

# HANDLINGSPLAN 2021

## Kragerø som bærekraftig reisemål

---



Kragerø 26. november 2020



## Forord

Denne handlingsplanen for utvikling av Kragerø som et bærekraftig reisemål er utarbeidet i fase 1 av prosjektet. Tiltakene skal gjennomføres i fase 2 som har planlagt oppstart i januar 2021.

Planen er utarbeidet av en styringsgruppe som har bestått av:

- Grunde Knudsen, Ordfører i Kragerø kommune
- Beathe With, Kommunalsjef for Samfunn i Kragerø kommune
- Kari Theting, Kragerøs omstillingsprogram
- Janna Pihl, Daglig leder i Kragerø Næringsforening
- Kristin Myrstrand, Kragerøs destinasjonsutvikler
- Axel Carlsen, ACO AS
- Morten Johannessen, Nasjonalparkforvalter for Jomfruland Nasjonalpark
- Stig Lieberg, Nordraak Matverksted & Gjestehus
- Tone Sunde Sanchez, Kragerø Taxibåt AS
- Bente Solberg, Repr. fra hytteeierne
- Stine Lunde, Innovasjon Norge Telemark og Vestfold (observatør)

I tillegg er flere strategiske samarbeidspartnere koblet på prosessen for å sikre at handlingsplanen fanger opp andre prosesser og tiltak som er viktig for en mer bærekraftig utvikling i Kragerø.

Handlingsplanen ble vedtatt av styringsgruppen for «Merket for bærekraftig reisemål» den 26. november 2020. Planen ble vedtatt i styret i Kragerø Næringsforening den \_\_\_\_\_.  
Kragerø Kommune har tilsluttet seg planen den \_\_\_\_\_.

Minimum halvårlig skal det gis en orientering om status på handlingsplanen til Kragerø Næringsforeningens medlemsbedriftene innen reiseliv, og minimum en gang i året skal kommunestyret få en orientering om status for gjennomføring av reiselivsplanen.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Som orientering regnes det å gi informasjon i et kommunestyremøte og/eller oversende årsmelding eller annen statusinformasjon til kommunestyrets medlemmer. Dokumentert med protokoll og/eller agenda fra kommunestyremøte, ev. med skriftlig informasjon sendt til kommunen.

## Inhold

1. Bakgrunn & visjon .....	4
2. Strategi, mål og organisering.....	6
3. Merket for bærekraftig reisemål.....	8
4. Forankring, oppfølging og rapportering.....	9
5. Handlingsplan for et mer bærekraftig reiseliv i Kragerø .....	11
5.1 Forankring (A og B).....	11
A – Forankring og implementering politisk .....	11
B – Forankring og implementering på reisemålet .....	12
5.2 Handlingsplan (C, D og E) .....	13
C. Bevaring av natur, kultur og miljø .....	13
D Styrking av sosiale verdier .....	20
E: Økonomisk Levedyktighet .....	28

## 1. Bakgrunn & visjon

Kragerø «Perlen blant kystbyene» som maleren Edvard Munch kalte byen vår, har i flere generasjoner vært et yndet reisemål for mangfoldige titusener av mennesker fra inn- og utland hver eneste sommer. Sommerens gjesteundersøkelse<sup>2</sup> viser at kombinasjonen av vår vakre skjærgård med sine over 490 øyer, skjær og holmer, og den historiske bykjernen med sin sjarmerende trehusbebyggelse, hyggelige butikker og spisesteder har stor attraksjonsverdi for våre turister. «Alle» liker Kragerø, som i 2020 også har blitt nasjonalparkkommune. Det er ingen tvil om at Kragerø for mange er summen av naturgitte kvaliteter, atmosfæren i sentrum og gjestfriheten. Svært gledelig er det at Kragerø oppleves som et trygt og sikkert sted å besøke, og som et godt sted å bo.

Ordskyen nedenfor illustrerer de hyppigste emneordene når det gjelder «Det mest positive ved Kragerø».



I høysesongen femdobler byens innbyggertall<sup>3</sup> seg og de om lag 4000 fritidsboliger fyller seg opp med ferierende. «Kragerø er den største hyttekommunen langs kysten. I 2019 tilbrakte tilreisende nærmere 740 000 gjestedøgn i kommunen, hvor hele 3 av 4 overnattinger var i sommersesongen. Aktiviteten er imidlertid lav resten av året. Sesongvingningene er utfordrende for reiselivsaktørene – bedriftene må tjene tilstrekkelig med penger gjennom sommeren for å dekke faste kostnader som påløper året rundt. (...) Hytteturistene utgjør den klart største delen av gjestedøgnene i kommunen og står for nærmere 85 prosent av de 740 000 overnattingene.»<sup>4</sup> I sommer har den spesielle situasjonen med Covid-19, der de fleste nordmenn ferierte i eget land, ført til at enda flere turister fant veien til Kragerø.

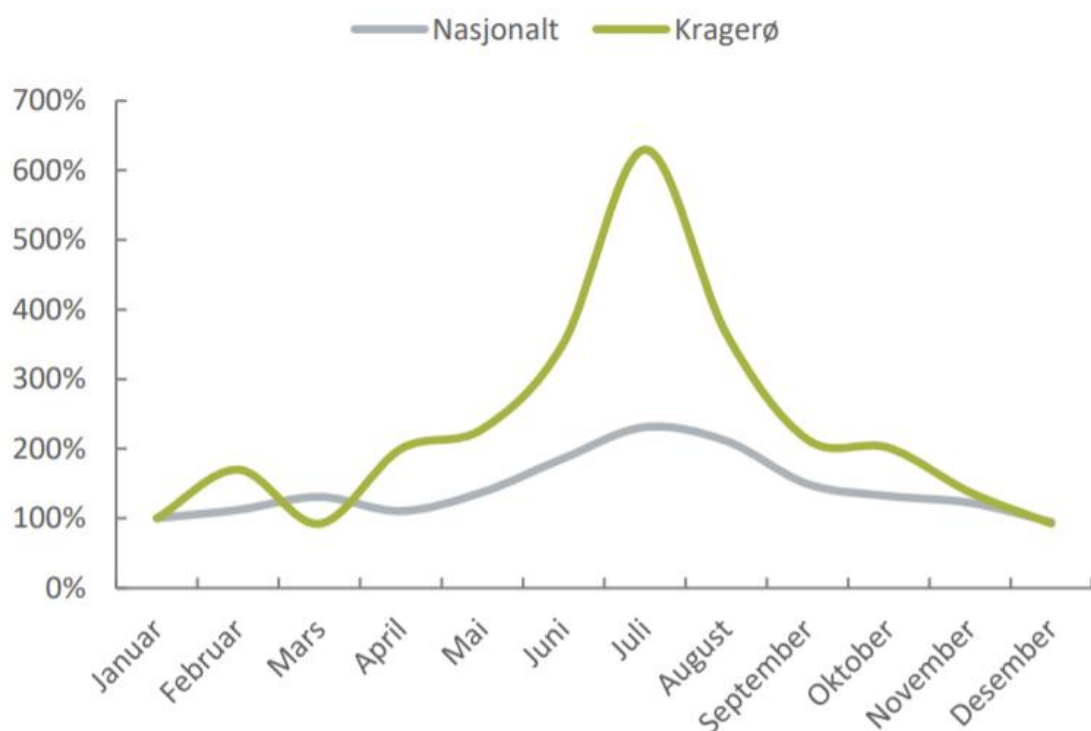
<sup>2</sup> Totalt 671 respondenter tok seg tid til å svare på undersøkelsen. Dette er veldig mange, sammenlignet med andre steder som kjører tilsvarende undersøkelser. En oppsummerende rapport om resultatet fra gjesteundersøkelsen kan leses [her](#).

<sup>3</sup> Innbyggertallet Kragerø kommune: 10 400

<sup>4</sup> Se Verdiskapings-/Ringvirkningsanalyse fra Menon Economics 2020. S. 4.

Kragerøs gjestehavner har med over 30% prosent høyere belegg i sommer, sammenlignet med i fjor, hatt en ny rekordsommer.<sup>5</sup> Resultatet av Kragerø Næringsforenings (KNF) anonyme undersøkelse for virksomheter med kundekontakt i Kragerø, viser at mange har hatt en meget bra sommer med mye besøk og god omsetning. Byen opplevde i år også flere besøkende i høstferieukene enn vanlig. Vår største utfordring er at sesongprofilen i Kragerø er skjev og de tilreisende hovedsakelig besøker oss i sommermånedene, slik kurven nedenfor viser.<sup>6</sup> Vår nye reiselivssatsing legger vekt på å skape nye sesonger og viser oss veien å gå, slik at vårt arbeid med en bærekraftig destinasjonsutvikling skal bli til det beste for oss som bor og besøker Kragerø hele året. Et godt sted å bo, er et godt sted å besøke.

### Indeksert månedlig utvikling i antall gjestedøgn for Kragerø og nasjonalt i 2019. Kilde: Statistikknett



For første gang i historien fikk Kragerø høsten 2019 på plass en overordnet reiselivsplan, som ble vedtatt av kommunestyret og styret i KNF, og som en samlet bransje står bak. Reiselivssatsing – «Sammen for Kragerø mot 2030»<sup>7</sup> er en plan med en spennig, men absolutt realiserbar målsetting.

<sup>5</sup>2020: Nytt rekordår for gjestehavnbesøk og flere millioner i omsetning: «I sommer fikk gjestehavnene ved Gunnarsholmen og Jernbanekaia hele 6862 betalte gjestedøgn, mot 5246 i fjor. Det er en økning på over 30 prosent.»

(Kilde: <https://www.kv.no/norgesferie-for-te-til-nye-rekorder-for-gjestehavnbesok-og-flere-millioner-i-omsetning/s/5-63-303103>)

<sup>6</sup>Se Verdiskapings-/Ringvirkningsanalyse fra Menon Economics 2020. S. 11.

<sup>7</sup>Reiselivsplanen **Sammen for Kragerø mot 2030** er blitt til ifm. reisemålsutviklingsprosessen som startet vinteren 2018, og ble avsluttet i juni 2019. Prosessen ble initiert og finansiert av Kragerøs omstillingsprogram, med støtte fra Innovasjon Norge Telemark og Skagerrak Sparebank. Mer informasjon om prosessen og planen finnes [her](#).

Målsettingen er å skape 600 nye arbeidsplasser på helårsdestinasjonen Kragerø:

*«I 2030 er Kragerø en bærekraftig helårsdestinasjon med tilpassede tilbud til kunder i regionen, nasjonalt og internasjonalt, i alle årstider. Naturen, kunst og kultur er sammen med småbyidyll grunnlaget for opplevelsesproduksjon. Reiselivet har forsterket sin posisjon som hovednæring i kommunen og bedriftene har forbedret marginer, innbyggerne er positive og tar rollen som vertskap for tilreisende. Reismålet er kjent for «Sommerbyen Kragerø» og «Skjærgårdsopplevelser hele året». Lokalmatopplevelser, miljøvennlig transport og et rikt aktivitetstilbud er grunnlaget for markedsprofilen. Verdiskapingen er høy, resultatgraden i bedriftene er på linje med bedrifter i andre næringer og reiselivet har utviklet seg til å bli en viktig næring for styrking av lokal identitet, bruk av lokale ressurser og ivaretagelse av natur og miljø.»*

For å realisere vår felles visjon, kreves det at man jobber strukturert og målrettet i tråd med planen, og de 20 konkrete tiltakene som er beskrevet for de tre første årene 2020-2023. Siden juli ble destinasjonsutvikler Kristin Myrstrand ansatt i en nyopprettet 100% stilling og hun skal dedikert jobbe med utviklingen av opplevelsesnæringen i Kragerø. I høst har KNF også etablert «Kragerøs Reiselivsråd» som er en egen styringsgruppe med hovedoppgave å sikre den operative gjennomføringen av reiselivsplanen. Reiselivsrådet er sammensatt av representanter for opplevelsesnæringen i Kragerø og Kragerø kommune.

I tillegg har KNF startet prosessen med at Kragerø skal oppnå merket «Bærekraftig reisemål». Denne handlingsplanen er en del av arbeidet i fase 1, og er utarbeidet av prosjektleder Eva-Christina Skaarup.

## 2. Strategi, mål og organisering

Etter at Kragerøs markedsråd og Visit Kragerø AS ble avviklet i årsskiftet 2017/2018 har KNF<sup>8</sup>, som ble stiftet i august 2017, påtatt seg ansvaret for å drifte Visit Kragerø som en markedsføringskanal (web, sosiale medier, Kragerøguide...). Fra i år har KNF også forsterket sin rolle med å drive andre typiske oppgaver som lokale reisemålsselskap som regel har, det gjelder bl.a. reisemålsutvikling, produkt- og kompetanseutvikling og vertskapssatsing m.m.

Reiseliv- og opplevelsesaktører er lokalt organisert i KNF. Kragerø kommune er medlem av Visit Telemark, og bidrar til lokalt reiselivsarbeid med tilskudd til KNF.

---

<sup>8</sup>Kort om KNF: Kragerø Næringsforenings formål er å være en samlet interesseorganisasjon for næringslivet i hele kommunen og samle næringslivet og det offentlige til å gjennomføre effektive tiltak som styrker utviklingen av næringslivet. KNF er tuftet på noen grunnleggende verdier som troen på kraften i godt samarbeid, respekt for at alle er like viktige både små og store medlemmer og at engasjement og entusiasme er viktig for å få til vekst, utvikling og innovasjon i lokalt næringsliv. Foreningen skal bla. synliggjøre, markedsføre og formidle informasjon om medlemmenes produkter og tjenester gjennom felles nettsider, ulike arrangementer og andre tiltak. Samarbeide med det offentlige om å utvikle overordnet næringspolitikk og skape en offensiv strategi for å utvikle næringslivet i Kragerø slik at Kragerø blir en av landets mest moderne og attraktive kommuner å drive næring i, besøke og leve og bo i.

KNF har per i dag ca. 180 medlemmer, alle med signerte medlemsavtaler hvorav over 80 er definert som reiselivsbedrifter og har reiselivskunder som sin hovedmålgruppe.

Nå med vår felles reiselivsplan har KNF fått hovedansvaret for å drive den lokale destinasjonsutviklingen, som er en forutsetning for å kunne nå reiselivsplanens mål, og der tiltak nr. 1 for perioden 2020-2023 er: *Kvalifisere Kragerø for «Merket for bærekraftig reisemål»*

Prosjektets fase 1 er støttet av Innovasjon Norge og Kragerøs omstillingsprogram, og KNF som prosjekteier startet opp prosjektet i mai 2020.

Oppgaven med å kvalifisere Kragerø for «Merket for bærekraftig reisemål» innebærer å besvare og dokumentere «Standard for bærekraftig reisemål», utarbeide handlingsplan for bærekraftig reiselivsutvikling og bidra til å iverksette tiltak som styrker reisemålet Kragerø sin bærekraft. I dette ligger krav til handlingsplan, rapportering og remerking. Dette vil være en kontinuerlig prosess som bidrar til at reiselivet i Kragerø over tid utvikler seg i en bærekraftig retning, og som bidrar til gjennomføring av strategiene i reiselivsplanen. Denne prosessen vil bistå i utviklingen av vårt destinasjonsselskap som vi nå er i ferd med å bygge opp.

### Organisering av prosjektet i fase 1

Styringsgruppen for «Merket for bærekraftig reisemål» i Kragerø har i fase 1 bestått av følgende ressurspersoner:

Grunde Knudsen	Ordfører i Kragerø kommune
Beathe With	Kommunalsjef for Samfunn i Kragerø kommune
Kari Theting	Kragerøs omstillingsprogram
Janna Pihl	Daglig leder i Kragerø Næringsforening
Kristin Myrstrand	Kragerøs destinasjonsutvikler
Axel Carlsen	ACO AS
Morten Johannessen	Nasjonalparkforvalter for Jomfruland Nasjonalpark
Stig Lieberg	Nordraak Matverksted & Gjestehus
Tone Sunde Sanchez	Kragerø Taxibåt AS
Bente Solberg	Repr. fra hytteeierne
Stine Lunde	Innovasjon Norge Vestfold og Telemark (observatør)
<i>Torill Olsson</i>	<i>Prosessveileder, Mimir</i>
<i>Eva-Christina Skaarup</i>	<i>Prosjektleder, KNF/Visit Kragerø</i>

### 3. Merket for bærekraftig reisemål

Merkeordningen er utviklet av Innovasjon Norge og er et kvalitetsmerke for reisemål. Ordningen bygger på standarder som setter tydelige krav til reisemålets evne til bærekraftig virksomhet og utvikling. Ordningen er et verktøy for reisemål som ønsker å jobbe langsiktig for en mer bærekraftig utvikling gjennom involvering, ansvarlig styring og verdiskaping. Prosessen eies og drives av lokalt eller regionalt reisemåls- eller destinasjonsselskap. Merkeprosessen hjelper reisemålet til å sette aktuelle tema på dagsorden og å planlegge, måle og styre utviklingen.



Standarden er godkjent av det Internasjonale organet Global Sustainable Tourism Council (GSTC)<sup>9</sup>. Norge er med dette ett av få land som har en godkjent nasjonal standard for bærekraft i reiselivet.

*Å jobbe for et bærekraftig reiseliv innebærer at man tar vare på behovene til mennesker som lever i dag uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter for å dekke sine behov. Temaer som natur, miljø- og klimapåvirkning, samspill mellom reiseliv og lokalsamfunn – og næringens lokale, økonomiske verdiskaping er sentralt i forståelsen av et bærekraftig reiseliv. (Innovasjon Norge)*

«Merket for bærekraftig reisemål» bygger på de 10 prinsippene for et bærekraftig reiseliv som ble vedtatt av UNWTO i 2005. Prinsippene skal hjelpe reisemål med å ta tak i og jobbe for en bærekraftig utvikling av reiselivet.

Bevaring av natur, kultur og miljø	Styrking av sosiale verdier	Økonomisk levedyktighet
<ul style="list-style-type: none"><li>• Kulturell rikdom</li><li>• Landskapets fysiske og visuelle integritet</li><li>• Biologisk mangfold</li><li>• Rent miljø og ressurseffektivitet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lokal livskvalitet og sosiale verdier</li><li>• Lokal kontroll og engasjement</li><li>• Jobbkvalitet for reiselivsansatte</li><li>• Gjestetilfredshet og trygghet – opplevelseskvalitet</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping</li><li>• Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter</li></ul>

De 10 prinsippene ligger til grunn for «Standard for bærekraftig reisemål» som definerer kriterier og indikatorer som reisemålet må besvare og dokumentere for å kvalifisere seg for merket for bærekraftig reisemål. Standarden har totalt 42 kriterier og 104 indikatorer fordelt på områdene A-E.

<sup>9</sup> Mer info om GSTC finnes [her](#).

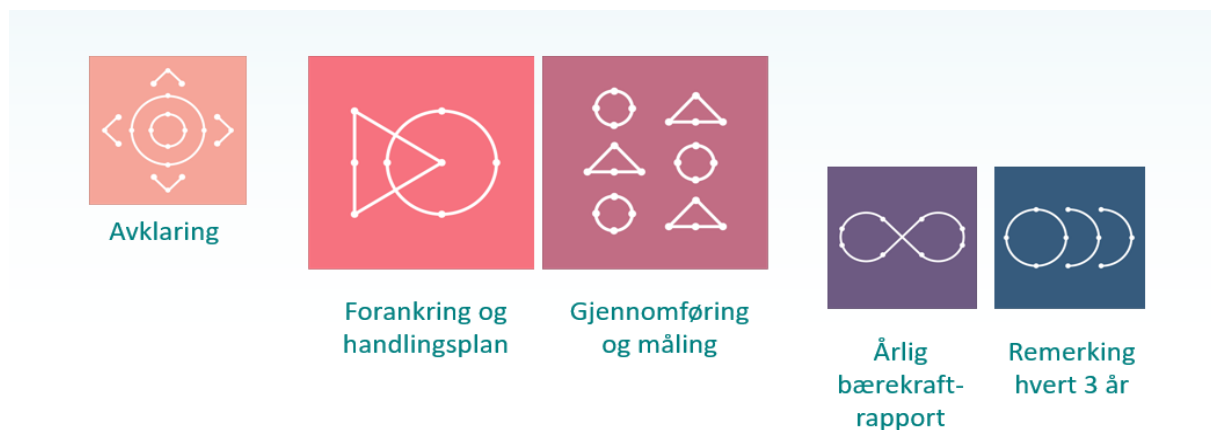


De enkelte kriteriene er koblet opp mot FNs bærekraftsmål<sup>10</sup>. Gjennom vår deltakelse i merkeordningen bidrar reisemålet Kragerø og Kragerø kommune til denne globale dugnaden.

## 4. Forankring, oppfølging og rapportering

Prosjektet «Merket for bærekraftig reisemål» er delt inn i fase 1 og fase 2, og går over 2år. «Merket for bærekraftig reisemål» tildeles reisemål som innfrir «Standard for bærekraftig reisemål» ved prosjektets slutt. Etter tildeling av merket, videreføres arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling gjennom revisjon av handlingsplan, årlig rapportering og remerking hvert 3. år.

KNF er prosjekteier i Kragerø. KNF vil også være den juridiske enheten som får merket, og som vil stå ansvarlig for revisjon og remerking. Slik sikrer en også kobling mellom merkeprosessen og gjennomføring av den vedtatte reiselivsplanen.



**Arbeidet med merket er en arbeidsform og en langsiktig prosess. Fasene er gjengitt nedenfor:**

### Forankring og handlingsplan i fase 1:

- Forankre og involvere kommune og næring
- Besvare Standardens område A og B
- Utarbeide og vedta Handlingsplan
- Finansiere og søke fase 2

### Gjennomføring og måling i fase 2:

- Iverksette tiltak iht. Handlingsplanen
- Besvare Standardens område C, D og E. Kragerø kommune vil bli involvert i arbeidet med å fremskaffe dokumentasjon til besvarelse av Standardens mange indikatorer.
- Etablere styringsgruppe og finansiere det videre arbeidet med bærekraftig reiseliv

<sup>10</sup> Se FNs bærekraftsmål og Standarden [her](#).

- Tildeling av merket
- Rapportering og avslutning av prosjektet

#### **Årlige indikatorer/Årlig som merket reisemål:**

- Iverksette tiltak iht. Handlingsplanen
- Rapportere bærekraftig utvikling i årsmelding til Kragerø kommune og Kragerø Næringsforening
- Utarbeide årlig bærekrafttrapport til Innovasjon Norge

#### **Remerking hvert 3 år:**

- Besvare «Standard for bærekraftig reisemål»
- Revidere Handlingsplanen

#### **Viktige milepæler og forankringspunkter i merkeprosessen i Kragerø er:**

- Handlingsplanen skal vedtas i styringsgruppen og av styret i KNF. Kragerø kommune skal tilslutte seg planen.
- Fase 1 avsluttes i desember 2020. Fase 2 er planlagt startet i januar 2021, og forventes å ta 12-14 måneder. Målet er at Kragerø skal oppnå «Merket for bærekraftig reisemål» innen påske 2022.
- Minimum halvårlig skal det gis en orientering om status på handlingsplanen til Kragerø Næringsforenings medlemsbedrifter innen reiseliv, og minimum en gang i året skal kommunestyret få en orientering om status for gjennomføring av reiselivsplanen.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Som orientering regnes det å gi informasjon i et kommunestyremøte og/eller oversende årsmelding eller annen statusinformasjon til kommunestyrets medlemmer. Dokumentert med protokoll og/eller agenda fra kommunestyremøte, ev. med skriftlig informasjon sendt til kommunen.

## 5. Handlingsplan for et mer bærekraftig reiseliv i Kragerø

Den formelle forankringen av A og B-kriteriene ble gjennomført i fase 1 av arbeidet. De er ikke en del av handlingsplanen, men er redegjort for i punkt 5.1.

Handlingsplanen beskriver de tiltakene som skal gjennomføres i fase 2. Den tar derfor utgangspunkt i de 10 prinsippene for bærekraftig reiseliv som ligger inn under punkt C, D og E. Handlingsplanen ligger i punkt 5.2.

Handlingsplanen beskriver større tiltak som skal gjennomføres. Statusanalysen gir informasjon om andre tiltak som også må iverksettes for at Kragerø skal oppnå merket.

**A – Forankring og implementering politisk**

**B – Forankring og implementering på reisemålet**

**C – Bevaring av natur, kultur og miljø**

**D – Styrking av sosiale verdier**

**E – Økonomisk levedyktighet**



### 5.1 Forankring (A og B)

**A – Forankring og implementering politisk**

**Følgende forankringsarbeid har vært gjennomført:**

1. Kommunestyret i Kragerø vedtok høsten 2019 vår felles reiselivsplan «Sammen for Kragerø mot 2030» der tiltak nr. 1 er å kvalifisere Kragerø for «Merket for bærekraftig reisemål». Denne planen påpeker viktigheten av en bærekraftig reisemålsutvikling for opplevelsesnæringen i Kragerø.  
Bærekraftsertifiseringen er et eget punkt i kommunestyrevedtaket.
2. Det er i 2020 gjennomført orienteringer ved flere formannskapsmøter.
3. I Vestfold og Telemark fylkeskommunes (VTFK) eksisterende planer og strategier (vedtatt av fylkestinget 15.06.2011) er bærekraft en overbyggende faktor. Nye planer er under utarbeidelse, og vil være ferdig i slutten av 2020. Her vil VTFK legge enda mer vekt på bærekraftig utvikling i reiselivet.
4. I Kragerøs kommuneplan 2018-2030 er målsettingen en bærekraftig samfunnsutvikling og det legges vekt på de tre bærekraftdimensjoner:  
Bærekraftige sosiale forhold - bærekraftig miljø - bærekraftig økonomi.<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Se [kommuneplanen](#), s. 12 f.f.

## B – Forankring og implementering på reisemålet

### **Følgende forankringsarbeid har vært gjennomført:**

1. Det er ila. 2018/2019 gjennomført forstudie (ved prosjektleder Mimir AS) og forprosjekt (ved prosjektleder 2469 Reiselivsutvikling AS) hvor reiselivsnæringen og kommunen bidro inn i styringsgruppe. Forprosjektet resulterte i reiselivsplanen «Sammen for Kragerø mot 2030», der merking som «Bærekraftig reisemål» er ett hovedtiltak. Reiselivsplanen er vedtatt både i kommunestyret og i KNF sitt styre. I forbindelse med arbeidet ble det også gjennomført en studietur til Bohuslän i Sverige.
2. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål ved KNFs styremøter.
3. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål for et utvalg av kommunens avdelings-/virksomhetsledere, også for Kulturkontoret og kommunens miljørådgiver.
4. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål ved det årlige arrangementet Kick-Off for reiselivsnæringen.
5. Det er gjennomført et folkemøte den 27. august 2020 der Kragerø som bærekraftig reisemål var et hovedtema.
6. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål på digitalt og fysisk vertskapskurs.
7. Sommerens gjesteundersøkelse - gjennom dette fikk prosessen økt oppmerksomhet hos aktørene samtidig som både hytteeiere og gjester ble orientert.
8. Kort orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål for Kragerøs kunstmiljø (31. august 2020), for Kragerø Turlag (8. september 2020) og på Vestmarkkonferansen (27. oktober 2020).
9. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål / status på prosessen på møter med Samarbeidsforumet reiseliv Kragerø, bestående av ansatte i kommunen og i KNF som møtes hver 14. dag.
10. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål for Naturvernforbundet (17. september 2020), serveringsstedene (23. september 2020) og for Kragerø Rotaryklubb (26. oktober 2020).
11. Orientering om Kragerø som bærekraftig reisemål for studenter på reiselivlinja på videregående skole i Kragerø, og Kulturskolen.
12. Gjennomføring av 4 styringsgruppemøter for «Merket for bærekraftig reisemål» med aktører som aktivt har bidratt til å definere målsetningene for handlingsplanen.

## 5.2 Handlingsplan (C, D og E)

Handlingsplanen skal bidra til å styre arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling i fase 2 av prosjektet. Gjennom en involverende prosess har både kommune, næring og andre aktører gitt sine innspill. Noen av tiltakene i handlingsplanen vil være avgjørende for at Kragerø skal bli godkjent i merkeordningen, mens andre tiltak bygger på kunnskap fra sommerens gjesteundersøkelse<sup>13</sup> der vi har fått inn rundt 670 svar hovedsakelig fra hytteeiere, men også fra gjester i kommersielle anlegg samt besøkende hos slekt og venner. Her kommer det tydelig frem at reisemål Kragerø har et forbedringspotensial på infrastruktur og tilrettelegging. Tiltak definert i reiselivsplanens handlingsplan for 2020-2023 er også tatt med i denne handlingsplanen da disse er relevante for bærekraftsarbeidet vårt.

### Viktige fokusområder er:

- Miljøsertifisering av flere reiselivsbedrifter
- Utvikle høstsesongen
- Avfallshåndtering og toalettløsninger
- Parkering
- Forbedre gjestehavnene
- Gjennomføre undersøkelser blant gjester, hytteeiere, medlemsbedrifter og innbyggere

Styringsgruppen har kommet frem til følgende tiltak nedenfor. Tiltakene vil bli fulgt opp av prosjektleder og prosessveileder i samarbeid med styringsgruppen. I starten av fase 2 vil det bli gjort en vurdering av hvilke tiltak som er viktigst å starte opp med i tillegg til å lage en mer detaljert fremdriftsplan og hvem som vil ha ansvar for hvilke tiltak. Der det er naturlig vil det opprettes egne delprosjekt og/eller arbeidsgrupper for de ulike tiltakene i handlingsplanen.

## C. Bevaring av natur, kultur og miljø

### C1. Kulturell rikdom:

Å respektere, videreutvikle og fremheve lokalsamfunnets historiske kulturarv, autentisk kultur, tradisjoner og særpreg.

### C2. Landskapets fysiske og visuelle integritet:

Å bevare og videreutvikle landskapskvalitet, slik at landskapets fysiske og visuelle integritet ikke degraderes.

### C3. Biologisk mangfold:

Å støtte bevaring av naturområder, dyreliv og habitater, og minimere ødeleggelser av disse.

### C4. Rent miljø og ressurseffektivitet:

Å minimere reiselivsbedrifters og turistenes forurensing av luft, vann og land (inkludert støy), samt og minimere genereringen av deres avfall og forbruk av knappe og ikke-fornybare ressurser.

---

<sup>13</sup> En oppsummerende rapport om resultatet fra gjesteundersøkelsen kan leses [her](#).

INDIKATOR	TILTAK	MÅL/BESKRIVELSE	ANSVARLIG (forslag)
<b>C1: Kulturell rikdom</b>	Kartlegge hvilke matprodusenter som finnes i Kragerø kommune og i vår region.	<p>Mål: Få en samlet oversikt over matprodusenter/videreforedlere i Vestmar regionen dvs. Kragerø og Drangedal kommune.</p> <p>(På sikt vil det kanskje være viktig å inkludere andre regioner i Telemark/Vestfold/Agder i vår oversikt.)</p> <p>*Oversikten kan f.eks. kalles for «Smaken av Kragerø»?</p>	Kragerø Næringsforening (KNF)
	Invitere lokale/regionale matprodusenter og serverings-/hotellbransjen til møter, der målsettingen er å skape en møtetearena for disse til mulig samarbeid.	<p>Bevisstgjøring blant aktørene i Vestmar regionen (Kragerø og Drangedal kommune) om hverandre med mål om gjensidig lokal utvikling, verdiskaping og arbeidsplasser.</p> <p><u>Temaer som kan tas opp:</u></p> <p>*Hvilke lokale råvarer/produkter etterspør serveringsbransjen?</p> <p>* Mat som attraksjon. Mat som identitetsbygger. Knytte historier opp til produktet og gi menyen en tydelig identitet, slik at man skiller seg ut i mengden og får oppmerksomhet om det unike.</p> <p>*Kobling av lokalmat til opplevelser/aktiviteter. Lokalmatsafari med historiske/tradisjonelle matopplevelser.</p> <p>* Innovasjon Norge tilbyr kurs: «Lokalmat – Tilby bedre matopplevelser»</p> <p>*Kan det være av interesse å markedsføre lokale bærekraftige produkter innen mat/drikke som «Made in Kragerø»?</p>	KNF

<b>C3: Biologisk mangfold</b>	At reiselivsoperatører som driver med organiserte turer, guiding, båtsafari eller utleie av f.eks. vannskuter, er kjent med og tar hensyn til sårbare biologiske verdier. Gjelder spesifiserte områder til visse årstider.	<p>Sammenstilling på kart av hvilke områder, hvilke sårbare verdier og hvilken årstid. Reiselivsoperatørens ansatte gjøres kjent med det og praktiserer aktsomhet. Informasjon og oppfordring gis til kunder som leier materiell. (Informasjonsmateriell bør finnes på både norsk og engelsk)</p> <p>*Jomfruland hadde på det meste over 150 båter liggende på svai per dag, på innsiden av øya ved Tårnbrygga i juli måned. Hvilket skadeomfang utgjør dette for livet under vann, ålegress, hummerreservatet m.m. når alle disse båter drar dreggen etter seg?</p> <p>Enger med ålegras er svært produktive og regnes som viktige marine økosystemer. Kragerøs Naturvernforbund tror at ankring i ålegress i Middelhavet er forbudt på mange steder. Bør man legge opp til mer faste moringspunkter/ eller vurdere en utvidelse av gjestehavnkapasitet?</p> <p>*Vurdere flere fortøyningsbøyer også andre steder i skjærgården der det er mange båter som kaster anker. Desto flere fortøyningsbøyer, desto mindre belastning på naturen. Det vil bli lettere for alle å vite hvor de kan fortøye eller bør fortøye.</p>	<p>Kragerø kommune (KK) med bistand fra Jomfruland nasjonalpark (sammenstilling)</p> <p>KNF (formidling til operatørene)</p>
	<u>Friluftsliv:</u> Kartlegge hvilke turområder som finnes i Kragerø kommune som fremdeles mangler gode skiltplaner/skilter, eller områder som trenger oppgradering.	Gjesteundersøkelsen sommer 2020 viser at reisemålet Kragerø har et forbedringspotensial når det gjelder merkede stier og skilting. <sup>14</sup> Tilrettelegging for gode turopplevelser skaper trygghet både for besøkende og lokalbefolkningen og kan også fungere som kanalisering bort fra sårbare områder.	KK/KNF

<sup>14</sup> Se [gjesteundersøkelse](#), s. 11.

	(Passer også inn under D8)	<p>Dette vil være et viktig bidrag til bevaring av naturen/dyreliv i Kragerø kommune. KK skal høsten 2020 behandle et verbalforslag om helhetlig kartlegging og merking av store turområder.</p> <p>Alternativt må tiltaket initieres og gjennomføres på annen måte av KNF i samarbeid med kommunen og involvering av Frivilligheten, Kragerø Turlag m.fl.</p>	
	<p><u>Friluftsliv:</u> Kartlegge hvilke kart over fri-/naturområder som finnes.</p>	<p>Mål: Få en god oversikt over hva som finnes fra før av, for å så kunne jobbe videre med oppdatering av kart, eller eventuelt lage nye kart med gode turforslag (info om fine teltplasser, offentlige toaletter, lett å legge til med båt, bålplasser, severdigheter osv.) også til digitale flater.</p> <p>Denne oversikten vil også være til hjelp når man ønsker å se nærmere på hvor det mangler skilting/merking av stier.</p>	KNF
<b>C4: Rent miljø og ressurs-effektivitet</b>	<p><u>Miljømerking:</u> Oppfordre til miljøsertifisering av flere reiselivsbedrifter og kommuneadministrasjonen i Kragerø.</p>	<p>Mål: Få flere miljøsertifiserte reiselivsbedrifter i Kragerø. Per nå er det Kragerø Resort, Vinmonopolet og Carlsen Fritzøe som i samarbeid med Miljøfyrtårn har gjort tiltak for å redusere deres avtrykk på miljøet.</p> <p>Infomøter, arrangere kurs, tilby rådgivning. (Enkeltbedrifter eller nettverk)</p> <p>Norge oppfattes som et rent, pent og bærekraftig reisemål. Reiselivsnæringen må sikre omdømmet og redusere negativ påvirkning. (Innovasjon Norge)</p> <p>Miljømerking er et av de mest konkrete verktøyene for å få bedrifter til å arbeide med egen bærekraft. Miljømerkede bedrifter skal stille krav til sine</p>	KNF



		<p>partnere og underleverandører. Dette samt en økende forventning i markedet gjør at miljømerking er i ferd med å bli noe alle må ha. (Se mer <a href="#">her</a>)</p> <p>Det skal være synlig på våre kanaler hvilke bedrifter som har miljøsertifisert seg, og som tar ekstra ansvar for et bærekraftig reiseliv i Kragerø.</p> <p>Synliggjøre satsingen på miljø og bærekraft på nettsiden til Visit Kragerø og KNF, og på kommunens egen nettside.</p>	
	<p><u>Miljømerking av marinaer, strender, badeplasser, arrangement:</u></p> <p>Orienterer Kragerø kommune om miljøsertifiseringer «Blått Flagg», «Badepunkt» og «Miljøgodkjent arrangement».</p>	<p>Mål: Få Kragerø kommune til å se verdien i slike miljømerker, og at dette vil være et konkurransefortrinn for reisemålet Kragerø.</p> <p><b>«Blått Flagg»:</b></p> <p>«Blått Flagg er et høyhengende miljømerke, som vitner om høye standarder innen sikkerhet og service, miljøledelse, vannkvalitet, miljøinformasjon og miljøopplæring. Internasjonalt er Blått Flagg verdsatt av både turister, destinasjoner og turoperatører.</p> <p>At en strand, marina eller båt er tildelt Blått Flagg betyr at gjestene kan føle seg trygge med tanke på både vannkvalitet og sikkerhet. Gjестene får et synlig bevis på at både omgivelsene og driften av stranda, marinaen, eller båten er ivaretatt på best mulig måte.</p> <p>Blått Flagg er også en måte for kommunen og eier til å vise at de tar ansvar for miljøet på og rundt det aktuelle området, og at de ønsker å fremme miljøriktig adferd i kommunens friområder. Blått Flagg synliggjør også innsatsen som er lagt ned både med hensyn til badevannsovervåking, sikkerhet, service og miljøledelse ovenfor gjestene.»<sup>15</sup></p>	KNF

<sup>15</sup> Kilde: [blattflagg.fee.no/hvorfor-blatt-flagg](http://blattflagg.fee.no/hvorfor-blatt-flagg)

		<p>I år er det 17 norske strender og 4 marinaer (Lillesand/Grimstad/2 i Oslo) som kan heise kvalitetsbeviset Blått Flagg.<sup>16</sup></p> <p>Mellom Tønsberg og Kristiansand finnes det ingen strender med dette miljømerket, derfor vil en bærekraftig satsing her kunne gi reisemålet Kragerø et konkurransefortrinn.</p> <p><b>«Badepunkt»:</b><sup>17</sup> Denne merkeordningen har til hensikt å fremme badeplasser i Norden med rent badevann, toaletter, tilstrekkelig livredningsutstyr, og som er spesielt flotte med hensyn til natur- og/eller friluftsopplevelser.</p> <p>I Norge tester to badeplasser i Bergen kommune kriteriene til den nye merkeordningen i år.</p> <p><b>«Miljøgodkjent arrangement»:</b><sup>18</sup> Miljøgodkjent arrangement er en utmerkelse for arrangører som vil redusere arrangementets miljøbelastning. (En viktig ressursperson som også sitter i den nasjonale juryen for disse merkeordningene er vår lokale marinbiolog Per-Erik Schulze fra Naturvernforbundet. Han bør involveres i orienteringsprosessen.)</p>	
	<p><u>Prosjektet følger opp Kragerø kommunes arbeid med ny avfallsplan:</u> Kragerø kommune skal utarbeide en ny avfallsplan som skal gjelde for 10 år, med rullering etter 5 år. Den nye avfallsplanen skal til politisk behandling ila. 1. tertial 2021.</p>	<p>Mål: KNF er i dialog med Kragerø kommune ifm. utarbeidelse av ny avfallsplan.</p> <p>Sommerens gjesteundersøkelse, og resultatet av anonym undersøkelse for virksomheter med kundekontakt i byen, viser at Kragerø har et forbedringspotensial vedr. avfallshåndtering.</p>	KNF/KK

<sup>16</sup> Kilde: [www.vg.no/forbruker/reise/i/pLzwOE/disse-strendene-kan-heise-blaatt-flagg-i-aar](http://www.vg.no/forbruker/reise/i/pLzwOE/disse-strendene-kan-heise-blaatt-flagg-i-aar)

<sup>17</sup> Kilde: [fee.no/badepunkt](http://fee.no/badepunkt)

<sup>18</sup> Kilde: [fee.no/miljogodkjent-arrangement](http://fee.no/miljogodkjent-arrangement)

	<p>Planen vil inneholde tiltak som bl.a. omhandler informasjon og tømmefrekvens.</p>	<p><u>Utfordringene er spesielt knyttet til hytterenasjon:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*Det er tungvint å skulle hente kildesorteringsposer inne på rådhuset.</li> <li>* Mangelfull informasjon om renovasjonstilbudet.</li> <li>*Andre tema er: fulle containere, forsøpling på strender og i skjærgården og mangelfull tilrettelegging for avfallssystem i skjærgården.</li> <li>* Vi har også tilbakemeldinger på at det bør legges bedre til rette for sentrumsnære (sjønære) avfallsstasjoner for turistene (Det gjelder både husholdnings- og grovavfall).</li> </ul>	
	<p>Motivere næringsdrivende til å inngå egne avfallsavtaler.</p>	<p>Mål: Flere næringsdrivende med egne avfallsavtaler.</p> <p>Samarbeide med renovatør om gode avfallsordninger for næringsdrivende, og motivere alle private aktører til å benytte seg av disse. (Samordning/Felles løsning bør vurderes?)</p>	<p>KNF</p>

## D Styrking av sosiale verdier

### D5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier:

Å bevare og styrke livskvaliteten i lokalsamfunnet, inkludert sosiale strukturer, tilgang til ressurser, fasiliteter og fellesgoder for alle, samt unngå enhver form for sosial degradering og utnytting.

### D6. Lokal kontroll og engasjement:

Å engasjere og gi kraft til lokalsamfunnet og lokale interessenter mht, planlegging, beslutningstaking og utvikling av lokalt reiseliv.

### D7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte:

Å styrke kvaliteten på reiselivsjobber (direkte og indirekte), inkludert lønnsnivå og arbeidsforhold uten diskriminering ut fra kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

### D8. Gjestetilfredshet og trygghet – opplevelseskvalitet:

Å sørge for trygge, tilfredsstillende og berikende opplevelser for alle turister uavhengig av kjønn, rase, funksjonshemninger eller andre faktorer.

INDIKATOR	TILTAK	MÅL/BESKRIVELSE	ANSVARLIG (forslag)
<b>D5: Lokal livskvalitet og sosiale verdier</b>	Utarbeide en strategi for kommunikasjon og informasjon til alle som skal ferdes i Kragerø kommune (til fots, på sykkel, med båt, i kajakk, med hund, osv.) med fokus på «sporløs ferdsel» og «codes of conduct».  (Passer også inn under C3)	Mål: Kragerøvettreglene med enkle retningslinjer til Kragerøs gjester, slik at deres besøk ikke forringer opplevelsen for andre.  <u>Viktige temaer er:</u> Ferdsel i natur, sårbare områder, forsøpling, allemannsretten, plikter, vern av natur, bruk redningsvest, vis hensyn ute på sjøen (5- knops grensen), appellere til samfunnsansvar «Vær en ansvarlig gjest».  Gjesteundersøkelsen viser at vi må informere våre gjester bedre om hvilke hensyn som må tas når man besøker oss.	KNF

	<p>Invitere lokale aktører/lag/foreninger/ skoler/ol. til opplæring samt deltagelse i felles ryddedugnader.</p> <p>(Passer også inn under C3)</p>	<p>Mål: «Do something good» for miljøet, naturen, fellesgoder/kulturarv. Det vil også være med på å styrke samholdet blant deltakerne. Kunnskap og opplevelser skaper gode ambassadører.</p> <p>Ryddedugnader kan organiseres via <a href="http://ryddenorge.no">ryddenorge.no</a>. Her kan også det som har blitt ryddet registreres. (Registreringen er viktig for forskning og kampen mot forsøpling)</p> <p>*Skape bevissthet om marin forsøpling og konsekvensene det har for dyr og miljø i havet og strandsonen.</p> <p>*<a href="#">Plukkedugnader mot Stillehavsøsters</a> som er en uønsket og fremmed art som har hatt en eksplosiv vekst langs kysten i Sør-Norge og også i Kragerø skjærgården de siste årene.</p> <p>*Adopter en bit i Norge Foreninger/næringsdrivende m.m. tar frivillig ansvar for en strand, et sted, en gate... i Kragerø, for å plukke søppel og holde plassen rent. (<a href="http://ryddenorge.no">ryddenorge.no</a>)</p> <p>*Ryddeaksjoner i sentrum vil være med på å bevare vår historiske bykjerne. Kragerø sentrum har mange hus med kulturhistorisk verdi, og er et kulturmiljø av nasjonal interesse.</p> <p>*Kunnskapsformidling for barn og unge om vår skjærgård og naturen. (Kurs, overnattingsturer, turer i skjærgården). Tettere samarbeid med skole, DNT, Naturvernforbundet, Redningsselskapet ... <u>Viktige temaer:</u> Forsøpling, båtvevt, bålbrenning, fisking, marinbiologiske mangfoldet, fuglelivet, fuglekasser,</p>	KNF

		hummerfredning, mangfold av bergarter, gamle tradisjoner).	
<b>D6: Lokal kontroll og engasjement</b>	Gjennomføring av INNBYGGERUNDERSØKELSE	<u>Undersøkelsen skal gi oss svar på:</u> Hvor fornøyde er Kragerøs innbyggere med reiselivssatsingen?  Hvordan opplever lokalbefolkningen turisttilstrømmingen om sommeren?	KNF
<b>D7: Jobbkvalitet for reiselivsansatte</b>	<u>Kragerø-Vert:</u> Opplæring av alle som har førstelinje kontakt med gjestene.  (jf. Reiselivsplanen: Hovedinnsatsområde 2020-2023, tiltak nr. 5)	Produktkunnskap og generell informasjon, også informasjon om arrangementer og tilbud i Kragerø utenfor sommersesong. Årlig kick-off. (...) Turist i egen by-opplegg gjennomføres hvert 3. år. Å skape en god vertskapskultur vil være et konkurransefortrinn for Kragerø som reisemål.  (Se side 25, 39 og 48 i reiselivsplanen for mer utfyllende informasjon)	KNF
	<u>Utvikling av kvalitetskrav for destinasjonskvalitet:</u> Jobbe frem felles kriterier for service, vertskap, klagebehandling m.m. blant reiselivsaktørene. («Slik gjør vi det i Kragerø»)  (jf. Reiselivsplanen: Hovedinnsatsområde 2020-2023, tiltak nr. 5)	Utvikle kvalitetskrav reiselivsaktører stiller til hverandre, for å ha lik standard i kvalitet på leveranser og forsterke positiv påvirkning på gjestenes opplevelser.  (Se side 39 i reiselivsplanen for mer utfyllende informasjon)	KNF
	<u>Kompetanseutvikling:</u> Gjennomføring av kurs/workshops i Opplevelsesproduksjon, Pakking-distribusjon og salg samt bruk av nettet i markedsføring og salg.	Disse kursene finnes i Innovasjon Norges kompetanseprogram som gir støtte til gjennomføring.  (Se side 40 i reiselivsplanen for mer utfyllende informasjon)	KNF

	(jf. Reiselivsplanen: Hovedinnsatsområde 2020-2023, tiltak nr. 6)		
	<u>Opplevelses Arena Kragerø:</u> Møteplasser for opplevelsesaktørene i Kragerø sammen med handelsstand, håndverkere og Kragerø kommune.  (jf. Reiselivsplanen: Hovedinnsatsområde 2020-2023, tiltak nr. 11)	Fokus på motivasjon, inspirasjon og samhandling. Korte møter med faglige innspill og nettverksbygging.	KNF
	Øke salg om sommeren  (jf. Reiselivsplanen: Hovedinnsatsområde 2020-2023, tiltak nr. 3)	Utvikling og salg av flere tilbud (opplevelser/aktiviteter) i sommersesongen.  (Se side 46 i reiselivsplanen for mer utfyllende info)  Det er viktig at hele kommunen tas i bruk og at det skapes opplevelser/aktiviteter også utenfor sentrumsområdet.	KNF
<b>D8: Gjeste-tilfredshet, trygghet og opplevelses-kvalitet</b>	Lage en risikoanalyse for Kragerø. Forankre og kvalitetssikre den i møter med Kragerø kommune og politi/redningstjenesten.  Avtale faste møter mellom destinasjonsledelsen og representanter for politi/redningstjenesten.	Mål: Sikkerhet for de besøkende. Vi skal ha fokus på å minimere risiko for våre gjester som besøker og ferierer i Kragerø.	KNF
	<u>Offentlige toaletter:</u> Se på mulighetene for etablering av flere offentlige toaletter.	Det gjesteundersøkelsens respondenter er minst fornøyd med er offentlige tilgjengelige toaletter.	KK

	<p>Forbedre skilting til offentlige toaletter i Kragerø by.</p> <p>Sørge for at turistene blir bedre informert om åpningstider for offentlige toaletter og servicebygg.</p>	<p>Kragerø kommune utreder behovet for flere offentlige toaletter, og evt. lokasjon.</p> <p>Tilgjengelighet på viktige elementære servicetjenester som offentlige toaletter bør ikke begrenses av åpningstider/sesong. En god løsning sentralt i sentrum bør være tilgjengelig hele året.</p> <p>Restaurantbransjen er pålagt denne servicen til sine kunder, men man kan ikke forvente at de også skal yte denne tjenesten til andre i høysesongen når kapasiteten er sprengt.</p> <p>Mål: Det skal være enkelt å finne frem til byens offentlige toaletter på egenhånd, når behovet melder seg.</p> <p>Tanken er også at kommunikasjonen mellom KK og KNF bør bli bedre ang. dette, slik at riktig informasjon kan viderefremmes til besøkende.</p> <p>Kragerø kommune sørger for informasjon om offentlige toaletter; skilting og åpningstider.</p>	
	<p><u>Parkeringsplasser:</u> Tilrettelegging for parkeringsløsninger utenfor sentrum.</p> <p>(Passer også inn under C4)</p>	<p>Mål: Flere langtidsparkeringsplasser utenfor sentrum med god tilknytning til transportmiddel ned til sentrum.</p> <p>Invitere relevante eiendoms besittere til møter for å lage en plan, og for å diskutere transportløsninger til sentrum. (Shuttle bus? Tilrettelegging nede ved kaia mht. avlastningsplass/bagasjeoppbevaring)</p> <p>Mangelfullt parkeringstilbud er en viktig tilbakemelding fra gjesteundersøkelsen.</p> <p><u>Utfordringen er knyttet både til kort- og langtidsparkering:</u></p>	KNF



		<p>* Respondentenes tilbakemeldinger er at det er «et dyrt og dårlig tilbud innen langtidsparkering.»<sup>19</sup></p> <p>Hytteeierne føler seg presset til å ta bilen med ut til øyene fordi det er en rimeligere løsning enn å velge en langtidsparkeringsplass i sentrum.</p> <p>«Det ble av flere respondenter påpekt at det med langtidsparkering både var til ulempe for de som skulle ut til øyene, og at det opplevdes som «feil» i forhold til naturvernområdene og bærekraft å ikke satse på bilfrie øyer.»<sup>20</sup></p> <p>* Kragerø bys gater er trange og det er tilbakemeldinger på at biler både ødelegger byopplevelsen, og skaper farlige situasjoner.</p> <p>Respondentenes tilbakemeldinger er at det «i høysesong både kan være utfordrende å være fotgjenger i sentrum pga. mye biltrafikk, og at det samtidig er frustrerende å være bilist i sentrum pga. for få parkeringsmuligheter. Et bilfritt sentrum er noe som oppfordres til av flere, men – med mulighet for å sette fra seg bilen i nærheten slik at det forblir attraktivt å dra til sentrum for å handle.»<sup>21</sup></p> <p><u>Informasjon og skilting:</u> Kragerø kommune sørger for informasjon og skilting ift. offentlige parkeringsplasser.</p>	
	<p><u>Gjeste havner:</u> Invitere Havnevesenet, Skjærgårdstjenesten og andre private aktører som har ansvar for ulike gjestehavner til møter for å se på mulighetene til å</p>	<p>Mål: Øke kapasiteten/antall plasser i Kragerøs gjestehavner – særlig båtplasser for dagfortøyning/korttidsfortøyning i sentrum.</p> <p>Øke tilfredsheten blant gjestene som benytter våre gjestehavner.</p>	<p>KNF/KK ved Havnevesenet</p>

<sup>19</sup> Se [gjesteundersøkelse](#), s. 13

<sup>20</sup> Se [gjesteundersøkelse](#), s. 13

<sup>21</sup> Se [gjesteundersøkelse](#), s. 13

	<p>forbedre Kragerøs gjestehavner.</p>	<p>Belyse ved møtene hvilket potensiale som ligger i Kragerøs gjestehavner og vurdere mulige løsninger til forbedring.</p> <p>Kragerø kommune og Havnevesenet sørger for informasjon knyttet til gjestehavner.</p> <p><u>Etter gjesteundersøkelse og direkte samtaler med mange i gjestehavna ved Gunnarsholmen er det tilbakemeldinger på:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*at det er for mange private båtplasser, at det er trangt og vanskelig å finne seg korttidsbåtplass i høysesong.</li> <li>* at gjestehavnene bør utnytte plassen bedre.</li> <li>*at veiledning for store båter inn til riktig bås hadde vært til hjelp.</li> <li>*at kommunikasjonen med gjestene bør forbedres. Hvem kan jeg henvende meg til ved spørsmål? Hvor finner jeg generell informasjon om Kragerø (Severdigheter, attraksjoner m.m.). Gjestene ønsker mer tilstedeværelse av de ansatte på gjestehavna. De ser dem kun når de kommer for å ta betalt, ellers er de vanskelig å få tak i.</li> </ul>	
	<p>Medlemsmøter som motiverer bedrifter til å lære opp sine ansatte i førstehjelp. (Bl.a. hvordan bruke hjertestarter.)</p>	<p>Mål: Øke sikkerheten for de besøkende gjennom kurs i førstehjelp.</p> <p>Innbyggertallet i Kragerø femdobles i sommersesong, derfor er det viktig at virksomheter er forberedt på å kunne hjelpe til i nødsituasjoner.</p> <p>Viktig er også å informere om hvor mange hjertestartere som finnes og hvor de befinner seg.</p>	<p>KNF</p>

		Førstehjelp er ferskvare, det er praktisk kunnskap som bør repeteres år etter år. Med økt kunnskap, kan flere liv reddes.	
	<p>Utbedre nettsiden visitkragero.no med informasjon om tilgjengelighet og tilrettelegging for personer med nedsatt funksjonsevne.</p> <p>Formidle relevant informasjon vedr. universell utforming til medlemsbedriftene.</p>	<p>Det bør være et mål at flest mulig kan få ta del i de gode opplevelsene i Kragerø.</p> <p>Det er viktig å fremheve i en egen sak på visitkragero.no hvilke opplevelser/tilbud som finnes for personer med nedsatt funksjonsevne per i dag.</p> <p>Det er viktig å ta hensyn til universell utforming ved nybygging, ombygging og utvikling av tilbud.</p> <p>I forkant av bedriftsundersøkelsens gjennomføring bør vi sørge for at alle medlemsbedrifter har fått informasjon om bl.a. <a href="#">«De 7 prinsippene for universell utforming»</a>.</p>	KNF
	Gjennomføring av GJESTEUNDERSØKELSE(R) (både for gjester i kommersielle senger og deltidsinnbyggere)	Kartlegge gjestetilfredshet. Fremstår reisemålet Kragerø som bærekraftig? Hvert 2. – 3. år	KNF

## E: Økonomisk Levedyktighet

### E9. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping:

Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsdestinasjoner i et langsiktig perspektiv, gjennom å maksimere reiselivets verdiskaping i lokalsamfunnet, inkludert hva turistene legger igjen av verdier lokalt.

### E10. Økonomisk levedyktige og konkurransedyktige reiselivsbedrifter:

Å sikre levedyktigheten og konkurransedyktigheten til reiselivsbedrifter i et langsiktig perspektiv.

INDIKATOR	TILTAK	MÅL/BESKRIVELSE	ANSVARLIG (forslag)
<b>E9: Økonomisk levedyktige og konk. dyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskaping</b>	Gjennomføring av BEDRIFTSUNDERSØKELSE	<p>En bærekraftig destinasjon er bygget på bedrifter som jobber med egen bærekraft når det gjelder natur, kultur, miljø, lokalsamfunn og økonomi.</p> <p>Status, holdninger og utvikling i de enkelte bedrifter skal derfor måles jevnlig.</p> <p>Undersøkelsen skal gi svar på bl.a.:</p> <p><u>Andel reiselivsbedrifter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*som har gjennomført energibesparende tiltak siste tre kalenderår</li> <li>*som kildesorterer på relevante (minimum 3) fraksjoner</li> <li>*som deltar / har deltatt i opplæringsprogrammet (Vertskapskurset)</li> </ul> <p><u>Andel medlemsbedrifter</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>*med HMS-plan oppdatert minimum hvert annet år</li> <li>* som gjennomfører årlig medarbeiderundersøkelser/-samtaler</li> </ul> <p><u>Andel av opplevelses- og aktivitetsbedrifter, overnattingsbedrifter og serveringsbedrifter på reisemålet</u></p>	KNF

		*som er tilrettelagt ift. brukergrupper med særskilt behov (som syn, hørsel, bevegelsehemning og astma/allergi)	
<b>E 10: Økonomisk levedyktige og konk. dyktige reiselivs- bedrifter</b>	Utvikle prosjekter til å skape høst (sept- nov) som ny sesong.  (jf. Reiselivsplanen: Hovedinnsatsområde 2020-2023, tiltak nr. 2)	Her rettes fokuset på de tre bærende produktkonsepter som i kombinasjon gjør Kragerø til et unikt reisemål.  *Kyst og skjærgård *Munch – og kunstnere *Sjarmerende småbyliv  (Se side 41-45 i reiselivsplanen for mer utfyllende informasjon)  Tilbakemeldinger fra gjesteundersøkelsens respondenter viser et betydelig utnyttet potensial på organiserte opplevelser og aktiviteter. De som bruker tilbudene er svært fornøyde. Dette er en viktig pekepinn for arbeidet vårt med å utvikle nye sesonger.  * Nye opplevelser kan f.eks. knyttes til Kunstnerbyen og Kragerø sin historie (Seilskutetiden, ishandel, tømmerdrift og bergverkstradisjon).	KNF
	Gjennomføre undersøkelsene slik at man får et system for kontinuerlig overvåking av viktige indikatorer på utviklingen i Kragerø.	Merkeordningen stiller bl.a. krav til jevnlig ringvirkningsundersøkelser, gjesteundersøkelser og undersøkelser blant deltidsinnbyggere/hytteiere. Gjennom dette vil en få god grunnleggende innsikt om status, utviklingstrekk og muligheter. Disse undersøkelsene vil bli gjennomført hvert 2-3 år.  I 2020 har det blitt gjennomført en gjesteundersøkelse og en verdiskapings- og ringvirkningsanalyse (Menon Economics).	KNF