

ORIENTERING TIL BYSTYRET

BÆREKRAFTIG REISELIVSUTVIKLING 2021

Denne orienteringen er en ment å gi Bystyret en oversikt over arbeid med bærekraftig reiselivsutvikling i Bergen

Orienteringen gir en oversikt over oppfølgingen av Bystyrets vedtak av ny reiselivsstrategi i mai 2021 og omfatter alle felles kjente reiselivsaktiviteter gjennomført av aktørene som utgjør destinasjonsledelsen, det vil si Bergen kommune, Visit Bergen og Bergen havn.

En viktig del av arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål er å orientere aktørene i destinasjonsledelsen, reiselivsbedriftene, innbyggere, gjester og andre relevante samarbeidspartnere om faktisk og ønsket fremdrift.

Orienteringen er sammenstilt av Visit Bergen på vegne av destinasjonsledelsen.

EN GOD BY Å BO I, ER EN GOD BY Å BESØKE



BÆREKRAFTMÅL

Prioriterte bærekraftsmål:

5 LIKESTILLING MELLOM KJØNNENE 	8 ANSTENDIG ARBEID OG ØKONOMISK VEKST 	11 BÆREKRAFTIGE BYER OG LOKALSAMFUNN 	12 ANSVARLIG FORBRUK OG PRODUKSJON 	17 SAMARBEID FOR Å NÅ MÅLENE 
--	---	--	---	--

← REISELIVSSTRATEGI

Andre bærekraftsmål det arbeides med:

3 GOD HELSE OG LIVSKVALITET 	7 REN ENERGI TIL ALLE 	9 INDUSTRI, INNOVASJON OG INFRASTRUKTUR 	13 STOPPE KLIMAENDRINGENE 	14 LIVET I HAVET 	15 LIVET PÅ LAND 
---	---	---	--	--	--

← TILSTØTENDE



BESKRIVELSE AV ARBEIDET I BERGEN KOMMUNE

Bærekraftarbeidet for reiselivsnæringen i Bergensregionen skjer langs flere spor.

I 2019 startet Visit Bergen, Bergen kommune og Bergen havn arbeidet med å sertifisere Bergen kommune som et bærekraftig reisemål gjennom Innovasjon Norge sitt Merke for bærekraftig reisemål.

For Bergen kommune rapporterer Visit Bergen også til Global Destination Sustainability Index (GDS-indeksen) i en årlig benchmarking over bærekraft på ulike destinasjonen verden over.

De to rapporteringsmekanismene vil bli forklart mer utfyllende på de neste sidene.

BESKRIVELSE AV ARBEIDET I BERGENSREGIONEN

- Sør for Bergen fikk Austevoll og Tysnes i 2021 godkjent Merket for bærekraftig reisemål i et arbeidet ledet av Visit Sunnhordland i samarbeid med kommunene i området.
- Nordhordlandsregionen fikk i 2020 status som et UNESCOs Biosfæreområde. Dette er det eneste området med en slik status i Norge i dag. UNESCO-statusen stiller krav til en bærekraftig utvikling av området. Nordhordland Utviklingsselskap IKS leder arbeidet med biosfæreområdet.
 - Biosfæreområdet omfatter kommunene Austrheim, Fedje, Gulen, Alver, Masfjorden Modalen, Osterøy og Vaksdal. I tillegg er deler av Askøy, Bergen, Høyanger, Vik, Voss og Øygarden en del av området.
- Til tross for at bærekraftrapporteringen Visit Bergen har ansvar for i første omgang er avgrenset til Bergen kommune som geografisk område, får arbeidet innvirkning for hele Visit Bergen sitt geografiske område. For eksempel utformes markedsmateriell og annet materiale med tanke på å oppfylle kriteriene i GDS-indeksen og Merket for bærekraftig reisemål.
- Det er en ambisjon om at begge rapporteringsmekanismer (Merket for bærekraftig reisemål og GDS-indeksen) skal gjennomføres i hele Visit Bergen sitt geografiske område de kommende årene.

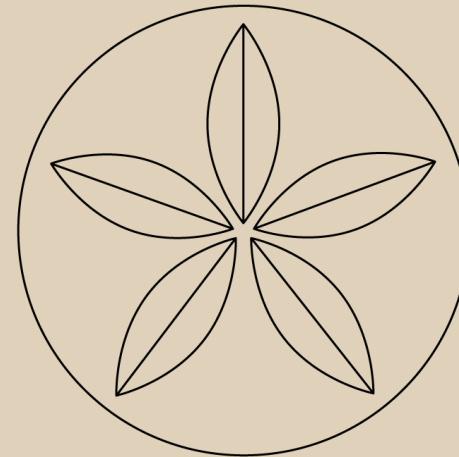
GLOBAL DESTINATION SUSTAINABILITY INDEX



- Årlig benchmarking av destinasjoner verden over sin oppnåelse av FNs bærekraftsmål
- 73 destinasjoner deltok i 2021
 - De fleste fra Europa, men også deltakelse fra Nord-Nord-Amerika, Asia og Oseania
- Måler fire hovedkategorier (destinasjonsselskapet, reiselivsaktørene og sosial og miljømessig bærekraft på reisemålet) fordelt på totalt 71 ulike indikatorer.
- Sterk vektleggelse av aktivt samarbeid med vertskommune og at det finnes proaktive strategier fra det offentlige innen klima og miljø, universell utforming, avfall og sirkulærøkonomi, klimavennlig infrastruktur, og natur.
- Bergen rangert som nr. 21. i verden og nr. 8. i Norden i 2021
- Sterkt økning på indeksen i 2021, men også sterkere konkurranse fra andre destinasjoner.

MERKET FOR BÆREKRAFTIG REISEMÅL

- En merkeordning og et verktøy, eid av Innovasjon Norge, for å systematisere og kvalitetssikre arbeidet med bærekraft på reisemål i Norge.
- Standardiserte kriterier som er koblet mot FNs bærekraftsmål
 - 17 hovedmål og 169 delmål
 - Internasjonal godkjent standard (GSTC)
- En sertifisering varer i tre år og etterfølges av resertifisering.
- Økonomisk støtte fra Innovasjon Norge i første sertifiseringsrunde. Etter førstegangs sertifisering må destinasjonsledelsen (Visit Bergen, Bergen kommune og Bergen havn) selv besørge ressurser og finansiering for å opprettholde arbeidet.
- Sterk vektleggelse av samarbeid mellom vertskommune, reiselivsnæring og havnevesen (aktiv involvering)
- En sertifisering betyr ikke at reisemålet er bærekraftig, men sikrer at destinasjonen arbeider aktivt og systematisk med dette som mål.
- Arbeid igangsatt for Bergen kommune mot slutten av 2019.
- Godkjent fase en (av to) i 2021.
- Avsluttende fase planlegges fullført innen 2023.



**BEREKRAFTIG
REISEMÅL**
VI ER I GANG



EKSPERTGRUPPE BÆREKRAFT

For å styre arbeidet med bærekraftig reisemål og for å utvikle reiselivet i mer bærekraft i retning har Visit Bergen satt ned en egen ekspertgruppe for bærekraft.

Ekspertgruppen fungerer også som styringsgruppe for oppnåelsen av Merket for bærekraftig reisemål.

Medlemmer 2021:

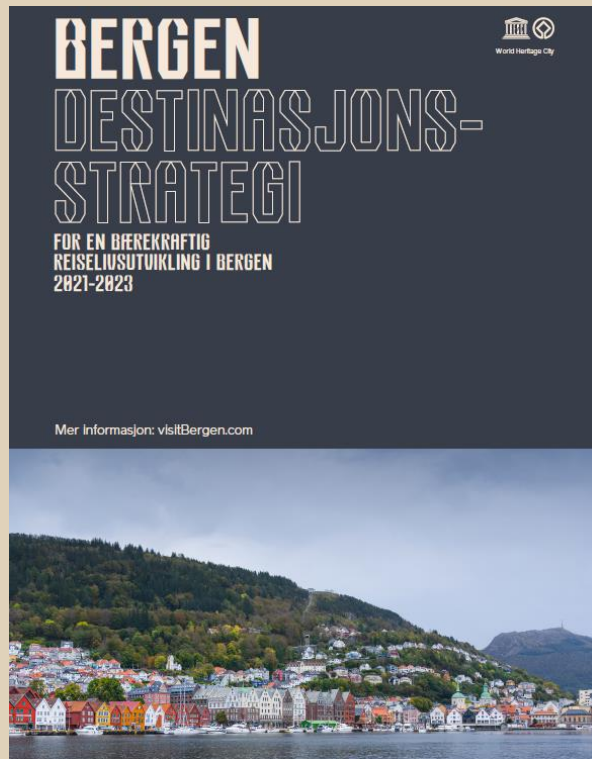
Visit Bergen
Ulriken 643
Fish Me
Fløibanen AS
Byrådsavdeling for klima, miljø og byutvikling
Verdensarvkoordinator, Byantikvaren
Fjordkraft
Nordhordland Utviklingsselskap (IKS)
Avinor Flesland
Scandic Flesland Airport

Observatører:

Vestland fylkeskommune
Innovasjon Norge



NY DESTINASJONSSTRATEGI VEDTATT I 2021



- En ny Destinasjonsstrategi for en bærekraftig reiselivsutvikling i Bergen 2021 – 2023 er vedtatt og tatt i bruk
 - Vedtatt i 2021 av Visit Bergen, Bergen kommune og Bergen havn.
 - Involvering fra reiselivsnæringen, Bergen kommune, Bergen havn, samarbeidspartnere og innbyggere.
- Strategien har en tilhørende handlingsplan som løper i samme periode som strategien.
 - Men handlingsplan planlegges revidert mot slutten av sertifiseringsfasen (2022/2023).
- Utvikling og oppfølging av strategi og handlingsplan er en viktig del av arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål



MILJØSERTIFISERTE REISELIVSBEDRIFTER

Etter å ha satt fokus på miljøsertifisering gjennom bransjerettet kommunikasjon har det vært god vekst i andelen miljøsertifiserte medlemmer i 2021. Mange virksomheter melder nå at de undersøker muligheten for å sertifiseres eller at de er i ferd med å bli miljøsertifisert.

Antall sertifiserte reiselivsbedrifter er noe destinasjonen blir målt i både Merket for bærekraftig reisemål og GDS-indeksen.

25%

¼ av den medlemsmassen til Visit Bergen (i hele Bergensregionen) har nå en tredjeparts miljøsertifisering.

Her er det derimot store bransjeforskjeller. Hele 75% av alle byens hoteller er miljøsertifiserte. Regner en antall sertifiserte hotellsenger, for å hensynta hotellenes størrelse, blir tallet 88%. Noe som er blant de høyeste andelene i verden. Når det gjelder serveringsbransjen er derimot en veldig lav andel miljøsertifisert, mens antallet varierer i øvrige bransjer.

Av Bergen kommune sine reiselivsbedrifter (både medlemmer og ikke medlemmer av Visit Bergen) er om lag 22% miljøsertifiserte.

For å kunne ta utgangspunkt i et objektive kriterium måler Visit Bergen kun virksomheter som innehar en tredjeparts miljøsertifisering (f.eks. Miljøfyrtårn eller ISO 14001).

GJENNOMFØRTE AKTIVITETER 2021



KURS OG KOMPETANSEHEVING

En viktig del av bærekraftarbeidet skjer gjennom å sette søkelys på hva som må gjøres for å oppnå økt bærekraft og ved øke kompetansen blant de ansatte i næringen.

I 2021 har det vært avholdt to konkrete kurs med 28 deltakere fra 22 ulike bedrifter:

- Vertskapskurs over to dager i Bergen og på Tysnes
- Bærekraftkurs over tre dager i Bergen

I tillegg til spissede kurstilbud har bærekraft, bransjetrender, markedsinnsikt og koronasitasjonen vært i søkelys på en rekke medlemsmøter i løpet av året. Blant annet ble det i oktober avholdt en stor regional reiselivskonferanse på Frekhaug i Alver med om lag 100 ulike deltakere.



RÅDGIVNING



Visit Bergen tilbyr rådgivning for reiselivet innen en rekke områder. Bærekraft er en integrert del av denne rådgivningen.

- For bedrifts- og fritidsmarkedet bistår vi potensielle kunder som ønsker å legge arrangementet sitt til byen eller sette opp turer til Bergensregionen. Bærekraft er en viktig del av del av vår kommunikasjon med potensielle kunder.
- For medlemmer og samarbeidspartnere gir vi råd innen kommunikasjon, markedsføring og produktutvikling.
- Vi tilbyr også rådgivning for medlemmer som ønsker bistand i sitt arbeid med bærekraft. I 2021 gjennomførte vi rådgivningssamtaler med ti ulike bedrifter med dette som tema.
 - Miljøsertifisering for reiselivsbedrifter har vært et sentralt tema for rådgivningen i 2021.



POLITISK SAMARBEID

Bærekraftig destinasjonsutvikling handler om en stor helhet, som reiselivsnæringen i seg selv ikke styrer alene. En viktig del av arbeidet med bærekraft i reiselivet er derfor å sørge for at reiselivet og det offentlige spiller på lag om ønsket utvikling. Vi må forstå hverandres behov bedre og snakke mer sammen enn tidligere.

Visit Bergen forsøker på vegne av reiselivet i regionen å løfte frem næringens behov i flere politiske strategiprosesser. I 2021 har vi blant annet levert innspill til:

- [Bergen kommunes nye Klimastrategi](#)
- [Vestland fylkes Regionale transportplan 2022 - 2033](#)
- [Vestland fylkes Plan for innovasjon og næringsutvikling 2021 - 2033](#)
- [Vestland fylkes Plan for kultur, idrett og friluftsliv 2023- 2035](#)

I 2021 ble også Innovasjon Norges sin [nasjonale reiselivsstrategi](#) lansert. En strategi som setter bærekraft i sentrum av ønsket reiselivsutvikling frem mot 2030.





SALGSARBEID B2B



Digital salgssending høst 2021

- Det er utarbeidet nye RFP-maler med bærekraft som en integrert del av salgspresentasjonen av destinasjonen
- Det er gjennomført flere digitale sendinger med bærekraft som hovedtema, og/eller bærekraft som et viktig integrert budskap
- I løpet av 2022 vil det arbeides videre med påbegynte oppgaver som:
 - å utvikle et Legacy-program for konferanser og kongress
 - å utarbeide veiledere for bærekraftige arrangementer og konferanser som arrangører kan benytte i sin planlegging
 - å utvikle en oversikt over aktiviteter arrangører kan gjøre for å gi noe tilbake til byen/destinasjonen



KOMMUNIKASJON

Visit Bergens tilnærming til kommunikasjon av bærekraft handler om å implementere bærekraft som en del av vår eksisterende kommunikasjon. Bærekraft skal være en naturlig del av det vi gjør, og ikke noe som skjer på siden.

I tillegg til kommunikasjonen Visit Bergen leverer gjennom nettsider, brosjyrer og markedsføringen spiller Turistinformasjonen en sentral rolle i kommunikasjonsarbeidet mot gjester. Her kan de tilreisende få gode råd om hvilke attraksjoner/opplevelser de bør besøke basert på ønsker, kapasitet, bærekraft, samt kulturelle og naturmessige forhold

For hovedsesongen 2021 har Visit Bergen særlig markedsført destinasjonen mot det norske og europeiske markedet. Noe som støtter opp under strategien med å styrke markedsføringen mot nærmarkedene.





KOMMUNIKASJON

The screenshot shows the 'Things to do in Bergen' section on the Visit Bergen website. It features a search bar with a dropdown menu for 'Type' set to '--Any--', and filters for 'Adults: 1' and 'Children: 0'. A 'Search now' button is present. Below the search bar, there are several filter categories with checkboxes: 'Climbing and Zipline', 'Fjord tours', 'Guided fjord tours', 'Kayaking & Rafting', 'Cycling', 'Food tours', 'Guided tours of the city', 'Museums', 'Family friendly', 'Fun and games', 'Hiking', and 'Sightseeing'. At the bottom of the filter list, three checkboxes are highlighted with a red box: 'Bookable online', 'Handicap friendly', and 'Eco-certified providers'. A red arrow points to the 'Eco-certified providers' checkbox. Below the filters, the text 'Things to do in Bergen' is visible, followed by a paragraph describing Bergen as a European City of Culture and World Heritage City.

I tillegg til at bærekraft skal være en naturlig og integrert del av alt som gjøres har det likevel vært behov for å spisse informasjonen på noen områder. Blant annet er det:

- utviklet en Code of Conduct om hvordan man som gjest kan bidra til å ta vare på Bergen. Denne er både publisert på visitBergen.com og i Bergensguiden
- utviklet målrettet informasjon om hvilke attraksjoner i Bergen som rullestolvennlig utformet.
- utviklet et søkefilter på visitBergen.com over miljøsertifiserte aktiviteter og opplevelser. Miljøsertifiserte tilbydere er også merket i Bergensguiden.
- utviklet et søkefilter på visitBergen.com over rullestolvennlige aktiviteter og opplevelser. Rollestolvennlige tilbydere er også merket i Bergensguiden.
- arbeidet med å styrke informasjonen om lokalmat på reisemålet gjennom egne inspirasjonsartikler som blant annet trekker frem Villsau, Sider og Eplejuice fra Hardanger, verdens beste ost, Skillingsbolle, Raspeball, Sjømat og Persetorsk.
- og det foretas kontinuerlige gjennomganger av våre produktpresentasjoner med hensyn på bærekraftkommunikasjon og gjesteopptreden



KARTLEGGING AV STATUS PÅ REISEMÅLET

For å vite hvordan reiselivet kan bli mer bærekraftig er en sentral del av arbeidet med bærekraftig reiseliv å kartlegge næringens både positive håndavtrykk og negative fotavtrykk.

Hensikten med bærekraftarbeidet er kort oppsummert å minimere det negative avtrykket, samtidig som man styrker det positive avtrykket.

Flere verktøy blir nå tilgjengeliggjort for å kunne kartlegge reiselivets positive og negative avtrykk. I dette arbeidet er også reiselivets og kommunen sine egne målinger viktige virkemidler.



NEGATIVE FOTAVTRYKK

Transport til destinasjonen

Reising til/fra reisemålet innebærer i dag et negativ klimaavtrykk, men vi har tidligere ikke hatt oversikt over hvor størrelsen på dette fotavtrykket.

Innovasjon Norge lanserte i 2020 en [klimakalkulator](#) som stipulerer hvor store klimagassutslipp gjestenes transport til reisemålet utgjør.

Basert på antall overnattinger og hvor de tilreisende kommer fra, viser våre beregninger at gjestenes fotavtrykk på sin reise til Bergen i 2021 var 245 tusen tonn CO₂-ekvivalenter. Dette er ned fra 1087 tusen tonn CO₂-ekvivalenter i 2019. Nedgangen skyldes færre reisende som følge av koronapandemien, men også at gjenværende gjester i mye større grad kom fra nærmarkedene (Norge, Norden og Europa).

For å redusere fotavtrykket og transportintensiteten må det fremover satses på gjester med lang oppholdstid og gjester fra nærmarkedet.

Transport internt på reisemålet

For reiser som gjennomføres internt på destinasjonen har vi ikke gode tall i dag, men her er gjesteundersøkelser et viktig verktøy.

En gjesteundersøkelse gjennomført av Visit Bergen høsten 2021 viser at gange og kollektivtransport var de mest populære transportformene for gjester under sitt opphold i Bergen. I tillegg var hurtigbåter og fjordcruise et populært transportmiddel. Fremover blir det viktig å redusere utslippene fra denne transportformen.

Som en kompakt by har Bergen et fortrinn i at gjester kan gå til de fleste byens ulike hoteller, spisesteder og attraksjoner.

I tillegg er det en fordel at gjester som benytter [Bergenskortet](#) har gratis bruk av kollektivtransport.



NEGATIVE FOTAVTRYKK

Besøksbelastning

I tillegg til klimaavtrykk kan en stor andel tilreisende på samme tid og på samme sted føre til en negativ belastning på by- og naturområder.

Vi har ikke god nok kunnskap om besøksbelastningen per i dag, men vi har gjennom gjesteundersøkelse startet å kartlegge dette.

I 2021 svarte gjestene i undersøkelsen at Bergen i liten grad oppleves som et tettpakket reisemål. I tillegg oppfattet gjestene at det var god tilgang på offentlige toaletter og bosspann. 2021 må derimot regnes som et unntaksår med langt færre gjester enn 2019. I tillegg var det veldig få cruiseanløp i 2021.

I 2022 skal det i tett samarbeid mellom reiselivet og Bergen kommune utarbeides en handlingsplan for besøksforvaltning i Bergen. I tillegg skal gjestekommunikasjonen om hvilke hensyn besøkende bør ta på reisemålet styrkes.



Fantoft stavkirke. Foto: Visit Bergen / Casper Steinsland



POSITIVE HÅNDAVTRYKK

Økonomiske ringvirkninger og arbeidsplasser

Reiselivets positive bidrag til byen og regionen er at næringen skaper verdier, skatteinntang og arbeidsplasser.

NHO Reiseliv lanserte i 2019 en ringvirkningsanalyse som viser at reiselivsnæringen i Bergen sysselsatte 10 874 ansatte og hadde en verdiskapning på over 5 milliarder.

I pandemiårene 2020 og 2021 er det ikke gjennomført tilsvarende økonomiske analyser, men ettersom reiselivet var en av de hardest rammede bransjene er det nærliggende å tro at tallene nå ser betraktelig annerledes ut. Samtidig forventes det at situasjonen vil normalisere seg de neste årene.

Ringvirkninger i leverandørleddet: lokalmat

Samtidig som pandemisituasjonen skaper et usikkert bilde vet vi at det finnes et potensiale til å de øke økonomiske ringvirkningene fra reiselivet.

Mye av dette handler om å skape flere arbeidsplasser i leverandørleddet. Økt bruk av lokalmat på hoteller og serveringssteder er et konkret eksempel på et tiltak som vil skape flere arbeidsplasser på destinasjonen og samtidig redusere transportbehovet fra leverandørleddet. I tillegg kan det gi gjestene en mer autentisk opplevelse av destinasjonen.

Dette har allerede vært et viktig fokusområde for Visit Bergen og det vil bli enda viktigere i årene som kommer.



POSITIVE HÅNDAVTRYKK

En god by å bo i er en god by å besøke

Samtidig som reiselivet skaper arbeidsplasser på destinasjonen er tilreisende også med på å opprettholde mange av byens kunst-, kultur-, serverings- og opplevelsestilbud m.m.

Gjester forbruk på reisemålet legger grunnlaget for lønnsomheten til mange av de tingene som rett og slett gjør Bergen til et godt sted å bo.

De siste årene har Bergen sentrum blant annet arbeidet med prosjekter som Julemarkedet og Bondens marked. Noe som styrker tilbudet til både lokalbefolkning og tilreisende. Samtidig er satsningen på julebyen Bergen et viktig ledd i arbeidet med å utjevne sesongsvingninger i reiselivet.

Det må i årene som kommer arbeides videre med å styrke reiselivets tilbud og samhandling lokalbefolkningen. En rekke tilbud som i dag i stor grad er rettet mot internasjonale gjester, kan være vel så spennende for en lokal gjest.

Videre kartlegging

Innovasjon Norges klimakalkulator og en første gjesteundersøkelse har gitt oss en innledende pekepinn på hvilke fotavtrykk reiselivet har i Bergen.

I 2022 fortsetter denne kartleggingen og det skal blant annet gjennomføres en medlemsundersøkelse og en innbyggerundersøkelse.

Medlemsundersøkelsen vil gi en indikasjon på hvilket arbeid reiselivsbedrifter gjør for å minimere sine fotavtrykk, samt hvordan det jobbes med å øke reiselivets ringvirkninger.

Innbyggerundersøkelsen vil måle hvordan reiselivssatsingen oppfattes hos byens befolkning.

Det skal i 2022 også gjennomføres flere uttak av gjesteundersøkelsen.

