

# Forretningsplan for

## FÆRDER NASJONALPARKSENTER IKS



Foto: Erik Bleken

## **Hovedtrekk**

- 1. Innledning**
  - Bakgrunn**
  - Initiativtakere**
  - Færder Nasjonalparksenter IKS**
- 2. Forretningside, visjon og målsettinger**
  - Visjon**
  - Forretningside**
  - Målsettinger**
  - Forutsetninger**
  - Premisser for utvikling**
- 3. Markedsvurdering**
  - Bransje**
  - Kunder**
  - Konkurrenter**
- 4. Produktbeskrivelser**
  - Beskrivelse av produkter**
- 5. Markedsføring og salg**
  - Prisstrategi**
  - Distribusjon**
  - Salg og markedsføringsaktiviteter**
- 6. Organisasjon og kompetansebehov**
- 7. Økonomi**
  - Budsjetter**
    - Driftsbudsjett**
    - Investeringsbudsjett**
  - Lønnsomhetsvurdering**
- 8. Risikoanalyse**
  - Kritiske faktorer**
  - Suksess faktorer**

Plan behandlet i styret 04.04.19  
Endelig versjon ferdig 06.08.19

# 1 Hovedtrekk

Besøkssenter Færder nasjonalpark er et interkommunalt selskap eid av Færder- og Tønsberg kommune.

Selskapet har både et samfunnsoppdrag og et kommersielt oppdrag.

Forretningsplanen viser senterets ulike forretningsområder. Forretningsområdene er beskrevet i senterets Strategi og handlingsplan.

Senteret rapporterer årlig til Miljødirektoratet på hvordan grunntilskudd, naturveiledertilskudd og prosjektmidler er benyttet.

Forretningsplanen viser at det er begrensede muligheter for å utvikle det kommersielle oppdraget med de forutsetningene som ligger til grunn. Senteret har begrenset råderett over lokaler inne og ute og begrensede personalressurser.

Potensialet på området Verdens Ende er stort med mange besøkende i løpet av et år. Ved å utvikle stedet som en helhet vil det være mulig å jobbe målrettet med å spre kunnskap og samtidig møte publikum med ulike kommersielle produkter utviklet i samhandling med andre.

I segmentet kurs og konferanse ligger det kommersielle muligheter som det delvis er mulig å realisere på kort sikt og som delvis kan utvikles over tid.

Budsjettet som følger forretningsplanen viser 4. år og følger kommunal regnskapsskikk.

Færder Nasjonalparksenter IKS har et styre på 5 personer og et representantskap på 6 personer bestående av ordfører, varaordfører og opposisjonsleder fra hver av eierkommunene. Budsjettet vedtas endelig av representantskapet i desember. I en oppbygningsperiode på 5 år fra 2019 til 2024 har senteret muligheter til å motta tilskudd fra eierkommunene på inntil 1.1 million. Dette betinges av at det ligger en realistisk forretningsplan til grunn for besøkssenterets virksomhet.

Senterets eiere har en forventning om at de kommersielle forretningsområdene utvikles og at eiertilskuddet trappes ned til 0 etter 5 år.

## 2 Innledning

### 2.1 Bakgrunn

Færder nasjonalpark ble opprettet i 2013. Da bestemte man at det skulle bygges et nasjonalparksenter på Verdens Ende. Den gamle restauranten skulle rives og man valgte å benytte deler av dette bygget inn i et nytt bygg.

Den nye bygget ble oppført av Tjøme kommune. Besøkssenter og restaurant flyttet inn sommeren 2015 og aktiviteten kom gradvis i gang. Senterets ledelse, utstillinger og innhold kom på plass i 2016.

## 2.2 Initiativtakere

Tjøme kommune (egen kommune fram til 01.01.18) planla og finansierte oppsatsningen på et besøkssenter på Verdens Ende sammen med Nøtterøy og Tønsberg kommuner.

Det ble etablert et IKS med 3 eierkommuner Tønsberg, Nøtterøy og Tjøme. Etter at Tjøme- og Nøtterøy kommune ble slått sammen til Færder kommune ble eierstrukturen endret til 2 eierkommuner med 50 % eierandel hver.

Tjøme kommune hadde ideen og eierskapet til etableringen av besøkssenteret. De hadde skrevet saksdokumentene og fått gjennomført diverse rapporter for å vurdere hvilke muligheter og hvilke kommersielt potensiale som lå i et besøkssenter.

Styret kom på plass høsten 2015 og de fulgte opp det arbeidet Tjøme kommune hadde startet med å finne løsninger for utstilling som kunne forenes med drift av restaurant i samme lokaler.

I opprinnelig plan og budsjett var det lagt inn betydelige kommersielle inntekter. I en prosess gjennomført av eierne i 2017/2018 ble anslaget justert ned. Bakgrunnen var tilbakemeldinger fra besøkssenteret om deres handlingsrom for aktiviteter inne og ute.

Senteret er bygget opp som et informasjonssenter med utstilling og formidling. Man valgte å ansette en daglig leder med kompetanse på museum og offentlig kulturformidling. Senterets arbeid med utstilling og formidling har samme målgruppene som norske museer hvor formidling til barn og unge er en viktig del av oppdraget.

Færder nasjonalpark har et eget styre og en egen administrasjon. Besøkssenteret samarbeider tett med nasjonalparkforvalter og de andre aktørene som jobber ute i nasjonalparken (bl.a. SNO, Skjærgårdstjenesten, Oslofjorden friluftsråd).

Besøkssenteret skal balansere et definert samfunnsoppdrag med en kommersiell virksomhet og innrette dette på områder som defineres som offentlige (både bygg og uteområder).

Uteområdene eies i hovedsak av staten og forvaltes av Færder kommune.

## 2.3 Færder Nasjonalparksenter IKS

Færder Nasjonalparksenter IKS er driftsselskapet til Besøkssenter Færder nasjonalpark. Dette er et autorisert besøkssenter som innebærer at senteret har vært igjennom en prosess med Miljødirektoratet og er tildelt autorisasjon. Denne ble gitt for første for tre år. Senteret har i 2018/19 vært igjennom en ny prosess og har fått autorisasjon for fra 01.02.19 til 01.02.24.

Autorisasjonen er viktig for besøkssenteret i forhold til nettverk og faglig tilhørighet. I tillegg skaper det forutsigbarhet med årlige økonomiske tilskudd (et grunntilskudd på 1 mill (2018) og et fast tilskudd til naturveileder kr. 800 000(2018) til en stilling som deles med Besøkssenter Ilene våtmarksenter)). Autorisasjonen gir også besøkssenteret muligheter for å søke prosjektmidler til spesielle tiltak. Med autorisasjon har senteret et samfunnsoppdrag med forpliktelser. Dette handler om å spre kunnskap om Færder nasjonalpark spesielt, og om Norges nasjonalparker generelt, og å gi formidling til barn og unge kostnadsfritt. Senteret er også forpliktet til å følge Miljødirektoratets merkevarestrategi.

Representantskapet er oppnevnt av kommunestyrene i eierkommunen og består av ordfører, varaordfører og opposisjonsleder i de to eierkommunen.

Styret er oppnevnt av representantskapet og satt sammen av personer med relevant kompetanse på fag, markeder og nettverk.

Selskapet er offentlig eid og har kommunal regnskapsskikk.

Besøkssenter har 2,4 faste årsverk og 1.4 årsverk på engasjement. I tillegg kommer tjenester levert av Tønsberg kommune tilsvarende 0,6 årsverk. Senteret kjøper vaktmester og renholdstjenester fra Færder kommune tilsvarende 0,4 årsverk.

### **3 Forretningsidé, visjon og målsettinger**

#### **3.1 Visjon**

*«Færder nasjonalparksenter skal bli ett av Norges mest besøkte autoriserte nasjonalparksenter og en drivkraft for reiselivssatsingen i regionen. Senteret skal bli et førsteklasses naturinformasjonssenter og arena for formidling av forskningsbasert kunnskap om havet og havets betydning for menneskene, i fortid, nåtid og fremtid; med vekt på fremtid. Senteret skal formidle kunnskap om natur, hav, kulturlandskap, kystkultur, kulturminner og økologi i ytre Oslofjord og samtidig være en pådriver for aktivt friluftsliv. Det skal også være et nav for lokal reiselivsnæring. Driften skal være lønnsom og bærekraftig over tid. Det skal være aktivitet hele året.»*

Dette er hentet fra vedtatte plandokumenter og senterets navn er derfor ikke riktig.

## 3.2 Forretningsidé

1. Spre kunnskap om Færder nasjonalpark  
Utstilling  
Aktiviteter  
Arrangementer
2. Butikk  
Naturinformasjon  
Turistinformasjon
3. Utleie ut lokaler  
Kontorer  
Restaurant – lokaler og kjøkken  
Kiosk  
Kurs og konferanser  
Restaurant – lokaler til store arrangement
4. Destinasjonsutvikling

## 3.3 Målsettinger

### Hovedmål

Besøksenter Færder nasjonalpark har som oppgave å motivere til engasjement og omsorg for naturen i nasjonalparken og for den marine fremtiden, samt øke folks interesse for å bruke naturen og nasjonalparken. (Miljødirektoratet)

Senteret skal driftes på en måte som bidrar til verdiskapning for lokalt næringsliv, reiseliv og kulturliv.

Senteret skal bidra til å øke regionens bosteds- og besøksattraktivitet.

### Delmål 1.

Samhandle med andre nærings og reiselivsaktører, både offentlige og private.

### Delmål 2.

Utvikle nye aktiviteter inne som bidrar til økt omsetning og inntjening for senteret.

### Delmål 3.

Bidra til en helhetlig utvikling av området Verdens Ende og posisjonere senteret med aktiviteter ute Verdens Ende.

Delmål 4.

Tilbudene på Verdens Ende skal invitere de besøkende til å tilbringe en hel dag på Verdens Ende og i regionen.

Delmål 5.

Utvikle en lønnsom drift på Verdens Ende og gjennom dette generere aktivitet i en større del av året.

### **3.4 Forutsetninger**

Grunnlaget for besøkssenteret er Færder nasjonalpark. Dette er en marin nasjonalpark sammensatt med mange verneformål. Senteret har virksomheten sin på Verdens Ende på Tjøme men formidler kunnskap om hele nasjonalparken.

Besøkssenteret er et informasjonspunkt for de besøkende på Verdens Ende. I senterets butikk formidles både naturinformasjon og turistinformasjon. Senteret er i tillegg et informasjonspunkt i regi av Visit Vestfold.

Samfunnsoppdraget knytter seg til at et autorisert besøkssenter må gjennomføre et oppdrag i henhold til føringene fra Miljødirektoratet bestående av kunnskapsformidling. Senteret er pålagt en minimums åpningstid på 1000 timer, fordelt på 150 dager. Samfunnsoppdraget tar utgangspunkt i Færder nasjonalpark og vedtatt forvaltningsplan og betinger at besøkssenteret også jobber i tett samarbeid med nasjonalparkforvalter.

Bedriftsmodellen til senteret betinger at man tar inn inngangspenger til utstillingen i første og andre etasje (dette er knyttet til innretningen med mva kompensasjon).

Besøkssenteret leier lokaler av Færder kommune. Deler av lokalene leies ut videre til ulike aktører, hvorav noen har langtidsleie og andre leier for en dag. Langtidsleie innebærer både utleie til restaurant og utleie av plasser i kontorlandskap.

I tillegg leier restauranten også besøkssenterets utstillingslokaler til spesielle arrangementer. Dette innebærer at senterets utstillingsrom må ha fleksible utstillinger som kan «ryddes bort». Modellen gir begrensninger for senterets utstillinger samtidig som det gir gode muligheter for restaurantbedriften.

Området på Verdens Ende har behov for en helhetlig utvikling slik at både næringsutvikling og aktiviteter kan planlegges godt. Her er det mulig å balansere utviklingen med hva uteområdet tåler av bruksbelastning med tilgjengelig infrastruktur. Dette gjelder både offentlig kommunikasjon, avfallshåndtering, aktiviteter og næringsvirksomheter. Erfaringene tilsier at det er grunnlag for å utvikle

mattilbudet til de besøkende på Verdens Ende. Dette bør skje i regi av besøkssenteret og koordineres med de aktørene som har virksomhet på området.

Restauranten har 4,4 faste årsverk i tillegg til ca 3 årsverk på engasjement.

Besøkssenteret og restaurant har til sammen 11, 3 årsverk knyttet til virksomheten på Verdens Ende.

### **3.5. Premisser for utvikling**

Stedet Verdens Ende er et ikon. Den ikoniske posisjonen vil gjøre best nytte for eiere og innbyggere ved at virksomhetene som har tilhold på Verdens Ende arbeider mot et felles mål og har et kommersielt grunnlag som er forutsigbart og tilstrekkelig solid.

Verdens Ende har nesten 100 års historie som utfartssted og rekreasjonsområdet. Her har de besøkende vært både familier fra området og turister fra inn og utland. Den helhetlige utviklingen på Verdens Ende må bygge videre på denne historien.

Utviklingen handler både om å utvikle stedet med de muligheter det gir og samtidig legge til rette for kommersiell utvikling. Dette betinger samhandling mellom de ulike aktørene og med de offentlige instansene som har forvaltningsansvar for området.

For å legge til rette med helhetlig utvikling på Verdens Ende er det behov for god kunnskap om de besøkende. Det jobbes med å få på plass ferdsels-tellere ved de tre adkomstene på Verdens Ende. Dette vil gi kunnskap om antall besøkende og hvordan de besøkende fordeler seg utover i året. Parallelt med en ferdsels-registrering er det interessant å gjøre en besøksundersøkelse for å få mer kunnskap om den besøkende. Ferdselsregistrering og besøksundersøkelse betinger at det etableres et samarbeid med eierkommunene om å gjennomføre disse oppgavene.

Tønsberg og Færder kommuner har utviklet en felles besøksstrategi som vil gi føringer for hvordan eierkommunene ønsker at utviklingen på Verdens Ende skal skje.

Færder nasjonalpark er i avslutningen på et arbeid med å lage Besøksstrategi for nasjonalparken. Denne bygger på vedtatt «Forvaltningsplan for Færder nasjonalpark». Besøksstrategien vil også være viktig for utviklingen på Verdens Ende som er en av tre innfallspunkter definert i forvaltningsplanen.

På lang sikt vil det være behov for å legge forholdene bedre til rette for å utløse det kommersielle potensiale. Dette handler om å legge forholdene til rette både for en god restaurantdrift, et egnet lokale for kioskvirksomhet, gode lokaler for utstilling, undervisning og formidling, samt praktiske og effektive kontorlokaler for aktørene med samarbeidspartnere. Dette kan gjøres med utvikling av eksisterende bygningsmasse og etablering av nye bygg.



## 4 Markedsvurdering

Besøkssenteret har begrensninger for utvikling av sine markedsområder knyttet til tilgang på arealer og områder for utøvelse av kommersielle aktiviteter.

### 4.1 Aktivitet

Markedsområder	Oppdrag og økonomi
1. Naturveiledning	Ligger i pålagt samfunnsoppdrag og generer ikke kommersielle inntekter utover tilskuddene
2. Formidling	
3. Kurs og konferanse	Generer inntekter i samhandling med restaurant. Krever en ansatt som er «konferansevert» og som «selger» produktet
4. Guidede turer og aktiviteter ute	Generer inntekter som dekker utgifter til lønn og markedsføring av aktiviteten
5. Utstilling, butikk, aktivitet	Generer inntekter i form av billettsalg til utstilling og salg av varer. Produktutvikling av egne produkter og designprodukter.
6. Arrangement	Egne arrangementer genererer inntekter, men store arrangementer i regi av andre aktører med avtale med kommunen generer ofte større utgifter enn inntekter
7. Naturinformasjon	Kunnskapsformidling utgjør en viktig del av senterets samfunnsoppdrag men genererer lite inntekter

### 4.2 Kunder

Besøkssenterets sine kunder kan deles i flere grupper knyttet til de ulike forretningsområdene.

- Gruppe 1. Lokalbefolkning (beboere i regionen)
- Gruppe 2. Hytteeiere

Gruppe 3 Turister og besøkende til destinasjonen Verdens Ende, samt de som søker naturopplevelser, nasjonalparkinformasjon, utstillinger og aktiviteter.

- . Gruppe 4 Reiselivsbedrifter i området, Bedriftsmarkedet

### **4.3 Andre aktører**

Den naturbaserte opplevelsen ute kan de besøkende hente mange steder i norsk natur, men området på Verdens Ende har en spesiell god tilgjengelighet. Området er utviklet med gode fasiliteter for mange grupper av besøkende. Verdens Ende har en lang historie som område for friluftsopplevelse og som utfluktssted. Området er godt kjent og har en unik posisjon både blant fastboende og besøkende.

Andre aktører i markedet er hoteller og kurs og konferanselokaler på sentrale steder. De kan sees på både som konkurrenter og som samarbeidspartnere. Senteret samhandler med turoperatører, event-selskaper, hoteller og ulike reiselivsbedrifter i nærheten.

Erfaringen så langt er at de som er i dette markedet i regionen oppleves som konstruktive i dialogen med besøkssenteret. Målet er å få til produkter som begge parter vil høste av. Besøkssenteret kan ikke tilby overnatting og er avhengig av å samhandle med andre aktører om produktene skal rettes mot markedet som ønsker seg mer enn en tradisjonell dagskonferanse.

Det eksisterer ikke andre aktører med tilsvarende kombinasjon av formidling, fag og samfunnsoppdrag. Som opplevelsessted vil det være flere andre aktører i markedet med blant annet badeland, kinoer, klatreparker osv.

Den tilgjengelige uteopplevelsen kombinert med besøkssenter og restaurant utgjør til sammen et produkt som ikke har mange konkurrenter i kystkommunene rundt Oslofjorden. Opplevelsen på Verdens Ende kan forsterkes med ytterligere nye produkter.

## **5 Produktbeskrivelser**

Produktbeskrivelsene kan deles i to hovedgrupper hvor den ene er tilgjengelig uten kostnad for den besøkende. Den andre hovedgruppen har en kommersiell innretning.

Området Verdens Ende er et produkt i seg selv. Dette er tilgjengelig for alle og kan benyttes som en friluftsopplevelse og er i utgangspunktet tilgjengelig uten kostnad for den besøkende. Den spektakulære utsikten, de ulike værholdene og det ikoniske Vippefyret gir alle fine opplevelser og utgjør ulike produkter for den besøkende.

Helhetlig utvikling på Verdens Ende må ligge som en forutsetning for å utvikle nye produkter og for å få de besøkende til å tilbringe en hel dag på Verdens Ende. Dette vil igjen generere inntekter betinget av at det er produkter og aktiviteter tilgjengelig for den besøkende.

Erfaringen til besøkssenteret så langt er at når det er aktiviteter som skjer ute oppsøker også flere gjester tilbudene inne. Aktivitetene ute er også en fin anledning til å spre kunnskap om nasjonalparken og gjøre de besøkende oppmerksom på tilbudet inne på besøkssenteret.

## **5.1 Beskrivelse av produkter**

Senteret tilbyr en konferansepakke med både lokaler, mat og en type nasjonalparkinformasjon. Sistnevnte kan også være utformet som et kulturtilbud. Produktet skreddersys etter gruppens ønsker og behov.

Besøkssenteret har mange begrensninger på bruk av uteområdet. Produktet er i hovedsak knyttet til møtelokalene inne og i enkelte tilfeller uteaktiviteter på Verdens Ende eller hos noen av våre samarbeidspartnere.

Forretningsområdet guidede turer er et tilbud til publikum med vandringer med ulike temaer, Senteret henter inn aktuelle guider, markedsfører tilbudet og selger billetter. Dette er et område som bidrar til god kunnskapsformidling og er en del senterets samfunnsoppdrag. Området planlegges ut fra at senteret skal få dekket sine utgifter. Forretningsområdet legger opp til 8 til 10 turer pr år.

Besøkssenteret tilbyr publikum utstillinger, aktiviteter og arrangementer. Deler av dette tilbudet skal være tilgjengelig uten kostnad i henhold til å Miljødirektoratets krav til autoriserte besøkssentre. Hoved utstillingen er tilgjengelig med billett.

Færder kommune forvalter uteområdet på vegne av staten. Besøkssenteret må planlegge sine uteaktiviteter i samråd med Færder kommune. Dette gjelder i utgangspunktet all bruk av uteområdet. (bl.a. naturveiledning, undervisning og aktiviteter).

Uteområdene på Verdens Ende er for øvrig mye benyttet både til vigsler og ulike typer aktiviteter både organisert og uorganisert. Det er blant annet tradisjon for å ha målgang for enkelte idrettsarrangementer på området.

## **5.2 Utviklingspotensial**

I et langsiktig perspektiv kan besøkssenteret utvikle kommersielle produkter og tilby ytterligere formidling/naturveiledning knyttet til samfunnsoppdraget og forskningsmiljøene. Dette betinger tilgang på relevante arealer for formidling, undervisning og flere kontorplasser. Da vil det være mulig å utvide det eksisterende fagnettverket og tilrettelegge for aktivitet.

Dette vil forsterke utviklingen av destinasjonen Verdens Ende og bidra til regionens reisemålsutvikling.

## 6 Markedsføring og salg

Området utstilling, naturveiledning og aktiviteter markedsføres på sosiale medier og via de tradisjonelle markedsføringskanalene som besøkssenteret har sammen med Færder nasjonalpark, gjelder både Facebook og nettsider. Erfaringen tilsier at det nå legges større vekt på kjøpt plass på sosiale medier og mindre vekt på annonser i dagspresse. I tillegg benyttes flere arenaer på sosiale medier med både åpne og sponsede innlegg.

Reiselivsmagasiner og bransjetidsskrifter utgjør en liten andel av markedsbudsjettet.

Produktet kurs og konferanselokaler markedsføres direkte til aktuelle møtebookere knyttet til større bedrifter, i relevante nettverk og event-selskaper. Det er behov for at konferanse-konseptet får en bredere markedsføring under brandet «Verdens Ende» med egne plattformer på sosiale medier og på web generelt. Nye plattformer vil være på plass i løpet av høsten 2019.

Verdens Ende har ikke egen webside, Facebook konto, Instagram eller er tilstede på sosiale medier.

Det jobbes i ulike nettverk hvor produktet presenteres sammen med andre reiselivsprodukter fra regionen. Besøkssenteret er/har vært aktive i bl.a. Visit Vestfold, Impuls 2018, Reiselivssatsingen Skjærgård og ulike lokale reiselivsnettverk.

Parallelt med dette jobbes det kontinuerlig med dialog og kommunikasjon knyttet til relevante politikere og andre personer med sterke offentlige og private nettverk.

De første 3 årene vil det blir satset med å bygge opp markedet lokalt og regionalt. Deretter vil det bli tatt en vurdering om det er smart å gå bredere ut. Kapasiteten må tilpasses til senterets åpningstid og til de dagene som er opptatt med skoler og barnehager.

Besøkssenteret får mange henvendelser fra hyttefolk, turister og potensielle besøkende og vurdere at det er behov for en reiselivskordinator i regionen.

## 6.1 Strategi for pris på området kurs og konferanse

Prisstrukturen for utleie bygget opp med flere modulerer utarbeidet etter en modell med en stykkpris som grunnlag. Kurs og konferansetilbudene har en prisstruktur utarbeidet etter volum med en markedstilpasset minimumspris.

Kurs og konferansetilbudet generer også overnatting for reiselivsbedrifter i området.

### Premisser og inntjening

Færder Nasjonalparksenter IKS har et betalingsssatsdokument som følger budsjettet. Dette vedtas av styret og representantskap sammen med budsjettet.

Senteret har tre leieavtaler med utleie av kontorer. Avtalene er 10 års perspektiv og utløper 2025.

Restauranten leier lokaler av besøkssenteret. Denne utgår 01.09.19. Det er innledet forhandlinger om ny avtale med restauranten. Partene ønsker en avtale med horisont på 5 til 10 år.

## 6.2 Salgs- og Markedsføringsaktiviteter

Markedsaktivitet	Mål med aktiviteten	Tidsperiode
WEB - sider	Gi kunnskap om Færder nasjonalpark	
Sosiale medier		
facebook	Fremme det som skal skje	
instagram		
Lokale aviser		
Redaksjonelle oppslag	Benyttes ved større nyheter	
NRK –	For å gi informasjon om aktiviteter. Kombinere med kunnskapsformidling og nyheter	Benyttes gjennom hele året til arrangement og aktivitet
Signaturprodukter for salg Besøkssenter og nasjonalpark	Butikken skal selge relevante kvalitetsprodukter utviklet med et bærekraftig fokus.	Utvikles hvert år for salg.
Signaturprodukter for salg Verdens Ende		
Film	Kunnskapsformidling	Ikke fastsatt

Influencere/ Lobbyister	Legge grunnlag for god økonomi	Kontinuerlig
Politikere	Gjøre lokale politikere stolte av besøkssenteret, nasjonalparken og Verdens Ende	Kontinuerlig
<i>Tabell 1: Markedsaktiviteter</i>		

## 7 Organisasjon og kompetansebehov

Selskapet er lite med begrensede ressurser og disponerer til sammen 3, 5 årsverk. Da er både fast ansatte, sesongarbeidere og prosjektmedarbeidere tatt med. Selskapet er avhengig av å kjøpe tjenester på enkelte områder.

Det gjelder blant annet produksjon av nye utstillinger, utvikling av nye aktiviteter samt drift og utvikling av websider.

Selskapet benytter tjenester fra Tønsberg kommune på personal, regnskap og fakturering.

Det er etablert et prosjekt med å utvikle tilbud til kurs og konferansemarkedet. Til dette arbeidet er det engasjert en egen prosjektleder med erfaring og nettverk fra området.

Med en kjerne av fast ansatte og med muligheter for å øke bemanningen ved behov, er besøkssenteret likevel avhengig av å samarbeid og samhandle med andre for å få til nye prosjekter.

Personalressursene setter begrensninger på besøkssenterets aktiviteter.

## 8 Økonomi

### 8.1 Budsjetter

Deler av budsjettet skal svare opp samfunnsoppdraget og har en finansiering som er knyttet til tilskudd fra staten.

### 8.1.1 Driftsbudsjett

Følger som ekstern fil.

I tillegg jobber besøkssenteret kontinuerlig med å hente inn prosjektmidler og organisere aktiviteter i mindre prosjekter. Dette bidrar til god aktivitet for senteret og med liten økonomiske risiko, samtidig som prosjektene inngår som en del av senterets samfunnsoppdrag.

### 8.1.2 Investeringsbudsjett

Nye investeringer planlegges med ekstern finansiering.

Type investering	bekreftet	dato for tilsagn	status
Ny utstilling del 1	150 000 (+50 000)	2018	Arbeid er igangsatt
Ny utstilling del 2	300 000	2019	Planlegging
Ny utstilling del 3	250 000	2020	Planlegging
Ny utstilling del 4			

## 8.2 Lønnsomhetsvurdering

Forretningsområdet på Besøkssenteret kan deles i to hovedgrupper.

En del er finansiert med statlige tilskudd og betjener samfunnsoppdraget.

En del er aktiviteter initiert og markedsført av senteret som for eksempel en guidet tur i nasjonalparken. Dette er et godt tilbud til publikum og gjennomføres ved at eksterne kunnskapsformidlere leies inn. I denne delen av virksomheten dekker inntektene utgiftene.

Besøkssenter Færder nasjonalpark skal alltid ha en utstilling som generer inntekter. Erfaringen tilsier at det ikke vil være et stort volum. Her legges til grunn at det er begrensede områder å etablere utstilling på og det er et begrenset antall dager i året avsatt til denne virksomheten. Samt at lokalene har fysiske begrensninger på å ta ut dette potensielt i høysesong.

Utstillingene er senterets hovedaktivitet og må stadig utvikles og suppleres for å være aktuelle og attraktive. De skal bidra til gjenbesøk og etter hvert til at gjestene også ønsker å benytte andre tilbud på Verdens Ende.

Nye utstillinger har en begrensning ved at de må være reversible slik at lokalene kan også kan brukes til annen aktivitet. Dette er nødvendig for at restaurantvirksomheten skal ha muligheter til å utvikle sitt konsept med drift hele året.

Senteret har en butikk og resepsjon som betjener utstillingen. Her selges billetter til utstillingen og til ulike aktiviteter samt at det selges utvalgte varer. Varene har ulik innretning med hensyn på fortjeneste. De skal enten være kortreiste og/eller ha en tilknytning til nasjonalparken og/eller Verdens Ende. Noen varer selges i kommisjon for å begrense senterets risiko. Senteret har lite kapital til å investere i produkter som skal selges i lang tidshorison. Andre varer er det forhandlet fram gode avtaler på. Senterets bygning på Verdens Ende er bygget uten lagerplass og gode rabatter ofte er koblet til kjøp av større volum.

Nå jobbes det med produktutvikling av egne produkter både knyttet til Færder nasjonalpark og til Verdens Ende. Her der det muligheter på god inntjening på de rette produktene.

Besøksenteret må ha ansatte på jobb som betjener utstillingen og salg av varer gir en fin bonus med samme antall ansatte. (Varene er også et fint utgangspunkt for å få i gang dialog med gjestene).

Det andre forretningsområdet er knyttet til ulike former for utleie. Her er det langtidsutleie av lokaler til restaurant og til tre kontorplasser i kontorlandskap (10 års-kontrakter).

Forretningsområdet kurs og konferanse genererer inntekter, men må innrette seg etter andre aktiviteter i bygget. Konferansene må legges på de dagene senteret ikke har ordinær åpningstid og må også balanseres med naturveileders undervisning til skoler og barnehager. I 2019 er senterets åpningstider endret slik at det er flere dager tilgjengelig for utleie. Erfaringer tilsier at det vil være behov en periode på tre til fem år for å bygge opp dette forretningsområdet.

## 9 Risikoanalyse

### 9.1 Kritiske faktorer

En kritisk faktor er en faktor som vil påvirke gjennomføringen av etableringen eller forhindre at etableringen går som planlagt. Enten delvis eller helt.

#	Kritiske faktorer	S	K	RF	Mulige tiltak/Ansvarlig
	Evne til fornying	1	4	4	
	Ha riktige produkter til målgruppene	3	2	6	
	Kommersiell aktivitet på et offentlig tilgjengelig område	4	3	12	Avklare disposisjonsrett
	Tilstrekkelig personalressurser	4	3	12	Søke eksterne midler



#	Kritiske faktorer	S	K	RF	Mulige tiltak/Ansvarlig
	Tradisjon og sedvane	3	2	6	Kommunikasjon
	Konjunkturer i næringslivet	3	3	9	Laget prosjekt knyttet til salgsressurs
	Svingninger i vær	2	3	6	Avklare disposisjonsrett
	Transport	3	2	6	
	Interessekonflikt med besøksstrategier og forvaltningsplan Færder nasjonalpark	3	2	6	
	Helhetlig plan for Verdens Ende	4	3	12	Skape felles forståelse for Utvikling og disposisjonsrett
	Statsbudsjettet	3	2	6	
	Leietagere økonomi	2	4	8	Bankgaranti/ny leietager

Tabell 6: Kritiske faktorer

S – Sannsynlighet. Hvor sannsynlig vil det være at dette inntreffer. m Skala 1- 5 (5 er mest sannsynlig)

K – Kritisk. Hvor kritisk vil dette være hvis det inntreffer. Skala 1-5 (5 er mest kritisk)

RF – Risikofaktor (S \* K). 15 eller høyere vil måtte utløse en aksjon innen en gitt dato.

## 9.2 Suksessfaktorer

#	Suksessfaktorer	S	K	RF	Mulige tiltak/Ansvarlig
	Solid faglig nettverk	1	5	5	
	Tett kontakt med nasjonalparkforvalter	1	4	4	
	Området er godt kjent	1	1	1	
	Området har mange besøkende	1	5	5	
	Eierkommunene vil utvikle Besøkssenter og Verdens Ende som destinasjon.	2	5	10	Avklare å tilrettelegge for Ytterligere kommersialisering
	Personalressurser med god kompetanse	1	5	5	
	Status i norsk reiseliv	1	3	3	
	Restaurant	2	4	8	Forutsigbar avtale
	Kiosk	2	3	6	
	Det kommersielle markedet liker stedet	1	4	4	