

«Attraksjonskraft Tjøme»

HVORDAN ØKE TJØMES ATTRAKSJONSKRAFT OVER FOR INNBYGGERE BEØKENDE OG NÆRINGSLIV?

FORORD

Tjøme Næringsforening har på mandat fra Tjøme Næringsråd utarbeidet et forslag til strategi og tiltak for å øke Tjøme attraksjonskraft. Prosjektet startet i mai 2014 og har hentet inspirasjon fra lignende prosjekter, studier fra Telemarksforskning med flere, work shops med innbyggere, hyttefolk og næringsliv, samt innbyggerundersøkelsen utført av Tjøme kommune i 2014.

Prosjektet konkluderer med at Tjøme har gode forutsetninger for å lykkes i sin videre utvikling, men også en del utfordringer må ta tas på alvor. Disse er knyttet til verdiskapning, bosetting og jevn vitalitet i samfunnet året rundt. Det foreligger ingen tydelig retning på Tjømes utvikling, noe som er spesielt uheldig sett i lys av en nær forestående kommunesammenslutning.

Prosjektets anbefaling er å satse offensivt på å styrke Tjøme som bosted. Dette er en forutsetning for å opprettholde et livskraftig lokalsamfunn og det vil gi størst langsiktig effekt for næringslivet. Samtidig må også Tjøme utvikles som besøks sted, både for hyttebeboere og andre tilreisende året rundt. Særlig viktig er det å øke attraktiviteten utenom sommersesongen.

Økt besøk gjennom hele året gir grunnlag for at man kan tilby Tjømes befolkning et bedre tilbud - hele året (Større og bedre utvalg når det gjelder handel, håndverkere, restauranter og kulturelle tilbud). Dette skaper arbeidsplasser, bedre kommuneøkonomi, bedre tjenester, større interesse fra tilflyttere, som igjen kan skape nye tilbud til de besøkende.



Starter økologisk kolonial

Nyetablering skapt med bakgrunn i at Tjøme har et større publikum en de fastboende.

Naturen er Tjømes viktigste fortrinn og dette må utnyttes i sterkere grad. Tjøme har en unik natur for rekreasjon og opplevelse, Færder nasjonalpark «rett utafor døra» og kanskje Norges beste klima. Både innbyggere, besøkende og næringsliv understreker betydningen av naturen. Prosjektet mener dette gir Tjøme en mulighet til å bli «Østlandets mest attraktive landlige forstad». Her kan man bo landlig i vakre omgivelser, med kort vei til en spennende by og region i utvikling og tett på Osloregionen.

Tjømes fortrinn og positive egenskaper er underkommunisert, spesielt overfor potensielle innbyggere og kanskje også overfor eksisterende innbyggere. Man må bevisstgjøre dagens beboere på hvilke positive verdier Tjøme besitter og ta en mer aktiv rolle som stolte og profesjonelle verter, både ovenfor de som vil flytte hit og de som besøker oss. Tjøme med Færder Nasjonalpark og Verdens Ende er spydspissene i Vestfolds reiseliv, og har et stor potensiale i forhold til å styrke merkevaren Tjøme og skape verdiskapningen.

Mye av dette kan løses med en godt planlagt, tydelig og effektiv kommunikasjonsinnsats er nødvendig for å øke attraksjonskraften. Dette er imidlertid ikke tilstrekkelig. Det må også gjennomføres konkrete strukturelle tiltak gjøre Tjøme til et enda bedre sted å bo og besøke. Spesielt er det viktig å ha et offensivt boligprogram med en «tidsriktig» profil og mye bedre offentlig kommunikasjon. Det er også av stor betydning at mobil- og nett dekningen blir bedre og at sentrum utvikles til å bli et attraktivt og levende sentrum som kan være tyngdepunkt for sosialt samvær for alle aldersgrupper er også. Hyttebeboere er deltidsboende som kan konverteres til fastboende og et program for å gjøre dette lettere bør etableres. Reiselivsarbeidet må også profesjonaliseres og digitaliseres. Med Færder Nasjonalpark Senter og ny daglig leder der ligger forholdene til rette for at Tjøme kan bli en spydspiss og ta en viktig rolle i arbeidet med å markedsføre Vestfold. Det nye selskapet Visit Vestfold bør ha stor effekt ved å knytte seg til dette tyngdepunktet innen reiseliv i Vestfold.

Prosjektet mener tiltak bør igangsettes snarest og at Tjøme er tjent med å gå med mest mulig styrke inn i sammenslåing med Nøtterøy kommune. Konklusjonene fra prosjektet bør kunne tas inn i kommunens planarbeid og i forhandlingene. Ressurspersoner som har vært involvert i prosjektarbeidet bidrar gjerne med å ta arbeidet et skritt videre.

Innhold

1. Oppsummering og mandat
2. Situasjonsanalyse
3. Arbeidsprosess
4. Målsetninger
5. Prioriteringer
6. Strategiske grep
7. Tiltak

Vedlegg: første utkast til rekrutteringsplan

1. Oppsummering og mandat

Ideen til dette prosjektet om å se på attraksjonskraften til Tjøme kom i stand mai 2014 etter et møte på Verdens Ende i regi av Innovasjon Norge om hvordan man kan organisere markedsføringen av destinasjonen Vestfold og med det Tjøme.

Temaet ble diskutert med Tjøme Næringsforum (nå Næringsråd) 25.6.2014 som bifalt ideen.

Formann Ove Salvesen og nestformann Tor Lie i Tjøme Næringsforening, næringssjef i Tjøme Mie Heireth Jørgensen og Dag Østby etablerte en arbeidsgruppe. Gruppen ønsket i utgangspunktet å se på hvordan man lokalt kan gjøre Tjøme mer attraktivt for fastboende, gjester og med dette styrke lokalt næringsliv. Hovedårsakene til at gruppen tok tak i dette var:

Tiden var moden: Fokus på utvikling var påkrevet – var etterspurt av befolkningen og næringslivet.

Aktualisert av mulig kommunesammenslåing: Det er uklart hvilken rolle Tjøme skal/kan ta i en ny kommunestruktur- må få på plass en retning og strategi før eventuell forhandling og sammenslåing.

Aktualisert av etableringen av Færder Nasjonalpark: Behov for å avklare hvordan Tjøme best kan utnytte denne muligheten.

Aktualisert av Fylkeskommunens RPVI: Verdiskapningen på Tjøme er for lav og det er viktig for innbyggere og næringsliv å forbedre den.

I løpet av sommeren 2014 ble det gjennomført tre workshops med fastboende, hyttegjester og lokalt næringsliv. I tillegg er det lagt vekt på resultater fra innbyggerundersøkelsen på Tjøme som ble gjennomført i første kvartal 2014. Gjennom høst og vinteren 2014 arbeidet gruppen med prosessen og det var underveis flere møter med Tjøme Næringsråd (18.9.2014 og 12.11.2014). Her ble det vedtatt at man ønsket å støtte prosjektet og at man kunne være villig innstilt til å delta i finansiering av det videre arbeidet Tjøme Næringsforening, som har finansiert ekstern konsulentbistand.

Prosjektet har vært behandlet i formannskapet og i kommunestyret våren/sommeren 2015

Følgende mandat ble vedtatt:

”Tjøme Næringsforening utarbeider et forslag til utviklingsretning for Tjøme, med vekt på hvordan attraksjonskraften overfor innbyggere og tilreisende kan økes.”

Siste rapport med status ble presentert for Tjøme Næringsråd 6 mai 2015. På grunn av kommunevalget ble videre arbeidet satt på vent til nytt kommunestyre er på plass.

I september hadde arbeidsgruppen et møte for å gjennomgå status i arbeidet. Tilsvarende prosjekter i andre kommuner ble diskutert. Erfaringen blant annet fra Hurdal og Drammen som har lyktes med en slik prosess er at det bør være et bredt politisk flertall for at en slik prosess skal bli vellykket, samt at den politiske ledelsen må "eie" prosessen. Det er også viktig for å oppnå en god prosess at man samarbeider med krefter utenfor det politiske liv. (Næringsliv og frivillige)

Basert på dette ønsker Attraksjonsgruppen å innlede en tettere dialog med Tjøme kommunestyre i det videre arbeidet og ber derfor om å lufte dette med ordfører, varaordfører og lederne av partiene som utgjør det nye flertallet i kommunestyret, for så å få med seg alle partiene.

Følgende suksesskriterier må vektlegges:

Politisk støtte:

At politikerne tar prosessen på alvor og "omfavner" den på tvers av politiske skillelinjer - og etter hvert sørge for penger til oppfølging.

Inn i planarbeidet:

At det vi kommer frem til blir tatt hensyn til i samfunnsdelen i kommuneplanen – *helst være førende for denne.*

Lokal forankring:

At vi får god oppslutning hos toneangivende innbyggere; at de blir ambassadører fremover.

Unikt og attraktivt konsept:

At det vi kommer fram til virkelig har markedseffekt; overfor nye innbyggere og for reiselivsnæringens målgrupper.

2. Situasjonsanalyse

Vi har organisert kunnskapen vi har samlet inn om Tjømes nåsituasjon, og om kommende utfordringer i en SWOT-analyse (belyser styrker, svakheter, muligheter og trusler).

SWOT Nåsituasjon

STYRKER	SVAKHETER
<ul style="list-style-type: none"> - Natur - Klima - Færder Nasjonalpark - Full barnehage dekning - Kultur og fritidsaktiviteter - Kort vei til sentral Østlandet - Unikt omdømme som hytteparadis - Boligstrukturen – arealplanen åpner for spredt bebyggelse – 250 nye boliger ligger i den nye planen - Sterkt omdømme som bosted (Telemark forsk) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kollektivtransport - Demografi, færre barn – flere eldre - Store sesongsvingninger - Begrenset utviklingsvilje - Manglende politisk målsetninger - Nasjonale føringer - Politisk engasjement fra de yngre - Mangler sosiale arenaer hele året
MULIGHETER	TRUSLER
<ul style="list-style-type: none"> - Unik natur - Fire årstider - Fortetning i byene, leve og bo på landet - Politisk vilje til endring - Økt samarbeid næringsliv og kommune - Sentrum 2020 - Mågerø – nye næring 	<ul style="list-style-type: none"> - Mister identitet ved kommunesammenslåing - Manglede politisk samarbeid om langsiktige mål - Befolkningsutvikling

Hovedinntrykk fra tre workshops

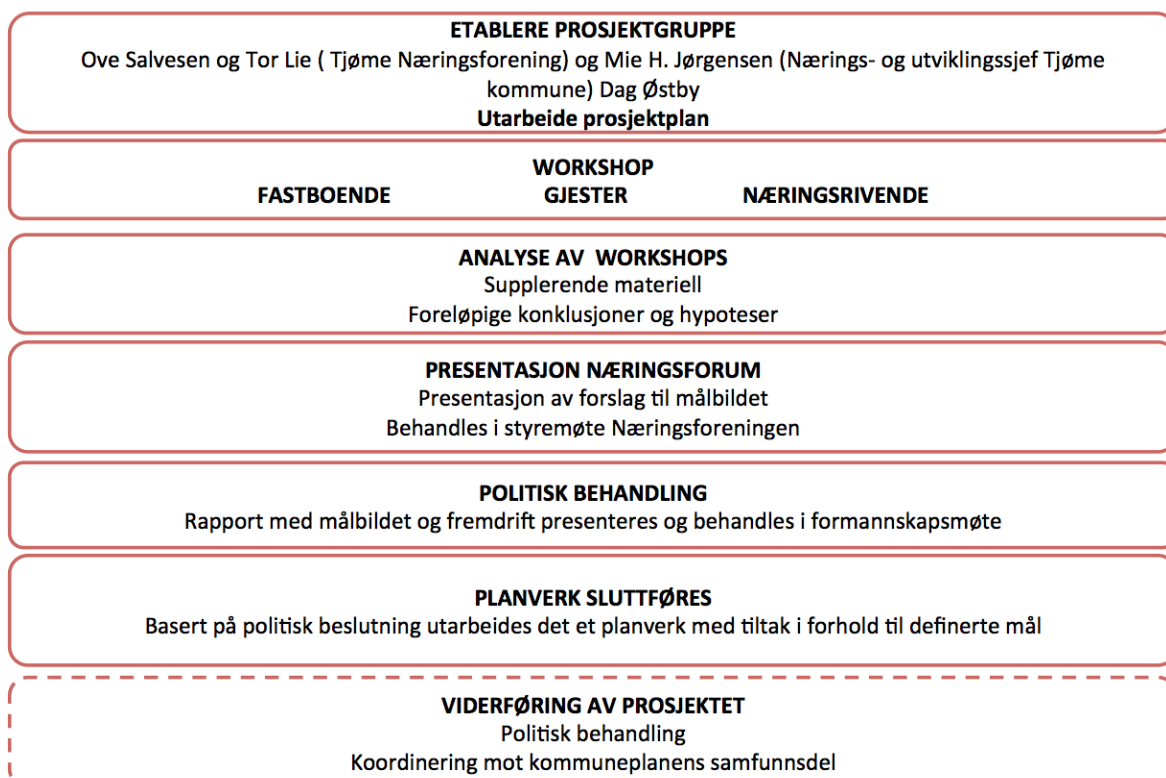
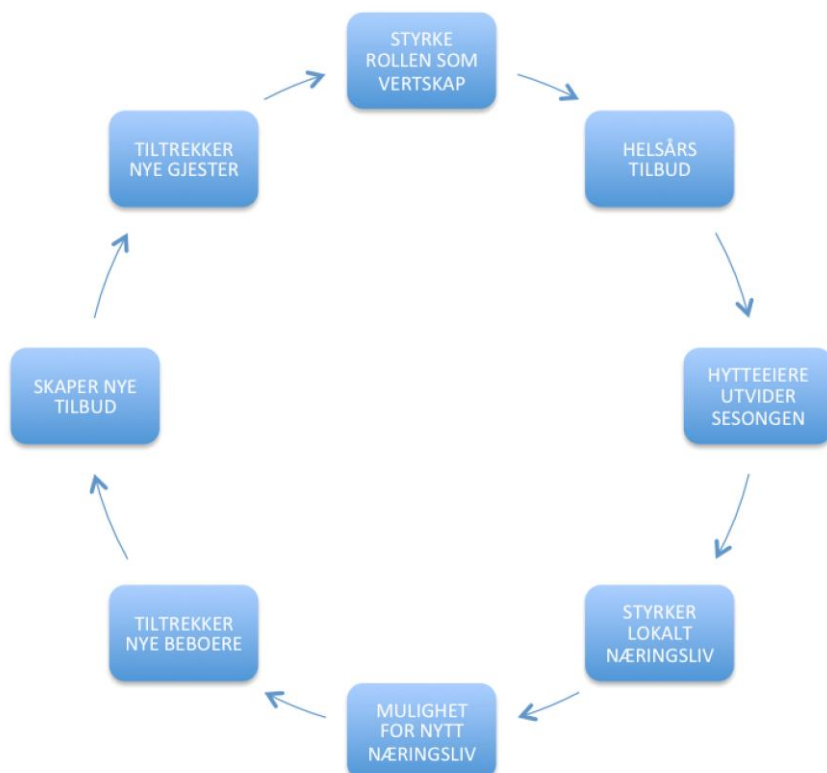
Enighet om

- At det unike ved Tjøme er NATUREN, klima og beliggenheten!
- At det er behov for å utnytte de naturgitte forutsetningene vi har bedre enn i dag og skape større attraksjonskraft.
- At det er ønskelig med en balansert og bærekraftig utvikling med et mer mangfoldig aktivitetstilbud hele året - innenfor de rammene naturen har gitt oss.
- At sentrum må utvikles raskt
- At det politiske miljø må samarbeide om dette og at det må skapes positive holdninger (alle må "framsnakke" øya)

3. Arbeidsprosess

Vi har basert vårt arbeid på en anerkjent teori om at det er en sterk sammenheng mellom bosetning, besøk og næring. Klarer vi å øke antall innbyggere vil dette ha en positiv effekt på besøksdøgn/tilreisende til Tjøme

Ved å øke antallet eller utvide oppholdet til øyas besøkende gjennom hele året vil det danne grunnlag for økning i befolkningen. På samme måte vil en økning i befolkningen bidra til at de besøkende vil oppleve flere og bedre tilbud, og dermed oppholde seg oftere og lenger på Tjøme. Dette har vi illustrert i modellen "gode sirkelen"



I det videre arbeider er vårt mål at dette arbeidet nå blir trukket inn når det politisk miljøet skal arbeide med de lange strategiske linjene for Tjøme. Mulig det kan sortere inn i arbeidet som nå skal påbegynnes med samfunnsdelen av kommuneplanen.

Parallelt med dette arbeidet ønsker attraksjonsgruppen og Næringsforeningen å utarbeide en mer operativ plan med konkrete tiltak i forhold til attraksjonskraft som kan iverksettes forholdsvis raskt, men som forholder seg til de langsiktige veivalgene til kommunestyret og politikerne.

Kort oppsummert ønsker vi å bidra med følgende i tiden fremover:

1. Bidra som aktør sammen med det politiske miljøet i utarbeidelsen av den langsiktige utviklingen av Tjøme. Her blir det viktig at man jobber med kommunens identitet og omdømme, da dette er viktig å ha på plass før begynner å kommunisere mot de ulike interessentene i arbeidet med å styrke attraksjonskraften.
2. Arbeide med konkrete tiltak for å oppnå Attraksjonsgruppens mandat. Dette er både faktiske forbedringer, mens andre dreier seg om å kommunisere bedre.

4. Målsetninger

Det overordnede målet er å gjøre Tjøme til et mer livskraftig samfunn å bo hele året. Dette er i tråd med kommunens eksisterende visjon "En god kommune å leve i" og visjonen om at Tjøme skal være et livskraftig sted å bo, leve og feriere hele året. For dagens og kommende generasjoner, på naturens premisser.

Overordnet mål (visjon – oppgraderes)

- Et livskraftig sted å bo, leve og feriere hele året. For dagens og for kommende generasjoner, på naturens premisser.

Konkrete arbeidsmål

- Tydeliggjøre Tjømes identitet basert på at vi er en øy med unik natur. Starte arbeidet med å forbedre Tjømes omdømme ovenfor omverden og relevante målgrupper.
- Øke antall fastboende fra 5000 til 6000 innen 2030.
- Styrke kommunens økonomi og lokalt næringsliv gjennom større befolkning og økt aktivitet hele året. Veksten i privat næring vokste med 20% fra 2000 til 2014. Hvordan skal denne veksten være frem til 2030?
- Så raskt som mulig bli tydelige på dette, slik at man kan posisjonere kommunen i forhold til kommunesammenslåing

5. Prioriteringer

I forhold til vår "alt henger sammen" modell og for å begynne i riktig rekkefølge med tiltak foreslår vi følgende prioritering av målgruppene og interessentene.

1. Tjømes politiske ledelse
2. Dagens beboere/befolkning
3. Ny befolkning
4. Eksisterende hyttegjester
5. Eksisterende besøkende
6. Nye besøkende
7. Eksisterende næringsliv
8. Nytt næringsliv

6. Strategiske grep

6.1. Vi skal først og fremst styrke Tjøme som bosted

Ved å tiltrekke oss mennesker fra Østlandsområdet som er ambisiøse og opptatt av natur og et levende lokal samfunn.

For å lykkes med dette må vi styrke identitet og omdømme hos eksisterende befolkning og politikere.

6.2 Sekundært skal vi styrke Tjøme som turistdestinasjon med fokus på nye sesonger og på vår unike natur.

Revitalisere og legge bedre til rette for allerede eksisterende hyttebesøkende gjennom hele året. Om mulig konvertere hyttegjester til fastboende.

Øke besøksomfanget fra dagsturister, og organisere det slik at disse får bedre opplevelser og benytter mer av det lokale næringsliv. (Noe som også påvirker Tjømes positivt som bosted)

6.3 Styrke attraksjonskraften for lokalt næringsliv

Konsekvensen av ovenstående punkter:

Næringslivet vil få en oppsving, håndverksbransjen mer oppdrag, handel standen vil oppleve økt besøk, maritim næring gjennom utleie av båtplasser, salg av båter, det vil drysse positive ringvirkninger for alt næringsliv på Tjøme, arbeidsplasser skapes

og dermed vil også kommuneøkonomi styrkes (mer skatteinntekter, mindre sosiale ytelser mm)

7. TILTAK

Som en del av oppgaven med å styrke vår attraksjonskraft foreslår vi følgende konkrete tiltak, som må prioriteres på kort og langsikt.

1. Offensivt boligprogram

Organisere boligprogrammet slik at man kommer i gang med byggingen av flere nye boliger, i tråd med en grønn profil, samt tilrettelegge for utbyggere som ønsker å bygge og selge disse boligene. Både Obos og private investorer.

2. Styrke eksisterende kollektivtransporten

Gjennom å få på plass en skyttelbuss som går kontinuerlig over hele øya. Dette for å gjøre det lettere for befolkning, og særlig de unge, å ta i bruk tilbudene på øya. Det bør også være en løsning med "sommerkort" slik at besøkende kan bruke buss og på den måten bruke mer av de lokale tilbudene. Dette kan gjøres sammen med private aktører og vil synliggjøre posisjonen som grønn øy.

Med Færder Nasjonalpark som viktigste reisemål på sørenden av øya, vil det være naturlig å legge til rette for økt kollektiv transport til denne destinasjonen.

3. Nye transportformer

Det bør også vurderes om båttransport kan benyttes for å løse transport utfordringene og ikke minst gi folk lettere tilgang til Nasjonalparken, som i hovedsak befinner seg i havområdet.

4. Nytt samfunnshus/aktivitets hus

Bygge all-aktivitetshus/nytt samfunnshus - med møteplasser for alle generasjoner. Bør ligge mest mulig sentral og ses i sammenheng med hvordan sentrum vil utvikles mot 2020.

5. Prioritere utviklingen av sentrum

Arbeidet med å planlegge og få på plass et sentrumsområde som tilbyr sosiale arenaer for alle målgrupper og som legger til rette for lokalt næringsliv bør prioriteres.

6. Sykkel og gangstier

Utvide sykkel og gangstiltbudet ytterligere. Man bør kunne nå alle Tjømes viktigste områder med sykkel og underbygge at det er en øy hvor man kan være fysisk aktiv.

7. Forbedre bredbåndstilbudet

En av de viktigste parameterne ved valg av bosted og plassering av næring, er et godt utbygd bredbåndstilbud.

8. Profesjonalisere reiselivsnæringen (Visit Tjøme/Nøtterøy)

Organisere reiselivsnæringen på Tjøme slik at man har en lokal organisasjon som arbeider operativt på Tjøme, denne organisasjonen er igjen knyttet opp mot det nye destinasjonsselskapet i Vestfold, GoVestfold. (Her må man se på eierskap.)

Arbeidet for at reiselivsatsningen på Tjøme knyttes opp mot det nye Nasjonalpark senteret, Om mulig kan senteret på sikt ta ansvar for å koordinere aktørene inne reiselivsnæringen på Tjøme (og Nøtterøy).

Kombinere rollene som en egen destinasjon (og som en spydspiss i GoVestfold systemet. (I følge forretningsplan til GoVestfold så søker folk etter den konkrete destinasjonen (Tjøme) og ikke etter Vestfold.

9. Program for ny kunnskapsbasert næring

Skape ny kunnskapsbasert næring med fokus på natur, opplevelser og marinteknologi.

10. Mågerø

Starte opp planarbeidet Mågerø, slik at man skape nye arbeidsplasser og knytte innholdet til den profilen Tjøme ønsker å fremstå med.

11. Etablere kontorplasser/felleskap

Det er i dag en rekke enmannsbedrifter og freelancere som operer fra hjemmekontor. Ved å legge til rette for leie av kontorplasser i fellesbygg vil man beholde disse, og kunne rekruttere nye beboere til øyene ved å tilby dem slik jobbløsninger.

12. Aktivisere ressursene blant hyttefolket

Arbeide aktivt med prosjektet "Hyttefolk er nyttefolk"

13. Legge til rette for hyttebruk

Bedre muligheten for å benytte hyttene hele året

Økte VAR tilkobling og bedre dialog med hytteeierne for å møte deres ønsker.

14. Styrke kommunens kommunikasjon

Styrket kommunikasjon og dialog med fastboende, hyttegjester og dagsbesøkende vil styrke Tjømes rolle som bosted og destinasjon.

Gode og informative nettsider og tilstedeværelse på sosiale medier. Benytte Google slik at man blir eksponert for de som søker etter tilbud Tjøme innehar.

Informasjon via nyhetsbrev på mail til alle målgrupper. Man bør få på plass en kommunikasjonsplan og samordne de kanalene som i dag blir benyttet.

15. Arbeide med å styrke omdømme

Utarbeide en omdømmeplattform sammen med kommunens politikere, der man meisler ut en god visjon (midtskipsmerke), klare verdier for øya og som igjen kommunisere gjennom en god plan og en oppdatert visuell profil.

16. Sette Tjøme på kartet

Etablere et eller flere store events som setter Tjøme på kartet og understreker øya profil. F.eks. en sjømatfestival

17. Revitalisere Tjøme.no som portal

Digital kommunikasjon mot de ulike målgruppene er avgjørende for å lykkes. Derfor bør man benytte dagens løsning slik at den kan benyttes mot både mot eksisterende fastboende og gjester, samt mot eksisterende og nye gjester. Siden kan organiseres slik at de enkelte målgruppene finner lett frem. En felles side vil også kunne bidra til å rekruttere eller konverterer gjester til fastboende.

Tjøme.no knyttes opp mot GoVestfolds nettside.

18. Ta tak i vertskapsrollen

Vertskapskurs/program for å gjøre Tjøme bedre på service, gjelder både kommuneadministrasjon, næringsliv og innbyggere. Bør koordineres av en person. Se eksempel fra Geilo/Hemsedal.

19. Opprette kommunalt utvalg for stedsutvikling

Samle ressurser fra næringsliv, kommune og frivillige til å arbeide med den videre stedsutviklingen av Tjøme.

TILTAK

NR	Målgruppe	Tiltak	Ressurs	Gjennomføring
1	Nye beboere	Boligprogram for å skaffe flere nye boliger		
2	Alle, spesielt unge	Styrke kollektivtransport, skyttelbuss		
3	Alle	Nye transportløsninger – ferje		
4	Alle	Aktivitets / samfunnshus		
5	Alle	Tjøme Sentrum		
6	Alle	Gang og sykkelsti		
7	Alle	Forbedre bredbåndstilbud		
8	Næringsliv og kommune	Organisere Visit Tjøme		
9	Næringsliv og	Mågerø		

	kommune			
10	Kommune	Program for nye maritim næring		
11	Næringsliv	Kontor felleskap		
12	Hytter	"Hyttfolk er nyttefolk"		
13	Hytter	Forbedre hytteliv		
14	Alle	Styrke kommunens kommunikasjon		
15	Alle	Styrke kommunens omdømme		
16	Gjester	Tjøme på kartet, events eller festival		
17		Revitalisere Tjome.no		
18	Kommune/næring	Vertskapsrollen		
	Kommune/næring	Utvalg stedsutvikling		

