

BERGEN

Bærekraftig destinasjonsutvikling i 2022



GLOBAL
DESTINATION
SUSTAINABILITY
MOVEMENT



**Bærekraftig
Reisemål**

Lokalt engasjement
i et langt perspektiv

30. april 2023 - Magnus Brekke Nygaard



World Heritage City

Innhold

Innledning	3
Merket for bærekraftig reisemål.....	3
Global Destination Sustainability Index.....	4
Forankring av bærekraftarbeidet på destinasjonen	4
Natur, kultur og miljø	5
Tiltak for å gjøre Bergen til en mer miljø- og klimavennlig reiselivsdestinasjon	6
Andel miljøsertifiserte reiselivsbedrifter	7
Andel miljøsertifiserte medlemmer av destinasjonsselskapet	7
Andel miljøsertifiserte hotellsenger i Bergen	8
Andel miljøsertifiserte arrangement- og eventbyrå (PCO- / DMCer)	8
Tiltak for å øke andelen miljøsertifiserte reiselivsbedrifter	9
Sosiale verdier	9
Økonomisk levedyktighet	10
Reiselivets verdiskapning i Bergen	10
Gjestedøgn og besøkende.....	11
Sesongvariasjoner.....	12
Oppholdstid	12
Utvikling i antall medlemsbedrifter av destinasjonsselskapet	13
Tiltak for å styrke den økonomiske utviklingen på reisemålet.....	13
Utfordringer	14
Bedre besøksforvaltning.....	14
Øke oppholdstiden til gjestene.....	14
Redusere sesongvariasjonene	15
Suksesshistorier	15
Formidling av rapporten	16
Ytterligere ressurser	16

Innledning

Denne rapporten beskriver strategier og aktiviteter som har bidratt til å utvikle Bergen til et mer bærekraftig reisemål i 2022. Dette er første årsrapport for bærekraftarbeidet som reisemålet leverer etter at Bergen er merket som Bærekraftig reisemål, og rapporten følger merkeordningens mal for årsrapportering.

Mange aktører har en rolle i reiselivsutviklingen i Bergen. Som ledd i arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål er Visit Bergen, Bergen kommune og Bergen havn definert som reisemålets destinasjonsledelse. Hver enkelt reiselivsbedrift på reisemålet spiller naturligvis en avgjørende rolle for å utvikle reisemålet i mer bærekraftig retning. Andre aktører som f.eks. Vestland fylke, Bergen Næringsråd og Matarena mfl. har også en viktig rolle i reisemålsutviklingen. Denne rapporten sikter mot å presentere de viktigste aktivitetene og den viktigste utviklingen på reisemålet i 2022. Rapporten er skrevet av Visit Bergen, på vegne av hele reisemålet.

Visit Bergen dekker totalt 12 kommuner. Denne rapporten omfatter derimot kun Bergen kommune sitt geografiske område. For Austevoll og Tysnes ledes arbeidet med Bærekraftig reisemål av Samarbeidsrådet for Sunnhordland. For Nordhordland og Øygarden vil arbeidet med Bærekraftig reisemål igangsettes i 2023/2024. Til tross for at rapporten kun belyser Bergen er det verdt å merke seg at arbeidet som gjøres i Bergen har ringvirkninger langt utover kommunens grense.

For å utvikle Bergen som reisemål i en mer bærekraftig retning benyttes i dag to styringsverktøy, nemlig Merket for bærekraftig reisemål og Global Destination Sustainability Index (GDS-indeksen). Det er disse styringsverktøyene som ligger til grunn for det strategiske arbeidet som gjøres.

Merket for bærekraftig reisemål

Bærekraftig reisemål er merkeordning og et utviklingsverktøy for norske reisemål. Merket er et kvalitetsstempel for destinasjoner som har forpliktet seg til og arbeider proaktivt med bærekraftig utvikling. Gjennom 31 kriterier og 84 indikatorer, i tillegg til egne cruisekriterier, definerer merkeordningen hvordan reisemål kan bidra til å oppfylle FNs bærekraftsmål. Merkeordningen eies av Innovasjon Norge.

Bergen sitt arbeid med å oppnå Merket for bærekraftig reisemål ble påbegynt i desember 2019 og har vært organisert i to faser. Mens fase en av arbeidet ble godkjent i 2021 har det i 2022 vært arbeidet med fase to av prosjektet. En stor del av arbeidet med fase to har handlet om å kartlegge status på reisemålet. Det har blant annet vært gjennomført gjeste-, innbygger-, og bedriftsundersøkelser. Bergen oppnådde merket som Bærekraftig reisemål i

januar 2023. Merket oppnås av hele destinasjonen, og samarbeid mellom destinasjonsledelsen og reiselivsnæringen er avgjørende for at arbeidet lykkes.

Global Destination Sustainability Index

Global Destination Sustainability Index (GDS-indeksen) en årlig benchmarking av ulike reisemåls arbeid med, og oppnåelse, av FNs bærekraftsmål. Her konkurrerer Bergen med andre reisemål verden over. Indeksen har gjennom 69 indikatorer fordelt på fire kategorier, definert hvordan reisemål bør arbeide med bærekraft. Det er opp til reisemålene selv om de ønsker å delta i indeksen. I 2022 deltok 65 reisemål fra hele verden. Visit Bergen dekker kostnadene for Bergen sin deltakelse i indeksen og er også ansvarlig for å innrapportere årlige data til indeksen.

Siden en rekke av kriteriene og indikatorene i GDS-indeksen har overlapp med Merket for bærekraftig reisemål er det en fordel å se på de to styringsverktøyene i sammenheng.

Forankring av bærekraftarbeidet på destinasjonen

Visit Bergen (destinasjonsselskapet) har på vegne av reisemålet (Bergen) hatt prosjektansvar for arbeidet med Merket for bærekraftig reisemål. Prosjektansvaret innebærer blant annet ansvar for innrapportering, men hele destinasjonen må bidra om arbeidet skal lykkes. Arbeidet har vært organisert i en styringsgruppe som har hatt operativt ansvar og en destinasjonsledelse som har hatt det strategiske ansvaret.

Styringsgruppen har i fase to bestått av:

- Aina Tysse, Avinor
- Anita Nybø, Fløibanen
- Arnfinn Djukastein, Fish Me
- Birte Hevrøy, Scandic Flesland Airport
- Hege Bakke-Alisøy, Bergen kommune – Byantikvaren
- Inger Merete Øygard, Innovasjon Norge
- Kari E. Natland, Region Nordhordland IKS
- Kristin Kjærås, Bergen kommune
- Laura Ve, Bergen kommune
- Marta Rongved, Vestland fylkeskommune
- Mikael Sletten, Ulriken 643
- Renate Morild, Fjordkraft

Magnus Brekke Nygaard i Visit Bergen har fungert som prosjektleder og leder for styringsgruppen, hvor det har det vært avholdt seks møter i fase 2. Reiselivsdirektør, Anders Nyland, har vært prosjekteier og har deltatt aktivt i arbeidet. I tillegg til møter i styringsgruppen det vært avholdt løpende møter i ulike arbeidsgrupper hvor også medlemmer av styringsgruppen har bidratt.

Bergen Havn, Bergen kommune og Visit Bergen har utgjort destinasjonsledelsen, som har det strategiske ansvaret. Destinasjonsledelsen har ikke vært formelt organisert, men har i perioden bestått av Michal Forland (fra august 2022) / Johnny Breivik (til jan 2022), havnedirektør Bergen havn, Per Arne Larsen, Byråd for finans, næring og eiendom i Bergen kommune og Anders Nyland, reiselivsdirektør i Bergen. Destinasjonsledelsen har hatt løpende dialog gjennom prosjektperioden.

Aktørene på reisemålet har vært orientert om arbeidet med bærekraftig destinasjonsutvikling gjennom en rekke ulike fora i 2022.

Bergen kommune har, både administrativt og politisk, vært involvert i og orientert om arbeidet gjennom året. Tett dialog og samarbeid har det vært med Byrådsavdeling for finans, næring og eiendom, særlig med næringsseksjonen. Også Byrådsavdeling for klima, miljø og byutvikling har vært tett koblet på arbeidet, blant annet Klimaetaten, Bymiljøetaten og Byantikvaren.

Visit Bergen sine medlemsbedrifter, Bergen Havn og andre samarbeidspartnere, har også vært tungt involvert i og holdt løpende orientert om arbeidet med bærekraftig destinasjonsutvikling. Blant annet har Visit Bergen sitt årsmøte og andre medlemsmøter vært viktige treffpunkt for å orientere reiselivsnæringen om bærekraftarbeidet. Mellom de fysiske treffpunktene har det vært informert i nyhetsbrev og bransjenytt. Det har også vært avholdt en rekke innspillmøter i 2022 for at reisemålet skal kunne arbeide bedre med besøksforvaltning i tiden som kommer.

For å knytte innbyggere tettere på arbeidet med bærekraftig destinasjonsutvikling er det i 2022 etablert faste treffpunkt mellom reiselivsnæringen og beboerforeninger i sentrum. Arbeidet med bærekraftig destinasjonsutvikling har også vært omtalt i lokalmedia i 2022. Blant sakene som er omtalt er resultatene fra innbyggerundersøkelsen og Bergen sin 2. plass på GDS-indeksen i 2022.

I 2022 har et viktig fokus også vært å styrke informasjonen om bærekraft på [visitBergen.com](https://www.visitbergen.com) og i trykte oppslag som Bergensguiden. Et funn fra gjesteundersøkelsene har vært at et flertall av gjestene har hatt lav kjennskap til arbeidet med bærekraft på reisemålet. Vi ser likevel en tendens i riktig retning for hver gjennomført undersøkelse. At Bergen i 2023 har oppnådd Merket for bærekraftig reisemål vil også gjøre bærekraftarbeidet mer synlig for gjestene i tiden som kommer. Økende medieinteresse for Bergen sitt bærekraftarbeid, blant annet som følge av god plassering på GDS-indeksen i 2022, vil trolig også bidra positivt til å nå fremtidige gjester med informasjon før de ankommer reisemålet.

Natur, kultur og miljø

Norsk reiselivs sitt største fortrinn og viktigste salgsargument er våre unike natur- og kulturverdier. Økt nedbygging av natur og et endret klima representerer to utfordringer og trusler for reiselivet. Samtidig bidrar også reiselivet med negative avtrykk på natur og klima.

Tiltak for å gjøre Bergen til en mer miljø- og klimavennlig reiselivsdestinasjon

I Bergen arbeides det aktivt for at reiselivet og selve reisemålet skal redusere sitt avtrykk. Dette skjer på flere forskjellige områder og gjennom flere strategier og tiltak. Det viktigste arbeidet går gjerne over flere år. Her vil vi liste noen tiltak som i 2022 har bidratt til å gjøre Bergen til en mer klima- og miljøvennlig reiselivsdestinasjon.

Av større tiltak på destinasjonen kan særlig disse tiltakene fremheves:

- Lansert [Besøksstrategi for Bergen](#) med kartlegging av naturverdier og kulturarv av særlig relevans for reiseliv som gir enklere oversikt over retningslinjer og regler i områdene for planlegging av reiselivsaktivitet.
- Åpning av landstrømmanlegg for cruiseskip 17. februar.
- Maks antall anløp for cruiseskip per dag til revidert politisk behandling. Beslutning som åpner for større fleksibilitet til å ta imot mindre og mer miljøvennlige skip.
- Bybane til Fyllingsdalen åpnet 21. november, noe som blant annet gir enklere tilkomst for gjester til Ulriksbanen.
- Arbeid med ny Klimastrategi og Naturstrategi for Bergen som gir styrkede føringer for reduksjon av klimagassutslipp og ivaretagelse av naturverdier i Bergen. Reiselivet, destinasjonsselskapet blant andre, har deltatt aktivt i arbeidet med strategiene.
- Kommunale tilskuddsutlysninger til næringsliv som gir støtte til solcelleanlegg og elektriske lastesykler.
- Fylkeskommunal tilskuddsutlysning for reiselivsbedrifter som gir støtte til etablering av normalladere til elbiler.

Fra destinasjonsselskapet har det videre vært arbeidet særlig med dette:

- Styrket gjesterettet informasjon for å oppfordre gjestene til å ta ned sine avtrykk:
 - Styrket informasjon om hensynsfull og sporløs ferdsel i byen og naturen på [visitBergen.com](#) og i Bergensguiden
 - Styrket merking og informasjon om miljøsertifiserte tilbydere på [visitBergen.com](#) og i Bergensguiden og annet trykt materiell.
 - Tatt i bruk reis-grønt merket
 - Styrket informasjon om mer miljøvennlig transport, som sykkel, kollektivtransport og el-bil på [visitBergen.com](#)
 - Styrket gjesterettet informasjon om adferd for å skåne og beskytte sårbart dyreliv. Blant annet gjennom tips til skånsom ferdsel i natur, ved å opplyse om regler for fiske og om rødlistede arter.
- Det er lansert veiledere som arrangører kan benytte for å planlegge for mer bærekraftige [arrangementer](#), [møter](#), [konferanser](#), [kongresser](#) og [incentivturer](#).
- Kontinuerlig medlemsrettet informasjon om arbeidet med bærekraft på destinasjonen og gjennom å gi medlemmer verktøy og tips i sitt eget arbeid med bærekraft.

- Visit Bergen har signert Grønnvaskingsplakaten for å fremme egen ansvarliggjøring rundt kommunikasjon av bærekraft til gjester og samarbeidspartnere.

Andel miljøsertifiserte reiselivsbedrifter

Miljøsertifiseringer er et effektivt virkemiddel for å arbeide systematisk med bærekraft i bedrifter. Det finnes en rekke ulike miljøsertifiseringer for bedrifter. De vanligste i Norge er; Norsk økoturisme, Miljøfyrtårn, ISO 14001, Green Key, Blått flagg og Svanemerket. Disse seks sertifiseringsordningene omfattes også av Visit Norway sitt Reis-grønt merke, som brukes for å enklere formidle for gjester hvilke reiselivsbedrifter som er miljøsertifisert. Alle er såkalt tredjeparts miljøsertifiseringer. Det vil si at bedriftene må gjennom en ekstern evaluering for å oppnå sertifisering.

Visit Bergen kartlegger jevnlig andelen miljøsertifiserte reiselivsbedrifter på reisemålet. Dette er et av kriteriene i merket for bærekraftig reisemål (C4-1.3). I Bergen måler vi også andelen miljøsertifiserte bedrifter i ulike bransjer for å kunne svare ut en rekke av kriteriene i GDS-indeksen, men også for å kunne vurdere hvilke bransjer som har høy sertifiseringsgrad og hvilke bransjer som trenger økt fokus på miljøsertifisering.

En utfordring vi har blitt mer oppmerksom på i 2022 er at der man i Norge gjerne har fokus på miljøsertifisering, har man internasjonalt et tydeligere fokus på bærekraftsertifisering. Miljø er kun en av de tre bærekraftdimensjonene. De to andre er sosial- og økonomisk bærekraft. Selv om de mest brukte miljøsertifiseringene i Norge også inneholder kriterier innen sosial og økonomisk bærekraft er det likevel en sterk vektning mot miljø i flere av sertifiseringsordningene. Svanemerket, som har et eget kriteriesett for hoteller, måler kun miljø og blir derfor ikke anerkjent som en bærekraftsertifisering i GDS-indeksen. Derfor har vi i 2022 oppgitt to forskjellige prosentsetser i tabellen under, en prosentandel for andel miljøsertifiserte hotellsenger og en prosentandel for andel bærekraftsertifiserte hotellsenger.

Andel miljøsertifiserte medlemmer av destinasjonsselskapet

Andelen miljøsertifiserte medlemmer av destinasjonsselskapet viser svak vekst fra 2021 til 2022. 2021 er første årstall man har målt denne andelen. Målingen inkluderer alle medlemmer av destinasjonsselskapet, både i og utenfor Bergen kommune. Om lag 60 % av destinasjonsselskapets medlemmer har registrert adresse i Bergen kommune.

Andel miljøsertifiserte medlemmer av Visit Bergen 2021-2022

Årstall	Prosent
2021	25%
2022	26,5 %

Kilde: Visit Bergen medlemsdatabase

Blant andre, er Bergen havn sin oppnåelse av ISO-14001 sertifisering en viktig milepæl i 2022.

Siden man startet å kartlegge miljøsertifiserte reiselivsbedrifter ser man at det til dels er store forskjeller i andelen etter bedriftens størrelse og bransje. For eksempel er større virksomheter oftere miljøsertifisert enn mindre virksomheter. En bransje som har lav andel miljøsertifiserte bedrifter er særlig serveringsbransjen. Også museumsbransjen har en litt lav andel miljøsertifiserte bedrifter, men Museumssenteret i Hordland (MUHO) har sertifisert flere av sine museer i løpet av 2022 noe som har løftet andelen i denne bransjen.

Andel miljøsertifiserte hotellsenger i Bergen

For hoteller gjennomføres årlige målinger av antall hotellsenger som befinner seg på et miljøsertifisert/bærekraftsertifisert hotell vs. antall senger på hoteller som ikke er sertifisert. Målemetoden svarer ut kriteria SU-1 i GDS-indeksen. Indeksen har valgt denne målemetoden for å hensynta hotellenes størrelse i målingen.

Andel miljøsertifiserte hotellsenger i Bergen 2021 - 2022

Årstall	Prosent
2021	88 %
2022	89 % (56%) ¹

Kilde: Visit Bergen kartlegging 2021 - 2022

I 2022 ble blant annet OPUS XVI i Bergen og Fjordslottet Hotell på Osterøy miljøsertifisert.

Andel miljøsertifiserte arrangement- og eventbyrå (PCO- / DMCer)

Møte- og arrangementsturisme er viktig for reiselivet i Bergen. Som følge av dette har reisemålet et spesielt fokus på å redusere reiselivets avtrykk også i dette segmentet. Fordi det er et arrangement- og eventbyrå som ofte er ansvarlig for den praktiske gjennomføringen av et arrangement eller en kongress i Bergen, er denne bransjen en svært viktig aktør på vei mot en mer bærekraftig destinasjon.

Andel miljøsertifiserte arrangements- og eventbyrå i Bergen 2021 - 2022

Årstall	Prosent
2021	43%
2022	83%

Kilde: Visit Bergen kartlegging 2021 - 2022

¹ 56 % er andel bærekraftsertifiserte hotellsenger.

For møtesegmentet er det også vesentlig at [konferanse- og kongressentrene i Bergen](#) er miljøsertifisert. I tillegg til Grieghallen befinner de største konferanse- og kongressentrene i Bergen seg på hoteller som alle er miljøsertifisert.

Tiltak for å øke andelen miljøsertifiserte reiselivsbedrifter

Ettersom det ikke finnes faste målrettede støtteordninger som kan hjelpe bedriftene å bli miljøsertifisert har tiltakene for å øke andelen miljøsertifiserte reiselivsbedrifter i Bergen i hovedsak bestått i informasjonstiltak og enkel rådgivning i regi av destinasjonsselskapet.

Mange reiselivsbedrifter har også brukt de midlertidige omstillingsmidlene fra koronapakkene på å igangsette arbeidet med miljøsertifisering av bedriften. Flere reiselivsbedrifter var fortsatt i prosess med å bli miljøsertifisert ved hjelp av omstillingsmidlene ved utgangen av 2022.

Sosiale verdier

For at reiselivet skal være en berikelse og ikke en belastning for byens [innbyggere](#) har det i 2022 vært gjennomført en innbyggerundersøkelse for destinasjonen. Dette er første gang innbyggernes tilfredshet med reiselivet måles på destinasjonen. Innbyggerundersøkelsen, sammen med annen kartlegging i bærekraftarbeidet, gir destinasjonen bedre grunnlag for å tilpasse sin aktivitet og minimere sitt negative sosiale avtrykk. For eksempel har man i kommunikasjon til gjester blitt tydeligere på å også stille noen forventninger til hensynsfull adferd, blant annet at gjestene må være klar over, og ha respekt for, privat eiendomsrett. For å enda bedre fange opp innbyggernes bekymringer og utfordringer med reiselivsaktiviteten i byen er det i 2022 også etablert et innbyggerforum som hadde sitt første møte i oktober. Innbyggerforumet er et fast treffpunkt mellom destinasjonsselskapet, reiselivsnæring og beboerforeninger i Bergen sentrum.

For destinasjonens [gjester](#) har man i 2022 utarbeidet en overordnet risikoanalyse for reisemålet. Det er i den sammenheng også opprettet dialog med Samfunnssikkerhetens hus i Bergen, med mål om å kunne minimere og håndtere eventuelle negative hendelser for gjester. Videre har man i 2022 gjennomført gjesteundersøkelser for å kartlegge gjestenes fornøydhet ved ulike deler av reisemålet. En stor andel av gjestene er svært fornøyd med sitt opphold i Bergen, men på enkelte områder har man forbedringspotensialer.

For de [ansatte](#) i reiselivet er det et mål om å øke statusen, rekrutteringen og stoltheten til reiselivsbransjen. Den største utfordringen for bedriftene har i 2022 vært å rekruttere nok ansatte. Det har derfor i den sammenheng vært gjennomført en jobbsøkerdag. Flere organisasjoner i Bergen tilbyr kompetansehevende initiativ og kurs for reiselivsansatte, blant andre Matarena. Et viktig arrangement i 2022 var Kick-off for frontpersonell som ble avholdt

for første gang siden 2019. Målet med Kick-off er å styrke frontpersonalets kompetanse om aktivitets- og opplevelsestilbudet på destinasjonen, noe som kan bidra positivt til økt verdiskapning, gjestetilfredshet og oppholdstid. Utover Kick-off er det ikke gjennomført målrettede kurs for reiselivsansatte i 2022 i regi av destinasjonsselskapet, men informasjons- og kunnskapsformidling om bærekraftig reiselivsutvikling har vært tema for nesten samtlige medlemsmøter i regi av Visit Bergen. Det planlegges økt innsats for reiselivskurs i 2023.

Økonomisk levedyktighet

2022 ble også et annerledes år for reiselivet. Ved inngangen av året var Norge fremdeles preget av restriksjoner som begrenset aktiviteten. Utreiseregler i enkelte markeder har også påvirket reiselivet. Russland sin fullskalainvasjon av Ukraina, stigende inflasjon, økende renter og det generelle makroøkonomiske bildet har videre påvirket reiselivets aktivitet og lønnsomhet i 2022.

Sammenlignet med 2020 og 2021 ble 2022 likevel et godt år for reiselivet i Bergen. Antall gjestedøgn var nesten tilbake til nivåene før pandemien og året ga god optimisme for flere bransjer. En bransje som fremdeles rapporterer om utfordringer ved utgangen av 2022 var serveringsbransjen, hvor aktiviteten ikke var tilbake til nivåene man har sett før pandemien. Vi vet ikke sikkert hva endringene skyldes, men til forskjell fra f.eks. overnattingsbransjen, har serveringsbransjen en høy andel av sine kunder fra lokalmarkedet.

For statistikken under har vi rapportert på flere år for at man skal kunne sammenligne utviklingstrekk. 2019 representerer siste normalår før pandemien og er derfor satt som første måleår der dette har vært mulig.

Reiselivets verdiskapning i Bergen

Det finnes en hel rekke måter å måle verdiskapning i reiselivet. Menon Economics, på vegne av NHO Reiseliv, publiserte i 2019 en [ringvirkningsanalyse for reiselivet i Bergen](#), som beregnet at reiselivet i Bergen sto for en verdiskapning på over 5,1 milliarder kroner i 2017. Dette er de siste og mest omfattende tallene vi har over verdiskapningen i reiselivet i Bergen. Som følge av pandemien har det ikke vært gjennomført lignende ringvirkningsanalyser de siste årene. NHO Reiseliv planlegger imidlertid nye ringvirkningsanalyser i tiden som kommer.

For å kunne følge utviklingen i verdiskapning mer regelmessig kan se vi til Asplan Viak, som på oppdrag for Innovasjon Norge har beregnet verdiskapning i reiselivet i Norge fordelt på fylker og kommuner. Målemetoden er ulik den brukt i ringvirkningsanalysen Menon Economics, og tallene er derfor forskjellige, men de gir oss likevel mulighet til å følge utviklingen over tid.

Reiselivets verdiskapning i Bergen 2019 - 2021

Årstall	Verdiskapning 1000 NOK
2019	3.562.230
2020	2.214.930
2021	3.489.315
2022	N/A (Nye tall ikke tilgjengeliggjort per april 23)

Kilde: *Visit Norway Innsikt*

Gjestedøgn og besøkende

Et mål for å analysere aktiviteten i reiselivet på destinasjonen er å se til antall gjestedøgn. I tabellen nedenfor er antall gjestedøgn siden 2019 presentert. Tabellen gir også et overblikk over hvilke deler av året gjestene velger å besøke Bergen.

Antall gjestedøgn Bergensregion² 2019 – 2022

År	New Season (jan – mars, okt - des)	Prosent New season	Hovedsesong (apr – sep)	Prosent hovedsesong	Total
2019	904 432	34,11 %	1 747 415	65,89 %	2 651 847
2020	557 033	42,82 %	743 884	57,18 %	1 300 971
2021	618 985	39,49 %	948 507	60,51 %	1 567 492
2022	878 946	33,92 %	1 711 923	66,08 %	2 590 869

Kilde: *Visit Norway Innsikt*

Antall gjestedøgn på reisemålet fanger ikke opp hvor mange dagsbesøkende som f.eks. cruisegjester, som har besøkt Bergen, disse kommer i tillegg. Tall fra Kystverket viser utviklingen i antallet cruisepassasjerer i Bergen. Ikke alle cruisepassasjerer som ankommer Bergen går i land. Bergen Havn arbeider med løsninger som i fremtiden vil gjøre det mulig å telle antall passasjerer som går i land. Antall dagsbesøkende som ankommer med andre transportformer, som for eksempel buss, har vi ikke regelmessige og gode målinger på.

Antall cruiseanløp og gjester til Bergen 2019 - 2022

Årstall	Antall anløp	Antall passasjerer
2019	341	553 750
2020	36	10 357
2021	31	23 541
2022	309	364 701

² Bergenregion består av kommunene Alver, Askøy, Austrheim, Bergen, Bjørnafjorden, Fedje, Gulen, Masfjorden, Modalen. Osterøy, Samnanger og Øygarden.

Kilde: [Kystverket](#)

Sesongvariasjoner

Innovasjon Norge har utviklet en kalkulator som gjør det mulig å analysere sesongsvingninger i reiselivet på kommunenivå. Utrekninger ser på andel gjestedøgn i lavsesong i forhold til høysesong og beregner en GINI-koeffisient. Målet er å ha en GINI-koeffisient som er så nært null som mulig. Mer om målemetoden i lenken under tabellen.

GINI-koeffisient for sesongvariasjoner i Bergen 2020-2022

Årstall	GINI-koeffisient Bergen	GINI-koeffisient Norge
2019	N/A <i>(måling ikke tilgjengelig)</i>	N/A <i>(måling ikke tilgjengelig)</i>
2020	34	39
2021	29	37
2022	23	27

Kilde: [Visit Norway Innsikt](#)

Man har hatt en positiv utvikling for å redusere sesongvariasjonene i Bergen siden 2020 og man har mindre sesongvariasjoner i Bergen sammenlignet med landet ellers. Sammenligningsgrunnlaget med 2020 og 2021 gir derimot ikke et klart bilde av hva som var normalsituasjon før pandemien.

Oppholdstid

Det er viktig å analysere utviklingen i oppholdstid på reisemålet fordi det kan si noe om hvilket potensiale gjestene ser i reisemålet, men oppholdstid er viktig av mange flere grunner. For overnattingsvirksomheter kan økt oppholdstid gi økt lønnsomhet fordi man kan bruke færre ressurser på inn/utsjekk og potensielt også rengjøring. Økt oppholdstid kan også redusere transportintensiteten til reiselivet. Hvis alt annet er lik kan en dobling av oppholdstiden på reisemålet potensielt føre til 50 prosent reduksjon i klimagassutslipp fra gjesterelatert transport til reisemålet. Økt oppholdstid reduserer behovet for å stadig ta imot nye gjester for å kunne opprettholde samme lønnsomhet og aktivitet.

Oppholdstid Bergensregion³ 2019 - 2022

	2019	2020	2021	2022
Antall døgn	1,8	1,9	2,0	1,9

Kilde: [Visit Norway Innsikt](#)

³ Bergenregion består av kommunene Alver, Askøy, Austrheim, Bergen, Bjørnafjorden, Fedje, Gulen, Masfjorden, Modalen. Osterøy, Samnanger og Øygarden

Utvikling i antall medlemsbedrifter av destinasjonsselskapet

Antall medlemmer av destinasjonsselskapet sier oss noe om hvor viktig rolle destinasjonsselskapet spiller for utviklingen på reisemålet og det kan også si oss noe om hvor godt organisert samarbeidet mellom reiselivsbedriftene på destinasjonen er. For destinasjonsselskapets del har antall medlemmer også betydning for organisasjonen lønnsomhet.

Antall medlemmer av Visit Bergen 2019 - 2022

Årstall	Antall medlemmer
2019	443
2020	378
2021	362
2022	384

Kilde: Visit Bergen årsrapporter 2019 - 2022

Som tabellen over viser er antallet medlemsbedrifter av Visit Bergen redusert siden 2019. Dette kan ha flere årsaker, men pandemien spiller en viktig rolle. Usikkerhet knyttet til bedriftenes lønnsomhet ved starten av pandemien førte til at flere bedrifter sa opp sitt medlemskap, og utfordrende lønnsomhet for flere bedrifter i løpet av pandemien har ført til lav vekst i antall medlemsbedrifter siden 2020. Flere bedrifter har også gått konkurs som følge av pandemien og ettervirkningene av denne. Til tross for koronapandemien og nedgang i antall medlemmer har Visit Bergen likevel hatt en relativt stor og stabil medlemsmasse de siste årene. 2022 er også det året med høyest medlemstall siden 2019.

Tiltak for å styrke den økonomiske utviklingen på reisemålet

Styrket lønnsomhet og økonomisk utvikling for reiselivet på destinasjonen er et langsiktig arbeid. Reisemålets strategier for dette er angitt i [Destinasjonsstrategi](#) og [årlige handlingsplaner](#). For 2022 kan vi likevel trekke frem noen aktiviteter og tiltak som kan bidra til økt lønnsomhet på reisemålet i årene som kommer:

- Digitalt [Bergenskort](#) lansert med gode salgstall. Dette kommer mange bedrifter på reisemålet som deltar i samarbeidet om Bergenskortet til gode.
- Utvidelse av kapasiteten til både Ulriksbanen og Fløibanen som kan gi økt lønnsomhet for to større bedrifter på reisemålet og positive ringvirkninger for naturbasert reiseliv i Bergen generelt.
- Bergens Ambassadørprogram er videreutviklet for å hedre og styrke samarbeidet med sentrale personer i academia som har arbeidet for, og arbeider for, å sørge for at viktige konferanser innen sitt fagfelt arrangeres i Bergen.

Utfordringer

For at Bergen skal bli et mer bærekraftig reisemål og for at reisemålet skal kunne bidra til å oppfylle FNs bærekraftsmål innen 2030 er det en rekke utfordringer som må løses. Det er ikke rom for å belyse alle utfordringer i denne rapporten, men for Bergen som reisemål er de største utfordringen trolig disse:

- Bedre besøksforvaltning
- Øke oppholdstiden til gjestene
- Redusere sesongvariasjonene i reiselivet

De tre utfordringene er områder reisemålet har mulighet til å påvirke, og er også områder som er trukket frem av Innovasjon Norge sin kontrollør for Merket for Bærekraftig reisemål etter sitt besøk på reisemålet i starten av 2023.

Bedre besøksforvaltning

Gjennom innbygger-, gjeste- og medlemsundersøkelser har reisemålet i 2022 kartlagt hvordan besøkspresset i byen oppleves på ulike områder. Gjestene opplever generelt lite besøkspress i Bergen, men flere gjester rapporterte i 2022 at de oppleve besøkspress sammenlignet med 2021. Innbyggerne er mer delt i oppfattelsen av besøkspresset i Bergen, men et flertall i Bergenhus bydel mener besøkspresset er for stort. Både gjester og innbyggere opplever besøkspresset i vinterhalvåret som lavt. Videre er både innbyggere og medlemmer spurt om hvilke geografiske områder i byen man opplever størst besøkspress. Det historiske sentrum, med Bryggen, Fisketorget og Fløyen (Vetrilidsallmenningen), trekkes frem som de områdene som oppleves mest overfylt på grunn av turisme. Besøkspresset knyttes i hovedsak til sommersesongen.

Den største utfordringen reisemålet står overfor i besøksforvaltningen er at reisemålet ikke har et helhetlig verktøy for å kunne analysere besøks- og bevegelsesmønstre i byen. Og at man ikke i tilstrekkelig grad har klart å samarbeide om felles strategier og tiltak for en helhetlig besøksforvaltning i Bergen. En faktor som gjør samarbeid utfordrende er at svært mange aktører spiller en rolle i besøksforvaltningen, men ingen har i dag et tydelig hovedansvar for å arbeide proaktivt med feltet.

Øke oppholdstiden til gjestene

I rapporten har vi allerede omtalt noen av de positive effektene ved å øke oppholdstiden for gjestene i Bergen, blant annet for å redusere transportrelaterte klimautslipp. Man vet ikke sikkert hvilke virkemidler som best vil bidra til å øke oppholdstiden, men det må trolig arbeides på flere områder. Destinasjonsselskapet har allerede økt markedsføringen av bredden av ulike aktiviteter gjester kan oppleve og gjøre i Bergen. Et viktig ledd i denne markedsføringen er å ta hele regionen i bruk i markedsføringen av destinasjonen. Man ser

også at noen kundesegmenter og markeder blir lengre på destinasjonen enn andre. I tiden som kommer må man trolig øke markedsføringen mot de kundesegmenter og markeder som vi vet har interesse av å bli lenge på destinasjonen.

Videre må trolig overnattingsbransjen bidra med ytterligere virkemidler som stimulerer gjester til å oppholde seg lengre i Bergen. Dynamisk prising er allerede et virkemiddel som kan bidra til økt oppholdstid. Men kanskje kan også enkelte overnattingssteder for eksempel stille krav til kunden om minimums oppholdstid?

Redusere sesongvariasjonene

Rapporten har allerede belyst at det er utfordringer knyttet til sesongvariasjoner på reisemålet. Det å redusere sesongvariasjonene i Bergen er viktig av flere årsaker:

- Mindre sesongvariasjoner kan redusere midlertidighet i reiselivet og øke antallet helårsarbeidsplasser.
- Mindre sesongvariasjoner fører til bedre ressursutnyttelse av reiselivets infrastruktur (en tom hotellseng er verken lønnsom eller spesielt bærekraftig).
- Bidra til flere aktivitetstilbud på destinasjonen hele året. Noe også lokale innbyggere kan dra nytte av.

Fra destinasjonsselskapet har det over flere år vært arbeidet strategisk med å markedsføre Bergen som et reisemål for mat, kunst og kultur, i tillegg til natur som har vært og fortsatt er svært viktig. Mat-, kunst- og kulturopplevelser er i mindre grad utsatt for (dårlig) vær enn naturbaserte aktiviteter, samtidig kan reisemålet også bli bedre på å markedsføre naturopplevelser som man kan oppleve i Bergen på vinterstid. For gjestesegmenter som lever store deler av året med sol og 30 varmegrader kan regn og kulde være eksotisk.

En generell utfordring for å redusere sesongvariasjonene er at utvalget og tilgjengeligheten av aktiviteter man kan oppleve i Bergen også svinger med sesongene. Sesongvariasjonene blir altså en selvforsterkende effekt. Denne trenden må snues. Flere aktivitets- og opplevelsestilbydere må være i stand til og satse på vinter og skuldresesongene

Suksesshistorier

Den største suksesshistorien fra 2022 er trolig Bergen sin 2. plass på Global Destination Sustainability Index. Siden Visit Bergen startet med å rapportere på indeksen i 2017 er det første gang Bergen plasseres innenfor topp 10 på rangeringen.

De allerede nevnte utvidelsene av Fløibanen og Ulriksbanen må også her løftes frem som suksesshistorier. Utvidelsen av Fløibanen har blant annet bidratt til redusert trengsel ved Vetrilidallmenningen (Fløien nedre stasjon), et sted innbyggere har trukket frem som et problematisk område med henblikk på trengsel. Videre har begge gondolbaner blitt bedre

universelt utformet, noe som gjør tilbudet og opplevelsen bedre og enklere for personer med ulike funksjonsnedsettelse. Både Ulriken 643 og Fløibanen AS sin formidling- og salg av lokale produkter og lokalmat må i denne sammenheng også applauderes. På Fløien finnes blant annet egen mathage og man produserer også egen honning.

Av andre suksesser kan det nevnes at Visit Bergen, sammen med Solstand Hotell & Bad og Fjord1, vant Grand Travel Award sin nyinnstiftede bærekraftpris i 2022.

Formidling av rapporten

Formidling av denne bærekraftsrapporten for Bergen som reise mål planlegges slik:

- Rapporten publiseres visitBergen.com
- Rapporten formidles til medlemmer og samarbeidspartnere av Visit Bergen gjennom nyhetsbrev og aktuelle bransjekanaler
- Rapporten oversendes Bergen kommune for behandling i Bystyret, som ledd i årlig orientering for Bystyret om arbeidet med bærekraftig destinasjonsutvikling

Ytterligere ressurser

Destinasjonsstrategi for en bærekraftig reiselivsutvikling i Bergen 2021 – 2023. Tilgjengelig fra: <https://www.visitbergen.com/dbimgs/Destinasjonsstrategi-for-en-baerekraftig-reiselivsutvikling-2021.pdf>

Handlingsplan for en bærekraftig reiselivsutvikling i Bergen 2021 – 2023. Tilgjengelig fra: <https://www.visitbergen.com/dbimgs/Handlingsplan-for-en-baerekraftig-reiselivsutvikling-i-Bergen-2021.pdf>

Menon Economics (2019) *Ringvirkningsanalyse av reiselivet i Bergen*. Gjennomført på vegne av NHO Reiseliv Tilgjengelig fra: <https://www.nhoreiseliv.no/contentassets/dadbd08878014293a4bebeca6d4815cb/rappport-ringvirkningsanalyse-av-reiselivsbransjen-i-bergen.pdf>

Opinion (2022) *Innbyggerundersøkelse Bergen*. Gjennomført på vegne av Visit Bergen. Tilgjengelig fra: <https://www.visitbergen.com/dbimgs/Innbyggerundersokelse-2022.pdf>

Reiselivets besøksstrategi for Bergen 2030. Tilgjengelig fra: https://www.visitbergen.com/dbimgs/Besoksstrategi-for-bergen-2023-2030_.pdf