

Tilrettelegging for bynært friluftsliv og grønne områder som virkemiddel i markedsføring og omdømmebygging i byer

Planning and organizing for urban outdoor recreation and green spaces as a tool in marketing and reputation management in cities

Emilie Agnæss

UNIVERSITETET FOR MILJØ- OG BIOVITENSKAP
Institutt for Landskapsplanlegging
Masteroppgave 30 stp. 2013



*Tilrettelegging for bynært friluftsliv og grønne områder
som virkemiddel i markedsføring og omdømmebygging i
byer*

*Planning and organizing for urban outdoor recreation and
green spaces as a tool in marketing and management
reputation in cities*

FORORD

Denne masteroppgaven markerer avslutningen på min utdannelse i landskapsarkitektur ved UMB. Oppgaven er på 30 studiepoeng.

Studiet har vært omfattende og grepet om mange ulike kunnskapsområder, men jeg har særlig funnet temaene som omhandler by- og stedsutvikling interessante. Det har derfor vært en glede å kunne skrive en oppgave som omhandler deler av disse temaene.

I oppgaven bruker jeg byen Kongsvinger som case. Jeg kommer selv fra lokalområdet, og har «alltid» kjent Kongsvinger. Det har vært veldig spennende å se på sin egen by med et nytt blikk, og å finne ut hvordan ting egentlig henger sammen. Samtidig har jeg i løpet av arbeidet med denne oppgaven blitt enda bedre kjent med stedet, og oppdaget og lært meg å sette pris på kvaliteter i denne byen.

Oppgaven er skrevet med støtte fra Miljøverndepartementet. Stipendet utdeles årlig til masteroppgaver som er interessante for departementets arbeidsfelt, og er knyttet til areal- og samfunnsplanlegging. Jeg vil benytte anledningen til å takke for støtten.

Jeg vil videre rette en stor takk til min veileder Anne-Karine Halvorsen Thorén for inspirerende og hyggelige veiledninger, gode råd, hjelp og støtte.

Jeg vil til slutt også takke:

- Kongsvinger kommune ved Hilde Nygaard, samfunnsstaben, og Dag Arnesen, innbyggerrekrutterer, for god hjelp og informasjon om Kongsvingers prosjekter.
- Gunn Løvtjernet i *Byen vår*, for å gi meg informasjon og tilgang til det siste års utgivelser av Kongsvingerguiden.
- Svein Johansen i KIL-ski for bidrag til kartarbeidet
- Gunnar Tenge for hjelp med kartgrunnlag og tålmodig GIS-bistand.
- Thomas Berget for datateknisk hjelp.
- Sist, men ikke minst, vil jeg takke min familie og mine venner for inspirasjon, glede, oppmuntring og støtte gjennom hele studietiden på Ås.

Skarnes 2013
Emilie Agnæss

SAMMENDRAG / ABSTRACT

Oppgaven tar for seg hvordan en småby som Kongsvinger kan fremheve sine kvaliteter aktivt i markedsføring for å bygge et godt omdømme og dermed tiltrekke seg innbyggere. I denne oppgaven vektlegges kun de grønne kvalitetene, i form av bykjernens grøntstruktur og tilrettelegging for friluftsliv i de bynære naturområdene.

Fraflytting og en stadig økende konkurranse om å tiltrekke seg nye innbyggere er noe mange småbyer opplever. Omdømmebygging blir stadig viktigere, og hvordan man visualiserer og fokuserer på hvordan byen eller kommunen fremstår kan være avgjørende for å tiltrekke seg nye innbyggere og å beholde de som allerede bor der.

I del 1 av oppgaven settes oppgavens tema inn i kontekst, med relevante definisjoner og avgrensninger. Del 2 og 3 setter fokuset spesielt på Kongsvinger og viser registreringer av byen. Del 2 tar for seg registreringer av hvordan Kongsvinger kommune markedsfører seg og når ut til allmennheten, mens del 3 registrerer byens fysiske kvaliteter knyttet til grønne områder og friluftslivet. Til slutt, i del 4, sammenlignes Kongsvinger med andre byer som har jobbet med lignende prosjekter, og jeg drøfter forslag til videre utvikling.

The main concern of this thesis is how a small town like Kongsvinger can develop a good reputation and gain inhabitants by promoting its green qualities in marketing and reputation management. The thesis focuses on two important green elements in a city: The green structure and spaces, and the planning of urban outdoor recreational areas.

Today many small towns and places experience depopulation and an increasing competition for new inhabitants. Reputation management becomes more important, and how to visualize and present the city or place can be decisive to attract new citizens, and to keep the ones who already live there.

The thesis consists of 4 parts. Part 1 is an introduction to the topic, and presents important background information about outdoor recreation, reputation management and other important aspects. Part 2 and 3 use the city Kongsvinger as a case, and are based on registrations of the city's green qualities and how they are used in marketing today. Finally, in part 4, I compare Kongsvinger to other cities where reputation management has been important, and discuss possibilities for how green spaces can be included in successful strategic reputation management in the future.

NØKKELOD / KEYWORDS

Bynært friluftsliv
Grønne områder
Grønnstruktur
Omdømmebygging
Innbyggerrekruttering
Stedsutvikling

Urban outdoor recreation
Green spaces
Green structure
Reputation management
Recruiting citizens
Place development

INNHold

TEMA	Side
Forord	4
Sammendrag	5
DEL 1: INTRODUKSJON	
Bakgrunn for valg av oppgaven og veien til problemstilling	8
Hva er omdømmebygging?	9
Problemstilling	12
Hvorfor er de grønne kvalitetene og tilrettelegging for friluftsliv viktig?	13
Oppgavestruktur og metode	15
Avgrensninger	17
DEL 2: REGISTRERINGER- Strategiske	
Introduksjon	20
Strategiske registreringer	25
Struktur i kongsvinger kommune	27
Hvordan formidles informasjon om Kongsvinger fra kommunen?	28
Vurdering av sentrale internettsider	29
“Kongsvingerguiden” -Informasjon om Kongsvingers tilbud til friluftsliv	36
DEL 3 REGISTRERINGER -Fysiske	
Analysetemaer	40
Landskapsbilde og arealdekke	41
Bystruktur	45
Grønnstruktur	49
Forbindelseslinjer	53
Kulturminner	57
Spesielle friluftskvaliteter utenfor bykjernen	61
Fremtidig byutviklingsplaner	65
Oppsummering	69
DEL 4 VURDERING -Velen videre..	
Vurdering av den fysiske strukturen	74
Vurdering av Kongsvingers strategier for omdømmebygging	77
Referanseprosjekter: Drammen	79
Referanseprosjekter: Bodø	86
Tilbake til Kongsvinger: Hvordan bruke registreringene videre?	91
Hvordan fremstille planer for friluftsliv og grønne områder som virkemiddel i markedsføring?	94
Konklusjon/ Avslutning	97
Kilder	99

DEL 1:

INTRODUKSJON

BAKGRUNN FOR VALG AV OPPGAVEN OG VEIEN FREM TIL PROBLEMSTILLING

Prosessen med å velge tema og problemstilling for masteroppgaven har vært lang. Våren 2011 valgte jeg hovedtema for oppgaven; Tilrettelegging for friluftsliv i bynære naturområder. Dette var en tittel som kunne vinkles i mange retninger, men jeg hadde i alle fall begynt å stake ut kursen for det denne masteroppgaven skulle dreie seg om.

Bynær natur henger sammen med selve byen og dens grønne områder, og man kommer inn i en kompleks sammenheng mellom byen og naturen rundt, samt overgangene mellom dem. Man må se naturområdene i sammenheng med byen, og tilretteleggingen for friluftsliv i sammenheng med byutviklingen. Jeg ønsket i utgangspunktet å skrive om de bynære naturområdene til de større byene. Jeg så på Oslo og markaområdene som det beste eksempelet. Etter litt research begynte imidlertid min interesse for de mindre byene å gjøre seg gjeldene.

Det er gjort mye forskning på bynære naturområder og tilrettelegging for friluftsliv, grønnstruktur og blågrønne strukturer. Mye av fokuset tar for seg utfordringene de store og mellomstore byene står ovenfor, med god grunn. I de større byene er utfordringene mange. Høy befolkningstetthet øker presset på grøntområdene i byen og den bynære naturen. I mindre byer er ikke det bynære friluftslivet mindre viktig, men forutsetningene er annerledes. Der de store byene har mange brukere på mindre naturområder (sett i forhold til bystørrelsen), har småbyene gjerne færre innbyggere på større naturområder (Statistisk sentralbyrå 2012).

Jeg bestemte meg for å bruke Kongsvinger, min egen hjemby, som casestudie i oppgaven. Jeg ønsket å finne ut hvordan planleggerne i en småby som denne, med «overskudd» på naturområder og «underskudd» på innbyggere, prioriterte den bynære naturen og tilretteleggingen for friluftslivet i den kommunale planleggingen. Ble de grønne områdene tatt for gitt i et fokus på å gjøre småbyen mer urban, eller så man det som en viktig eksisterende ressurs?

Under mine første registreringer av grønne kvaliteter i bykjernen og omkringliggende natur ble jeg overrasket. Jeg innså at jeg ikke kjente min egen by godt nok og oppdaget flere kvaliteter jeg ikke tidligere hadde lagt merke til eller visste om. Dette skyldes delvis at jeg gjennom 5 år med studier i landskapsarkitektur har fått kunnskap til å se stedet med et annet blikk enn det jeg gjorde tidligere, men også at ingen hadde gjort meg klar over disse eksisterende kvalitetene.

Med bakgrunn i dette fikk oppgaven min en ny vinkling: Hvordan presenteres de grønne kvalitetene for byens innbyggere? Hvordan gjøres innbyggerne oppmerksomme på hva som finnes? Og hvordan kan de grønne kvalitetene brukes i markedsføring av byen for å tiltrekke seg nye innbyggere og bygge opp et godt omdømme?

HVA ER OMDØMMEBYGGING?

“Omdømmebygging handler om hvordan byen eller tettstedet ønsker å framstå, og hvordan det faktisk oppfattes”

(Forum for Stedsutvikling v/Miljøverndepartementet b 2012).

Omdømmebygging betyr kort og godt å skape et godt omdømme. Når det er kommunen som driver omdømmebygging innvirker dette i kommunens strategier for de ulike satsningsområdene i kommunen i forhold til helse og omsorg, byutvikling, næringslivsutvikling og lignende.

Omdømmebygging blir stadig viktigere for byer og tettsteder. Omdømmebyggingen går tett sammen med stedsutvikling og de henger ofte sammen i stedets totale utviklingsprosess. En god stedsutvikling kan gi stedet et godt omdømme, samtidig som et godt omdømme kan generere en rekke fordeler som mer fornøyde innbyggere, økt tilflytting, økt aktivitet i næringslivet og andre faktorer som igjen bidrar til å kunne ta stedsutviklingen enda videre.

Mange byer og tettsteder har i de siste årene fått et mer bevisst forhold til hvordan de fremstår. Særlig i mindre byer er denne tankegangen viktig da det å tiltrekke seg innbyggere ikke skjer automatisk på samme måte som i større byer der næringsliv, utdanningsinstitusjoner, kulturtilbud og lignende er godt etablert og stimulerer til en jevnt økende tilflytting.

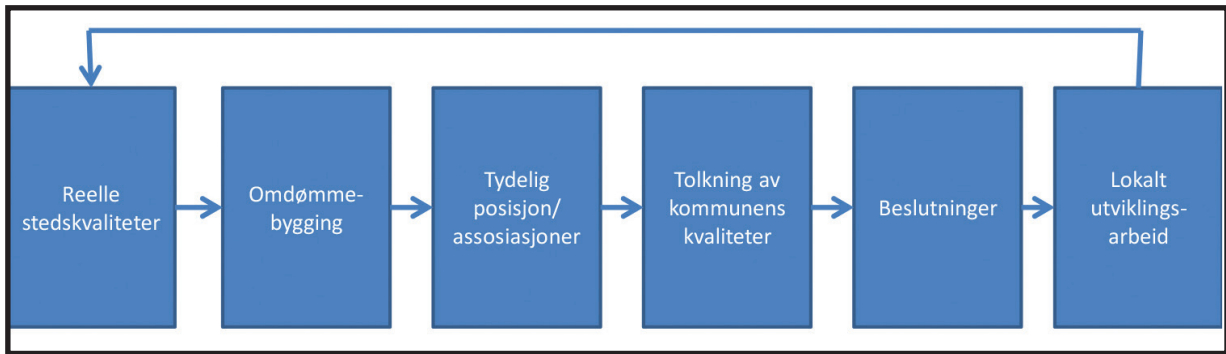
Å bygge et godt omdømme er en tidkrevende prosess, og må vurderes grundig. Det er viktig å velge ut de virkemidlene som er særegne for kommunen eller byen, og å velge reelle kvaliteter som ikke lover mer enn man kan holde (Forum for Stedsutvikling v/Miljøverndepartementet b 2012).

Metode for omdømmebygging

Harald Espeland, daglig leder og seniorrådgiver i *Tibe PR* har presentert et notat om omdømmebygging for kommuner og lokalsamfunn. *Tibe PR* er et kommunikasjonsrådgivningsselskap som har jobbet mye med omdømmebygging i kommuner, og som i 2012 hadde det faglige ansvaret for *Omdømmeskolen* som arrangeres av Distriktssenteret for norske kommuner. I Espelands notat presenterer han fremgangsmåten for omdømmearbeid. Jeg har brukt noe av denne teorien i min vurdering av Kongsvingers strategiske valg og utvikling.

Først og fremst må det settes et mål for omdømmearbeidet; hva ønsker kommunen å oppnå? Dette kan være flere innbyggere, flere turister, tiltrekking av høyt utdannet kompetanse og lignende. Videre må man finne ut hvordan man skal nå dette målet. Det er da viktig at man i kommunen integrerer omdømmearbeidet i det andre utviklingsarbeidet, slik at alle jobber for felles mål.

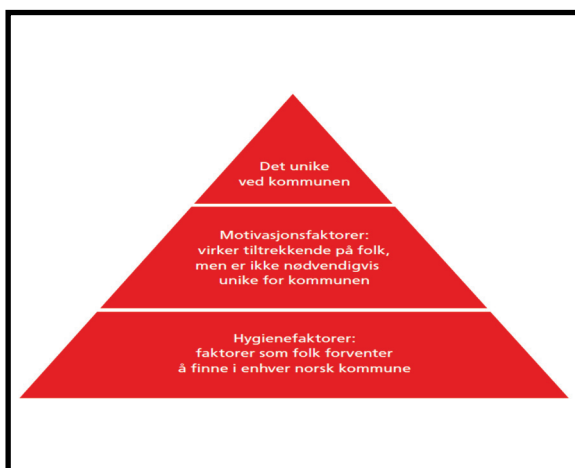
For Kongsvinger sin del har målet med omdømmebygging vært å få flere innbyggere. De bruker derfor begrepet innbyggerrekruttering i nær sammenheng med omdømmebygging. Omdømmebygging er verktøyet, mens innbyggerrekruttering er målet som skal nås.



Figur 1: Figuren viser fremgangsmåten for omdømmebygging, og hvordan den forankres i kommunens totale utviklingsprosess. Figur: Harald Espeland

Å bygge omdømme med mål om å tiltrekke seg nye innbyggere er en krevende prosess. Et viktig verktøy for å finne virkemidlene til dette kaller Espeland "Jakten på det unike". I analyseprosessen skal alle stedskvaliteter listes opp. Konkrete jobbmuligheter, kulturtilbud, ildsjeler, kjendiser, bygninger, lokalhistorie og så videre bør inkluderes. Videre sorteres kvalitetene som hygiene faktorer eller motivasjonsfaktor.

Hygiene faktorer er faktorer som man forventer seg å finne i hver eneste kommune og tar som en selvfølge. Disse kvalitetene egner seg ikke som virkemidler i omdømmebygging. I motivasjonsfaktorene kan man derimot gå på leting etter det unike. Dette må i midlertid vurderes opp mot hvem som er målgruppen. Hvem må man appellere til for å nå det målet som er satt? Videre må man finne ut hvem som i utgangspunktet kan tenke seg å flytte til kommunen. Hva kjennetegner menneskene, hva liker de å holde på med, og hva ønsker de?



Figur 2: forholdet mellom hygiene faktorer, motivasjonsfaktorer og unike kvaliteter. Det er de unike kvalitetene som bør brukes videre som hovedelementer i omdømmebyggingen.

Man må også analysere hvilken type posisjon kommunen ønsker å ta. Skal den differensiere seg totalt fra de andre, være best innenfor en kategori, eller er man først ute med noe? Dette kan være både på makro og mikronivå. Har en person familien sin i kommunen er dette unikt på mikronivå, det er noe unikt for personen, familien finnes ikke i en annen kommune. På makronivå er de unike kvalitetene universelle.

Figur: Harald Espeland

I utvelgingen av de unike kvalitetene bør man analysere hva som er de viktigste makrotrendene i samfunnet. Hva kommer folk til å bli mer opptatt av fremover, og hva legger nasjonale myndigheter vekt på i tiden som kommer?

På bakgrunn av disse analysene kan man så velge ut de kvalitetene som er mest viktige og hensiktsmessige for å tiltrekke seg innbyggerne. Man må vurdere den valgte strategien sammen med den faktiske posisjonen kommunen har i dag. Man må også teste ut de virkemidlene man har valgt både på innbyggerne og de mulige kommende innbyggerne. De egne innbyggerne må kunne kjenne seg igjen i og se nytten av den profilen man har valgt, da det er de som skal medvirke som ambassadører.

Til slutt må man huske på at omdømmebygging tar tid, og man må holde motivasjonen oppe. Det er derfor viktig å se omdømmebyggingen sammen med den helhetlige kommuneutviklingen slik at alle jobber for felles mål.
(regjeringen.no 2012)

Når man ser på byen Kongsvinger med en viss lokalkunnskap og denne omdømmemetoden i bakhodet er det lett å se at en av byens kvaliteter er nærheten til de grønne områdene. Min hypotese er at natur og friluftsliv er et virkemiddel som kan fungere som en motivasjonsfaktor i Kongsvinger kommune. Dette har ført meg videre frem til en konkret problemstilling.

Min hypotese er at natur og friluftsliv er et virkemiddel som kan fungere som en motivasjonsfaktor i Kongsvinger kommune.

PROBLEMSTILLING

Jeg har valgt å kalle min oppgave "Tilrettelegging for bynært friluftsliv og grønne områder som virkemiddel i markedsføring og omdømmebygging i byer".

Målet mitt har vært å finne ut hvilke grønne kvaliteter og tilbud byen Kongsvinger har, og hvordan dette blir presentert og markedsført både for egne innbyggere og potensielle fremtidige tilflyttere.

Jeg vil også se på veien videre, og hvordan Kongsvinger kan markedsføre seg i fremtiden. Med dette i bakhodet har jeg jobbet utifra denne problemstillingen:

Hvordan kan tilrettelegging for bynært friluftsliv og grønne kvaliteter brukes som virkemiddel i presentasjon og markedsføring av byer og i forbindelse med omdømmebygging/ innbyggerrekrutteringsprosjekter?

Følgende delspørsmål har blitt brukt for å belyse og finne løsninger på problemstillingen:

1. Hvordan er dagens situasjon i Kongsvinger?
 - Hvordan er dagens tilbud til friluftsliv og fysisk aktivitet?
 - Hvordan er de nærmeste fremtidsplanene for utvikling av grønne områder?
 - Hvordan markedsfører Kongsvinger seg?
 - Inngår de grønne kvalitetene på noen måte i markedsføringen?
2. Hvordan kan man fremstille planer for friluftsliv og grønne områder slik at det kan fungere som et virkemiddel til å markedsføre byen?
3. Kan man hente nyttig informasjon og inspirasjon fra andre byer med tilsvarende prosjekter for bynært friluftsliv/stedsutvikling eller innbyggerrekruttering?

HVORFOR ER DE GRØNNE KVALITETENE OG TILRETTELEGGING FOR FRILUFTSLIV VIKTIG?

Hva er friluftsliv? Teori og definisjoner

Stortingsmelding nr. 40 (1986–87) *Om friluftslivet*, definerte friluftsliv som “*Opphold og fysisk aktivitet i friluft i fritiden med sikte på miljøforandring og naturopplevelse*”.

Meldingen ga videre uttrykk for at hovedvekten av friluftsliv var ikke- konkurransepreget, ikke motorisert aktivitet som foregår på allment tilgjengelige naturpregede områder (Miljøverndepartementet 2001).

Jeg har valgt å bruke denne definisjonen som grunnlag, men understreker at med naturopplevelse kan også de grønne bykvalitetene inkluderes. Friluftsliv er for meg like mye en spasertur i byen, så fremt turen er selve formålet, som en dagstur i fjellet. Jeg mener også at eksempelvis barnehager og skoler driver med friluftsliv dersom de er ute i friluft, der selve turen er motivasjonen, selv om dette ikke foregår på fritiden. Bynært friluftsliv er friluftsliv som foregår i byen og de nærmeste markaområdene til byen.

Markaområder brukes som fellesbenevnelse på naturområder som grenser inn mot byer og tettsteder. Marka er en av hovedarenaene for det tradisjonelle turfriluftslivet og hverdagsfriluftslivet, og er samtidig viktig for barns lek og opplevelser, læring og fysiske utvikling (Direktoratet for naturforvaltning, 2003).

Tilrettelegging for friluftsliv er viktig av mange grunner. Friluftsliv har lange tradisjoner i den norske kulturen, og har vist å ha gode effekter på folkehelsen. Friluftsliv innebærer fysisk aktivitet, selv om det ikke er treningsgevinsten som nødvendigvis er hovedmålet med aktiviteten. Fysisk aktivitet er igjen viktig for å redusere overvekt, øke motoriske ferdigheter, bedre kondisjon og forebygge livsstilssykdommer og belastningsskader. I tillegg kan man blant annet oppleve naturkvaliteter, stillhet og frisk luft slik at effektene kan forsterkes. Også turer i mer bypregede områder kan defineres som friluftsliv, og også her er de helsemessige fordelene til stede. Forskning har vist at det å komme ut av det miljøet man ellers oppholder seg i, gir en ny opplevelse og virker restorativt. I stortingsmelding 39 (2000-2001) *Friluftsliv- Ein veg til høgare livskvalitet*, understrekes de gode effektene av friluftslivet (Folkehelseinstituttet 2008).

I 2009 utga Miljøverndepartementet rapporten *Naturopplevelse, friluftsliv og vår psykiske helse*, som så nærmere på “*de sammenhenger og utfordringer som knytter seg til menneskets aktivitet i og møte med natur og landskap og de psykiske virkningene av dette*” (Miljøverndepartementet 2009 b, side 6). Professor Erik Martinsen oppsummerte de psykologiske bedringene ved fysisk aktivitet slik: “*Livsutfoldelse, lek og glede, økt velvære etter aktivitet, overskudd og energi, bedre søvn, redusert forbruk av beroligende medisiner og sovetabletter, kreativ tenking, bedre selvfølelse, bedre forhold til egen kropp og opplevelse av mestring*”. (Miljøverndepartementet b 2009, side 16)

Depresjon og fysisk inaktivitet er to helseutfordringer i samfunnet, som altså kan bedres med fysisk aktivitet og friluftsliv. Friluftsliv er et lavterskeltilbud som alle kan benytte, og det er en aktivitet som kan utføres uten for mye planlegging. Det er imidlertid viktig at det finnes tilgjengelige områder i nærmiljøet for å drive med friluftsliv, slik at bruken skal bli størst mulig.

I 2011 initierte Miljøverndepartementet og Direktoratet for naturforvaltning prosjektet Nærmiljøsatsningen. I de ti neste årene, med en innledende prosjektperiode på tre år, skal direktoratet bruke økte ressurser på å legge til rette for friluftslivsaktiviteter i nærmiljøene i byer og tettsteder. Målet med prosjektet er å sikre at friluftslivsområder der vi bor blir tatt vare på, og at friluftsliv skal være for alle grupper i befolkningen. Gjennom en rekke pilotprosjekter rundt om i landet skal det kartlegges og utvikles tiltak som øker deltakelsen i friluftaktiviteter i nærmiljøet. Tiltak kan være å sikre nye arealer for allmenn bruk, å tilrettelegge og gjøre tilbudene mer attraktive for en mer aktiv bruk, men også informasjonsarbeid og andre tiltak som kan få målgruppene til å drive med friluftslivsaktiviteter inngår i prosjektet (Direktoratet for naturforvaltning 2012).

Tilrettelegging for friluftsliv i de bynære områdene går lett over i, og sammen med byutviklingen. Også parker og plasser, uterom, elvepromenader og grønne oaser i byen kan brukes som en del av friluftslivstilbudet, samtidig som det er viktige områder i det urbane miljøet. Det er i den sammenheng viktig å sikre gode forbindelseslinjer mellom de ulike kvalitetene. Regjeringen definerer forbindelseslinjer slik:

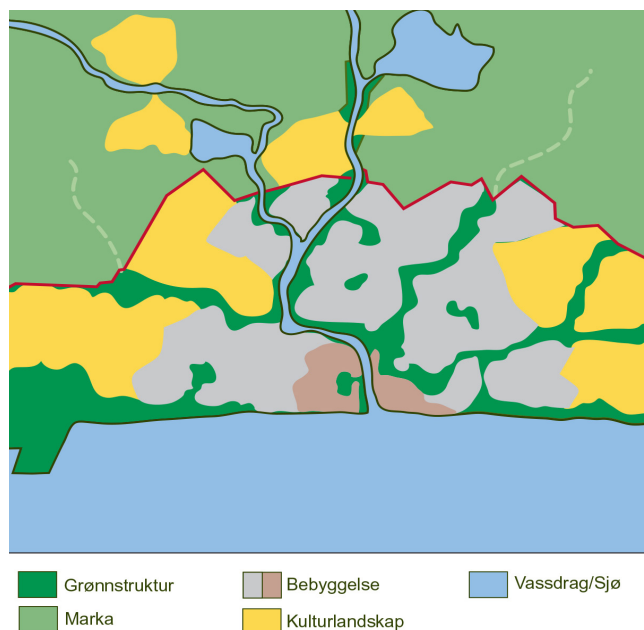
“Forbindelseslinjer er veven av gater, stier, ruter, sykkelveier, broer, smett og barnetråkk inne i byene og tettstedene, samt strengene til de grønne rekreasjonsområdene som omkranser dem. De er byenes arterier, som ved rett bruk gir lys, luft, grønt og liv inn i den tette bebyggelsen. Det er også disse som er grunnlaget for hvor enkelt og trygt det er mulig å bevege seg til fots eller på sykkel” (Forum for stedsutvikling v/Miljøverndepartementet a 2012).

Sammen med forbindelseslinjene må man se på grønnstrukturen. Grønnstrukturen er de grønne delene av forbindelseslinjene, definert som nettverket av store og små naturpregede områder som er integrert i byen eller tettstedet.

Grønnstrukturen kan bestå av mange ulike arealtyper og kan variere fra små isolerte områder til sammenhengende strukturer og større områder. For friluftslivet er de større enkeltområdene og de sammenhengende turdragene med tursti- og løypekorridorer de viktigste elementene i grønnstrukturen (Direktoratet for naturforvaltning 2003).

Der det inngår elver, bekker og andre former for vann i grønnstrukturen kalles dette blågrønn struktur. Den blågrønne strukturen er viktig i Kongsvinger da elven Glomma renner gjennom bykjernen. Selv om oppgaven min hovedsakelig tar for seg bruken av grønne

kvaliteter i omdømmebyggingen vil også de blå elementene derfor være inkludert.



Figur 3: Oversikt over byens grønne områder. Rundt bykjernen ligger markaområdene, mens grønne områder i sammenheng danner byens indre grønnstruktur. Der vassdrag og sjø også påvirker, ser vi det som en blågrønn struktur.

Figur: Direktoratet for naturforvaltning

I oppgaven kommer jeg i tillegg til tidligere nevnte begreper til å bruke begrepet «grønne kvaliteter» eller «grønne områder». Dette er store og små naturpregede områder både i grønnstrukturen i bykjernen, overgangen mellom grønnstrukturen og marka og også det nære kulturlandskapet. Jeg bruker begrepet for å beskrive/vurdere enkeltdele av den helhetlige grønnstrukturen, eller spesielle områder i markaområdene. Grønne kvaliteter er vegetasjon og natur som tilfører kvalitet av ulik grad, som for eksempel en park i byen, en plass med beplantning, eller den spesielle naturen tilknyttet en tursti.

OPPGAVESTRUKTUR OG METODE

Oppgavestruktur

Oppgaven er delt i fire hoveddeler. Del 1 knytter oppgaven opp mot relaterte temaer og bakgrunnsinformasjon. Den definerer ulike begreper som blir brukt i oppgaven og den presenterer oppgavens problemstilling.

Del 2 er en registreringsdel som tar for seg de strategiske registreringene. Jeg undersøker Kongsvingers strategier for å øke innbyggertallet, og ser på hvordan de når ut til innbyggerne.

Del 3 er registreringene av den fysiske strukturen. Her kartlegges hvilke grønne områder og kvaliteter Kongsvinger har og som er planlagt. Gjennom dette arbeidet kan man se hvilke kvaliteter byen kan spille på i nåværende og fremtidig omdømmebygging.

I del 4 vurderer jeg hvordan forholdene fra registreringsdelen fungerer, og ser på mulige forbedringer både i den fysiske og strategiske strukturen. Jeg vurderer også Kongsvinger i forhold til andre byer med tilsvarende prosjekter, og ser hvilke muligheter derfra som kan benyttes. Jeg har valgt å sammenligne med byer som faktisk har brukt de grønne områdene i omdømmearbeid tidligere, da det er i disse eksemplene jeg har kunnet hente flest nyttige tips.

Metode

Jeg har brukt ulike metoder for å få svar på delspørsmålene i problemstillingen. Jeg vil her presentere dem nærmere i forhold til hvert enkelt spørsmål.

- *Hvordan er dagens situasjon i Kongsvinger?*

Dokumentstudier: For å få innblikk i kommunens tanker og virksomhet har kommuneplanens areal- og samfunnsdel vært viktige, sammen med en rekke andre kommunale dokumenter som stedsanalyse, formingsveileder, melding for fysisk aktivitet og lignende. Fullstendig liste fremkommer i kildehenvisningen. Jeg har også studert Kongsvingers eget bymagasin «Kongsvingerguiden», for å få innblikk i hva som omtales og presenteres for lokalsamfunnet.

Egne registreringer/Feltarbeid: Registreringene kan delvis minne om en landskapsanalyse, men tar kun for seg de temaene jeg mener direkte innvirker på det bynære friluftslivet, og som trekker frem kvaliteter som kan være med på å markedsføre byen. Jeg har eksempelvis ikke gått i dybden på geologiske kart, men sett på overordnede landskapsrom og terreng.

Kartstudier: Sammen med egne registreringer har jeg benyttet kart- og planstudier for å verifisere og utdype mine egne registreringer. Kartmaterialet er hentet fra Kongsvinger kommune, både gjennom kartdelen i arealplaner, temakart for kommunen og annet kartmateriale. Internettregistreringer: Jeg har tatt for meg hvordan Kongsvinger markedsfører seg og driver omdømmebygging. Jeg har saumfart og kartlagt hvordan følgende av kommunens nettsider fungerer: www.kongsvinger.kommune.no, www.kongsvinger.no (innbyggerrekrutterens blogg) og www.hvordan.kongsvinger.no. Dette blir blant annet illustrert med print screens av nettsidene.

Intervjuer: Formålet med intervjuene har vært å få mer utfyllende informasjon om problemstillingen som ikke kommer frem gjennom bruken av de andre metodene. Jeg har bevisst valgt en kvalitativ metode i oppgaven min, der jeg har gjennomført dybdeintervjuer av et fåtall fagpersoner for å få mer inngående opplysninger. Jeg vurderte underveis i oppgaven å gjennomføre en spørreundersøkelse for å undersøke hvordan innbyggerne opplever kommunen og tilgjengeligheten på informasjon, men valgte å gå bort fra denne vinklingen da den raskt kunne bli for omfattende og tidkrevende.

Jeg har intervjuet Hilde Nygaard, sivilingeniør i Kongsvinger kommune for informasjon om kommunens forhold til de grønne bynære områdene og videre planer for fremtiden. Jeg har også intervjuet Dag Arnesen, Kongsvingers innbyggerrekrutterer, for å få informasjon om hvordan byen markedsføres.

- *Hvordan kan man fremstille planer for friluftsliv og grønne områder slik at det kan fungere som et virkemiddel til å markedsføre byen?*

Dokumentstudier: Også for å besvare dette spørsmålet har jeg brukt dokumentstudier, men her lest mer om bakgrunnsinformasjon og prinsipper for omdømmebygging, stedsutvikling og bynært friluftsliv.

Intervjuer: De samme intervjuobjektene som bistod til delspørsmål 1 har også bidratt med kunnskap på dette delspørsmålet.
Egne registreringer: Gjennom å studere eget kartarbeid og registreringer har jeg tilegnet meg kunnskap og fått en opplevelse av hvilke kvaliteter som kan brukes i markedsføringen.

- *Kan man hente nyttig informasjon og inspirasjon fra andre byer med tilsvarende prosjekter for bynært friluftsliv/stedsutvikling eller innbyggerrekruttering?*

Referanseprosjektene jeg har undersøkt nærmere er byene Drammen og Bodø.

Internettregistreringer: Jeg har studert byene Drammen og Bodøs internettsider som tilsvarer Kongsvingers. Der har jeg studert hvordan disse byene presenteres i forhold til Kongsvinger, og hvordan det grønne brukes i markedsføringen og visualiseres.

Kartstudier: For å danne meg et bilde av hva som finnes i byene har jeg studert kartmateriale fra dem, både på overordnet og lokalt nivå.

AVGRENSNINGER

I arbeid med omdømmebygging må man vurdere mange ulike virkemidler som kan utvikles og inkluderes i markedsføringen. Denne oppgaven går kun i dybden på de grønne kvalitetene og tilretteleggingen for friluftsliv i byen og de bynære naturområdene. Enkelte andre temaer, som for eksempel kulturhistorie, er også inkludert da disse kan tilføre kvaliteter til friluftslivet ved blant annet utarbeiding av turstier.

Oppgaven registrerer eksisterende og planlagte kvaliteter, og ser på hvordan kommunen tenker seg byutviklingen videre. Jeg prosjekterer ikke nye tiltak eller utarbeider ideskisser på videre utvikling. Det fokuseres heller på hvordan de eksisterende og allerede planlagte kvalitetene kan brukes i markedsføringen.

Områdeavgrensningen i kartarbeidet er satt ut ifra flere faktorer. Først og fremst er det de nærmeste områdene av bymarka, samt bykjernen i sentrum som er inkludert. Avgrensningen mot nord tar hensyn til topografien, og setter avgrensning etter de dalsidene som henvender seg til byen. I tillegg har jeg inkludert viktig kulturlandskap langs Vingersjøen, da det finnes kvaliteter her som jeg mener vil innvirke i oppgaven. Underveis i registreringsarbeidet valgte jeg i tillegg å inkludere to viktige friluftsområder; Bæreia og Liermoen, da det er disse to naturkvalitetene som i dag blir nevnt og «markedsført» mest på kommunens nettsider. For ytterligere kart av områdene rundt planavgrensning, se del 2.



Figur 4: Oppgavens områdeavgrensning

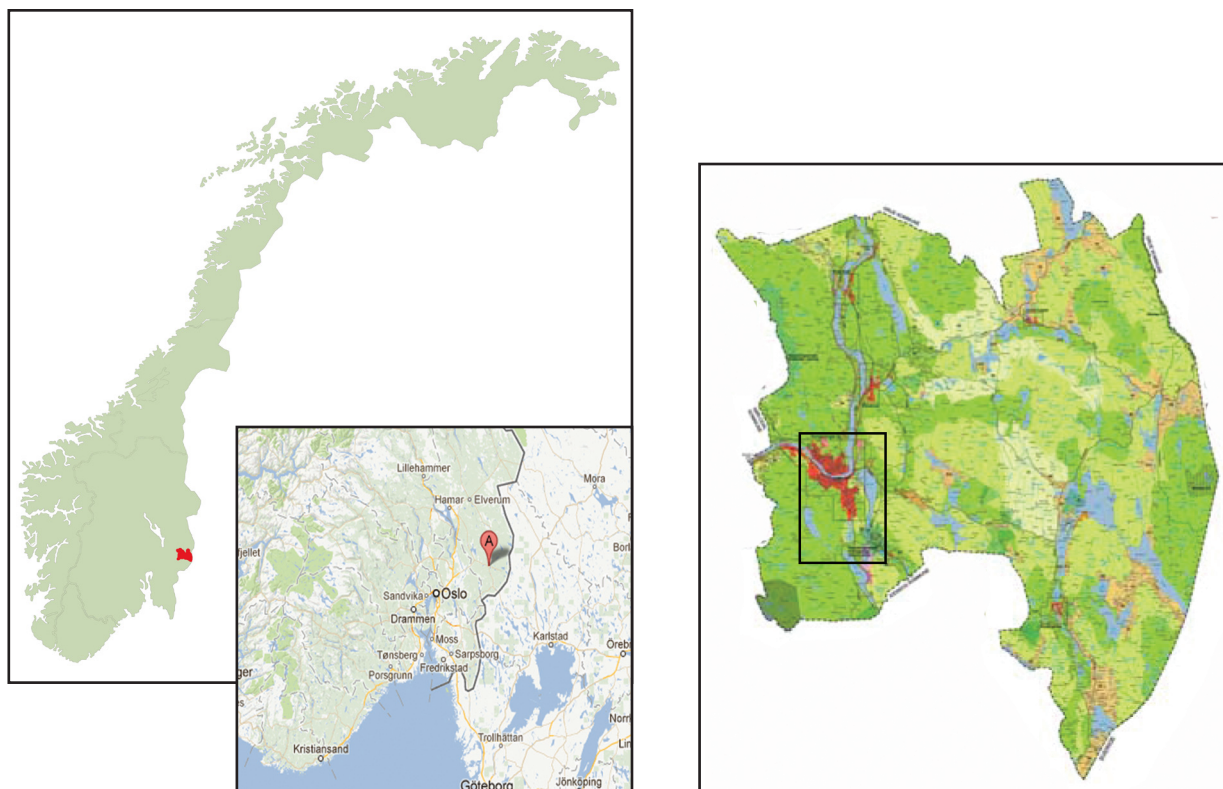
DEL 2:

**REGISTRERINGER
-Strategiske**

INTRODUKSJON

Kongsvinger by ligger på Østlandet i Hedmark fylke, ca 100 km nordøst for Oslo. Reell kjøreavstand mellom byene er 94 km, og tar ca. 80 minutter (Avstand, 2012). Byen ligger sørvest i Kongsvinger kommune.

Kommunen er 1036 kvadratkilometer stor, og grenser til de mindre tettstedskommunene Sør Odal, Eidskog, Grue og i øst til Sverige. Kommunen domineres av skog og enkelte spredte innsjøer. Store deler av skogarealene i Kongsvinger kommune inngår som en del av naturregionen Finnskogen. Disse områdene ligger nordøst og øst for de bynære skogområdene som er innenfor oppgavens kartutsnitt.

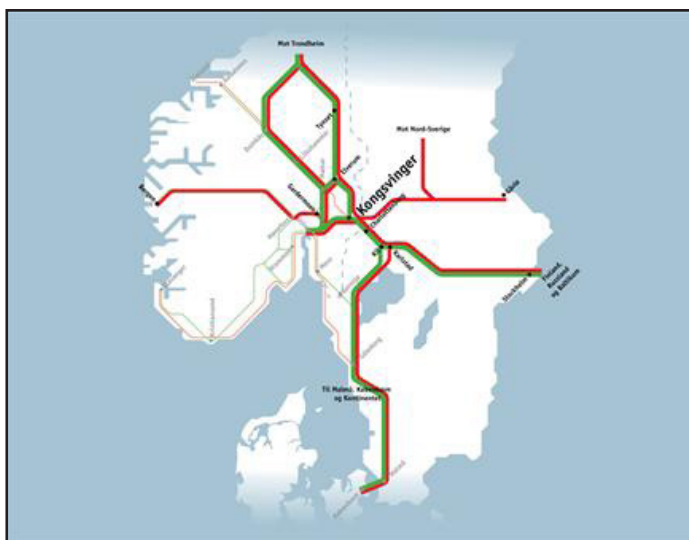


Figur 5-7: Kongsvinger kommune ligger på Østlandet. Oppgavens avrensning er markert sørvest i kommunekartet, figur 7.

5: Emilie Agnæss 6: Google map 7: Kongsvinger kommune

Infrastruktur

Tidligere riksvei 2, nå Europavei 16 går gjennom Kongsvinger, og danner hovedferdselsåren både vestover mot Oslo og sørøstover mot Sverige. Det pågår nå arbeid med å utvide og legge om denne veitraseen mellom Kongsvinger og Kløfta, slik at hele veistrekningen skal bli firefeltsvei for å bedre forholdene for lokaltrafikken og gjennomgangstrafikken mellom Norge og Sverige. Prosjektet er delt inn i fire faser, der strekningen i helhet er planlagt ferdigstilt senest 2024.(Statens vegvesen 2012). I tillegg går riksveg 175, riksveg 200, riksveg 210 og riksveg 20 fra Kongsvinger til Elverum og videre mot Østerdalen gjennom Kongsvinger.



Kollektivtransporten i Kongsvinger henvender seg hovedsakelig til Oslo, med timesavganger på buss og tog. Fra Kongsvinger til Oslo tar det 1 time og 45 minutter med buss. Denne har også forbindelse mot Jessheim og Gardermoen. I tillegg finnes det direktebuss (1 time og 25 minutter) spesielt beregnet på pendlere til Oslo (Nettbuss 2012). Med tog bruker man 1 time og 15 minutter mellom Kongsvinger og Oslo. En del av togene går hele veien fra Oslo til Karlstad, og har forbindelse videre til Stockholm (NSB 2012).

Figur 8: Veiene som krysser gjennom Kongsvinger.

Figur: Kongsvinger kommune

Befolkning

Etter en industrirevolusjon på 1970 og 1980- tallet hadde Kongsvinger sitt høyeste befolkningsantall på 17526 innbyggere i 1989. Etter dette har antallet gått svakt nedover. I løpet av 2000-2008 ble det stadig større frafall, og det ble satt inn tiltak i form av innbyggerrekrutteringsprosjektet i 2009. I 2012 hadde Kongsvinger kommune igjen et samlet innbyggerantall på 17522, hvorav nesten $\frac{3}{4}$ bor i byen.

Den årlige tilveksten har imidlertid vært på mellom 0,3-0,5%, noe som er lavt sammenlignet med landsgjennomsnittet. Dette er underlig da byen ligger inkludert i Norges største vekstområde i osloregionen.

I rådmannens utkast for budsjett begrunner han den lave befolkningsveksten med *“den demografiske sammensetningen i Kongsvinger med få unge voksne og mange eldre som til sammen gir fødselsunderskudd. I tillegg er utflyttingen fra Kongsvinger- spesielt av unge voksne, for høy”* (Kongsvinger kommune 2012, side 5). Den økende andelen av eldre i kommunen kan bli et stadig økende problem dersom Kongsvinger ikke får inn flere yngre innbyggere.

	1980	1989	1990	1995	2000	2005	2008	2009	2010	2011
0402 Kongsvinger										
Folkemengde	17 047	17 526	17 480	17 274	17 349	17 279	17 361	17 326	17 377	17 436
Fødselsoverskudd	14	-16	-9	3	-4	-22	-30	-62	-51	-41
Innflyttinger	839	859	766	731	868	795	872	918	967	1 043
Utflyttinger	661	879	771	739	815	834	874	802	858	915
Nettoinnflytting	178	-20	-5	-8	53	-39	-2	116	109	128
Folketilvekst	182	-46	-16	-4	52	-55	-35	51	59	86

Figur 9: Tabell over befolkningsnedgang før 2009, og økningen etter iverksatte tiltak. Det høyeste antall innbyggere var i 1989.

Figur: Statistisk sentralbyrå

Arbeidsforhold

Statistikk fra 2007 viser at 64% av befolkningens sysselsatte (15-74 år) er bosatt i kommunen. Dette betyr at omtrent 2500 pendler inn til Kongsvinger i forbindelse med jobb (Bjørkhaug 2010). Rundt 2000 pendler ut av Kongsvinger til arbeid, hovedsakelig i Oslo og Romerike (Arnesen 2012).

Tabeller fra Statistisk Sentralbyrå viser at det i 2012 fantes 1716 bedrifter i Kongsvinger. 343 av disse hadde mindre enn 4 ansatte, mens 2 hadde mer enn 250 ansatte. Den store forekomsten av små foretak skyldes det aktive jord- og skogbruket i kommunen. I 2011 var 293 personer mellom 15 og 74 år arbeidsledige i kommunen. Dette utgjør 1,3 prosent av befolkningen, men det må understrekes at ikke alle nødvendigvis er i yrkesaktiv alder (ssb.no).

Økonomi

Kongsvinger kommune har en budsjettsituasjon preget av underskudd. Budsjett for 2013 viser at kommunen må spare inn 20,4 millioner kroner, og etter hvert øke dette til å spare inn 27,2 millioner kroner i 2015, i følge rådmannens utkast (Kongsvinger kommune 2012).

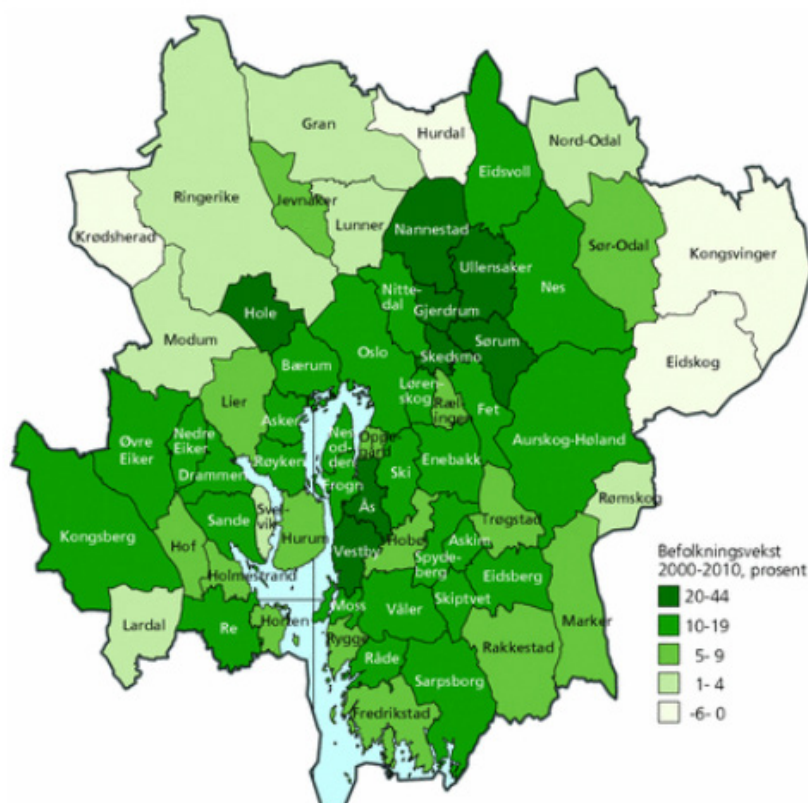
Kommunen må derfor gjennom en omstillingsprosess for å spare pengene i de kommende årene. Rådmannen har pekt ut følgende prioriteringer i det stramme budsjettet for fremtiden:

- Videreføring av målet om 1 % befolkningsvekst
- Videreføring av arbeidet med å styrke læringsresultatene innenfor oppvekstsektoren
- En fortsatt aktiv næringsutvikling for å skape nye arbeidsplasser
- En fortsatt aktiv sentrumsutvikling
- Fortsette det målrettede arbeidet innenfor samferdsel
- Bygging av ny fremtidsrettet ungdomsskole
- Bidra til at brukerne er aktive deltakere i alle livsfaser, ved å etablere helse- og omsorgstjenester som hindrer og utsetter hjelpebehov
- Utvikle Kongsvinger kommune til en helsefremmende organisasjon som utvikler potensialet hos alle medarbeidere (Kongsvinger kommune 2012, side 6)

Kongsvinger i regionen

Osloregionen

For Kongsvinger har det vært, og vil være viktig å gjøre nærheten til Oslo bedre. Mange utflyttere har flyttet Oslo, Osloregionen utvider seg stadig, og man har sett at byene og tettstedene i nabofylket Akershus opplever god befolkningsvekst. Så hvorfor skjer ikke dette i Kongsvinger? Det kan virke som om det har oppstått et skille rundt fylkesgrensen mellom Akershus og Hedmark i antallet tilflyttere. Kongsvinger ligger i utkanten av Osloregionen, men har færre tilflyttere enn mindre kommuner som ligger nærmere grensen til Akershus. Det siste året har nabokommunen Sør-Odal, som grenser til Akershus fylke, vurdert å søke om å få bytte fylke til Akershus. Også Kongsvinger har dermed fått øynene opp for denne muligheten. Dette er en lang og vanskelig prosess, men det *kan* være en mulighet for fremtidig utvikling.



Figur 10: Kartet viser prosentvis befolkningsøkning i kommunene i Oslo-regionen. Kongsvinger er en av de få kommunene som hadde negativ eller 0 % befolkningsvekst mellom 2000 og 2010.

Figur: Statistisk sentralbyrå

Hedmarksregionen

I Hedmark fylke blir Mjøsregionen stadig mer viktig, mens Glåmdalsregionen synes å bli nedprioritert. Ferdselsårer, kollektivtransport og fysiske avstander tilsier alle at Kongsvinger kan føle en større tilhørighet til Akershus. Med ny E16 motorvei som står ferdig i 2024 vil dette bli enda tydeligere. Tilgjengeligheten til Akershus blir større enn til de nordligere delene av Hedmark. Å være en del av Akershus kan igjen føre til at Kongsvinger oppleves som nærmere Oslo, og blir tatt med i vurderingen til de som ønsker å flytte ut av storbyen. Samtidig ønsker kommunen en sterkere tilknytning til Finnskogen og en tydeligere merkevarerbygging på at Finnskogen begynner i Kongsvinger. Finnskogen er en naturregion og navn mange kjenner til, og å assosieres med Finnskogen vekker sterkere assosiasjoner og et tydeligere holdepunkt enn den generelle skogen i distriktet. I takt med en forsterkning til Finnskogen vil kommunen samtidig knyttes nærmere

Oppsummering

Kongsvinger burde ha gode forutsetninger for å kunne tiltrekke seg innbyggere. Arbeidsforholdene er gode, kun 1,3 % arbeidsløshet er lite hvis man sammenligner med resten av landet. Med et godt utbygget tilbud til kollektivtrafikk og en fremtidig utbedring av E16 mot Oslo er det lagt til rette for pendlere mot Oslo og Akershus. Allikevel opplever kommunen kun en befolkningsvekst på 0,3-0,5% per år. Dette kan bli et stadig økende problem da det blir flere eldre og færre unge i kommunen. Kongsvinger må derfor jobbe for å få flere yngre innbyggere.

Til tross for at kommunebudsjettet viser underskudd er en av prioriteringene å satse på å oppnå en årlig innbyggervækst på 1%. Kommunen vil også prioritere næringsutvikling for å skape nye arbeidsplasser, en fortsatt aktiv sentrumsutvikling og å fortsette det målrettede arbeidet innenfor samferdsel. Dette er virkemidler som kan virke gunstig i omdømmebyggingen for å tiltrekke innbyggere.

STRATEGISKE REGISTRERINGER

Hensikten med denne delen av registreringene er å gi et bilde på hvordan Kongsvinger fremstilles for innbyggerne og offentligheten generelt gjennom kommunen, som er den hovedansvarlige for omdømmebyggingen. Jeg har senere i oppgaven kartlagt internettsidene som Kongsvinger kommune benytter, da dette er noe folk flest har tilgang til uavhengig av om de abonnerer på lokalaviser og lignende. Målgruppen Kongsvinger kommune hovedsakelig retter seg mot når de søker nye innbyggere er unge voksne, en generasjon som har god kjennskap til internett, og som ofte buker nett som en kilde til å tilegne seg informasjon. For å få et godt innblikk i kommunens tanker og virksomhet i forhold til markedsføring ser jeg både på den generelle delen av markedsføringen og på hvordan de grønne kvalitetene fremstilles spesielt.

Kongsvingers innbyggerrekrutteringsprosjekt

På bakgrunn av befolkningsnedgangen i 2008 og dårlige nyheter om at Kongsvinger var den byen som hadde størst befolkningsnedgang i Norge i første kvartal 2009, ble innbyggerrekrutteringsprosjektet startet samme året. En innbyggerrekrutterer ble da ansatt med hovedansvaret for å få innbyggere til igjen å komme til Kongsvinger (Glåmdalen 2009).

Hovedarbeidsoppgaven som innbyggerrekrutterer er å være til stede for de som har lyst til å flytte til Kongsvinger og å gi de som fortsatt er usikre et godt grunnlag til å ta valget. Innbyggerrekruttereren skal finne ut hva som kan tilrettelegges og hva de mulige nye innbyggerne trenger hjelp til. Samtidig skal han/hun ta de ønskene tilbakeflytterne og utflytterne har opp med politikerne for at de kan prøve å gjøre byen mer attraktiv (kongsvinger.no 2009).

Gjennom møter med personer som vurderer å flytte til byen kan innbyggerrekruttereren hjelpe til med spørsmål og problemstillinger som kan dukke opp i forbindelse med flyttingen. Med et kontaktnett både innad i kommunen og med næringslivet og organisasjonene ellers i kommunen kan innbyggerrekruttereren hjelpe til i arbeidet med alt fra byggesøknader til arbeidsmuligheter (Arnesen 2012).

I 2009 satte kommunen opp viktige strategier for innbyggerrekrutteringsprosjektet. Hovedmålet har vært å øke antall innbyggere med 1% per år, altså 170 personer. Målgruppen i prosjektet er unge voksne i alderen 28-40 år som har bodd i Kongsvinger, men som nå har flyttet til Oslo-regionen for utdanning og/eller arbeid. Kommunen ønsker at de skal se Kongsvinger som et alternativ å flytte tilbake til etter endt utdanning.

Kongsvingers egne innbyggere er også en del av målgruppen. Prosjektet skal bidra til at flest mulig av innbyggerne ser de muligheter som finnes i kommunen, slik at de blir boende og bidrar i den videre utviklingen av Kongsvinger, som gode ambassadører for byen. Kommunen ønsker selvfølgelig også helt nye innbyggere velkommen til Kongsvinger, selv om de ikke er i den spesifiserte målgruppen.

De følgende temaene er prioriterte i utviklingen og markedsføringen, da det er kommunikasjonsområder som hovedmålgruppen er opptatt av. Jeg har spesifisert hvilke konkrete tiltak Kongsvinger tilbyr og trekker frem i forbindelse med kommunikasjonsområdene:

- **Oppvekst:** Kommunen har i de tidligere årene tilbudt barnehagegaranti med plass på dagen, eller etter hvert i løpet av 14 dager. Dette tilbudet er redusert til to opptak per år fra og med 2013.
- **Arbeidsliv:** Spennende stillinger i byen, men også kort vei og gode muligheter for pendling til Oslo og Gardermoen.
- **Bomiljø:** Billige og varierte boliger til prisen av 1/3 av det det koster i Oslo.
- **Kultur og fritid:** Toppidrett, idrettsanlegg, 350 lag og foreninger. Aktivt rådhusstilbud med konserter, kino og underholdning.

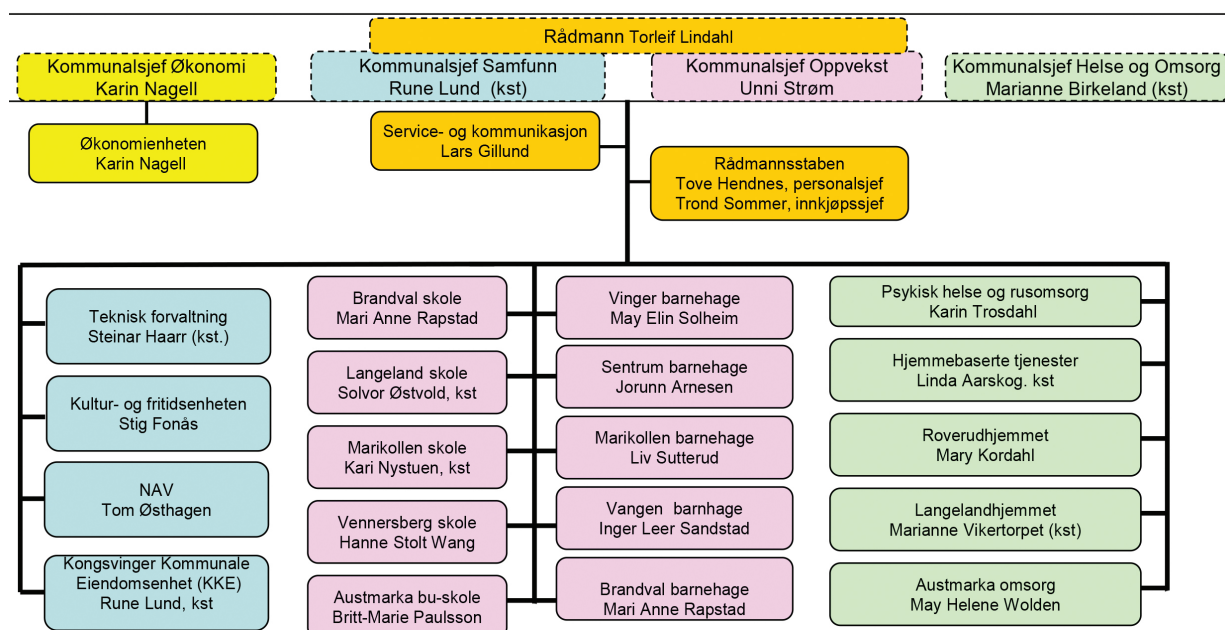
Siden 2009 har satsningen vært stor i innbyggerrekrutteringsprosjektet. Det har blitt arrangert innflyttermøter med nye tilflyttere, og tilsvarende utflyttermøter i Oslo for personer som har flyttet fra Kongsvinger til hovedstaden. Innbyggerrekruttereren har aktivt publisert innlegg på bloggen www.kongsvinger.no, og har laget en rekke filmklipp som skal bidra i omdømmebyggingen.

Høsten 2012 ble fokuset på innbyggerrekrutteringsprosjektet noe endret, og stillingen som rekrutterer ble delt mellom 60 % innbyggerprosjektet og 40 % i næringsutviklingsprosjektet K+ som skal stimulere til å skape flere arbeidsplasser i byen. Disse 40 % var finansiert gjennom Hedmark kunnskapspark, de andre 60 % gjennom kommunen og fylket. Denne fordelingen skulle være gunstig da det å tilrettelegge for flere arbeidsplasser også kunne stimulere til å trekke flere innbyggere til distriktet, og begge delene ville gi synergieffekter til hverandre. I januar 2013 ble strategien endret ytterligere, og innbyggerrekruttereren jobber nå kun 30% direkte med innbyggerrekruttering (kongsvinger.no 2013).

Det har samtidig blitt sendt søknad til Hedmark fylke om støtte til en videreutvikling og spissing av innbyggerrekrutteringsprosjektet som er drevet siden 2009. Hedmark fylke har også målsetting om befolkningsvekst, og Kongsvinger håper gjennom innbyggerrekrutteringsprosjektet å kunne bidra til dette (Arnesen 2012).

STRUKTUR I KONGSVINGER KOMMUNE

Innbyggerrekruttereren jobber ikke alene, men skal spille på lag med de andre delene av kommunens forvaltning. De delene av kommunestrukturen som er mest relevante for oppgavens tema er Avdeling for samfunn, teknisk forvaltning og kultur og fritid, samt kommunikasjonsavdelingen som ligger som en egen avdeling under rådmannen.



Figur 11: Organisasjonskart Kongsvinger kommune. Fargekodene viser hvilke avdelinger som ligger under hver kommunalsjef/stab.

Figur: Kongsvinger kommune

Samfunnsstaben (markert som kommunalsjef samfunn), er viktig fordi det er denne avdelingen som har ansvaret for byutviklingen. Rådgiver for idrett i kultur og fritidsenheten har utarbeidet Melding for fysisk aktivitet, og har ansvaret for kommunens idrettstilbud, samt tilbudet til friluftsliv. Samarbeidet med organisasjonene som driver idretts og friluftslivsorganisasjonene er essensielt. Innbyggerrekruttereren er hovedpersonen for omdømmearbeidet, og kommunikasjonsavdelingens oppgave er å publisere og bidra med å nå ut til folket.

Selv om Kongsvinger er en liten by har kommunen mange ansatte og en bred faglig kompetanse. Samfunnsavdelingen og teknisk forvaltning har landskapsarkitekter, byplanleggere, sivilingeniører og kartansvarlige som jobber hardt for den videre byutviklingen. I kommunikasjonsavdelingen er det per tid 4 fast ansatte. Disse har utdanning og kompetanse innen grafisk design, fotografi og kommunikasjonsfag (Arnesen 2012).

HVORDAN FORMIDLES INFORMASJON OM KONGSVINGER FRA KOMMUNEN?

Hvordan kommunen når ut til innbyggerne sine med informasjon har betydning for hvordan innbyggerne opplever kommunen sin og dermed hvordan de kan fremstå som gode ambassadører for den. Kongsvinger har lenge blitt oppfattet som en sovende og kjedelig by der det skjer lite, selv om det de siste årene har blitt satt mer fokus på byutviklingen enn tidligere. Spørsmålet er hvordan man gjør innbyggerne oppmerksomme på dette. Byutvikling tar tid og planene som er lagt for fremtidig utvikling i Kongsvinger er langsiktige. Kommunen har derfor vært forsiktige med å sette for mye fokus på å formidle planene aktivt. Dersom planene blir frontet for aktivt gir dette signaler om at alle planer vil bli realisert i løpet av kort tid, og innbyggerne vil bli skuffet fordi det ikke skjer. På grunn av dette har kommunen også villet vente med å bruke planene for byutvikling i omdømmebygging til de har konkrete ferdige anlegg å vise til.

Kommunen har til nå benyttet følgende virkemidler for å nå ut til kommunens innbyggere:

Internett

Aktørene i kommunen som er nevnt tidligere jobber på ulike måter for å nå ut til befolkningen med informasjon. Samfunnsstaben bruker kommunens hjemmeside som hovedplattform, i tillegg til lokalavis, planhøringer og lignende, mens innbyggerrekruttereren hovedsakelig bruker sin egen side kongsvinger.no. Kommunikasjonsavdelingen har det tekniske ansvaret for begge disse sidene, samtidig som de har en egen blogg om de sosiale mediene og virkemidlene Kongsvinger benytter for å være tilgjengelige for innbyggere.

Informasjonsmøter

I januar 2011 ble det avholdt møte med innbyggerne om fremtidsplanene og den røde tråden for hva de tenkte om fremtidens byutvikling. Håpet var at innbyggerne skulle få øynene opp for at det skjedde noe og kommer til å skje noe i Kongsvinger, selv om ting tar tid. Svært mange av innbyggerne deltok på dette møtet, og viste stor interesse for prosjektene.

Stunt for å visualisere fremtidige prosjekter

I forbindelse med kulturvandring i sentrum ønsket samfunnsavdelingen å visualisere prosjekter som var på gang ytterligere for innbyggerne. For å gjøre dette dekket de den parkeringsplassen som i fremtiden er planlagt opparbeidet som en grønn plass med plen og satte ut planter og benker på området for å vise prinsippet for fremtidig situasjon. De bygde også en midlertidig plattning langs elvepromenaden der det nå skal bygges et trappeamfi ned mot elven. Fordelen med denne visualiseringen var at planene ble synlige og enkle å forstå uten at man trengte å ha grunnleggende kunnskap i å lese plankart og beskrivelser. Dette ble svært positivt mottatt, og innbyggerne fikk i større grad enn tidligere øynene opp for at det faktisk finnes muligheter for byen (Nygaard 2012).

Lokalavisen Glåmdalen

Lokalavisen Glåmdalen utgis i distriktet, og inneholder lokalnyheter fra kommunene lengst sør i Hedmark og nabokommunene i Akershus. Nyheter om Kongsvinger og byutviklingen blir publisert i avisen, men det er svært varierende hvor ofte sakene dukker opp i media. Under denne oppgavens registreringsperiode (høsten og vinteren 2012-2013) har det vært få saker som har hatt direkte relevans for oppgaven, og jeg har derfor ikke inkludert dette videre.

VURDERING AV SENTRALE INTERNETTKILDER

Internettsidene jeg har undersøkt er:

- Kommunens hjemmeside www.kongsvinger.kommune.no
- Innbyggerrekrutteringssiden og Dags blogg, www.kongsvinger.no
- Informasjonssiden om Kongsvingers markedsføring, www.hvordan.kongsvinger.no

Selv om Kongsvinger tidligere har fått kritikk for manglende informasjon til sine innbyggere har kommunen satset stort på tilgjengelighet på sine internettsider og var tidlig aktive på sosiale medier som twitter, facebook og blogg. I 2009-2010 var det fremdeles ikke så vanlig for Norges kommuner å bruke de sosiale mediene for å ha kontakt med innbyggerne, og Kongsvinger ble i 2010 kåret til årets nettkommune av Difi (Direktoratet for forvaltning og ikt), på grunn av sine gode internettsider. I september 2011 fikk kommunen også pris som landets mest åpne kommune. Begrunnelsen for dette var kommunens åpenhet for befolkningen i saksbehandling, forvaltning og på sine hjemmesider, samt i kontakt med pressen og samfunnet (Arnesen 2012). Gjennom kommunens facebookside og twitterkonto kan innbyggerne stille spørsmål til kommunen, og finne nyttig informasjon. Jeg har ikke undersøkt disse informasjonskanalene ytterligere da de temaene som har blitt tatt opp der ikke har vært av direkte relevans. Informasjonen som finnes på de tre andre sidene har derimot større betydning for oppgaven.

www.kongsvinger.kommune.no

Denne siden er den offisielle hjemmesiden til kommunen, og er i hovedtrekk lik andre byers og kommuners hjemmeside. Formålet med siden er å gjøre nødvendig og relevant informasjon tilgjengelig for innbyggerne. Denne siden er saklig og konsis på de fleste områdene. Problemet er imidlertid at den inneholder så mange store temaer og linker at den blir uoversiktlig, og man må kjenne til plansystemene og riktige definisjoner på ord som arealplan, planprogram og lignende for å komme frem i søkemenyen. Man kan navigere seg gjennom de ulike fanene og linkene, men man må også da ha såpass kjennskap til kommunen at man vet hvilken avdeling som jobber med hva for å velge riktige menyer. Det er en fordel å vite hvor langt de planene man er på jakt etter har kommet i planprosessen. Er de lagt ut på høring, i kommunestyret eller er de vedtatt?

Presentasjon av friluftsliv og grønne områder

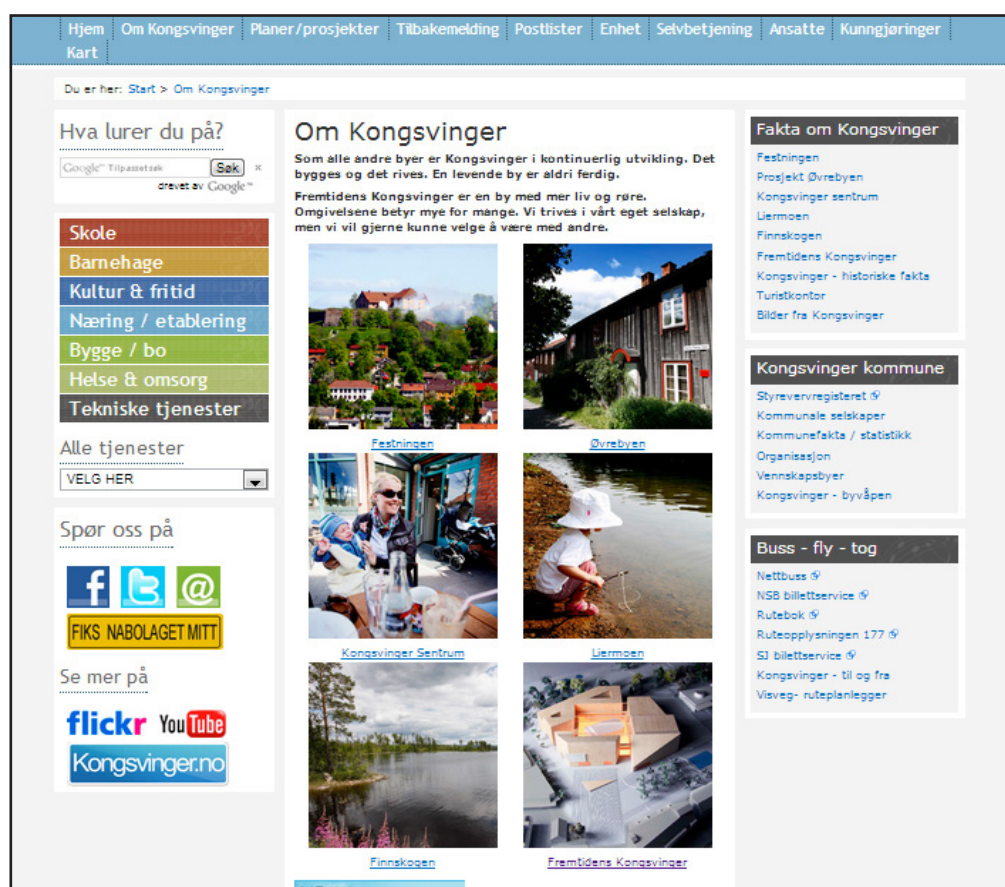
På forsiden er det en egen fane i menyen kalt «Om Kongsvinger». Ved å klikke seg inn på denne får man inntrykk av hva som er Kongsvingers viktigste fokus. Først kommer info om Kongsvinger festning, Øvrebyen, Kongsvinger sentrum, Liermoen, Finnskogen og Kongsvingers fremtid. Ved å klikke seg videre inn på dette får man informasjon om hotellplaner for festningen, utviklingsprosjekt for Øvrebyen, informasjon om nytt biblioteket og en setning om «vandrevegen» langs Glomma, informasjon om golfanlegget og turstiene på Liermoen, og nærheten til Finnskogen. Om Kongsvingers fremtid skriver kommunen følgende:

“Kongsvinger satser på sentrumsutvikling. Vi vil skape et sentrum for mennesker, ikke for kjøretøy. God offentlig kommunikasjon, tilrettelegging for fotgjengere og åpne offentlige byrom hvor innbyggerne er aktive og deltagende, skal kjennetegne fremtidens Kongsvinger. Mellom Glomma og festningen skal det etableres en Festningsaveny som vil binde sentrum sammen med det historiske Kongsvinger på en spennende og funksjonell måte”.

De ytterligere grønne kvalitetene og friluftslivstilbudet utenfor bykjernen er svært generelt informert om, og flere av fanene bærer preg av å ikke være oppdaterte etter 2011. Eksempelet som på neste side er illustrert med print screens fra internettsiden tar utgangspunkt i at man ønsker å finne kart eller informasjon om friluftslivstilbud i Kongsvinger.

Ved å gå gjennom hovedsiden inn i fanen “Kultur & fritid” velger man en meny for friluftsliv. Informasjonen som kommer opp er mangelfull og lite interessant for å finne ut av hva kommunen tilbyr. Opplysningene som blir gitt dreier seg kun om de generelle reglene for allemannsretten og bålbrenning. Dette er viktige temaer, men det er kanskje ikke dette man leter etter på kommunens hjemmeside.

Går man derimot ut av menyen om friluftsliv og inn i menyene om opplevelser i Kongsvinger, ramses det opp en rekke ulike aktivitetstilbud, der noen få er direkte rettet mot friluftsliv. Av disse er det to generelle temaer om jakt og fiske, informasjonshefte om friluftsanlegget Liermoen og Finnskogen.



Figur 12: Informasjon om Kongsvinger på kommunens internettside.

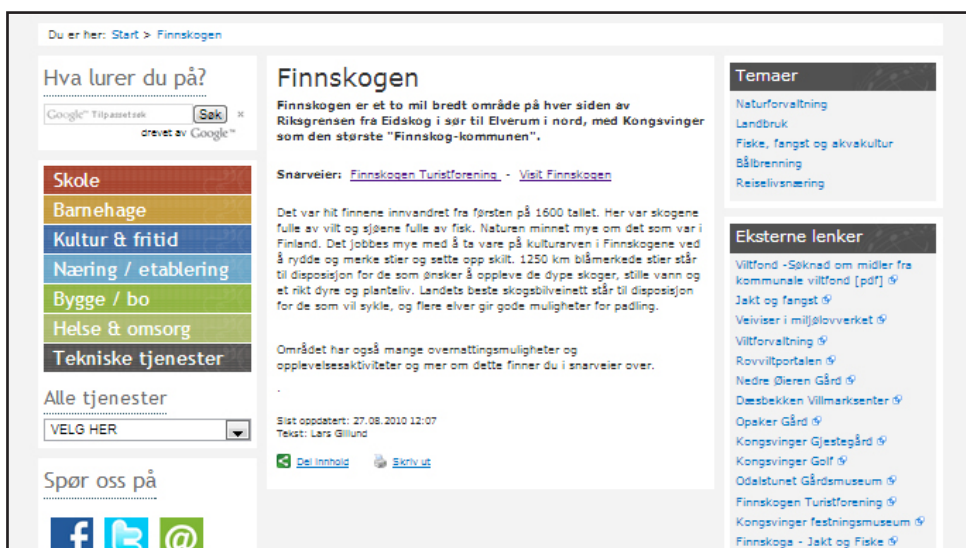
Print screen fra kongsvinger.kommune.no



Figur 13: All informasjon som er tilgjengelig gjennom temaet kultur, idrett og fritid. print screen fra kongsvinger.kommune.no



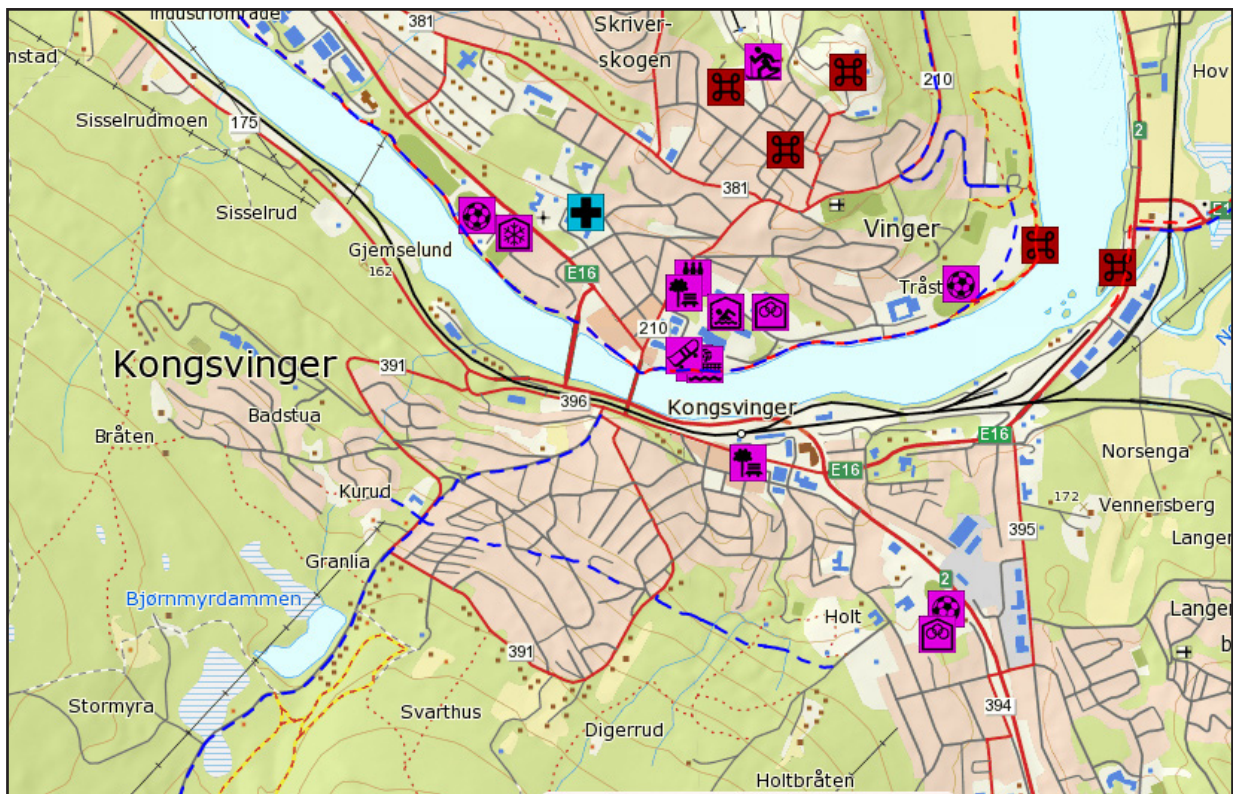
Figur 14: Tilgjengelig informasjon om friluftsliv er ikke fylt ut, og inkluderer kun informasjon om allemannsretten. Print screen fra kongsvinger.kommune.no



Figur 15: Informasjon om friluftaktiviteter finnes under informasjonen om aktiviteter i Kongsvinger. Informasjonen som finnes på nettsiden er begrenset, men linkene til ytterligere informasjon er gode. Print screen fra kongsvinger.kommune.no

Karttjeneste

Kongsvinger kommune har på sine sider fritidskart etter samme standard som de fleste kommuner har på sine sider. Kartet skal vise kulturtilbud, aktiviteter og viktige institusjoner i byen. Dette kartet er et av de få som ligger åpent tilgjengelig på kongsvinger.kommune.no, og som kan brukes som hjelpemiddel for å finne aktivitetstilbud i byen. Andre kart som finnes på siden er ikke like relevante med informasjon om aktiviteter, og man må laste ned egen programvare for å kunne åpne kartene. Kommunens fritidskart er lett å orientere seg etter og har merket ut eksempler på mulige aktiviteter, men mangler den utfyllende informasjonen som gjør kartet spennende. Kartet er generelt og ingen av tilbudene er nærmere beskrevet eller illustrert. Skal man danne seg et bedre bilde av bysituasjonen og hva som tilbys må man bruke tid på å undersøke selv, kontakte relevante foreninger, eller søke gjennom google for å finne tilfeldige og spredte småartikler. Sidene og informasjonen som blir formidlet bygger på at du allerede er lokalkjent i området, og vet hva som finnes hvor.



Figur 16: Eksempel på utsnitt av fritidskartet på kommunens hjemmeside.

Print screen fra kongsvinger.kommune.no

www.kongsvinger.no

Kongsvinger.no er innbyggerrekruttererens egen side. Innbyggerrekruttereren forklarer formålet med siden slik:

«kongsvinger.no skal holde deg oppdatert og hjelpe deg å finne svar på det du trenger å vite om Kongsvinger. Både du som bor her og du som er på vei hit...»

Siden er utformet som en blogg der innbyggerrekrutterer Dag Arnesen publiserer innlegg.

Gjennom Dags blogg får man informasjon om ulike ting som skjer i Kongsvinger, både i kommunal utvikling og i næringslivet, fritidsaktiviteter, kultur, historier og intervjuer med folk som har flyttet til byen, samt andre ting som er aktuelle i Kongsvingers nyhetsbilde. På mange måter er det som publiseres på denne siden «gladsaker» om positive ting som skjer med og i Kongsvinger, og hvorfor dette er en by man bør flytte til. Det er ingen tvil om at dette er en side som skal selge Kongsvinger.

Designet på siden er sprudlende og folkelig. Sitatet *«Det er godt å komme hjem igjen»* er inkludert i logoen på siden og henvender seg til tidligere utflyttere som er en av målgruppene kommunen ønsker å få tilbake. Det er også fokus på å gjøre innbyggerrekruttereren tilgjengelig ved spørsmål og for møter. Å kontakte innbyggerrekruttereren skal være en positiv opplevelse, et «lavterskeltilbud», og en enkel start på å komme inn i prosessen med å flytte til byen.



Figur 17: kongsvinger.no har en folkelig og morsom layout, med ønske om at man skal trives som innbygger i Kongsvinger
Print screen fra kongsvinger.no

I 2010 og 2011 ble det publisert flere kortfilmer på siden og gjennom filmdelingssiden youtube.com om Kongsvinger. Linkene til youtube.com ligger også i en egen meny på kongsvinger.no, og er dermed lett tilgjengelige. For å gi folk et innblikk i hva som foregikk i kommunen, og å gjøre innbyggerne kjent med fagpersonene som faktisk fattet beslutningene som påvirker dem, intervjuet innbyggerrekrutterer Dag Arnesen viktige personer i kommunen som satt med ansvaret for de ulike avdelingene i kommunens forvaltning.

I en annen serie, "Dags baksete", handlet hver episode om en bestemt person, som lokale kjendiser eller personer fra viktige organisasjoner i byen. Eksempler på folk som ble intervjuet var forfatterne Heidi Linde og Levi Henriksen (begge fra Kongsvinger), kommunens rådmann, lederne i Kongsvinger fotballklubb og også Kåre Willoch ble intervjuet i forbindelse med et besøk til Kongsvinger. Gjennom episodene blir gjestene intervjuet om sitt syn på Kongsvinger, nostalgiske minner fra byen, meninger om videre utvikling med mer.

Intervjuene blir foretatt i en bil mens de blir kjørt rundt i ulike deler av byen. Både faktavideoene om kommunen og Dags baksete har hatt mellom 100 og 700 visninger på youtube.

I serien Kongsvingerfilene er temaet hva som er Kongsvingers utfordringer, hva som mangler og hva som trengs for å få folk til å ville bo her. Også her blir kjente personer intervjuet og tidligere innbyggere og tilbakeflyttere forteller om hvorfor de kom hjem. Denne serien er den som har blitt sett flest ganger på kongsvinger kommunes youtubekonto. Visningstallene viser at filmene har blitt vist mellom 1000 og 4500 ganger. (youtube.no 2010).

Presentasjon av friluftsliv og grønne områder

I filmene som er publisert er det lite fokus på tilgjengeligheten på friluftsområder og grønne kvaliteter. Det lille som blir nevnt dreies kun rundt byutviklingen generelt.

Gjennom innbyggerrekrutterens blogginnlegg blir det innimellom frontet grønne kvaliteter som en del av tilbudene i Kongsvinger. Til sammen 37 av 431 publiserte innlegg gjennom de siste 4 årene dreier seg om kvaliteter som blir omtalt i denne oppgavens registreringsdel. 11 av disse dreier seg imidlertid om det tilrettelagte idrettstilbudet, som ikke direkte fokuserer på de grønne områdene. Liermoen blir omtalt 5 ganger, uteområdene eller parkkvaliteter ved Øvrebyen og Festningen 4 ganger, og Kongsvingers byutvikling 9 ganger.

www.hvordan.kongsvinger.no

Denne siden ble startet i begynnelsen av 2010, med det formålet å synliggjøre prosjekter som kommunikasjonsavdelingen jobber med. Siden skal synliggjøre problemstillinger og ideer, få tilbakemeldinger og dialog på ideer og valg, og å dokumentere prosesser og prosjekter. Siden er en blogg, der temaet er bruk av sosiale medier, design, teknologi, kommunikasjon og kommunikasjons- og webstrategi. (hvordan.kongsvinger.no 2010).

Siden fokuserer først og fremst på de tingene kommunen legger ut på de sosiale mediene twitter, facebook og bloggene. Den publiserer innlegg om vurderinger av nettbruk i en organisasjon som kommunen, og gir informasjon om hva kommunikasjonsavdelingen og innbyggerrekruttereren foretar seg. Dette er siden som forteller bakgrunnsinformasjon om kongsvinger.no, om hvordan den kreative prosessen foregår for å bidra i markedsføring og om hvordan man lager internettsidene. Det er lite informasjon om hva som foregår i kommunen utover kampanjer og sosiale medier, men dette er heller ikke meningen. Å registrere denne delen av kommunens markedsføring i oppgaven er allikevel viktig fordi det er kommunikasjonsavdelingen som nettopp bidrar til kommunikasjonen mellom kommunen og innbyggerne.

Da siden var ny ble det stadig oppdatert og lagt ut nye innlegg på www.hvordan.kongsvinger.no. I den siste tiden har det derimot blitt stadig sjeldnere. I løpet av 2012 ble det publisert 2 innlegg, det siste i april.

Vurdering av nettsidene

De tre internettsidene fremstår på ulik måte og har ulikt hovedfokus. På kommunens hjemmeside er informasjonen spredt, og man må lete etter informasjon i planer, linker, små publiserte tekster og dokumenter som må lastes ned. Det er derfor komplisert å finne den mest nyttige informasjonen på nettsiden. Informasjon om de grønne områdene er mangelfull, både med tanke på informasjon om turmuligheter, idrettstilbud og natur utover Finnskogen.

Der kommunens hjemmeside følger standarden for kommunale hjemmesider med kortfattet og generell informasjon er kongsvinger.no en mer publikumsvennlig og folkelig side. Det skal være hyggelig og morsomt å kontakte innbyggerrekruttereren hvis man vil flytte til Kongsvinger og ønsker hjelp. Dette er positivt fordi det å ta kontakt med kommunen blir enkelt og hyggelig, og ikke stivt og formelt.

Siden fremstår til dels som en salgsside, og hvis man ikke blar bakover i bloggarkivet er det tilfeldig hvilke inntrykk man får av Kongsvinger gjennom bloggens innlegg. Med denne siden blir byen sett gjennom innbyggerrekruttererens øyne, og man får ikke direkte fakta om byen og kvalitetene som finnes der. Hvis bloggen også hadde inneholdt mer visualisering og nøytral fremstilling av hva som finnes i byen, kan siden bli enda mer nyttig for folk som vurderer å flytte hit. Troverdigheten blir også ytterligere forbedret, og salgspreget blir mindre påfallende.

hvordan.kongsvinger.no er en side som ikke direkte har som formål å fronte konkrete saker som pågår i kommunen, men å formidle hva kommunen gjør for å markedsføre byen. Det er i denne delen av kommunestrukturen vi finner de fagpersonene som har spesialkunnskap om design, foto og media, og som kan bidra med å visualisere kvaliteter både i forhold til det grønne og til andre kvaliteter i byen for allmennheten. Det ville vært gunstig med et tettere samarbeid mellom fagpersonene, slik at informasjonen når bedre ut til innbyggerne og eventuelt til de som ikke kjenner kommunen godt, men vurderer å bli nye innbyggere.

“KONGSVINGERGUIDEN”- INFORMASJON OM KONGSVINGERS TILBUD TIL FRILUFTSLIV OG GRØNNE KVALITETER

Til slutt i mine registreringer av strategiene for markedsføring har jeg inkludert et prosjekt som bymagasinet Kongsvingerguiden har hatt siden 2012. Prosjektet er ikke i direkte regi av Kongsvinger kommune, men har vært et godt eksempel på hvordan man kan presentere de grønne kvalitetene for innbyggerne.

Kongsvingerguiden er et magasin som utgis av foreningen Byen vår. Byen vår har som mål å skape vekst og trivsel i Kongsvinger. Foreningen har fire ansatte, et styre på åtte personer i tillegg til leder, og en rekke medlemmer både fra handelsstanden, andre foreninger og private. Byen vår initierer arrangementer i byen som konserter, kremmertorg, barnas dager og vinterfestival. De samarbeider også tett med kommunen om byutvikling, og har deltatt i flere arbeidsgrupper, blant annet om den nye lekeplassen i Byparken, se de fysiske registreringene. Hilde Nygaard er kontaktpersonen fra kommunen til Byen vår.

Gjennom sin internettside www.byen-var.no og det månedlige magasinet Kongsvingerguiden skriver Byen vår om hva som foregår i Kongsvinger. Bladet sendes ut til alle innbyggere i Kongsvinger kommune. I 2012 har Kongsvingerguiden hatt en artikkelserie som de har kalt «Månedens tur». Gjennom denne ønsker de å presentere fine turmuligheter som finnes rundt i kommunen, og å få folk ut i naturen.

Designet på tipsene er bra og tipsene er godt illustrert både med kart og bilder av stedet. Tekstene forklarer i tillegg hvorfor det er verdt å prøve turene. Det har vist seg at flere av turene har blitt hyppigere brukt etter at tipsene stod på trykk, basert på antall oppføringer i turbøker som ligger langs rutene. Dette vitner om en interesse blant befolkningen for økt informasjon om turtips for å komme seg ut i naturen. På sikt vurderer «Byen vår» å samle turtipsene til et eget hefte, når det blir flere artikler (Løvtjernet 2012).

Gjennom kommunens samarbeid med «Byen vår», har man lykket i å etablere en ekstra informasjonskanal ut til innbyggerne. Byen vår har et tydelig engasjement for å informere og å inspirere innbyggerne, og gir på denne måten månedlig ut informasjon om kommunens grønne kvaliteter gjennom artiklene.

MÅNEDENS TUR

Månedens tur i januar: STRANDPROMENADEN LANGS GLOMMA

- START:**
- Møteplass Mølleparken, skilt nedenfor Scene U/Sentrum videre gjennom skole.
 - Industriområdet på Langeland, ved for eksempel rensesanlegget. Brukbar sti/veg videre i begge retninger.
 - Nord-Tråstad.

- SLIK KOMMER DU TIL/PARKERER:**
- Sentrum nord.
 - Erik Werenskioldveg (fra rv210 litt nord for Vinger kirke) til P-plass ved Kongsvinger Tennisklubb.
 - P-plasser ved industriområdet/butikker på Langeland.

CALENGE
NORD-TRÅSTAD - LANGELAND:
 4 km + retur enten samme veg, andre gangveger eller sentrumsgater.

AVSTANDER:
 Møteplass Mølleparken østover mot Tråstad: Ca. 500 meter til Krokvegen. Møteplass Mølleparken vestover mot Langeland: Ca. 500 meter til tårne Gjemselund bru. Videre ca. 500 meter til midt på Gjemselund stasjon.

SEVERDIG:
 Tråstad skanse, Mølleparken/Sentrum videre gjennom skole, naturen langs Glomma.

RASTEPLASSER/BELYSNING:
 Benker inntil eller i nærheten. Delvis belyst.

ÅRSTID:
 Alle årstider, men deler av Strandpromenaden brytes ikke.



I 2012 vil vi anbefale en tur ut i naturen hver måned - i hele kommunen. En undersøkelse sier at gjennomsnittsnordmannen går på tur 35 ganger per år. Det er et bra tall og noen er nok også over gjennomsnittet, mens andre kanskje ikke er i nærheten av dette eller aldri går på tur.

Turtipserne skal heretter dere lesere gi oss. Send en e-post til info@byen-var.no, gjerne med et bilde fra turstedet. Si fra om du ønsker navnet ditt oppgitt eller ikke. Vi vil ha turer i hele Kongsvinger, her skal vi besøke alle kroker og krokar, sentrum og avsidesliggende steder. Du må derfor oppgi hvor man kjører/går til startsted, evt. parkerer, omtrentlig lengde på turen du foreslår, om det er rasteplass e.l., hva som er så spesielt med denne turen, for eksempel flott utsikt, mye bar, godt fiskebrett, fin badeplass, bra skiløype, ja, det er du som kjører stedet og kan anbefale. Turforslaget tilpasses årstiden.

For å komme i gang, om ikke annet enn med en tur på 500 meter, foreslår vi en rute langs Strandpromenaden i Kongsvinger sentrum. Snøforholdene får avvære hvor lang turen kan bli, men du vet, den kan jo gjennomføres i andre måneder enn januar også. Bor du i en av grenene langt utenfor sentrum, ta en tur her du også når du er i byen! Tar du turene vi anbefaler, ta med kamerer og send oss bilder som gjerne er tatt i stående format. Kanskje nettopp ditt bilde blir første-sidebilde i Kongsvingerguiden en gang. God tur!



MÅNEDENS TUR

I januar presenterte vi løypenettet på Ringshella, Brandval. Dermed var det naturlig å møte dette nettet sørfra i februar og vi utfordret KIL-Ski. De tok utfordringen og vi takker Svein Johansen for denne artikkelen med bilde og løypekart.



SKITUR TIL SKIHYTTE ELLER LENGRE

I Kongsvinger ønsker skiløypene velkommen helt nede i byen. De byr på tråkeskinnerop til Skihytta på Tjensli og langturen til Ringshella i Brandval og Trondbu i Sar-Odal.

Kongsvinger er en heldig by. KIL-skiløypenettet starter helt nede i bebyggelsen, det er gode (gratis) parkeringsmuligheter, og du kan gå et utall varierte turer i flott natur. Her er noe for alle skiløyper - fra de på de aller første kakaorturen til de som ønsker seg stupende akter på fem mil og mer. KIL-ski rydder løypene og kjører opp tråkeskinner og skytetraser med sin nye maskin fra 2012.

START HER
 Du kan gå fra Tråstad ved u-skolen, fra Skytebanen/Kvinnumseet i Øvrebyen og fra gangbua over Bukkene Bruas veg på Vangen. Mange begynner også på Skiløypelegget på Sarter, like ved Politthøgskolen. Da kjører du Vestre Solaveg (FV 210) ca 3 km fra Vinger kirke, tar inn til vestre til Politthøgskolen og videre til høyre noen hundre meter opp i skogen.

FINN DIN TUR
 Løypene går nordover til Skihytta på Tjensli, 7,4 kilometer fra utgangspunktene. Her er et vell av valg, langs Klavervegen eller Retrettsvegen, over Bogerflaya eller Bogerjøen, eller via Sarterstangen. Kikk på kartene som er satt opp rundt om i løypene og lag dine egne rundturer.

Skihytta er åpen kl. 11-15 hver søndag i sesongen og frister med toddy og vaffer og sprakende peisål.

FAMILIEGÅD PÅ SETER
 Mange barnefamilier legger skidagen til skianlegget på Sarter. Her har de flotte muligheter til høye stier, like ved vegen. Sjettenuten kan variere etter hvor langt du vil sykle.



PÅ LANGTUR
 Ved Skihytta samler nett og tar videre nordover til Ringshella langs en østre og en vestre rute, slik at du kan gå en runde. Terranget er stortstilt - blå høydedrag, gammelskog, langstrakte myrer. Fra Skihytta er det ei lita mil til Ringshella og enda ei til Trondbu. Starter du på Kongsvinger, kan du få deg turer på fem-seks-tju mil.

FØLG MED PÅ FACEBOOK
 På KIL-ski løypenettet på Facebook kan du følge med på løypeoppgraving i KIL-skiløypene i tinnarmet snøtid. Gå inn og lik sida, så popper det opp meldinger på skjermen din etter hvert som løypene blir kjørt opp.

LYSLOYPE
 Skianlegget på Sarter har et god, kupert lysløype på ca 4 km. Lyslet er tent mandag-fredag kl. 18-21. Å bruke løypa er gratis.

MÅNEDENS TUR

Månedens tur i august: BÆREIA RUNDT

I august er det fortløpendig mulig å ta en badetur. Vi foreslår en vandring rundt Bæreia med et lunt bad i sjøen undervegs og/eller etter endt runde.

SLIK KOMMER DU TIL
 Følg skiltning til badeplasse fra rundkjøringen ved busstopp på Kurvstrand, så du Bæreiaavengen. Ca. 3 km fra sentrum til parkering ved badeplasse Bæreiaavengen. Når du går "med sola" på skogsti og grusveg. Fra P-plassen finner du stien på vestre side ved skiløypehuset. Stien er merket med Lina og Bæreia rundt. Merket løype med informasjonen går opp på Sætervegen og følger denne et stykke før den går ned igjen til sjøen lengre sør.

LENGDE
 Bæreia rundt er ca. 8 km. Utten rasteplasser og i vanlig gangtempo tar det ca. 1 1/2 time, men for all del, legg inn noen kosselige stopp underveis.

SEVERDIG
 Sjøen, naturen, blåskara, fuglelivet, lakken og mye mer. Mat og drikk er alltid kosselig på tur, benytt rasteplasse eller de naturlige fine stedene å stoppe opp. Mat særstøtelsen av sjøen har Lina laget et flott anlegg for rasting, den skåle Lina-sønnen. Her er det utsikt, rastebord m.m. og i turhølet er det plass til mange flere navn.

Forsvarets Veteransenter, det tidligere Krigsinvalideheimet, synes godt fra flere steder der det ligger opp i la.

Etter endt tur blir det en dukkert på den fine stranda på Bæreiaavengen, et stort kommunalt parkområde med rastebenk, skiløyper og toaletter.

Likn ved P-plassen er det ry, store kaffebønner for hundar, her kan de arbeide lukt og bli kjemt med hverandre.

GI OSS DITT TIPS
 Her du er turforlag i Kongsvinger kommune? Send en e-post til info@byen-var.no, gjerne med et bilde og litt opplysninger om stedet. Du kan også ringe oss på tlf. 62834630. Sammen finner vi en løsning på presentasjonen av turen.



Det er mulig å gå stien langs sjøkanalen i kuppet lende. Her er det mange hytter, respekter privat eiendom.



MÅNEDENS TUR

SYKKELTUR TIL SKOLEMUSEET PÅ SKINNARBØL

Etter flere vandringar i skogen, er det nå tid for en sykkeltur. For den som ikke har sykkel eller av andre årsaker ikke kan dra på sykkel, er det god parkeringsplass ved museet og fullt mulig å rusle litt på området eller ta en liten fortur i nærheten.

SLIK KOMMER DU TIL:
 Utgangspunkt Sundshjørnet i sentrum syd. Følg rv 20 til Norsenga, rv 200 (Måsterudvegen) til høyre. Stier ca. 5 km er Skolemuseet på høyre side, like ved vegen. Sjettenuten kan variere etter hvor langt du vil sykle.

Alternativ 1: Familieturen: Tilbake samme veg ca. en km, til høyre Jærvegen før du tar som ofte betegnes som «vatergløden ved Vingervegen».

Alternativ 2: Næste veg til vestre etter Skolemuseet, fv 367 (Røderudvegen) til Roverud, rv 20 tilbake til sentrum (nye trafikk), ca. 25 km runde.

Alternativ 3: Rundt Vingervegen, dvs. en kilometer tilbake der du kom, til vestre fv 367 (Gravelvegen) mot Graneli, opp Liebakken, over Lærmoen og rv 2 til sentrum (nye trafikk), ca. 17 km runde.

Enda lengre tur? For eksempel ca. 15 km til Måsterud og derfra diverse muligheter. Skogstier og godt egnet for sykling er det også mange av, finn et kart over Kongsvinger kommune og planlegg.

SEVERDIG:
 Selvså målet for turen, Skolemuseet på skinnarbøl, skolebygningen er fra 1862 og det var skole her til 1924 da den nye skolen på naboeiendommen ble tatt i bruk. Gamlekolle ble i mange år etter det brukt som lærerboli. Skolemuseet tilhører Skinnarbøl gård, men museet har en langtgående leasavtale. Det har vært skolemuseum her fra 1988, det ble åpnet i f.m. den norske skolens 250-årsjubileum.

For øvrig ble det feint 150-årsjubileum for skinnarbøl skole i juni i år. Her er mange skoleminner fra hele kommunen samlet i de to klasserommene. Hvem av oss eldre husker ikke blekkhus og pennesplinter, kartplanner og pekkattikk. Mads Berg «Skolens sørgbøk» - den med målretten på en furutopp, korstingsbroderier og den vanlige spekefjela fra sløyden? Sitt ned ved en slutt treppel og opplev det på nytt, nå slipper du å plundre med ABC'n og formaskiftbordene! Mange klassebilder pryder veggene, her kan du karakje finne deg selv og kjente. Dere som har gått i den moderne skolen, vil også oppleve mye interesse her og mye artig å vise barna.

Historielagets i kommunen sørger for åpent museum og salg av saft, kaffe og vaffer alle søndager i juli.

En avslutning til «Dronningens kilde» like i nærheten kan gjerne kombineres med museumbesøket. Fortsett Måsterudvegen et par hundre meter forbi museet, på vestre side er det en liten veg med foran et grustak. Gå innover i grustaket, på høyre side ligger for en stor stein finner du kilden hvor det står at Dronning Sofie skattet tørtet på sine mange rideturer i omgaven. Dronningen av Norge og Sverige tilbrakte sommerferien på Skinnarbøl (det rous slottet) i årene 1892-1904 og besøpste seg flittig av naturen rundt gården.



Her du er turforlag i Kongsvinger kommune? Send en e-post til info@byen-var.no, gjerne med et bilde og litt opplysninger om stedet. Du kan også ringe oss på tlf. 62834630. Sammen finner vi en løsning på presentasjonen av turen.

Figur 18-21: Bildene viser eksempler fra artikkelserien "Månedens tur" som har blitt presentert i Kongsvingerguiden det siste året. Figur: Kongsvingerguiden, Byen vår

DEL 3:

**REGISTRERINGER
-Fysiske**

ANALYSETEMAER

Formålet med registreringsdelen er å belyse ulike grønne kvaliteter og områder i og rundt byen som innvirker på den helhetlige opplevelsen av Kongsvinger.

Følgende registreringer er inkludert:

Landskapsbilde og arealdekke

Landskapsbildet og arealdekkene er to av de mest avgjørende faktorene for friluftslivet. Topografien legger føringer for hvor tilgjengelig naturen er og hvordan aktiviteter som kan gjennomføres og tilrettelegges for. Arealdekkene setter i likhet med topografien premisser for hvordan arealene kan brukes, men variasjonene i vegetasjonstyper tilfører også ulike opplevelser til friluftslivet. En tur langs en åpen elvepromenade gir eksempelvis en helt annen opplevelse enn en turrute som går gjennom tett barskog.

Bystruktur: Boligområder, friområder, idrettsanlegg, skoler og barnehager

Målet for Kongsvinger kommune er å tilrettelegge for nye innbyggere. Det grønne tilbudet man tilbyr, og eventuelt markedsfører, må derfor henge sammen med reelle behov man har som permanent innbygger i området. Disse behovene vil avhenge av bosituasjonen og tilgangen på grønne områder.

Grønnstruktur

Grønnstrukturen i sentrum supplerer registreringen av bystrukturen. Ved å supplere kartlagte friområder med andre grønne elementer i byen kan man se helheten og sammenhengen når man oppsummerer analysen.

Forbindelseslinjer for myke trafikkanter; Gangveger, sykkeløyper, turstier og skiløyper

Forbindelseslinjene avgjør hvor lett det er å komme seg fra bykjernen eller boligområdene ut til marka eller de grønne områdene i byen. Dersom man er avhengig av motorisert ferdsel eller god planlegging for å benytte det aktuelle grøntområdet vil den daglige bruken bli mindre.

Kulturminner

Kulturminner kan benyttes i friluftslivstilbudet, for eksempel ved å inkludere dem i turstier eller som severdigheter alene. Jeg vil undersøke hvordan kulturminnene er blitt brukt i Kongsvinger, og hvordan de kan brukes videre i tilretteleggingen.

Spesielle friluftskvaliteter utenfor bykjernen

Gjennom registreringsarbeidet er det enkelte friluftskvaliteter jeg har ilagt større betydning med fokuset på friluftslivet. Ikke alle områdene har blitt presentert i de andre analysene. Friluftskvalitetene har blitt valgt ut på bakgrunn av hvor viktige de er for innbyggerne, den spesielle tilretteleggingen som har blitt gjort, eller en spesiell opplevelse eller kvalitet de tilfører til byen.

Byutviklingsplaner

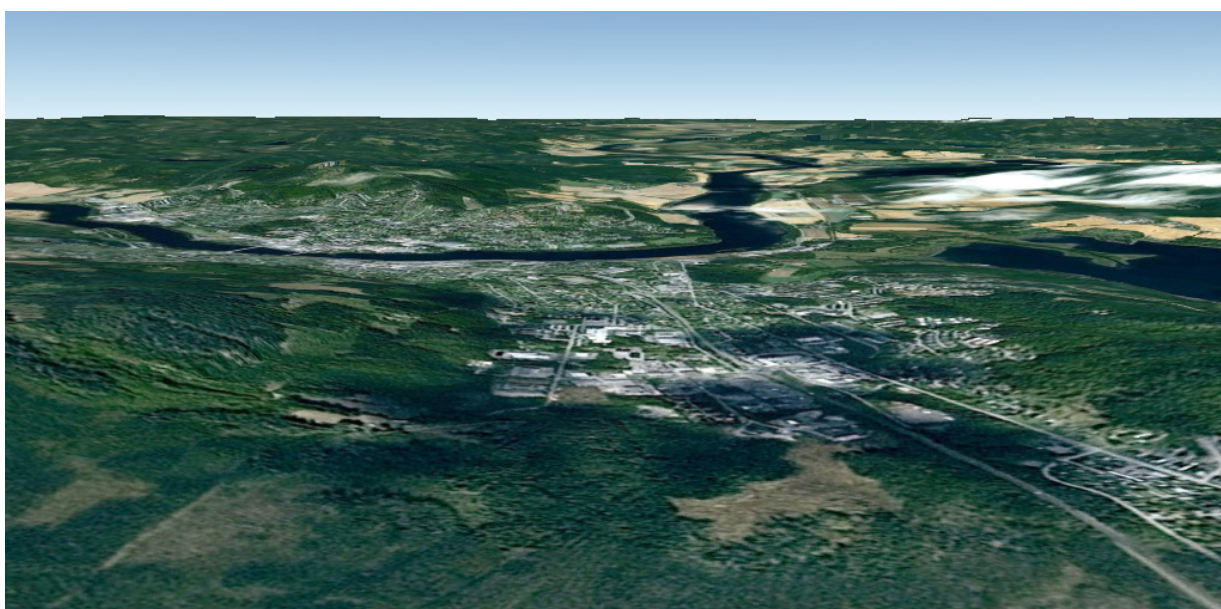
Eksisterende situasjon må sees sammen med fremtidig utvikling. Kongsvinger har flere utviklingsplaner som er vedtatt, men ikke enda realisert. Når disse planene står ferdige vil de imidlertid ha innvirkning på de andre analysetemaene.

LANDSKAPSBILDE OG AREALDEKKE

Landskapsbilde og arealdekke

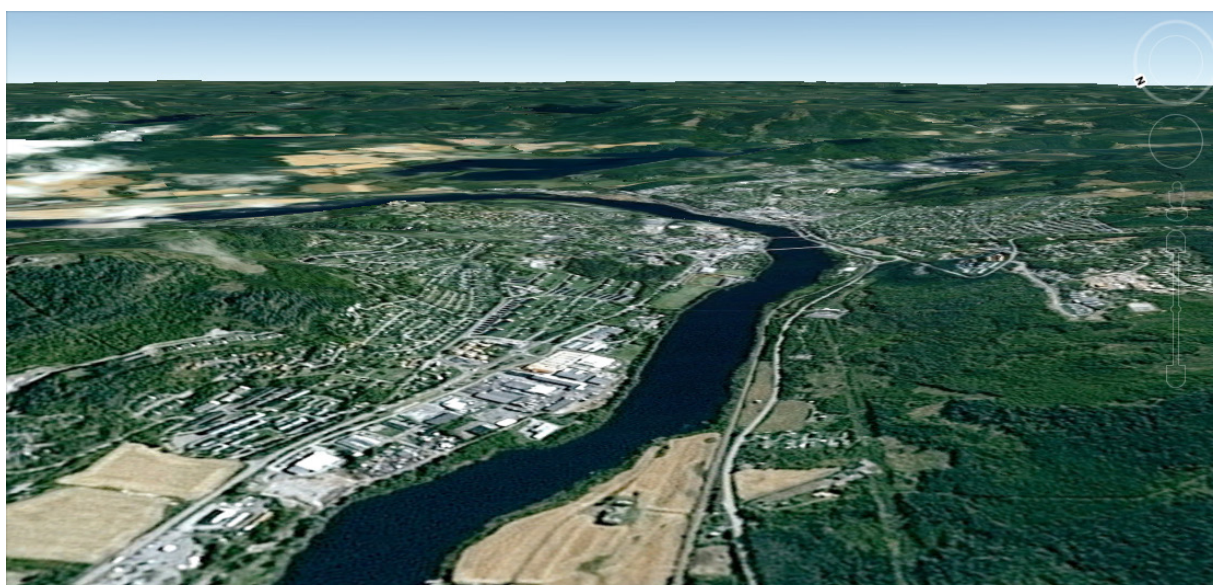
Kongsvinger by ligger som en kjerne i mellom skogkledd åser rundt det lavereliggende bysenteret. Barskogen omkranser åsenes silhuett rundt byen på alle kanter, og gir identitet.

Fra markaområdenes overgang til bysonen er det flere steder gode utsiktspunkter. Byens topografi gjør den enkel å orientere seg i, da man alltid har landskapet rundt å forholde seg til. Nord for byen er åsene brattere, og ferdselsårene ut til marka er mer samlet på de stedene der topografien tillater det. Der det er slakere helninger er tilgjengeligheten god.



Figur 22 og 23: Kongsvinger omgis av et bølgende, skogkledd åslandskap. Over: Byen sees fra sør mot nord.
Under: Byen sees fra vest mot øst.

Figur: Google Earth



Vann

Elven Glomma renner i en skarp sving gjennom byen, og deler sentrum i to. Elveløpet og fallforholdene fører til at det er sterke strømninger i elven, og tilrettelegging for eksempel strender og badeplasser er ikke mulig. I tillegg til elven er det flere mindre sjøer i nærområdet. Nærmest sentrum finner vi Vingersjøen. Også sjøene Bæreia, Lierfløyta og Sigernessjøen er innenfor planavgrensningen.



Figur 24 og 25: Til venstre: Elven Glomma renner gjennom sentrum og deler byen. Høyre: Bildet er tatt ved Vingersjøen. Kongsvinger by befinner seg til høyre for utsnittet.

Figur 24: Kongsvingerguiden 25: Emilie Agnæss

Skogkledd mark

Barskogen er mest dominerende i planområdet. Granskogen av ulike typer er mest utbredt, selv om det flekkvis er områder av varierende størrelse dekket med furuskog. I planområdet dreier dette seg om mindre koller og moer. Furskogen tilfører en mer åpen og luftig kvalitet til friluftslivstilbudet, og eksempelvis på Liermoen er furskogen viktig for friluftsopplevelsen. I overgangssonene mellom bebyggelse og bymarka er det forekomster av lauvskog.

Blandingsskog med innslag av edelløvtrær

I Festningsskogen som ligger på østsiden av festningen er det forekomster av edelløvtrær. Nord for festningen ligger det også kalkfurskog og engvegetasjon. Området er merket som viktig fordi det har et meget verdifullt biologisk mangfold. Skogen her har i år blitt tynnet og skjøttet slik at edelløvtrærne ikke skal bli utkonkurrert av annen vegetasjon. Forsvarsbygg står som eiere og ansvarlige for utviklingen. Området skal videre gjøres mer tilgjengelig for friluftsliv med naturstier, benker, møteplasser og informasjon.

Innmark

Der det ikke er skog, bebyggelse, tjern og sjøer er det jordbrukslandskapet som dekker arealene. Særlig rundt Vingersjøen er det jordbrukslandskapet som er mest dominerende. Selv om innmarken ikke er tilgjengelig for allmenn ferdsel utover perioden 15.oktober-29.april, er veiene som går mellom jordene allikevel svært aktuelle for bruk hele året.

Bebyggelse

Bebyggelsen ligger konsentrert i midten av planområdet med naturen rundt. Ytterligere informasjon og detaljer om de bebygde arealene finnes i bystrukturanalysen.

For analysekart, se vedlegg.

BYSTRUKTUR; Friområder, boligområder, idrettsanlegg, skoler og barnehager

Historie

Byen er utviklet i flere trinn, og har store variasjoner i byggeskikk og byutforming. Kongsvinger festning ligger lengst nord i bykjernen. Den ble etablert i 1682 og la grunnlaget for byutviklingen. I forbindelse med byggingen av festningen utviklet det seg et handelssentrum, og Kongsvinger leir nedenfor festningen ble bosatt av militærfamilier, håndverkere og handelsfolk. Denne bydelen utviklet seg, og er i dag en del av Øvrebyen, se kulturminner.

I 1856 fikk Kongsvinger bru over Glomma, og jernbanen med stasjon ble bygget på sørsiden av elven. Dette medførte en utbygging og utvikling også på denne siden av byen. Sentrum av bykjernen ble bygget ut til slutt i første halvdel av 1900-tallet, og er i dag hovedsentrum i byen, med en mer moderne fremtoning (Dronninga landskap 2011).



Figur 26 og 27: Eksempler på ulik byggeskikk i Kongsvinger. Til venstre: Øvrebyens smale gater og gamle trehus. Til høyre: Arkitektur fra nyere byggefase i Storgata i Midtbyen

Figurer: Dronninga landskap

Service og næring

Midtbyen sammen med byområdene på sørsiden av elven er Kongsvingers bysentrum. Alle viktige instanser som rådhus, handel, kino og diverse servicebedrifter finnes i denne bydelen.

Friområder

Vi finner de større friområdene kun i sentrum i Midtbyen på nordsiden av Glomma. Disse vil bli utdypet nærmere under grønnstrukturtemaet. I boligområdene er det også flekkvise mindre friområder. Friområdene her gir ulike tilbud til boligområdene og inneholder lekeplasser som ofte er tilknyttet idrettsanleggene, barnehager og skoler. Det dreier seg også om enkelte ferdselskorridorer ut til marka, små vegetasjonsområder og i Øvrebyen mer kultiverte små parker som i dag fungerer som gode møteplasser.



Figur 28: Herdahlsparken i Øvrebyen, en liten lommepark som fungerer som møteplass. Figur: Dronninga landskap

Boligområder

Det er flere boligområder i Kongsvinger, men de er organisert på en slik måte at de fremstår som to relativt helhetlige belter nord og sør for byen, som trekker seg oppover åsene som henvender seg til sentrum. Dersom kommunen skal nå målet sitt med en befolkningstilvekst på 1 % i året, må det bygges ca 130 nye boliger hvert år. Det er regulert til nye boligområder i sammenheng med de eksisterende for å unngå smågrupper med bebyggelse spredt ut i marka. (Kongsvinger kommune a 2009).



Figur 29: Figuren viser hvordan boligområdene strekker seg langs hele åsen som henvender seg til byen.

Figur: Emilie Agnæss

Skoler og barnehager

Innenfor planavgrensningen er det tre barneskoler, to ungdomskoler, og ti barnehager. Å sikre god tilgang på natur i nærmiljø til barnehager og skoler er viktig. Dette kan være med på å gi barna interesse for fysisk aktivitet og friluftsliv, det gir plass til lek og læring, samtidig som aktivitetene har gode helsegevinster. Barnehagene viser seg å være plassert på en slik måte i planområdet at de er svært nært tilknyttet enten større friområder i sentrum eller mindre i boligområdene. For barnehagene i boligområdene er veien kort ut i marka, og de bruker naturen aktivt gjennom faste turdager og lek.

Idrettsanlegg

Idrett går ikke inn i definisjonen for friluftsliv siden det er organisert eller konkurransepreget, men idrettsanleggene og dette tilbudet til fysisk aktivitet påvirker likevel de grønne områdene i byen. Flere av idrettsforeningene i Kongsvinger benytter seg av de grønne områdene i byen og marka, samtidig som flere av idrettsbanene fungerer som elementer i grønnstrukturen, og brukes av allmennheten utenom treningstider. På denne måten vil tilretteleggingen for grønne kvaliteter virke gunstig på idrettsutviklingen, og motsatt. Jeg ser det derfor naturlig å inkludere idrettsanleggene i oppgaven. Kun de viktigste utendørsanleggene er kartlagt.



Figur 30: Figuren viser hvordan ballslettene langs elvepromenaden er med på å gi en grønn ramme.

Figur: Emilie Agnæss

For analysekart, se vedlegg.

GRØNNSTRUKTUR

Grønnstrukturen i sentrum ble kartlagt i 2007. Kommunens forslag til videre grønnstruktur har som mål å skape attraktive byrom og gode møteplasser, samt sikre gode forbindelser til kulturlandskapet og friluftsområdene utenfor (Kongsvinger kommune 2007 sentrumsplan).

Boligområdene

Grønnstrukturen i byen utenfor sentrumsområdet er preget av private hager av varierende størrelse og vegetasjon, før boligområdene glir over i skog. I de nyere boligfeltene er de grønne korridorene ut i marka bedre planlagt enn i de eldre. De er en viktig del av grønnstrukturen sammen med hagene, og gjør at byen oppleves grønn, til tross for at det grå dominerer bykjernen.



Figur 31: Selv om åssiden er dekket med boligbebyggelse gjør hageområdene det likevel til en grønn opplevelse.

Emilie Agnæss

Elvedraget

I sentrum er Glomma vesentlig for grønnstrukturen. Langs elvebredden på nordsiden av byen er det et grøntdrag med løvtrær, til dels krattskog. Dette grøntområdet gir et tydelig preg av natur til bykjernen, og er viktig for fugle- og dyrelivet. På sørsiden av elva begrenser jernbanen og vegarealer tilgangen til elva. Kongsvinger kommune er opptatt av å bevare og styrke Glomma og grøntdraget på nordsiden. Samtidig må man integrere elva i bybildet og tynne i vegetasjonen enkelte steder slik at man bevarer utsikt til vannflaten og opprettholder siktlinjer mellom nord og sørsiden av byen.



Figur 32: Grøntdraget langs elvepromenaden på nordsiden av byen. Vegetasjonen er variert med oppstammede trær og busker.

Figur: Emilie Agnæss

Sentrum og Byparken

Fra elvebredden og opp mot Sentrum videregående skole, og til Byparken er grønnstrukturen preget av store plenarealer og noen trær som danner det grønne bildet. Byparken er eldre enn det nyetablerte anlegget ved biblioteket og har flere og eldre trær.



Figur 33: Byparken i sentrum. Figur: Dronninga landskap



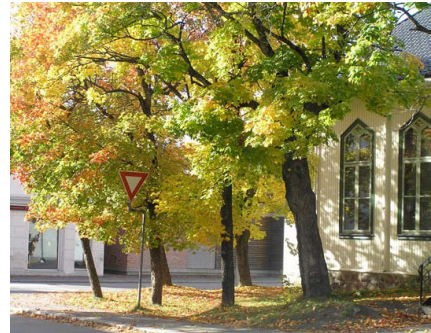
Figur 34: Vegetasjon på festningen. Figur: Emilie Agnæss

Kongsvinger festning

Festningsområdet tilfører også kvalitet til byens grønnsstruktur. Festningsområdet har en rik flora, og flere av områdene er vernet på grunn av sitt biologiske mangfold. Store gressletter, gamle hestekastanjetrær (*Aesculus hippocastanum*), murer med stauder og mindre arealer med bed og plantefelt setter preg på festningsområdet. Også Festningsskogen som ligger nord og øst på utsiden av bykjernen inneholder spesielle kvaliteter, se naturtyperegistreringene.

Bytrær og trerekker

Rundt om i byen finnes det flere trerekker og solitærtrær, selv om man når man går gjennom bykjernen opplever bybildet på nært hold som ganske grått. Det er brukt mest lindetrær i trekkene i byen, mens det fremover skal fokuseres på å bruke arter med større variasjoner gjennom året ved blomstring eller høstfarger. Spisslønn (*Acer platanoides*) er foreslått brukt mer som solitærtre fremover (Kongsvinger kommune 2007, grønnsstruktur).



Figur 35: Lønnetrær i sentrum
Figur: Dronninga landskap

Sykehuskogen

Sykehuskogen ligger vest i planområdet. Dette er en tett løvskog som ligger inntil Kongsvinger sykehus. Særlig om våren oppleves denne som en kvalitet med stor forekomst av blå- og hvitveis. Sykehuskogen har stort potensiale, men fremstår i dag som uoversiktlig og skummel. Kommunen har satt opp planer for å rydde denne skogen (Nygaard 2012).

Stasjonsplassen og Bankparken

Dette er de to offentlige plassene som tilfører noe grønt til bybildet på sørsiden av Glomma. Foran jernbanestasjonen er det etablert en plass med noe vegetasjon, men det grønne er fragmentert av store asfaltarealer og det grønne skiller seg dermed ikke ut som en kvalitet. På den andre siden av veien ligger Bankparken som er en liten park med vegetasjon i form av busker og stauder. Denne er bedre etablert og fremstår mer som en parkplass, men er så liten at den ikke virker spesielt dominerende i bybildet.



Figur 36: Blåveisblomstring i Sykehuskogen
Figur: Kongsvinger kommune



Figur 37: Bankparken
Figur: Kongsvinger kommune

For analysekart, se vedlegg.

FORBINDELSESLINJER

Turstier og skiløyper

Det finnes et rikt tilbud av turstier og løyper i Kongsvinger. Mange av disse er dårlig kartlagt da det er flere privatpersoner, borettslag og foreninger som har merket stiene. Kongsvinger kommune har som mål å få kartlagt alle i nærmeste fremtid (Kongsvinger kommune 2010b). Utenfor bykjernen er det Finnskogen turistforening som er mest aktive i arbeidet med å merke turstier, hovedsakelig i forbindelser til Finnskogen.

I tillegg til stisystemer finnes det et stort nettverk av skogsbilveger. Dette er ikke kartlagt i oppgaven, da det i større grad er de private grunneierne som har råderett over disse, og de er dermed ikke et direkte tema for markedsføring og omdømmebygging på kommunalt nivå. En tursti legger helt og holdent opp til umotorisert ferdsel i utmark, som er tillatt i forhold til allemannsretten. En skogsbilveg har ikke det samme hovedformålet, og er tilrettelagt for grunneierne.

En del av turstiene blir preparert og tilrettelagt for ski i vinterhalvåret. Granli IL og KIL-ski er ansvarlige for dette arbeidet. Det blir gjort mye på frivillig basis, og dekkes økonomisk gjennom frivillig støtte og tilskudd fra sponsorer. De preparerte løypene ligger i stor grad utenfor planavgrensningen, men utfartspunktene er markert.

Skistadion på Sæter

Ved Sæter ligger Sæter skiarena, som er et av de best tilrettelagte skianleggene med egen lysløype. Sæter er utgangspunkt for flere skiløyper på kryss og tvers i nord og vest. Det prepareres løyper frem til skihytta ved Tjernsli, en søndagsåpen hytte som ligger rett utenfor planområdet i nord.

Liermoen, Granli

Liermoen er et eget anlegg med tilbud om både turstier og skiløyper vinterstid. Det er mange turstier som tar utgangspunkt her, med ulike lengder og terreng. Vinterstid er det eget produksjonsanlegg for kunstsne her, og egen arena, Liermoen er sammen med Sæter de to best opparbeidete skianleggene i kommunen (Kongsvinger kommune 2010).

Den Wingerske kongeveg går fra Rasta til Liermoen, se kulturminner. Veggen kan sees som en egen turløype, da den har god fremkommelighet og er rustet opp de siste årene.

Vardåsen

Det går flere stier ut fra Vardåsen som kobler seg på tur- og skiløypene mot Tjernsli skihytte (søndagsåpen hytte) og Sæter.

Tråstad lysløype

Tråstad lysløype tar utgangspunkt i utkanten av bykjernen og går videre ut mot Sæter og det tilbudet som finnes der. Det blir her kjørt opp et enklere skuterspor for skigåing om vinteren.

Vingersjøen

Nord for Vingersjøen og kulturlandskapet er det tilrettelagt en tursti av Finnskogen turistforening. Denne stien går videre inn i de enorme skogarealene i Finnskogen, og kan brukes mer aktivt i fremtiden for å binde Kongsvinger bedre sammen med Finnskogen

Gangveier og sykkelstier, eksisterende og planlagte

I dag preges bybildet i Kongsvinger av stor biltrafikk og lite gående og syklende. Det eksisterende gang- og sykkelvegnettet er, som kartet viser, relativt dårlig utbygd. I tillegg til de egne gang- og sykkelvegene må man legge til fortauene i bysentrum, som er viktige for fotgjengerne.

Da så mange som 12000 av innbyggerne bor innenfor en radius på 3-4 km fra bykjernen er potensialet stort for å få flere til å sykle i stedet for å bruke bil på alle forflytninger. Utfordringen er heller det bratte terrenget som går oppover på begge sider av Glomma.

I forbindelse med kommunens kartlegging av gang-og sykkelveger i 2005, kom det forslag til fremtidig utvikling av flere strekninger. De nye rutene strekker seg mot flere av de ulike naturkvalitetene, og kan gjøre forbindelsene og tilgjengeligheten bedre.

Sykelrutene som er foreslått inkluderer både egne sykkelveger, kombinerte gang-og sykkelveger og oppgradering av stisystemer slik at de blir tilgjengelige for sykkeltrafikk.

Det er beskrevet mange tiltak, og alle anses som nødvendige for at hovedsykkelnettet blir fullstendig. Kostnadsoverslag viser at det kreves store investeringer, og det samlede overslaget per 2005 var på 46 600 000 kr. Det er derfor utenkelig at det fullstendige sykkelvegnettet vil fullføres i nærmeste fremtid. Tiltakene må komme over tid, og en prioritering vil være nødvendig. I første omgang vil kommunen tenke på trafikksikkerhet i tilknytninger til skoler hvor barn vil ferdes.

Utviklingen må også sees i sammenheng med de andre fremtidige utviklingsprosjektene. Hvis Festningsavenyen blir realisert vil den danne en hovedakse for ferdsel, som vil kunne endre ferdselsmønsteret i bykjernen, se fremtidige byutviklingsplaner.

For analysekart, se vedlegg.

KULTURMINNER

Kulturminner kan tilføre ekstra kvaliteter til friluftslivet. Selv om undersøkelser har vist at kulturminner alene scorer lavt som motivasjonsfaktorer for bruk av byer og bynære områder som friluftslivsarena, vil informasjon og kunnskap om kulturminner som supplerer andre friluftstilbud være positivt. (Berg & Omland 2008)

Følgende kulturminner er registrert innenfor planområdet:

1. Festningsanleggene

De mange festningsanleggene er noe som særpreger Kongsvinger. Mest viktig er Kongsvinger festning som ble anlagt for å beskytte den gamle ferdselsåren fra Midt-Sverige og inn i Norge. Festningen er administrativt fredet, noe som omfatter festningen med bygninger, bastioner og murer i tillegg til forterrenget med veier og plasser. Videre omfatter vernet utenverk/skanser.

Tråstad skanse ble etablert som det første festningsanlegget. Skansen ligger på nordsiden av Glomma, og den skulle beskytte fergestedet der det var mulig å krysse elva både med mannskap og utstyr. På motsatt side av Glomma ble senere Nor skanse bygget. Skansene fremstår som små grønne områder, med voller som er selve skansene (Forsvarsbygg 2006).



Figur 38: Kongsvinger festning

Figur: Dronninga landskap



Figur 39: Tråstad skanse Figur: Forsvarsbygg



Figur 40: Hus i Øvrebyen

Figur: Kongsvinger kommune

2. Øvrebyen

Dette er Kongsvingers eldste bydel som består av store offisersboliger, handelshus og små soldathus fra 1700- og 1800-tallet. I 1975 ble Øvrebyen regulert til antikvarisk spesialområde, og er oppført på riksantikvarens NB! Register, en oversikt over historisk viktige kulturmiljøer i Norge av nasjonal verdi.

3. Kongsvinger mølleruiner

Der elvepromenaden på nordsiden av Glomma møter den østlige broen, ligger Kongsvinger mølleruiner ute i vannet. Møllen ble bygget i 1882, og ble brukt som mølle i noen år før den ble gjort om til sagbruk. I 1970 brant bygningen ned, men møllesteinene ligger fortsatt igjen som et kulturminne ved elvepromenaden (Finsrud u.å.)



Figur 41: Mølleruinene ved elvepromenaden
Figur: Emilie Agnæss

4. Gjøsegården

Gjøsegården er en av de mange storgårdene ved Vingersjøen. Gården ble i 1894 landets første lungesankatorium for tuberkulose. I denne forbindelse ble flere bygninger opprettet, med et stort hageanlegg med frukttrær, paviljonger og prydhager. Hovedbygningen står fremdeles der, og byggestilen i sveitserstil med lange svalganger tilpasset spaserturer for pasienter gjør den karakteristisk. Det pågår p.t. sak for å få anlegget fredet (Hedmark fylkeskommune 2004).

5. Skansgården

Skansgården ligger i nærhet til Gjøsegården. Også dette er en herregård, hvor hovedbygningen i dag er fredet. Gården brukes i dag til konferanser og hotellvirksomhet, som en underavdeling av Kongsvinger hotell (Riksantikvaren 2012).

Det tilbys utferder og aktiviteter tilknyttet jakt og friluftsliv til gjestene. Offentlig vei går praktisk talt rett over gårdstunet. Den erverdige bygningen ligger flott til i området og med lange bjørkealleer langs kulturlandskapet gir gården en spesiell kvalitet

6. Skinnarbøl

Skinnarbøl ligger også ved Vingersjøen og er en stor herregård eller lystslott. Gården har et svært staselig preg og parkanlegg knyttet til boligen.

Skinnarbøl blir kalt grenseslottet, da dronning Sofie av Norge og Sverige brukte Skansgården som sommerslott i årene 1892-1904. Slottet er i dag i privat eie, men utsikten opp mot slottsanlegget preger likevel landskapet rundt (Riksantikvaren 2012).

7. Liermoen

Det er registrert en rekke ulike kulturminner på Liermoen. Her ute ligger Lier skanse, festningsskansen som skulle beskytte Kongsvinger. Skansen var sentral under krigen mellom Norge og Sverige i 1807-1814, og det var trefninger her både i 1808 og 1814.

Videre finnes det en rekke kulturminner fra førreformatorisk tid som er automatisk fredete her. Dette dreier seg om kullfremstillingsanlegg, hulveger, bosetningsområder fra middelalderen, fangstgroper og tjærerenner. Se illustrasjoner og nærmere beskrivelse under delanalysen "Spesielle friluftskvaliteter utenfor bykjernen".

8. Wingerske kongevei

Fra Rasta til Granli ligger fortsatt en del av den gamle Wingerske Kongeveg slik den ble bygget rundt 1653. Dette var en viktig transportåre mellom Norge og Sverige. Vegen skulle være fremkommelig for artilleri mellom Magnor og Glomma, og må sees i sammenheng med frakt av militært utstyr til festningen. Vegstrekningen brukes i dag som tursti, og forvaltes av Statens vegvesen. Vegen er inkludert i Nasjonal verneplan for Veger, Bruer og Vegrelaterte kulturminner. Se illustrasjoner i delanalysen "Spesielle friluftskvaliteter utenfor bykjernen".

For analysekart, se vedlegg.

SPESIELLE FRILUFTSKVALITETER UTENFOR BYKJERNEN

Deler av disse kvalitetene har tidligere blitt nevnt i delanalysene. I registreringsarbeidet har jeg imidlertid ilagt disse spesiell verdi for friluftslivstilbudet i Kongsvinger. Jeg finner det derfor hensiktsmessig å samle dem i et eget tema.

Bæreia

Bæreia er en 2 kvadratkilometer stor innsjø sørvest i planområdet. Dette er Kongsvingers mest populære badestrand. Fra de nærmeste delene av boligområdene og frem til Bæreia er det ca 2,5 km. Det går både turstier og bilvei frem til badeplassen. Her ute finner man også Kongsvingers eneste hundepark, et inngjerdet område der hunder kan slippes. De to aktivitetene gjør at området fungerer som møteplass, og det finnes et tydelig program for stedet. Dette fører til at også skogområdene og stisystemene rundt brukes mye. Bæreia er et område særlig ungdom engasjerer seg for, og denne våren har Ungdomsrådet fått tildelt midler til å opparbeide volleyballbane og aktivitetstilbud på stedet (Fjellstad 2013).



Figur 41: Bæreia

Figur: Emilie Agnæss

Figur 42: Bæreia er flittig brukt i sommersesongen

Figur: Ragnhild Fjellstad

Liermoen golf og friluftspark

Liermoen er et golfanlegg og friluftsområde ca. 6 km sørvest for Kongsvinger sentrum. Anlegget stod ferdig i 2009, og ble gjennomført i et samarbeid mellom Kongsvinger kommune, Granli idrett, Kongsvinger golfklubb, Magnor UL og en rekke andre samarbeidspartnere. Golfanlegget har 18 hull og slynger seg rundt vassdraget Lierfløyta som små åpne sletter i furuskogen. Skogen er inkludert i banestrukturen, og mellom og rundt banene finnes det et godt utviklet stisystem. Det er to hovedløyper som er merket, en på 4 km og en på 7 km.

Liermotrimmen er kanskje distriktets største trimaktivitet. 8.500 innføringer i trimbøkene som ligger langs løypa, forteller om flittig bruk av turstinettet. Det blir også preparert skiløyper om vinteren av Granli idrett. Noen av løypene blir anlagt med kunstsne i sesongovergangene når det er lite snø.

I turterrenget på Liermoen finnes det en rekke kulturminner, se kulturminneanalysen. Kulturminnene er inkludert og tilrettelagt for i turløypene, og er godt skiltet og informert om. Kongsvinger kommune startet merkingen av kulturminnene som et undervisningsprosjekt for barneskolene i kommunen, gjennom "Den kulturelle skolesekken". Underveis i prosjektet fikk elevene delta aktivt i undervisningen, og deres egne faktatekster er nå formidlet gjennom en egen tursti i anlegget.



Figur 43 og 44: Turløypene på Liermoen er varierte i utformingen, med skogsveger og stier. Alle løyper er godt merket. Figurer: Emilie Agnæss

Kulturlandskap ved Vingersjøen

Ved Vingersjøen ligger de tre store herregårdene Gjøsegården, Skansgården og Skinnarbøl som er registrert i Kulturminnedelen. Men det er ikke kulturminnene alene som gjør dette området til en spesiell friluftskvalitet.

Naturen og landskapet i dette området gjør at det fremstår som svært idyllisk og gunstig for friluftsmålet. Gjennom det mildt kuperte kulturlandskapet går grusveien med utsikt utover jordbrukslandskapet og Vingersjøen i sør og Kongsvinger festning i vest. Lange bjørkealleer fører frem mot de tre gårdene. Som en variasjon til den skogklede bymarka er dette en perle i rekreasjonsøyemed.

Finnskogens turistforening har utarbeidet en tursti som går herfra og ut til Finnskogen. Det er også mulig å bruke det kommunale bilvegnettet som sykkelrute da det er lite biltrafikk her og lav hastighet.



Figur 45 og 46: Til venstre: Bjørkealleer og bølgende jordbrukslandskap med utsikt mot Vingersjøen. Bildet er tatt ved Skansgården. Høyre side: Gjøsegården ligger langs veiruten. Figurer: Emilie Agnæss

Puttara

Puttara er et friluftsområde på sørsiden av byen, nært inntil bysonen. Området har vært i bruk helt siden 1925, men ble i 2000 oppgradert. Området har en rekke anlegg for aktivitet, som sandvolleyballbane, ballbinge, fotballøkke og en liten hoppbakke. Hinderløyper, akebakker, skianlegg og turstier ut i marka innbyr til mer friluftaktivitet. Anlegget har også en ny lavvo som brukes av barnehager og skoler, og leies ut til ulike anledninger. Anlegget har status nærmiljøanlegg, og får tippemidler i tillegg til noe støtte fra kommunen og en stor frivillig innsats. Området er en spesiell friluftskvalitet på grunn av innbyggernes store oppslutning om anlegget. "Alle" i Kongsvinger kjenner og har vært aktive på Puttara. Hvert år arrangeres vinterfestivalen i Kongsvinger, en helg der folk samles for å ake i Holtberget og ha ski og hoppkonkurranse i Puttara (Puttaras venner 2006).

For analysekart, se vedlegg.

FREMTIDIGE BYUTVIKLINGSPLANER

Planene som foreligger dreier seg kun om byutvikling i byens sentrum. Kartet er derfor svært enkelt. Planene som er nevnt i dette fremtidskartet er viktige for grønnstrukturen på grunn av grønne kvaliteter, men de planlagte tiltakene medvirker også som forbindelseslinjer i bystrukturen og binder elementer fra de tidligere registreringene sammen.

Festningsavenyen

Festningsavenyen er det største prosjektet i Kongsvingers fremtidige byutvikling. Det kommer ikke til å stå ferdig i umiddelbar fremtid, men skal iverksettes etter at Eidemsgate, en gate som kan avlaste vegnettet i byggeperioden, skal opprustes av Statens vegvesen i 2014. Prosjektet kommer til å ha stor betydning for forbindelseslinjene i sentrum.

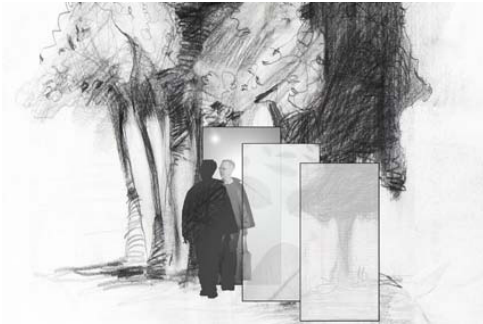
Dronninga landskap vant prosjektet om å utarbeide designprogram for å integrere festningen og Øvrebyen inn i byen. Designprogrammet viser prinsipper for hvordan strekningen skal opparbeides, og ulike ideer på utforming som fremhever intensjonene bak prosjektet. Festningen og Øvrebyen skal brukes aktivt for å styrke byens kvalitet, særpreg og identitet. De skal fungere som historiefortelling og identitetsskaper for byen. Storgata som går igjennom byen og opp til festningen skal utformes sammen med dens

tilhørende byrom. Dronninga landskap begrunner det slik: *“Byrommene og de grønne innslagene i bybildet danner rammene rundt de offentlige møteplassene og det sosiale bylivet. Ved å foreta en oppstrømming av gater og kryss vil trafikken i større grad enn i dag gå på stedets og fotgjengernes premisser”* (Dronninga landskap 2011 side 7).

Det skal opparbeides brede fortau langs hele Storgata kledd med rød granitt for å gi gata sammenheng. Veien legges om der den blir for dominerende i gatebildet. Ti nye byrom skal utformes etter samtiden, men inneholde elementer fra fortiden. I samarbeid med ulike kulturaktører i byen har Dronninga funnet frem spesielle temaer for hvert byrom. Utover beplantningen i byrommene skal det plantes gatetrær som asal, syrin, rogn og lønn som tilfører farge og gir kontrast til barskogkransen rundt byen (Dronninga landskap, 2011).



Figur 47: Festningsavenyen Figur: Dronninga landskap



Figur 48 og 49: Prinsippskisse for utforming av ny aveny. Figur 47 viser skisse på kunstinstallasjon som kan plasseres i tilknytning til byrommene. Figur 48 viser konseptskisse for trebeplantning og bredere fortau langs Storgata.
Figurer: Dronninga landskap

Program for Byparken

Selv om Byparken i dag er en av Kongsvinger sentrums viktigste grønne lunge er den lite brukt. Lite skjøtsel, dårlig tilgjengelighet og manglende program gjør at den rett og slett ikke frister til bruk. Firmaet Bjørbekk og Lindheim har prosjektert en ny stor lekeplass for parken, og kommunen håper med dette at et nytt program kan trekke folk dit. I tillegg blir det med dette tiltaket mulig å skape en bedre forbindelse til de enklere lekearealene ved Biblioteket og Elvepromenaden. Kommunen håper å få gjennomført prosjektet i 2014. Festningsavenyen har også planer på hvordan å skape bedre innganger til parken fra Storgata, noe som også kan generere flere brukere av parken.

Utvikling av elvepromenaden

Elvepromenaden skal forlenges mot nordøst, slik at den kan koble seg opp mot skogsbilveinettet nord for sentrum. I bykjernen har eierne av Kongssenteret samarbeidet med kommunen, og et trappeamfi i granitt skal bygges ved senteret og ned mot elven. Dette er et tiltak som skal være med på å integrere Glomma mer i bybildet, og gir den helt sentrumsnære delen av elvepromenaden et mer urbant preg, slik at det bymessige og elven blir forankret i hverandre. Prosjektet skal stå ferdig i 2013 (Nygaard 2012).



Figur 50 og 51: Figur 49 viser hvordan naturpreget dominerer langs hele elvepromenaden i dag, Figuren til høyre viser hvordan det er tenkt en urbanisering av den mest sentrumsnære delen av promenaden. Figur 49: Emilie Agnæss
50: Kongsvinger kommune

For analysekart, se vedlegg.

OPPSUMMERING

Bymarka, de større bynære naturområdene

Landskapsformene og arealdekkene i Kongsvinger gir gode premisser for friluftsliv og aktivitet. Det er naturen som utgjør den største delen av arealene i kommunen og planavgrensningen, og som omkranser boligområdene i byen. Vegetasjonstypene er ikke veldig varierte, granskogen dominerer, mens det flekkvis finnes større furumoer og koller samt noe løvskog i overgangsfasen mellom skog og by. Alle de mindre sjøene tilfører imidlertid variasjon og avbrekk fra det skogkledte landskapet, sammen med jordbrukslandskapet som ligger i nærmere tilknytning til de bebygde arealene.

Boligområdene brer seg i to belter på hver side av byen. Turstier fra boligområdene gir god tilgang inn i bymarka, og avstandene ut til naturen er kort. Det videre nettverket av stier rundt i marka er velutviklet og spredt. Kommunen jobber med en kartlegging av stisystem. Vinterstid blir det lagt ned god jobb i å preparere skiløyper for innbyggerne, men dette er hovedsakelig rettet mot arealene nord for bykjernen.

Utenfor bykjernen har jeg utpekt fire spesielle friluftskvaliteter. Områdene representerer fire ulike typer friluftsopplevelser, og dekker ulike behov blant brukerne. Puttara tilfredsstiller behovet for nærmiljøaktivitet, og særlig for barn og barnefamilier er dette viktig. Området har vært viktig i mange år, og arrangementer er med på å gjøre samholdet blant innbyggerne i byen sterkere. Liermoen er det mest velutviklede og tilrettelagte friluftsområdet i kommunen. Turløyper, kunstsneløyper for ski, stimerking og tilrettelegging gjør at området skiller seg ut fra den ytterligere marka, og anlegget fremstår som en egen skogsattraksjon i skogen. Bæreia er viktig fordi det her tilbys noe annet enn bare skog. Strand og badeplassen engasjerer, og området er en møteplass særlig for ungdom. Vingersjøen tilbyr et åpnere landskap for turinteresserte, og kulturlandskapet tilfører andre kvaliteter enn skogsområdene. Sanseopplevelsen blir dermed annerledes. Fra Vingersjøen går det i dag sti og sykkelrute ut mot Finnskogen som bør vurderes utviklet ytterligere i fremtiden.

Grønne kvaliteter i bykjernen

De større områdene i bykjernens grønnstruktur finner vi i Midtbyen på nordsiden av elva, i form av Elvepromenaden og Byparken. Ellers er det de private hageflekkene i Midtbyen og Øvrebyen som tilfører grønt opp mot festningen. I vest er Sykehuskogen viktig. På sørsiden av Glomma er det kun to små plasser med vegetasjon, utover de private hagene. Disse to offentlige plassene finnes ved stasjonen og ved bankplassen.

Det er ikke mangelen på grønne områder som er hovedutfordringen i Kongsvinger sentrum, men heller å finne gode program og strategier for å få områdene til å bli brukt og å oppleves attraktive. Samtidig må man se på sammenhengen av aktivitet som kan legges til rette for, slik at man kan binde områdene sammen til en helhet. Det er takket være Elvepromenaden en relativt god sammenheng mellom de grønne områdene i øst-vest retning, men man bør forsøke å utbedre denne sammenhengen også i nord-sør retning.

Kulturminnene som finnes i Kongsvinger er i stor grad sentrert rundt festningens historie. Festningen er det viktigste landemerket i Kongsvinger by, og bybildet er i stor grad utformet etter den. Samtidig tilfører den viktige grønne kvaliteter med særegen vegetasjon og skogsområder.

De fremtidige byutviklingsplanene vil være viktige for Kongsvingers utvikling. Gjennom Festningsavenyen kan man få til en bedre sammenheng mellom begge sidene av elven, og en bedre integrering av de viktige kulturminnene Øvrebyen og festningen i bykjernen. I forbindelse med dette vil også forbindelseslinjene for myke trafikkkanter bli utbedret. At kommunen har planer for noen større grep i byutviklingen vitner om et ønske for å få til en gunstig utvikling i byen, og vil kunne bidra til at flere får en positiv opplevelse av kommunen.

Gang og sykkelvegnettene inne i byen og i boligområdene har store behov for å få en bedre sammenheng. Det er dessverre de planlagte, men ikke opparbeidede vegene som preger registreringene, ikke de eksisterende gang og sykkelvegene.

For analysekart, se vedlegg.

DEL 4:

**Vurdering
Veien videre..**

VURDERING AV DEN FYSISKE STRUKTUREN

For å kunne vurdere den fysiske situasjonen i Kongsvinger har jeg brukt teori fra Direktoratet for naturforvaltnings håndbok 6- Planlegging av grønnstruktur i byer og tettsteder.

Håndboken tar for seg grønne områders verdi som elementer i den helhetlige grønnstrukturen, og beskriver disse områdenes verdi og funksjoner for naturmiljø og for menneskers trivsel. For denne oppgaven er verdiene for menneskene i hovedfokus. Videre beskriver håndboken normkrav for hvilke behov mennesker har til grøntområder i tettbygde strøk. Det er nødvendig med ulike typer natur og parker for å dekke menneskers behov. Det bør derfor tilrettelegges for rekreasjon på alle nivåer, fra passiv bruk til aktiv utfoldelse tilknyttet lek, sport og mer krevende friluftsliv.

Håndboken presenterer følgende 5 hovedtyper av arealer som er nødvendige for nærrekreasjon og friluftsliv:

Overgangssonen: Overgangen mellom bebyggelsen og ca 0,5-1 (maks 2) km inn i natur og kulturlandskapet rundt bebyggelsen. I overgangssonen bindes naturen og byen sammen. Området representerer markaområdenes mest bynære deler. Formålet med disse arealene er nærturer, mosjon, lek, naturopplevelser og oppmarsjområder for dagsturer. Disse arealene kan være mer opparbeidet enn de større naturområdene utenfor overgangssonen. Stinettet bør være godt utviklet og være opparbeidet og tilgjengelig for bevegelseshemmede. Skiløyper, lysløyper og mindre næranlegg kan inkluderes.

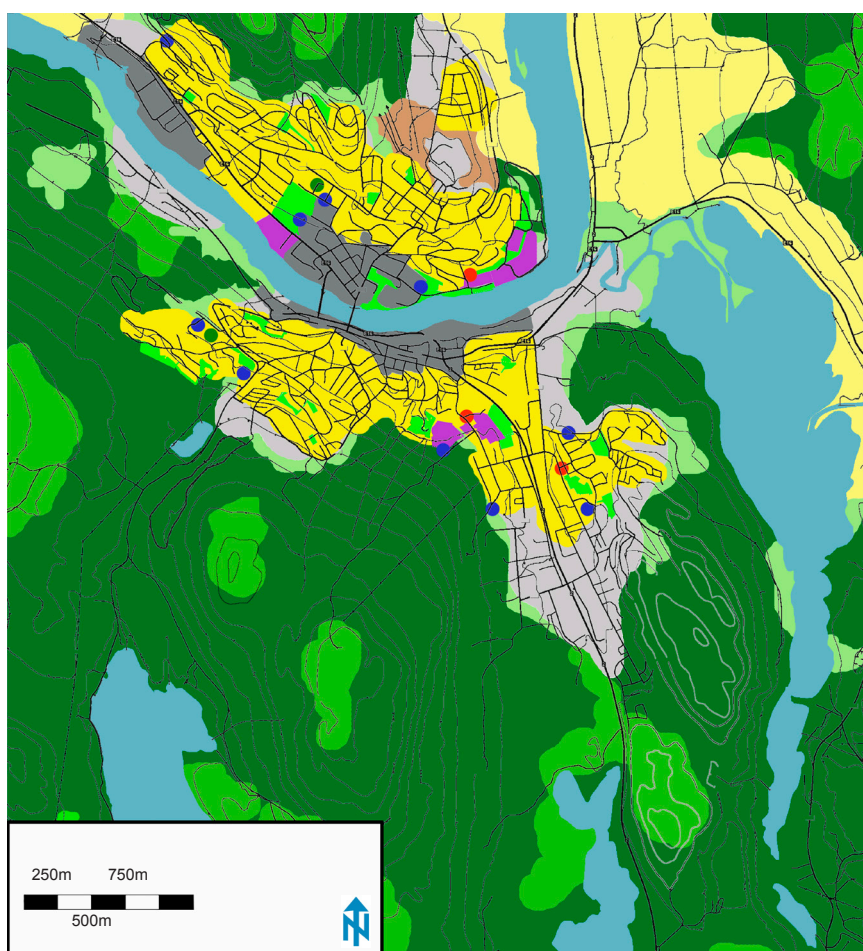
Store rekreasjonsarealer i byen: Områder som ligger i den tettbebygde sonen, maks 500 meter fra boligen. Områdene må være så store at man kan gå turer på minst 2 km uten å bruke samme sti/veg. Overgangssonen kan være en del av rekreasjonsarealene, men også være mer parkpregede. Formålet med rekreasjonsarealene er nærturer, mosjon, lek og naturopplevelser. I tilretteleggingen av rekreasjonsarealene er det viktig med gode spaserstier, belysning, sikkerhet, benker og lignende.

Mindre rekreasjonsarealer i byen: De mindre rekreasjonsarealene er de mest tilgjengelige områdene, med en avstand på maksimalt 200 meter fra boligene. Områdene kan være små, men minst 5 daa. Områdene fungerer som nærpark/grendelekeplass, og innbyr til aktiviteter som ballek, sykling, spill og møteplass for barn og voksne. Områdene bør være tilgjengelige for barn, og man bør derfor ikke være nødt til å krysse veger med høyere fartsgrense enn 30 km/t, eller ÅDT på mer enn 3000 under ferdseilen til disse arealene. Utformingen av arealene kan være naturmark eller høyere opparbeidede parkarealer med beplantning, lekeapparater, skulpturer og belysning.

Grønne korridorer: Bindeleddene mellom grøntområdene, boligområder og større sammenhengende turterreng og strandsoner. Andre grøntområder kan inngå i korridoren. Det bør ikke være mer enn 500 meter fra boligområdene til korridoren. Bredden kan variere mellom 30-50 m. Vegetasjonen kan være variert, men ha et grønt hovedpreg. Grønne korridorer er en del av transportsystemet for myke trafikanter og inkluderer varierte stier og turveger.

Felles grøntområder i boligbebyggelsen: Felles grøntområder bør finnes med en avstand på 50 m fra boligene. Arealene trenger ikke være større enn 25 m², men arealer med en helning på mer enn 1:3 regnes ikke med. Arealene kan være både naturlige og kultiverte med lekeapparater, benker og bord. Områdene blir brukt til daglig lek, uteopphold, dyrking og sosialt samvær.

Avstanden til naturområdene er viktig for hvor tilgjengelige de blir for allmennheten. Generelt bør nærrekreasjonsområder kunne nås på mellom 8-10 minutter, men det er store forskjeller på hvor langt de ulike brukergruppene kan gå på denne tiden. Barn og eldre har størst behov for nærhet til de grønne områdene, da de bruker lengst tid på å forflytte seg. For eldre er rekkevidden på 2-300 meter, mens det for barn varierer mellom 50-400 meter, avhengig av alder. For de mer mobile brukergruppene som voksne og treningsaktive kan avstanden variere mellom 300-1000 meter, ved rolig gange til jogging/løping. (Nyhuus og Thorèn, 1994).



Figur 52: Bystruktur og arealdekke i Kongvinger.

Figur: Emilie Agnæss

Kartet av Kongsvingers bystruktur og tilgangen på grønne områder viser at det i utgangspunktet er god tilgang på grønne arealer i byen.

Overgangssonen strekker seg rundt hele bykjernen, og det er på det meste ca 1,5 km fra bykjernen og ut i overgangssonen til marka. Overgangssonen har god tilgang på stier og turløyper, men topografien har gjort det vanskelig å gjøre stinettet universelt utformet.

Det finnes få store rekreasjonsarealer i den tettbebygde sonen, som alene er store nok til å kunne gå 2 km på nye stier. Hvis man derimot ser på sammenhengen mellom ulike arealer som henger sammen er det mulig å finne flere av

disse, eksempelvis ved Elvepromenaden i sentrum.

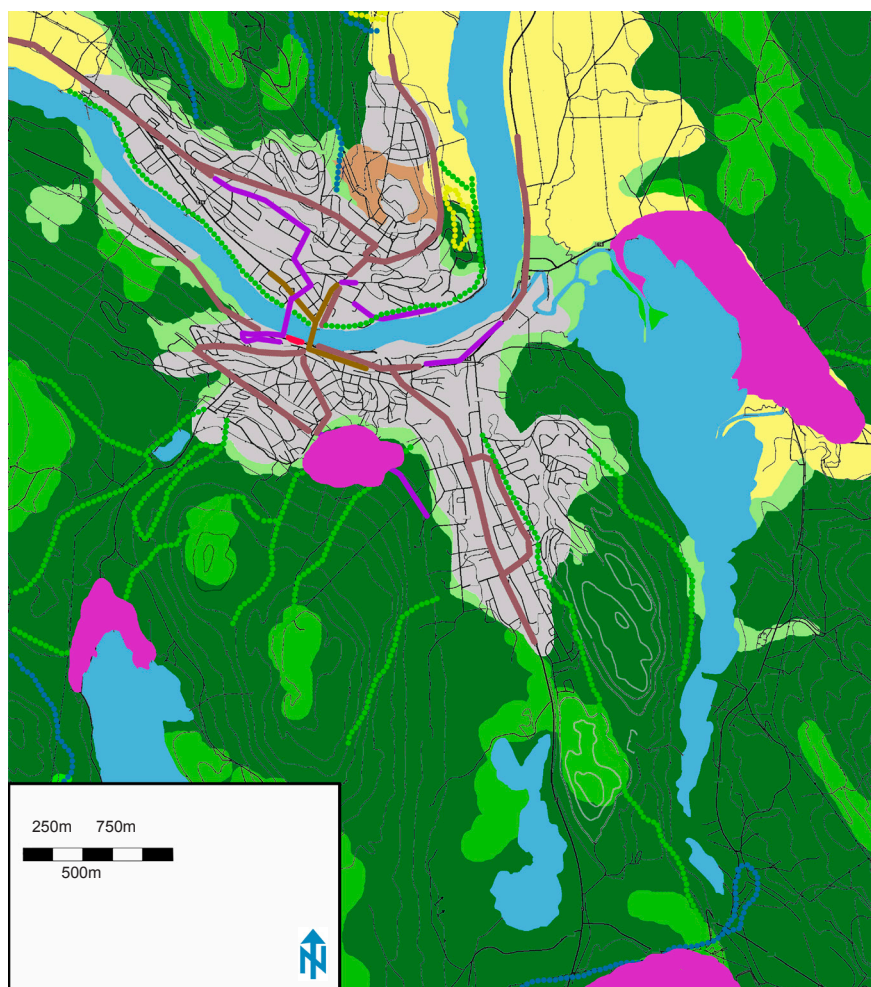
Det er flere mindre rekreasjonsområder i byen, men det er ofte mer enn 200 meter fra boligene og frem til området. Hva som finnes av muligheter for aktiviteter i de mindre rekreasjonsområdene er også svært varierende. Boligområdene bærer preg av spredt bebyggelse, der store private hager har blitt prioritert fremfor tett bebyggelse og flere fellesområder. I planleggingen av de nyere delene av boligområdene er dette imidlertid endret, og man legger til rette for flere mindre rekreasjonsområder, se boligområdet Marikollen i sørvest av kartutsnittet.

Vurdering av de fysiske forholdene utenfor sentrum

En av utfordringene for den fysiske bystrukturen i Kongsvinger er at det fremdeles mangler viktige forbindelseslinjer mellom bystrukturen, markaområdene og friluftskvalitetene utenfor de nærmeste markaområdene. Turstiene fungerer godt fra boligområdene og rett ut i de nærmeste markaområdene, men hele veien fra den indre bykjernen og ut til områdene er det vanskeligere å ferdes for myke trafikkanter. Det er planlagt gang- og sykkelveger, men det er svært urealistisk at dette blir gjennomført i den nærmeste fremtid da de er svært kostbare.

I registreringsdelen peker jeg på 4 viktige friluftsområder. Disse er viktige, men Bæreia, Liermoen og Vingersjøen ligger allikevel et stykke utenfor boligområdene, og man må derfor være i relativt god form for å kunne komme seg dit uten motorisert ferdsel. Derfor bør man i fremtiden tenke på utviklingen og tilretteleggingen av ferdselsårene som fører fra bykjernen og ut til anleggene, slik at de også gir en spesiell kvalitet til turopplevelsen selv om man ikke når helt frem til det opprinnelige målet.

Gjennom registreringene har jeg selv oppdaget flere trekk ved de grønne kvalitetene i Kongsvinger jeg selv ikke var klar over, til tross for at jeg selv kommer fra området. Dette vitner om at informasjonen om, og dermed inspirasjonen til å bruke naturområdene som Kongsvinger har, ikke kommer godt nok frem til innbyggerne. En videreutvikling av det grønne tilbudet i byen må derfor sees i sammenheng med de strategiske registreringene i denne oppgaven.



Figur 53: Bystruktur og friluftsområder i Kongsvinger

Oppsummering

Gjennom vurderingene av de grønne områdene ser jeg behov for enkelte forbedringer og nye fokus i den videre utviklingen av Kongsvinger. Først og fremst må man se på sammenhengen mellom områdene, og å skape flere grønne korridorer som fungerer for ferdsel. Det er viktig å se på muligheten for å binde de større friluftskvalitetene bedre sammen med byen. Liermoen kan forankres med et bredere friluftstilbud i tilknytning til den Wingerske kongevei, mens området langs Vingersjøen kunne hatt behov for gang og sykkelvei i den mest trafikerte delen av veinettet mellom bysentrum og veien langs sjøen. Dette er planlagt, men ikke prioritert. Denne traseen kan videre brukes til å binde byområdet sammen med Finnskogen for eksempel med en egen vandrer-rute.

VURDERING AV KONGSVINGERS STRATEGIER FOR OMDØMMEBYGGING

Hvordan har innbyggerrekrutteringsprosjektet fungert?

Siden 2009 har Kongsvinger satset aktivt på omdømmebygging. Med en egen innbyggerrekrutterer har målet vært å stimulere til en befolkningsøkning på nærmere 1 % per år. Etter en del år med befolkningsnedgang, har trenden snudd, og folkemengden stiger igjen. Allikevel er byen ikke i nærheten av å oppleve en folketilvekst på 1% per år, til tross for at dette har vært mulig i andre tilsvarende byer og tettsteder.

Dette skyldes ikke bare at antall innflyttinger er færre enn ønsket, men også at forholdet mellom antall fødte og døde er negativt, hvilket skyldes den høye befolkningsalderen. Fra 2009 til i dag har befolkningen i Kongsvinger kommune økt med 194 innbyggere. Samtidig har nettoinnflyttingen vært i overkant av 100 personer hvert år siden 2009. Årlig har mellom 900 og 1050 personer flyttet til Kongsvinger, noe som isolert sett utgjør en befolkningsvekst på 5,5 %, men mellom 800 og 900 har samtidig flyttet ut. Dette viser viktigheten av at man samtidig som man ønsker å trekke nye innbyggere til kommunen også må prioritere å få de eksisterende innbyggerne til å trives og å bli værende.

Folkemengde 1. januar og endringer i kalenderåret, etter region, statistikkvariabel og tid

	2008	2009	2010	2011	2012
0402 Kongsvinger					
Folkemengde	17 361	17 326	17 377	17 436	17 522
Fødselsoverskudd	-30	-62	-51	-41	0
Innflyttinger	872	918	967	1 043	0
Utflyttinger	874	802	858	915	0
Nettoinnflytting	-2	116	109	128	0
Folketilvekst	-35	51	59	86	0

Fotnote(r):

Historiske kommuner.

Kommunennummer med U er utgått. Kommunennummeret er fortsatt i bruk, men har fått nytt navn.

Figur 54: Folkemengde per år fra og med 2008. Figur: Statistisk sentralbyrå

Ut i fra statistikken virker det ikke som at innbyggerrekrutteringsprosjektet hittil har vært tilstrekkelig vellykket for å nå kommunens mål om befolkningsøkning. Innflyttingen har økt for lite i forhold til utflytting. Samtidig er prosjektet fremdeles i startfasen, og et videre arbeid med langsiktige strategier kan være gunstig.

At innbyggerrekrutterer Dag Arnesen nå går over i en delt arbeidsstilling mellom innbyggerrekruttering og utvikling av næringslivet i kommunen kan være en fordel for å sette innbyggerrekrutteringsprosjektet bedre i sammenheng med annen utvikling i kommunen.

Hvordan når kommunen ut til allmennheten?

Kongsvinger kommune benytter flere ulike kanaler for å nå ut til innbyggere og mulige tilflyttere. I registreringsdelen presenterte jeg tre ulike nettsider med ulik satsing, selv om det i praksis er kongsvinger.kommune.no og kongsvinger.no som er de aktuelle sidene for å få informasjon om kommunen. Det fremgår i dag et klart skille mellom kommunens omdømmebygging og kommunens generelle planer blant annet for byutviklingen når man sammenligner disse sidene. Der innbyggerrekrutteringssiden fremstår som en salgsside med informasjon og gladsaker om kommunen, er kommunens hjemmeside saklig og konsis, men lite brukbar for å finne informasjon som faktisk viser byens potensiale og kvaliteter.

Registreringsdelen i denne oppgaven er et resultat av møysommelige registreringer, innhenting av informasjon og sammenstilling. Slik det er i dag fremkommer informasjon om Kongsvinger svært spredt og man må lete lenge og ha kunnskap om byen og kjenne til fagbegreper for å finne frem til informasjonen, hvis man i det hele tatt finner den. En bedre fremstilling og samling av nyttig informasjon for innbyggere og mulige tilflyttere vil danne et bedre grunnlag for å kunne vurdere kommunens svakheter og styrker og å ta beslutningen om å flytte dit for de som vurderer det. Dette gjelder ikke bare for registrering av de grønne kvalitetene, men også andre temaer som er viktig for eksisterende og fremtidige innbyggere, slik som generell byutvikling, skolesatsing, næringslivsutvikling og lignende.

Gjennom arbeidet med registreringene har jeg savnet en bedre integrering av innbyggerprosjektet i den helhetlige kommunale planleggingen, og et tydeligere samarbeid mellom satsingen på innbyggerrekruttering og de øvrige planene i kommunen. Selv om innbyggerrekruttereren fungerer som bindeledd mellom nye innbyggere og kommunen, fremstår det i dag som at rekrutteringsprosjektet er en egen isolert del av kommunens strategi, eller aller helst et eksternt prosjekt som foregår utenfor kommunens helhetlige planlegging og utvikling. Ved å bedre integrere innbyggerrekrutteringen på Kongsvingers hjemmeside, og å presentere mer fra Kongsvingers hjemmeside på innbyggerrekrutteringssiden kunne dette gi positive effekter til hverandre, og utviklingen kunne blitt mer helhetlig.

I metoden for omdømmebygging understrekes viktigheten av å forankre omdømmebyggingen i kommunens generelle utvikling. Selv om kommunen i de nyeste planene presenterer byutvikling som en strategi for å tiltrekke seg nye innbyggere, eksempelvis i rådmannens fremtidige planer og budsjett, har denne utviklingen ennå ikke kommet langt nok i Kongsvinger til at man kan vise til konkrete ferdigstilte eksempler som viser Kongsvinger som en by som satser på vekst og utvikling.

I planer for fremtiden er imidlertid byen bevisst på at byutviklingen er med på å gjøre byen mer attraktiv. Inntil videre er det få av disse utbyggings- og utviklingsplanene som er realiserte, og som dermed kan brukes direkte for å illustrere Kongsvinger som en attraktiv by. Dette svekker troverdigheten i omdømmebyggingen, da man ikke kan vise mange nok konkrete eksempler. Samtidig er innbyggerrekrutteringsprosjektet i Kongsvinger så nytt at det også bør visualiseres og presenteres planer for den kommende utviklingen. Selv om planene er langsiktige og ikke vil stå ferdige i løpet av de førstkommende årene, viser en presentasjon av planene at det vil skje en utvikling og at kommunen har staket ut en kurs for hvor de vil. Særlig er bevisstgjøringen av disse planene viktige for de eksisterende innbyggerne.

På det stadiet der Kongsvinger er nå er det kanskje først og fremst de eksisterende innbyggerne man bør fokusere på at får en god holdning til og opplevelse av Kongsvinger. Det er dem som indirekte vil få hovedjobben som ambassadører for byen. Det er mange ting som ikke er fullstendig på plass før man kan tiltrekke så mange nye innbyggere som det som er ønskelig.

REFERANSEPROSJEKTER : DRAMMEN

Som referanseprosjekter har jeg brukt byene Drammen og Bodø. Begge eksemplene er byer som har en større befolkning enn Kongsvinger. De har dermed noe ulike forutsetninger. Dette er allikevel to byer som har satset aktivt på omdømmebygging og som har god tilgang på naturkvaliteter. Jeg finner det derfor interessant å se hvilke strategier disse byene har lagt for omdømmebyggingen, og hvordan det grønne har blitt, og blir brukt som virkemiddel.

Drammen ligger i Buskerud fylke, 45 km vest for Oslo. Byen er et trafikalt knutepunkt der jernbanelinjene fra Bergen og Vestfoldbyene møtes og der E 134 mot Kongsberg og Vestlandet tar av fra E 18 mellom Oslo og Kristiansand. Drammen inngår i likhet med Kongsvinger i Osloregionen.

Drammen hadde i 2012 en befolkning på 64 597 innbyggere. Siden 2004 har byen hatt en økning i befolkningen på mellom 1 og 2 prosent per år, noe som utgjør mellom 460 og 1415 nye innbyggere. Byens visjon er: *“Miljø- og kompetansebyen Drammen- en tett, mangfoldig og levende by i et vakkert landskap”* (Elvebyen Drammen u-å.)

Folkemengde 1. januar og endringer i kalenderåret, etter region, statistikkvariabel og tid

	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
0602 Drammen												
Folkemengde	51 978	52 731	54 816	57 148	57 759	58 730	60 145	61 405	62 566	63 582	64 597	65 473
Fødselsoverskudd	70	48	58	130	170	159	261	258	213	214	221	:
Innflyttinger	2 362	2 723	3 576	3 640	4 014	4 422	4 152	4 109	4 341	4 664	4 921	:
Utflyttinger	2 530	2 614	3 130	3 170	3 211	3 164	3 145	3 202	3 547	3 857	4 269	:
Nettoinnflytting	-168	109	446	470	803	1 258	1 007	907	794	807	652	:
Folketilvekst	-102	157	505	611	971	1 415	1 260	1 161	1 016	1 015	876	:

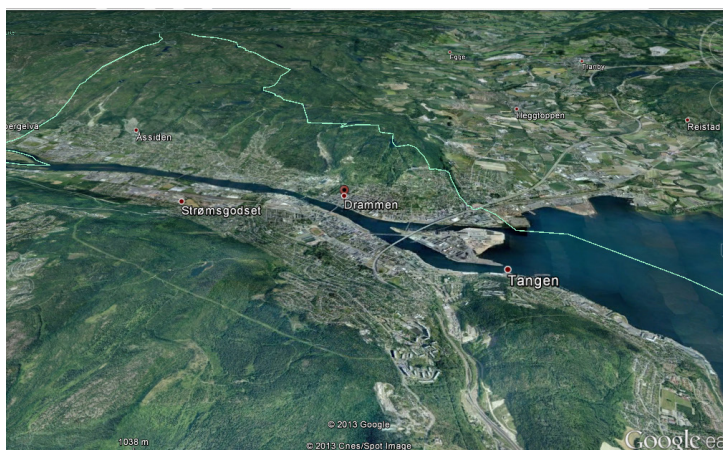
Fotnote(r):
 Historiske kommuner.
 Kommunenummer med U er utgått. Kommunenummeret er fortsatt i bruk, men har fått nytt navn.

Figur 55: Befolkningsstatistikk Drammen

Figur: Statistisk sentralbyrå

Bystrukturen i Drammen er på mange måter lik Kongsvingers. Byen er delt i to av Drammenselva som renner gjennom byen. Men Drammenselva renner rolig og stille gjennom bykjernen og kan brukes mer i tilrettelegging enn Glomma i Kongsvinger. Videre omkranses byen av marka, som ligger i åslandskapet rundt den lavereliggende bykjernen.

Drammen er byen som har stått frem som det beste eksempelet på vellykket omdømmebygging i Norge. Byen har greid å snu et svært dårlig omdømme om til et positivt gjennom hardt og langvarig arbeid. Flere byer ser i dag mot Drammen og ønsker å kopiere den ekstreme omveltningen.



Figur 56: Flyfoto Drammen

Figur: Google Earth

Veien frem til et godt omdømme

Tidligere var Drammen assosiert med flere negative faktorer. Drammenselva var svært forurenset og biltrafikken preget hele bybildet og gjorde forurensning til et problem også på land. Drammen ble et bilde på alt som var stygt, forurenset og trafikkbelastet. I dag er byens omdømme i stor endring, og byens innbyggere har gjennom ulike undersøkelser vist en økende grad av trivsel i sin egen by.

Selve omdømmebyggingsprosjektet i Drammen ble innført i 2005, men utviklingsarbeidet startet langt tidligere. Først var det opprensning av Drammenselva i 1986 som satte i gang utviklingen. I 1988 lanserte Miljøverndepartementet miljøpakken, et økonomisk samarbeid mellom departementet, Drammen kommune og nabokommunene. I årene 1986-1995 ble det investert 500 millioner kroner for å iverksette tiltak innenfor følgende satsningsområder:

- Fjorden og elva
- Trafikk og arealer
- Avfall og gjenvinning
- Naturvern, friluftsliv, kulturminner og kulturlandskap
- Nærmiljø, helse og trivsel
- Energi og industri

At Drammenselva ble rensert og fikk badevannskvalitet i 1995 la utgangspunktet for en byutvikling der elva blir brukt som en ressurs for rekreasjon og friluft. I 1991 ble det også forhandlet frem en ny avtale med Miljøverndepartementet om tilskudd til en veipakke som skulle bedre de trafikale problemene i byen. I 2001 ble denne omregulert, og tunneller i åsene utenfor bykjernen betjener i dag all gjennomgangstrafikken.

Dette har gjort det mulig for Drammen å ta sentrumsgatene som tidligere betjente biltrafikken tilbake til bygater med økt fokus på gående og syklende og byens funksjoner som boliger og næringsvirksomhet. De siste veitiltakene ble ferdigstilt i 2010. Totalt har det blitt investert 3,5 milliarder kroner i veiutbedringene.

Frem til 1999 ble det i kommuneplanene lagt vekt på langsiktige planer for en videre utvikling av byen. Det var viktig å vise at kommunen mente alvor med den nye utviklingen, slik at også private så at det var lurt å satse på Drammen. I 1999-2000 ble de strategiske planene intensivert, og fokuset på å forankre retningen for byutviklingen frem til byens 200 års jubileum i 2011 økte. I denne forbindelse ble det satt i gang en stor kampanje rettet mot innbyggerne og deres ønsker.

Fire alternativer for utviklingen ble satt opp:

- Alternativ 1 ble kalt Drammen som brast - hvis intet skjer, og beskrev Drammen hvis ingenting skjedde.

-Alternativ 2, "Naturbania – den urbane byen med nærhet til marka" ønsket å satse på utvikling sentralt i byen, framstå som en selvstendig, komplett by med urbane kvaliteter, nærhet til naturgoder og kulturelt mangfold. Det var bymiljøkvaliteter som skulle trekke nye innbyggere til byen.

I alternativ 3, "Navet – Drammen som nasjonalt logistikk-senter", skulle byens sentrale beliggenhet som kommunikasjonsknutepunkt utnyttes fullt ut. Det innebar en sterk nærings-satsing knyttet til havn, transport og relatert kompetansevirksomhet. Fokus ble satt på havna og at flere arbeidsplasser skulle være motoren i byens befolkningsvekst.

Alternativ 4, Bydelsliv satte boligbyen i fokus med attraktive boligområder, topp tjenestetilbud, gode oppvekstmuligheter og med komplette bydeler. På mange måter ble dette en soveby for folk som hadde arbeidsstedet sitt andre steder. Attraktive bomiljøer og bydeler skulle trekke nye mennesker til kommunen.

Av alternativene ble Naturbania valgt som den ønskede utviklingen for Drammen, og ble vedtatt av kommunestyret i 2002. Byens sentrum og byakse skulle utvikles som byens og regionens naturlige møteplass og tyngdepunkt. Samtidig skulle Drammens historiske kvaliteter ivaretas og hovedtrekkene i landskapet samt nærheten til naturen bevares (Wøhni 2007).

I dag fremstår Drammen som en grønn by. Det har blitt etablert turveier og friområder på begge sider av Drammenselva med både bade- og fiskeplasser. I tilknytning til elva og turveiene har det også blitt etablert flere strender og elveparker som strekker seg 12 km langs elva. En del av elveparken ved Bragernes stod ferdig i 2003 og har utmerket seg der den strekker seg 1,7 km langs elva og har et grønt område på 65000 m². For å bedre forholdene for gående og syklende ble bruene Ypsilon åpnet i 2006, en gangbru som har blitt et landemerke i byen. Utenfor bykjernen ligger marka med et godt utviklet tilbud til friluftsliv. I Bragernesåsen nord for bysenteret har det blitt bygget en tunell for biler som går i spiralform opp til åsen, der det er gode friområder, utsiktspunkt og utgangspunkt for tursti og skiløyper. Denne spiralen har også blitt et attraktivt element ved byen, og legger til rette for bruk av marka.



Figur 57: Gangbruene Ypsilon har blitt et landemerke i Drammen
Figur: Terje Løchen



Figur 58: Elveparken langs Drammenselva
Figur: Elisabeth Sperre Alnes

I 2005 begynte Drammen selve omdømmeprojektet, et samarbeid mellom næringslivet i Drammen, Drammen kommune, Drammen Næringslivsforening og Byen Vår Drammen AS. I førsteomgang var målet med prosjektet at flere skulle få øynene opp for Drammen til jubileet i 2011, og å nå en befolkningsvekst på 1,5% hvert år. Byen hadde allerede en god byutvikling å vise til, men meningen med prosjektet var å gjøre omverdenen klar over dette. (Wøhni 2007)

Benyttede metoder i omdømmebyggingen

I omdømmebyggingen har Drammen benyttet flere metoder for å nå ut til innbyggerne og andre i målgruppen.

Reklamekampanjer: Siden 2006 har det blitt laget og vist flere ulike reklamekampanjer både på lokalt og riksnivå, i aviser og i tv. Blant andre Dagens næringsliv, VG og tv2 har vist reklamene for Drammen. Reklamekampanjene har blitt finansiert av næringslivet.

Visningsdager: Visningsdager har blitt arrangert for å vise frem byens kvaliteter, nye boliger og lignende. Særlig hadde dette effekt i å tiltrekke seg innbyggere fra nabokommunene.

DVD-kampanje: I 2007 ble det iverksatt en DVD-kampanje der 45.000 personer i og rundt Oslo fikk en DVD-film i postkassa som viser Drammens ulike kvaliteter. Kampanjen henvendte seg direkte til en rekke bedriftsledere og småbarnsforeldre i og rundt Oslo-området.

Aktiviteter som gir interesse og pr: Drammen har stått for ulike arrangementer som vekker interesse hos folk, og som gir byen publisitet. Reklamekampanjer som nevnt over kan videre bruke disse arrangementene for å fronte byen. Eksempler på aktiviteter som har blitt gjennomført er håndball-EM for menn med direktesendt TV-show fra Drammens Teater, World Cup Skisprint, Folkefest, fotokampanjen «7 fotografer en by», Elvefestivalen med underholdning fra nasjonalt kjente band og avslutning på fotballsesongen med direktesending fra Drammen teater. Her var også underholdningen fra internasjonale artister som Madcon og Bo Kaspers orkester viktig for underholdningsverdien.

Internettsider: www.drammen.no er hovedsiden for omdømmeprosjektet. På denne siden skal all informasjon om Drammen samles, slik at siden skal være nyttig for innbyggere, turister og mulige nye innbyggere samt næringslivet. På siden finnes informasjon om mulige aktiviteter og attraksjoner i byen. Man finner også informasjon om selve prosjektet. Her finner man informasjon om de ulike prosjekttrinnene, hva som har blitt gjort og tanker om veien videre. Drammen 2036 er den videre satsingen, der strategiene for utvikling skal videreutvikles og fortsette i tiden fremover og fokusere på videre byutvikling. Det neste trinnet for omdømmebyggingsprosjektet går frem til 2017.

I tillegg til drammen.no har Drammen kommune sin offisielle nettside, www.drammen.kommune.no. Her legges all relevant informasjon ut, på samme måte som andre kommunale nettsider. På denne siden finner man planene for nye bystrategier, kart over kommunen og lignende (Elvebyen Drammen 2012).

Det grønne som virkemiddel

Gjennom de ulike metodene for omdømmebygging kommer de grønne kvalitetene i Drammen frem på ulike måter, og det vises tydelig at parkstrukturen langs Drammenselven og hensynet til gående og syklende er noe byen er stolt av og ønsker å trekke frem.

I reklamekampanjen som gikk på tv2 i 2007 blir byen Drammen introdusert som *“Den spennende byen med sin vakre elv og den praktfulle Drammensmarka bare minutter unna”*. Deretter blir tilbud til kunst og kultur nevnt og verdenscupen i skisprint reklamert for. Også i den 3 minutter lange dvdfilmen som ble sendt ut til 45000 personer i og rundt Oslo blir de grønne skildret gjennom filming av elveparkområdene, utsikt fra de grønne åsene og bading fra bryggene i sentrum. Som argumenter blir følgende punkter om det grønne trukket frem som begrunnelse for hvorfor man bør velge Drammen: 13 km elvepromenade, fantastiske turstier, stor satsing på bredde- og toppidrett, badestrand midt i sentrum, og unikt fiske- og friluftsliv. Begrepet *Elvebyen Drammen* har blitt tydelig fremhevet.

På www.drammen.no beskriver flere av tekstene de grønne kvalitetene i Drammen. Under fanen “Besøke Drammen” er følgende beskrevet:

I Drammen kan du få den perfekte kombinasjon av det urbane og det grønne, der byopplevelser og ro, rekreasjon og velvære er knyttet sammen. (...) Ønsker du en tur i skog og mark, trenger du ikke reise langt. Hva med en tur opp Bragernesåsen til Spiraltoppen og få en panoramautsikt over byen – et av Drammens mest besøkte turiststeder. Videre innover marka strekker det seg et nettverk av turveier og turløyper. Her kan du sykle, gå, løpe eller ri – du bestemmer. (...) Vi ønsker å gi deg opplevelser som skaper minner for livet. Og som gir deg lyst til å komme tilbake.

Hjem Aktivitetskalender Mat Shopping **Besøke Drammen** Bilder Flytte til Drammen Næringsliv Om Dra...

Du er her: Forside » Besøke Drammen » Elvebyen Drammen

Elvebyen Drammen

I Drammen kan du få den perfekte kombinasjon av det urbane og det grønne, der byopplevelser og ro, rekreasjon og velvære er knyttet sammen.

Midt i byen finner du Bragernes torg som er det største torget i Norden. Med sine blomster- og grønnsakshandlere, en kunstisbane, konserter, politiske møter, gateteater og andre sprell er atmosfæren helt spesiell.

- [SE DRAMMENSFILMEN](#)
- [WATCH MOVIE ABOUT DRAMMEN](#)

Ønsker du en tur i skog og mark, trenger du ikke reise langt. Hva med en tur opp Bragernesåsen til Spiraltoppen og få en panoramautsikt over byen – et av Drammens mest besøkte turiststeder. Videre innover marka strekker det seg et nettverk av turveier og turløyper. Her kan du sykle, gå, løpe eller ri – du bestemmer.

Det nye Drammensbadet er Norges største badeanlegg. Her er bassenger i fleng både inne og ute, med vannsklier, klatrevegger, m uten bølger. Et eldorado for alle som liker vann.

Vi ønsker å gi deg opplevelser som skaper minner for livet. Og som gir deg lyst til å komme tilbake.

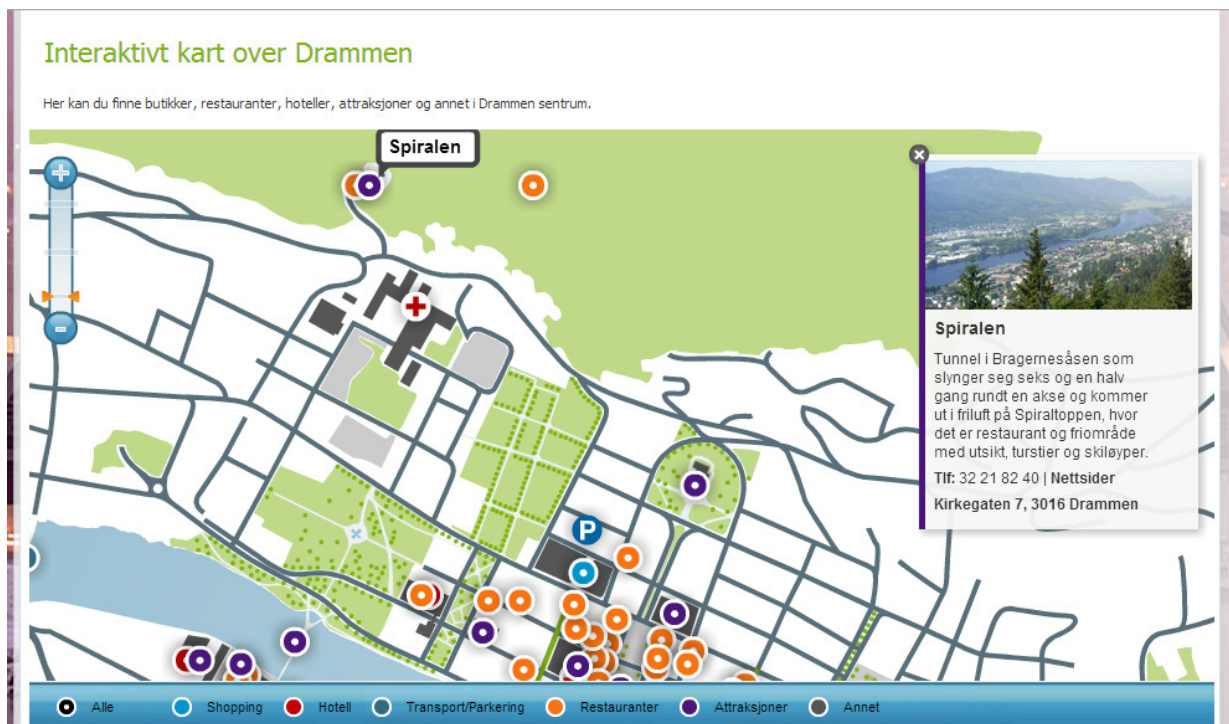
Foto: Birgitte Simensen Berg

Figur 59: Elvebyen Drammen fremhever det grønne.

Figur: Print screen fra www.drammen.no

I turistmagasinet "Drammen- The River City" utgitt av kommunen, og publisert på www.drammen.no, omhandler 18 av 64 sider de grønne kvalitetene som bymarka, elven, muligheter for fiske, miljø og kulturminner i form av gamle lystgårder i byens nærmeste omgivelser.

På internettsiden www.drammen.no er det også publisert et interaktivt kart som viser byens attraksjoner og tilbud til kultur og fritid. I prinsippet dekker kartet de samme temaene som fritidskartet som er publisert på Kongsvingers nettside, men designet er annerledes, og attraksjonene er visualisert med bilder og faktatekster. I tillegg er grønne områder markert med grønn farge, som gir et bedre inntrykk av nettopp de grønne kvalitetene i byen.



Figur 60: Fritidskart over Drammen.

Figur: Print screen fra www.drammen.no

Oppsummering/vurdering av Drammens strategier

Drammens utvikling har pågått over lang tid, og det har blitt investert mye penger i omveltende prosjekter som har vært avgjørende for utviklingen. Selve omdømmebyggingsprosjektet har kommet etter at byutviklingstiltakene nærmest var ferdigstilt, slik at det er tydelig forankret i konkrete og ferdige prosjekter. På denne måten unngår byen å love mer enn den kan holde, og den har tydelige attraksjoner og landemerker å vise til i omdømmekampanjene. Samtidig legger byen vekt på å inkludere innbyggerne i utviklingsstrategiene, slik som ble gjort for planleggingen mot 2011jubileet og nå mot det nye jubileet som kommer i 2036. Gjennom å spille på lag med innbyggerne utvikles eierforholdet og stoltheten for byen, og innbyggerne blir bedre ambassadører for et godt omdømme.

Det grønne i Drammens bybilde blir aktivt brukt i omdømmekampanjene. Elva, elvepromenaden og parkene sammen med Drammensmarka blir vist frem i filmer, på kart, og i bilder på nettsidene. Man har samtidig satset på å lage spesielle og nye attraksjoner av friluftstilbudet i Drammen, eksempelvis gangbrua Ypsilon og Spiralen i Bymarka. Byutviklingen har videre sørget for å trekke frem disse kvalitetene og utbedre dem ytterligere. På denne måten fungerer de som motivasjonsfaktorer for byen. *Elvebyen Drammen* har blitt et begrep som understreker den karakteristiske kvaliteten og skiller Drammen fra andre byer.

REFERANSEPROSJEKTER : BODØ

Bodø ligger i Nordland fylke, og er Nord-Norges nest største by. Bodø er en del av Bodøregionen Salten, som består av 9 kommuner. Byen er et trafikknutepunkt med togforbindelse sørover, flyplass, ferge, buss og hurtigrute.

I 2012 hadde Bodø kommune 48422 innbyggere. Det har vært en forholdsvis jevn befolkningsvekst på 1,2% de siste årene, noe som gjør Bodø til en av de raskest voksende byene i landet (bodo.no u.å)

Folkemengde 1. januar og endringer i kalenderåret, etter region, statistikkvarabel og tid

	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1804 Bodø												
Folkemengde	36 536	39 237	41 367	44 414	44 992	45 575	46 049	46 495	47 282	47 847	48 422	49 203
Fødselsoverskudd	300	394	307	354	291	272	360	383	253	292	314	:
Innflyttinger	1 721	1 747	1 905	1 968	2 009	2 118	1 971	2 187	2 232	2 314	2 416	:
Utflyttinger	1 606	1 714	2 037	1 751	1 718	1 916	1 891	1 788	1 924	2 033	1 945	:
Nettoinnflytting	115	33	-132	217	291	202	80	399	308	281	471	:
Folketilvekst	413	432	174	578	583	474	446	787	565	575	781	:

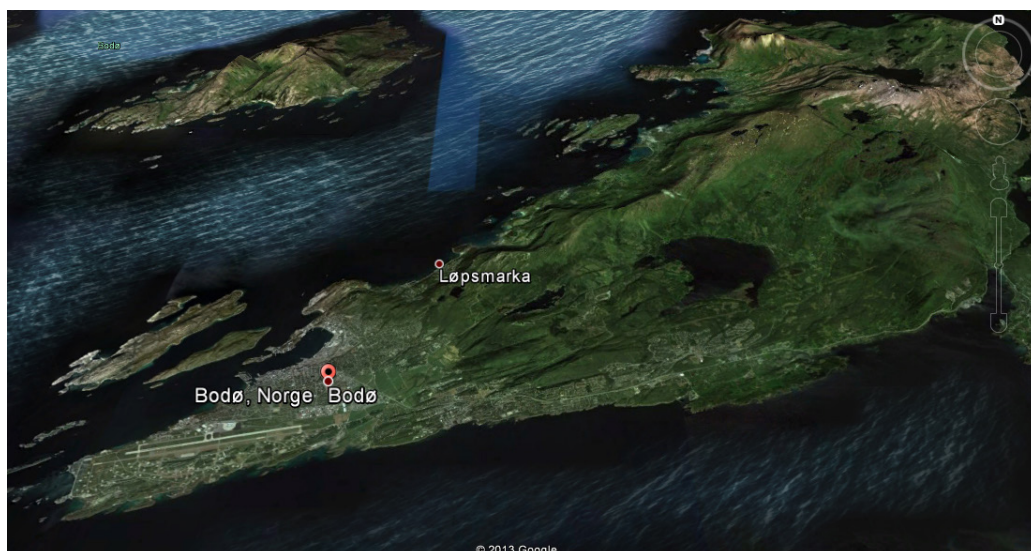
Fotnoter/:

Figur 61: Befolkningsstatistikk de siste årene i Bodø.

Figur: Statistisk sentralbyrå

Landskap

Bodø har en bystruktur og et landskap med naturområder som skiller seg tydelig fra både Kongsvinger og Drammen. I Bodø ligger byens sentrum som en tunge ut i havgapet. Innover mot land glir bystrukturen over i Bødømarka med både skog og fjellområder. Tilbudene for friluftsliv og naturopplevelser er dermed en viktig del av byen.



Figur 62: Bodøs landskap og beliggenhet

Figur: Google Earth

Omdømmeprosjektet "Bodø i vinden" begynte for fullt i 2008, etter et 3 års forprosjekt hvor de prosjektansvarlige hentet inspirasjon fra andre byers omdømmebygging og la opp til strategien for de neste årene. Drammen var et av de eksemplene Bodø brukte for å hente inspirasjon til omdømmebyggingen. Målet med prosjektet har vært å fronte Bodø-regionen som et attraktivt bo -og arbeidssted med mål om et generelt bedre omdømme for regionen, økt befolkningsvekst og økt lokal stolthet. Kampanjene fremhever både Bodøregionen i helhet, men også Bodø by som sentrum i regionen (bodo.no u.å).

Benyttede metoder i omdømmebyggingen

Siden 2008 har det blitt brukt mange kanaler og metoder for å nå ut til allmennheten med informasjon om Bodø.

Reklamekampanjer på internett

Det mest aktuelle delprosjektet som har pågått høsten 2012 er reklamekampanjen Extreme citymakeover Bodø. Dette er en internettbasert kampanje som blant annet har ligget ute på hovedsiden til www.vg.no. Internettetsiden <http://www.extremecitymakeover.com> har lagt ut 5 filmer om temaer som er viktige for Bodø og omdømmebyggingen: Fritid, bolig, bedrifter, jobb og byutvikling. Filmene varer i ca 3-4 minutter, og gir informasjon om hva byen har å tilby på temaene.

Filmer om byen

Det har blitt laget flere ulike filmer om byen i ulike sammenhenger. Noen av dem har inngått i reklamekampanjene, eller vært uavhengige av disse. Filmene har blitt vist i forbindelse med møter i arbeidslivet, reklamepresentasjoner, på kinoen i byen, samt at de ligger tilgjengelige på internett.



Figur 63: Extreme city makeover prosjektet
Print screen fra extremecitymakeover.com

Bannere, roll-ups og flagg

Hvert år i sommerhalvåret pyntes byen opp med bannere og flagg med foto fra Bodø og logo for Bodø i vinden. Målet er å øke bevisstheten for de flotte attraksjonene Bodø byr på og å forankre den nye profilen til byen. Det er også laget ulike roll-ups med bilder fra regionen, til bruk ved spesielle arrangementer.

Aktiviteter

Bodømesse: I 2008 ble *Velkommen til Bodø - messa* arrangert med mål om å styrke Bodøs posisjon som en åpen og gjestfri by for nye og etablerte innbyggere. Over 100 lag- og foreninger viste frem sine fritidsaktiviteter og tilbud i Bodø spektrum. I tillegg skulle denne messa ønske nye studenter ved høyskolen velkomne.

Kjenn Bodø: Kjenn Bodø-programmet ble iverksatt for å gjøre byens egne innbyggere klar over muligheter, og øke stoltheten og identiteten for egen by. Programmet ble gjennomført 7 år på rad frem til 2011. *Kjenn Bodø 2011* var et høstprogram med ulike utflukter og guidede turer for byens egne innbyggere. Programmet var populært med god oppslutning og positive tilbakemeldinger. Flere samarbeider om Kjenn Bodø bl.a. Bodø kommune, Bodø Næringsforum, Forsvaret, Salten Museum, Høgskolen i Bodø og Bodø Sightseeing.

Foldere og magasin

Bodø i vinden i samarbeid med næringslivet har laget flere foldere og magasin som blir utgitt til innbyggere og lagt ut som reklame. Minifoldere presenterer omdømmeprosjektets mål, målgrupper, kommunikasjonsstrategien og den visuelle profilen til Bodø by.

Ambassadørfolderen er en liten folder som presenterer Bodø gjennom tekst og bilder. Folderen er på norsk og engelsk og er lett å frakte med seg.

Magasinet "I Bodø" er Nord-Norges største bymagasin. Omdømmeprosjektet har bidratt med innspill til innholdet og samarbeidet tett om profilering av bodo.no i magasinet. Magasinet ble første gang lansert våren 2008 med 100 000 eksemplarer distribuert til blant annet alle husstander i Bodø og Saltenregionen, på Norwegian fly fra Gardemoen og til en rekke virksomheter, arrangementer og turistinformasjoner i Bodø og Nordland. Andre utgave kom mars 2009.

Verktøykasse for omdømmebygging

"Verktøykassa" er et eget verktøy Bodø i vinden har laget for at innbyggere, næringsliv og andre Bodø-ambassadører kan bidra til å profilere byen. På en egen fane på bodo.no har det blitt lagt ut en fotobank, reklamefilmer og annet materiale som er brukt i omdømmebyggingen. Gjennom fotokonkurranser har gode bilder blitt tatt inn i banken, og alle kan bruke dem. Ved å benytte bilder og materiale herfra kan alle som ønsker det bidra til å gi Bodø et godt rykte, uavhengig av om det gjøres av privatpersoner eller større virksomheter, eksempelvis i jobb, på blogg, i brosjyrer og annen type reklame.

Internettsider

Også Bodø har en hovedside for omdømmebyggingen. Gjennom www.bodo.no skal Bodø frontes som et attraktivt bo – og arbeidssted. Målgruppen er primært nye innflyttere mellom 20-40 år, men også egne innbyggere. Gjennom tekst, gode bilder og kart-henvisninger skal bodo.no gjøre det enklere å flytte til Bodø. Ukentlig slippes det nyheter med de gode historiene om det å bo- og jobbe her (bodo.no u.å b).

Resultater av omdømmebyggingen i Bodø

Underveis i omdømmebyggingen i I 2010 gjennomførte Bodø i vinden i samarbeid med Synovate en omdømmeundersøkelse blant 1000 innbyggere og utflyttere for å kartlegge holdninger til Bodø som bo- og arbeidssted. Undersøkelsen viste at 57% på landsbasis har et godt totalinntrykk av Bodø. Videre viste undersøkelsen at naturen i nærheten av byen er noe der nesten alle har et godt inntrykk av kommunen. Denne holdningen hadde imidlertid liten påvirkningskraft for å forbedre totalinntrykket. Det betyr at Bodø må kommunisere flere sider/kvaliteter ved byen enn bare naturen, dersom man skal påvirke totalinntrykket av Bodø som bo - og arbeidssted i positiv retning.

Innen den gruppen som hverken bor eller har bodd i området er det forhold som arbeidsmuligheter, åpenhet og gjestfrihet blant innbyggerne og kommunikasjon til resten av Norge og utlandet som er det viktigste for totalinntrykket. For byens egne innbyggere var det faktorer som tilrettelegging for barnefamilier, byens atmosfære, og arbeidssituasjonen som er viktigst. Innbyggerne trakk frem kulturlivet som en av de sterkeste sidene i Bodø (bodo.no 2010)

Det grønne som virkemiddel

Til tross for at det i undersøkelsen fra 2010 fremkom at naturen hadde lite påvirkningskraft til totalinntrykket av Bodø, brukes den allikevel aktivt i kampanjene og omdømmebyggingen. I kampanjen for 2012, Extreme city makeover, er naturen direkte og indirekte brukt som virkemiddel ikke bare i temafilmen for fritid, men også for temafilmen om boliger, jobb og byutvikling. I forbindelse med fritid blir den uberørte naturen fremhevet både med filmutsnitt fra havet, fjellene og marka, og det store tilbudet til sport og aktivitet blir trukket frem. I filmene om boliger, jobb og byutvikling trekkes naturen stort sett frem som en ressurs i form av spektakulær utsikt (Extremecitymakeover.no 2012)

Bannerne og den andre opptrykkede reklamen bruker mange illustrasjoner fra Bodøs natur. I "Verktøykassa" ligger materiale fremme til fri bruk for allmennheten. Gjennom å gå inn på fanen verktøykassa på www.bodo.no får man tilgang til 429 bilder fra Bodø i vinden. 52 av disse er kategorisert som natur/landskap og fornøyelse/fritid. Bildene av fritid illustrerer aktiviteter som er knyttet til friluftsliv og utnyttelse av naturkvalitetene.

I tillegg er flere bilder fra de andre kategoriene preget av Bodøs naturkvaliteter. Det er i midlertid lite skille på den bynære og fjernere naturen.

"Kjenn Bodø"-programmet var et viktig tiltak for å gjøre innbyggerne bedre kjent med egen by og natur. Også her er det både de bynære og fjernere tilbudene til aktiviteter som kommer frem. De oppsatte og foreslåtte aktivitetene spenner mellom temaer som familiedag på Nyholm skanse, et skanseanlegg som er restaurert etter 1807-14, byvandring med byens historie, tur til Løpsfjellet 5 km utenfor bykjernen, og rafting i Saltstraumen.

Oppsummering/vurdering av Bodøs strategier

Bodø begynte sitt omdømmebyggingsprosjekt i 2005. Kommunen brukte tre år på å legge grunnstrategiene, etter inspirasjon fra andre prosjekter og erfaringer. Det er derfor en godt begrunnet og forankret strategi som har blitt lagt i kommunen.

Der Drammen fronter det tilrettelagte bynære friluftslivet, fronter Bodø mer de ville og ekstreme naturopplevelsene som rafting, fjellklatring og lignende. I tillegg bruker kommunen naturkvalitetene tilknyttet havet og fjell tindene i størst grad. Dette er selvfølgelig fordi det er disse elementene som er de mest særegne og "verdifulle" kvalitetene som skiller Bodø fra andre byer, og strategien er god.

Etter å i 2010 ha undersøkt hvor viktig naturen var som motivasjonsfaktor for innbyggerne ble det klart at de fleste hadde et godt inntrykk av den bynære naturen i Bodø, men at dette ikke var avgjørende kvaliteter for å endre totalinntrykket av byen. Dette er nok tilfelle ikke bare i Bodø, og jeg vil ta denne erfaringen med videre i arbeidet med Kongsvingers fremtidige strategier.



Figur 64-66: Eksempler på bikder fra Bodøs "verktøykasse". Bildene er fritt tilgjengelige for bruk til markedsføring av byen.

Figurer: bodo.no



TILBAKE TIL KONGSVINGER; HVORDAN BRUKE REGISTRERINGENE VIDERE?

For å se på mulige prinsipper for omdømmebygging ved hjelp av grønne kvaliteter i Kongsvinger, går jeg nå tilbake til Harald Espelands metode for omdømmebygging (presentert i del 1).

Med mine egne registreringer og oppsummeringer følger jeg nå denne metoden trinn for trinn i “jakten på det unike”. I et reelt arbeid med omdømmebygging i kommuner skal alle stedskvaliteter vurderes, men jeg fokuserer nå kun på oppgavens tema.

1: Presisere mål for omdømmearbeidet

Målet for omdømmearbeidet i Kongsvinger har vært, og vil fortsatt være å tiltrekke flere innbyggere. Hovedgruppen som det er ønskelig å tiltrekke seg er unge familier som trekker ned gjennomsnittsalderen, da det er en tendens til en stadig eldre befolkning i Kongsvinger. Kommunen har tidligere rettet seg spesielt mot de som tidligere har flyttet ut av byen, men jeg holder muligheten åpen for at man også kan tiltrekke nye innbyggere som ikke tidligere har erfart Kongsvinger.

2: Hva er målgruppen interessert i? Hvordan kan man appellere til dem?

Dette er veldig forskjellig, men et variert tilbud til aktivitet og opplevelser vil være viktig. Av de grønne kvalitetene vil dette innebære et rikt tilbud av turstier i alle typer naturområder Kongsvinger kan tilby, muligheten for både et naturnært og et urbant friluftsliv, et tilbud som er tilrettelagt og tilgjengelig hele året, variasjon i opplevelser (læring, sansing, stillhet/ro, sosial tur, fysisk krevende/rolig) og så videre. Som småbarnsforeldre er det spesielt viktig med de små rekreasjonsområdene i nærmiljøet, og ønsket om å sikre en trygg oppvekst for barna vil være sentralt.

3: Hvordan posisjon ønsker kommunen å ta?

Dette er ikke spesifisert tidligere i kommunens strategier. Kommunen kan velge å differensiere seg fra andre, være først ute med noe, være best innenfor en kategori eller lignende. Dersom Kongsvinger ville velge å satse på å bruke tilgjengeligheten til grønne områder som hovedstrategi i omdømmearbeidet, ville de hatt vanskelig for å skille seg fra andre byer. Etter at Drammen har lykket med sin strategi “Naturbania – den urbane byen med nærhet til marka” i 2011, er det mange byer som allerede har forsøkt å kopiere eller hente inspirasjon fra denne strategien.

Man kan begrunne en tilsvarende satsning som Drammen har gjort, med at Kongsvinger har noen av de samme landskapstrekkene og naturtilbudene som Drammen, men det er svært vanskelig å se for seg at de grønne kvalitetene vil fungere på en slik måte i Kongsvinger. Byen mangler de helt spesielle attraksjonene for friluftslivet, de mangler den rolige elvebredden som tilfører strandkvalitet midt i byen, og de har fremdeles ikke et godt nok utvidet tilbud og dermed en plattform med kvaliteter å vise til.

I stedet mener jeg at Kongsvinger må tenke langsiktig og se på situasjonen slik den er på nåværende tidspunkt. Ved å spille mer på småbysjarmen, og tilrettelegge for gode møteplasser i sentrum, sammen med det eksisterende naturtilbudet rundt, vil dette heller medvirke til en gjennomførbar strategi.

Ved å være realistisk i strategiene man setter opp, er det større sjanse for å lykkes. I Kongsvinger har man tidligere spesifisert ønsket om å sikre seg en befolkningsøkning på 1% per år. Tidligere i strategiene som er lagt for byen virker det som om jaget etter å tiltrekke seg innbyggere har blitt større enn å ivareta behovene til de som allerede bor her. Den store årlige utflytningen som vist i tidligere tabeller understreker denne oppfatningen.

Det er derfor viktig i strategiarbeidet å legge til rette også for de som allerede bor her. De skal være ambassadører i fremtiden, og det er derfor viktig at de trives.

Motivasjonsfaktorer og hygienefaktorer

Med de grunnleggende føringene for hvordan målgruppe kommunen retter seg mot vil jeg vurdere funnene fra registreringsdelen i forhold til rangeringen hygienefaktorer, motivasjonsfaktorer og de unike kvalitetene ved kommunen.

Hygienefaktorene er altså de faktorene som man forventer å finne i enhver norsk kommune. Grønne områder og kvaliteter blir ofte tatt for gitt i mindre kommuner der bebyggelsestettheten ikke er så høy. De fleste boligene her er tilknyttet private hager, og det grønne er uansett i overvekt i forhold til andre behov man har. Eksempelvis i Oslo kan derimot nærhet til parker og turdrag være viktig når man vurderer hvor man vil bo. Man har mindre tilgang på det, og det blir dermed viktigere.

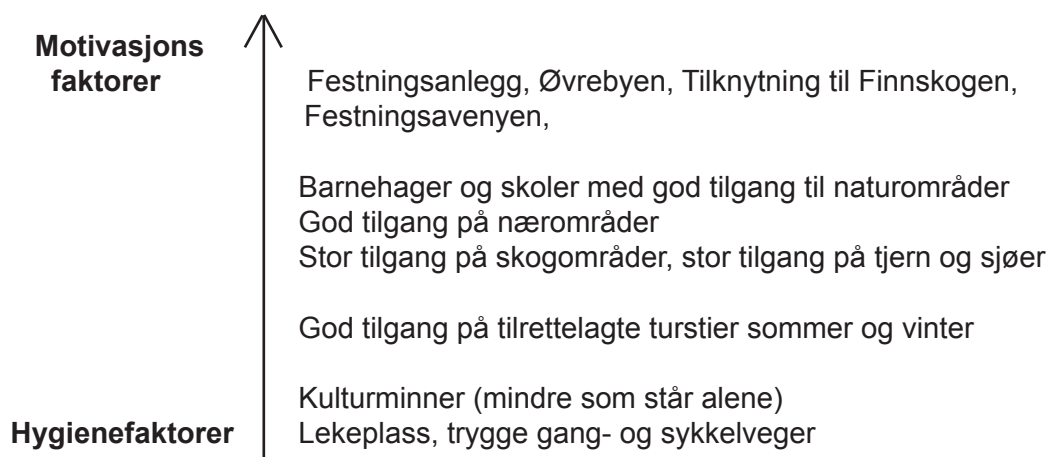
Jeg velger først å sette opp de enkelte kvalitetene i liste ettersom de er registrert i del 3.

1. Arealdekker: Store barskogområder
Rikt tilbud på tjern og sjøer
God tilgang på store skogområder innen kort vei.
2. Bystruktur: Boligområder med god tilgang til marka
Rikt tilbud av små urbane grønne områder i sentrum: Manglende Elvepromenade
Barnehager og skoler med god tilgang på naturområder
3. Grønnstruktur: Grønnstruktur med varierende innslag av offentlig tilbud. Nok en gang: Elvepromenade og parkdrag i sentrum
4. Forbindelseslinjer: Gode turstier både sommer og vinter.
Forbindelse med Finnskogen
Enkel og trygg ferdsel langs gang- sykkelvegnett: Manglende
5. Kulturminner: Festningsanleggene
Øvrebyen
Mølleruinene
Diverse ved Liermoen
Skansgården
Gjøsegården
Skinnarbøl sommerslott

6: Spesielt viktige friluftskvaliteter: Bæreia
Kulturlandskap ved Vingersjøen
Puttara
Liermoen

7: Fremtidig plan: Festningsavenyen
Lekeplass i Byparken
Urbanisert elvepromenade

Når man ser de ulike registreringene hver for seg er det ingen av disse som umiddelbart utpeker seg som det helt unike ved Kongsvinger. Man ønsker for eksempel ikke å flytte til byen ene og alene på grunn av elvepromenaden som går gjennom byen. Enkelte av kvalitetene har derimot mer betydning enn andre.



Det er kulturminnene festningen og Øvrebyen som er mest identitetsskapende for Kongsvinger. Også Finnskogen er et område som er kjent utenfor distriktet. Å spille videre på disse tre elementene er nok derfor en naturlig strategi. Å få folk til å flytte hit på grunn av disse kvalitetene er derimot vanskelig.

Dersom man samler kvalitetene og tilbyr det som en hel pakke med godt tilrettelagt natur blir imidlertid kvalitetene noe bedre. Å ha tilgang til natur, til tilrettelagte turløyper, kulturminner som er inkludert i det øvrige tilbudet, friluftsområder og nærmiljøområder vil til sammen utgjøre en pakke som kan virke motiverende for å flytte ut av byen og ut på landet. Dersom man i utgangspunktet interesserer seg for disse kvalitetene, vel og merke.

Det må allikevel presiseres at det er lite sannsynlig at grønne områder alene kan stå som den avgjørende faktoren for å tiltrekke seg innbyggere. Man MÅ i strategiarbeidet i kommunene se på alle temaer som kan være motivasjonsfaktorer og integrere det i byutviklingen. Man må se sammenhengene mellom satsing på skole/barnehager, muligheter for arbeid, sosiale og kulturelle tilbud, aktivitetstilbud og lignende.

HVORDAN FREMSTILLE PLANER FOR FRILUFTSLIV OG GRØNNE OMRÅDER SOM VIRKEMIDDEL I MARKEDSFØRING?

Gjennom arbeidet med denne masteroppgaven har det vært problematisk å skaffe informasjon om Kongsvingers ulike kvaliteter. Det er tydelig at informasjon om friluftsliv og de grønne kvalitetene ikke blir formidlet i noen stor grad på kommunens hjemmeside eller andre steder.

Jeg ser derfor først og fremst et behov for at informasjon må være *tilgjengelig* dersom man skal kunne bruke det som virkemiddel. Det er videre en stor fordel om informasjonsmaterialet finnes *samlet*, slik at man kan se helheter og enkelt kan flette sammen nødvendig informasjon. Dersom det krever mye av den interesserte å skaffe til veie informasjon på egen hånd, er sjansen stor for at det ikke vil bli prioritert.

Under registreringsarbeidet ble jeg selv overrasket over kvaliteter jeg egentlig ikke var klar over i “min egen” by. Dette kan være tilfelle for flere av Kongsvingers egne innbyggere. Blant annet kommer dette til syne ved Kongsvingerguidens turartikler som utgis en gang i måneden. Ved å informere innbyggerne om fine turmuligheter og komme med nyttige tips, ser man at områdene blir mer besøkt i tiden som følger etter publikasjon (Løvtjernet 2012). Dette kan skyldes mangel på kunnskap eller mangel på inspirasjon hos innbyggerne.

Som målgruppe for planene er det primært å tenke på de potensielt nye innbyggerne. Jeg vil allikevel inkludere de eksisterende innbyggerne i promotering av grønne kvaliteter. Mens man i første omgang vurderer å flytte hit, tror jeg ikke at de grønne kvalitetene i Kongsvinger er store, gode og helhetlige nok til at de kan fungere som trekkplaster i seg selv ved første møte. Når man skal undersøke en ny by med nye miljøer er det ikke turløyper og friluftsområder som er det første man undersøker. Det er imidlertid når man har flyttet hit, og er ny innbygger at disse turmulighetene vil virke mest spennende. Generell informasjon om naturkvalitetene som venter, samt bystruktur og grønne områder i bykjernen er allikevel en faktor også potensielt nye innbyggere kan dra nytte av.

Informasjonen må utformes på en slik måte at den er lettfattelig, enkel og interessant å lese. For å få frem en lettfattelig og nyttig plan er den letteste måten å presentere kvaliteter i byen på, gjennom kart. De aller fleste kommuner benytter fritidskart som vist i de strategiske registreringene i Kongsvinger. Disse er dessverre tunge og lite inspirerende å lese, og man finner ikke tilstrekkelig informasjon om attraksjonene/aktivitetstilbudene.

Drammen kommune har på sin omdømmeprojektside www.drammen.no publisert en egen versjon av nettkart. Dette er mer lesbart og mer inspirerende enn fritidskartet i Kongsvinger, og jeg har hentet inspirasjon fra dette. I Drammens kart kan man klikke på elementer, og man får opp enkel informasjon og adresser. Dette gjør det til en mer spennende opplevelse, og man får en mer virkelig opplevelse av byen. Det digitale kartet minner om de beste turkartene som finnes i papirformat, som er supplert med illustrasjoner og informasjon.



Figur 67: Drammen presenterer sine bykvaliteter

Print screen fra www.drammen.no

I mitt forslag på plankart som kan brukes som virkemiddel i markedsføringen bruker jeg kartgrunnlaget som fra registreringene. Det vil være nødvendig med liknende kart i andre former og utsnitt, avhengig av hvilke kvaliteter man ønsker å vise.

For å unngå for mange elementer i kartet velger jeg i arealdekkene å kun skille mellom skog, innmark og by. Variasjonene i vegetasjonen er ikke av så avgjørende effekt for dette formålet, og de ulike kvalitetene kan enklere vises med bilder enn med fagbegreper for allmennheten. Ved å holde kartgrunnlaget enkelt kan man utdype med bilder og evt tekst om det man vil informere om. I dette forslaget til kart er kun enkelte av de registrerte elementene presentert ved hjelp av bilder.

Det er kommunen som bør stå for tilvirkingen av et slikt kart, og arbeidet med dette bør inkludere flere av fagkompetansene som er engasjert i byutviklingen og innbyggerprosjektet. Evalueringen av kartene kan være med på å sette i gang en felles diskusjon og et tettere samarbeid innad i kommunen. Særlig kommunikasjonsavdelingen i samarbeid med innbyggerrekruttereren bør involvere seg i arbeidet.

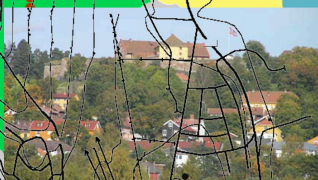
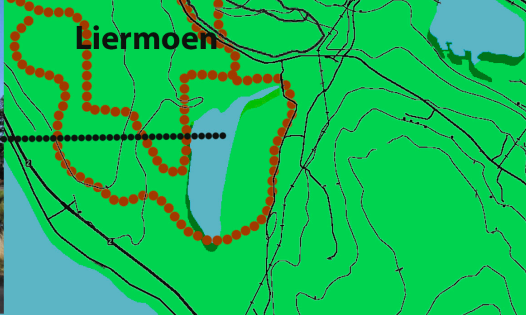
Lykkes man med å lage et kart som er oversiktlig og fattbart, samt godt designet, kan man med hell benytte det som et slags salgskart i møte med nye innbyggere. I Kongsvinger har det blitt lagt vekt på å få nye innbyggere til å føle seg velkomne, og man har arrangert innbyggermøter for nye innbyggere. I denne sammenheng ville det vært en god anledning til å dele ut brosjyrer med praktisk info om ulike temaer som er relevant, eksempelvis servicetilbud, informasjon om skoler og barnehager og lignende. Dette kartet kunne med hell vært inkludert i en slik velkomstbrosjyre.

Neste side viser mitt forslag til plankart som kan benyttes i omdømmebygging.



Kart for å presentere grønne kvaliteter

1:50000



KONKLUSJON/AVSLUTNING

'I oppgaven ønsket jeg å finne ut hvordan tilrettelegging for bynært friluftsliv og grønne kvaliteter kan brukes som virkemiddel i presentasjon og markedsføring av byer og i forbindelse med omdømmebygging og innbyggerrekrutteringsprosjekter.

Jeg har derfor jobbet med følgende delspørsmål:

1. Hvordan er dagens situasjon i Kongsvinger?

- Hvordan er dagens tilbud til friluftsliv og fysisk aktivitet?
- Hvordan er de nærmeste fremtidsplanene for utvikling av grønne områder?
- Hvordan markedsfører Kongsvinger seg?
- Inngår de grønne kvalitetene på noen måte i markedsføringen?

1. Kongsvinger er en by der naturkvalitetene absolutt er til stede. Byen har en svært god tilgang på nær bymark, og gode forbindelseslinjer mellom boligområdene og marka. I sentrum er det Elvepromenaden som er et av de viktigste grøntområdene.

Forbedringspotensiale: Kongsvinger bør forsøke å oppnå bedre forbindelseslinjer mellom grøntdrag i sentrum og marka. Det trengs et bedre program for parkområdene og de små rekreasjonsområdene slik at områdene blir brukt mer. Forbindelseslinjene mellom byen og de viktigste friluftskvalitetene utenfor bykjernen bør også styrkes for å skape bedre sammenheng. Noen av disse tiltakene ligger allerede på planstadiet, og få men viktige planer om utbedringer i sentrum foreligger.

Kongsvinger markedsfører seg hovedsaklig gjennom internettsidene www.kongsvinger.kommune.no og innbyggerrekrutteringsbloggen www.kongsvinger.no. Kommunens hjemmeside er vanskelig og mangelfull å orientere etter, mens kongsvinger.no er folkelig og tilgjengelig, men mangler reell informasjon om Kongsvingers kvaliteter. De grønne kvalitetene i Kongsvinger blir lite trukket frem på begge mediene.

Forbedringspotensiale: En bedre samkjøring av de to ulike sidene med en god utveksling av informasjon ville vært positivt. På den måten får man kombinert det folkelige med den seriøse offentlige presentasjonsmetoden, og man kunne forankret innbyggerrekrutteringsprosjektet ytterligere i kommunen.

2. Hvordan kan man fremstille planer for friluftsliv og grønne områder slik at det kan fungere som et virkemiddel til å markedsføre byen?

Omdømmebygging fungerer på den måten at man må finne frem til de helt spesielle kvalitetene som er unike for byen eller stedet. Disse skal man bygge videre rundt for å få gode strategier som gjør byen differansiert fra andre tilsvarende byer. Gjennom å sammenligne Kongsvinger med andre byer som også satser på grønne kvaliteter ble jeg mer bevisst på min hypotese om at grønne kvaliteter alene er en god motivasjonsfaktor i omdømmebyggingen. I enkelte byer tror jeg fremdeles at naturkvaliteter kan være den viktigste strategien. Men i en liten by, som Kongsvinger, blir tilgangen på natur ofte så stor at man heller opplever det som et hygienebehov. Det er derfor viktig å kombinere de grønne kvalitetene sammen med andre kvaliteter innenfor andre temaer som finnes i kommunen.

For å presentere planene er det viktig at de er presentert på en lettfattelig måte, at informasjonen er tilgjengelig, og gjerne samlet slik at man finner all relevant informasjon på ett sted uten å måtte lete lenge. Alle grønne kvaliteter bør brukes samlet, slik at kvaliteten blir sterkere.

Kart er et av de beste planverktøyene for å få visualisert kvaliteter i området. Sammen med illustrasjoner og enkelt lesbar tekst blir helheten enkel og spennende. Plankartene kan brukes som kulturkart i seg selv, eller inkluderes i velkomstbrosjyrer eller i andre offentlige dokumentkilder.

3. Kan man hente nyttig informasjon og inspirasjon fra andre byer med tilsvarende prosjekter for bynært friluftsliv/stedsutvikling eller innbyggerrekruttering?

Man kan absolutt hente nyttig informasjon fra andre byer som har jobbet med omdømme prosjekter, men det er viktig at man hele tiden ser sin egen bys situasjon i forhold til den. Drammen er en av de byene i Norge som har lykket best med å bedre omdømmet. Den offensive utviklingen begynte imidlertid i 1986, lenge før man jobbet spesielt med omdømmeutvikling. Først i 2005 begynte kommunen med det de kaller omdømmebygging, og grunnlaget for suksess var da allerede godt forankret. det er viktig at man er klar over at omdømmebygging tar svært lang tid, og man kan ikke bare kopiere en suksessstrategi som andre byer har hatt.

Dette har vært en spennende oppgave å jobbe med, og jeg har fått en mye dypere forståelse av hva omdømmebygging egentlig dreier seg om. Den samme perioden som jeg har skrevet denne oppgaven har innbyggerrekrutteringsprosjektet i Kongsvinger endret seg, og strategiene er i kontinuerlig utvikling i et fast jag mot å tiltrekke seg nye innbyggere. Det blir spennende å følge omdømmeprosjektet videre i fremtiden, også uten å skulle skrive en masteroppgave om det.

FIGURLISTE

- 1 Harald Espeland. (2012). Modell for omdømmebygging. <http://www.regjeringen.no/nb/sub/stedsutvikling/annet/emner-stedsutvikling/omdommebygging.html?id=678036>: Miljøverndepartementet.
- 2 Harald Espeland. (2012). Rangering av faktorer for omdømmebygging. <http://www.regjeringen.no/nb/sub/stedsutvikling/annet/emner-stedsutvikling/omdommebygging.html?id=678036>.
- 3 Direktoratet for naturforvaltning (2003). Oversikt grønnstruktur og marka. DN-håndbok 24-2003, side 10.
- 4 Norge i bilder. (2013). Flyfoto Kongsvinger. <http://wms.geonorge.no/skwms1/wms.norgebilder?>
- 5 Emilie Agnæss. (2013). Kongsvinger i Norge.
- 6 Google maps. (2013). Kart Kongsvinger. <https://maps.google.no/maps?hl=no&tab=wl>.
- 7 Kongsvinger kommune. (2003). Kommuneplanens arealdel 2008 - 2020, side 1. kongsvinger.kommune.no.
- 8 Kongsvinger kommune. (2009). Riksvei 2 og 20 - Skandinaviakrysset. <http://kongsvinger.kommune.no/no/Faner---forsiden/Spennende-jobber1/Pendle-til-og-fra-kongsvinger/Riksvei-2-og-20/>.
- 9 Statistisk sentralbyrå (2013). Tabell Folkemengde 1. januar og endringer i kalenderåret. <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectout/ShowTable.asp?FileformatId=2&Queryfile=201331312212746808821Folkemengd1951&PLanguage=0&MainTable=Folkemengd1951&potsize=60>
- 10 Statistisk sentralbyrå. (2010). Befolkningsutvikling i Oslo-regionen. 2000-2010. Prosent. <http://www.ssb.no/befolkning/artikler-og-publikasjoner/befolkningsvekst-rundt-oslo>.
- 11 Kongsvinger kommune. (2012). Organisasjonskart pr.13.11.12. <http://kongsvinger.kommune.no/no/Artikler/Organisasjon/>.
- 12 Kongsvinger kommune. (2012). Informasjon om Kongsvinger på kommunens internettside. <http://kongsvinger.kommune.no/no/Artikler/Fakta-om-Kongsvinger/>: Kongsvinger kommune.
- 13 Kongsvinger kommune. (2012). Kultur, idrett og fritid. <http://kongsvinger.kommune.no/no/Artikler/Kultur-og-fritid/>.
- 14 Kongsvinger kommune. (2011). Friluftsliv. <http://kongsvinger.kommune.no/no/Temaord/Friluftsliv/>.
- 15 Kongsvinger kommune. (2010). Finnskogen. <http://kongsvinger.kommune.no/no/Artikler/Finnskogen/>.
- 16 Kongsvinger kommune. (2013). Fritidskart Kongsvinger. www.kongsvinger.kommune.no.
- 17 [kongsvinger.no](http://www.kongsvinger.no). (2013). [kongsvinger.no](http://www.kongsvinger.no). www.kongsvinger.no.
- 18 Byen vår. (2012). Strandpromenaden langs Glomma. Kongsvingerguiden januar 2012, side 14.
- 19 Byen vår. (2013). Skitur til skihytta eller lengre. Kongsvingerguiden februar 2013, side 19.
- 20 Byen vår. (2012). Bæreia rundt. Kongsvingerguiden august 2012, side 17.
- 21 Byen vår. (2012). Sykkeltur til skolemuseet på Skinnarbøl. Kongsvingerguiden juli 2012, side 24.
- 22 Google Earth. (2013). Bybilde Kongsvinger. Google Earth.
- 23 Google Earth. (2013). Kongsvinger sett fra vest. Google Earth.
- 24 Byen vår. (2013). Oversiktsbilde Kongsvinger. Kongsvingerguiden april 2013, side 9.
- 25 Emilie Agnæss. (2012). Vingersjøen.
- 26 Dronninga landskap. (2011). Øvrebyens smale gater og trehus. Festningsavenyen, Designprogram, side 14.
- 27 Dronninga landskap. (2011). Arkitektur fra nyere byggefase i Storgata i Midtbyen. Festningsavenyen, Designprogram, side 12.
- 28 Dronninga landskap. (2011). Herdahlsparken. Festningsavenyen, Designprogram, side 12

- 29 Emilie Agnæss.
- 29 Emilie Agnæss. (2012). Boligstruktur ved Lia.
- 30 Emilie Agnæss. (2012). Ballslette ved Tråstad.
- 31 Emilie Agnæss. (2012). Bebyggelse i Lia.
- 32 Emilie Agnæss. (2012). Elvepromenaden.
- 33 Dronninga landskap. (2011). Byparken i sentrum. Festningsavenyen, Designprogram, side 12
- 34 Emilie Agnæss. (2012). Vegetasjon på festningen.
- 35 Dronninga landskap. (2011). Lønnetrær i sentrum. Festningsavenyen, Designprogram, side 10.
- 36 Kongsvinger kommune. (2007). Blåveisblomstring i Sykhusskogen. Temanotat: Byrom og grønnstruktur side 9.
- 37 Kongsvinger kommune. (2007). Bankparken. Temanotat: Byrom og grønnstruktur side 15.
- 38 Dronninga landskap. (2011). Festningen. Festningsavenyen, Designprogram, side 4.
- 39 Forsvarsbygg. (2004). Tråstad skanse. Verneplan Kongsvinger festning.
- 40 Kongsvinger kommune. (2011). Bebyggelse Øvrebyen. www.kongsvinger.kommune.no.
- 41 Emilie Agnæss. (2012). Bæreia.
- 42 Glåmdalen arkiv. (u.å.). Ballspill på Bæreia. <http://www.glomdalen.no/nyheter/article6633238.ece>: Glomdalen.no.
- 43 Emilie Agnæss. (2012). Liermoen.
- 44 Emilie Agnæss. (2012). Kultursti Liermoen.
- 45 Emilie Agnæss. (2012). Skansgården.
- 46 Emilie Agnæss. (2012). Gjøsegården.
- 47 Dronninga landskap. (2011). Festningsavenyen. Festningsavenyen Designprogram, side 22.
- 48 Dronninga landskap. (2011). Skisser historiefortelling. Festningsavenyen, Designprogram side19.
- 49 Dronninga landskap. (2011). Skisse Storgata. Festningsavenyen, Designprogram side12.
- 50 Emilie Agnæss. (2012). Elvepromenaden.
- 51 Kongsvinger kommune. (u.å.). Elvepromenaden. Mottatt på epost fra Hilde Nygaard november 2012.
- 52 Emilie Agnæss. (2013). Bystruktur og arealdekke i Kongsvinger.
- 53 Emilie Agnæss. (2013). Bystruktur og friluftsområder i Kongsvinger
- 54 Statistisk sentralbyrå. (2012). Folkemengde per år fra og med 2008. ssb.no.
- 55 Statistisk sentralbyrå. (2013). Befolkningsstatistikk Drammen. <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selectvarval/saveselections.asp>: Statistisk sentralbyrå.
- 56 Google Earth. (2013). Flyfoto Drammen. Google Earth.
- 57 Terje Løchen. (2009). Ypsilon. <http://www.bygg.no/id/46863>.
- 58 Elisabeth Sperre Alnes. (2011). Drammen er blitt badeby. www.dagbladet.no.
- 59 www.drammen.no. (2013). Elvebyen Drammen. http://www.drammen.no/Besoke_Drammen/Drammen_turist-kontor_info.aspx.

60 Print screen fra www.drammen.no. (2013). Interaktivt kart over Drammen. www.drammen.no/nb-NO/Kart.aspx: Elvebyen Drammen.

61 Statistisk sentralbyrå. (2013). Befolkningsstatistikk Bodø. Statistisk sentralbyrå; <https://www.ssb.no/statistikk-banken/selectvarval/Define.asp?subjectcode=&ProductId=&MainTable=Folkemengd1951&nvl=&PLanguage=0&ny-TmpVar=true&CMSSubjectArea=befolkning&KortNavnWeb=folkendrhist&StatVariant=&checked=true>.

62 Google earth. (2013). Bodø.

64-66 bodo.no. (u.å.). Naturbilder fra bodo.no's verktøykasse. <http://www.bodo.no/wips/544239636/>.

67 Print screen fra www.drammen.no. (2013). Interaktivt kart over Drammen. www.drammen.no/nb-NO/Kart.aspx: Elvebyen Drammen

LITTERATURLISTE

- Avstand. (2012). *Avstand Kongsvinger Oslo*. Tilgjengelig fra: <http://no.avstand.org/Kongsvinger> (lest 20.11.2012).
- Berg, S. K. & Omland, A. (2008). Bynært friluftsliv- kulturminner som motivasjonsfaktor for nærmiljøaktivitet? *Utmark - tidsskrift for utmarksforskning*, 2/2008.
- Bjørkhaug, J. H. W. (2010). *Byliv -hva bestemmer vår bybruk?* Ås: UMB. 119 s.
- Bodo.no. (2010). *Bodøværinger er stolte!* http://www.bodo.no/wips/1967125457/module/articles/smlId/993269506/smTemplate/Les_Mer_2010/ (lest 30.11.2012).
- Bodo.no a. (u.å.). *Velkommen til Bodø!* <http://www.bodo.no/wips/1675304252/> (lest 08.11.2012).
- Bodo.no b. (u.å.). *Kampanjer/Tiltak*. <http://www.bodo.no/wips/1766302183/>: bodo.no (lest 28.11.2012).
- Direktoratet for naturforvaltning. (2003). *Marka. Planlegging av by- og tettstedsnære naturområder. Håndbok 24-2003.*: Direktoratet for naturforvaltning. 112 s.
- Direktoratet for naturforvaltning. (2012). *Om nærmiljøetsatsingen*. Tilgjengelig fra: <http://www.dirnat.no/content/500041853/Om-narmiljosatsingen> (lest 20.11.2012).
- Dronninga landskap. (2011). *Festningsavenyen Designprogram*. Kongsvinger 30 s.
- Elvebyen Drammen. (2012). *Unike reklame- og DVD-kampanjer*. Elvebyen Drammen www.drammen.no. Tilgjengelig fra: <http://www.drammen.no/TopMenu/OmOss/Omdommeprosjektet/Reklamekampanjer.aspx> (lest 14.12.2012).
- Elvebyen Drammen. (u.å.). *Fakta om Drammen*. http://www.drammen.no/Om_Drammen.aspx: Elvebyen Drammen. Tilgjengelig fra: http://www.drammen.no/Om_Drammen.aspx (lest 08.11.2012).
- Finsrud, E. & Kongsvinger historielag (u.å). *Historien om Kongsvingers byggmester-Günther Schüssler*. Tilgjengelig fra: <http://www.kongsvingerhistorielag.no/artikler/biografier/65-historien-om-kongsvinges-byggmester-guenther-schuessler> (lest 11.11.2012).
- Fjellstad, R. (2013). Ballspill på Bæreia. *Glåmdalen*.
- Folkehelseinstituttet. (2008). *C.2 Friluftsliv og naturkontakt*
- Forsvarsbygg. (2006). Verneplan for Kongsvinger festning. Tilgjengelig fra: <http://www.verneplaner.no/?f=kongsvinger&id=182621&a=2>.
- Forum for stedsutvikling v/Miljøverndepartementet a. (2012). Uterom. Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/sub/stedsutvikling/annet/emner-stedsutvikling/uterom.html?id=682367> (lest 05.11.2012).
- Forum for Stedsutvikling v/Miljøverndepartementet b. (2012). Omdømmebygging. Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nb/sub/stedsutvikling/annet/emner-stedsutvikling/omdømmebygging.html?id=678036> (lest 10.11.2012).
- Glåmdalen. (2009). Dag Arnesen- Innbyggerrekrutterer. <http://www.glomdalen.no/rk/article4265554.ece>. Tilgjengelig fra: <http://www.glomdalen.no/rk/article4265554.ece> (lest 01.11.2012).
- Hedmark fylkeskommune (2004). Gjøsegården i Kongsvinger. Tilgjengelig fra: <http://old.hedmark.org/article.aspx?m=4664&amid=15936> (lest 11.11.2012).
- KIL-ski. (2012). KIL-ski løypekart. Mottatt fra Svein Johansen i KIL-ski: Svein Johansen. 2 s.
- kommune, K. (2010). Kongsvinger kommune; hva, hvordan, hvorfor? Tilgjengelig fra: <http://hvordan.kongsvinger.no/page/4/> (lest 14.10.2012).
- Kongsvinger kommune. (2003). Temakart. <http://www.kongsvinger.kommune.no/>

- Documents/Planer%20og%20prosjekter/Bakgrunnstoff%20arealdel%202003-2014/Vedlegg_Temakart_ressurskart.pdf: Kongsvinger kommune.
- Kongsvinger kommune. (2007). Kommunedelplan Kongsvinger sentrum Sentrumsplanen Temanotat: Byrom og grønnstruktur. Kongsvinger: Kongsvinger kommune. 29 s.
- Kongsvinger kommune. (2007). Kommunedelplan Kongsvinger sentrum, Sentrumsplanen Plankart, planbestemmelser og retningslinjer: Kongsvinger kommune. 24 s.
- Kongsvinger kommune. (2007). Kommunedelplan Kongsvinger sentrum, Sentrumsplanen, Planbeskrivelsen. Kongsvinger: Kongsvinger kommune. 53 s.
- Kongsvinger kommune. (2012). Budsjett 2013 Økonomiplan 2013-2016 Rådmannens utkast. 100 s.
- Kongsvinger kommune a. (2010). Kommuneplanen 2010-2021. Kongsvinger: Kongsvinger kommune. 14 s.
- Kongsvinger kommune b. (2010). Melding for fysisk aktivitet. Kongsvinger. 29 s.
- Kongsvinger kommune c (2010). Kongsvinger - til og fra. Tilgjengelig fra: <http://kongsvinger.kommune.no/no/Artikler/Fakta-om-Kongsvinger/Lenker/Kommunikasjon/> (lest 10.12.2012).
- kongsvinger.no. (2009). Om Dag. Tilgjengelig fra: <http://www.kongsvinger.no/om-dag/> (lest 01.10.2012).
- kongsvinger.no. (2013). Ny stilling for Innbyggerrekrutterern. <http://www.kongsvinger.no/> (lest 15.01.2013).
- Miljøverndepartementet. (2001). St.meld. nr. 39 (2000-2001) Friluftsliv - Ein veg til høgare livskvalitet. Tilgjengelig fra: <http://www.regjeringen.no/nn/dep/md/dokument/proposisjonar-og-meldingar/stortingsmeldingar/20002001/stmeld-nr-39-2000-2001-.html?id=194963> (lest 11.11.2012).
- Miljøverndepartementet a. (2009). Naturopplevelse, friluftsliv og vår psykiske helse. 138 s.
- Miljøverndepartementet b. (2009). Statens bymiljøpris 2009- aktiv bruk av kulturarven i byutviklingen, juryens begrunnelse. 5.
- Nettbuss. (2012). Rutetabeller. Tilgjengelig fra: <http://www.nettbuss.no/ekspressbuss/timekspressen/rutetabeller> (lest 03.12.2012).
- NSB. (2012). Rutetabell. Tilgjengelig fra: http://ruteplan.nsb.no/?utm_source=nsb.no&utm_medium=banner&utm_campaign=main_banner#kongsvinger/oslo-s (lest 03.12.2012).
- Nyhuus, S. og ThorènA.-K. H. (1994). Planlegging av grønnstruktur i byer og tettsteder. -DN-håndbok 6. Direktoratet for naturforvaltning. Tilgjengelig fra: <http://www.dirnat.no/content/1234/Planlegging-av-gronnstruktur-i-byer-og-tettsteder> (lest 15.12.2012).
- Puttaras venner (2006). Puttaras venner. Tilgjengelig fra: <http://www.puttara.no/venner.htm> (lest 30.11.2012).
- Rambøll Norge AS. (2005). Hovedplan for sykkeltrafikk i Kongsvinger. <http://kongsvinger.kommune.no/Documents/Planer%20og%20prosjekter/temaplaner/Rapport-11115.pdf>: Kongsvinger kommune. 74 s.
- Rambøll Norge AS. (2008). Kongsvinger sentrum, Formingsveileder for gater og plasser. 54 s.

regjeringen.no. (2012). Omdømmebygging for kommuner/lokalsamfunn: Bildet på netthinnen – har det noen betydning? : 9.

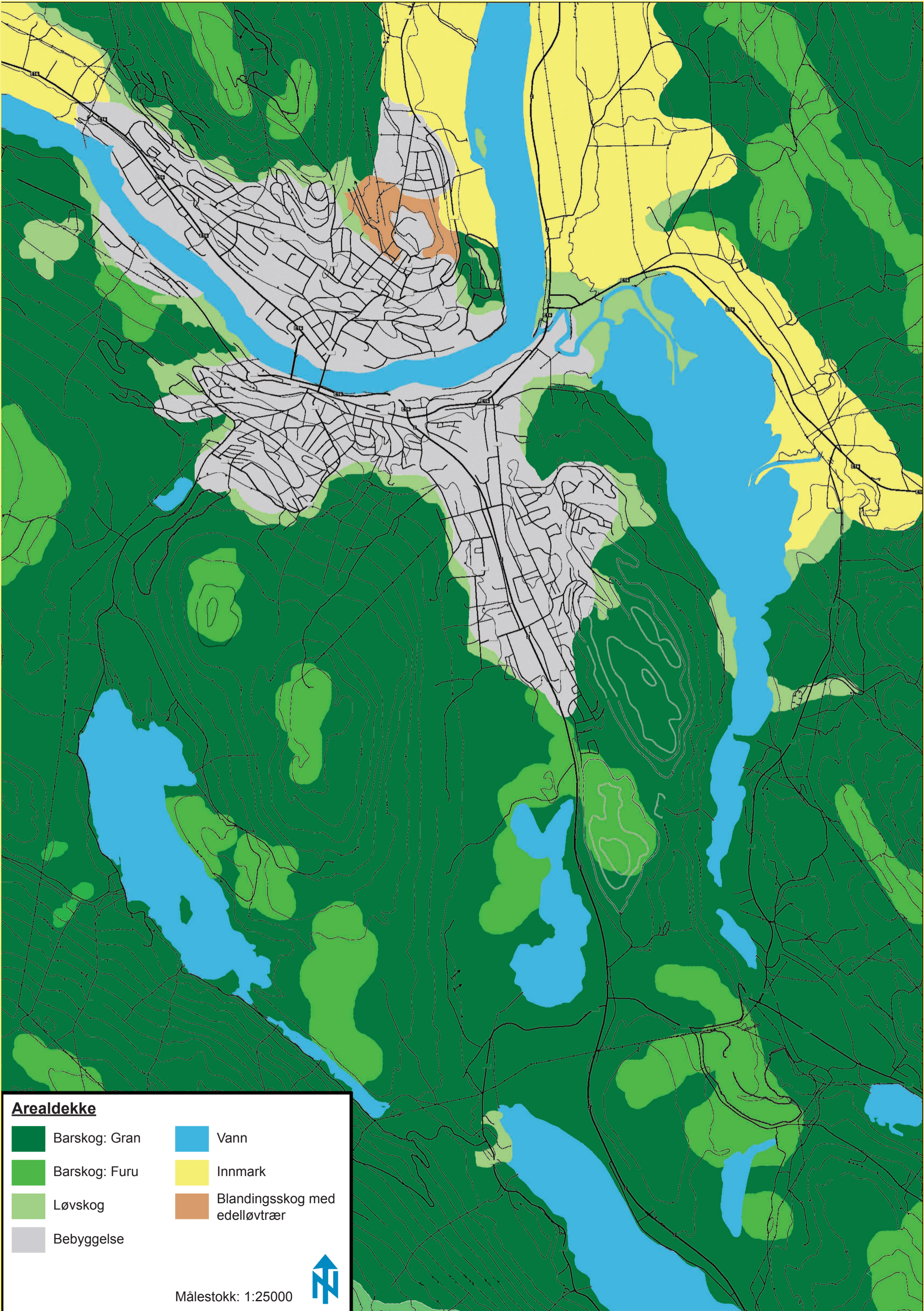
Statens vegvesen (2012). E16 Kløfta-Kongsvinger. Tilgjengelig fra: <http://www.vegvesen.no/Europaveg/e16kloftakongsvinger> (lest 04.12.2012).

Statistisk sentralbyrå. (2012). Rekreasjonsareal og nærturterreng 2011, Store byer – mindre tilgang. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/arealrek/> (lest 05.12.2012).








www.bodo.no. (u.å).

Wøhni, A. (2007). Byutviklingsprosessene i Drammen, Miljøverndepartementet temanotat. http://www.drammen.kommune.no/Documents/Bolig,%20eiendom%20og%20byutvikling/Byutvikling%20Drammen_v3.pdf: Drammen kommune (lest 15.12.2012).

youtube.no. (2010). kongsvingerfilene: Kongsvinger kommune. Tilgjengelig fra: <http://www.youtube.com>

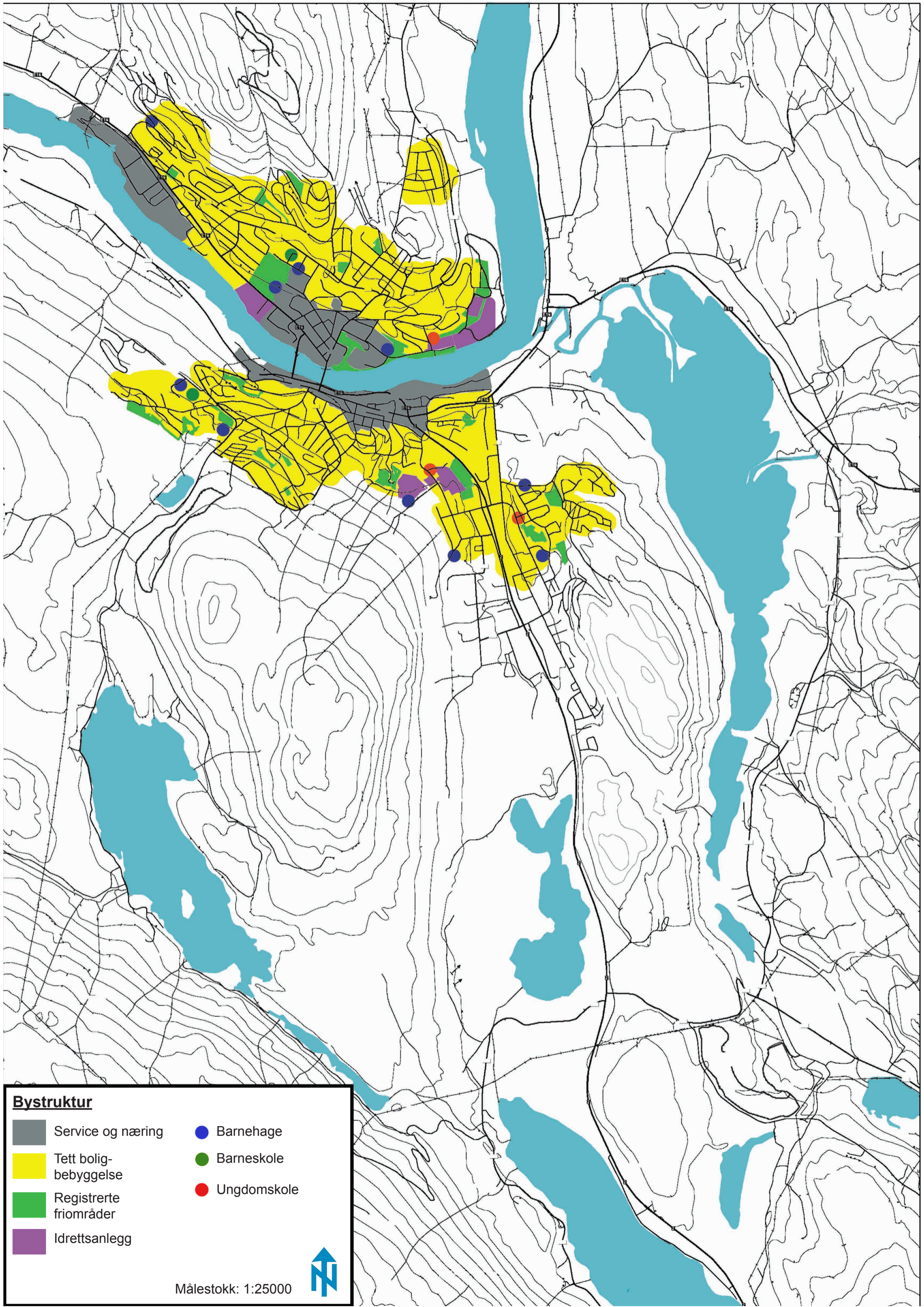


Arealdekke

- | | |
|--|---|
|  Barskog: Gran |  Vann |
|  Barskog: Furu |  Innmark |
|  Løvskog |  Blandingsskog med edelløvtrær |
|  Bebyggelse | |

Målestokk: 1:25000



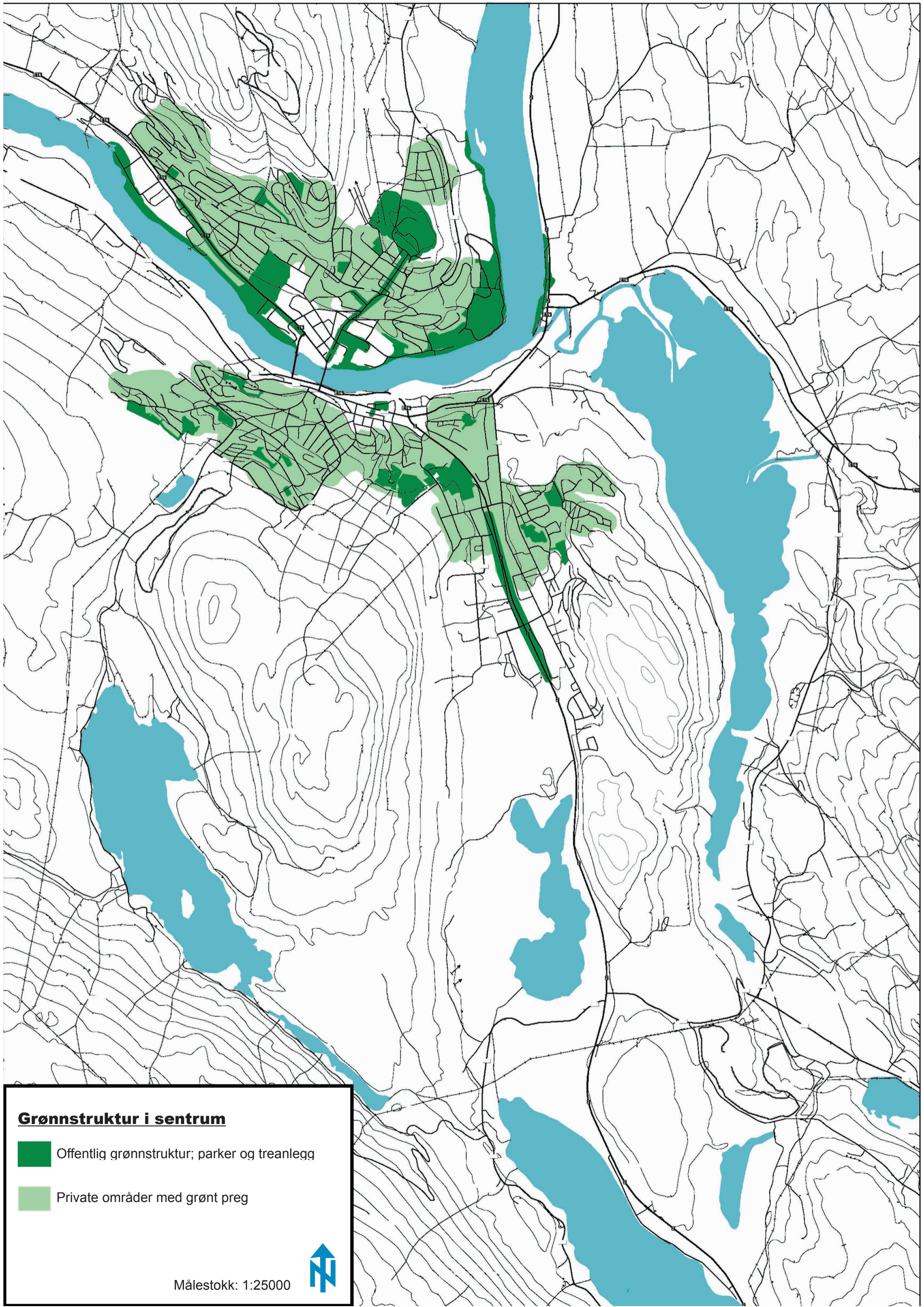


Bystruktur



- | | |
|---|---|
|  Service og næring |  Barnehage |
|  Tett boligbebyggelse |  Barneskole |
|  Registrerte friområder |  Ungdomskole |
|  Idrettsanlegg | |

Målestokk: 1:25000



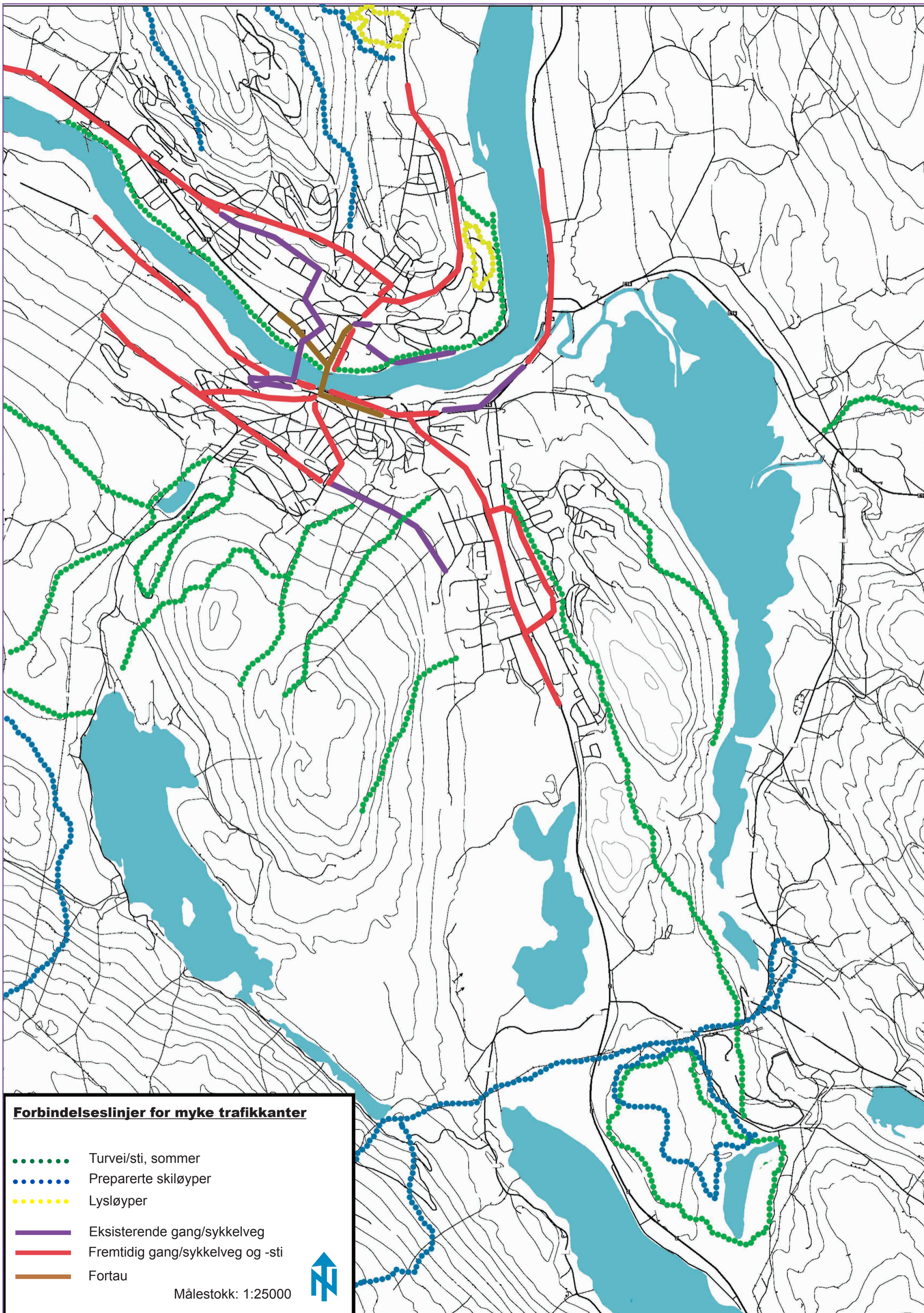


Grønnstruktur i sentrum

-  Offentlig grønnstruktur; parker og treanlegg
-  Private områder med grønt preg

Målestokk: 1:25000



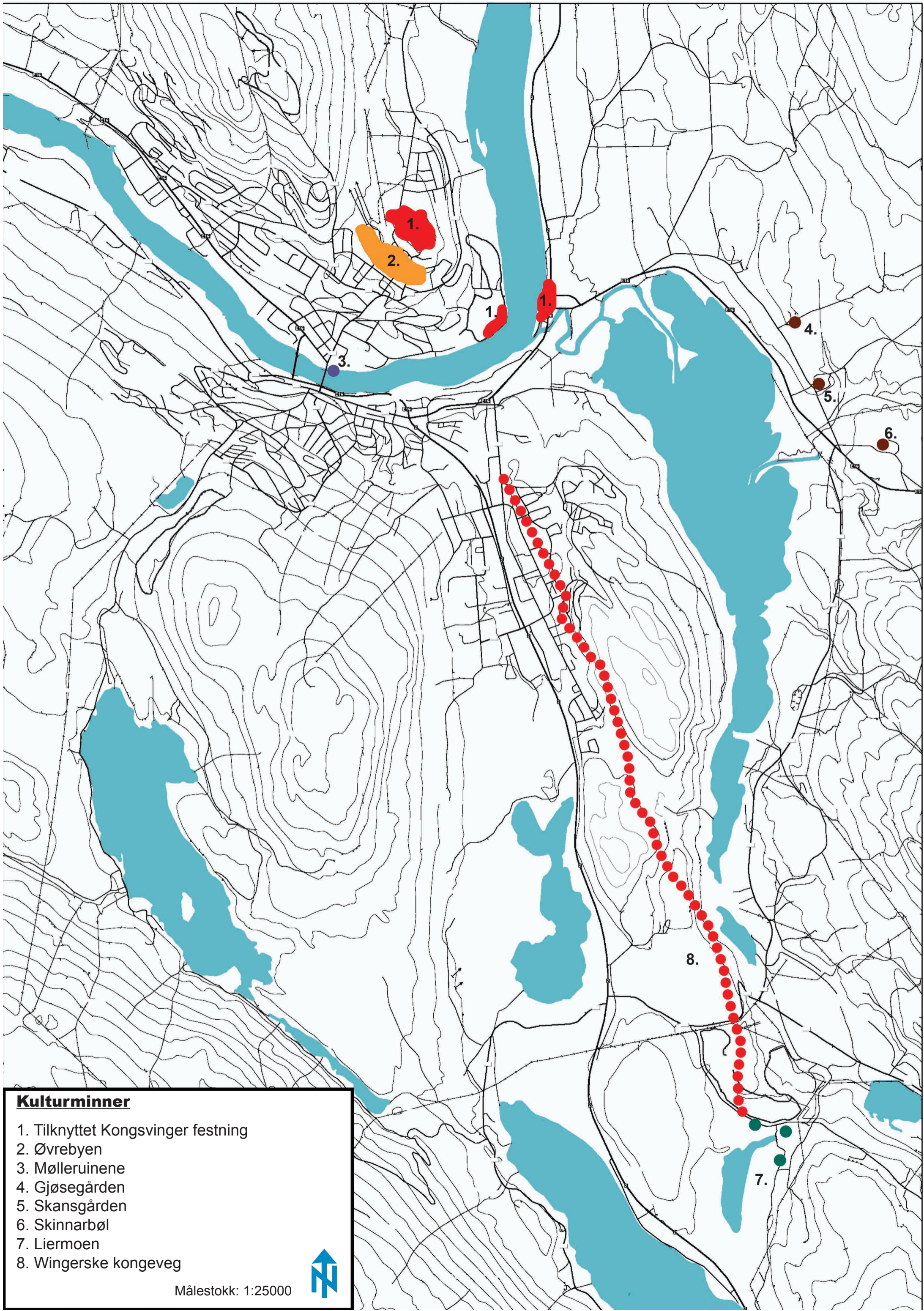


Forbindelseslinjer for myke trafikkanter

- Turvei/sti, sommer
- Preparerte skiløyper
- Lysløyper
- Eksisterende gang/sykkelveg
- Fremtidig gang/sykkelveg og -sti
- Fortau

Målestokk: 1:25000



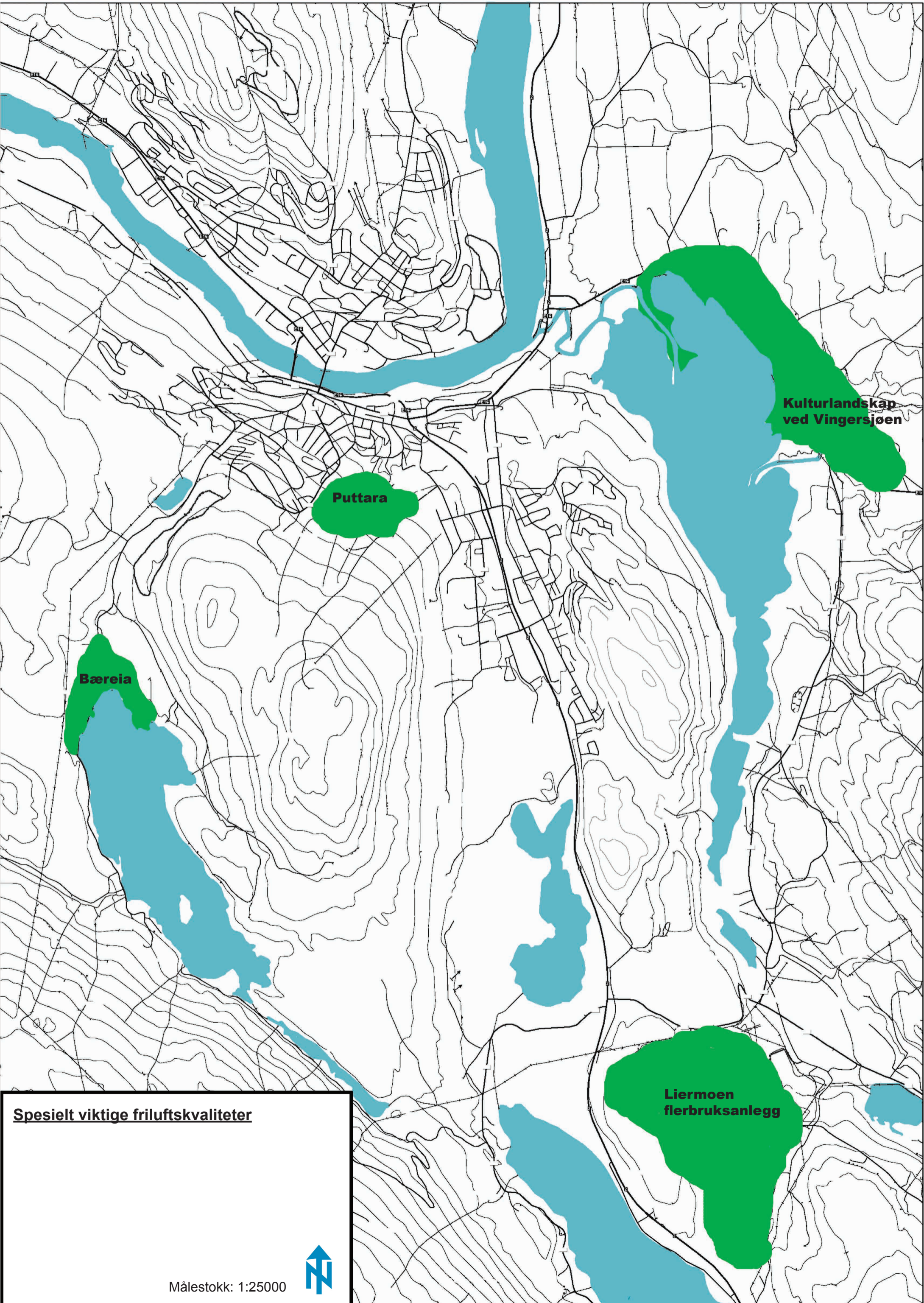


Kulturminner

- 1. Tilknyttet Kongsvinger festning
- 2. Øvrebyen
- 3. Mølleruinene
- 4. Gjøsegården
- 5. Skansgården
- 6. Skinnarbøl
- 7. Liermoen
- 8. Wingerske kongeveg

Målestokk: 1:25000





Kulturlandskap ved Vingersjøen

Puttara

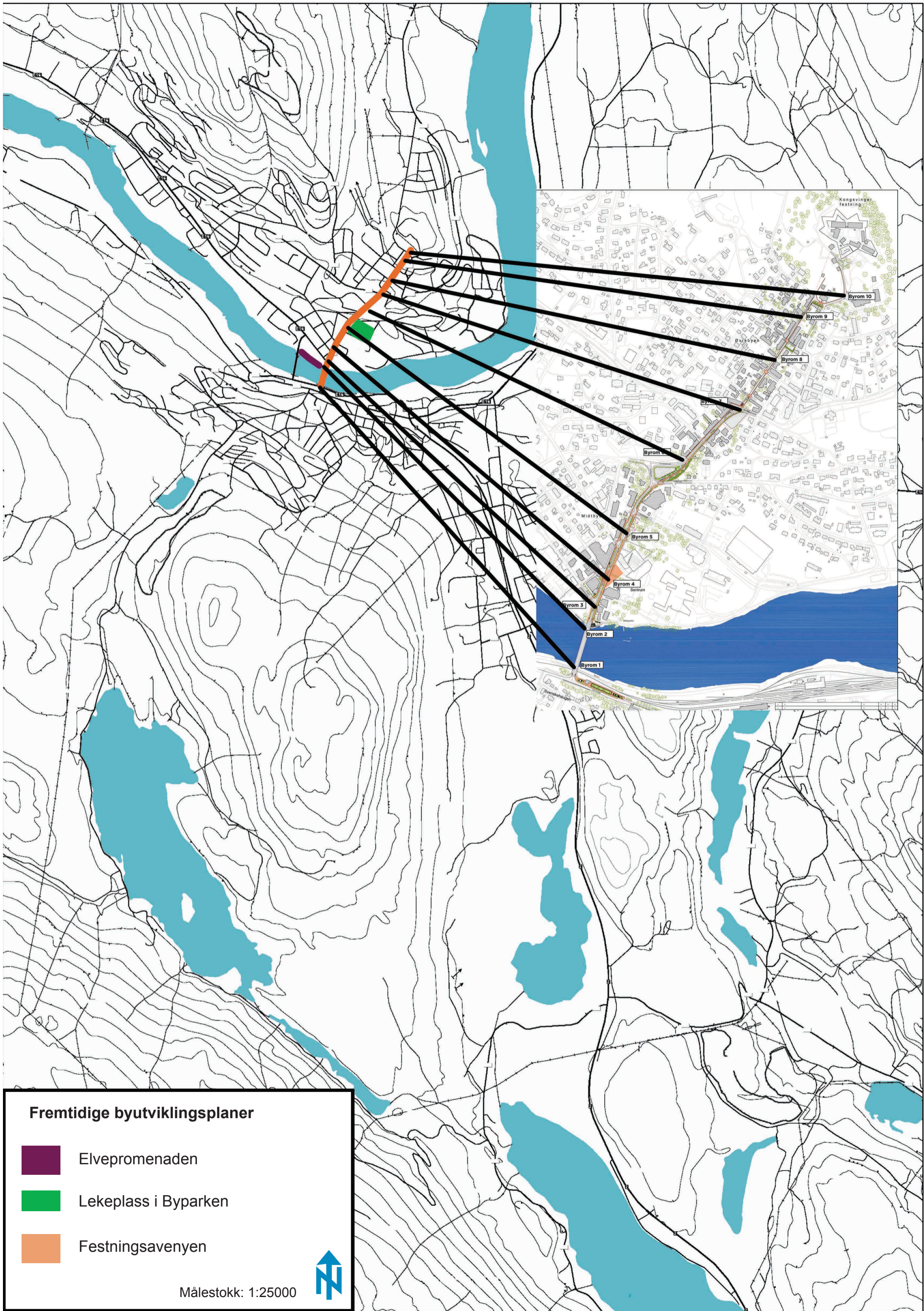
Bæreia

Liermoen flerbruksanlegg




Spesielt viktige friluftskvaliteter

Målestokk: 1:25000



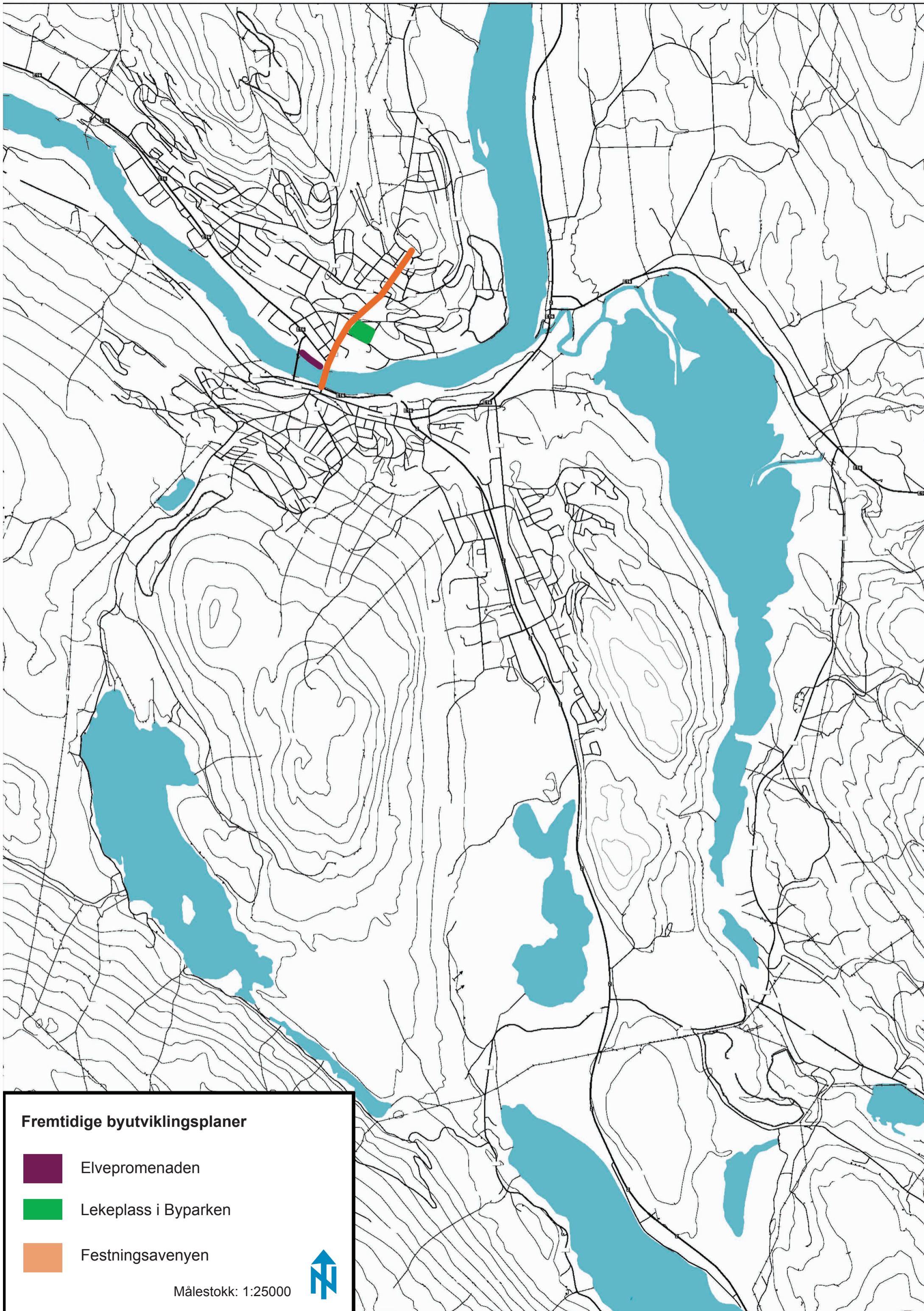


Fremtidige byutviklingsplaner

-  Elvepromenaden
-  Lekeplass i Byparken
-  Festningsavenyen

Målestokk: 1:25000





Fremtidige byutviklingsplaner



Elvepromenaden



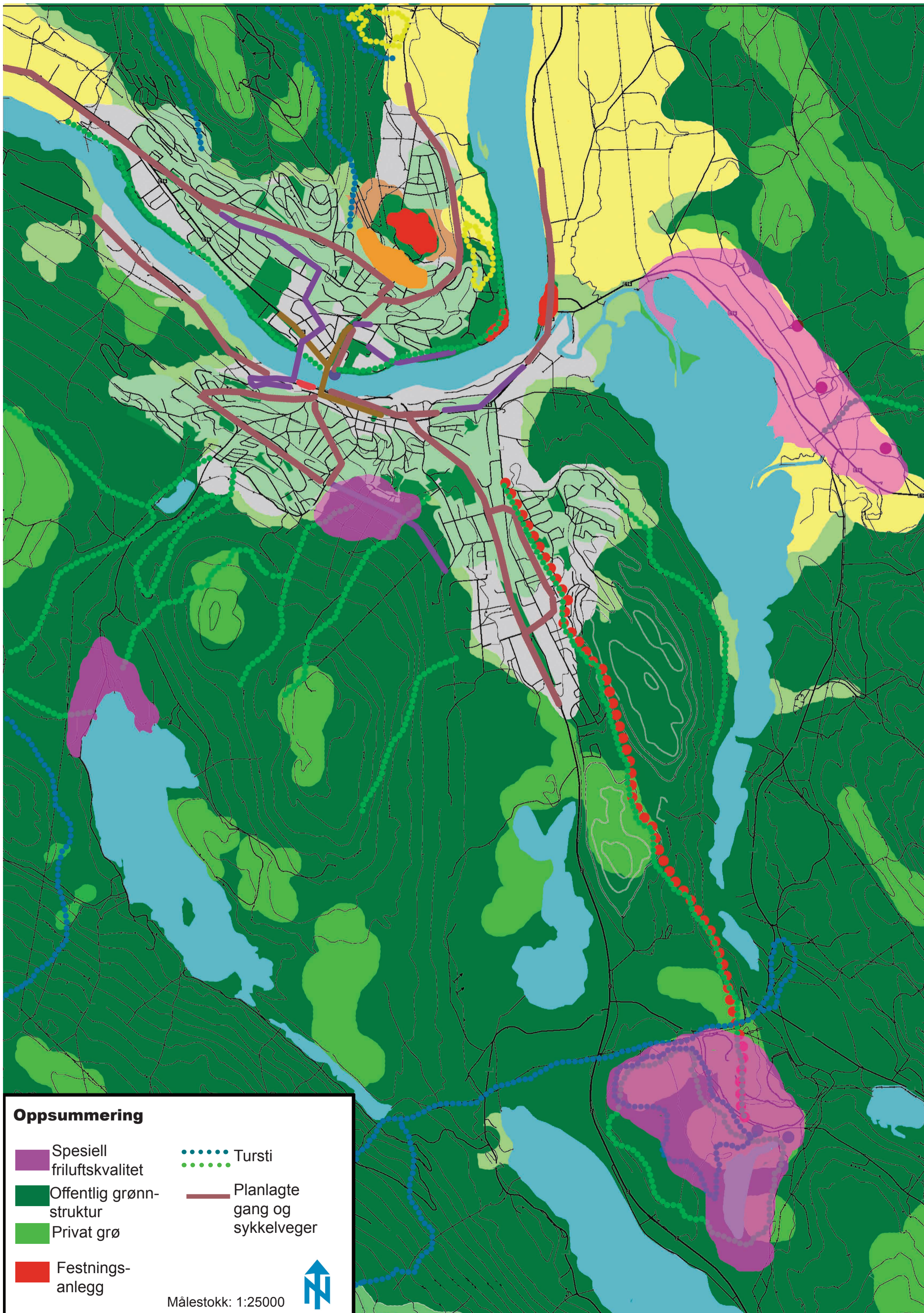
Lekeplass i Byparken



Festningsavenyen

Målestokk: 1:25000





Oppsummering

-  Spesiell friluftskvalitet
-  Offentlig grønnstruktur
-  Privat grø
-  Festningsanlegg
-  Tursti
- 
-  Planlagte gang og sykkelveger

Målestokk: 1:25000

