

Søknad

Søknadsnr.	2025-0139	Søknadsår	2025	Arkivsak
Støtteordning	Agder: Utviklingstiltak i klynger og bedriftsnettverk			
Prosjektnavn	Klynge og nettverksutvikling Visit Sørlandet			

Kort beskrivelse

Visit Sørlandet (VS) søker med dette om 2,5 mill. kr til innovasjons- og utviklingstiltak i kultur- og reiselivsklyngen.

VS har nå brukt opp den oppsparte kapitalen som var grunnlaget for kuttet på 500 000kr til klyngesøknaden i 2023. I 2022 var tilskuddet 2 500 000kr og det har vært høyere tidligere år. Kostnadene øker for hvert år og spesielt de siste årene. Dette gjør at VS får mindre penger å bruke på utvikling av klyngen. I 2024 ser det foreløpige resultatet ann til å bli -1,8 millioner kr

Prosjektbeskrivelse

Klyngearbeidet i Visit Sørlandet skal bidra til at våre partnere/reiselivsnæringen i Agder skal være ledende i utviklingen av bærekraftige og lønnsomme opplevelser hele året.

Visit Sørlandet klynge har 190 partnerbedrifter pr. 20 februar 2025. Dette er en økning på 50 partnere sammenlignet med 2021. Bedriftene har god geografisk bredde i Agder med en tydelig og bred forankring i landsdelen

Formålet med prosjektet er å videreutvikle klyngen og partnere i klyngen i hele landsdelen. Dette gjøres gjennom å øke kompetansen hos våre partnere ved å bl.a fasilitere og gjennomføre frokostmøter, foredrag, bedriftsbesøk og speed date. Slik skaper vi arenaer der partnerne kan lære av hverandre og samarbeide tett. På nettverksarenaene skjer innovasjon, utvikling og relasjoner skapes og blir tettere.

Dette fører til at nye prosjekter og initiativ blir til og nye forretningsområder springer frem, som bl.a arrangementsturisme. Dette hjelper reiselivsnæringen med å få flere gjester utenfor sommersesongen for dermed å sikre flere helårsarbeidsplasser innenfor reiselivet.

Kontaktopplysninger

Funksjon	Navn	Adresse/poststed	Mobil
Søker / Prosjekteier	Visit Sørlandet AS Org.nr:993995282 hege@visitorsorlandet.com	26 VESTRE STRANDGATE 4610 KRISTIANSAND S	41520448
Kontakt- person	Hege Julianne Nevestad hege@visitorsorlandet.com	26 VESTRE STRANDGATE 4610 KRISTIANSAND S	41520448
Prosjekt- leder	Elisabeth Høibo elisabeth@visitorsorlandet.com	26 VESTRE STRANDGATE 4610 KRISTIANSAND S	98423800

Mottatt offentlig støtte tidligere: Ja

Prosjektsstøtte for "Utvikling av Kristiansand som opplevelsesby", kr. 700.000. (Visit Kristiansand).

Prosjektsstøtte fra Regionalt Næringsfond for Kristiansand, Vennesla og Lindesnes for Visit Sørlandet Convention Bureau, MICE segmentet på kroner 700.000.

Prosjektsstøtte fra fylkeskommunen til kystkultur 500.000

Landsdelsmarkedsføring for Agder fylkeskommune kr 2.500.000

Støtte fra innovasjon Norge Bærekraftig reisemål for Kristiansand og Arendal totalt for 2023: 571 500kr

Støtte fra Innovasjon Norge - Bærekraftig reisemål Grimstad: 725 000kr

Innovasjon Norge: kompetanseheving - kursrekke: 485 000.

Spesifikasjon

Bakgrunn

Visit Sørlandet AS ble etablert i 2009 og har i dag to ulike forretningsområder. Selskapet er både et landsdelselskap med ansvar for markedsføring av Agder som reisemål og en næringsklynge med ansvar for å utvikle partnerne i klyngen (Visit Sørlandet utvikling). Forretningsområdene henger nøye sammen og er gjensidig avhengige av hverandre. Denne søknaden er knyttet til utviklingstiltak og for bedriftene i klyngen. Partnerne i klyngen representerer virksomheter fra ulike deler av reiselivsnæringen (opplevelser inkludert kultur, overnatting, servering, transport og formidling).

Visit Sørlandet bidrar også til generell utvikling av Agder i et besøkersperspektiv, både gjennom lokale reisemålsutviklingsprosesser samt påvirkningsarbeid knyttet til bl.a. regional infrastruktur. I tillegg har selskapet en rolle som destinasjonsselskap for Kristiansand (Visit Kristiansand), et arbeid som reguleres i en egen avtale (oppdragsbrev) med kommunen.

Selskapet eies av Agder fylkeskommune (53,4%, kommunene (22%) og reiselivsnæringen (24,6%).

Selskapet har 8 ansatte. Daglig leder er Hege J. Nevestad og styrets leder er Øyvind Eikaas i Dyreparken overnatting. Selskapet har ansatt en dedikert medarbeider som har ansvar for å følge opp aktiviteter og partnerne i Visit Sørlandet utvikling; Elisabeth Høibo.

Selskapets hovedmål på tvers av forretningsområder og roller er:

1. Skape reiselyst til hele Agder gjennom merkevaren Visit Sørlandet
2. Øke lokal verdiskaping
3. Bedre lønnsomheten i næringen i hele Agder hele året
4. Være en landsdel som arbeider etter prinsippene i merkeordningen Bærekraftig reisemål
5. Skape et attraktivt reiselivsnettverk på Sørlandet
6. Være en støtte og et talerør for reiselivsnæringen i Agder og en brobygger mellom offentlig sektor og næringslivet.

I 2022 bidro reiselivsnæringene for ca. 5 milliarder kroner i verdiskaping i Agder. Verdiskapingen bidrar til å skape ca. 4200 arbeidsplasser i Agder, noe som genererer ca. 350 millioner kroner i skatteinntekter. Tallene er hentet fra Innovasjon Norge sin verdiskapingsanalyse som ble lagt fram høsten 2023 og ringvirkningsanalysen fra 2019.

Klyngearbeidet i Visit Sørlandet skal bidra til at næringen i Agder skal være ledende i utviklingen av bærekraftige og lønnsomme opplevelser hele året. Selskapet utforsker blant annet hvilke verktøy som kan brukes for å styrke opplevelsesutviklingen gjennom samskaping, innovasjonsprogrammer og mangfold i team, med samarbeid på tvers av ulike bransjer.

Vi er overbevist om at dersom vi sammen greier å utvikle nye opplevelser, blir Agder mer attraktive året rundt. Dette vil igjen bidra til å sikre arbeidsplasser og beholde spisskompetanse i landsdelen. En sterk og attraktiv reiselivsnæring er avgjørende for at Agder skal være et godt sted å bo og et attraktivt reisemål å besøke.

Reiselivsnæringen i Agder har etter Visit Sørlandet sin oppfatning et stort potensial også utenom sommersesongen, og det er et strategisk mål å forlenge sesongen for å utnytte regionens ressurser gjennom hele året. Visit Sørlandet setter søkelys på "Hele Agder - hele året" for å tiltrekke seg besøkende også utenom den tradisjonelle turistsesongen på sommeren. Dette henger godt sammen med den nasjonale reiselivsstrategien "Hele Norge - hele året".

Visit Sørlandet mener at det er viktig at reiselivsnæringen tilbys støtte og forankring lokalt for å sikre videre vekst. Å anerkjenne reiselivsnæringen som en betydelig næring er viktig for Agder totalt sett.

Gjennom selskapets arbeid løfter vi bedriftene i landsdelen opp og frem. Bedriftene i klyngen viser vilje til nytenkning, innovasjon, forretningsutvikling og samarbeid. Denne arbeidsmetodikken vil vi fortsette med. Vår klare målsetting er også at den samarbeidsplattformen som er utviklet skal bidra til en enda tettere og mer effektiv samarbeidsmodell for klyngen. Visit Sørlandet har bevist at klyngen greier å jobbe etter en metodikk som gir resultater på prosjekter som selskapet har gjennomført siden oppstarten i 2010.

I årene fremover bør det fortsatt være en ambisjon om å satse på reiselivsnæringen i Agder. For å ha en gjennomgående høy aktivitet og videreutvikling av nevnte næring, er det vår oppfatning at offentlige midler er helt nødvendig for å opprettholde aktivitetsnivået. Dette vil gjøre landsdelen bedre rustet og gi en mer forutsigbarhet med mindre sesongvariasjoner.

Partnerstruktur for klyngen:

Visit Sørlandet klynge har 190 partnerbedrifter pr. 20. februar 2025. Dette er en økning på 50 partnere sammenlignet med 2021. Bedriftene har god geografisk bredde i Agder med en tydelig og bred forankring i landsdelen.

Antallet har økt jevnt og trutt de siste årene, noe som begrunnes med en aktiv rekrutteringsstrategi i selskapet.

Visit Sørlandet skal fortsette å vokse og få flere partnere i hele Agder. For oss er det viktig med bred forankring og mange partnere. Dette er viktig fordi det handler om slagkraft for en reiselivsnæring som har behov for å bli anerkjent. Selskapet jobber for en positiv vekst for reiselivsnæringen i Agder. Med flere partnere i klyngen blir det desto enklere å løfte kompetansen, servicenivået og kvaliteten på produktene våre i Agder.

Selskapet har en ambisjon om vekst i klyngen, og ønsker løpende nye bedrifter inn som partnere. Vi ønsker flere bedrifter med i vårt klyngesamarbeid fordi det skaper bedre forutsetninger for den enkelte bedrift å lykkes med den digitale transformasjonen gjennom kunnskaps- og erfaringsutveksling, samarbeidsprosjekter og intern kompetanseheving.

Tverrfaglig samarbeid skaper ny innsikt og nye ideer til hva som er mulig å få til, samtidig som slike samarbeid bidrar til å utvikle nye forretningsmodeller som det er vanskelig å kopiere og slik sett styrker konkurransekraften til bedriftene. Undersøkelser viser at bedriftene opplever nytteverdi av et sterkt og positivt klyngesamarbeid hvor bedriftene som er med er motivert og dedikerte til å jobbe med egen utvikling i samhandling med andre.

Ulike gjennomførte prosjekter og et høyt aktivitetsnivå har vært avgjørende for å bygge grunnmuren for partnerskapet og klyngenettverket.

I 2023 ble en partneransvarlig ansatt for å styrke oppfølgingen av eksisterende partnere og rekruttere flere til klyngen.

Det er et tydelig behov for videre støtte og oppfølging for å styrke samarbeidet i klyngen, slik at alle partnere i Agder kan dra nytte av det. Selskapet samarbeider med næringslivet, destinasjonsselskapene, Agder fylkeskommune, kommunene, Innovasjon Norge, en rekke næringsforeninger, NHO og Virke.

Tilrettelegging for bedre samarbeid med Agders destinasjonsselskap:

Selskapets styret har besluttet at en bedrift (partner/potensiell partner) som også ønsker å være medlem hos ett av landsdelens destinasjonsselskaper, ikke skal belastes for mer enn for partnerskapet i Visit Sørlandet. Det betyr i praksis at klyngen tar ned sin inntekt slik at en del tilfaller det aktuelle destinasjonsselskapet

(Agder har 7 destinasjonsselskap med medlemsbedrifter i 2025) og bedriften betaler da totalt kun det det koster å være partner hos oss.

Et eksempel: Et hotell i Mandal betaler i dag 28 000 kr til VS og 8 500 kr til destinasjonsselskapet Visit Lindesnes. Totalbeløpet for hotellets medlemskap begge steder vil da være 28 000 kroner med følgende fordeling: 19 500 kroner til Visit Sørlandet og 8 500 kroner til Visit Lindesnes.

En slik strategi er nyttig for å skape et bedre grunnlag for regionalt samarbeid, men fordrer og at destinasjonsselskapene viser gjensidig tillit, og oppfordrer sine medlemmer til å bli partner i Visit Sørlandet.

Videre har styret besluttet å ikke øke kontingenten for våre partnere i 2025 da hele reiselivsnæringen opplever økte kostnader og en tøff dyrtid. Det betyr i realiteten en tapt inntekt på ca. 200 000 kroner for Visit Sørlandet.

Vi ønsker i fremtiden å også etablere et tettere samarbeid med næringshagene (Pågang næringshage, Lister Nyskaping, Lindesnesregionen næringshage og inkubatoren Innoventus Sør).

Prosjektmål

Klyngearbeidet i Visit Sørlandet skal bidra til at nåværende og nye partnere i Agder skal være ledende i utviklingen av bærekraftige og lønnsomme opplevelser hele året.

Selskapet har en ambisjon om vekst i klyngen, og ønsker løpende nye bedrifter inn som partnere.

Målet for arbeidet i klyngen i 2025 er særlig knyttet til følgende 3 av selskapets 6 overordnede mål nevnt under «kort beskrivelse».

1. Øke lokal verdiskaping
2. Bedre lønnsomheten i næringen i hele Agder hele året
3. Skape et attraktivt reiselivsnettverk på Sørlandet

Forankring

Arbeidet Visit Sørlandet legger ned i klyngearbeidet er godt forankret i selskapets hovedstrategi og selskapet bereder grunnen for god forankring og godt samarbeid med Agders destinasjonsselskap.

I tillegg bidrar arbeidet i klyngen til å nå målet i Regionplan Agder 2030: «å utvikle Agder til en miljømessig, sosial og økonomisk bærekraftig region i 2030». Vi vil særlig trekke frem følgende fire mål fra revidert regionplan som særlig relevant for klyngearbeidet;

- Besøksnæringen kan bidra til et mer variert næringsliv som kommer hele regionen til gode.
- Kommunesentrene har et variert arbeidsliv, tjenestetilbud og opplevelses- og kulturtilbud.
- Verdiskapingen knyttet til kystkultur, kulturarv i indre bygder og trehusbyene har økt.
- Kultur, idrett og en unik kulturarv gjør Agder til en attraktiv region, som trekker et voksende antall besøkende fra inn- og utland.

Prosjektorganisering

Daglig leder har Hege Julianne Nevestad, er hovedansvarlig for selskapets virksomhet og prosjektleder for aktiviteter knyttet til klyngen, og rapporterer til styret. Selskapet er forøvrig organisert med ansvarlige prosjektledere og medarbeidere med kompetanse knyttet til våre arbeidsområder i selskapet; klyngeaktiviteter, landsdelsutvikling og landsdelsmarkedsføring.

Prosjektgruppe for aktiviteter i klyngen: Mona Konuralp (prosjektleder marked), Frida Neverdal Olsen (innholdsprodusent), Sohail Rhanim (SOME ansvarlig), Kari Anne Røysland (web ansvarlig), Elisabeth Høibo, (partneransvarlig, prosjektleder kompetanse og utvikling), Selina-Jolin Beck (praksiselev fra Bø (internasjonal markedsføring)), Maria Barstad (Visit Sørlandet Convention Bureau).

Samarbeidspartnere

Samarbeidspartnerne listet under speiler samarbeid på tvers av forretningsområder og roller, og er altså ikke begrenset til samarbeid i klyngen.

Visit Sørlandet samarbeider med en rekke nasjonale og internasjonale fag- og kompetansemiljø. Dette er et eksempel på hvordan selskapet tenker innovativt og tverrfaglig. Vårt mantra er at innovasjon skjer på tvers og gjerne i randsonen til vår egen næring. Denne arbeidsformen ønsker vi å videreutvikle gjennom ulike prosjekter.

Selskapet samarbeider tett med fylkeskommune, både på landsdelsmarkedsføring, destinasjonsutvikling og gjennom ulike andre prosjekter.

Videre samarbeider vi tett med Innovasjon Norge både nasjonalt (Visit Norway) knyttet til markedsarbeid og regionalt (Innovasjon Norge Agder) knyttet til utvikling av partnerbedriftene.

Vi jobber også tett sammen med kommunene i Agder. De aller fleste kommunene har inngått avtaler med Visit Sørlandet om at vi drifter og utvikler deres lokale nettside rettet mot besøkende (Key Account Management avtaler/KAM).

Videre har vi et nært samarbeid med NHO reiseliv og næringsforeninger i Agder i saker som påvirker reiselivsnæringens rammevilkår.

Vi samarbeider med nærings- og fiskeridepartementet spesielt på markedsføring.

Aktiviteter

På grunn av plassmangel i forvaltningsportalen har vi lagt ved utfyllende informasjon om aktivitetene i et eget vedlegg. Se vedlegg aktiviteter 2025 for utfyllende informasjon.

Vi deler aktivitetene inn i fem hovedområder:

1. Agder hele året – bærekraftig drift
2. Stimulere til innovasjon
3. Øke nettverkseffekten for partnerne
4. Styrke samarbeid i reiselivsnæringen og klyngesamarbeid
5. Digital kundereise

1. Agder hele året – bærekraftig drift:

Sørlandet skal være en foregangsregion innen bærekraft. VS hjelper bedrifter med å utvikle lønnsomme, bærekraftige opplevelser og sertifiseringer. I 2024 ble Arendal og Kristiansand sertifisert som Bærekraftige Reisemål, og Grimstad startet prosessen. Vi deltar i styringsgruppen for Fôra Matregion Agder for å fremme lokal mat og opplevelser.

VS jobber aktivt for at flere destinasjoner i Agder blir bærekraftsertifisert. Vi ønsker at våre partnere skal være miljøsertifisert og tilbyr støtte i denne prosessen. Bærekraft og lønnsomhet må gå hånd i hånd, og vi arbeider med tiltak som synliggjør verdien av bærekraftige investeringer.

Vi gjennomfører, deltar og legger til rette for følgende nettverkssamlinger:

- Produktutviklingskurs med Høve Støtt og Pål Medhus – grunnleggende innføring i opplevelsesøkonomi, bærekraftig reiselivsutvikling og etterspørselstrender.
- Workshop for high-end markedet – utvikling av opplevelser for turister med høy betalingsvilje, i samarbeid med UpNorway og Hurtigruten.
- Deltakelse i Fôra Matregion Agder – samarbeid for å styrke lokalmatens synlighet og kvalitet.

2. Stimulere til innovasjon

VS har gjennomført en rekke innovasjonsprosjekter. Disse er hele tiden forsøkt valgt ut med basis i to målsettinger; enten skal de bidra til økt innsikt som spres på møteplassene der bedriftene i klyngen er representert, eller så skal de bidra direkte til nye opplevelser og produkt som direkte blir rullet ut i våre markeder. Et gjennomgående målekriterie har hele tiden vært høy grad av kommersialisering og direkte effekt på lønnsomheten i næringen.

Vi gjennomfører og legger til rette for følgende nettverkssamlinger:

- Camina City og KI-genererte audioguider – interaktive lydturer tilpasset destinasjonenes unike historier.
- Go To Hub – nytt bookingsystem – integrert løsning for pakketering og synlighet via visitorsorlandet.com.
- Workshop for high-end markedet – skreddersydde tiltak for å tiltrekke turister med høyt forbruk.
- Pakketering for cruiseturister – bedre tilbud for cruisepassasjerer og økt verdiskaping i regionen.
- Kunst- og kulturturisme – stimulering av nye segmenter gjennom Kunstsilo, Under og andre satsinger.

3. Øke nettverkseffekten for partnerne:

Vi gjennomfører og legger til rette for følgende nettverkssamlinger:

- VS tilbyr møteplasser for faglig og sosial utvikling, med fokus på samarbeid på tvers av bransjer og kommuner.

- Vinterkonferansen 2025 på Hovden – største arena for nettverksbygging og kompetanseheving.
- Digital fredagskaffe – månedlige oppdateringsmøter om nyheter, kampanjer og bransjesaker.
- Frokostmøter – uformelle møteplasser med aktuelle temaer og foredragsholdere.
- Finansieringsmuligheter – bistand med søknader om tilskudd og investeringer.
- Sikkerhetskurs med AnglerPilot – ekspertise innen risikohåndtering for reiselivsbedrifter.
- Kunstig intelligens i reiselivet – praktisk bruk av KI for markedsføring og drift.
- Skjenkekontroll – gjennomgang av alkoholreklameregler i samarbeid med Kristiansand kommune.

4. Styrke samarbeid i reiselivsnæringen og klyngesamarbeid:

Målet er å samle reiselivsnæringen i Agder for bedre koordinering og synlighet.

Vi gjennomfører og legger til rette for følgende nettverkssamlinger:

- Digitale månedlige møter – for erfaringsdeling og strategisk samkjøring.
- Bransjetreff i regionene – møteplasser for samarbeid og erfaringsutveksling.
- Hovedpartnertreff – fire årlige møter hvor partnere påvirker agenda og satsinger.
- Bedriftsbesøk hos hovedpartnere – læring fra bedrifter som Dyreparken, Kunstsilo, Natur Norge, Reinhartsen og Flekkefjordbanen.
- Sommeravslutning, Vinterkickoff Hovden, Sommerkickoff Kristiansand og Julebord – sosiale arrangementer for nettverksbygging.
- Samarbeid med destinasjonsselskaper – for å unngå dobbeltkontingenter og styrke felles markedsføring.

5. Digital kundereise:

Følgende tiltak jobber vi med for å utvikle klyngen:

- Digital utvikling er avgjørende for reiselivets konkurransekraft.
- Ny webside – lansert i 2023, med mål om 5 millioner besøk i 2025.
- Workshop i pakketering – støtte til bedrifter for optimal bruk av digitale bookingløsninger.
- Go To Hub – ny bookingløsning hvor gjester selv kan skreddersy reiser.
- Digital kartlegging av partnere – vurdering av synlighet på nett og konkrete forbedringsforslag.
- Bransjekanalene på visitorslandet.com – oppdatert innhold, markedsføringsinnsikt og bransjerelatert informasjon.
- "Bli god på nett"-kurs – i samarbeid med Innovasjon Norge for økt digital kompetanse.

Gjennom disse tiltakene jobber VS for å styrke Agders reiselivsnæring, øke lønnsomheten for våre partnere og sikre en bærekraftig og attraktiv reiselivsregion.

Målgrupper

Primærmålgruppen for arbeidet i klyngen er 1) eksisterende partnerbedrifter og 2) mulige nye partnerbedrifter.

Resultat

Når vi de tre prosjektmålene er sannsynligheten stor for at vi får gode resultater av vår satsing. For å måle resultater har vi utarbeidet følgende måltall som konkret vil vise om vi lykkes i vårt arbeid. Når næringen lykkes, lykkes vi.

Under finner dere de totale måltallene for næringen i Agder.

Målet for klyngen er at klyngen skal ligge over snittet i Agder der det er mulig å måle.

Dette måles gjennom en undersøkelse som vi sender ut til våre partnere i klyngen.

Her kan vi måle punkt: 1, 2, 3, 4, 5 og 7 via undersøkelsen. Undersøkelsen sendes ut på slutten av året/starten av det nye året.

1. Øke oppholdstiden fra 2,3 døgn til 2,6 døgn innen 2026 (2,3 døgn for 2022)
2. Øke antall gjestedøgn med 10% innen 2026 (eventuelt fra 2,19 millioner (2022) til 2,5 millioner)
3. Øke antall internasjonale overnattingsgjester
4. Øke antall internasjonale gjester som kjøper en opplevelse (primært cruisegjester)
5. Øke antall gjestedøgn fra oktober til april
6. Øke verdiskapingen i Agder fra 3,6 milliarder kroner i 2019, 4,45 milliarder kroner i 2022 til 5,78 milliarder kroner i 2027 som tilsvarer en 30% økning fra 2022. (24% økning fra 2019 til 2022)
7. Gjennomsnittlig tilfredshet hos norske og internasjonale reisende er 8,9 eller mer (Turistundersøkelsen og omdømmeundersøkelsen).
8. Anbefalingsvillighet og NPS (net promotor score) hos norske gjester er 83 eller mer, hos internasjonale er 70 eller mer. (Turistundersøkelsen)
9. 50% av destinasjonene i Agder skal sertifiseres med "Bærekraftige reisemål" innen 2027.

Kristiansand skal være topp 5 å besøke på helgetur (turistundersøkelsen)

Effekter

Når klyngen oppnår positive resultater vil det resultere i en mer bærekraftig reiselivsnæring, flere helårs arbeidsplasser og økt lokal verdiskaping.

Tids- og kostnadsplan

Tidsplan

Tidsplan over planlagte og gjennomførte aktiviteter som skaper merverdi for bedriftene:

Første halvår 2025

Workshop pakketering

Workshop internasjonalt high end marked

Vinterkonferansen 2025 Hovden

Bransjetreff

Digital fredagskaffe

Hovedpartnertreff

Sommer kickoff Kristiansand

Sommeravslutning

Produktutviklingskurs med Høve Støtt og Pål Medhus

Bli synlig på nett

Bedriftsbesøk (Dyreparken, Kunstsilo, Aquarama, Flekkefjordbanen, Vest-Agder museet)

Frokostmøter

Kan forskning løfte innovasjonsevnen i reiselivsnæringen på Sørlandet?

Sikkerhetskurs med Ryan Rodney Marchese – kjent som "AnglerPilot"

Kunstig intelligens

Skjenkekontrollen

Siste halvår 2025

Bransjetreff

Digital fredagskaffe

Hovedpartnertreff

Vinterkick off Hovden

Julebord for partnere i Kristiansand

Bedriftsbesøk (Natur Norge, Reinhartsen)

Frokostmøter (tema ikke klart enda)

Kostnadsplan

Tittel	2025	2026	2027	2028	2029	SUM
Andre kostnader	50 000					50 000
Honorarer	1 500 000					1 500 000
Inventar/utstyr	150 000					150 000
Konferanser	300 000					300 000
Kontigenter	100 000					100 000
Kontorkostnader	350 000					350 000
Kurs og samhandling	20 000					20 000
Leiekostnader - bygg og drift	350 000					350 000
Lønn	2 730 000					2 730 000
Reisekostnader	350 000					350 000
Salg og markedsføringskostnader	700 000					700 000
Web lises og utvikling	700 000					700 000
Sum kostnad	7 300 000					7 300 000

Finansieringsplan

Tittel	2025	2026	2027	2028	2029	SUM
Agder fylkeskommune	2 500 000					2 500 000
Billettinntekter	175 000					175 000
Bærekraftig reisemål Grimstad	725 000					725 000
Div prosjekter utvikling	1 000 000					1 000 000
KAM avtaler	1 400 000					1 400 000
Kursrekke kompetanseheving IN	500 000					500 000
Partnerinntekt	1 000 000					1 000 000
Sum finansiering	7 300 000					7 300 000

Geografi

4200-Agder

Vedleggsliste

Dokumentnavn	Filstørrelse	Dato
Aktiviteter til Klyngesøknad 2025.docx.pdf	231 188	- 18.03.2025 -