

1. OM PROSJEKTET

En arena for samarbeid

Hovedmålsetningen til handlingsprogram for sentrum (HPS) er å skape en arena hvor næringslivet og det offentlige samarbeider om byutvikling, med mål om å identifisere og gjennomføre minimum 2-3 tiltak hvert år i prosjektperioden. Tiltakene man kommer frem til i prosjektet skal bidra til å styrke de 3 B`ene Bo – Bedrift – Besøk som man finner i flere kommunale planer.

Initiativtaker til prosjektet er Tønsberg Sentrumsutvikling AS (TBGS) som jobber nettopp med å skape byliv i Tønsberg, en oppgave de har stått for og gjort godt i flere år. En nøkkelfaktor for å utvikle et enda bedre Tønsberg sentrum er et mer forpliktende, tettere og bredere samarbeid mellom kommune, næringsliv, frivillighet og TBGS. Handlingsprogram for sentrum (HPS) skal bidra til nettopp det ved at næringslivet og kommunen skal jobbe sammen om utviklingen.

Fokus på fysiske tiltak i byrommene

HPS skal fokusere på byrommene og på fysiske tiltak for å heve kvaliteten, opplevelsesverdien og bruksområdene til byens parker, plasser og gater. Tiltakene skal være håndfaste og synlige, og gjerne ha flere funksjoner. De kan være midlertidige eller permanente. Det er allerede igangsatt mange aktiviteter som sørger for gode opplevelser for innbyggere og besøkende i form av arrangementer gjennom hele året for ulike aldersgrupper. Tønsberg har de senere årene tatt en unik posisjon i regionen med tanke på kulturelle opplevelser, både betalte og gratis arrangementer.

HPS skal være et prosjekt med stort fokus på gjennomføring av tiltak og bygger opp om mål i gjeldende kommunale og regionale planer, og det er også gjort en nåtidsanalyse over alle pågående prosjekter slik at vi jobber hensiktsmessig med å bygge opp om tiltak og prosjekter som allerede er på gang.

Prosjektet baseres på eksisterende mål og planer

HPS ønsker å bidra til å nå bærekraftmålene fra FN, og vil spesielt legge vekt på:

- bærekraftmål nr. 3 om helse gjennom å sikre god helse og fremme livskvalitet for alle, uansett alder.
- bærekraftmål nr. 9 om innovasjon og infrastruktur gjennom å bygge solid infrastruktur, fremme inkluderende og bærekraftig industrialisering og bidra til innovasjon.



- bærekraftmål nr. 11 om bærekraftige byer og samfunn blant annet gjennom å gjøre byer og bosettinger inkluderende, trygge, motstandsdyktige og bærekraftige.
- bærekraftmål nr. 12 om ansvarlig forbruk og produksjon gjennom blant annet å sikre bærekraftig forbruks- og produksjonsmønstre.
- bærekraftmål nr. 17 om at man må samarbeide for å nå målene gjennom å styrke gjennomføringsmidler og inngå partnerskap.

Prosjektets målsetninger er også godt forankret i følgende regionale og kommunale planer:

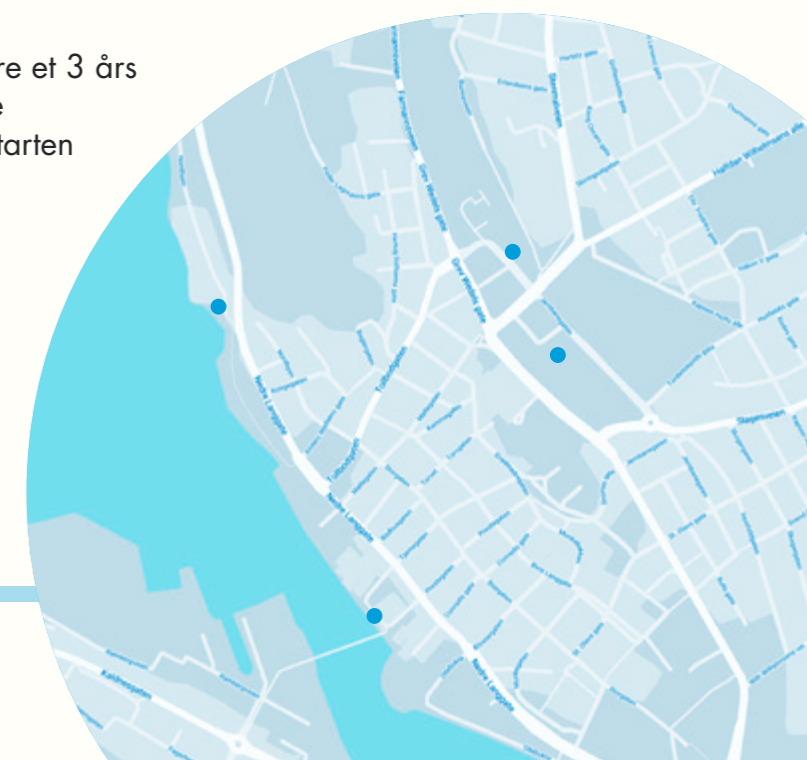
- Regional plan for bærekraftig arealpolitikk (under revisjon, forventes vedtatt i juni)
- Regional plan for folkehelse
- Kommuneplanens samfunnsdel 2018-2030 – som inneholder målsetninger for alle sektorene i kommunen herunder næring, areal og samferdsel, miljø og beredskap, kultur, idrett og folkehelse.
- Kommunedelplanen for sentrum – Byplanen 2018-2030. Byplanen legger ramme for arealbruk og utvikling i Tønsberg by. Planen har til hensikt å styrke sentrum som bo- og oppvekstmiljø, nærings- handels- og kultursentrum.
- Byromsstrategien, Byliv for alle. En gjennomføringsplan av 15 parker og plasser i Tønsberg sentrum.
- 10 prinsipper for helsfremmende stedsutvikling (kommunal strategi, utarbeidet av CITITEK)

Geografisk avgrensning

Prosjektet avgrenses til å gjelde området definert som sentrum per 2019: Jernbanen - Brygga, Nordbyen, Farmandstredet. Dette kan endre seg da det er store utviklingsområder på Korten, Stensarmen og Kaldnes som vil påvirke sentrum. Dette må prosjektgruppen ha et forhold til underveis.

Prosjektets varighet

Prosjektet avgrenses i første omgang til å være et 3 års prosjekt fra 2019-2021. Men, dersom denne samarbeidsformen fungerer kan dette være starten på noe mer permanent.



2. PROSESS

Samarbeid

En av hovedfaktorene for å lykkes med gjennomføring av tiltakene er offentlig/privat samarbeid både i form av økonomi og at vi jobber i felleskap med å velge ut tiltak og sørge for å få gjennomført tiltakene. Det er derfor etablert prosjekt- og styringsgruppe på tvers av disse sektorene som er ansvarlige for igangsetting av tiltak som vedtas i denne planen.

Medvirkning

Det er satt som en forutsetning for prosjektet at vi skal jobbe bredt, og vi skal innhente synspunkter fra Tønsbergs befolkning til HPS. Medvirkning fra tønbergenserne vil skje på tiltaksnivå i de større langsiktige tiltakene som velges ut. Det er allerede utført et medvirkningsopplegg som en første kartlegging av hva ungdommene som holder til rundt VKT ønsker seg, knytte til tiltak satt opp for 2020 om å få til en trygg og attraktiv møteplass for ungdom utendørs. Videre vil det i tilknytning til Bylivskonferansen som foregår her i Tønsberg i september 2019 arrangeres et større medvirkningsarrangement for å få innspill til tiltak om urban mobilitet.

Hvordan kommer vi frem til tiltakene?

Det er utarbeidet kriterier som tiltakene vil bli vurdert opp imot. Tiltakene må ha treff på minst 3 av kriteriene, der gjennomførbarhet veier tungt og at det er en fordeling av kortsiktige og langsiktige tiltak, geografisk spredning i sentrum, samt noe for alle aldersgrupper vektlegges. Les mer om kriteriene i handlingsprogrammets kapittel 5. Basert på gjennomføring av nåtidsanalyse og workshop med en tverrfaglig kompetansegruppe, har prosjektgruppen fremmet et forslag for styringsgruppa som igjen innstiller på tiltak for politikerne.

3. SITUASJONSBILDET

Lokalt

Det har skjedd mye i Tønsberg de siste årene, og Tønsberg er blant byene i Norge som vokser mest, blant de som har høyest jobbdekning (Kilde: NHOs kommune NM), blir best likt av egne innbyggere (Kilde: Borger undersøkelsen 2018, Sentio) og scorer høyt i omdømmeundersøkelser (Kilde: Opinions omdømmemåling september 2018).

Samtidig vokser befolkningen i Tønsberg sentrum raskere enn i resten av kommunen, og heisekranene ruver over byen, i full sving med å skape rom for flere. I sentrum (10-minuttersbyen) er det en gjennomsnittlig befolkningsvekst på 3% de siste 9 årene (Kilde: Byregnskapet, Vestfold Fylkeskommune), mot 1,5% i kommunen forøvrig.

Men, som i andre byer merker Tønsberg utfordringene i tiden. Den tradisjonelle handelen svekkes, samtidig som fortetting og transformasjon er satt på dagsorden for en mer bærekraftig samfunnsutvikling. Derfor kan vi ikke ligge på latsiden.

Her er noen utfordringer vi står ovenfor i arbeidet med å gjøre sentrum mer attraktivt:

- Utdaterte lokaler
- Flere arbeidsplasser
- Byrom og gater trenger oppgradering
- Infrastrukturelle endringer
- Transformasjon av varehandel
- Tøffere konkurranse mellom byene
- Nye bydeler dukker opp
- Behov for å skape arenaer som bidrar til livsmestring

NASJONALE OG GLOBALE TRENDER

Marit E. Jensen (fra People & Places) har utarbeidet en oversikt over megatrender for HPS som brukes som bakgrunnsinformasjon for å vurdere tiltak for Tønsberg sentrum. Dette er store og viktige samfunnstrekk som danner grunnlag for kriteriene man velger tiltakene på.

Følgende globale megatrender vil være sentrale de neste årene:

MEGATREND

BÆREKRAFTIGE LIV

En av de viktigste driverne for dagens urbane og sosiale utvikling. Det innebærer å tenke nytt, både når det gjelder økonomiske forretningsmodeller til forbruket vårt og hvordan vi tenker eierskap. Flerbruk, sameie og deling er viktigere og mer bærekraftig enn eksklusiv eiendomsrett. Bærekraft er også en sterk driver for verdiene som danner grunnlaget for nye konsumentmønstre, kjøpsmønstre og livsstilsvalg. Det innebærer blant annet økt etterspørsel etter miljøvennlige produkter og løsninger. Et lokalt bærekraftfokus er også en utvikling av dette, med etterspørsel etter kortreist mat, urbant landbruk og kra til etiske verdikjeder, sosial involvering og inkludering. Natur og grønne innslag blir en stadig viktigere dimensjon i det urbane livet.

Ny forbrukeratferd:

Forbrukerne/ byboerne endrer atferd til å ønske kvalitet, bevissthet, «back to basic» - vi vil ha det som er ekte, autentisk og nære.

Nye konsepter:

Lokale eksempler:

- Teietoppen byttesirkel m.fl. på Facebook
- REKO-ringen på Facebook (lokal mat)
- Urbant landbruk/spiselige planter på Farmandstorget
- Zero Waste – butikk i sentrum som skal bidra til å bekjempe plastemballasje og du må derfor ha med deg noe å ha varene du kjøper i.

Nasjonale eksempler:

- Urban feed www.urbanfeed.no
- Gruten www.gruten.no
- Jossa www.resaurantcredo.no/jossa
- Tåsen microgreens www.tasenmicrogreens.no
- Lilleby hagelag www.nyelilleby.no

LEVENDE OG PRODUKTIV BY

Morgendagens urbane menneske er en «global citizen» som er vant til å være noen få klikk unna det meste. Folk er tiltrukket av levende, urbane miljøer, slik at nabolaget og de lokale aktivitetene som finnes der blir viktigere enn før, og for mange vil det være avgjørende for hvor man velger å bo og arbeide.

Ønsket om sanselige opplevelser er en motreaksjon til den virtuelle verden som i større og større grad fyller livene våre. Restaurantgjester ønsker å se hvordan maten tilberedes og de søker mer sosiale settinger rundt måltidene sine. Og vi kan trekke det videre i en økt interesse for historie, tradisjon og håndverk. Vi søker det genuine og det ekte både når det gjelder mat, drikke, klær og interiør.

Vi ønsker oss en levende og produktiv by.

En produktiv by lager aktivitet, liv, kreativitet og skapertrang. Den legger også grunnlaget for en sosialt integrert by

Ny forbrukeratferd

- Motreaksjon til den digitale hverdagen
- Sanselige opplevelser
- Læring og opplevelse
- Fokus på integrering i byutviklingen

Nye konsepter

Lokale eksempler:

- Restebord på Torvet (Skjærgårdsmat arrangerer sammen med Kirkens Bymisjon i august)
- Plassen, åpner i mai. Lokal kunst/håndverk, cafe, utleie lokale og kontor for kreative bedrifter i ett og samme lokale.

Nasjonale eksempler:

- Just Fashion <https://www.justfashion.no/>
- Ett Bord, www.ettbord.no
- Sandwich Brothers <https://www.sandwichbrothers.no/>

ALDERSDIAGNOSTIKER

Den globale befolkningen blir stadig eldre. Innen 2050 vil antall mennesker over 65 år tredoble seg og nå 2 milliarder mennesker. Det er 22 % av den totale befolkningen i verden. Innen 2050 vil for første gang i verdenshistorien andelen «eldre» være større enn antall barn under 15 år.

Hvilke utfordringer og muligheter representerer dette? Hva er konsekvensene av en stadig eldre urban populasjon? Hvordan kan byene respondere på dette demografiske skiftet og levere relevante tiltak og løsninger?

Mange svar er å finne i en helhetlig byutviklingsstrategi som inkluderer denne delen av befolkningen og tillater at de kan være en produktiv del av samfunnet.

ALENEHUSHOLDNINGER

Single husholdninger – Sammen alene, compact living og third places

Økende single husholdninger er nok et urbant fenomen som preger nåtid og fremtidsperspektiv. I Oslo er hele 47% single husholdninger. I tillegg viser forskning at stadig flere unge mennesker ikke ønsker en livspartner. De forblir single eller i en serie av kortere forhold eller mer løst definerte relasjoner.

Globalt er det forventet at de single husholdningene vil øke mer enn andre typer husholdninger og familiestrukturer, og den eldre generasjonen, Baby Boomers, vil utgjøre en stor del av dette. Denne generasjonen er kjent for skyhøye skilsmissestatistikker, og på et tidspunkt foretrekker man å leve alene. Dette har trolig også preget yngre generasjoner som er mer åpne for helt andre typer bosituasjoner og familiestrukturer.

De er i ferd med å skape en ny trend som vi vare i flere generasjoner. Tidligere var det å leve alene forbundet med sosialt stigma. Slik er det ikke lenger om mange verdsetter en uavhengig livsstil høyere enn tosomhet eller tradisjonelt familieliv.

Vi er i ferd med å se en generasjon som lever i en form for «kollektiv ensomhet». De er sosiale og aktive og bruker byen på en ny måte, som møteplass og sosial arena. De etablerer store private og profesjonelle nettverk, men foretrekker å leve alene.

De fleste som omfavner denne livsstilen foretrekker også å bo i byer. Men de møter høye bokostnader som resulterer i at man bor i mindre og kompakte leiligheter. «Small space life» er en trend som er på fremvekst i boligmarkedet ved siden av «co-living». Dette innebærer et økt behov for nye møteplasser og «third places» som cafeer, bibliotek, parker osv.

Forbrukeradferd

- Aldersagnostikere, vi setter ikke lenger oss selv i bås basert på alder
- Aktiv livsstil og god helse
- Dreier forbruket fra å kjøpe ting til å kjøpe tjenester, reiser, matopplevelser
- Kognitiv trening
- Sekundær karriere, nye utdanninger

Nye konsepter/behov

- Tilrettelagte treningssentre
- Mat, drikke og nye møteplasser – arenaer der man kan danne private og profesjonelle nettverk
- Behov for nye typer møteplasser som integrerer flere aldersgrupper
- Utdanningstilbud for seniorer
- Et alternativt arbeidsliv

NY URBAN MOBILITET

Transport av mennesker og varer utvikler seg raskt. Det er grunn til å tro at all urban mobilitet etterhvert vil bli både førerløs og elektrisk. Dette gir enorme implikasjoner for å etablere en infrastruktur for lading og oppgradering av software.

Tilgang er også en sterkt driver for mobilitet. Man trenger ikke lenger å eie en bil for å komme seg fra A til B eller transportere varer. Folk forholder seg i økende grad til «mobility as a service».

I et fremtidsperspektiv vil vi bruke en rekke nye transportformer i byene, som f.eks delingsordnigner for scootere, elsykler og sparkesykler. Digitale låser og sporingssystemer muliggjør dette.

Forbrukeradferd

- Åpenhet
- Inkludering
- Deling

Nye konsepter:

- Fjong
- Nabobil
- AirBnB

DELING, DELTAKELSE

Deltagelse og opplevelser er sterke drivere for hvordan folk ønsker å bruke tiden sin. Våre skjermbaserte liv har laget et behov for ekte og nære opplevelser, og dette vil trolig forsterkes i fremtiden.

Det har videre økt vårt fokus på det ekte, genuine og tradisjonsbundne. Vi er mer opp-tatt av historie og håndverk og sanselige opplevelser. Vi fokuserer på urbant liv med et godt utvalg av butikker og serveringskonsepter. Vi fascineres av å lære nye ting og bli eksponert for og inspirert av nye måter å bo, arbeide, handle og leve på.

Deling, og delingskonsepter tar markedsandeler fra tradisjonell retail og tjenesteyting. Dette skjer gjennom uformelle nettverk og samarbeid, deling av utstyr og ressurser og deling gjennom teknologiske plattformer. Ny teknologi og plattformer setter oss i stand til dette.

Ideer om deling og delingsøkonomi finner vi i livsstil og sosiale strukturer som airBnB, Nabobil, Fjong, men også gjennom nettverk der folk med samme interesser kommer sammen for å dele ressurser og skape verdier.

Sosiale forskjeller, flerkultur og usikkerhet gjør det nødvendig å fokusere på «brobyg-gende «møteplasser» i byutvikling. Dette er en av driverne bak den sterke veksten av mathaller i Europa.

Forbrukeradferd

- Åpenhet
- Inkludering
- Integrering
- Deling

Nasjonale/Internasjonale eksempler:

- Fjong www.fjong.no
- Nabobil www.nabobil.no
- AirBnB www.airbnb.com

OPPLEVELSER, OG SMARTE MILJØER

Vi lever i en tid med «masse-individualisering» Ingen får det samme resultatet etter et Googlesøk, ser de samme produktene på Amazon, har den samme facebookfeed, Netflix website eller Spotify-anbefalinger. Hver eneste smartphone er unik kun få minutter etter den første oppstarten. Digital teknologi har skapt et behov for, og en forventning om, å bli behandlet individuelt.

Teknologi har også skapt et nytt forhold til eierskap; driveren er tilgang, ikke eierskap.

Samtidig blir den fysiske verden rundt oss stadig mer kognitiv; den blir intelligent og kan kommunisere. Konstant dataflyt til og fra ting rundt oss gjør det mulig å skape en rekke nye tjenester innen helse, trening, mobilitet, bolig etc.

Omgivelsene våre vil i stadig større grad kommunisere gjennom lyd og bilde. Ved å bruke data og sensorteknologi blir omgivelsene våre stadig smartere og vil være istand til å tilpasse seg til preferansene våre og bli responsive/interaktive.

Forbrukeradferd

- Forventning om spesialtilpasning
- Individualisme
- Forventning om smarte roboter/AI
- Se meg, forstå meg

Nye konsepter

Nasjonale/Internasjonale eksempler:

- OnlinetoOffline O2O, enkle tjenester/overskuddskapasitet satt i system.
- Smarte »home devices» som Alexa, Google Home, Google Duplex
- Smarte/Integrerte hjem, stemmestyring
- Datafangst muliggjør mer spisset markedskommunikasjon og forståelse av kundepreferanser og footflow
- Bruk av emosjonell data gjør shopping/digital shopping enda mer intuitiv

NÅTIDSANALYSE AV PLANLAGTE PROSJEKTER OG TILTAK I TØNSBERG SENTRUM

Som en del av arbeidet med HPS er tiltak og prosjekter som allerede er under planlegging kartlagt.

Byromsstrategien (utarbeidet av Tønsberg kommune) gir føringer for fremtidig utvikling av 15 byrom i Tønsberg sentrum, som vist i kartutsnittet under. For hver av de 15 parkene/plassene er det gitt informasjon om byrommets historie, kvaliteter, dagens bruk, styrker og svakheter. På bakgrunn av denne kunnskapen er det definert en visjon og målsettinger for byrommet. Hensikten med strategien er å styrke mangfoldet i sentrum, heve kvaliteten og aktivisere byrommene i tråd med Byplanen.



Mangel på finansiering og ressurser har satt gjennomføringen på vent. Men, nå er Farmannstorget og Rådhusgaten ferdig prosjektert og arbeidene vil starte opp høsten 2019. Kinoplassen er også ferdig prosjektert, men på bakgrunn av den vedtatte gatebruksplanen og behov for større svingradius fra busser som kommer ned Møllegaten, må denne planen omarbeides.

Overvannsprosjektet (i regi av Tønsberg kommune) gjøres for å separere avløp og overvann i sentrum, blant annet for å redusere forurensing til Kanalen. Overvannet skal være åpent og brukes som et positivt element i bybildet. Gatene som omfattes vil få nytt belegg og ny beplantning mm. Først ut er Gierløw Meiersgate som igangsettes høsten 2019, deretter kommer Rådhusgata, Tjømegata, Conradis gate, Møllegata og Prestegata.

Store infrastrukturelle prosjekter som Bypakka med nye tiltak for kollektiv, gående og syklende, og ikke minst avklaring rundt plassering av ny togstasjon vil også sette sitt preg på utviklingen av Tønsberg sentrum i årene som kommer. Begge disse er foreløpig langt frem i tid, men må allikevel hensyntas når man planlegger fysiske tiltak i sentrum.

Andre store prosjekter som er på gang er oppgradering av Slottsfjellområdet med aktivitetsborg, belysning, oppgradering av veier og vandringsrute mm., ny svømmehall og underjordisk søppelsuganlegg. I tillegg er uteområdene rundt Støperiet i gang med å få et velfortjent løft.

Noen av de planlagte prosjektene er altså klare for igangsetting, mens mange av dem mangler finansiering til både planlegging og gjennomføring eller ligger av andre årsaker langt frem i tid.

HPS har kartlagt alle kjente prosjekter i offentlig regi og tidspunkt for gjennomføringen av disse der det er kjent. HPS ønsker å bygge opp om allerede planlagte tiltak og prosjekter, og bidra til å få fortlgang i noen utvalgte tiltak. HPS skal være med å styrke de planer som foreligger og sørge for at Tønsberg fremstår enda mer attraktivt.

En fullstendig oversikt over planlagte tiltak og prosjekter ligger som vedlegg til dette handlingsprogrammet.

4. HVA ER ET GODT BYROM?

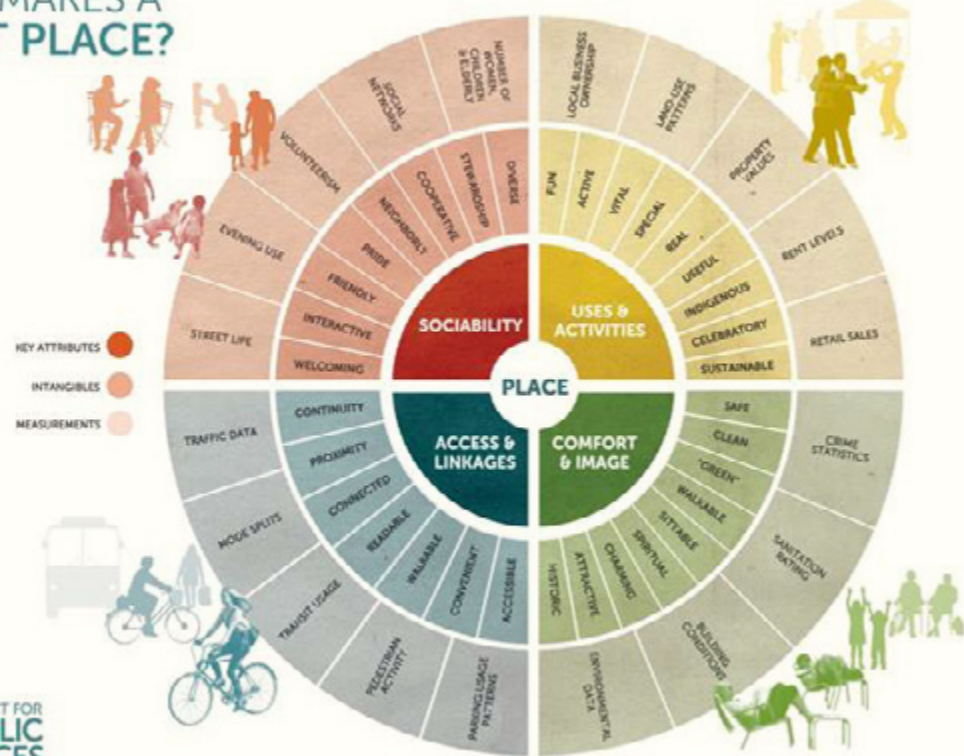
For å kunne kvalifisere tiltakene vi skal gjennomføre i HPS ønsker vi å jobbe etter en velkjent modell som er utarbeidet i New York.

For hva er suksessfaktoren til et godt byrom?

Etter å ha evaluert tusenvis av offentlige parker, plasser og byrom rundt om i verden har den New York-baserte non profit-organisasjonen «Project for Public Spaces» funnet ut at for å være en suksess må byrommet/stedet bestå av de fire følgende kvalitetene:

1. De er tilgjengelige, med naturlige atkomster og gode forbindelseslinjer til andre nær liggende byrom/steder i området. (Access & Linkages)
2. De er estetisk tiltalende, gir området identitet og det oppleves som komfortabelt og trygt å oppholde seg der. (Comfort & Image)
3. De er attraktive og folk liker å oppholde seg der gjerne for å drive med ulike aktiviteter. (Uses & Activity)
4. De er sosiale og folk liker å samles der, og man ønsker å komme tilbake om og om igjen. (Sociability)

WHAT MAKES A GREAT PLACE?



Denne modellen over hvilke kriterier som utgjør et godt byrom eller sted er utviklet av "Project for Public Spaces".

5. TILTAKENE

Tiltakenes hovedmål er å bygge opp under de tre B'ene: BO – BESØK – BEDRIFT. Styrker vi de 3 b'ene oppnår vi økt byliv gjennom målrettet byutvikling i samhandling mellom det offentlige og private.

Kriterier for utvalgelse

Tiltakene skal:

- ✓ Være gjennomførbare
- ✓ Bygge opp om Tønsbergs identitet
- ✓ Bidra til å skape byliv
- ✓ Sørge for byfornyelse – i form av oppussing av gater, plasser og torg
- ✓ Ha «WOW-faktor»
- ✓ Være trygge og inkluderende for alle
- ✓ Bidra til sosialt entreprenørskap
- ✓ Bidra til å skape gode møteplasser
- ✓ Fremme sanseopplevelse/læring
- ✓ Fremme aktiv og god folkehelse
- ✓ Fremme bærekraftig utvikling
- ✓ Bidra til gode opplevelser
- ✓ Spres på ulike målgrupper
- ✓ Spres geografisk innenfor sentrum

Slik er tiltakene valgt ut

Det ble i april 2019 arrangert en workshop med en tverrfaglig kompetansegruppe med idémyldring av mulige tiltak. Arbeidsgruppen har deretter vurdert tiltakene opp mot kriteriene overfor, der kriteriet om gjennomførbarhet veier aller tyngst. I tillegg har det vært ønskelig å sørge for en spredning av tiltakene både geografisk, men også mellom ulike målgrupper. Alle tiltakene er målt opp mot hvor godt de svarer opp hvert kriterium på en skala fra 1 til 5, der 1 er i liten grad og 5 er i stor grad.

Vurderingskjemaene for vurdering av de valgte tiltakene ligger ved handlingsprogrammet.

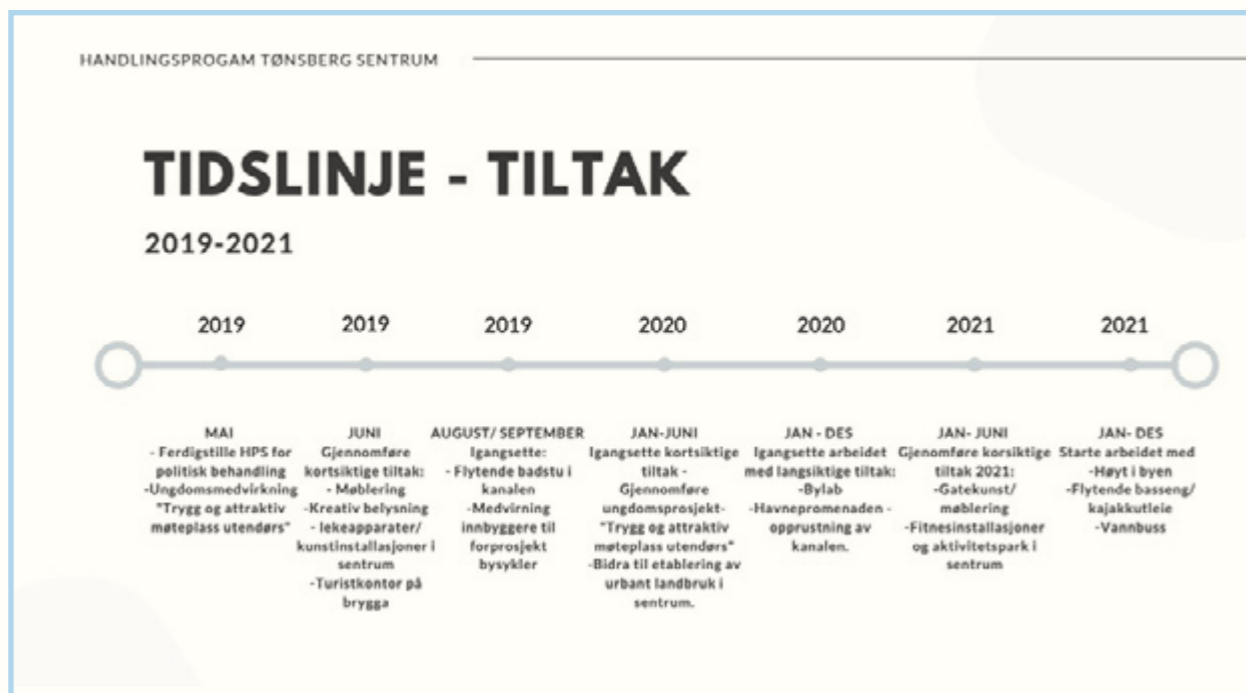
Definisjon av kortsiktige og langsiktige tiltak.

Kortsiktige tiltak er tiltak som settes i gang inneværende år og gjennomføres det året det er planlagt. Tiltaket finansieres i sin helhet av HPS eller at HPS er en bidragsyter inn for å støtte finansiere tiltaket som skal gjennomføres inneværende år.

Langsiktige tiltak er tiltak som settes i året det står oppført, men kan ta flere år å gjennomføre da det både kan være behov for ekstern finansiering og andre ytre faktorer som gjør at HPS ikke alene kan være ansvarlig for gjennomføring.

Fargevalg på møbler og andre tiltak i sentrum

I Tønsberg sentrum bør vi ha et bevisst forhold til fargebruk, og prosjektet henter derfor sine farger fra nye Tønsberg kommunes fargeprofil. Fargeprofilen er ikke helt ferdigstilt når dette handlingsprogrammet går i trykken, men den er like rundt hjørnet. Det er viktig å velge noen farger herfra som både kan «sette farge på byen» og samtidig står godt mot de fleste tradisjonelle fargene på bebyggelsen i sentrum.

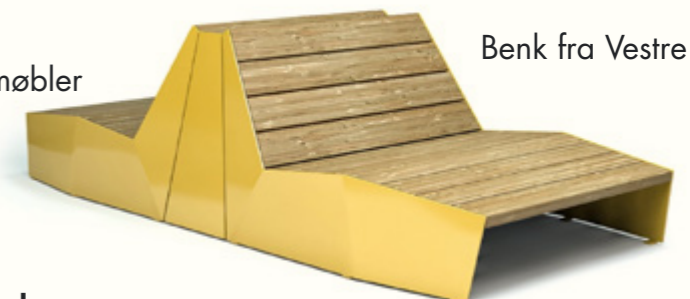


FØLGENDE TILTAK ER VALGT UT INNENFOR PROSJEKT-PERIODEN FRA 2019- 2021:

2019

Kortsiktige:

Flyttbare, flerfunksjonelle og fargerike bymøbler på torget og ved turistkontor på brygga



Benk fra Vestre



Lyshimmel

Skape ulike identiteter i ulike gater. Denne lyshimmelen ønsker vi å sette opp i Øvre Langgatte. Vil fungere som en helårs attraksjon.



Lekeinstallasjon / spill / aktivitet

Sette ut installasjoner som kan fungere både til lek og som kunst. Dette skal bidra til å være et trekkplaster og en attraksjon for barnefamilier.



Turistkontor på brygga.

Et midlertidig glasshus på brygga med live-studio for å formidle Tønsberglivet i sommer samt være åpent for publikum og være bemannet som et turistkontor.



Foto: Marinbadstun

Badstuflåte i havna

Bidra til og fasilitere plassering av Badstuflåte sentralt i kanalen aug/september 2019.

Langsiktige:

- **Ny urban mobilitet – transportmidler i sentrum**
Tønsberg er en by som er kompakt, men allikevel har avstander mellom viktig målpunkter som for eksempel sykehuset og Kaldnes, svømmehallen og Messeområdet, Statens park og Jernbanestasjonen. Derfor vil vi utrede og finne løsninger for bilfrie transportløsninger for korte turer internt i byen. Er byen moden for en bysykkelordning? Eller kan sparkesykler være løsningen? Og hva med å oppleves på veien for å gjøre gåturen mer interessant?

FOR PERIODE 2020 OG 2021 FORESLÅS FØLGENDE TILTAK

med forbehold om endringer i 3-årsperioden.

2020

Kortsiktige:

- **Trygg og attraktiv møteplass for ungdom utendørs**
Utrede og fasilitetere en trygg og attraktiv møteplass utendørs for ungdom i Tønsberg regionen gjennom møblering og infrastruktur som appellerer til målgruppen.
- **Urbant landbruk i sentrum**
Bidra til etablering av urbant landbruk med en lokal avdeling av Geitmyra lokalt i Tønsberg sentrum. Et fysisk sted for å fremme kunnskap og kjennskap til lokal mat produksjon og verdiskapning for skoler og familier.

Lansiktige:

- **Byledelse / Bylab / Bykub**
Utrede og etablere et bykontor som jobber med tiltak og samarbeid på tvers på et fast sted sentralt i byen. Et sted å drive medvirking fra, et sted for samarbeid, et sted for kunnskapsdeling og et sted å vise frem alt det bra som skjer i Tønsberg og videre utvikling.
- **Opprustning langs Kanalen / havnepromenaden**
Igangsette et forprosjekt for å utrede muligheten for å lage en løpe/gang/sykkelbane langs kanalen som binder Ørsnes og Ilene sammen.

2021

Kortsiktige:

- **Gatekunst/møblering**
Flyttbare, flerfunksjonelle og fargerike bymøbler på utvalgte byrom. Gatekunst ved bruk av lys på bygninger eller underlaget.
- **Fitnessinstallasjoner og aktivitetsområde/løpebane utendørs**
Lage et aktivt område hvor man kan møtes og trene i bybildet. Bidrar til folkehelse. Eksempelvis kan dette knyttes til forprosjektet gjennomført og startet i 2020 ved rørende havnepromenaden og kan også tenkes løst sammen med eller knyttes til det langsiktige prosjektet som startes i 2021 om bybad/utleie av f.eks kajaker mm.

Lansiktige:

- **Høyt i byen**
Jobbe for å etablere et utendørs klatreanlegg ala høyt under taket i sentrum som vil skape en helt ny attraksjon for aktivitet og opplevelse.
- **Flytende basseng**
Jobbe for å etablere et sted der folk kan bade i byen (som for eksempel et bybad/flytende basseng) og gjennom det aktivere havneområdet for eksempel ved den nye bystranden på Kaldnessiden.
- **Vannbuss – ny urban mobilitet**
Utrede muligheten for å få på plass en bybåt ala byfergen i Fredrikstad som et ledd i transportkjeden og reiseveien for folk til/fra jobb eller som en reisevei generelt.

6. KOSTNADSBILDE

Finansiering

Arbeidet med å lage en handlingsplan for Tønsberg anslås til å være en prosess over 3 år. Både finansieringsmodell og samarbeidsmodell er et privat/offentlig samarbeid der finansieringen deles på 3:

- OFFENTLIG STØTTEMIDLER
- EIENDOMSUTVIKLERE
- TØNSBERG HANDELSSTANDSFORENING/TØNSBERG SENTRUMSUTVIKLING

De offentlige midlene som benyttes til dette prosjektet fra Tønsberg kommune er investeringsmidler som allerede er satt av til gjennomføring av eksempelvis Byromsstrategi, lekeplasser mm. Gjennom å bidra inn i HPS-samarbeidet får kommunen mer ut av disse midlene enn om kommunen skulle stått alene. Det anses nå som viktig å vise befolkningen og omverdenen at det nå skjer en positiv utvikling i Tønsberg med synlige tiltak i bybildet. Prosjektet har fokus på fysiske tiltak som bygger godt opp om gjeldende kommunale planer/strategier og visjoner som **Bo-Besøk-Bedrift**, så vel som målsetninger innen folkehelse og klimatiltak/grønn mobilitet.

Målsetning og status finansiering

HPS har per 2019 hentet inn 2 750 000 av totalt 3 000 000 som er målsetningen i 2019. Av 2 750 000 er 1 250 000 offentlig støttemidler og resterende er hentet inn fra Næringslivet i Tønsberg. Av disse er kr 300 000 øremerkede midler som skal gå til forprosjekt og utredning av bysykler.

Av den totale målsetningen på 9 millioner kroner over 3 år, er 7,5 millioner hentet inn såfremt Tønsberg kommune også i 2020 og 2021 benytter avsatte investeringsmidler fra eksempelvis byromsstrategien.

Overordnet målsetning er at 20% av finansieringen skal brukes på å utarbeide det skriftlige programmet og resterende 80% av finansieringen går til gjennomføring av tiltakene som beskrevet i HPS. Tiltakene skaleres i henhold til årlig finansiering.

BUDSJETT HPS 2019

INNTEKTER

| | |
|-------------------------------|-----------------|
| Offentlig finansiering | kr 1 250 000,00 |
| Finansiering fra næringslivet | kr 1 500 000,00 |

| | |
|----------------------|------------------------|
| SUM INNTEKTER | kr 2 750 000,00 |
|----------------------|------------------------|

KOSTNADER

| | |
|---|----------------|
| Lyshimmel | -kr 200 000,00 |
| Forprosjekt bysykler | -kr 500 000,00 |
| Møblering | -kr 500 000,00 |
| Flytende badstue prosjekt | -kr 150 000,00 |
| Glasshus/turistkontor sommersesong 2019 | -kr 150 000,00 |
| Lekeapparater | -kr 250 000,00 |
| Medvirkning og møtekostnader | -kr 150 000,00 |
| Prosjekt og adm kostnader | -kr 700 000,00 |
| Til ad hoc prosjekter | -kr 150 000,00 |

| | |
|--|-------------------------|
| | -kr 2 750 000,00 |
|--|-------------------------|

| | |
|-----------------|---------------|
| RESULTAT | kr 0,- |
|-----------------|---------------|

Detaljert budsjett utarbeides per år når tiltakene i HPS er vedtatt.

SAMARBEIDSPARTNERE



Eiendom og stedsutvikling



TØNSBERG
KOMMUNE

