



REISEMÅLSSTRATEGI
Drøbak, Frogn 2026-2030

BY, BYGD OG BORG



OSCARSBORG FESTNING

Innhold

Bakgrunn, metode og organisering	4
1.1 Bakgrunn	5
1.2 Metode og organisering	6
1.3 Visjon 2030.....	8
1.4 Premisser for strategien	8
Status og situasjonsanalyse	10
2.1 Kartlegging av dagens reiseliv	11
2.2 Organiseringen av reiselivet	12
2.3 Begrepsavklaringer	13
2.4 Tall og fakta	14
Frogn Nøkkeltall	14
Aktuelle planer og strategier	16
3.1 Nasjonale føringer	17
3.2 Merket for bærekraftig reisemål og 10 prinsipper for bærekraftig reiseliv.	17
3.3 Kommunale planer	18
Medvirkning	20
4.1 Involvering av reiselivsnæringen	21
4.2 Samarbeid med kommunen.....	21
4.3 Undersøkelser blant innbyggere, gjester og næring.....	21
4.4 Digital innspillsrunde	21
4.5 Besøksforvaltning og interessentanalyse.....	21
4.6 Oppsummering.....	21
Mål og strategiske satsingsområder	23
5.1 Oppdrag:.....	24
Hovedmål 1: Frogn hele året	25
Hovedmål 2: Et godt sted å bo er et godt sted å besøke.....	26
Hovedmål 3: Bygge videre på Frogn's unike kvaliteter.....	27
Tiltaksplan for 3 år	28



Frogn kommune

Alle foto: Visit Drøbak & Oscarsborg

KAPITTEL 1

Bakgrunn, metode og organisering



1.1 Bakgrunn

Frogn kommune, med både **by, bygd og borg**, byr på sterke kultur- og naturverdier, festningsverk og et attraktivt sentrum i Drøbak, som er en av de viktigste og best bevarte trehusbyene i Oslofjordområdet. Kommunen har i mange år vært et populært reisemål, særlig i sommermånedene, der besøkende trekkes til Gamle Drøbak, historiske Oscarsborg festning, gårdsutsalg, kysten, øyene i Oslofjorden, småbåthavner og badeplasser.

Drøbak er også kjent som den norske julenissens offisielle postadresse siden 1989. Dette har gitt byen en unik helårsprofil, der julen er en del av identiteten. Kombinasjonen av sommeridyll, kulturhistorie og juletradisjon gjør Frogn til et reisemål med særpreget. Samtidig gir sesongvariasjonene utfordringer, særlig med høyt press i sommermånedene.

Bakgrunnen for reisemålsstrategien er at Frogn kommune, med reisemålene Drøbak og Oscarsborg, ønsket å kvalifisere for **Merket for bærekraftig reisemål** etter initiativ fra næringen. Merkeordningen stiller krav til langsiktig planlegging, lokal forankring og ansvarlig besøksforvaltning. Strategien skal bidra til å balansere hensynet til natur, kultur, lokalsamfunn og næringsliv. Den skal samtidig styrke Frogn's posisjon som et attraktivt og bærekraftig reisemål.

Reisemålsstrategien omfatter hele Frogn kommune – by, bygd og borg. I den eksterne kommunikasjonen tas det imidlertid utgangspunkt i Drøbak og Oscarsborg som primære reisemål, siden profileringen utad er samlet under Visit Drøbak & Oscarsborg.



DRØBAK BÅTHAVN



HANEBORG GÅRD



ØVREDAMMEN

1.2 Metode og organisering

Arbeidet med både Merket for bærekraftig reisemål og reisemålsstrategien har blitt drevet frem av en prosjektstab bestående av turistsjef i Frogn kommune, daglig leder av Visit Greater Oslo, prosjektleder for Visit Greater Oslo, samt prosessveileder for Merket for bærekraftig reisemål fra rådgivningsselskapet Mimir.

Det har i arbeidet vært viktig å sikre medvirkning, lokalt eierskap og et bredt spekter av perspektiver. Strategien er basert på kunnskapsgrunnlaget fra rapporten Forstudie i besøksforvaltning. «Småby i sentrale strøk – Pilot Drøbak med Oscarsborg» ([Lenke](#)). Dette har gitt et grunnlag for å beskrive dagens situasjon, analysere forutsetninger og sammen formulere visjon, mål, strategier og konkrete tiltak for den videre utviklingen av reiselivet i Frogn.

I forbindelse med Merket for bærekraftig reisemål har det blitt gjennomført en innbyggerundersøkelse, en gjesteundersøkelse og en næringsundersøkelse, som har gitt gode innspill på hvordan reiselivet står i Frogn i dag. I tillegg har det blitt arrangert flere frokostmøter for opplevelsesnæringen med fysiske workshops, samt en åpen digital innspillsrunde på reisemålsstrategien. Strategiarbeidet har blitt presentert jevnlig for styringsgruppen for Merket for bærekraftig reisemål, som fra nå vil fungere som reisemålsledelsen i Frogn.

Strategien eies av den etablerte reisemålsledelsen, som har følgende mandat:

Reisemålsledelsen i Frogn skal ha det overordnede strategiske ansvaret for utviklingen av reiselivet i kommunen, med både by, bygd og borg.

Reisemålsledelsen har ansvar for å følge opp reisemålsstrategiens mål og tiltak, sikre samlet fremdrift og koordinere innsatsen mellom aktørene. Gjennom samarbeid skal de bidra til en helhetlig og balansert utvikling av reiselivet og lokalsamfunnet i Frogn. De skal også sikre at Merket for Bærekraftig reisemål blir videreført etter førstegangssertifisering.

Reisemålsledelsen skal, i tråd med gjeldende definisjon, være en bredt sammensatt gruppe med deltagere fra privat, offentlig og frivillig sektor og eventuelt andre aktører i lokalsamfunnet, som samarbeider for å oppnå visjonen og målene for reisemålet. Reisemålsledelsen i Frogn i dag består både av representanter fra kommune, destinasjonsselskap, reiselivsnæringen, samt frivillig sektor gjennom Frogn næringsråd. Lokal forankring ivaretas ved at flere i reisemålsledelsen har tilhørighet til Drøbak og inngående kjennskap til lokalsamfunnet, både som innbyggere og aktører.

For å sikre fortsatt relevans og bred representasjon vil reisemålsledelsen jevnlig vurdere behovet for å inkludere ytterligere aktører. Dette kan eksempelvis omfatte samarbeidsforumet Frogn Frivillighetsforum.

Reisemålsledelsen i Frogn består i dag av:

- Kommunalsjef for kultur og næring i Frogn kommune
- Kommunalsjef for plan og byggesak i Frogn kommune
- Leder og eier av Festningshotellene
- Styreleder i Frogn Næringsråd
- Daglig leder i Schau's Buss AS, og styreleder i Visit Greater Oslo
- Daglig leder i Visit Greater Oslo



OSCARSBORG



DGB



OSLOFJORDEN



OSCARSBORG FESTNING



HANEBORG GÅRD

1.3 Visjon 2030

Drøbak ved Oslofjordens solside – hele året.

Visjonen frem mot 2030 er ment å vise at Drøbak, Frogn og Oscarsborg med *sin by, bygd og borg* skal være et godt reisemål gjennom alle årets 12 måneder. Det at Drøbak ligger ved Oslofjordens solside skal både si noe om byens beliggenhet, samt signalisere noe positivt gjennom «solsiden», uten at dette begrenses til sommer.

1.4 Premisser for strategien

Reisemålsstrategien er ikke en kommunal plan, men en strategi utarbeidet i samarbeid mellom Visit Greater Oslo, turistinformasjonen i Drøbak (Visit Drøbak & Oscarsborg), Frogn kommune, det lokale næringslivet, frivilligheten og innbyggere.

Reisemålsstrategien skal:

- omfatte hele Frogn med by, bygd og borg
- støtte opp om og bygge videre på kommunale planer
- være en reisemålsstrategi for en bærekraftig reisemålsutvikling av Frogn og ikke en markedsstrategi for reiselivet

VISJON

Drøbak ved Oslofjordens solside – hele året

OPPDRA

Frogn skal være et helårs reisemål som på en bærekraftig måte bygger videre på de unike verdiene stedet representerer, til beste for kommunens innbyggere, den lokale opplevelsesnæringen og for de besøkende.

PREMISSER

REISEMÅLSSTRATEGIEN SKAL:

Omfatte hele Frogn med by, bygd og borg

Støtte opp om og bygge videre på kommunale planer

Være en reisemålsstrategi for en bærekraftig reisemålsutvikling av Frogn og ikke en markedsstrategi for reiselivet

HOVEDMÅL

1. Frogn hele året
Redusere sesongsvingninger

2. Et godt sted å bo er et godt sted å besøke
Attraktivt lokalsamfunn gjennom god besøksforvaltning

3. Bygge videre på Frogns unike kvaliteter
Styrke kommunens særpreg med by, bygd og borg

KAPITTEL 2

Status og situasjonsanalyse



2.1 Kartlegging av dagens reiseliv

Frogn og Drøbak er i dag et etablert reisemål og bygger sin nåværende næringsstruktur på en lang kystkulturhistorie. Reiselivet i Frogn har utviklet seg betydelig, fra hovedsakelig å fokusere på profilering av Gamle Drøbak, til å inkludere hele kommunen med sin by, bygd og borg.

Oscarsborg kombinerer historie, kultur og naturopplevelser. Kaholmene midt i Drøbaksundet byr på festningsverk, museer, hotell, gjestehavn, opera samt flere serveringssteder. Attraksjonene Drøbak Akvarium, Avistegnernes Hus, Follo Museum, Bølgen bad og aktivitetssenter, flere gallerier og Tregaarens julehus tiltrekker seg dagsbesøkende.

Siden formannskapet i 1989 vedtok at julenissen kommer fra Drøbak, og den norske julenissens offisielle postadresse ble satt til Drøbak, har julebyen blitt en viktig del av merkevaren til reisemålet.

Overnattingstilbudet består av Festningshotellene Reenskaug Hotel og Oscarsborg Hotel & Resort, fritidsboliger, gjestehavner, kystledhytter og en økende andel Airbnb-tilbydere. Festningshotellene er største kommersielle reiselivsaktør i kommunen og har bedriftsmarkedet med møter, kurs/konferanse og event som viktigste målgruppe og med høst-vinter-vår som hovedsesong.

Arrangementer og festivaler utgjør en sentral del av kulturtilbudet i Frogn. Drøbakfestivalen, Drøbak Havnefestival, Gitarer ved fjorden og Oslofjord Operafestival med OscarsborgOperaen samler både lokalbefolkning og besøkende.

Rundt 20 serveringssteder holder åpent året rundt, og det finnes et variert aktivitetstilbud som golf, RIB-turer på fjorden, badstuer og windsurfing, samt skøytebaner, skiløyper og snowpark om vinteren. I 2020 begynte man å markedsføre Drøbak som «søndagsbyen», med utgangspunkt i at byen tilbyr et tilgjengelig og hyggelig handels-, kultur- og serverings-tilbud søndager året rundt.

Tilrettelagte friluftsområder i Frognmarka, langs Oslofjorden og på øyene Håøya, Bergholmen og Lågøya gir rom for ulike former for rekreasjon og naturbaserte aktiviteter, samt kystledhytter. Utenfor Drøbak sentrum preges områdene av et åpent kulturlandskap med jordbruksarealer, gårdsbebyggelse og naturområder. I tilknytning til gårdsdriften finnes det flere gårdsutsalg, som Haneborg gård, Bringebærlandet og Jordbærbua, der salg av lokale produkter skjer direkte fra produsent til forbruker.



TOPPEN AV HÅØYA

2.2 Organiseringen av reiselivet

Visit Greater Oslo (Akershus Reiselivsråd): er en medlemsbasert organisasjon for reiselivsrelaterte næringer, kommuner og regioner med rundt 235 medlemmer fra hele Akershus. Her inngår blant annet Visit Drøbak & Oscarsborg på lik linje med Visit Follo, Visit Asker & Bærum og Visit Romerike. Mye av arbeidet handler om synlighet og markedsføring, men også om å bygge kompetanse, skape nettverk og legge til rette for utvikling i reiselivsnæringen lokalt og på tvers av kommunegrenser. Organisasjonen ble etablert i 1987 og representerer små og store reiselivsbedrifter, i tillegg til 11 kommuner deriblant Frogn som har vært medlem med siden oppstarten.

Turistinformasjonen i Drøbak/Visit Drøbak & Oscarsborg: er den offisielle kommunale turistinformasjonen i Frogn kommune, lokalisert i Drøbak båthavn. Turistinformasjonen er helårsåpent og har en kommunalt ansatt turistsjef, samt lærling og sommerhjelper. Turistinformasjonen er vertskap for besøkende, kontaktperson og oppsøkende samarbeidspart for utadrettet reiselivsarbeid, koordinator for reiselivet i kommunen, samt driver med informasjon, markedsføring og formidling av attraksjoner gjennom Visit Drøbak & Oscarsborg. Turistinformasjonen drifter også BUA, en gratis utlånsentral for sport - og friluftstutstyr.

Frogn kommune: ivaretar en sentral rolle i reiselivsutviklingen som planmyndighet, tilrettelegger og eier av viktige tjenester og fellesgoder. Gjennom helhetlig arealforvaltning, utvikling av infrastruktur

og samarbeid med næringslivet legger kommunen rammer for en bærekraftig og attraktiv reiselivsnæring. Turistinformasjonen er en avdeling under kommunalområde kultur og næring og kommunen har vært medlem av Visit Greater Oslo (Akershus Reiselivsråd) siden oppstarten i 1987.

Frogn næringsråd: jobber for å styrke og utvikle næringslivet i Drøbak og Frogn, og er organisert i ulike bransjegrupper som dekker blant annet detaljhandel, servering, helse, eiendom og kultur.

VisitOsloRegion: er landsdelsselskapet for Østlandet og et samarbeid mellom flere destinasjonsselskaper. Selskapene jobber sammen om visningsturer, internasjonal markedsføring og felles prosjekter på tvers av fylkesgrenser.

Visit Oslo: er en viktig kanal for synlighet, blant annet ved at brosjyremateriell for Visit Drøbak & Oscarsborg er tilgjengelig på Oslo Visitor Center, samt at det via OsloPass er mulig å reise kollektivt Oslo-Drøbak. Festningshotellene er partnere i Visit Oslo og bruker dette som en viktig salgs- og markedsføringskanal ovenfor sine målgrupper.



KOLLEKTIV TRANSPORT

2.3 Begrepsavklaringer

Her følger en oversikt over begrepsbruken slik den forekommer i reisemålsstrategien.

Besøkende: En person som reiser til eller oppholder seg på et sted som ligger utenfor det området han eller hun normalt ferdes i, der reisen er av en ikke rutinemessig karakter og oppholdet ikke varer mer enn et år. Reisen kan være både av personlig karakter (ferie/fritid, besøke venner og familie) og/eller yrkesrelatert.

Reisemålet: Ifølge definisjonen til NOU 2023:10 ([Lenke](#)) er et reisemål et geografisk sted som besøkes



fordi stedet har noen kvaliteter, og stedet gir den besøkende noen opplevelser som gjør det verdt å besøke. Reisemålsstrategien omfatter hele Frogn kommune – by, bygd og borg. I den eksterne kommunikasjonen tas det imidlertid utgangspunkt i Drøbak og Oscarsborg som primære reisemål, siden profileringen utad er samlet under Visit Drøbak & Oscarsborg.

Opplevelsesnæring: brukes her som en samlebetegnelse for de næringer som dekker etterspørsel fra reisende som befinner seg utenfor eget hjemmemråde. I tillegg til de klassiske reiselivsnæringene som er overnatting, servering, kultur og underholdning, transport og formidling er det i Frogn også blant annet detaljhandelen i Drøbak sentrum, gårdsopplevelser og deler av frivilligheten.

Reiselivsnæring: I reiselivsnæringen inngår fem hovednæringer: overnattingsvirksomhet, serveringsvirksomhet, kultur og underholdning, samt transport og formidling.

Reiselivsaktør: En reiselivsaktør er en aktør som har besøkende som hovedmålgruppe. Det er mellom Frogn kommune og Visit Greater Oslo tegnet en grunnavtale som dekker et definert antall reiselivsaktører i Frogn. I tillegg har Visit Greater Oslo avtaler med 23 reiselivsaktører som bidrar til utviklingen av reisemålet.

Besøksforvaltning: Ifølge NOU 2023:10 ([Lenke](#)) innebærer besøksforvaltning å utvikle strategier og benytte ulike verktøy for å forebygge og

avbøte uønskede konsekvenser av besøk på naturmiljø, kulturmiljø, og/eller i lokalsamfunn, i tillegg til å øke den sosiale, kulturelle, økonomiske og miljømessige verdiskapingen av besøk.

Reisemålsledelsen: definerer og koordinerer utviklingen av et mer bærekraftig reiseliv på reisemålet. Reisemålsledelsen er en bredt sammensatt gruppe med deltagere fra privat, offentlig og frivillig sektor og eventuelt andre aktører i lokalsamfunnet, som samarbeider for å oppnå visjonen og målene for reisemålet. (Definert i NOU 2023: 10. ([Lenke](#)))



2.4 Tall og fakta

Frogn kommune har tilgang til en tjeneste som gjennom mobildata henter ut tall som indikerer norske besøkende og hvor de kommer fra. Et besøk defineres som en person som har oppholdt seg et sted lenger enn 45 minutter, og som startet dagen i en annen kommune. Ut ifra disse dataene har man beregnet at det i 2025 var 3,46 mill. norske besøkende til Frogn kommune og 1,07 millioner til Drøbak sentrum. 40 % av besøk til Drøbak sentrum skjer i mai, juni, juli og august. Festningshotellene Reenskaug Hotel og Oscarsborg Hotel registrerte 16 667 antall gjestedøgn i 2025, hvorav 9061 var fritidsreisende og 7606 var kurs og konferanse. Fergetall samt gjestehavnsstatistikk tilsier at Oscarsborg festning besøkes av i underkant 100 000 i året. Drøbak Akvarium hadde i 2025 rundt 40 000 besøkende. I 2019 åpnet Bølgen bad og aktivitetssenter. Badet brukes både av lokalbefolkning og besøkende, og hadde i 2025 i overkant av 300 000 besøkende.

I sommermånedene besøkes Drøbak sentrum av rundt 50 nasjonaliteter og i vinterhalvåret av rundt 25 nasjonaliteter, etter Tregaardens Julehus sine loggbøker. De internasjonale gjestene kommer særlig fra Tyskland, Nederland, Sverige, Sør-Korea og USA. Det kommer også en del cruisegjester på dagsbesøk. Nærheten til Oslo gir et stort potensial i det kortreiste markedet, samtidig som det gjør Frogn lett tilgjengelig for besøkende. Trender i reiselivet nasjonalt og regionalt viser en økende etterspørsel etter kortreiste opplevelser, bærekraftige alternativer, helårstilbud og autentiske kultur- og matopplevelser.

Frogn Nøkkeltall

	Innbyggertall: 16429 (SSB 2025)
	Fritidsboliger: 2886 (SSB 2026)
	Hotellrom: 114
	Gjestehavnsplasser: 160
	Besøkstall Frogn kommune: 3,46 millioner (2025)
	Besøkstall Drøbak sentrum: 1,07 millioner (2025)
	Gjestedøgn: 16 667

Næringsstrukturen i kommunen består i all hovedsak av små og mellomstore virksomheter med mindre enn 50 ansatte. Dagens strategiske næringsplan viser at dette bildet gjelder reiselivet, så vel som andre typer næring.

En stor andel jobber innenfor detaljhandel. Detaljhandel beskrives i strategisk næringsplan som viktig for annen næringsutvikling, spesielt reiseliv og

for stedsutvikling. En svært høy andel av de sysselsatte i Frogn pendler ut av kommunen. Tall fra Innovasjon Norge ([Lenke](#)) viser at det i alt er 477 personer sysselsatt i reiselivsnæringene. Ansatte i reiselivet står for 9,1% av sysselsettingen i kommunen.

2.5 SWOT-analyse

Målet for en SWOT-analyse er å identifisere de viktigste interne og eksterne faktorene, som er avgjørende for at Frogn skal kunne nå målene i strategien.

Basert på workshopen gjennomført i forbindelse med forstudiet i besøksforvaltning fra 2024, samt den digitale innspillrunden om reisemålsstrategien, har vi avdekket følgende styrker, svakheter, muligheter og trusler for reisemålet.

Frogn har gode muligheter for samfunnsøkonomisk verdiskaping gjennom helårsturisme, lokalmat og felles arrangementer som kan gi økt sysselsetting og mer stabile inntekter, samtidig som sesongavhengighet og fragmentert organisering utgjør utfordringer. Når det gjelder klima, gir økt fokus på bærekraftige reiseopplevelser og kortreist turisme et potensial, men klimaendringer og mer ekstremvær kan påvirke både kystområder og infrastruktur. For miljø ligger muligheten i å styrke besøksforvaltning og digitalisering for å redusere presset på Oslofjorden og sårbare områder, mens økt besøk og trafikk kan forsterke eksisterende belastninger. Kulturelt har Frogn sterke fortrinn med trehusbebyggelse, kystkultur og et rikt kulturtilbud som kan videreutvikles, men dette krever bevisst balanse for å bevare lokal identitet og autenticitet i møte med økt turisme og konkurranse fra andre reisemål.



HAVFRUENE I DRØBAK

STYRKER:

- Nærhet til Oslo og Oslofjorden
- Trehusbebyggelse og kystkultur
- Unike attraksjoner
- Sterk julebyprofil
- Rikt kultur- og aktivitetstilbud
- Et attraktivt sentrum med unike nisjebutikker, serveringssteder og gallerier.

MULIGHETER:

- Helårsturisme
- Flere opplevelser
- Lokalmat og gårdsturisme
- Digitalisering
- Felles arrangementer som samler næringen.

SVAKHETER:

- Sesongavhengighet
- Trafikk- og parkeringsutfordringer
- Fragmentert organisering.

TRUSLER:

- Klimaendringer
- Press på Oslofjorden
- Konkurranse fra andre reisemål i fjord- og småbysegmentet.

KAPITTEL 3

Aktuelle planer og strategier

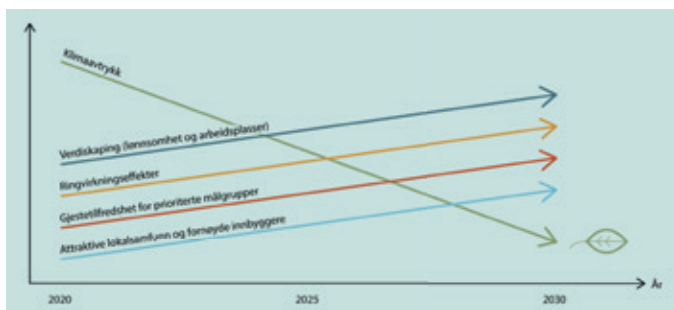


Reisemålsstrategien for Frogn forankres og samsvarer med flere politiske og planfaglige rammer, både internasjonalt, nasjonalt, regionalt og lokalt:

3.1 Nasjonale føringer

En rekke planer og strategier er med på å gi føringer for lokal og regional utvikling av reiselivet, både nasjonalt regionalt og lokalt. Innovasjon Norge kom i 2021 med «**Nasjonale reiselivsstrategi 2030: Sterke inntrykk med små avtrykk**» der forståelsen av reiselivet som et økosystem står sentralt ([Lenke](#)). **NOU 2023:10 «Leve og oppleve»** tar for seg en modell for utvikling av norske reisemål der koblingen mellom lokalsamfunnsutvikling, næringsutvikling og besøksforvaltning står sterkt. ([Lenke](#)).

I **veikart for reiselivsnæringen** gitt ut av Regjeringen i 2024 er det tre utvalgte satsningsområder som blir brukt som føring for strategien: 1) Utvikle lønnsomme produkter og stadig mer attraktivt reiselivstilbud i Norge. 2) Utvikle norske reisemål i en bærekraftig retning- 3) Utvikle det internasjonale markedsarbeidet på en strategisk måte. ([Lenke](#)).



Målbilde i Nasjonal reiselivsstrategi «2030. Sterke inntrykk med små avtrykk. (Innovasjon Norge 2021 s.48)



Innovasjon Norges 10 prinsipper for bærekraftig reiseliv

3.2 Merket for bærekraftig reisemål og 10 prinsipper for bærekraftig reiseliv.

Merkeordningen Merket for bærekraftig reisemål er utviklet av Innovasjon Norge og er et verktøy for å systematisere arbeidet med bærekraft på et reisemål. Merkeordningen omfatter over 50 reisemål og 163 kommuner, som tilsvarer 46% av Norges kommuner. Ordningen bygger på 31 kriterier og 84 indikatorer som dokumenteres gjennom tiltak som blant annet gjeste- og innbyggerundersøkelse.

Arbeidet frem mot førstegangsmerking er omfattende, varer vanligvis i rundt to år og krever tett samhandling mellom offentlige og private aktører. For å beholde merket må reisemålet re-merkes hvert tredje år, noe som forutsetter kontinuerlig ressursbruk og at bærekraftsarbeidet integreres i den daglige driften.

Et sentralt krav er at reisemålet har en helhetlig strategi og en etablert reisemålsledelse, for samhandling på reisemålet. Et grunnleggende premisser er at reiselivet skal komme lokalsamfunnet til gode.

Bærekraftig utvikling tilfredsstillers dagens behov uten å ødelegge fremtidige generasjoners muligheter til å tilfredsstillere sine. Reisemålsstrategien kan særlig knyttes til FN's bærekraftsmål nummer 17, som handler om samarbeid om å nå bærekraftsmålene 1 til 16.

Innovasjon Norges 10 prinsipper for bærekraftig reiseliv ligger til grunn i Merket for bærekraftig reisemål og for reisemålsstrategien, med særlig vekt på de som er uthevet (2, 3, 5, 6).

3.3 Kommunale planer

Kommunestyret i Frogn har igangsatt arbeid med rullering av kommuneplanen. Dette arbeidet planlegges ferdigstilt, med endelig vedtak av ny kommuneplan for Frogn kommune, før sommeren 2027. Det er både kommuneplanens samfunnsdel og arealdel som skal rulleres. Rulleringen bygger på gjeldende samfunnsdel og arealdel av kommuneplan for Frogn, vedtatt henholdsvis i 2019 og 2023. Inntil videre er det disse som er førende for reisemålsstrategien for Frogn.

I kommuneplanens samfunnsdel 2019-2031 er det fire satsingsområder som er lagt til grunn for den fremtidige samfunnsutviklingen:

Fire satsingsområder

- Klima og energi
- Livskvalitet og folkehelse
- Stedsutvikling, bo- og nærmiljø
- Næringsutvikling og verdiskaping

Gamle Drøbak er oppført på Riksantikvarens register over Nasjonale Kulturhistoriske Bymiljøer i Norge, NB-registeret, sammen med 75 bykommuner. Begrunnelsen er at Drøbak er en av de viktigste trehusbyene i Oslofjordområdet, siden byen har bevart en betydelig bestand av viktige enkelt hus og kulturmiljøer fra 17- og 1800-tallet. Det er også knyttet nasjonal interesse til Drøbak som kunst-, kultur-, bade- og ferieby. Gjennom områdeplanen for Seiersten, Ullerud og Dylrøkke (Byutviklingsplanen)

skal det utvikles en sammenhengende og klimavennlig by mellom Dylrøkke og Gamle Drøbak med attraktive nærings- og boligområder. Byutviklingsplanen skal støtte opp under og styrke Drøbaks rolle som kommunesentrum og Gamle Drøbak. ([Lenke](#))

I kommuneplanens arealdel 2023-2035 er reiseliv og handel nevnt blant virksomhetsområdene det legges til rette for å styrke næringsvirksomheten i kommunen. Det er vedtatt en arealstrategi som blant annet har mål om bærekraftig tettstedutvikling med kompakt byutvikling, kortreist dagligliv og grønn mobilitet. ([Lenke](#))

Kommunedelplan for kulturminner, kulturmiljø og kulturlandskap i Frogn kommune 2023-2035. Det er utarbeidet en kulturmiljøplan som er en temaplan som gir oversikt og beskrivelse av et prioritert utvalg av Frogn kommunes kulturhistorie. Planen inneholder en handlingsplan med oversikt over aktuelle innsatsområder for kulturminnevernet. ([Lenke](#))

Strategisk næringsplan, vedtatt 2018. I den nåværende planen ser man blant annet på hva kommunen kan bidra med for å styrke handelen og attraktiviteten i sentrum. Planen tar blant annet for seg muligheten for å styre den overordnede by- og senterutviklingen i retninger som bidrar til å styre sentrum, gjennomføre tiltak som påvirker tilgjengelighet, bymiljø og handel i sentrum positivt, se på muligheten for å kunne omstrukturere den fragmenterte gårdeierstrukturen, se på vellykkede prosjekter som har lyktes med å snu negativ utvikling i andre sentrum, og vern gjennom bruk. ([Lenke](#))

Områderegulering for Gamle Drøbak, vedtatt

2021. Formålet med områdereguleringen er å bevare og forvalte kulturminneverdiene i Drøbaks historiske bymiljø av nasjonal betydning, samtidig som utviklingsmuligheter synliggjøres og områdets kulturhistoriske og arkitektoniske kvaliteter styrkes. Opplevelses-, bruks- og kunnskapsverdier skal ivaretas som en integrert del av byutviklingen. Planarbeidet bygger på en ROS-analyse (2016) og en kulturhistorisk stedsanalyse (DIVE, 2012), og støttes av en veileder for plan- og byggesaker (oppdatert 2021).

Områdereguleringen for Gamle Drøbak omfatter også Badeparken, som er kommunens tusenårssted og et sentralt friluftsområde. Parken ble statlig sikret i 2020 og har en egen forvaltningsplan fra 2018, som fastsetter langsiktige mål for bevaring og videre utvikling. ([Lenke](#))

Reguleringsplan for Kaholmene, vedtatt 2005.

Nordre og søndre Kaholmen med Oscarsborg er regulert som spesialområde for bevaring av bygninger og anlegg med historisk og antikvarisk verdi. Hele området omfattes av «Verneplan for Oscarsborg Festning» (2001), som skal være retningsgivende for all bruk, ferdsel og tiltak. Bygninger, anlegg, uteområder og vegetasjon skal forvaltes i tråd med verneplanens bestemmelser. Byggesaker som er meldepliktige etter plan- og bygningsloven skal forelegges kulturmyndigheten før endelig vedtak. ([Lenke](#))

Temaplan for Frivillighet, vedtatt 2023. Planen består av et kunnskapsgrunnlag og en handlingsplan. Rapporten er tillagt stor vekt i utformingen av temaplanens handlingsdel. Paraplyorganisasjonene har fungert som en referansegruppe for arbeidet med temaplanens handlingsplan. Tett kobling i arbeidet mellom frivillighet og reisemålsutvikling kan bidra til å sikre forankring i lokalbefolkning, eierskap til utviklingen og kunnskap om verneverdier både blant innbygere og besøkende. ([Lenke](#))

Temaplan for vei og trafikkavvikling i Drøbak, vedtatt 2025. Er en overordnet plan for trafikksystemet i Drøbak sentrum og Husvikområdet. Temaplanen består av et kunnskapsgrunnlag og en handlingsplan. Den inneholder også forslag til konkrete tiltak knyttet til trafikkløsninger, parkering og kjøremønster. ([Lenke](#)) I tillegg finnes det flere andre planer og faglige føringer som bidrar til å forme utviklingen av Drøbak. Disse omfatter blant annet Verneplan for Oscarsborg Festning, mulighetsstudie Festningshotellene, risiko- og sårbarhetsanalyser, kulturhistorisk stedsanalyse (DIVE), veileder for plan- og byggesaker i Gamle Drøbak samt regionale og et interkommunalt prosjekt for bærekraftig friluftsliv i Oslofjorden ([Lenke](#)). Planene gir føringer for vern, bruk, besøksstyring, beredskap og videreutvikling av kulturmiljøer og friluftsområder, og legger et viktig kunnskaps- og beslutningsgrunnlag for pågående og framtidige strategiarbeid. Samlet bidrar de til å definere rammer og mulighetsrom for lokal utvikling, og danner et sentralt grunnlag for arbeidet med reisemålsstrategien for Frogn.



KAPITTEL 4

Medvirkning



Arbeidet med reisemålsstrategien for Frogn har vært lagt opp som en åpen og inkluderende prosess. Det har vært viktig å involvere aktører som blir direkte eller indirekte berørt av reiselivet, samt å hente inn kunnskap og erfaringer fra ulike perspektiver. Medvirkningen har bestått av en kombinasjon av frokostmøter med workshops, undersøkelser og digitale innspill via Forms.

4.1 Involvering av reiselivsnæringen

Opplevelsesnæringen i Frogn kommune har vært sentral i medvirkningsprosessen. Det er gjennomført totalt fem frokostmøter i løpet av høsten 2025 og vinter 2026, der arbeidet med strategien har blitt presentert og diskutert underveis. Møtene har gitt rom for dialog, refleksjon og konkrete innspill fra næringen. Som del av frokostmøtene er det gjennomført to workshops med følgende temaer:

To workshops med følgende temaer

- Hva er Drøbak i dag, hva er vi gode på og hva bør vi jobbe videre med?
- Hva skal Drøbak være i 2030, og hvordan skal vi komme dit?

Det har i tillegg blitt presentert og diskutert innbyggerundersøkelsen, gjesteundersøkelsen og næringsundersøkelsen, samt strategiarbeidet.

4.2 Samarbeid med kommunen

Frogn kommune har vært tett involvert i arbeidet med reisemålsstrategien. Kommunen har deltatt aktivt gjennom turistinformasjonen i prosjektstaben og kommunalsjef for kultur og næring og kommunalsjef for plan og byggesak har sittet i styringsgruppen for Merket for bærekraftig reisemål. Det er gjennomført tre styringsgruppemøter der utkast til strategi har blitt gjennomgått, justert og videreutviklet basert på innspill fra deltakerne.

4.3 Undersøkelser blant innbyggere, gjester og næring

Som del av medvirkningsprosessen er det gjennomført egne undersøkelser rettet mot innbyggere, gjester og reiselivsnæringen. Disse undersøkelsene er gjennomført for å besvare indikatorer og innfri kravene til Merket for bærekraftig reisemål, samt gi nyttig innsikt i holdninger til reiselivet i kommunen.

4.4 Digital innspillsrunde

For å sikre bred involvering utover organiserte aktører er det gjennomført en digital innspillsrunde, som var åpen for innbyggere, hytteeiere, politikere og gjester – alle som på ulike måter blir påvirket av reiselivet i kommunen.

Innspillsrunden resulterte i 106 svar og ga mange konkrete tilbakemeldinger om kvaliteter, utfordringer og ønsker for videre utvikling. Undersøkelsen viser at 80–82 prosent er fornøyde med strategiens tre hovedmål, mens om lag 60 prosent er fornøyde med visjonen.

På spørsmål om hvilke temaer det er viktig å satse på fremover, var det tydelig at god trafikkavvikling og parkering, søndagsåpent sentrum, økt kjennskap til hva som finnes i kommunen og flere samarbeidsarrangementer trekkes frem som viktige prioriteringer.

Videre ble det etterlyst hva som mangler i strategien. Flere pekte på behov for sterkere satsing på kultur, et mer levende sentrum, helårsbruk av naturen gjennom turstier, bedre kollektivtransport og mulighet for å besøke Drøbak uten bil.

4.5 Besøksforvaltning og interessentanalyse

I forbindelse med forstudien til besøksforvaltning ble det i 2024 gjennomført et eget frokostmøte med workshop. Her var hovedfokus å identifisere hjerte og smertepunkter knyttet til besøksforvaltning i Gamle Drøbak og på Oscarsborg.

I tillegg er det gjennomført en interessentanalyse for de ti aktørene som er vurdert som de mest sentrale i arbeidet med besøksforvaltning i Drøbak og på Oscarsborg. Analysen har bidratt til bedre forståelse av roller, ansvar og samspill mellom aktørene.

4.6 Oppsummering

Medvirkningsprosessen har vært omfattende og variert, og har kombinert innspill fra møter og workshops med innsikt fra undersøkelser og analyser. Samlet gir dette et solid og bredt grunnlag for reisemålsstrategien, med god forankring hos næring, kommune, innbyggere og besøkende. Innspillene fra prosessen er brukt aktivt i arbeidet med å definere retning, mål og tiltak for videre utvikling av reisemålet.

Hovedaktiviteter i medvirkningsprosessen



867

antall svar på innbyggerundersøkelsen



480

antall svar på gjesteundersøkelsen



25

antall svar på næringsundersøkelsen



5

frokostmøter for opplevelsesnæringen



2

workshops for opplevelsesnæringen



106

antall skriftlige innspill via digital innspillsrunde



18

reiselivsrapporter sendt ut med oppdateringer til opplevelsesnæringen

KAPITTEL 5

Mål og strategiske satsingsområder



Strategiarbeidet har resultert i tre overordnede mål for reiselivet i Drøbak frem mot 2030:

Tre overordnede mål:

1. Frogn hele året
 - Redusere sesongsvingninger
2. Et godt sted å bo er et godt sted å besøke
 - Attraktivt lokalsamfunn gjennom god besøksforvaltning
3. Bygge videre på Frogn sine unike kvaliteter
 - Styrke kommunens særpreg med by, bygd og borg

Videre i kapittelet gis en nærmere redegjørelse for målene, hvordan de skal måles, og hvilke suksesskriterier som er lagt til grunn.

5.1 Oppdrag:

Frogn skal bli et helårs reisemål som på en bærekraftig måte bygger videre på de unike verdiene stedet representerer, til beste for kommunens innbyggere, den lokale opplevelsesnæringen og for de besøkende. Når vi ser nærmere på elementene i oppdraget vil vi løfte frem følgende poeng:

- **Frogn skal bli et helårs reisemål.** Selv om opplevelsesnæringen i Frogn har mindre sesongsvingninger enn mange andre reisemål er det likevel markante forskjeller. For å bedre grunnlaget for det lokale



næringslivet vil strategien fokusere på aktiviteter og tiltak som styrker de periodene av året der det er behov for økt omsetning og besøk. Dette skal bygges opp over tid.

- **Utviklingen av reisemålet skal skje til det beste for innbyggerne og det lokale næringslivet.**

Frogn skal fortsatt være et godt sted å bo der de besøkende beriker lokalsamfunnet, og ikke oppfattes som en belastning eller et negativt element. Utviklingen skal skje innenfor naturens-, stedets-, og lokalsamfunnets tålegrenser.

- **Reisemålsstrategien skal bygge videre på de unike verdiene reisemålet representerer.**

Attraksjonskraften til Drøbak som by ligger i den

historiske trehusbebyggelsen med sine attraksjoner, gallerier, nisjebutikker og serveringssteder i et levende sentrum som også har søndagsåpent hele året.

Oscarsborg med sin viktige plass i norsk historie og de tilbudene som er utviklet på Kaholmene midt i Drøbaksundet med serveringstilbud, gjestehavn, hotell, opera og museum tiltrekker seg årlig i underkant av 100 000 besøkende. Frognbygda viser sin attraktivitet gjennom gode produsenter og utsalg av lokalmat, nærheten til Drøbak som reisemål og gjennom det åpne naturlandskapet. I tillegg har Drøbak en unik posisjon som juleby med julenissens offisielle postadresse.

Hovedmål 1:

Frogn hele året - redusere sesongsvingninger

Bakgrunn og utfordringer

Drøbak har, sammenlignet med mange andre reisemål, mindre sesongsvingninger enn andre lignende reisemål, men med høyere trykk i sommerhalvåret. I tillegg er det variasjoner mellom ukedager og helg.

Selv om svingningene ikke er veldig markante, er det viktig å jobbe for aktivitet hele året for å øke verdiskapingen hos opplevelsesnæringen. Utviklingen av Frogn og Drøbak som et helårs reisemål handler derfor om å styrke næringslivet gjennom økt forutsigbarhet og bedre utnyttelse av eksisterende kapasitet. Tiltak som bidrar til jevnere besøksfordeling gjennom uken, søndagsåpne butikker og tilpassede åpningstider vil være viktige virkemidler. Tilgjengelige besøkstall viser at det finnes et potensial for å øke aktiviteten i perioder med lavere trafikk, uten å øke belastningen i høysesong. Ved å arbeide målrettet

Suksesskriterier:

- Jevnere besøksfordeling gjennom uken og året
- Økt samlet besøk, uten tilsvarende økning i høysesong
- Økt omsetning i opplevelsesnæringen gjennom hele året
- Økt verdiskaping og flere arbeidsplasser i reiselivsnæringen
- Økt samhandling og samordning mellom reiselivsaktørene

for jevnere besøk gjennom både uken og året, kan Drøbak styrke opplevelsesnæringen, og legge grunnlaget for et mer bærekraftig helårs reisemål.

Måleparametere og suksesskriterier

Besøkstall analyseres gjennom året, fordelt på måneder og ukedager, med særlig vekt på forskjeller mellom ukedager og helg. Utviklingen i sesongvariasjoner kan måles over tid, basert på mobilitets- og besøksdata, og suppleres med omsetningstall og relevant bransjedata fra lokal næring. I januar 2025 var det 235 000 norske besøkende til Frogn kommune og 69 000 norske besøkende i Drøbak sentrum. I juli 2025 var det 335 000 norske besøkende til Frogn kommune og 117 000 norske besøkende i Drøbak sentrum.

Mål:

- Omsetningen målt via tall fra BankAxept skal øke 7% i Frogn og 10% i Drøbak sentrum i perioden fram til 2030 og måles opp mot indekset vekst i Norge
- Perioden oktober – april skal vokse 2% mer enn sommeren mai-september.



HØST I DRØBAK



DRØBAK BADSTUE

Hovedmål 2:

Et godt sted å bo er et godt sted å besøke

– attraktivt lokalsamfunn gjennom god besøksforvaltning.

Bakgrunn og utfordringer

Reisemålsutviklingen i Frogn skal tilrettelegge for besøkende som beriker lokalsamfunnet. God involvering av lokalsamfunnet er avgjørende for å skape eierskap til utviklingen og sikre at den skjer i tråd med lokalsamfunnets behov. Drøbak sentrum har i sommerhalvåret et høyt besøkstall uten at det er snakk om overturisme. Med tanke på å sikre en bærekraftig reisemålsutvikling, er det spesielt parkering, trafikk og optimal gjesteflyt særlig i sommermånedene i Drøbaks kompakte sentrum som er utfordringer på reisemålet.

z Dette gir til tider noen utfordringer knyttet til både de besøkende og innbyggernes opplevelse av hvordan det er i Drøbak sentrum. Gjennom god besøksforvaltning og å støtte opp om temaplan for vei og trafikkavvikling i Drøbak kan man sammen med kommunen og fylkeskommunen, jobbe med tiltak som bedrer besøksopplevelsen.

Frogn gjennomførte en innbyggerundersøkelse i 2025 som avdekket at 80% er positive til reiselivet i kommunen. Samtidig viser denne undersøkelsen – sammen med gjesteundersøkelsen og forstudien i besøksforvaltning – at det finnes utfordringer knyttet til besøkendes atferd, særlig når det gjelder trafikk og parkering i Drøbak sentrum. Det er viktig å ta grep om disse utfordringene slik at ikke holdningen

til reiselivet synker blant lokalbefolkningen og for å sikre at de besøkende får en god opplevelse. Gjesteundersøkelsen gjennomført i 2025 viser at de besøkende var svært tilfredse med oppholdet sitt. Hele 94,8% svarte at de var fornøyde med sin totalopplevelse av Drøbak og Oscarsborg.

Målet er å bevare både innbyggertilfredsheten og gjestertilfredsheten, og at reiselivet skaper verdi for lokalsamfunn, næringsliv og besøkende. God besøksforvaltning handler om å få rette volumer, av rette gjester, på rett tid og på rett sted. Ved å utvikle arrangementer og tilrettelegge for aktiviteter og opplevelser gjennom hele året, kan man skape gode besøksopplevelser i de periodene man trenger besøk. Videre er det viktig å sikre god informasjon og samarbeid på tvers av aktører i næringslivet i Frogn.

Måleparametere og suksesskriterier

Det er gjennomført både en innbyggerundersøkelse og en gjesteundersøkelse knyttet til krav i merkeordningen Merket for bærekraftig reisemål. Undersøkelsene kartla blant annet innbyggernes holdninger til reiselivet, og deres opplevelse av antall besøkende i Frogn og Drøbak. Undersøkelsene vil danne grunnlaget for videre målinger på de samme områdene og skal gjennomføres hvert tredje år. Videre er det viktig å jobbe med utfordringene knyttet til trafikkavvikling i kommunen.

Suksesskriterier:

- Høy eller stabil innbyggertilfredshet over tid
- Høy eller stabil gjestertilfredshet over tid
- Færre utfordringer knyttet til trafikk og parkering
- Økt bruk av arrangementer, opplevelser og aktiviteter som verktøy for besøksstyring
- Godt samarbeid og samspill mellom destinasjonsselskap, kommune, næringsliv og frivilligheten.
- Økt kompetanse og økt omstillingsevne

Mål:

- Å opprettholde den generelle innbyggertilfredsheten på minimum 80%
- Å opprettholde den generelle gjestertilfredsheten på minimum 90%

Hovedmål 3:

Bygge videre på Frogn sine unike kvaliteter – styrke kommunens særpreget med by, bygd og borg

Bakgrunn og utfordringer

Med utgangspunkt i kommunens visjon «By, bygd og borg – sammen for Frogn», skal reisemålsstrategien styrke kommunens særpreget og løfte fram det som tydelig skiller Frogn fra andre reisemål.

Drøbak sentrum, med trehusbebyggelsen fra 16-1700 tallet, smågater, handel og kulturliv, er en sentral del av dette særpreget. Frognbygda og områdene rundt Drøbak bidrar med lokalmat, gårdsutsalg, friluftsliv, øyer og åpne kulturlandskap, i tillegg til friluftsliv i Frognmarka. Oscarsborg festning med sin unike historie er et besøksmål av nasjonal betydning med både overnatting, gjestehavn, servering, museum og en unik kulturarena med bl.a. opera. Frogn har en strategisk fordel gjennom sin attraktive plassering ved Oslofjorden og nærheten til Oslo, som

gir korte reiseavstander for mange besøkende og tilgang til et stort befolkningsgrunnlag. Dette gir et betydelig potensial for dagsbesøk og helårsaktivitet. Oslofjorden har dessuten vært et viktig element i den historiske utviklingen av Drøbak som by. Målet er å bygge videre på de unike kvalitetene som har vært med på å utvikle Drøbak og Frogn til det reisemålet det er i dag.

Måleparametere og suksesskriterier

Gode indikatorer er å måle antall reiselivsaktører og opplevelsesbaserte produkter i kommunen. Den jobben kommunen og frivilligheten gjør for å ivareta Gamle Drøbaks er viktig for å opprettholde stedets attraktivitet og unike kvaliteter.

Strategien ønsker å legge til rette for nyetablering og utvikling av opplevelsestilbud i kommunen. Mulige tiltak kan være å utvikle pakkeløsninger og produktutvikling som kombinerer friluftsliv, kultur, kunst og lokale tilbud. Det er også viktig å styrke det gode vertskapet i opplevelsesnæringen, som er med på å formidle historien, identiteten og kvalitetene som gjør Frogn unikt.

Suksesskriterier:

- Tydelig felles identitet for hva Frogn skal være som reisemål
- Flere helhetlige produkter og pakker som kombinerer kultur og natur
- Styrke vertskapsrollen hos reiselivsaktørene
- Ivareta og utvikle Oscarsborg som attraksjon
- Digitale og levende produkter som formidler historien
- Ivareta og utvikle Drøbaks posisjon som juleby

Mål:

- Etablerte reiselivsaktører har økt med 8 i perioden
- Det er tatt frem og markedsført 16 flere opplevelsesbaserte produkter
- 60% av reiselivsaktørene i Frogn har gjennomført et digitalt vertskapskurs




KAPITTEL 6

Tiltaksplan for 3 år













Tiltaksplan for tre år
















 = Tiltakene markert i grønt skal prioriteres i 2026 og 2027 (strategiens første år)

Tiltakene eies av ulike aktører, både når det gjelder finansiering og gjennomføring.

Noen tiltak er eid og drevet av destinasjonsselskap, næringen, kommunen eller frivilligheten, enten alene eller i fellesskap.

#	TILTAK	AKTIVITET	ANSVAR/INTERESSENER	INDIKATOR*/STRATEGISK MÅL	OMRÅDE
1	Lage samarbeidsarrangementer	<ul style="list-style-type: none"> Spis ute uka. Skape aktivitet i skulder/lavsesong. Øke lokal kjennskap. Koble på lokale råvarer. Turist i egen by, bygd og borg. Øke lokal kjennskap og bruk av lokale opplevelser. Bidra til gode ambassadører. KulturGlimt. Løfte lokal kultur og frivillighet Økt samarbeid lokale arrangører og næring Arrangere «Barnas Drøbak» 	<ul style="list-style-type: none"> FK VDO FNR Opplevelsesnæringen Frivilligheten 	D-6-1/ H-1	  
2	Styrke «Søndagsbyen»	<ul style="list-style-type: none"> Øke deltagelse og besøk på søndager gjennom hele året. Øke antall opplevelser og aktører tilgjengelige på søndager Synliggjøre Drøbak som søndagsby Gjøre det attraktivt for næring å være en del av Søndagsbyen 	<ul style="list-style-type: none"> FNR Opplevelsesnæringen FK VGO VDO Frivilligheten 	E9-3/ H-1	
3	Bedre i trafikkflyt på reisemålet	<ul style="list-style-type: none"> Behov for hurtigladere Etablere transport fra fjernparkering til Drøbak Sentrum Opplevelsesruter fra sommerparkering til sentrum Digital skilttavle for parkering Etablere turistbussparkering Jobbe for å styrke kollektivtilbudet for besøkende 	<ul style="list-style-type: none"> FK Transportselskaper Frivilligheten VDO VGO 	D5-1 / H-2	 
4	Ivareta og videreutvikle Oscarsborg som attraksjon	<ul style="list-style-type: none"> Styrke transporten til og fra Oscarsborg Invitere lokalbefolkningen og fritidsinnbyggere til å bruke Oscarsborg i skuldersesongene Jobbe for å styrke samarbeidet mellom aktørene i Drøbak og på Oscarsborg 	<ul style="list-style-type: none"> Transportselskaper AFK VDO VGO FK 	D-6-1 / H-2	 
5	Videreutvikle «Julebyen»	<ul style="list-style-type: none"> Utvikle konseptet julebyen, inkludert kommunikasjon Utvide juleperioden, stimulere til samarbeid mellom opplevelsesnæringen Opplev «Jul hele året» 	<ul style="list-style-type: none"> FNR Museene i Akershus Tregaardens julehus VDO Opplevelsesnæringen 	E9-3 /H1 og H2	

 = Tiltakene markert i grønt skal prioriteres i 2026 og 2027 (strategiens første år)

#	TILTAK	AKTIVITET	ANSVAR/INTERESSENER	INDIKATOR*/ STRATEGISK MÅL	OMRÅDE
6	Styrke bærekraft og sertifisering	<ul style="list-style-type: none"> • Benytte best case for økt bærekraft i praksis, gjøre miljøriktige valg og antall sertifiserte bedrifter • Øke antall aktive reiselivsaktører i bærekraftsarbeidet • Jobbe for økt andel kollektivtransport blant besøkende 	<ul style="list-style-type: none"> • VGO • VDO • Reiselivsaktørene 	C3-1,C4-1/ H-3	  
7	Øke bruken av lokalmat og drikke	<ul style="list-style-type: none"> • Jobbe for å øke andelen lokale råvarer i servering gjennom aktiviteter hele året • Innføring i god historiefortelling i servering • Synliggjøre for innbyggere og gjester hva som tilbys og finnes av lokale produkter 	<ul style="list-style-type: none"> • VGO • VDO • FNR • AFK 	C1-2, E10-3 / H-3	 
8	Produktsammensetning	<ul style="list-style-type: none"> • Arrangere en «pakke» workshop med reiselivsaktører, næringsliv og frivillighet • Definere temaer og målgrupper 	<ul style="list-style-type: none"> • VGO • VDO 	D6-1 /H1,H-3	  
9	Styrke vertskapsrollen	<ul style="list-style-type: none"> • Lage flere «Bli kjent med Drøbak fra innsiden» innslag på nettsidene til VDO • Lage et digitalt vertskapskurs • Guidet tur i sentrum for ansatte i servicenæringen 	<ul style="list-style-type: none"> • VGO • VDO 	D7-1 / H-2	  
10	Styrke dialogen med fritidsinnbyggere	<ul style="list-style-type: none"> • Utvikle «Turist i egen by, bygd og borg» til å inkludere fritidsinnbyggere • Styrke dialogen med fritidsinnbyggere ut over ren kommunal informasjon • Utforme aktiviteter for å bedre dialogen 	<ul style="list-style-type: none"> • VDO • VGO • FNR • FK 	D6-1, H3	
11	Videre arbeid i reismålsledelsen	<ul style="list-style-type: none"> • Revidere reismålstrategien og tiltaksplanen etter tre år. Det skal årlig rapporteres om status på strategi og tiltaksplan. • Sikre at Merket for Bærekraftig reismål blir videreført etter førstegangssertifisering • Reismålsledelsen skal jobbe for å koordinere arbeid med reiseliv, herunder reiselivets samfunnsøkonomiske, kulturelle, klima- og miljømessige forhold. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reismålsledelsen 	A1-1, B1-1.2, H-1,2,3	  

* Indikator i forhold til standarden for Merket for bærekraftig reismål, kategorisert etter tema A=Destinasjonsledelse, B= Strategisk grunnlag, C=Bevaring av natur, kultur og miljø, D= Styrking av Sosiale verdier, E=Økonomisk levedyktighet. H = Hovedmål i reismålsstrategien.

Forkortelser: Akershus fylkeskommune (AFK), Frogn kommune (FK), Visit Greater Oslo (VGO), Visit Drøbak & Oscarsborg (VDO), Frogn næringsråd (FNR)