruk av lokale råvarer og lokale retter enkelte steder, men ikke kommunisert og synlig i stor nok grad.
- Strandgata er i ferd med å bli en rendyrket

"restaurantgate" med folkeliv og god stemning.

- Ikke alle i restaurantbransjen er opptatt av å "melde seg på" i et felles utviklingsløp for reisemålet Risør.
- Store forventninger til Fiskemottaket når dette er ferdig realisert.

6.3.4 God timing for å utvikle nye reiseanledninger til Risør året rundt

- Visit Norways strategi "Hele Norge Hele Året".
- "Korona-krisen" fører til økt fokus på trygge og kortreiste opplevelser i Norge.
- Dagens målgrupper har reisemulighet utover "skoleferien".
- Mulig utvikling av "sjømat safari" i regi av De Historiske.
- Små grupper ønsker å samles etter lang periode på hjemmekontor/uten sosiale arenaer; etterspørsel etter styreseminarer, interne bedriftsmøter, vennegjenger, "incentive".
- Nye måter å definere sesongene i Risør på; høysommer, forsommer, ettersommer, skalldyr-høst, sørlands-vår osv.

6.3.5 Mange initiativ styrker Risør som reisemål

- Utålmodighet etter å komme i gang, skape resultater, men det er mange hensyn og interesser.
- Muligheten er å koble de foreliggende initiativene sammen i noen overordnede og helhetlige grep – mens kortsiktige delprosjekter og utviklingsinitiativ bruker energi/entusiasme (løfter i flokk).
- Nye utbygginger, initiativ, aktører kan bidra til en sterkere innsats for utvikling av nye konsepter og sesonger. Det forutsetter at det tilrettelegges for gode fellesskapsløsninger og

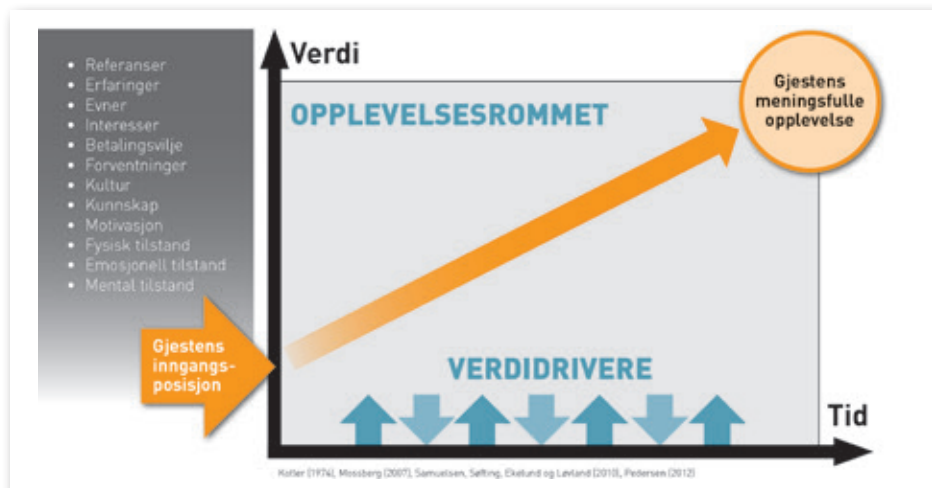
at en "kritisk masse" vil løfte sammen.

6.3.6 Risør sitt historiske sentrum er et opplevelsesrom

- Innen opplevelsesøkonomi bruker man begrepet opplevelsesrom om besøkendes egen oppfattelse av selve attraksjonen og "reason to go". Det kan for eksempel være havnemiljøet på stedet, en strand, et torg. For Risør er kunstformidling, både inne og ute i det offentlige rom, en unik og viktig ressurs for byens attraktivitet. Opplevelsesrom handler også om lokalbefolkningens opplevelse av for eksempel byrom.
- Opplevelsesrommet omfatter verdidrivere og verdiforringere. Verdidrivere i det historiske Risør er positive forhold, som vakre trehus, frodige hager, utsikten til sjøen, atmosfæren med båtliv. Verdiforringere er de negative forholdene, som manglende parkering og offentlige toaletter, søppel i gatene og illeluktende avfallsdunker.
- Ved å definere opplevelsesrommet "Risør historiske sentrum" og herunder verdidrivere og verdiforringere kan man vurdere hva som påvirker fastboende og besøkendes syn på hva det er som gjør Risør attraktiv, det være seg gjestehavna, restaurantgata eller torget. Verdidrivere inngår i det som kan kalles reisemålets attraksjons- eller opplevelsesverdi, og er med på å danne grunnlaget for beslutningen om å dra til et sted eller ikke.
- I et planleggingsperspektiv, eksempelvis knyttet til utbygging, omregulering eller andre inngrep, er det viktig å ha en helhetlig tilnærming til hvilke konsekvenser endringer vil kunne ha for "Risør historiske sentrum" som et opp-

levelsesrom både for de besøkende, deltidsinnbyggere og lokalbefolkning. Dette kan ha direkte innvirkning på stedets attraktivitet, og derigjennom potensialet for besøksnæringen i Risør.

- Innen opplevelsesdesign og historiefortelling finnes en rekke verktøy for å foredle og forstå viktige opplevelsesrom i lokalsamfunnet, se figur 22.



Figur 22: Opplevelsesrommet, Kilde: Mimirs håndbok for opplevelsesdesign (2019)

6.4 Fokus for utvikling av stedlig attraksjonskraft

Sesongstrukturen gjør at de sentrale oppgavene for en videre utvikling av Risør som reisemål er todelt:

- Om sommeren er det viktig å levere det gjestene forventer. Dette krever god infrastruktur som parkering, bobilplasser, toalettfasiliteter, avfallshåndtering, gjestehavn, samt god service og tilpassede åpningstider i bedriftene. Regulering som sikrer tilgang til kyst og natur vil også være helt sentralt.
- Høst, vinter og vår er utfordringen å skape den attraksjonskraft eller tilbud som kan gi økt etterspørsel med nye reiseanledninger i nye sesonger. Dette krever utvikling av nye produktkonsepter med potensial for lønnsomhet.

Arbeidsmetodikk og suksesskriterier for utviklingsarbeidet for sommer i forhold til høst, vinter og vår vil derfor være svært forskjellige, noe som innebærer en organisatorisk og fokusmessig utfordring.



Foto: I Risør



Foto: Knut Erik Liane

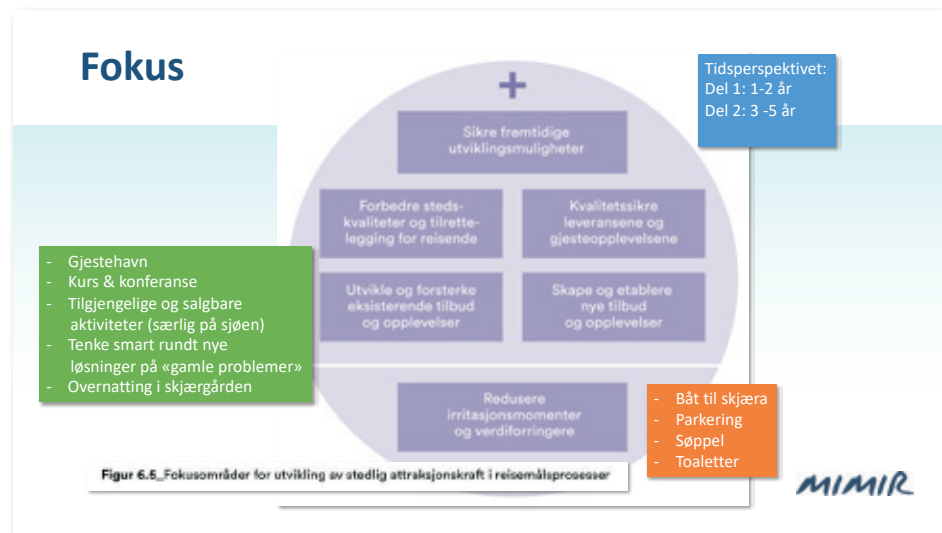
6.4.1 Fjerne irritasjonsmomenter for de besøkende

I analysefasen har vært viktig å få frem både ris og ros. Det er derfor viktig å ta med seg kommentarene fra de to workshopene i fase 1, fra samtaler med aktørene, samt innlegg fra besøkende på sosiale medier om ting de savner eller som oppfattes som "ikke bra nok".

Nedenfor er noen av de irritasjonsmomentene som går igjen;

- Manglende parkering i Risør sentrum.
- Besøkende med bil og bobil kjører feil inn i Risør sentrum.
- Manglende servicetilbud som offentlige toaletter.
- Søppelhåndteringen i Risør sentrum og søppel i gatene.
- Myntautomat på gjestehavna (toalett/dusj).
- Gjesteplasser til båter.
- Manglende tilbud om å komme ut til "skjæra".

Risør skal evne å tenke smart rundt nye løsninger på "gamle problemer"!



Figur 23: Fokus for utvikling av Risørs stedlige attraksjonskraft.

6.4.2 Skape nye reiseanledninger og nye sesonger

Som tidligere beskrevet vil både arbeidsmetodikk og suksesskriterier for utviklingsarbeidet av reisemålet Risør for sommer i forhold til høst, vinter og vår være svært forskjellig.

Når det gjelder utvikling av har følgende hovedpunkter blitt trukket frem:

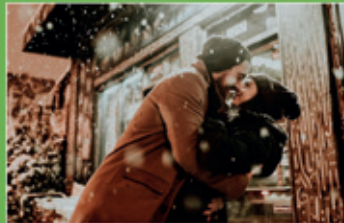
- Fylle årshjulet med reiseanledninger.
- Tilby (opplevelses-)overnatting i skjærgården.
- Utvide gjestehavnas kapasitet og kvalitet.
- Tilgjengelige og salgbare aktiviteter (særlig på sjøen).
- Bedriftsmarkedet med kurs/møter/konferanser (for små grupper).
- Etablering av virksomheter som har fokus på å tilby naturbaserte aktiviteter, eksempelvis padling.
- Samarbeid med kunstmiljøet i byen om salgbare konsept.
- Tilrettelegging og bruk av nye arenaer i byen.

6.5 Opplevelsesdesign

Opplevelsesdesign er å se den totale leveransen fra gjestens ståsted og å utforme opplevelsen slik at den får størst mulig verdi for gjesten og samtidig blir mest mulig lønnsom for produsenten. I arbeidet med opplevelsesdesign brukes ulike verktøy, bl.a. personasmetodikk; En persona er én eller en gruppe tenkte personer som man selv dikter, men som er bærer av typiske behov og karakteristika for målgruppen. Det handler altså om å finne de relevante trekkene ved reisemålets personas slik at man nyanserer bildet av segmentet / målgruppen.

Arbeidet med å etablere en felles personas-portefølje for Risør vil måtte konkretiseres nærmere i det videre arbeidet, men aktørene har allerede i forstudien pekt ut hvilke personaser man allerede har og hvilke man ønsker flere av i fremtiden for å utvikle nye reiseanledninger og nye sesonger.

Reisemålet Risør har følgende personas i dag:

KULTURARVGJESTEN	SLOWTRAVEL-SARAH	DET ROMANTISKE PARET	BARNEFAMILIEN	VENNETURGJENGEN
 • Interessert i fortidas tradisjoner og hendelser • Vil forstå og lære mer • Ildsjel som vil bidra til å bevare kulturarven • Ønsker ypperlig formidling med nye, interessante perspektiver • Deltar svært aktivt i opplevelsene om de gir mening og treffer interessen	 • Nære og autentiske opplevelser • De små tingene • Tett på de lokale • Personlige møter / nye vennskap • Tid til hygge og ro • Unngår mas og stress	 • Vil pleie forholdet • Ønsker romantikk og ting de kan gjøre sammen • Bord for to under måltidene • Oppmerksomhet på rommet	 • Vil ha familietid, pleie flokken • Vil at barna skal ha det fint • Vil ikke ha unødig stress • Vil ha mye moro og relevant info • Opptatt av å dokumentere • Praktiske, trygge og fleksible løsninger	 • Vil pleie flokken sin • Vil gjøre ting sammen • Vil kose seg ved måltidene • Vil bo samlet, gode fellesrom • Sosiale opplevelser viktigst • Vil ha det enkelt og fleksibelt

Forslag om at Risør som reisemål skal jobbe for å få flere av disse personasene i fremtiden:

SLOWTRAVEL-SARAH	LIVSNYTEREN	VENNETURGJENGEN	TEAM-TINE
 • Nære og autentiske opplevelser • De små tingene • Tett på de lokale • Personlige møter / nye vennskap • Tid til hygge og ro • Unngår mas og stress	 • Vil slappe av, koble av, nyte livet og bare tenke på hyggelige ting • Vil kose seg med mat og drikke, fin utsikt og god stemning • Går gjerne turer i fin natur eller besøker et galleri, først og fremst for å gjøre noe trivelig en liten stund • Vil ofte ha ikke-krevende, men variert program	 • Vil pleie flokken sin • Vil gjøre ting sammen • Vil kose seg ved måltidene • Vil bo samlet, gode fellesrom • Sosiale opplevelser viktigst • Vil ha det enkelt og fleksibelt	 • Felles opplevelser som skaper samhold • Riktig utfordring for hver enkelt deltaker • Tid til hygge og samhold • Gode møtefasiliteter • Tilstedeværende vertskap/koordinator for raske endringer • Felles måltider • Trygghet og sikkerhet

A hand with a ring on the ring finger points towards a plate of food. The plate contains a variety of seafood, including large lobster claws, shrimp, and scallops, along with orange rice and a small bowl of dipping sauce. The background is slightly blurred, showing other people at a table.

KAPITTEL 7

MÅL OG STRATEGIER

STRATEGI FOR RISØR ÅRET RUNDT				
DEN BEST BEVARTE SØRLANDSBYEN SOM SKAPER REISEANLEDNINGER SOM BERIKER BESØKENDE OG LOKALSAMFUNN ÅRET RUNDT.				
UTVIKLE TILBUD I NYE ÅRSTIDER FOR EKSISTERENDE OG NYE MÅLGRUPPER.		STYRKE RISØRS POSISJON OG BIDRA TIL Å LØFTE SØRLANDET SOM OPPLEVELSESREGION.		LEVERE KVALITET I ALLE LEDD OG FINNE NYE LØSNINGER PÅ GAMLE PROBLEMER.
BÆREKRAFT SOM GRUNNLEGGENDE PREMISS				
ETABLERE NYE SESONGER	ARRANGEMENT SOM "REASON TO GO"	ET GODT STED Å BO OG BESØKE	BYGGE LAG	NÆRINGSUTVIKLING BESØKSNÆRINGEN*
Utvikle nye kommersielle konsept basert på det stedlige ressursgrunnlaget.	Styrke og aktivere de tre fyrårnsfestivalene.	Fokusere på Risørs historiske sentrum som opplevelsesrom.	Jobbe kunnskapsbasert. Bredt samarbeid på flere arenaer.	Gode rammevilkår for både eksisterende virksomheter og nyetableringer.
TA UTGANGSPUNKT I 6 STEDLIGE RESSURSER				
RESSURSER	ROLLE FOR REISEMÅLET		RAMMER FOR UTVIKLINGEN	
Risør historiske sentrum med randsoner (Flisvika og Risørholmen)	Den historiske trehusbyen Risør er kjerne-opplevelsen for de besøkende og leverer som et "opplevelsesrom". Kunstformidling inkluderes.		Kommende sentrumsplan for Risør inkl. mulighetsstudier. Sentrumsutvalgets rapport. Kulturminneplan.	
Skagerrak med kyst, hav og skjærgård	Rekreasjonsområde. Fortellingen om Risørs maritime historie. Kortreiste mat- og måltidsopplevelser.		Mulighetsstudiet Kyststi i Risør. Initiativet "Maritime Risør". Tilgang til fisk og skalldyr. Koble seg på Ro-og padleled i Oslofjorden, Risør - Oslo - Halden.	
Kunst- og kulturfestivalene	Strategisk satsing på de "3 store"; styrke og aktivere disse. Være en katalysator for nye initiativ.		Sikre gode vilkår for frivillighet. Tilpasse festivalene til "den nye normalen".	
Innlandet (skog, ferskvann, dyreliv, sanking fra naturen)	Rekreasjonsområde. Tilgang til naturbaserte opplevelser; "retro turisme" i en moderne tapning.		De gode naboene Gjerstad og Vegårshei legger til rette for og inviterer til bruk.	
Hytter og fritidsboliger	Både eksisterende fritidsboliger og nye prospekt sikrer et tilfang av deltidsinnebyggere, hele året. Vik-tig for besøksnæring, lokale entreprenører, håndverksbedrifter, byggevarer.		Helhetlige planer for utbygging. Involvere deltidsinnebyggerne på ulike plan. Dialog med utbyggere.	
Kommersielle aktører innen besøksnæringen*	Service og opplevelser for besøkende. Verdiskaping og arbeidsplasser.		Risør By som fellesorgan. Partnerskap og kommersielle nettverk tilpasset konsepter. Kommuneplanens samfunnsdel. Næringsplaner.	
BYJUBILEET SOM EN KATALYSATOR SOM BIDRAR TIL Å BYGGE LAGET.				

*Med besøksnæring i denne sammenheng mener vi overnatting, servering, transport, handel, kultur, aktiviteter, arrangement.

7.1 Mål

Reisemålsprosessen for Risør med de gode naboene Gjerstad og Vegårshei har som målsetting å øke verdiskapingen i regionen gjennom en bærekraftig utvikling av reiselivet for både miljøet, lokalbefolkningen og næringsaktørene.

7.2 Visjon

Den best bevarte Sørlandsbyen som skaper reiseanledninger som beriker tilreisende og lokalbefolkningen året rundt.

7.3 Overordnet strategi

Situasjonsanalyse og nøkkelinnsikter bekrefter at Risør har stor attraksjonskraft i den klassiske norske sommerferien, men begrenset attraksjonskraft og lite aktivitet som skaper reiseanledninger i året for øvrig. Risør har liten internasjonal trafikk som kan veie opp for manglende norsk trafikk utenfor høysesong. Det strategiske grepet for å nå målet er derfor tredelt:

1. **Utvikle tilbud i nye årstider**, gjennom å tilby nye kommersielle konsepter til både eksisterende og nye målgrupper.
2. **Styrke Risørs etablerte posisjon** som et attraktivt reisemål på sommeren og **bidra til å løfte Sørlandet** som en komplett opplevelsesregion.
3. **Levere kvalitet i alle ledd**, herunder videreutvikle eksisterende tilbud, utvikle nye tilbud og redusere stadig tilbakevendende irritasjonsmomenter gjennom å finne nye løsninger på gamle problemer.

7.4 Delstrategier

Valg av delstrategier baserer seg på nøkkelinnsikter som er nærmere beskrevet i kap. 6.

7.4.1 Etablere nye sesonger

Gjennom å utvikle nye kommersielle konsept, basert på det stedlige ressursgrunnlaget, skal Risør skape nye reiseanledninger både for eksisterende og nye målgrupper året rundt.

Eksempelvis bør en lokal ressurs som sjømat være mulig å utvikle til et opplevelseskonsept i høstsesongen (*arbeidstittel "Skalldyrs-mekka Risør"*). Videre kan man spesialisere seg på å utvikle, selge og levere et "Risør-konferanse" konsept (*arbeidstittel "Møtested Risør"*) tilpasset mindre grupper på 10-20 deltakere som kan være et tilnærmet helårs tilbud. Tematiserte kurs (for eksempel innen kunst, lokalhistorie, håndverkstradisjoner) med spennende foredragsholdere kombinert med opplevelser beregnet for unge eldre (*arbeidstittel "Risør berikelser"*).

Samarbeid med kunstmiljøet i byen for å utvikle konsepter som forsterker byens identitet som kunst- og kulturby. Eksempelvis bruk av Kunstparken som arena for møter og måltider.

Etablere og kommunisere tydelige sesonger som Sørlandsvår, forsommer, høysommer, ettersommer, skalldyrshøst, sanketid, vinterlys, jul i den hvite by etc. Hver sesong med sin identitet og sine tydelige tilbud.

Det er de kommersielle aktørenes eget ansvar å bidra til utvikling og testing, samt markedsføring og salg av produktene. I utviklingsfasen bør man imidlertid prioritere å bidra med faglig kompetanse og gjennomføringskraft for eksempel gjennom samarbeid i bedriftsnettverk.

7.4.2 Arrangement som "reason to go"

Risørs identitet og attraktivitet kan i stor grad tilskrives de tre store årlige festivalene. De tre sto-

re festivalene vil ha et særlig ansvar for å befeste og videreutvikle Risør som en festivalby for valgte målgrupper. Gjennom å styrke og aktivere festivalene ytterligere, kan Risør i enda større grad utnytte festivalenes attraktivitet også i andre, nye sesonger.

Arrangementskompetansen i byen er stor og aktørene kan bidra til knoppskyting av nye initiativ, slik at de blir attraktive både for lokalbefolkningen og besøkende. Det skal utarbeides et årshjul med arrangement som er i samsvar med utviklingen av konsept i nye årstider. Det utarbeides en felles arrangementstrategi.

Som følge av det globale virusutbruddet, vil alle arrangører måtte gjøre tilpasninger til smittevern og ikke minst til nye forbrukerønsker. Her kan de tre store festivalene jobbe kunnskapsbasert og offensivt med nye felles løsninger for å møte "den nye normalen".

7.4.3 Et godt sted å bo og besøke

Risør kapitaliserer i stor grad på sin skjønnhet! Et historisk og levende sentrum er derfor grunnpilaren for Risørs fremtidige attraktivitet som besøksmål. Det betyr at man i denne strategien må fokusere på Risørs historiske sentrum som opplevelsesrom og bruke opplevelsesdesign som metode for å styrke den positive opplevelsen av byen.

Alle, små og store, tiltak må være i samsvar med ønsket om et historisk sentrum hvor det er godt å bo, hyggelig å besøke og attraktivt å drive eksisterende og/eller etablere nye virksomheter. Strakstiltak for å løse avfallshåndtering og forsøpling av gatene, betalingsløsning på serviceanlegg, skilting, informasjon og andre irritasjonsmoment må iverksettes snarest. Langsiktige tiltak, nedfelt i den kommende sentrumsplanen, må finansieres og gjennomføres etter en prioritert tiltaksplan.

7.4.4 Bygge lag

De riktige valgene blir tatt på bakgrunn av kunnskap og kompetanse. Det er viktig at både kommunens politikere og administrasjon har god og relevant kunnskap om reiselivsnæringens betydning for verdiskapingen i kommunen, hvilke utfordringer man står overfor, hvilke behov næringen har og hvordan man kan bidra til å legge til rette for en positiv utvikling.

Samarbeid med andre aktører i landsdelen og ta del i / etablere nettverk vil være et suksesskriterium og forsterke det som må skje lokalt.

Gjennom å foreta verdiskapingsanalyser, gjesteundersøkelser og systematisk bearbeidelse av lokal statistikk vil man få et bredt kunnskapsgrunnlag om besøksnæringen betydning.

Det må samarbeides bredt på flere arenaer, hvor både offentlige, private og frivillige aktører møtes både for å bli inspirert, knytte allianser, løse utfordringer og utvikle nye ideer. Risør By har allerede en sentral rolle som kan utvides ytterligere dersom nye ressurser blir tilført. Her handler det om å sikre gjennomføringskraft til både driftsoppgaver og utviklingsoppgaver.

Det tar tid å "bygge laget" og det viktig å plukke noen åpenbare lavt-hengende frukter som alle har nytte av. Det vil gi nødvendig motivasjon for å jobbe med de langsiktige tiltakene og tillitt til at "det nytter" å løfte i flokk.

7.4.5 Næringsutvikling i besøksnæringen

Kommunen har en viktig rolle som premissgiver. Gjennom gode og forutsigbare rammevilkår kan man berede grunnen for at næringsaktører i besøksnæringen kan utvikle sin bedrift til en mer he-

lårig virksomhet. Å styrke den enkelte bedrift slik at man tar ut sitt potensial, kan for eksempel løses gjennom tilpassede vekst- og kompetanseprogram, gjerne som del av et bedriftsnettverk jf. kap. 7.4.1 Risør trenger nye og helårige bedrifter og kommunen har en viktig rolle som en støttende premissgiver og tilrettelegger i forbindelse med nyetableringer i byen og kommunen.

7.5 Ressurser og muligheter som grunnlag for valgte strategier

Situasjonsanalysen viser at Risør har attraktive ressurser med et potensial for videreutvikling. Ressursene kan grupperes utfra hvilken overordnet rolle de kan ta i å utvikle Risør som besøksmål. De viktigste er gruppert nedenfor og ressursene kan inngå i ulike produkt- og markeds koblinger. Dette betyr at Risør kan utvikle attraksjonskraft i forhold til ulike målgrupper, som dermed vil gi verdiskaping til et bredt spekter av lokale aktører. For å ta ut potensialet må tilbudene utvikles slik at de er konkurransedyktig i sine respektive segmenter og treffer valgte "personas"¹⁷. For eksempel må Risør gjestehavn være konkurransedyktig i forhold til Stavern gjestehavn, Den Lille Dyrehagen i forhold til Foldvik Familiepark og Risør kammermusikkfest til Stavanger og Oslo kammermusikkfestivaler.

I tillegg må tilbudene utvikles slik at en får synergi-effekter mellom dem. Rekreasjonsområdene både på land og vann, samt byen som service- og opplevelsessentrum, er ressurser alle kan profitere på, og dermed viktige for å få til synergien.

¹⁷ Personas - sammensatte dybdeprofiler av semi-fiktive personer, hvor hver enkelt personas beskriver en av bedriftens og/eller reisemålets typiske kunder. Personas eksisterer for å gjøre jobben enklere, fordi det gir både markedsførere og produktutviklere tilgang til informasjon om brukermønsteret til gjesten. Slik forenkler man alle utviklingsplaner.

I oversikten under har vi beskrevet de ressursene vi mener er de viktigste og hvilken rolle de kan fylle for reisemålet.

7.5.1 Risør historiske sentrum med randsoner

Den historiske trehusbyen Risør er kjerneopplevelsen for de besøkende og har alle forutsetninger for å levere som et "opplevelsesrom". Alle ressurser må imidlertid være nøye avstemt, tilpasset omgivelsene og behandles med varsomhet. Ansvaret ligger både på lokalbefolkningen som bor her, næringsaktører som driver kommersiell virksomhet, gård-eiere, kommunen som tilrettelegger og eier samt besøkende som blir invitert inn som gjester tett på beboerne.

I løpet av de siste årene har det vokst frem to nye og moderne bydeler som står i fin kontrast til det historiske sentrum. Sentrum har fått en ny dimensjon med Flisvika Brygge på den ene siden og Risørholmen på den andre. Begge bydeler med sine funksjoner og samtidig en mulighet for utvikling av nye tilbud som Fiskemottaket, bystrand, kyststi som gir nærkontakt med havet.

Utviklingen av området rundt Tollboden inkludert bruken av selve Tollboden, blir viktig for opplevelsesrommets helhet. En videre konseptualisering av Strandgata som restaurantgata vil også tilføre området positiv energi og aktivitet.

Kunstformidling, både innendørs og ute i det offentlige rom, forsterker Risørs attraktivitet og identitet som kunst- og kulturbby.

7.5.2 Skagerrak med kyst, hav og skjærgård

Havet, kysten og skjærgården er de viktigste naturressursene for Risør som reisemål. Mange rekreasjonsområder, både på land og skjærgård, er til-



Velausryggen. Foto: Vegårshei kommune



Foto: Shutterstock

rettelagt for publikum. For reisende som kommer sjøveien er det lagt godt til rette med gjestehavner, serviceanlegg, drivstoffylling, utstyrsbutikker og opplevelser på land.

Risør har en tradisjonsrik trebåtkultur og en stolt fortid som en av landets største sjøfartsbyer i seilskutetiden. Kystkulturen i Risør står fortsatt sterkt.

Havet og skjærgården som opplevelsesarena har et stort potensial. Interessen for "Slow travel" er økende. Gjennom å koble Risør på Ro- og padleled Oslofjorden vil man få et tilbud til et sterkt voksende padlesegment.

Tilgangen til skjærgården er imidlertid begrenset for besøkende som kommer landeveien og man må sørge for å tilgjengeliggjøre skjærgården på en ny og attraktiv måte.

I tillegg har man tilgangen til havets delikatesser som ressurs for utvikling av nye sesonger, matkonsepter og signaturretter.

7.5.3 Kunst- og kulturfestivalene

Risør er vertskap for tre tematiske kunst- og kulturfestivaler, hver med sitt særpreg og sitt kunde-segment; Risør Kammermusikkfest, Risør Trebåtfestival og Villvin kunsthåndverkmarked. Totalt har festivalene ca. 50 000 besøkende. Festivalene er viktige for identiteten til Risør som kunst & kulturby.

Festivalene står sterkt og har stor arrangementskompetanse som kan utnyttes slik at flere arrangement og festivaler kan se dagens lys. I tillegg kan de eksisterende festivalene aktiveres slik at man kan utvikle spin off arrangementer gjennom hele året.

7.5.4 Innlandet

De gode naboene, Gjerstad og Vegårshei, har store rekreasjonsområder som innbyr til naturopplevelser. Avstanden fra hav til innland er kort og de gode naboene legger til rette og inviterer til bruk. Sanking fra naturen i form av bær og sopp har fått en renessanse og i tillegg er fiske og småviltjakt populært. Bruk av telt og hengekøye har blitt trendy og kan nærmest betegnes som "Retroturisme" i en moderne tapning. I tillegg er Vegårshei Ski og aktivitetssenter en "hub" for så vel sommer- som vinteraktiviteter.

7.5.5 Hytter og fritidsboliger

Det er totalt ca. 2.800 hytter og fritidsboliger i de tre kommunene. I Risør er det flere nye prospekt under utvikling, både sentrumsnært og ved kysten. Regionen har mange deltidsinnebyggere som har Risør, Gjerstad og Vegårshei som sitt foretrukne 2. hjem. Disse utgjør et potensiale både i kraft av sitt "hjerte for stedet", sin kjøpekraft, sin kompetanse, sin markedsføring overfor venner og kjente og som kunder både til besøksnæringen, lokale entreprenører, håndverksbedrifter og hyttetjenesteleverandører.

7.5.6 Kommersielle aktører innen besøksnæringen

Med besøksnæringen mener vi i denne sammenheng tilbydere av alt fra overnatting, servering, transport, handel, kultur, aktiviteter, arrangement. Risør har et stort mangfold av aktører, spesielt innen serveringsbransjen og handel. Med få unntak er de fleste små og mellomstore bedrifter og det er få aktører med store økonomiske muskler som kan dra lasset, eksempelvis til å gjennomføre store markeds- og salgskampanjer som bidrar til en overrassing til øvrige aktører på reisemålet.



Foto: Vegårshei kommune

A woman wearing a dark winter coat and a light-colored fur-lined hat is smiling and raising her right arm in a field of tall, golden-brown grass. The background is a soft, hazy sunset or sunrise sky. The image is used as a background for a presentation slide.

KAPITTEL 8

ANBEFALINGER OG VEIEN VIDERE

8.1 Innsikt fra prosessen

Fase 1 i en reisemålsprosess etter Innovasjon Norges Håndbok skal avklare forutsetninger og ressursfundament for å gå videre til Fase 2 som innebærer å utarbeide en helhetlig strategi for reisemålet. Sagt på en enkel måte skal følgende to spørsmål besvares;

- Er det et potensial?
- Er det vilje?
[..og er laget stort/sterkt/robust nok?]

På et reiselivsaglig grunnlag mener Mimir at det første spørsmålet kan besvares med ja, mens vi på det andre spørsmålet gjerne vil komme med noen betraktninger og foreslå en mulig alternativ vei til målet.

I løpet av prosessen er det synliggjort at det foreligger flere rapporter, mulighetsstudier, strategier og ideer som inneholder forslag til tiltak som er viktige for utviklingen av Risør som reisemål, se kap. 5.2. Utfordringen er imidlertid svak gjennomføringsevne, som det kan være mange grunner til. Det er få kommersielle reiselivsaktører i Risør og alle er relativt små med få helårsansatte. Det blir dermed få personer til å dele på felles oppgavene. Aktørene blir "prosjekttrøtte" og gir klart uttrykk for at man ønsker handling og resultater. Dette er viktig innsikt som gjenspeiler situasjonen i Risør i dag.

Mimir har, fra mange reisemålsprosesser i hele landet, erfart at mange reisemål trenger noe "modningstid", samt noen raske resultater og mer kunnskapsinnhenting før de går fra Fase 1 til Fase 2. En slik operativ "mellom-periode" kan gjerne løses gjennom å søke virkemidler til mer bedriftsret-

tede tiltak i kombinasjon med støtte til nødvendig infrastruktur og kunnskapsinnhenting.

Vi vil samtidig peke på det aktuelle tidsvinduet som følge av den pågående globale viruspandemien. Risør med sin posisjon, sin beliggenhet og sine ressurser kan utnytte dette til sin fordel ved å "raskt komme på banen" gjennom å teste ut nye konsepter og tilbud til ulike målgrupper i det norske markedet både innen bedrifts- og ferie-/fritidsmarkedet.

Mimirs faglige anbefaling til en videre reisemål-utviklingsprosess er som følger:

8.2 Veien videre

- Forstudien (dette dokument) blir den gjeldende strategi på kort sikt (2 år). Strategiske satsinger legges til grunn for å utarbeide en tiltaksplan som skal gjennomføres de kommende to årene, dvs. ut 2022 eller til ny strategi foreligger. Gjennomføring settes i fokus.
- Dette grepet vil vise hvorvidt det er vilje og kapasitet til å jobbe med å konkretisere større langsiktige utviklingsprosjekter gjennom en strategifase som beskrevet i Håndboka til Innovasjon Norge. En slik fase 2 tar normalt 1-2 år med strategiutvikling før man starter opp med selve gjennomføringsfasen som har et tidsperspektiv på 5-10 år (Fase 3/Fra ord til handling).
- Reisemålsprosessens fase 2 (utarbeide en helhetlig strategi) forskyves med et mål om ferdigstilling som en del av by-jubileumsåret 2023. Dette innebærer at man også vil vurdere om en mindre revidering/forlengelse av gjeldende strategi (denne) dekker behovet. I den sammenhengen skal man også vurdere oppstart av arbeidet for

å oppnå Merket for Bærekraftig Reisemål. Prosessen stopper med andre ord ikke opp, men man får anledning til å overbevise både seg selv og omverden at man er i stand til å gjennomføre felles tiltak slik at man er klar for å rigge seg for fremtidige større og mer langsiktige utviklingstiltak. Ny sentrumsplan vil foreligge og være en viktig fremtidig premissgiver.

- Det forestående 300 års byjubileet i 2023 skal være en katalysator som skal bidra til å "bygge laget".
- Det er viktig å påpeke at aktørene selv har ansvar for egen lønnsomhet og for å utvikle attraktive og kvalitetssikrede produkter. Det anbefales at det blir opprettet et bedriftsnettverk med aktører som i fellesskap skal jobbe med å utvikle kommersielle konsept til valgte målgrupper (både eksisterende og nye) i nye sesonger. Prosjektledelsen ivaretas av Risør By. Nødvendig kompetanse kan kobles på nettverket gjennom relevante fagmiljøer. Relevante kompetansetiltak/vekstprogram kan kobles på nettverket, samt en-til-en rådgivning etter behov.
- De 3 store festivalarrangørene tar initiativ til å utarbeide en felles arrangementsstrategi hvor også kommunen har en sentral rolle. Fokus på "hva blir den nye normalen" for arrangement som krever smitteverntiltak, behov for nye tekniske løsninger, kompetanse hos frivillige etc. Dele sin arrangementskompetanse med eksisterende mindre arrangører, samt inspirere nye.
- Kommunen og næringsaktørene finner i fellesskap en arbeidsform som sikrer gjen-

nomføring av strakstiltak, slik at man kan "kvittere ut" oppgaver underveis (spesielt de som har blitt gjengangere og irritasjonsmoment, både for lokalbefolkningen, næringsaktørene og besøkende). Følge opp tiltak som er beskrevet i Gjestehavnundersøkelsen 2018 (Østre Agder regionråd).

- Skaffe innsikt som sikrer at man jobber kunnskapsbasert når man skal jobbe videre i en fase 2. Det anbefales å gjennomføre en verdiskapingsanalyse (jf. kap. 3.13) og en gjesteundersøkelse i løpet av 2021.
- Rigge Risør By slik at man har tilstrekkelig kapasitet til å initiere og gjennomføre felles utviklingstiltak som beskrevet i strategien.
- Avklare rollefordeling i den videre prosessen med de gode nabokommunene Gjerstad og Vegårshei. I tillegg avklare mulig samarbeid med Tvedestrand og evt. andre.
- Avklare mulighetene for å koble Risør på Ro- og padleleden langs Oslofjorden (Risør-Oslo - Halden)(jf. kap 5.4.5).
- Igangsette et utviklingsprosjekt som skal se på alternative muligheter for å sikre tilgang til skjæra for landbaserte besøkende. Avklare hvem som tar ansvar for dette.
- Forankring av strategien 2020-2022 både politisk og administrativt i kommunene, hos de viktigste regionale alliansepartnere og hos besøksnæringen.

8.3 Bygge laget

For å løse oppgaver i fellesskap må det bygges et felles lag "oss her i Risør", som står sammen om valgt strategi og prioriteringer utfra dette. Både næringsaktører, lokalbefolkningen, deltidsinnebyggere og kommunen må sammen bygge dette laget slik at man får styrket Risørs gjennomføringsevne.

I 2023 skal Risør feire sitt 300 års byjubileum og dette gir er en gylden anledning å "bygge laget" frem mot jubileumsåret. Alle krefter må mobiliseres og jubileet må inkluderes i flest mulig sammenhenger. Det gjelder også tiltakene i denne strategien.

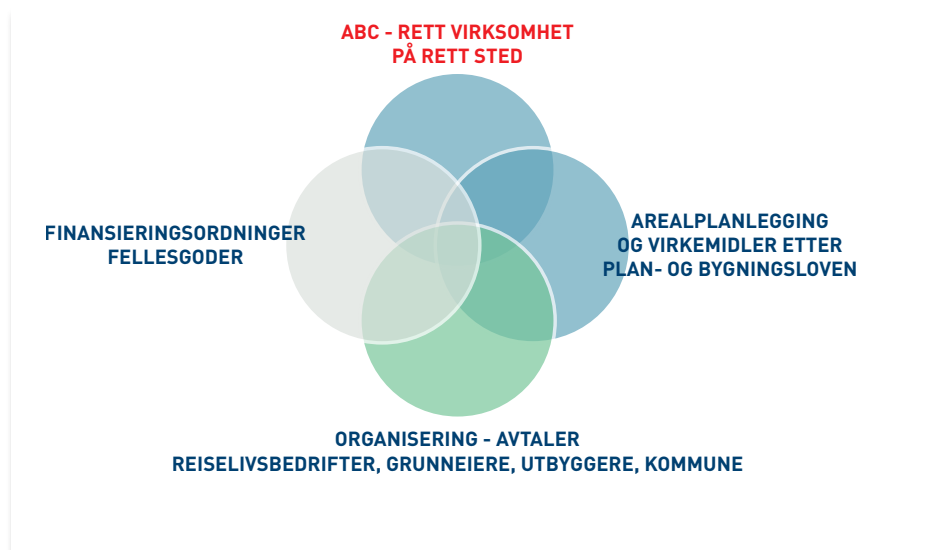
8.3.1 Kommunens rolle

Utvikling av besøksnæring er avhengig av et tett samarbeid mellom private og offentlige aktører og kommunen har vanligvis flere roller som viktig aktør på reisemålet.

- Eier av offentlig rom som strender, parker, kulturhus, museer og annet.

- Fasilitator for samskaping mellom aktører i næringen, utdanningsinstitusjoner og offentlig etater. Eier av næringsfond, næringsplaner, være medinvestor.
- Rammesetter – som planmyndighet skal kommunen sette rammebetingelsene som realiserer ønsket utvikling og vekst.
- Vertskapsfunksjon – turistinformasjon, skilting og infrastruktur. (Vertskapsfunksjonen i forhold turistinformasjon er overflyttet til Risør By).

For å bygge laget er kommunens rolle særlig knyttet til å være produkteier og rammesetter. Eksempelvis er det i forstudiet fremkommet irritasjonsmoment hvor ansvaret for å løse disse utfordringer naturlig hører innunder kommunens oppgaver. Dette handler om infrastrukturtiltak i sentrum, avfallshåndtering, skilting, nye betalingsløsninger for serviceanlegg og lignende, dvs. man må finne **nye smarte løsninger på gamle problem**.



Figur 24: Kommunens myndighetsområde for å utvikle velfungerende reisemål (Kilde: Innovasjon Norge, Håndbok for reisemålsutvikling. Modell utviklet for Innovativ Fjellturisme).

Kommunenes rolle som rammesetter er viktig i et langsiktig og bærekraftig perspektiv. Sentrumsplanen for Risør vil være et svært viktig strategisk dokument, som legger rammene for en fremtidsrettet utvikling av sentrum og dermed styrke

Risørs posisjon som et foretrukket besøksmål hele året, i tillegg til et godt sted å bo.

Den videre utviklingen av Risør som en attraktiv kommune for utbygging av hytter og fritidsboliger stiller også krav til kommunen som rammesetter. Innvasjon Norges håndbok for reisemålsutvikling definerer et velfungerende reisemål som et område med arealbruk etter ABC-modellen, arealplanlegging og virkemidler etter plan- og bygningsloven, samt langsiktige og forutsigbare finansieringsordninger for fellesgoder. Alt dette er innenfor kommunenes myndighetsområde. Se figur 24. Det er også opp til kommunene å etablere forutsigbarhet gjennom å stå ved etablerte vedtak om rekkefølgebestemmelser¹⁸, stille krav til grunneiere og andre om deltakelse i fellesgodefinansiering mm.

8.3.2 Lokale utviklingsmiljøer

For å ta ut potensialet er det avgjørende å satse systematisk på å utvikle de mulighetsområdene som det er pekt på i kap. 6 og 7. Dette krever en arbeidsform der en både tilrettelegger infrastruktur, service og opplevelser med mål om å skape besøkslyst. **Aktørene må samarbeide om å utvikle konsepter som gir reiseanledninger i nye årstider.** Kundeinnsikt, vilje og evne til å samarbeide for å teste ut og videreutvikle kundetilpassede konsepter er hovedelementene i en slik arbeidsform.

Erfaringene er imidlertid at aktørene i liten grad har kapasitet til å holde trykket på felles utviklingsarbeid over tid. **En forutsetning for å lykkes er derfor at det settes av personressurser som har som oppgave å koordinere og sikre fremdrift i utviklingsarbeidet.**

Å jobbe i bedriftsnettverk hvor aktørene er enige om formålet med samarbeidet og hva tematikken for samarbeidet skal være, kan være en aktuell modell for Risør. Innvasjon Norge har utviklet en bedriftsnettverksmodell hvor kriteriet er at det er minimum 3 private aktører som deltar. Utover dette kan nettverket bestå av aktører både fra stiftelser, organisasjoner, offentlige aktører i tillegg til private virksomheter.

Risør By har allerede i dag opprettet samarbeidsarenaer som samler aktører med felles interesse. Det må imidlertid tilføres mer ressurser i form av "personer og penger" i Risør By, slik at man i enda større grad kan ta ansvar for relevante utviklingsprosjekter. Det vil også være naturlig at prosjektledelse for et eller flere bedriftsnettverk ivaretas av Risør By.

¹⁸ Bestemmelser om ulike tiltak som må utføres før man kan sette i gang utbygging i et område.



Foto: Foap-visitnorway.com



Foto: Adam Read-Visit Sørlandet

8.4 Oppsummering av forslag til veien videre

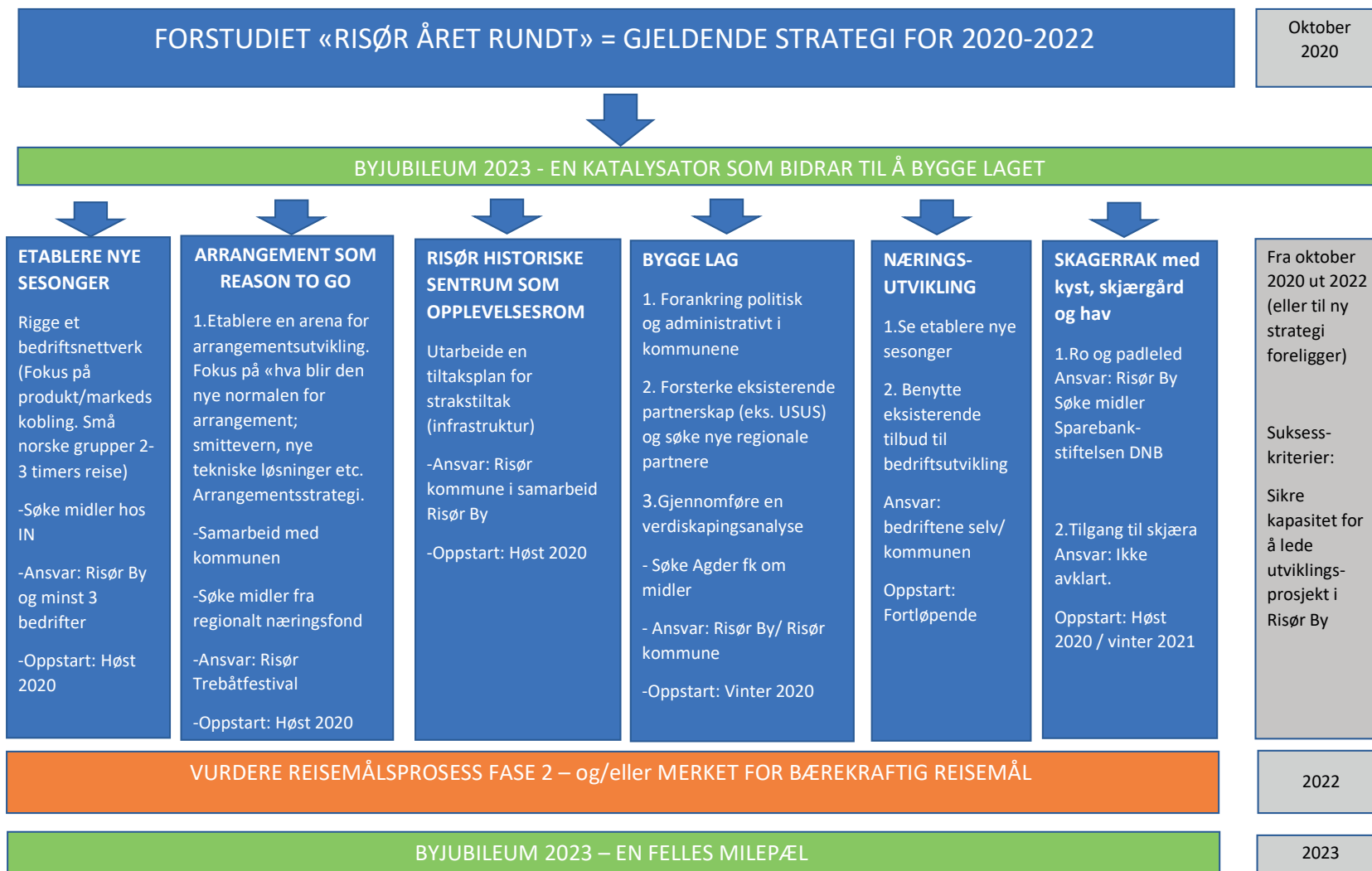




Foto: Adam Read-Visit Sørlandet

Kilder og referanser

Rapporter

- Håndbok for reisemålsutvikling, Innovasjon Norge https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/in_handbok_final_online_191115_df8f6ecc-f7ff-4309-848d-884196b6f208.pdf
- Ringvirkningsanalyse av reiselivet på Sørlandet, Menon Economics (2019)
- Sørlandet, turistundersøkelse, sommeren 2019, regionrapport. Epinion på vegne av Innovasjon Norge (2019)
- Status reiselivsnæringen per 10. august 2020, Innovasjon Norge
- Presentasjon: Maritime Risør – Tollboden - senter for bærekraft v/ Kari-Anne Røisland (2019)
- Smaabyen Flekkefjord, Menon Economics (Menon-publikasjon 34/2020)
- Forprosjektrapport Regionalt Senter for Tradisjonshåndverk i Risør, Risør By, utarbeidet av Pågang Næringshage (2020)
- Agdertall 2019, Aust-Agder fylkeskommune, Vest-Agder fylkeskommune
- Næringsattraktivitet i Østre-Agder, RAPPORT 28 – 2019 NORCE Samfunnsforskning – ISSN 978-82-8408-049-9 – 2019
- Gjesteavnundersøkelsen, Østre Agder regionråd (2018)
- Risør sentrum, boligundersøkelse, Feste (2016)
- Rapport Sentrumsutvalget, Risør kommune (2018)
- Agders uthavner i verdensklasse – vedtatt fylkesting i Aust- og Vest-Agder 26-04.2016.
- Global Report on Food Tourism ,UNWTO (2012)
- 20 adventure travel trends to watch in 2018, ATTA (2018) <https://cdn.adventuretravel.biz/research/2018-Travel-Trends.pdf>
- Turistundersøkelsen 2018: "Kultur som en del av turismen i Norge. Sommersesongen 2018." Epinion på vegne av Innovasjon Norge
- Presentasjon "2017-03-30 Næringsdag - Kyststi i Risør - et OFU prosjekt".
- Mimirs håndbok for opplevelsesdesign (2019)
- Euromonitor International Covid 19, Voice of the industry survey (April 2020)
- NHO Reiseliv: Årsrapport (2018). https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/0e1a9de8c5784f4587283b27063880b2/nhor_arsrapport_18_dobbelt_hoy.pdf

Styringsdokument/forvaltningsplaner

- Regionplan Agder 2030 <https://agderfk.no/vare-tjenester/regional-planlegging-og-utvikling/gjeldende-planer-og-strategier/regionplan-agder-2030/>
- Besøk Agder 2030 Del av Regional plan for innovasjon og bærekraftig verdiskaping Agder, vedtatt av fylkestingene 16./17. juni 2015
- Kommuneplanens samfunnsdel 2019-2030. Mål og strategier. "Vi skal vokse gjennom samarbeid og attraktivitet" . Vedtatt av Risør bystyre 26.11.2019 sak 19/11
- Detaljreguleringsplan for Risør sentrum (Sentrumsplanen) PlanID: 0901-2019001. Saknummer: 2016/447 og 19/10695
- Utvikling av bilparkeringsplan på Tjenna ,Risør kommune: Arkivsak-dok. 19/10221-8
- Strategisk plan for kulturminner (2017) https://www.risor.kommune.no/_f/p1/i8b93e86e-806f-4e1c-99d7-692ff314cd8c/strategisk-plan-for-kulturminner.pdf
- Risør kommune: Sentrumsplanen, Detaljreguleringsplan for Risør sentrum, ARKIVSAK 2019/10695

- Risør kommune: Rådmannens oppfølging av bystyrets vedtak 2020 (17.08.2020)
- Kommuneplanens samfunnsdel for Vegårshei (2019 - 2031)
- Strategidokument 2019 -2021 for Risør By AS

Diverse nettsider

- www.risorby.no
- www.visitrisor.no
- www.agderfk.no
- www.visitorslandet.com
- www.usus.no
- <https://www.oslofjord-ro-og-padleled.no/>
- "Merket for bærekraftige reisemål" <https://business.visitnorway.com/no/verktoy/merket-for-barekraftig-reisemal/>
- Food tourism: <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism-definition-food-tourism/>
- SkiftX Brand USA: <https://skift.com/destination2020>
- www.smakavkysten.no
- Bedriftenes nettsider

Statistikk

- Statistikknett.no / SSB.no
- Finn.no
- vegvesen.no/trafikkdata
- airDNA.co

Nyhetsartikler

- "Sensor sender info til app om ledig bobilplass" Bobilverden.no 15.06.2020
- Status reiselivsnæringen, 10. august 2020, Innovasjon Norge
- "Turistene sto for 9 av 10 kroner - 60% økning i kortbruken", Aust Agder Blad, 18. august 2020

A photograph of pink roses climbing a white wooden fence. The roses are in various stages of bloom, with some fully open and others as buds. The leaves are green and serrated. The fence is made of vertical wooden posts with horizontal rails. The background is a soft-focus green.

MIMIR

Rådgivere for reiselivet i over 20 år

Bredochsgate 1, 3256 Larvik - www.mimir.no. Telefon: 33 11 55 30.