



VEKST I HAVET  
VÆRØY & RØST

# Springbrett reiseliv Røst og Værøy

Prosjektplan for forprosjekt reiselivsutvikling og destinasjonsutvikling på Røst og Værøy i regi av omstillingsprogrammet Vekst i havet.

Utformet av programlederne

Regine Berglund og Kristina Olsen

[Vekstihavet.com](http://Vekstihavet.com)

## INNHold

1. BESKRIVELSE AV PROSJEKTET.....	3
1.1 Bakgrunn .....	3
Del 1: Destinasjonsutvikling og besøksforvaltning.....	3
Del 2: Mobilisering og partnerskap .....	4
Del 3: Kompetanseutvikling og attraktivt reiseliv .....	4
1.2 Hovedaktiviteter .....	5
2. PROSJEKTMÅL .....	6
2.1 Reiselivet på Værøy og Røst.....	6
2.1.1 Røst .....	6
2.1.2 Værøy.....	6
2.1.3 Utvikle Værøy og Røst til helårsreiselivs destinasjoner .....	7
2.2 Målgrupper .....	8
2.3 Effektmål .....	8
2.4 Resultatmål for hovedprosjekt.....	8
2.5 Resultatmål for denne fasen .....	9
3. GJENNOMFØRING OG SAMARBEID.....	9
3.1 Prosjektorganisering .....	9
3.2 Prosjektorganisering Kart.....	9
3.4 Gjennomføring av prosjektet .....	10
3.2 Samarbeid .....	10
3.3 Forankring i kommunene .....	10
3.3.1 Værøy kommune.....	10
3.3.2 Røst Kommune .....	11
3.4 Interkommunalt samarbeid .....	11
4. FREDIGSTILLELSE OG FORMIDLING .....	12
4.1 Sluttproduktet/Sluttleveranse .....	12
4.3 Kommunikasjonsstrategi.....	12
4.4 Fremdriftsplan.....	12
4.4.1 Tidsplan for Prosjektet .....	12
5. ØKONOMI OG FINANSIERING.....	13
5.1 Kostnader .....	13
5.2 Finansiering .....	14

## 1. BESKRIVELSE AV PROSJEKTET

### 1.1 BAKGRUNN

Prosjektet er delt inn i tre deler:

Del 1: Destinasjonsutvikling og besøksforvaltning

Del 2:  
Mobilisering og partnerskap

Del 3:  
Kompetanseutvikling og attraktivt reiseliv

---

#### DEL 1: DESTINASJONSUTVIKLING OG BESØKSFORVALTNING

Destinasjonsutvikling og besøksforvaltning er viktig for å sikre bærekraftig reiselivsutvikling. Ved å arbeide aktivt med destinasjonsutvikling og besøksforvaltning kan man styrke besøksgrunnlaget, reiselivsnæringen og skape flere arbeidsplasser. Det kan bidra til å motvirke fraflytting ved at det skapes flere arbeidsplasser og aktivitet i lokalsamfunnet. Det er viktig med tanke på bevaring av naturen, kulturen og lokale tradisjoner. Kommunene har et ansvar for å sikre en utvikling som er bærekraftig både for miljø og samfunn. Gjennom strategisk planlegging og destinasjonsutvikling kan kommunene ta grep for å beskytte naturressursene som er avgjørende for både turister og lokalsamfunnet.

Forprosjektet skal fokusere på destinasjon- og attraksjonsutvikling ved å utarbeide en analyse og tiltak som kan bidra til å gjøre kommunene til attraktive reisemål. Det er behov for en kartlegging av hvilke tiltak kommunene kan gjøre for å utvikle og forbedre steder, opplevelser og tjenester som tiltrekker seg og tilfredsstiller besøkende, samtidig som det sikrer bærekraftig vekst for lokalsamfunnet. En grundig analyse på hvilke områder Værøy og Røst kan utbedre og finne tiltak som bidrar til å bedre situasjonen for tilreisende og lokalbefolkning. Forprosjektet skal definere tydelige mål for hovedprosjektet. Dette vil gi oss innsikt i hvordan vi skal arbeide i hovedprosjektet.

Værøy og Røst har vesentlig mindre besøkende enn andre deler av Lofoten. Derfor ønsker vi å se nærmere på tiltak som kan bidra til at antall besøkende øker. Forprosjektet skal utarbeide en strategisk markedsføringsstrategi som gir oss innsikt i hvordan Værøy og Røst skal markedsføre seg som attraktive og bærekraftige destinasjoner. Det skal legges særlig vekt på samarbeid med utenlandske turoperatører for å tiltrekke oss flere turister. I tillegg til å arbeide strategisk for at Værøy og Røst markedsføres som en del av Lofoten-merkevaren. Vi ønsker å innarbeide en analyse og strategi som kartlegger behovene og reisemønstret

til de tilreisende som kan bidra til å tiltrekke seg flere besøkende på en bærekraftig måte. På denne måten får vi utarbeidet mål og tydelige ambisjoner for hovedprosjektet.

---

### PILOT MARKEDSFØRINGSTILTAK

Resultatene for markedsstrategien vil utarbeides som et pilotprosjekt som innebærer utvikling og implementering av målrettede markedsføringstiltak, inkludert digitale kampanjer og partnerskap med turoperatører. Vi vil overvåke effekten av disse tiltakene nøye, analysere responsen fra målgrupper, og justere strategiene basert på de innhentede dataene.

Gjennom dette pilotprosjektet får vi verdifull innsikt i hvilke metoder som er mest effektive for å tiltrekke besøkende og forbedre synligheten til Værøy og Røst som reisemål. Resultatene vil danne grunnlaget for en bredere utrulling av markedsføringsstrategien og bidra til en bærekraftig utvikling av reiselivsnæringen i regionen.

Værøy og Røst kommuner er medlem av destinasjonsselskap og det er viktig for oss at destinasjonsselskapene våre arbeider for å synliggjøre kommunene. I forprosjektet ønsker vi å bedre samarbeidet med destinasjonsselskapet.

---

### DEL 2: MOBILISERING OG PARTNERSKAP

For å lykkes med destinasjonsutvikling på Værøy og Røst, er det avgjørende å mobilisere lokale ressurser og etablere partnerskap med næringslivet. Dette prosjektet har som mål å profesjonalisere reiselivsnæringen gjennom tiltak og kompetansebygging. Prosjektet vil også kartlegge muligheter for å forlenge reiselivssesongen ved å utvikle produkter og opplevelser som tiltrekker besøkende utenom høysesongen. Dette omfatter målrettede pakkelsninger, sesongspesifikke tilbud og en gjennomgang av nødvendig infrastruktur og tjenestetilbud.

Dette skal gjøres igjennom kompetanseheving der vi tilrettelegger for at næringslivet får tilbud om kompetansehevende tiltak. Vi ønsker å gjennomføre spesifikke kurs for reiselivsnæringen blant annet i kundeopplevelser og service, konseptutvikling, digital markedsføring og bærekraftige forretningsmodeller. I tillegg er det viktig å tilrettelegge for møteplasser lokalt for å styrke samarbeidet mellom lokale aktører. Her blir det også viktig å bygge et reiselivsnettverk mellom kommunene slik at vi kan høste erfaringer fra hverandre.

Denne delen inkluderer studieturer til suksessfulle destinasjoner med helårsreiseliv, hvor vi kan hente inspirasjon og bygge verdifulle nettverk. Dette vil gi innsikt i hvordan vi kan utvikle Værøy og Røst som attraktive helårsdestinasjoner. Vi ønsker å arrangere tre studieturer der vi kan ta med reiselivsnæringen til destinasjoner som har lyktes i utviklingen som reiselivsdestinasjon. Slik at både næringsliv og kommunene kan etablere nettverk regionalt og bygge kompetanse. På denne måten får vi innsikt i hvordan andre destinasjoner har utviklet seg, og vi kan sette mål for hvordan vi skal arbeide sammen for å utvikle Værøy og Røst.

Et annet viktig fokusområdet er å legge en plan for hvordan kommunene kan bidra til å forlegge reiselivssesongen. Dette henger sammen med kartleggingen i markedsføringsarbeidet. Der vi ser nærmere på målgruppene som kan være interessert i å besøke Værøy og Røst utenom høysesongen. Utvikle produkter og opplevelser i samarbeid med næringslivet som er tilrettelagt for målgruppene. Utarbeide pakkelsninger, sesongspesifikke tilbud og overnattingspakker. I tillegg til å se på hvordan vi skal nå disse målgruppene. Her bør infrastrukturen og tjenestetilbudet i kommunene gjennomgås for å finne ut hvilke mål og tiltak som det bør fokuseres på.

Gjennom denne delen skal vi legge grunnlaget for en helhetlig, bærekraftig reiselivssatsing som styrker Værøy og Røst som attraktive destinasjoner året rundt.

---

### DEL 3: KOMPETANSEUTVIKLING OG ATTRAKTIVT REISELIV

Destinasjonsutvikling krever systematisk arbeid over lengre tid derfor er det viktig å arbeide strategisk i kommunene for å oppnå ønskede resultater. Det er viktig å avklare en tydelig strategi for ambisjonsnivået i forprosjektet slik at man får avklart strategier for hovedprosjektet.

Forprosjekt skal tydeliggjøre ved hjelp av kartlegging og analyser dagens situasjon på Værøy og Røst. Her er det viktig å identifisere ressurser, markedspotensialet, konkurransefortrinn og utfordringer for å sette realistiske målsettinger. Her bør man samarbeide med næringslivet for å utvikle konsepter som gjør det attraktivt å besøke Værøy og Røst hele året.

Et viktig premiss er at reiselivet får en felles enighet og forståelse over hva man være og hvordan man skal utvikle seg videre. Et fremtidig mål er å få etablert et bedriftsnettverk mellom Røst og Værøy og internasjonale aktører.

## 1.2 HOVEDAKTIVITETER

Beskriv prosjektets hovedaktiviteter med hensikt og viktige oppgaver

Hovedaktivitet	Viktige deloppgaver	Resultat
<b>1: Destinasjonsutvikling og besøksforvaltning</b>	1: Markedsføre kommunene som en attraktiv destinasjon 2: Arbeide med å gjøre destinasjonen attraktiv for utenlandske turoperatører 3: Arbeide for at destinasjonsselskapene synliggjøre kommunene 4: <i>kartlegge behov og reisemønster (analyse og strategi)</i> 5: <i>destinasjons- og attraksjonsutvikling</i> 6: <i>Kartlegge besøksforvaltningstiltak</i> 7: <i>Arbeide for å skape økt turisme til øya</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Behovsanalyse</li> <li>- Destinasjonsstrategi</li> <li>- Markedsføringsstrategi</li> <li>- Kartlegging av reisemønster</li> <li>- Pilot markedsføringstiltak</li> </ul>
<b>2: Mobilisering og partnerskap reiseliv</b>	1: <i>Bedriftsutvikling og utvikling av nettverk og kompetanse (profesjonalisering)</i> 2: <i>Inspirasjon og kompetanseheving (studietur til tre destinasjoner)</i> 3: <i>Arbeide med utvidelse av reiselivssesongen</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesjonalisering av reiselivsnæringen</li> <li>- Studieturer</li> </ul>
<b>3: Kompetanseutvikling og attraktivt reiseliv</b>	1: <i>Bestemme ambisjonsnivået for utviklingen</i> 2: <i>Konseptualisering og sesongutvikling</i> 3: <i>Gjennomføre et Kompetanseprogram for handels- og servicenæringen</i> 4: <i>Program for å styrke konkurransekraften og lønnsomheten for bedrifter i handels- og servicenæringen.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ferdigutviklede konsepter for besøkene</li> <li>- Bedriftsnettverk</li> </ul>

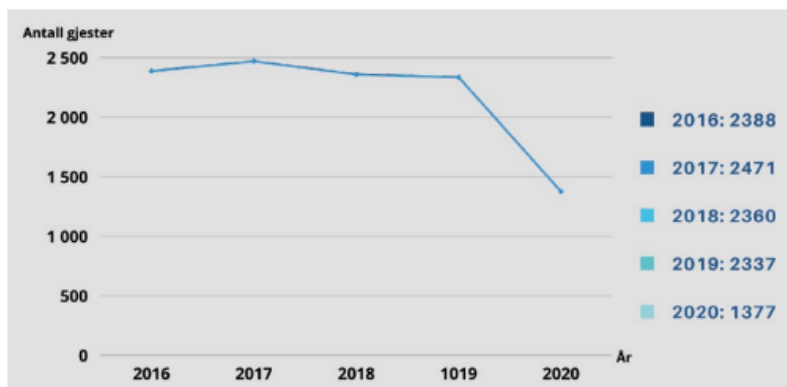
## 2. PROSJEKTMÅL

### 2.1 REISELIVET PÅ VÆRØY OG RØST

#### 2.1.1 RØST

Under samlebetegnelsen reiseliv på Røst sorterer både hotell, fiskarheim, serveringssteder og opplevelses- og aktivitetsleverandører som også inkluderer fisketurisme. Aktivitetsnivået varierer over året og lavest turisttrafikk er under Lofotfisket og på høsten. Reiselivsnæringen har generelt et vekstpotensial på Røst, og det er flere aktører som arbeider med produktutvikling og har etableringsplaner.

Hvorvidt reiselivet er i vekst eller nedgang, kan det være gunstig å undersøke antall personer som har overnattet hos overnattingsaktørene. Statistikken er hentet fra hver enkelt aktør sammen med andre overnattingsmuligheter (Airbnb, rorbuer, kaileie mm.). Linjediagrammet som vist under, tar ikke høyde for hva slags type reise (yrkesreisende/ferierende), dagsturer telte eller campere. Statistikken forteller at Røst opplever færre overnattinger per år, som indikerer negativ vekst.



Tabell hentet fra Røst næringsforening reiselivsrapport 2020

Visjonen for reiselivet er å gjøre Røst mer konkurransedyktig ved å tilby reiser og opplevelser av høy kvalitet, som er bærekraftige og på sikt klimanøytrale. Næringen skal bidra til å ivareta natur, miljø, kultur, tradisjoner og menneskene på øya.

De senere årene har Røst hatt stor suksess med kulturarrangementer som fullskala operaoppsetning med tema fra Røst's sterke bånd til Italia. En slik produksjon er ressurskrevende for samfunnet og har kombinert frivillig arbeid på rigging og drift, lokale krefter i kor og drama i samarbeid med profesjonelle musikere og sangere. Arrangementet har høstet lovord og stor oppmerksomhet og har resultert i et større prosjekt "Via Querinissima" under Bodø2024. Via Querinissima på Røst er et samarbeidsprosjekt mellom Røst kommune, Bodø - Europeisk kulturhovedstad 2024 og Nordland fylkeskommune.

#### **Næringslivets forstudie Røst – skrevet av Kim Andreassen**

Det er gjennomført en forstudie på destinasjonsutvikling på Røst fra 2021<sup>1</sup>. Forstudien konkluderer med at det et potensielt for reiselivet på Røst er høyt og vil nå sine mål om å bli en konkurransedyktig destinasjon.

#### 2.1.2 VÆRØY

<sup>1</sup> file:///C:/Users/vr-kriols/Downloads/Destinasjonsutvikling%20Fase%201%20R%C3%B8st.pdf

Værøy har et uforløst potensial når det kommer til reiseliv, antall besøkende er økende. Det eksisterer noen få reiselivsbedrifter. Reiselivet består av en håndfull overnattingsbedrifter og fire bedrifter som tilbyr servering. I tillegg er det 2-3 aktivitetsbedrifter. Det er få helårs arbeidsplasser innenfor reiseliv, men det er flere sesongarbeidere på sommerstid.

	Overnattingar											
	2020M01	2020M02	2020M03	2020M04	2020M05	2020M06	2020M07	2020M08	2020M09	2020M10	2020M11	2020M12
1856+1857 Røst, Værøy												
I alt	115	207	116	:	:	591	1 509	1 133	513	234	:	:
Utlandet i alt	1	10	0	:	:	0	152	257	17	2	:	:
Norge	114	197	116	:	:	591	1 357	876	496	232	:	:

	Overnattingar							
	2021M01	2021M02	2021M03	2021M04	2021M05	2021M06	2021M07	2021M08
1856+1857 Røst, Værøy								
I alt	:	229	159	206	313	936	1 941	1 620
Utlandet i alt	:	0	0	0	0	0	190	414
Norge	:	229	159	206	313	936	1 751	1 206

Tabell SSB 12892: Kommersielle overnattingsvirksomheter. Gjester, overnattinger og gjennomsnittlig overnattinger per gjest 2020 og 2021 på Røst og Værøy.

Røst og Værøy ligger helt ute i havgapet. Som gjør at det er kan være mer utfordrende å reise dit sammenlignet med andre deler av Lofoten. Røst og Værøy blir derfor gjerne besøkt av turister som allerede har utforsket andre deler av Lofoten. I 2019 gikk antall overnattingsdøgn betydelig ned og har ikke stabilisert seg siden. Det er utfordrende å finne statistikk fra 2024. Det er tydelig at Værøy har blitt oppdaget og opplever en økning på antall dagsturister og campingturister. De siste årene har det blitt etablert flere bobilcamper på grunn av økt trafikk. Utfordringen er at Værøy per i dag har for få servicetilbud å kunne tilby turistene, og det er et mulighetsrom for flere arbeidsplasser i reiselivsnæringen. For at driftsgrunnlaget for reiselivet skal bli lønnsomt vil det i framtiden være behov for økt turisme på Røst og Værøy.

### 2.1.3 UTVIKLE VÆRØY OG RØST TIL HELÅRSREISELIVS DESTINASJONER

Oppbygging av helårige reiselivsdestinasjoner er et langsiktig arbeid. Alle vellykkede destinasjoner i verden er bygd opp over tid, «stein på stein». Det fins ingen «quick fix» for å utvikle gode verdiskapende reisemål. En grunnleggende premisse for suksess er enighet om mål og retning. Det er alltid mange aktører og beslutningstakere involvert i dette, og derfor viktig å skape strategier som viser muligheter og skaper engasjement. Turisme er både næring, møter mellom mennesker og gjester som kommer på besøk til våre lokalsamfunn. Det krever både vilje og ressurser å satse på reiselivsutvikling. Derfor er det viktig å bruke tid på å finne gode felles strategier som får oppslutning i både næringsliv, kommunesektor og lokalsamfunn. Vi mener det er et uforløst potensial når det kommer til de to ytterste øyene i Lofoten.

For å utvikle et sted til en reiselivsdestinasjon kreves det samarbeid mellom små og store aktører på stedet. Samarbeid fører til større mangfold i tilbudet, og til at aktørene blir sterkere sammen. Inntekter fra turisme kan brukes på lokal utvikling, til å skape arbeidsplasser og til å forhindre fraflytting.

Innbyggerundersøkelsen i Lofoten 2024 <sup>2</sup> gjennomført av Destination Lofoten viser at Det er 77,4 prosent av de spurte er helt eller delvis enig i at turismen er viktig for lokalbefolkningen med tanke på arbeidsplasser og næringsutvikling, mens 60 % mener det er viktig for befolkningsutviklingen. Det er variasjoner mellom kommunene, med høyest enighet i Vågan og Røst. Det kommer tydelig frem i undersøkelsen at Lofoten fremstår som et bærekraftig reisemål og det er viktig å markedsføre Lofoten som et bærekraftig reisemål. De med høyest enighet på å markedsføre Lofoten som bærekraftig reisemål er Røst & Værøy med 70 prosent, Vågan med 51 prosent. Det fremkommer i innbyggerundersøkelsen at en stor andel av de spurte er positive til mer

<sup>2</sup> <https://drive.google.com/file/d/10W2rkHtvHHD50dTFnb-cX3u79aINnhCO/view>

helårsturisme i Lofoten. På Værøy er det 61 prosent og på Røst 71 prosent enighet om at det er ønskelig med helårs turisme. Innbyggerundersøkelsen fra Destination Lofoten viser oss at innbyggerne på Værøy og Røst ser nytteverdien av turismen og ringvirkningene den skaper.

## 2.2 MÅLGRUPPER

### LOKALT NÆRINGSLIV:

Reiselivsbedrifter, restauranter, overnattingssteder, aktivitetsleverandører, og andre lokale aktører som vil dra nytte av økt turisme.

Disse aktørene er sentrale for å skape gode opplevelser for besøkende og for å sikre at reiselivsutviklingen blir bærekraftig. De vil også være viktige partnere i å utvikle og promotere nye produkter og tjenester

### KOMMUNALE MYNDIGHETER:

Kommunene Værøy og Røst, med fokus på avdelinger for næringsutvikling, miljøvern, infrastruktur, og kultur.

Kommunene har ansvar for å sikre at utviklingen er i tråd med lokale planer og bærekraftsmål. De vil også ha en viktig rolle i tilrettelegging og finansiering av infrastruktur og i utvikling av reguleringer som støtter bærekraftig vekst.

### DESTINASJONSSELSKAPER OG REGIONALE UTVIKLINGSORGANISASJONER:

Selskaper og organisasjoner som arbeider med å markedsføre Lofoten som reisemål, samt organisasjoner som støtter regional utvikling.

### UTENLANDSKE OG NASJONALE TUOPERATØRER:

Reiseselskaper som markedsfører og selger turer til Norge, spesielt de som spesialisere seg på naturbaserte opplevelser, kultureiser, og bærekraftig turisme.

### LOKALSAMFUNNET:

Innbyggere i Værøy og Røst, inkludert lokale interesseorganisasjoner, frivillige organisasjoner, og kulturaktører.

### BESØKENDE TURISTER:

Nåværende og potensielle turister fra både Norge og utlandet, med interesse for natur, kultur, og opplevelser.

## 2.3 EFFEKTMÅL

Prosjektet skal resultere i økt synlighet av Værøy og Røst som en internasjonal destinasjon, forbedret kvalitet på reiselivstjenestene og økt sysselsetting i reiselivsnæringen. Dette vil på sikt bidra til å nå målet om å skape 50 nye arbeidsplasser innen 2029, som er en del av omstillingsplanens hovedmål.

## 2.4 RESULTATMÅL FOR HOVEDPROSJEKT

*Plan for gjennomføringsfasen 2026-2027*

- *forankring av strategien (masterplanen) hos kommune(r) og i kommunale planer*
- *gjennomføring av de prioriterte tiltakene som ble vedtatt i arbeidet med strategifasen*
- *iverksetting av ulike ordninger for å finansiere fellesgoder, destinasjonsselskap og infrastruktur*
- *evaluering av gjennomføringsfasen*



## 2.5 RESULTATMÅL FOR DENNE FASEN

Strategifasen vil innebære:

- å kartlegge behov og reisemønster (analyse og strategi)
- å bestemme ambisjonsnivået for utviklingen
- konseptualisering og sesongutvikling
- destinasjons- og attraksjonsutvikling
- utvikling av infrastruktur og tilgjengelighet (fly, helikopter, vei, båt og turistvei)
- bedriftsutvikling og utvikling av nettverk og kompetanse (profesjonalisering)
- inspirasjon og kompetanseheving (studietur)

## 3. GJENNOMFØRING OG SAMARBEID

### 3.1 PROSJEKTORGANISERING

Prosjektet vil bli organisert under omstillingsprogrammet «Vekst i havet».

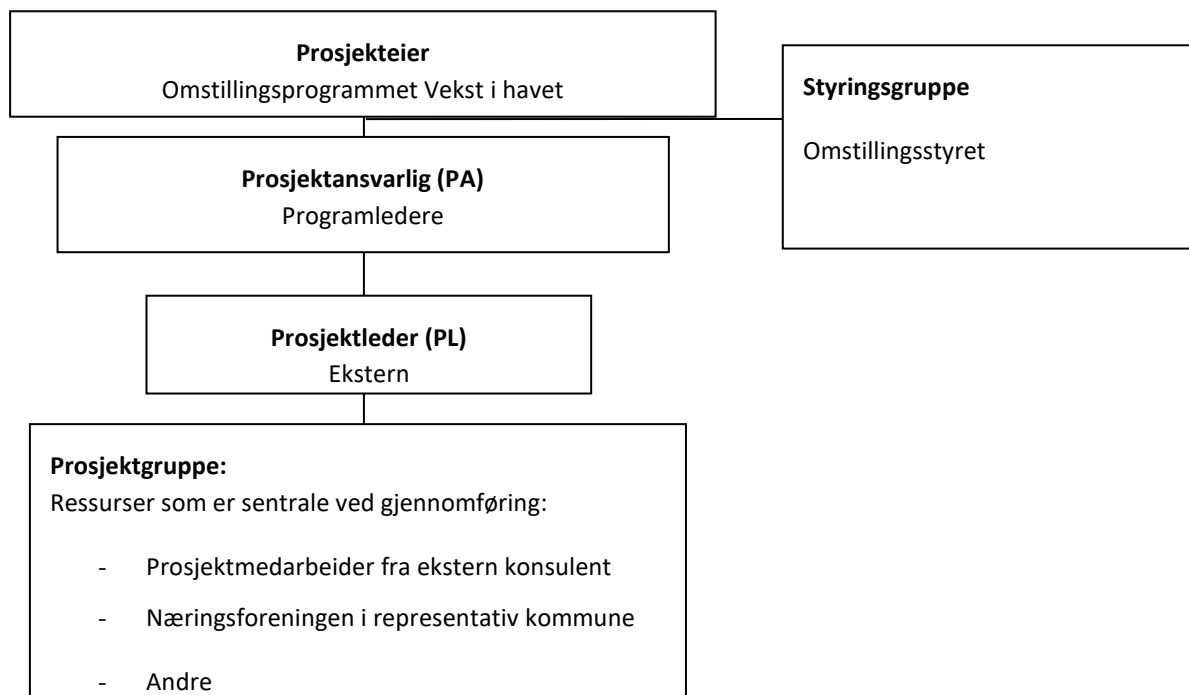
Det er kommunene som er eier av omstillingsprogrammet og er organisert under kommunestyrene med et eget omstillingsstyret med representanter fra kommunen og næringslivet. Innovasjon Norge og Nordland fylkeskommune sitter som observatør i styringsgruppen.

Næringssefene i kommunene er også ansatt som programledere for omstillingsprogrammet og prosjektets operative fremdrift vil bli fulgt opp av Næringssefene/programlederne. Styringsgruppen vil ha overordnet ansvar for prosjektet økonomi og fremdrift. I dette ligger både planlegging, organisering, oppfølging, kvalitetssikring og rapportering/kommunikasjon om prosjektet.

Det vil bli engasjert en eller flere prosjektledere for prosjektet i de to kommunene.

### 3.2 PROSJEKTORGANISERING KART

Her beskrives prosjektorganisasjonen med aktuelle roller.



### **Oppdragsgiver/prosjekteier (A-eier):**

Prosjektansvarlig: Programleder Røst og Værøy

Prosjektleder destinasjonsutvikling: Ekstern prosjektleder

Prosjektleder reiselivsutvikling: Ekstern prosjektleder med lokal forankring

### **Styringsgruppe: Omstillingsstyret ink programledere**

Prosjektgruppe: Prosjektleder destinasjonsutvikling, prosjektleder reiselivsutvikling, næringsforeningene.

Innovasjon Norge og Nordland fylkeskommune inviteres inn som observatør.

## **3.4 GJENNOMFØRING AV PROSJEKTET**

Å utvikle Værøy og Røst som helårige reiselivsdestinasjoner er avgjørende for den langsiktige bærekraften og veksten i disse samfunnene. Destinasjonsutvikling krever kompetanse og ressurser fra erfarne aktører for å lykkes. Selv om reiselivsutvikling ikke er en kjerneoppgave for kommunene, bør de spille en aktiv rolle når utløse potensialet, da dette påvirker hele samfunnets utvikling og trivsel. Å skape helårige reiselivsdestinasjoner krever en systematisk og målrettet innsats, hvor kommunen spiller en aktiv rolle i å initiere og støtte utviklingen. Med riktig kompetanse og strategisk tilnærming kan man skape bærekraftige og levende samfunn som tiltrekker seg både turister og nye innbyggere.

Prosjektet vil bli gjennomført ved å følge en plan som omfatter flere faser, inkludert forberedelse og planlegging. Det vil involvere grundig analyser, strategiske planer, kompetansehevendetiltak, studieturer, formidling og markedsføring. Det vil være nødvendig med tett samarbeid med ulike aktører og grundig oppfølging av prosjektet gjennom alle faser.

## **3.2 SAMARBEID**

For å lykkes med prosjektet i kommunene, skal prosjektet samarbeide med ulike aktører som lokalt næringsliv, destinasjonsselskap og innbyggere. Samarbeidet kan omfatte partnerskap, deling av kompetanse og ressurser, og utvikling av felles strategier og retningslinjer for å fremme destinasjonsutvikling i kommunene.

## **3.3 FORANKRING I KOMMUNENE**

Forankring i kommunene er avgjørende for å lykkes med prosjektet. Det innebærer at prosjektet må ha støtte fra kommunens politiske og administrative ledelse.

### **3.3.1 VÆRØY KOMMUNE**

Prosjektet er i tråd med kommuneplanens samfunnsdel 2022-2034<sup>3</sup>:

#### **Videreutvikle Værøy som reisedestinasjon for mat, reiseliv, historie, naturbaserte opplevelser og aktiviteter**

- Aktivt samarbeid lokalt, regionalt og nasjonalt for å utvikle reiselivet på Værøy og i Lofoten.
- Værøy skal markedsføres som helårig og helhetlig opplevelsesbasert næring.
- Reiseliv, opplevelsesnæringene, landbruk og fiskeri videreutvikler samarbeidet og skaper nye tilbud og produkter fra lokale reiselivsbedrifter.
- Lokale aktører, tradisjoner og råvarer fremmes overfor reiselivs- markedet.

<sup>3</sup> [https://varoy.kommune.no/\\_f/p1/idc5086e9-6338-463a-9a43-54320d226846/kommuneplanens-samfunnsplan-2022-2034.pdf](https://varoy.kommune.no/_f/p1/idc5086e9-6338-463a-9a43-54320d226846/kommuneplanens-samfunnsplan-2022-2034.pdf)

- 
- Tilrettelegge for et allsidig reiseliv og et fremtidsrettet overnattingstilbud.
  - Reiselivet bidrar til næringsrettet stedsutvikling
- 

### 3.3.2 RØST KOMMUNE

Prosjektet er i tråd med kommuneplanens samfunnsdel 2022-2033<sup>4</sup>:

---

#### Røst er en destinasjon for mat, reiseliv, historie, naturbaserte opplevelser og aktiviteter

---

- Aktivt samarbeid lokalt, regionalt og nasjonalt for å utvikle reiselivet på Røst og i Lofoten.
- Røst skal markedsføres helhetlig.
- Reiseliv, opplevelsesnæringene, landbruk og fiskeri videreutvikler samarbeidet og skaper nye tilbud og produkter fra lokale reiselivsbedrifter.
- Lokale aktører, tradisjoner og råvarer fremmes overfor reiselivs- markedet.
- Reiselivet bidrar til næringsrettet stedsutvikling.
- Tilrettelegge for et allsidig reiseliv og et fremtidsrettet overnattingstilbud.

---

### 3.4 INTERKOMMUNALT SAMARBEID

Prosjektet er forankret i **omstillingsprogrammet «Vekst i havet»**<sup>5</sup> og i handlingsplan for 2024<sup>6</sup>.

For å lykkes med omstillingsarbeidet må den negative utviklingen i folketall og demografi stabiliseres. Værøy og Røst trenger flere mennesker i arbeidsdyktig alder. Det må skapes flere arbeidsplasser som er attraktive for dagens arbeidstakere. Værøy og Røst må bygge attraktive samfunn som mennesker i arbeidsaktiv alder ønsker å bo og flytte til, kombinert med god næringsutvikling. Det er budsjettert med en økonomisk ramme for omstillingsarbeidet i perioden 2023 til og med 2029 på 18 millioner. Finansieringen forutsetter årlige bevilgninger fra Nordland fylkeskommunen samt Røst- og Værøy kommune.

Hovedhensikten med omstillingsmidlene er å gjøre en ekstraordinær innsats til næringsutvikling i Røst og Værøy innenfor de prioriterte innsatsområdene:

1. Eksisterende næringsliv
2. Nytt næringsliv / nyetableringer / gründere
3. Kompetanse
4. Attraktivitet for næringslivet
5. Samfunns- og boligutvikling

**Vekststrategien «Lofoten de grønne øyene».**<sup>7</sup> Vekststrategien Lofoten De Grønne Øyene 2030 etablerer Lofoten som en nasjonal pilot for regional samhandling og helhetlig nyskaping for grønn regional omstilling. Med samlet styrke og vilje til å gå foran og vise vei, bygges langsiktig grønn konkurransekraft og bærekraftig vekst i Lofoten. Målet er å bidra til at regionen bygger opp under FNs bærekraftsmål, stimulerer næringslivet til omstilling og grønn konkurransekraft og samtidig utvikler et bærekraftig lokalsamfunn. Dette skal sikre et godt og livskraftig bosted for Lofotens innbyggere for framtiden.

---

<sup>4</sup> [https://rost.kommune.no/getfile.php/1310527-1656487400/Bilder/Nettsidebilder/Teknisk/bilder/VEDTATT%20220622%20Kommuneplanens%20samfunnsdel%202022\\_2033.pdf](https://rost.kommune.no/getfile.php/1310527-1656487400/Bilder/Nettsidebilder/Teknisk/bilder/VEDTATT%20220622%20Kommuneplanens%20samfunnsdel%202022_2033.pdf)

<sup>5</sup> [https://www.vekstihavet.com/\\_files/ugd/19a898\\_56a03f47173447fe9f511317ef2101ec.pdf](https://www.vekstihavet.com/_files/ugd/19a898_56a03f47173447fe9f511317ef2101ec.pdf)

<sup>6</sup> [https://www.vekstihavet.com/\\_files/ugd/19a898\\_7af21447e2c949b8ab55c9f497033744.pdf](https://www.vekstihavet.com/_files/ugd/19a898_7af21447e2c949b8ab55c9f497033744.pdf)

<sup>7</sup> <https://degronneoyene.no/artikler/veikartet-er-na-vedtatt-i-alle-seks-lofotkommunene>

## 4. FREDIGSTILLELSE OG FORMIDLING

Formidlingsplanen for prosjektet er som følger:

### 4.1 SLUTTPRODUKTET/SLUTTLEVERANSE

Sluttproduktet er et forprosjekt som inkluderer en behov- og reisemønstreanalyse, markedsføringsstrategi og en helhetlig masterplan med et tydelig ambisjonsnivå for hovedprosjektet. Prosjektleder vil skissere en prosjektplan for neste fase i prosjektet som skal behandles av omstillingsstyret.

Prosjektet skal være ferdigstilt innen utgangen av 2025.

### 4.3 KOMMUNIKASJONSSTRATEGI

Et aktivt kommunikasjonsarbeid bidrar til å skape trygghet, forankring og engasjement blant bedrifter, samarbeidspartnere, beslutningstakere og befolkningen for øvrig.

Kommunikasjonsstrategien for Vekst i havet - Værøy og Røst.<sup>8</sup> Denne inneholder en beskrivelse av omstillingsprogrammets bakgrunn, sentrale kommunikasjonsmål, kjernehistorie, prioriterte målgrupper, hovedbudskap samt kanalvalg og virkemidler. Det er denne kommunikasjonsstrategien vi forholder oss til og vil også benyttes i dette forprosjektet.

Omstillingsprogrammets nettside: [www.vekstihavet.no](http://www.vekstihavet.no)

### 4.4 FREMDRIFTSPLAN

#### 4.4.1 TIDSPLAN FOR PROSJEKTET

##### MÅNED 1-2: OPPSTART OG FORBEREDELSE

###### 1. Forberedelse

- Oppstartsmøte
- Kartlegging av eksisterende ressurser og aktører
- Utlyse ekstern prosjektleder
- Inngå avtale med eksternprosjektleder

###### 2. Oppstart med ekstern prosjektleder

- Datainnsamling og analyse

##### MÅNED 2-12 DESTINASJONSUTVIKLING OG BESØKSFORVALTNING

###### 1. Utvikling av Markedsføringsstrategi

- Lage en detaljert markedsføringsstrategi

###### 2. Kartlegging av Reisemønstre og Behovsanalyse

- Gjennomføre spørreundersøkelser og intervjuer med tilreisende og lokale aktører

---

<sup>8</sup> [https://www.vekstihavet.com/files/ugd/19a898\\_c3b6572bda6848dabf40cad47a2d13fb.pdf](https://www.vekstihavet.com/files/ugd/19a898_c3b6572bda6848dabf40cad47a2d13fb.pdf)

- Analysere data
- Lage en behovsanalyse og destinasjonsstrategi

## 2. Planlegging av Studieturer

- Velge og kontakte tre destinasjoner for studieturer
- Organisere logistikk og program for studieturene

---

### MÅNED 2-12: MOBILISERING OG PARTNERSKAP/STUDIETUR

#### 1. Bedriftssamarbeid og Nettverksbygging

- Arrangere møter og workshops med lokale aktører
- Identifisere og etablere samarbeid med relevante turoperatører og reiselivsorganisasjoner

#### 2. Studietur

- Dra på studietur til to eller tre av destinasjonene

---

### MÅNED 2-12: KOMPETANSEHEVING OG UTVIKLING

#### 1. Gjennomføring av Kompetanseprogram

- Utvikle og tilrettelegge et kompetanseprogram for handels- og servicenæringen
- Kjøre kompetansehevende kurs og opplæring for lokale bedrifter

#### 2. Utvikling av Konsepter og Sesongtilpasning

- Arbeide med utvikling av helårige reiselivsprodukter og sesongutvidende aktiviteter
- Teste og tilpasse konsepter basert på tilbakemeldinger

---

### MÅNED 10-12: FERDIGSTILLING

#### 1. Ferdigstille hovedprosjekt

- Utarbeide fullstendig rapport
- Rapportere

*Prosjektet gjennomføres over 12 måneder og kjøres gjennom parallelle prosesser*

## 5. ØKONOMI OG FINANSIERING

*Stipulerte kostnader og størrelser. Kostnadene er EKS MVA.*

### 5.1 KOSTNADER

Hovedaktivitet/ kostnad per hovedaktivitet	Totale kostnader	Herav egen tid i kr	Antall egen Timer (600kr pr time)
1: Destinasjonsutvikling og besøksforvaltning	900 000		

2: Mobilisering og partnerskap reiseliv	1 100 000	300 000	500
3: Kompetanseutvikling og attraktivt reiseliv	1 000 000	200 000	333
Prosjektledelse	400 000		
Administrative kostnader	100 000		
<b>Sum</b>	<b>3 000 000Kr</b>	<b>500 000 Kr</b>	

## 5.2 FINANSIERING

Finansieringskilde	Beløp	Andel
Nordland Fylkeskommune	1 500 000	
Omstillingsprogrammet Vekst i havet	1 500 000	
Næringslivets egeninnsats	500 000	
<b>Sum</b>	<b>3 500 000 Kr</b>	<b>100 %</b>