

ARENDALS REISELIVSSTRATEGI 2022-2026

# ARENDAL HELE ÅRET



# ARENDAL HELE ÅRET

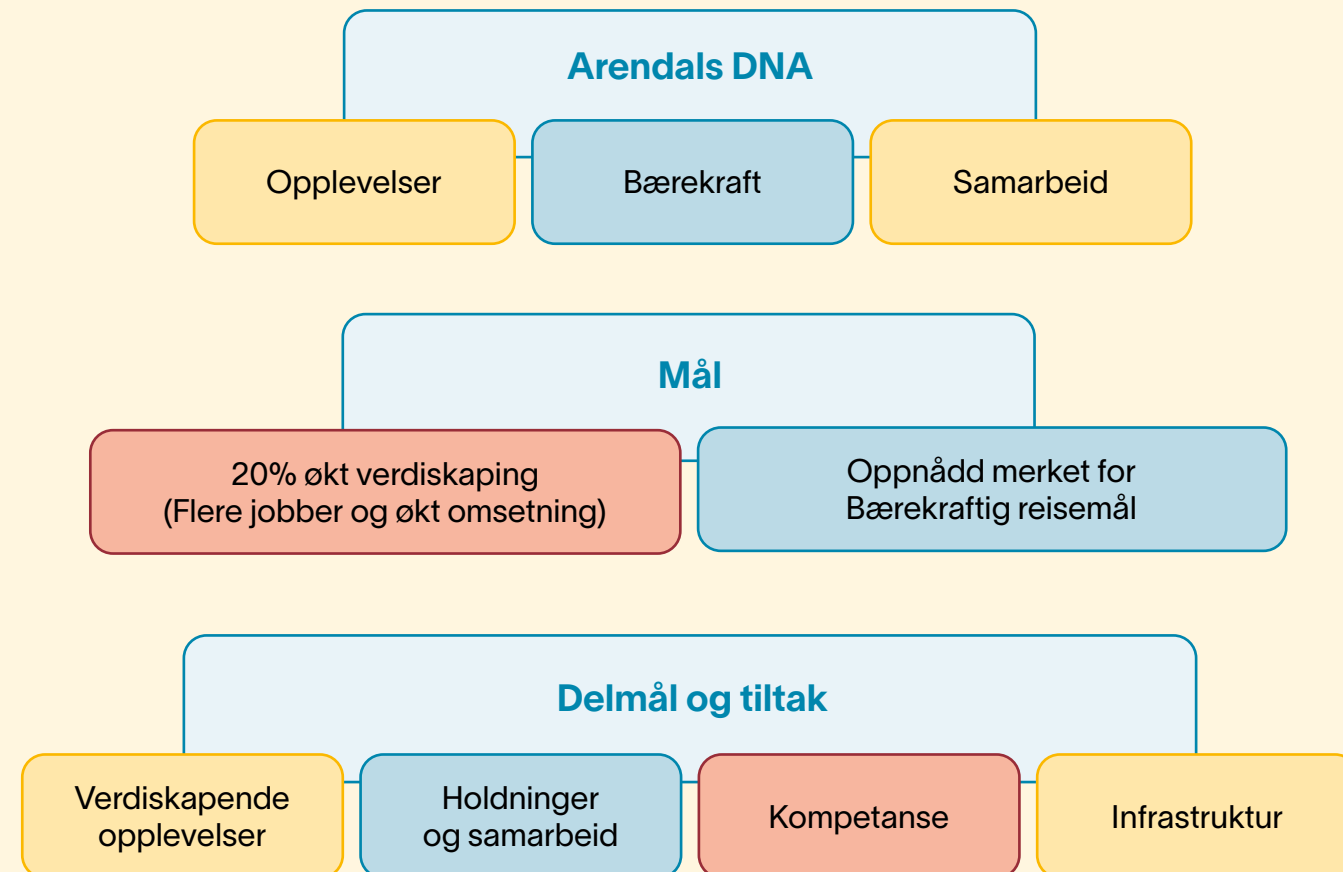
Visjonen er å skape en attraktiv by med opplevelser for alle gjester (både innbyggere og besøkende) hele året.

Det er umulig for én enkelt aktør å skape nye opplevelser hver dag. Derfor trenger vi samarbeid og koordinering.

Arendals reiselivsstrategi 2022-2026 ble vedtatt i Arendal bystyre 27. januar 2022



## Visjon Arendal hele året



# ARENDALS DNA

## – DET VI ER

Arendal er historie og  
Arendal skaper historie.

Gjennom kombinasjonen av sterk kulturhistorie og sterke kulturopplevelser, med fokus på samarbeid og bærekraft har Arendal skapt sin historie.

Reiselivsarbeidet må bygge videre på de styrkene vi har i Arendal, og vi trekker derfor frem de tre bærende elementene for Arendals DNA.

- Opplevelser i Arendal
- Bærekraft og miljøfokus
- Samarbeid på tvers av kommune, næringsliv og frivillighet.

## Arendals DNA

# OPPLEVELSER

Gjennom **våre store arrangementer**, blant annet Canal Street og Arendalsuka, har mange blitt kjent med byen vår. I vårt kompakte bysentrum er det rom for både store og små opplevelser for innbyggere og besøkende.

**Arendal sentrum** har en sterk og tydelig historie som fortsatt lever i byens arkitektur. Kulturhistorien lever også videre langs kysten med uthavnene som var viktige for handel og sjøfart i seilskutetiden.

Arendal har **et levende og aktivt kulturliv**, både innen musikk, scenekunst, kunst og litteratur. Byens kulturinstitusjoner, profesjonelle kulturaktører og et mylder av foreninger og engasjert frivillighet bidrar til aktivitet og arrangement for innbyggere og besøkende.

Arendal er en stor sørlandsby med **nærhet til sjøen**. Du som innbygger og besøkende får gode sentrumsopplevelser samtidig som du kan oppleve skjærgården.

Du finner de store **naturopplevelsene i Raet nasjonalpark** og ellers i byens flotte uthavner. Raet er grunnlaget for et mangfoldig liv i sjø, på land og i lufta. Dette er naturkvaliteter som er lett tilgjengelig for alle.

I Arendal er det **aktiviteter og opplevelser** for alle. Du kan padle kajakk i skjærgården - få konsertopplevelser på unike steder - få opp pulsen med stisykling i en av Norges råeste løypestraseer - holde deg flytende i det oppvarmede utendørsbassenget - utfordres og utvikles på Vitensenteret - la deg berike med samtidskunst av internasjonalt format på Bomuldsfabriken kunsthall - bli inspirert og møte nye mennesker på TEDxArendal.



## Arendals DNA

# BÆREKRAFT

Fokus på **klima og bærekraft** er en viktig del av Arendals DNA.

Siden 2008 har vi vært ledende i landet når det gjelder å feie for egen dør i klimasammenheng. Kommunens drift er klimanøytral og utslippene er redusert med over 80 % i perioden 2007-17. Arendal har også siden 2020 arbeidet systematisk med bærekraftsmålene og har et spesielt fokus på 10 av dem.

I tråd med kommunens klima- og energiplan skal reiselivsstrategien understøtte målsetningen om at Arendal skal bli en 1,5 graders by i 2040.

Arendal har allerede startet arbeidet mot fremtidens reiseliv ved å kartlegge kriterier hva gjelder miljømessig, sosial og økonomisk bærekraft.



## Arendals DNA

# SAMARBEID

For å lykkes med bærekraftsmålene trengs det **nye og sterke partnerskap**. Myndigheter, næringslivet og sivilsamfunnet må samarbeide for å oppnå bærekraftig utvikling.

Reiseliv er et samskapende økosystem av bedrifter, gjester, lokalsamfunn, kulturliv, frivillige organisasjoner, transportsystemer, handel, formidling og mange offentlige aktører. Alle er avhengig av hverandre og av at vi samhandler godt og effektivt til felles beste.

Det gode samarbeidet vi allerede har mellom næringsaktører, frivillighet og kommune gir spillerom og muligheter. "Med hjerte for Arendal" har bevist at det er menneskene i byen som gir byen liv og som skaper det gode stedet å besøke. Derfor er det viktig at vi fortsetter å skape spennende og gode øyeblikk sammen.

I utviklingen av reiselivet i Arendal bygger vi på prinsippene om samarbeid, som er beskrevet i kommuneplanens samfunnsdel og i strategi for samskaping.



# MÅL – DIT VI VIL

20% økt  
verdiskaping  
innen 2026

Merket for  
Bærekraftig  
reisemål  
innen 2024

## Mål 1:

# 20% økt verdiskaping innen 2026

Hensikten med delmålene og tiltakene er å skape vekst i reiselivsnæringen. Veksten skal måles i forhold til 2019 ved utgangen av 2026.

- 700 årsverk i 2026. En vekst på 120 årsverk fra 2019.
- En beregnet omsetning på 1 mrd kroner i 2026. En vekst på rundt 200 millioner kroner fra 2019. Justeres i forhold til KPI.

I følge den nasjonale reiselivsstrategien er det forventet en internasjonal vekst på 37,5 prosent fra 2019 til 2030. Reiselivsnæringen består av alle bedrifter som leverer tjenester

til mennesker på reise. Det vil si opplevelses-, overnattings-, serverings-, transport-, og formidlingsbedrifter. Arendal har som målsetting å øke antall sysselsatte og øke omsetningen i denne næringen.

I 2019 hadde Arendal 1016 sysselsatte, 580 årsverk i reiselivsnæringen. Omsetningen er beregnet til 814 millioner kroner i 2019. Beregningen er foretatt av Menon for NHO Reiseliv.

## To markeder for økt verdiskaping

Vekstmålet skal oppnås ved strategisk arbeid mot to definerte markeder.



### Arrangementsmarkedet

Arrangementer innebærer alt innenfor kultur-, idretts og forretningsarrangementer. Det kan for eksempel være turneringer, festivaler, møter og konferanser som trekker mange besøkende til Arendal.

#### Hvem:

Grupper på 20 – 500 deltakere med kort reisevei, primært innenfor Skandinavia.

#### Når:

Nye satsinger bør være i perioden september til mai.



### Turistmarkedet

(gjester, inkludert innbyggere)

Denne gruppen har natur- og kulturopplevelser i Arendal som formål med besøket.

#### Hvem:

Gjester med kort reisevei, primært innenfor Skandinavia, Tyskland og Nederland. Dette inkluderer også lokale innbyggers bruk av tilbudene i byen.

#### Når:

Hele året

Mål 2:

Arendal oppnår merket for Bærekraftig reisemål innen 2024

Målet om vekst i reiselivsnæringen suppleres med bærekraft. Alle delmål og tiltak må sees i sammenheng med målet om å bli et Bærekraftig reisemål.

Markedet etterspør bærekraftige reisemål, og Arendal kommune skal bidra til å oppfylle bærekraftsmålene. Kommunen har satt seg ambisiøse mål, som også må prege reiselivs-satsingene. Arbeidet med bærekraft må derfor ligge som et premiss for gjennomføringen av alle tiltak.

Merket for Bærekraftig reisemål utstedes av Innovasjon Norge og remerking skjer hvert 3. år. Merkeordningen er et verktøy for å systematisere arbeidet med bærekraft på et reisemål. Ved å kartlegge kriterier for miljømessig, sosial og økonomisk bærekraft er vi i gang med et langsiktig arbeid for økt bærekraft.

10 prinsipper for et bærekraftig reiseliv

Merkeordningen består av en standard og en arbeidsprosess, som sammen blir et verktøy for reisemålet i å planlegge, iverksette og måle arbeidet med bærekraftig reiselivsutvikling. For å oppnå merket må både næringsliv, lokalsamfunn og kommunen kunne vise til strategisk arbeid knyttet til følgende 10 prinsipper.

- 1. Kulturell rikdom
- 2. Landskapets fysiske og visuelle integritet
- 3. Biologisk mangfold
- 4. Rent miljø og ressurseffektivitet
- 5. Lokal livskvalitet og sosiale verdier
- 6. Lokal kontroll og engasjement
- 7. Jobbkvalitet for reiselivsansatte
- 8. Gjestetilfredshet, trygghet og opplevelseskvalitet
- 9. Økonomisk levedyktige og konkurranse-dyktige reiselivsdestinasjoner gjennom lokal verdiskapning
- 10. Økonomisk levedyktige og konkurranse-dyktige reiselivsbedrifter

<https://www.innovasjonnorge.no/no/tjenester/reiseliv/merket-for-barekraftig-reiseliv/>

# DELMÅL OG TILTAK

## – VEIEN VI GÅR



### Verdiskapende opplevelser

I Arendal skal vi skape og levere opplevelser innen både natur, kultur, mat og arrangementer, - og få betalt for det.



### Holdninger og samarbeid

Reiselivsnæringen utvikles i samspill mellom bedrifter, kunder, leverandører og kunnskapsmiljø.



### Kompetanse

Det skal arbeides strategisk for å utvikle kunnskap, evner, ferdigheter og holdninger i kommunen og i reiselivsnæringen.



### Infrastruktur

Arendal som destinasjon skal ha god tilgjengelighet og høy brukervennlighet både fysisk og digitalt.

## Verdiskapende opplevelser

# AKTIVITETER OG OPPLEVELSER

Arendal skal tilby aktiviteter og opplevelser gjennom hele året. Det skal utvikles gode opplevelser for både gjester og innbyggere.

Aktiviteten skal bygge på Arendals lokale fordeler og historie. Tilbudet må utvikles som sammenhengende verdikjeder på tvers av alle aktuelle aktører.



### Delmål

- Arendal har et bredt aktivitetstilbud og attraktive pakker for ulike målgrupper hele året.
- Arendal oppleves som en kulturby med nye, attraktive kulturprodukter og kulturbaserte pakketilbud.
- Besøkende opplever et attraktivt tilbud av lokalprodusert mat.
- Aktivitetene i Raet nasjonalpark brukes aktivt og er utviklet med hensyn til verneverdiene.

### Arendal kommune vil

- samarbeide med Visit Sørlandet utvikling for å definere satsingsområder og detaljerte målgrupper for Arendal som destinasjon.
- arrangere workshops der eksisterende aktører og potensielle nye aktører kan utvikle nye opplevelser. Fokus på blant annet sørlandsopplevelser og Raet nasjonalpark (Eksempel fiske, båt, seiling) utenom høysesong.
- arbeide for å tilgjengeliggjøre skjærgården gjennom et utvidet båttilbud. Både leie av fritidsbåt og mer tilgjengelig fergetilbud.
- kartlegge og dokumentere kostnader og muligheter ved helårsdrift av sjøbadet i gjestehavna.
- sette sammen aktører for å utvikle pakketilbud med fokus på kultur, og for å styrke felles markedsføring av Arendal som kulturby.
- delta aktivt i prosjektet Matdestinasjon Agder som er en del av Regionplan 2030.
- koble lokale mat- og drikkeprodusenter med lokale spisesteder.

## Verdiskapende opplevelser

# ARRANGEMENTER

For å utvikle Arendal til en helårs-destinasjon innen reiselivsnæringen må Arendal styrke sin posisjon innen kurs- og konferansemarkedet.

Arendal har et stort fortrinn med sitt kompakte bysentrum og erfaring med små og store arrangementer. Det må bygges videre på det etablerte i Arendal og legges til rette for nye arrangementer.



### Delmål

- Arendal har utviklet egne arrangementer og tiltrukket seg nye arrangementer i alle årstider.
- Arendal er kjent for sin evne og kompetanse til å tilrettelegge og gjennomføre små og store arrangementer der hele byen er tatt i bruk.
- Kompetansen og markedspotensialet som ligger i Arendalsuka, TEDxArendal og Fremtidens kommuner er utnyttet i utviklingen av Arendal som arrangementsby.

### Arendal kommune vil

- ta initiativ til en felles satsing sammen med næringen for å finansiere arbeidet med å selge hele Arendal som arrangementsby.
- videreutvikle nettsider som selger Arendal som arrangementsby.
- opprette et samarbeidsforum med flere arrangementsansvarlige for å dele og utvikle kunnskap og erfaringer på tvers.
- utvikle arrangementskonsepter som vil gjøre det enklere for nye og eksisterende arrangører i byen.

## Holdninger og samarbeid

# SAMARBEID I REISELIVSNÆRINGEN

Innovasjon og utvikling foregår i økende grad i samspill mellom bedrifter, kunder, leverandører og kunnskapsmiljø. Arendals reiselivsnæring er en kombinasjon av mange

store og små aktører og alle skal føle seg inkludert. Gjester skal reise fra Arendal og regionen med minner og opplevd verdi for pengene. De skal ha et sterkt ønske om å komme tilbake.



### Delmål

- Aktørene kjenner hverandre godt og samarbeider på etablerte arenaer, fysisk og digitalt.
- Reiselivsaktørene selger opplevelser og tilbud på tvers av hverandres virksomheter.
- Samspillet har styrket reiselivsnæringens evne til bærekraftig produktutvikling, markedsføring og utnyttelse av felles kunnskap og data.
- Arendal kommune og aktørene fra Arendal er synlige og aktive i reiselivsarbeidet på Sørlandet.

### Arendal kommune vil

- etablere og drifte samarbeidsarenaer som samles jevnlig etter aktørenes ønske. Fokus i samarbeidsarenaene vil være utvikling, koordinering og forankring av aktiviteter og konsepter.
- legge til rette for felles arbeid med bærekraft i reiselivsnæringen. (f.eks. Miljøfyrtårn og Klimapartner)
- delta aktivt på fellesarenaer der Agder / Sørlandet utvikles. Kommunen skal være næringsaktørenes stemme inn i slike arenaer, og hente ut kunnskap som deles med aktørene i de lokale samarbeidsforumene.
- skape samarbeidsarenaer med Visit Sørlandet utvikling og deres medlemmer i Arendal for å øke verdien og utbyttet av medlemskapet.

## Holdninger og samarbeid

# OMDØMMEBYGGING

Et sted må ikke bare være kjent, men også kjent for noe. Det skal arbeides med strategisk kommunikasjon overfor både gjester og innbyggere.

Arendals egne innbyggerne er blant de viktigste markedsførerne overfor tilreisende, venner, familie og nettverk. Disse må derfor kjenne til byens attraktivitets-tilbud og oppleve god service gjennom hele året.



### Delmål

- Innbyggerne kjenner og benytter byens aktiviteter.
- Alle ansatte i reiselivsnæringen har kunnskap om de ulike attraksjonene og aktivitetene som finnes i Arendal.
- Arendals fortrinn som reiselivsdestinasjon er definert og brukes aktivt i markedsføring og utvikling.
- Det er bygd stolthet og identitet blant næringsdrivende og innbyggere gjennom målrettet markedsføring og gjennomføring av aktiviteter hele året.
- Arendal er kjent som lokasjon for film- og tv-innspillinger hos alle de store produksjonsselskapene.

### Arendal kommune vil

- starte opp et samarbeid med lokal presse for å utnytte potensialet som ligger i innbyggere som både brukere og anbefalere av Arendal som destinasjon.
- koordinere felles markedsføring av Arendal som destinasjon. Markedsføringen skal bygge på Arendals styrker og sikte seg inn mot allerede definerte målgrupper for vekst.
- legge til rette for at Arendal blir synlig på Norwegian Travel Workshop årlig i perioden. I 2022, når NTW arrangeres i Kristiansand, vil Arendal kommune koordinere og legge til rette for at flest mulig aktører er tilstede og at Arendal fremstår som en samlet, attraktiv destinasjon.
- gjennomføre en nasjonal kampanje som viser frem Arendal som nasjonalpark-kommune.
- utvikle et ambassadørprogram som skal fremme Raet nasjonalpark.
- utvikle og spre et digitalt prospekt som viser Arendals styrker som lokasjon for sentrale produksjonsselskaper.

## Kompetanse

# STRATEGISK DATAFANGST OG KUNNSKAP

For å forstå markeder og muligheter er det viktig med et oppdatert kunnskapsgrunnlag. Det gjelder både nasjonalt og lokalt. Det må arbeides

strategisk for å innhente, utvikle og formidle kunnskap til alle aktører i det lokale reiselivet.



## Delmål

- I Arendal har vi data som gir oversikt over kvantitet og kvaliteten i det lokale reiselivet.
- De viktigste kundesegmentene og mulighetene for Arendal er tydelig definert og kommunisert i dialog med aktørene i reiselivet.
- Kommunen fatter beslutninger basert på et godt kunnskapsgrunnlag om spesielle turistgruppers påvirkning på vekst og bærekraft (f.eks. cruiseturisme og bobilturisme).

## Arendal kommune vil

- hente- og dele innsikt om aktørenes kapasitet, for å få et bedre bilde av høy-, middel-, lavsesong.
- gjennomføre årlige undersøkelser av den opplevde kvaliteten på det lokale tilbudet.
- årlig innhente analyser og data fra alle aktørene i reiselivsnæringen. Informasjonen som samles skal deles på en måte som gjør det mulig å utnytte kunnskapen på tvers av hele næringen.
- ha en gjennomgang av næringen og kommunens arbeid for bærekraft i samarbeid med Visit Sørlandet utvikling. Dette er grunnlaget til merking, og senere remerking, som bærekraftig reisemål.
- innhente kunnskap om turistgruppers fotavtrykk på miljø og klima, og bruke dette som grunnlag for å definere fremtidig vekstfokus (blant annet cruiseturisme og bobilturisme).

## Kompetanse

# KOMPETANSEUTVIKLING

Kompetanse er avgjørende for å bygge gode opplevelser. Arendal som reiselivsdestinasjon skal kjennetegnes

ved å levere kvalitet i hele verdikjeden, og besøkende skal oppleve kvalitet i både produkter og tjenester.



### Delmål

- Vertskapet har kunnskap om tilbud og aktiviteter i hele Arendal, samt hos viktige regionale aktører.
- Reiselivsaktørene leverer god kvalitet og service i både tjenester og produkter.
- Alle gjester har et etterlatt inntrykk av at Arendal leverer opplevelser av høy kvalitet.
- Kommunen og reiselivsaktørene er oppdatert på nyeste trender og utviklingstrekk innen reiselivsnæringen.

### Arendal kommune vil

- at alle aktører skal kjenne hverandres tilbud, og det legges opp til en lokal «reiselivs-konferanse» årlig der aktørene blir vist frem og blir oppdatert på ny kunnskap.
- arrangere diverse kurs for medarbeidere i reiselivsnæringen. Finansierte gjennom deltakeravgift.
- etablere kompetansetilbud for utvikling av kulturbasert reiseliv etter modell fra Nasjonal strategi for kultur- og reiseliv.
- lage et fast årshjul, som viser årlige kurs og arrangementer for den lokale reiselivsnæringen.

## Infrastruktur

# DIGITAL INFRASTRUKTUR

Opplevelsene blir stadig mer digitale, og det forventes å kunne finne, bestille og betale reiselivstilbud i

digitale løsninger. Arendals tilbud innen reiselivsmarkedet må være synlig og tilgjengelig på digitale flater.



### Delmål

- Arendal er den reiselivsdestinasjonen i Norge hvor det er enklest å finne og booke overnatting, bespisning, transport, aktiviteter og opplevelser.
- Med digitale verktøy er det enkelt å finne frem til reiselivsattraksjoner i Arendal.
- Informasjon og bestillingsløsninger for arrangører gjør det enkelt å bestille pakker og gjennomføre arrangementer i Arendal.
- Det er etablert digitale opplevelsestilbud som forsterker opplevelsen av Arendal som kulturby.

### Arendal kommune vil

- legge til rette for at alle aktører kan samles i en felles bookingløsning. Her skal det også legges til rette for å pakke opplevelser på tvers av aktørene.
- sørge for at alle steder og attraksjoner av spesiell interesse er lagt inn i viktige kart.
- gjøre kommunens egne anlegg og løyper tilgjengelige på digitale flater, på en måte som skaper økt besøk og bruk (f.eks. skøytebane, lysløype, skulpturløype, kulturløype og byløype).
- opprette en digital nettjeneste som gjør det enklere for nye og eksisterende arrangører å gjennomføre arrangementer i Arendal.
- utvikle digitale opplevelser som viser frem tilbudene i Arendal, samtidig som det kan legges til digitale opplevelser som supplerer det fysiske (som f.eks. digital sentrumsguide eller QR-koder på attraksjoner som en inngang til utvidede opplevelser som lyd, film eller foto).
- at digital turistinformasjon skal utvikles i samarbeid med Visit Sørlandet utvikling for å fokusere på ønskede målgrupper og ønskede vekstperioder.

## Infrastruktur

# FYSISK INFRASTRUKTUR

Arendals reiselivsattraksjoner skal være synlige og enkelt å finne. De skal kjennetegnes ved god tilgjengelighet for alle og høy brukervennlighet, på tvers av fastland og øyer.



### Delmål

- I Arendal er det lett for besøkende og innbyggere å komme fra destinasjon A til destinasjon B.
- Arendals byrom innbyr til aktiviteter og arrangementer hele året.
- Arendals turistinformasjon har en tydelig plass i byen og fremstår som god informasjonskanal for alle aktører gjennom hele året.
- Sentrums tilknytning til sjøen er tydelig og tilgjengelig. Kommersielle- og offentlige aktører har tilgjengeliggjort Arendals skjærgård og kystnære severdigheter.

### Arendal kommune vil

- gjennomføre kartlegging og eventuelt utbedring av skilting for enkel adkomst og gode opplevelser på de mest besøkte destinasjonene (f.eks. nasjonalpark, tur-områder, kyststi, kulturminner)
- arbeide for et bedre kollektivtilbud og enklere betaling for fritidsreisende og besøkende. Bedre rutetilbud og sømløse billetter mellom buss og båt.
- at fysisk turistinformasjon skal få økt synlighet i sentrum, spesielt i perioder med mye besøk.
- legge til rette for standardisering knyttet til skilting, flagg og plakater som kan profilere og markedsføre arrangementer i sentrum.
- arbeide for universell utforming av byen, badeplasser, turområder og bygg av kulturell interesse.
- vurdere Arendal gjestehavn utvidet til maksimal kapasitet innenfor gjeldene reguleringsgrenser.
- planlegge cruise som helårlig turistaktivitet når landstrøm/nullutslipp er etablert.

Foto

- Side 1: Canal Street
- Side 2: Sten Arne Andersen
- Side 4: Canal Street
- Side 6: Arendal kommune, Jannike Mohn
- Side 9: Canvas Hove
- Side 11: Raet nasjonalpark/ Øystein Paulsen
- Side 13: Canal Street
- Side 17: Canal Street, May Elin Aunli
- Side 17: Canvas Hove
- Side 20: Canvas Hove
- Side 20: Canal Street
- Side 21: Arendal kommune
- Side 21: Arendal kommune
- Side 22: Visit Sørlandet
- Side 24: Arendal kommune, Mona Hauglid
- Side 26: Canal Street
- Side 28: Arendal kommune, Mona Hauglid
- Side 30: iStock
- Side 32: Visit Sørlandet, Peder Austrud
- Side 34: Arendal kommune, Mona Hauglid
- Side 36: Arendal kommune
- Side 38: Canal Street



GOTO  
ARENDAL  
.COM



ARENDAL KOMMUNE