



Bergen
Reiselivslag

Hordaland fylkeskommune

Regionalavdelingen

Postboks 7900

5020 Bergen

Kulturbyen Bergen, 22. desember 2015,
revidert 23. desember 2016

RAPPORT 2015 – TILDELING AV KR: 800.00 I NÆRINGSRETTEDE PARTNERSKAPSMIDLER; FELLES TILTAK I REISELIVET I HORDALAND

Aktører i Hordaland samt destinasjonsselskapene har i 7 år hatt et felles sterkt samarbeid om fellesoppgaver. For 2015 bevilget Hordaland fylkeskommune positivt kr. 800.000,- for felles tiltak reiseliv i Hordaland. Bergen Reiselivslag er valgt til å koordinere disse oppgavene på vegne av fellesskapet og destinasjonene.

Vi søkte om en ny periode *19. november 2014* for 2015 og årene senere. *Medio april 2015* fikk vi tilsagnet om at kr. 800.000,- årlig var bevilget fra Hordaland fylkeskommune for en 3 års periode med tekst «felles tiltak reiseliv i Hordaland».

Destinasjonsselskapene i samråd med fylkeskommunen avklarte at det var positivt for opppgaveløsningen at vi ansatte en prosjektleder som kunne arbeide frem og koordinere felles tiltak innen de omsøkte oppgavene. Stillingen ble utlyst og en person ble tilbudt stillingen i juni 2015. Dessverre trakk vedkommende seg og prosessen gikk videre. Ny prosjektleder ble ansatt i september 2015. Inn til denne tid har mange oppgaver blitt utført av andre personer i organisasjonen til Bergen Reiselivslag, samt at vi har leid inn en annen person for å supplere med utøvelse av felles tiltak på MICE siden.

Oppgaveløsningen til «fellestilltakene» er forankret i Reiselivsplanen for Hordaland samt Handlingsplan for Næringsutvikling i Hordaland. Oppgaveløsningen er også relatert til de partnerskapsavtaler som fylkeskommunen har inngått med de ulike destinasjonsselskaper som er klar på oppgaver og bidrag i partnerskapet for de ulike aktørene.

Prosjekt mål i fellestilltakene

Hordaland skal gjennom konseptutvikling, rett produktutvikling og bedret markedsposisjonering, ta en klar posisjon innenfor definerte segmenter i reiselivet og bidra til økt verdiskaping for reiselivsnæringen i Hordaland. Satsingen skal føre til flere norske tilreisende, økt oppholdstid, sesongutvidelse og at gjestene i langt større grad benytter seg av aktivitetstilbudet i hele Hordaland. Reiselivsnæringen i Hordaland skal også samordne sine fellestilltak enda bedre over tid.

Fellestillingen skal bistå næringsaktører og reisemålselskap i hele Hordaland til klyngeutvikling innen gitte områder som skal kunne styrke kompetanse som medfører en høyere grad av kvalitet på leveranse av produkter og tjenester.

Fellesstillingen vil også være viktig for regionens virke opp til tiltak som utøves i relasjon til Norwegian Centre of Tourism – Fjord Norway. Fellesstillingen vil også bidra til utvikling i andre bedriftsnettverk og virkemiddelapparater som Norway Convention Bureau. Likeså å danne grunnlag for eventuelle nye Arenaprojekter i hele fylket.

Effektmål:

1. Utvikle konsepter innen MICE markedet (møter, konferanser, insentivreiser, kongresser og arrangementer) som styrker fylkets posisjon mot konkrete målgrupper nasjonalt og internasjonalt som styrker verdiskapingen i fylket
2. Utvikle regionens fortrinn innen digitale web baserte plattformer på innhold, markedsføring og ikke minst å gjøre konseptene bookbare i de rette kanalene.

Produktmål som er satt i fellestiltakene:

1. Økt vekst, omsetning og lønnsomhet hos næringsaktørene
2. Medføre at kunden blir lengre i regionen og kjøper produkter og tjenester av høyere kvalitet
3. Økt oppmerksomhet mot Hordaland som reiselivsmål i det norske markedet.
4. Økt antall tilreisende til Hordaland og bidra til at man tar i bruk hele fylket som reisemål.
5. Økt interesse for Hordaland og styrke fylkets muligheter til å skape helårlege arbeidsplasser.
6. Økt antall norske gjester på MICE markedet til Hordaland.

Resultater vi ønsker å oppnå

Ved å utøve felles tiltak som skal virke for alle regioner og alle bedrifter i Hordaland innen de nye og definerte områdene vil vi søke mot følgende resultater;

- Økt oppmerksomhet rundt Hordaland som en attraktiv destinasjon innen alle segmenter innen reiselivet
- Økt trafikk innen MICE markedet (møte- og arrangementsmarkedet) hos alle aktører i Hordaland. MICE segmentet er vesentlig mer lønnsomt enn ferie- og fritidsmarkedet og gir økt grunnlag for trafikk hele året. MICE målgruppen er også godt betalende kundegrupper innen den bedrifter som tilbyr aktivitetsbaserte produkter, slik at også konseptene for Hordaland som «aktiv, frisk og spennende» og passer inn positivt her.
- Den web baserte satsingen skal også gi økt oppmerksomhet, økt reiselyst og transformering til kjøp av våre produkter og tjenester på næringens online bookbare kanaler.

Forankring

Felles tiltak for utvikling av reiselivet i Hordaland vil være forankret i føringer fra staten og fylkeskommunens handlingsplan for næringsutvikling om økt samhandling og effektivisering av reisemålselskapene i Hordaland. Vi gjennomfører i dag en styrking av dette arbeidet mellom de ulike regionene, og fellestiltakene vil være et viktig instrument for reiselivet for å oppfylle fremtidige mål og forpliktelser.

Felles tiltak vil også være forankret strategisk hos de ulike reisemålselskaper og i samarbeider rundt Forum for reiseliv hvor også fylkeskommunen er en aktiv deltager

Prosjektorganisering

Reisemålselskapene i hele fylket har besluttet at felles tiltak og felles stilling som er opprettet formelt og juridisk skal være ansatt hos Bergen Reiselivslag. Som ved de tidligere årene. Det skal årlig utarbeides et handlingsprogram for fellesstillingen og tiltakene og de eventuelle prosjekter som skal

utøves ved og rundt denne fellesstillingen. Det er reisemålselskapene som sammen med fylkeskommunen som vedtar handlingsprogrammet.

Samarbeidspartnere

Reisemålselskapene i Hordaland og Hordaland fylkeskommune

Aktiviteter

Ved slutten av forrige tiltaksperiode og i forrige års handlingsplan søkte vi nye retninger for fellesstillingen og felles tiltakene. Herunder var det til gjennomføring et forprosjekt innen MICE markedet for å definere felles behov for aktører over hele fylket slik at man samlet kunne arbeide mot dette segmentet. Det ble også gjennomført kompetanseprogrammer for næringsaktørene i hele fylket. Det er også under utarbeidelse felles markedsmateriell som skal benyttes i bearbeidelse av markedene nasjonalt og internasjonalt.

Likeså har vi hatt meget gode erfaringer på å arbeide samlet innenfor de digitale områdene for å styrke kompetansen i fylket og hos reisemålselskapene, tilpasse produkter for digitale plattformer, gjøre produktene bookbare mot markedet og ikke minst foreta et aktivt salg. Den nasjonale og internasjonale konkurransesituasjonen øker innen disse områdene, og vi ser det som avgjørende at vi gjennom fellesprosjektet kan bidra til at fylkets aktører kan oppnå en sentral posisjon i fremtiden. Vi har derfor vektlagt **følgende nye hovedoppgaver**;

Hovedoppgaver;

- a) MICE – Meetings, Incentive, Conference, Events (ca. 30% prioritet)
- b) WEB og utvikling av digitale plattformer med innholdsproduksjon (ca. 70 % prioritet)

Sekundæroppgaver;

- Koordinering og gjennomføring av eventuelle felles markedstiltak.
- Deltakelse i arbeidsoppgaver for destinasjonene, i stor grad knyttet opp til oppgave 2

Vedrørende a; MICE markedet

Forprosjektet som vi gjennomførte i 2014 har vurdert og konkludert at det er grunnlag for et større regionalt samarbeid i Hordaland innen dette mest lønnsomme segmentet innen reiselivet. Dette markedet bearbeides heller ikke av andre aktører innen virkemiddelapparatet, eksempelvis Fjord Norge AS. Her er Bergen ledende på landsbasis med sine ressurser.

Et styrket samarbeid mellom destinasjonsselskapene i fylket vil igjen styrke samarbeidet mellom aktører/bedrifter. Dette vil få flere til å legge møter/kurs, konferanser, insentiv turer samt team-building og andre firmaturer til Hordaland.

Prosjekt mål hittil har vært å kartlegge og identifisere aktiviteter vi kan arbeide med i fellesskap slik at de når den nye kundegruppen og kan levere med høy kvalitet. Møte- og arrangementsmarkedet stiller andre krav til a) markedsføring b) bransjebearbeidelse c) tilrettelegging/justering av tilbud d) gjennomføring av opplegg. Erfaringsutveksling, der destinasjonene har presentert sine målgrupper og markedet innenfor MICE samt hvordan de tilnærmer seg disse, har vist at det er et felles potensial. Destinasjonene har videre diskutert felles satsingsområder, og hvordan vi som region kan ta en tydeligere posisjon i et konkurranseutsatt men lønnsomt marked. Destinasjonene drar spesielt nytte

av Bergen Reiselivslag sin kompetanse og dets eierskap i Norway Convention Bureau BA og virkemidler som ligger i dette fellesskap. Bergen sin styrke som innfallsport og med god tilgjengelig fra markedene er også et konkurransefortrinn som vi ønsker å styrke.

Forprosjektet som er gjennomført danner et godt grunnlag for videre arbeid med felles MICE satsing i Hordaland. Næringen i Hordaland konkluderer med at det er ønskelig med en MICE satsing for hele fylket. Fellesstillingen for Hordaland vil derfor også arbeide tett med Møte- og arrangementsavdelingen i Bergen Reiselivslag. Aktivitetsplan, strategi og fremdrift vil konkretiseres inn i et hovedprosjekt med bakgrunn fra felles aktiviteter identifisert i forprosjektet. Det er også gode muligheter for å utvikle fellessatsingen inn i Arena prosjekter og gi gode føringer før bedrifter til å delta i Innovasjon Norge sitt program innen «Bedriftsnettverk».

Vedrørende b; Web og videreutvikling av digitale plattformer med fokus på innholdsproduksjon

Fellesstillingen som er opprettet skal lede «Team Hordaland» og fungere som koordinator og ha god oppfølging av destinasjonene i de ulike arbeidsoppgavene i webgruppen.

Tiltaket er knyttet til strategi og kompetanse; styrke web funksjonene og utvikle strategiske allianser i arbeidet. Gruppen skal koordinere felles aktiviteter og utfordringer mot leverandører av systemer på web og booking, arbeide med kompetanse, arbeide med strategisk utvikling av innhold på sidene som gir søkeoptimalisering og utvikle innhold som er tilpasset plattformer som web, sosiale medier og mobil.

Destinasjonene skal i 2015 og 2016 gå over på nye felles publiseringsverktøy og det er særdeles gode muligheter for å styrke sin posisjon om fellesstillingen koordinerer utvikling på flere områder.

Webmastere skal ha full tilgang til support og hjelp når det trengs. Dette skaper trygghet for destinasjonsselskapet og sørger for **kontinuitet** i aktivitetene som skal utføres. Det er svært viktig å presisere at dette er vanskelig å utøve på egen basis. Fellesstillingen er derfor avgjørende til å sørge for at man tilegner seg informasjon, driver nettverksbygging og opparbeide seg kompetanse, noe som er tidkrevende og personavhengig. Satsingen skal føre til økt fokus og kvalitet på innhold på våre plattformer. Det er naturlig å tro at dette igjen fører til oppholdstid, sesongutvidelse og at gjestene i større grad benytter seg av aktivitetstilbudet i Hordaland. Drift av felles nettsted visitHordaland.no er også en del av oppgaven.

Vedrørende sekundæroppgaver

Ved siden av de prioriterte oppgaver for perioden 2015-2017 er det ønskelig at fellesstillingen vil være engasjert i oppgaveløsning på vegne av reiselivsbedriftene og reisemålselskapene. Eksempelvis;

- Fellesstillingen skal være aktivt ute hos destinasjonsselskapene og utført oppgaver i samarbeid med hvert enkelt destinasjonsselskap. Oppgaver vil være alt fra web, innholdsproduksjon, booking, sosiale medier til utarbeidelse av pressemeldinger.
- Fellesstillingen skal delta i ulike felles fora i næringen og hos de ulike partnere
- Fellesstillingen skal også kunne koordinere felles oppgaver rundt de muligheter som finnes for hele fylket i «Turistinformasjonen i Bergen – hele fylkes vertskapsenter for kultur, opplevelser og reiseliv»

Målgrupper i felles tiltak

Målgrupper vil være;

- Møte- og arrangementsmarkedet (MICE – Meetings, Incentive, Conference, Events)
- Alle målgrupper gjennom web samarbeidet

Resultater

Utvikling gjestedøgn alle segmenter per 31. desember 2015;

	Hordaland		Fjord Norge		Norge	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Sum gjestedøgn	3.026.559	2.875.864	7.501.102	7.445.256	31.653.839	30.206.594
Norske gjestedøgn	1.809.925	1.802.909	4.817.325	4.962.045	22.825.068	22.152.158
Utenlandske gjestedøgn	1.216.581	1.072.955	2.683.777	2.483.211	8.828.771	8.154.436
Endringer %						
Alle	5,2		0,8		4,4	
Norge	0,4		-2,9		3,0	
Utland	13,4		8,1		8,3	

Andre fylker i Fjord Norge regionen har hatt følgende endring i prosent fra alle markeder og segmenter;

Rogaland -4,2 %, Sogn og Fjordane 4,6 % og Møre og Romsdal – 4,9 %.

Hordaland har tatt markedsandeler i hele Fjord Norge regionen og i Norge.

De andre fylkene på Vestlandet har også hatt en negativ utvikling på norske gjestedøgn som følger; Rogaland –5,6 %, Sogn og Fjordane -3,4 % og Møre og Romsdal -4,7 %.

Regnskap

Inntekter;

- Tilskudd Hordaland fylkeskommune kr. 800.000,-
- Utbetalt 75 % kr. 600.000,-
- Rest til betaling etter rapport kr. 200.000,-

Kostnader;

- Personal og aktiviteter kr. 799.548,-
- Revisjons kostnad tilkommer

Prosjekt regnskapet er revidert av Bergen Reiselivslag revisjonsselskap. **Revisjons rapport er vedlagt.** Vedlagt er også **Årsberetning 2015** hvor prosjekt Hordaland har sin beskrivelse