

**Referat fra Arbeidsgruppemøte  
27. oktober 2014 kl 14-17 på Alver Hotell**

**Fremtiden til Reiselivet i Nordhordland / Bergen Reiselivslag / Region Nord**

**Tilstede:** Ole Warberg (Bergen Reiselivslag), Svein Nordvik (Nordhordland Handverk- og Industrielag (NHIL)), Runar Hilland (Alver Hotell), Jon Ingar Kjenes (Spurkeland Vikinggard AS), Arne Berg (Stordalen Fjellstove) (ref)

**Konklusjon**

- Både næringslivet, kommunene og innbyggerne i Nordhordland er tjent med at det er et felles organ som ivaretar fellesoppgaver i regionen innenfor reiseliv med informasjon, markedsføring og tilrettelegging. Dette er også i tråd med regjeringens og virkemiddelapparatet sine ønsker om større og sterkere destinasjonsselskap. Dette er en vesentlig forutsetning for salg, identitetsbygging, og omdømmebygging, og for å ivareta vertskapsrollen.
- Næringen er tydelig på at en ønsker ei tilknytning til det nye Bergen Reiselivslag / «Region Bergen», som gjerne blir å inkludere Sunnhordland, Kysteventyret, Bergen og Nordhordland.
  - Bergen Reiselivslag må avklare om de ønsker å inkludere Nordhordland i organisasjonen.
  - Regionrådet (evnt kommunene) må avklare om de prinsipielt støtter en slik organisering, og deretter avklare økonomisk involvering.
- Det er mange oppgaver Reiselivslaget har, men i første omgang prioriteres:
  - Kontaktperson og nettverkskoordinator for å samkjøre reiselivet både slik at vi får frem alle perlene vi har. Dvs at nettverket fungerer som et lokallag.
  - Nettverket/koordinator skal også ta initiativ til produktutvikling og pakking innen og mellom eksisterende bedrifter i området.
  - Utvikling av markedsmateriell og hjemmeside
  - Prosjektdeltakelse /invitasjoner.
  - Salg og kobling mot turoperatører.
- Økonomisk er det foreløpig skissert en kostnad på 1,2 mill. Fordelt på i hovedsak næringen 35% og kommunene 45% + andre. For kommunene er dette 14 kr pr innbygger som er mindre enn landsgjennomsnittet, men mer enn Bergen. I løpet av de neste 5 år forventes kommunenes andel å bli redusert fordi næringen kommer mer på banen. Det forventes at næringens- og kommunenes kostnad justeres til samme nivå som for hele region etter som integreringen gjennomføres.
- Det haster med å komme i gang, da det ikke har vært nettverksaktivitet siden 2011. Avklaring av potensielle medspillere må skje så snart som mulig.
- Vedlagte notat tas til etterretning som info, uten at detaljene er gjennomdrøftet.

På vegne av arbeidsgruppa

**Arne Berg**

**Svein Nordvik**

**Runar Hilland**

**Jon Ingar Kjenes**

## **NOTAT ang fremtidig organisering av Reiselivet i Nordhordland.**

Alver 27.10.14 Arbeidsgruppemøte

### **Bakgrunn for arbeidsgruppa**

Nordhordland Handverk- og Industrilag (NHIL) tok i 2013 initiativ til to åpne reiselivsmøter, og ei uformell arbeidsgruppe ble nedsatt for å følge opp overfor Bergen Reiselivslag/regionrådet og andre. Pga en større pågående endring av destinasjonsstruktur i Norge og Hordaland har dette tatt lengre tid enn ønsket.

### **Innledning**

Nordhordland er i dag ikke en del av et destinasjonsselskap etter at Nordhordland Reiselivslag ble nedlagt. Regjeringen og virkemiddelapparatet har en forventning om at alle kommuner/områder er del av en destinasjon. Næringslivet har behov for koordinering av fellesoppgaver for området og produktutvikling. Kommuner og innbyggerne har behov for felles informasjon, ivaretagelse av vertskapsrollen, identitets- og omdømmebygging mm.

Det er derfor sterkt ønskelig å få på plass en strukturert organisering av reiselivet i Nordhordland. Parallelt med diskusjoner om Nordhordlands behov har det vært en omorganisering på nasjonalt nivå og i Hordaland. Det ser nå ut til å bli et sterkt «Bergen Reiselivslag» med geografisk utstrekning langs hele kysten i Hordaland / Hordaland Vest.

Næringslivet i Nordhordland har vært tydelig på at vi ønsker å knytte oss opp til «Region Bergen» og ikke danne noe eget nytt i Nordhordland. Det er likevel viktig at medlemmene i «region Nord» samarbeider tettere i et lokallag / lokalt nettverk. Slik kan vi styrke regionen, dra i samla flokk, skape identitet, omdømme og utvikle region og de produkter som kan tilbys.

### **Produkt, tjeneste og produksjon**

Det har vært 2 felles /åpne reiselivsmøtene siden 2013 er dette ei stikkordsliste på mulige arbeidsoppgaver som fellestiltak for 2 eller flere bedrifter, eller som vil dekke vertskapsrollen for området.

#### Felles markedsføring og markedsutvikling

- Utvikling av markedsmateriell
- Nordhordlandsguiden – oppdatering? Eller del av annen?
- Nordhordlandskart
- Visit Nordhordland
- Egen reiselivsmesse – bli kjent, lukka og åpen (kan samkjøres med annet arrangement?)
- Visningsturer – for eksterne og interne
- Turistinformasjon
- 10 ting du skal oppleve her!
- Bruke eksisterende arrangement til Markedsføring (f.eks stand på Kraftspela, Knarvikmila) – MUP (markedsføring uten penger)
- Brosjyredistribusjon
- Møte og konferansemarkedet
- Foreløpig bygge på den gamle «Reiselivsstrategien for Nordhordland» med denne fornyes parallellt med «Region Bergen»

#### Nettverksbygging og kompetanse

- Nettverkskoordinator – kontaktperson
- Kontakt med turoppeoperatører

- Koordinator og prosjektdeltakelse i nye prosjekt (Den Indre farleia, båt, sykkel, vandring, fiske, høringer)
- Nettverk for å bli kjent med hverandre og hva som finnes i regionen.
- Vertskapsrollen
- Organisere årlig rundtur
- Festivalnettverk
- Synlighet generelt og bruk av sosiale media
- Kurs
- MUP
- Profesjonalisering
- NCE-Tourism FjordNorway (Norwegian centres of expertise)

#### Produktutvikling og pakketering

- Pakking
- Produktutvikling
- Organisering av bussturer
- Produktmanual
- Båtrute

#### **Markedsstrategi/markedsplan**

For å få noe ut av deltakelse i «Destinasjon Region Bergen» må produktlisten over konkretiseres til følgende:

- Kontaktperson og nettverkskoordinator med ansvar for Nordhordland – og som har midler til å kjøpe noen små og store samlinger pr år.
- Kontaktperson er Initiativtaker til og koordinerer produktutvikling og pakking
- At hele organisasjonen «Bergen Reiselivslag» endres fra bare Bergen til å tenke «Region Bergen» både i forhold til nettverk, hoteller, aktiviteter, markedsføring, salg osv.
- At markedsmateriell oppdateres enten for Nordhordland, eller som større del av «Region Bergen»
- At nettsiden knyttes til visitBergen med underside for visitordhordland / region Nord
- Fysisk plassering av kontaktperson er foreløpig ikke tenkt lokalt, men lokal kontordag koordinert med Regionrådet og/eller Næringsshagen kan vurderes.

#### **Økonomi**

- Skisserte markedsplan vil kreve 1 årsverk + dekning av markeds og prosjektutgifter totalt minimum kr 1,2 mill.
- Finansiering dekkes med kr 410.000 fra bedriftene (både direkte støtte og kjøp av tjenester) og kommunene kr 560.000,- Øvrig finansiering fra fylkeskommunen, virkemiddelapparatet og annen finansiering.
- I dag betaler Bergen Kommune kr 11 pr innbygger, som er lavest i landet til slike bidrag. Da nordhordland har en svakere næringsstruktur enn Bergen er det nødvendig at det offentlige bidrar med forholdsvis mer her. Det er derfor lagt til grunn 14 kr pr innbygger. Over tid bør finansieringen pr innbygger harmoniseres for hele regionen. Men kommunenes bidrag er 20% lavere enn det var i 2010 til Reiselivslaget. Landsgjennomsnittet for kommunale bidrag er 17 kr pr innbygger (stor variasjon)
- Bedriftenes bidrag er beregnet 3 doblett i forhold til 2010. Det gjør at det blir en mye mer balansert fordeling mellom kommune og næringsliv. Anslaget er basert på dagens medlemspriser i Bergen Reiselivslag og potensielle medlemmer og 50% tilslag på medlemmer.
- I Norge er det stor variasjon i finansiering av destinasjonsselskap. Gjennomsnittlig fordeling er 37% kommunefinansiering og 39% på næring inkludert direkte kontingent og

produksalg.

### **Organisering og administrasjon**

- Nordhordland blir tilknyttet «Bergen Reiselivslag» med dets organisasjon og styre.
- Organiseringen i Nordhordland bør være noenlunde lik det som blir i Sunnhordland og Kysteventyret.
- Nettverket skal også fungere som et lokallag med kontaktpersoner som blir referansegruppe for administrasjonen, men ikke egen organisasjon med egen økonomi, vedtekter osv.
- Nordhordland bør være representert i styret i nye «Reiselivslaget».
- Årsverk: Det er skissert mellom 25 og 25 årsverk i den nye organisasjonen. Kontaktperson for Nordhordland bør ha 1 årsverk, mens øvrig økonomisk bidrag er fordelt på andre i organisasjonen.
- Organisering og hvor mye vi får igjen direkte og indirekte er helt avhengig av økonomi og finansiering.
- I notatet er begrepene Nordhordland, Region Bergen, Bergen Reiselivslag, Region Nord mm brukt om en annen for å indikere at dette er åpent.

### **Handlingsplan**

- Nov 2014: Referat sendes reiselivsaktører i Nordhordland til info etter foreløpig e-postliste.
- Nov 2014: Prinsippvedtak i Bergen Reiselivslag om at de ønsker Nordhordlandsbedrifter som medlemmer, og at det kan gå ut invitasjon til å melde seg inn
- Des 2014: Første nettverksmøte i Nordhordland organisert av Bergen Reiselivslag etter ønske fra arbeidsgruppa. Info om mulighet, betingelser, konsekvenser, nettverksgruppe (gjørne interimsstyre/arbeidsgruppe), Mulighet for innmelding
- Des 2014: Prinsippvedtak fra regionrådet og kommunene om at de ønske å være en del av «Region Bergen»
- Jan 2015: Implementering av verktøykassen for hele organisasjonen
- April 2015: Kommunene / Regionrådet vedtar økonomisk prosjekttilskudd for 2015 og ramme for 2016 – 2018 (bør avklares tidligere)

### **Bakgrunnsinformasjon:**

- Fremtidig organisering av reiselivet i «Region Bergen» - notat aug 2014
- Reiselivsorganisering i Hordaland – Prosjektrapport Kaizen juni 2014
- Referat fra Åpent Reiselivsmøte i Nordhordland 18.6.13
- Årsberetning Bergen Reiselivslag 2013
- Bergen Reiselivslag - aktivitetsplan 2014
- Bergen Reiselivslag - Strategisk Reiselivslivsplan 2011-2015
- Bergen Reiselivslag – Strategi og Markedsplan 2013-15
- Destinasjon Norge – Regjeringens reiselivsstrategi - 2012
- Reisemålselskapene i Norge – Rapport NHO reiseliv 2011
- Strategisk Reiselivsplan for Nordhordland – NRL 2011?
- Årsmelding Nordhordland Reiselivslag 2010