

Fremtidig organisering av reiselivet i Region Bergen

«En større region – bedre muligheter – for alle»



Regionrådet i Nordhordland, 1. april 2016. Ole Warberg



Norsk reiselivsnæring

“Reiselivsnæringen skal være en av de næringer Norge skal leve av i fremtiden. Reiselivspolitikken skal bidra til å utvikle en høyproduktiv og kunnskapsbasert næring”

Reiselivsstrategien "Destinasjon Norge" 2012

- 6,5 % av fastlands-Norges BNP er tilknyttet norsk reiselivsnæring
- Reiselivsnæringen skaper 1 av 10 årsverk i fastlands- Norge
- **75 %** av gjestedøgnene i Norge er nordmenn



Reiseliv: en satsingsnæring



Regjeringens reiselivsstrategi

Destinasjon Norge

Nasjonal strategi for reiselivsnæringen



Meld. St. 39

(2012-2013)

Melding til Stortinget

Mangfold av vinnere

Næringspolitikken mot 2020



- Verdiskaping & produktivitet
- Flere helårlege arbeidsplasser og mer solide bedrifter, særlig i distriktene
- Flere unike og kvalitativt gode opplevinger som tiltrekker seg kunder med høy betalingsvilje

Mål for økt samarbeide;

1. Økt verdiskapning og produktivitet.
2. Flere helårs arbeidsplasser og mer solide bedrifter, særlig i distriktene.
3. Flere unike og kvalitativt gode opplevelser som tiltrekker seg kunder med høy betalingsvillighet



Målgrupper

1. Ferie- og fritidsreisende
2. MICEE (Meetings, Incentives, Conferances, Events, Exhibitions)
3. Yrkesreisende

Markeder

Det norske marked v.s. Det internasjonale marked

Sesonger

Sommer, mai- september
Lavesesong / Utviklingsperioder
Weekends



Utvikling og utfordring iht markedet

Vårt ressursgrunnlag

- Kultur
- Natur

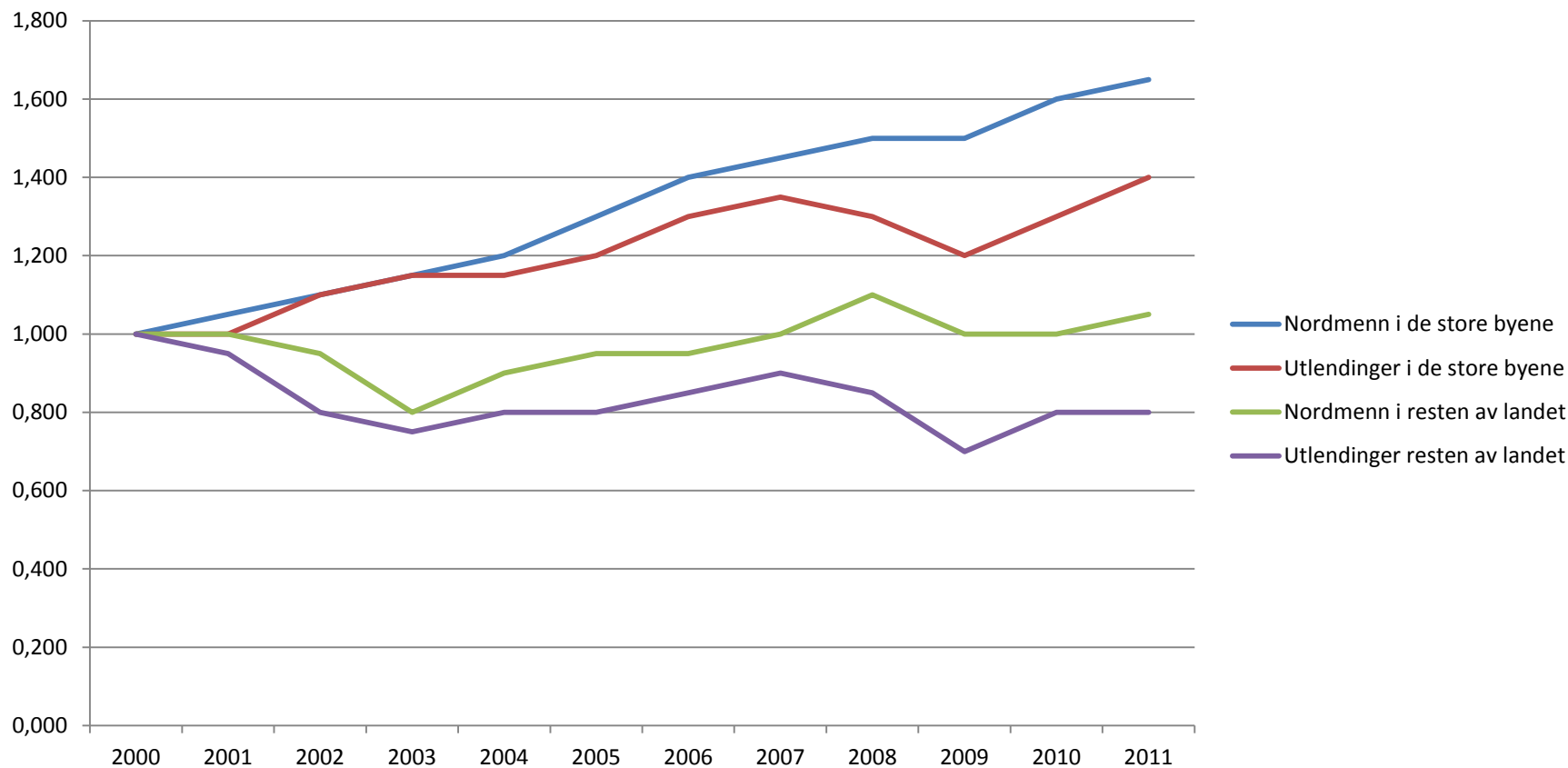
3 viktige pilarer i å utvikle reiselivet;

- Attraksjonskraft
- Tilgjengelighet
- Markedsføring

Utfordring: By - land



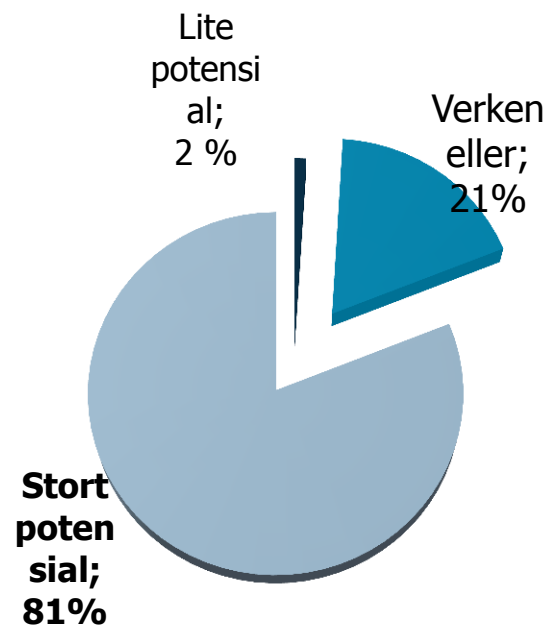
Utviklingen i antall gjestedøgn ved hotell for utlendinger og nordmenn, ideksert (prosent av 2000)



Lokalt engasjement.

En vekst baserer seg på en sterk lokal **identitet**.
Identitet skaper **ansvar** og ansvar skaper **handling**

8 av 10 av landets ordførere mener at reiselivet har et stort potensial for økt verdiskapning og sysselsetting i Norge.



Suksessfaktor;

For at bedriftene skal bidra med finansielle midler (penger i felles tiltak som er mer effektiv enn ved egen bruk) og det offentlige skal bidra med tilskudd (som gir samfunnsøkonomisk lønnsomhet), er det viktig at vi innen for hver enkelt region og for landsdelen som helhet kan oppleve følgende fellesnevner:

1. **Felles hovedprodukt** innenfor det regionale område
2. **Felles begrepsbruk**, samling om en felles organisering
3. **Felles markeder** og målgrupper
4. **Felles erkjennelse** av behovet for større tyngde, mer enhetlig og slagkraftig markedsføring
5. **Oppslutning** fra det politiske miljø
6. **Oppslutning** fra næringsaktørene
7. **Inkluderende prosess** i forhold til utarbeidelse av regionen hvor næringsaktørene er de viktigste bærere av valgt strategi
8. **Kompetanse** og slagkraft i fellesapparatene på markedssiden og på næringspolitiske områder



Mulige emnefelt for samarbeide;

1. Markedsføring og salg (tilrettelegge og motivere)
2. Kompetanse
3. Vertskap
4. Produktutvikling og konseptutvikling
5. Nettverk (internt)

6. Samfunnsmessig påvirkning
7. Næringspolitiske emner, innkjøp og arbeidsrett
8. Administrasjon (oppgaver for flere aktører/regioner)
9. Rådgiving, saksbehandling, finansiering, politiske saker, strategi og plan, nettverk og styringsgrupper
10. Infrastruktur (ruteplanlegging, legge til rette for at primærbehovene tilfredsstilles (eks toalett, etc)



Dagens tema;

1. Historikk
2. Føringer fra stat, fylke og eventuelt kommune
3. Ulike organisasjoner – ulike oppgaver
4. Oppgavelevering
5. Regioner i Hordaland
6. Pisk og rose
7. Konklusjoner og veien videre (neste side)



«REGION BERGEN»

Målet med en større region;

- å gjøre oss alle moden for vekst. Både nasjonalt, regionalt og internasjonalt
- oppnå en sterkere posisjon i forhold til alle regioner
- Oppnå synergier mellom våre 3 regioner
- Styrke lønnsomheten, øke antall arbeidsplasser og bidra til større volum av tilreisende i kjøpesterke segmenter



Konklusjoner og veien videre

- a) En større region i «Region Bergen – Kysten»
- b) Et sterkere samarbeid i hele Hordaland
- c) En felles forretningsplan; visjon / forretningside / hovedmål / markeder / målgrupper / strategier / leveransegaranti / virksomhetsområder / finansiering / organisering / aktiviteter / tidsplan
- d) Finansiering;
 - privat og offentlig kapital / per capita
 - inngangssum
 - fylke og stat
- e) Organisering, administrasjon og bemanning
 - Innenriksminister / kystminister
 - Nettverksgrupper
 - styrepresentasjon
- f) Verktøykassen – de operative midlene
- g) Tidsplan



Avgjørende spørsmål;

▪ Blir vi med?



Takk for meg!



ole@visitBergen.com, 906 23 110

