

Sluttrapportering for utbetaling av KMD midler til Tønsberg regionens 3 prosjekter – Gründerhuset Hi5, Verdiskapning i randen av Færder Nasjonalpark og Omdømmeselskapet Pulserende Kystperle

Beskrive eventuelle organisatoriske endringer i forhold til prosjektplanen

Ny næringssjef i Tønsberg kommune fom mai 2017 har gått inn som leder av styringsgruppen og koordinerer mot KMD(undertegnede)

Evt. presisering av mål for prosjektet

Ingen endringer

Beskrivelse av aktivitetene fram til nå

Prosjektorganisasjonen møtes regelmessig for evaluering og kvalitetsikring av gjennomføring

Styringsgruppen har gjennomført 6 møter i 2017 og 4 møter hittil i 2018 - og har fortløpende kontakt utenom møtene.

Prosjektledere har faste møter hver måned, i tillegg til fortløpende kontakt.

Byregionen har deltatt i nasjonale nettverkssamlinger og prosjektledersamlinger.

Byregionprosjektet er i dialog med diverse aktører som har tangerende arbeidsområder for å finne en god arbeidsdeling. Disse aktørene er blant annet Vestfold fylkeskommune, Visit Vestfold og Tønsberg Sentrumsutvikling AS. og de ulike næringsforeningene, Innovasjon Norge samt NHO i Vestfold og Telemark

Det har foregått og foregår større prosesser i alle de 3 delprosjektene:

Færder kommune(Tjøme + Nøtterøy), Tønsberg kommune og Re kommune er godt i gang med å prosessere en felles besøksstrategi for hele regionen. Det har vært avholdt flere workshops med både offentlige og private aktører og vi har knyttet til oss konsulentselskapet 2469 som bistår i arbeidet. Besøksstrategien skal støtte oppunder strategisk næringsplan for regionen.

Etter bestilling fra rådmennene i Tønsberg, Nøtterøy og Tjøme ses det nå på en vei for ytterligere å styrke gründerhuset HI5 for ytterligere å kunne skape flere nye bedrifter og arbeidsplasser. Bl.a. blir en fast daglig leder vurdert. Dette vil være en prosess inn mot budsjett 2019. Det blir også nå sett på samarbeidsløsninger på tvers av gründermiljøene for å både kunne spisse og styrke dette viktige næringstiltaket.

Pulserende Kystperle som er omdømmeselskapet til regionen har nå vært virksom i ca 70% av prosjekttiden som er 3 år. Resultatene som er oppnådd er bedre enn målsatt(målt av Opnion i sep 2017 og sep 2018), og styret ser nå på muligheten til å finne en finansieringsform som kan sikre selskapet utover fastsatt prosjekttid. Samorganisering med andre foreninger kan være en løsning og helt konkret ser vi på mulighetene til at omdømmeselskapet og Tønsberg Sentrumsforening finner tangeringspunkter som effektiviserer arbeidet. Dette er fortsatt en prosess som foregår mellom styrene i de 2 nevnte foreningene. Uavhengig av dette er det kommet signaler både fra offentlige og private aktører om at vi bør forlenge dette prosjektet ytterligere og at det kan bli øremerkede midler i 2019 budsjettene.

Aktivitetsrapportering fra hvert av prosjektene

Delprosjekt 1:

Verdiskaping i Færder nasjonalparks randsone

I tråd med de føringer som er gitt i tildeling av midler fra departementet har prosjektet fokusert på prosess-, nettverksarbeid, involvering og kunnskapsinnhenting. Kostnadene har vært knyttet til prosjektleidelse, nettverks- og samarbeidsmøter med næringen og med ulike rammesettere (offentlige etater ol) , omdømmebyggende tiltak og mulighetsstudier.

Prosjektarbeidet har vært drevet av tidligere næringssjef i Tjøme kommune, nå rådgiver i Færder kommune fra 1.1.18, i tett samarbeid med nabokommuner, med Færder Nasjonalparksenter, nasjonalparkforvalter, Næringsforeningene og Pulserende Kystperle.

MARKEDSFØRE REGIONEN OG NASJONALPARKEN

2015: Profil og markedsføring

Diverse tiltak for å synliggjøre Færder nasjonalpark som merkevare.

2016: Nettsted

En nettside (norsk, tysk og engelsk versjon) for Færder nasjonalpark, lokalt reiseliv og besøksenteret ble lansert i juli 2016. Lokalt reisleiv har deltatt i arbeidet med nytt nettsted og disse er også godt eksponert her. Vedlikeholdes av forvalter og nasjonalparksenter i samarbeid.

2017: Oppfølging

Profileringsarbeidet følges opp- diverse markedsføringstiltak i samarbeid med næringen. Samarbeid med Nasjonalparkforvaltningen om besøksstrategi for parken.

2018: Omdømmebyggende tiltak.

Plan for bruk av sosiale medier for å øke etterspørselen av tjenester i randsonen. En film som markedsfører Østre Bolærne er under utarbeidelse, dette er et tiltak som støtter opp om Nasjonalparkforvaltningens besøksstrategi hvor Østre Bolærne er definert som en av innfallsportene.

SAMARBEID OG KOMPETANSE

2015 og 2016: Nettverksmøter og seminarer

Det har vært flere samlinger med reiselivet i 2015 og første halvår av 2016; bla en «workshop» med deltagere fra reisleiv og offentlig forvaltning. Dette har lagt grunnlag for bedre samarbeid om ting som er viktig for at næringen skal lykkes. Interessen både blant politikere, og administrativt personale i forvaltningen for å fremme regionens reiseliv er betydelig styrket i denne perioden.

2017: Samarbeidsseminar

Samarbeidsseminar hvor også andre nasjonalparkkommuner og tilhørende byregioner deltok. Innlegg fra ulike fagmiljøer om potensial og utfordringer knyttet til naturbasert reiseliv. Enighet om videre samarbeid for å fremme verdiskaping og øke effekten av markedsføring.

2017: Forprosjekt – mulighetsstudie

Etter ønske fra reiselivet arbeides det også med å etablere en sti og en sykkeløype fra Tønsberg til Verdens Ende på Tjøme (besøkssenteret ligger her). Lokale aktører er engasjert for å utarbeide er rapport med forslag til trasé og kartlegge lokale forhold.

2018: Forprosjekt mulighetsstudie - elektrifisering av fergedrift

Forprosjekt i samarbeid med fylkeskommunen. Prosjektet skal innhente kunnskap om mulighet for at kommunale kaier kan tilrettelegges elektriske ferger og taxibåter. Samarbeidsmøtene med næringen og analyser av besøkendes behov viser at tilgang til sjøen og mulighet til å komme ut i skjærgården er viktig for randsonens attraksjonskraft. En slik satsing vil være i tråd med Færder Nasjonalparks ambisjon om å bli utslippsfri og vil positivt til både parkens og randsonens omdømme.

2018: Nettverksmøter

Det er blitt avholdt en rekke nettverksmøter med bra oppslutning fra næringen. Reiselivskonsulent har vært hyret inn for å øke kompetanse og fasilitere utvikling av samarbeidet mellom de ulike aktørene. Disse møtene har lagt grunnlag for etablering av et mentorprogram for reiselivet, hvor et tyvetalls lokale bedrifter deltar og hvor det utvikles felles produkter for randsonen.

Delprosjekt 2:**Grunderhuset HI5**

Planlagt aktiviteter	Gjennomførte aktiviteter
2015	pr 10.10.2017
Etablere prosjektorganisasjoner	Prosjektgruppe etablert
Samkjøre prosjektene med parallelle pågående prosjekter/prosesser	Samkjøring gjennomføres gjennom prosess med «Regional Plan for Verdiskaping og Innovasjon» og fellesforumet «Vekst i Vestfold» .
Ytterligere forankring blant annet gjennom kommunale planer	Prosjektet er forankret i likelydende vedtak i alle 3 kommuner
Utrede organisasjonsform/forretningsplan for delprosjekt 2 og 3	Organisasjonsform utredet og besluttet ved likelydende vedtak i alle 3 kommuner.
Rekruttere kvalifiserte prosjektledere	Tønsberg og Nøtterøy kommuner bidrar med personressurser til prosjektledelse.
Kickoff/nettverksmøter for prosjektene	«Kick-off»/åpning gjennomført 12. mai 2016
Igangsette utarbeidelse av grafisk profil etc	Logo utarbeidet.
Igangsette kampanjer og lignende i sosiale medier og lokal presse	Facebookkampanjer gjennomført i 2016 og 2017 for å rekruttere flere gründere
Sette i gang arbeidet med å etablere nettsider	Nettside http://www.ghi5.no publisert i 2016 og under kontinuerlig videreutvikling.
2016	
Etablere organisasjon/selskap for delprosjekt 2 og 3	Foreningen «Gründerhuset HI5» stiftet 18. februar 2016
Innhenting av aksjekapital/sponsormidler	Sponsorpakker godkjent av styret. Samarbeidsavtaler inngått med DnB, NOKAS, PWC, Wilhelmsen Chemicals AS, Vinghøg AS, Handelsbanken og Kaldnes Vest AS. Rekrutteringen av flere samarbeidspartnere er pågående.
Rekruttere styrer	Styre rekruttert og i funksjon (5 medlemmer – deriblant 3 gründere - fra privat sektor. 1 rep for kommunene).
Utrede mentorordning for Gründerhuset	Under arbeid.
Etablere samarbeid med gründermiljø utenfor regionen	Forumet «Vekst i Vestfold» etablert i 2016. Felles nettportal for alle gründertilbudene i Vestfold lanseres november 2017. Felles «Startup Weekend» gjennomføres oktober 2017

Videreføre, følge opp og iverksette tiltakene som er igangsatt i 2015	
2017/2018	
Delta i nasjonale nettverkssamlinger	Trine Tenvik deltok på samling i Ålesund
Nettverksmøter for prosjektene	Gjennomføres stort sett månedlig.
Mentorordning i drift	I bero i påvente av strategiprosess
Implementere delprosjekt 1 i samhandlingsstruktur for reiselivet i Vestfold	
Videreføre, følge opp og iverksette tiltakene som er igangsatt i 2015/2016	Det er gjennomført flere åpne gründerarrangementer med deltakelse fra hele fylket bl.a. finansseminar, en månedlig «gründerbar» og «åpent hus». Lemon Reklamebyrå har utarbeidet et profesjonelt presentasjonsmal til bruk ved rekruttering av samarbeidspartnere m.m..
Innkjøp, implementering og opplæring av prosjektstyringssystemet Lean Business	Et innledende opplæringsmøte for alle gründere
2018	
Igangsette kampanjer og lignende i sosiale medier og lokal presse	Det er gjennomført flere annonsekampanjer i sosiale medier, og Gründerhuset Hi5 får tiltagende oppmerksomhet som entreprenørskaps- og innovasjonshub i lokal presse.
Mentorordning i drift	Ny strategiplan er vedtatt og mentorgruppen skal etableres dette året.
Videreføre, følge opp og iverksette tiltakene som er igangsatt i 2015/2016	Det er gjennomført flere åpne gründerarrangementer med deltakelse fra hele fylket bl.a. en månedlig «gründerbar» . Kompetanseprogrammet gjennomføres i 4 moduler i høst (økonomi, markedsføring og salg, teknologi)
Innkjøp, implementering og opplæring av prosjektstyringssystemet Lean Business	Lean Business Platform er implementert som verktøy til bruk i dialogen med bedriftene.
Sette i gang arbeidet med å etablere nettsider	Nettsidene er under kontinuerlig utvikling, og kommunikasjonen i Sosiale medier er tiltagende. Det skal utarbeides en markedsplan i høst.

Kommentarer:Antall deltakende gründerbedrifter:

Antall deltakende gründerbedrifter var 20 ved årsskiftet. Vi har et mål om 30 deltakere ved årsskiftet 2018/2019. Det er stadig tilsig av nye kandidater.

Gründerhuset Hi5 som pilot i Vestfold:

Det er nå 5 inkubatorer/gründerhus i Vestfold – Gründerhuset Hi5, Silicia Vestfold teknologiinkubator, Colab (Larvik), Gründeriet (Sandefjord) og «Veksthuset» i Horten .

Gründerhuset Hi5 har vært modell (i hvert fall delvis) for både Colab og Gründeriet. Vi har også hatt besøk av en gruppe fra Drammen på studietur.

Vi hadde besøk av bl.a. Arbeiderpartiets leder Gahr Større og næringsministeren.

Videre organisering og økonomi

Styret har gjennomført et strategiarbeid som omfatter bl.a. et forslag til kommunene om den langsiktige organiseringen og finansieringen av Gründerhuset Hi5. Det ligger an til at driften i 2019 vil ligge på samme nivået som nå.

Delprosjekt 3:

Omdømmeselskapet Pulserende Kystperle

Sluttrapport KMD-midler – Pulserende Kystperle

Pulserende Kystperle AS er et nyopprettet omdømmeprojekt som går over tre år med det formål å styrke bostedsattraktivitet, næringsattraktivitet og besøksattraktivitet i Tønsberg-regionen. Tønsberg kommune og Nøtterøy kommune er bidragsyttere sammen med privat næringsliv i regionen.

Selskapet har hatt et velfungerende styre og administrasjon, og har gjennomført mange gode aktiviteter med god dokumentert effekt.

En oversikt over større arbeid i prosjektperioden:

Del 1 (2015-2016):

I første del av prosjektet ble det etablert et interimsstyre. Det ble gjennomført en omdømmeundersøkelse, etablert en organisasjonsform, merkevareplattform og jobbet med nettverksbygging og finansieringen/aksjesalg. Så raskt dette var på plass startet arbeidet med å rekruttere daglig leder til selskapet.

Del 2 (2016):

Daglig leder ble ansatt i selskapet i 2016. Det ble jobbet med strategi- og måldokumenter. Første ordinære generalforsamling ble gjennomført, og det operative arbeidet startet for fullt.

1. Bygge egne kanaler for kommunikasjon



2. Medieeksponering for å øke kjennskap til prosjektet og stolthet til regionen.



3. Deltakelse på prosjekter hvor stedsutvikling og omdømme ble satt på dagsorden. Eks. Fremtidens Tønsberg var tema når 5000 barn bygget Lego på biblioteket. Stedsutvikling var tema på næringslivskonferansen, det ble utdelt omdømmepreis osv.



Del 3: (2017)

I denne fasen startet arbeidet med å markedsføre regionen utad. Kampanjearbeidet ble mer fremtredende.

1. Valg av kommunikasjonsbyrå som støttespiller i arbeidet
2. Startet arbeidet med plassering av kampanjer nasjonalt og på foretrukne plattformer (Aviser, sosiale medier, boards osv). #tønsberglivet ble brukt, og spredte seg raskt.



3. Gjennomføring av arrangement for å jobbe med merkevarebygging og stedsutvikling:

Under følger eksempler på de største aktivitetene:



Teknologikonferanse: Har blitt arrangert sammen med NRK og Tønsbergs Blad to år. Dette er et tiltak for næringsattraktivitet. I 2018 ble arrangementet vist på NRK.



Velkommen til Tønsberg-arrangement:

200 unge mennesker med bostedsadresse utenfor Vestfold ble invitert som VIP gjester. De fikk middag, drikke og konsert – og selvsagt informasjon om hva regionen har å by på. Dette ble en kjempe god markedsføring av regionen, og engasjementet var overveldende.



Tønsberglivet:

I arbeidet har vi satt fokus på å kommunisere #Tønsberglivet og hva det har å by på. Prosjektet har derfor samlet ulike aktører og aktiviteter i en felles aktivitetskalender. De er også samlet i en nettside og i en app.



Prøv #Tønsberglivet:

Blant mange hundre søkere valgte vi ut to familier som fikk en drømmehelg i Tønsberg, og fikk prøve #Tønsberglivet. Dette ble filmer som skulle spre kjennskap og kunnskap om regionen.



Færderfestivalen:

Gjennom arrangement kan vi kommunisere egenskaper ved regionen. Derfor valgte vi å bli med på etableringen av Færderseilasen/Færderfestivalen i Tønsberg. Det at seilerne kommer sjøveien til regionen, og får møte en pulserende kystperle fikk vi vist gjennom ulike kommunikasjonsiltak knytta til prosjektet som nådde bredt ut.

Del 4:

I perioden fremover vil vi fortsette med etablerte prosjekter, og starte et ekstra fokus på næringsattraktivitet. Ut fra analyser som er gjort ser vi at bostedsattraktiviteten er god.

Måloppnåelse og effekt:

I en tidlig fase i prosjektet valgte vi fire områder på Østlandet som vi skulle måle oss mot. Det er årlig gjort omdømmeundersøkelser for å kunne jobbe målretta med strategien, og kunne se om vi når målene. De første undersøkelsene før prosjektet ble gjennomført viste at stoltheten blant befolkningen ikke var like god som forventet, og det ble jobbet med å styrke denne. I omdømmeundersøkelsene ser vi at det er snudd. Undersøkelsene viser også at vi er den av de områdene vi måler oss mot som blir best likt. Prosjektet har fått en god posisjon i regionen, og det jobbes med at prosjektet skal videreføres.

TØNSBERG TØNSBERGLIVET KOMMUNESAMMENSLÅING SOSIALE FORHOLD NÆRINGS LIV

Tønsberg scorer bedre enn Norges beste by



GODT LIKT: Ordfører i Tønsberg, Petter Berg (fra venstre), daglig leder av Pulserende Kystperle, Charlotte Svensen og næringsjef i Tønsberg kommune, Øystein Hjørnevik, gleder seg over resultatet i den ferske omdømmeundersøkelsen. Tønsberg er den byen i undersøkelsen som har best standing hos østlandets befolkning. Ola Gaute Aas Askheim, seniorrådgiver i analysebyrået Opinion (nummer to fra høyre) står bak undersøkelsen. Foto: Knut-Erik Lahn

Av Knut-Erik Lahn

05. oktober 2017, kl. 18:50

Denne gjengen har grunn til å smile. Tønsberg seiler opp som den byen østlandets befolkning liker best.



JUBEL: Folket på østlandet har nok en gang talt: Tønsberg er best! I Opinions årlige omdømmeundersøkelse troner Tønsberg også i år på topp foran byene Drammen, Fredrikstad, Hamar, Skien og Porsgrunn. - Tønsbergs gode score holder seg stabil. Det er en god ting, for det viser at det ikke var et blaff, sier Ola Gaute Aas Askheim, seniorrådgiver i analysebyrået Opinion.

Vi kommer til Tønsberg!

Vi kjøper alt av gull og sølv, mynter og sedler.
F.eks.: Det meste fra Samlerhuset, gullmynter, sølvbestikk, sølvpokaler, klokker, dentaltanngull, etc.

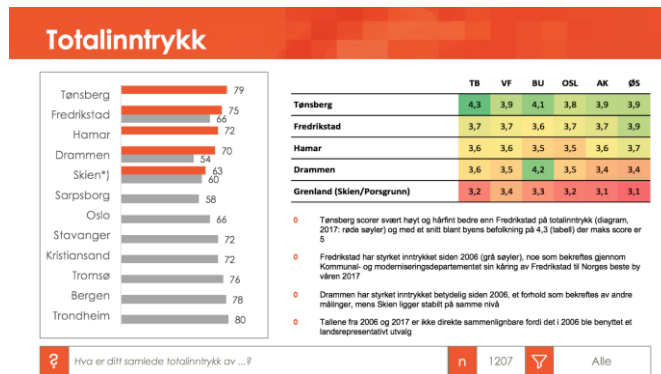
Quality Hotel Klubben

follomynt.no
Følg med på alle våre tilbud

Torsdag 27.9
Kl. 10.30-17.00

Foto Mynt & Sedler AS
67 433 38 338

TØNSBERG BLAD DISTRIBUERT: 32 270 HUS- OG AVISLEVERING: 32 270 HUS- OG AVISLEVERING: 32 270 HUS- OG AVISLEVERING: 32 270 HUS- OG AVISLEVERING: 32 270



Nytte av å delta på prosjektet:

Den økonomiske støtten fra prosjektet har gitt oss mulighet til å realisere prosjektet. Dette var viktige midler spesielt i oppstarten. Videre har det spesielt vært nyttig med Byregionsmidlene for å gjøre prosjektet til et tiltak for å styrke hele regionen.