

A scenic landscape photograph of a Norwegian fjord. In the foreground, three hikers are walking along a rocky, moss-covered ridge. The hiker on the left is wearing a brown jacket and a grey beanie. The middle hiker is wearing a pink jacket and a blue beanie. The hiker on the right is wearing a blue jacket, a red backpack, and a striped beanie. They are all looking out over a deep, blue fjord that winds through dark, forested mountains. The sky is filled with white and grey clouds, and the overall atmosphere is serene and majestic.

**Hva gjør vi for at Vestlandet skal være et attraktivt reisemål
og hvordan legger vi til rette for økt lokal verdiskaping?**

Stein Ove Rolland
Fjord Norge AS

Vestlandet – motor i Norge

- Er og har alltid vært motor
- En samlet reiselivsnæring
- Med ambisjoner og muligheter





**FJORD
NORWAY®**



Juni – august 2022 mot 2021 og 2019 (SSB)

Vestlandet

Rekordmange norske gjestedøgn i 2021. I år har økt konkurranse fra utlandet kombinert med dårlig vær ført til en betydelig nedgang fra norske gjester. Men godt over 2019-nivå.

Vestlandet	2022	2021	2019	%-endring 22 vs 21	%-endring 22 vs 19
I alt	4.336.854	3.586.148	4.432.495	+ 21 %	- 2 %
Norge	2.272.047	3.005.297	2.090.894	- 24 %	+ 9 %
Utlandet i alt	2.064.807	580.851	2.341.601	+ 255 %	- 12 %

Vestlandet er «eksporttung» om sommeren og fravær av store kundegrupper (eks. Asia) blir ikke kompensert for med økning fra europeiske nærmarkeder.

Nasjonalt

Norge	2022	2021	2019	%-endring 22 vs 21	%-endring 21 vs 19
I alt	16.373.550	13.739.044	15.795.121	+ 19 %	+ 4 %
Norge	10.818.663	12.210.018	9.910.763	- 11 %	+ 9 %
Utlandet i alt	5.554.887	1.529.026	5.884.358	+ 263 %	- 6 %

Juni – august 2022 mot 2021 og 2019 (SSB)

Vestlandet - endring på overnattingsform

Vestlandet	2022	2021	2019	%-endring 22 vs 21	%-endring 22 vs 19	
I alt	4.336.854	3.586.148	4.432.495	+ 21 %	- 2 %	Camping + 8 % Hotell + 9 %
Norge	2.272.047	3.005.297	2.090.894	- 24 %	+ 9 %	
Utlandet i alt	2.064.807	580.851	2.341.601	+ 255 %	- 12 %	Camping + 8 % Hotell - 29 %

Juni – august 2022 mot 2021 og 2019 (SSB)

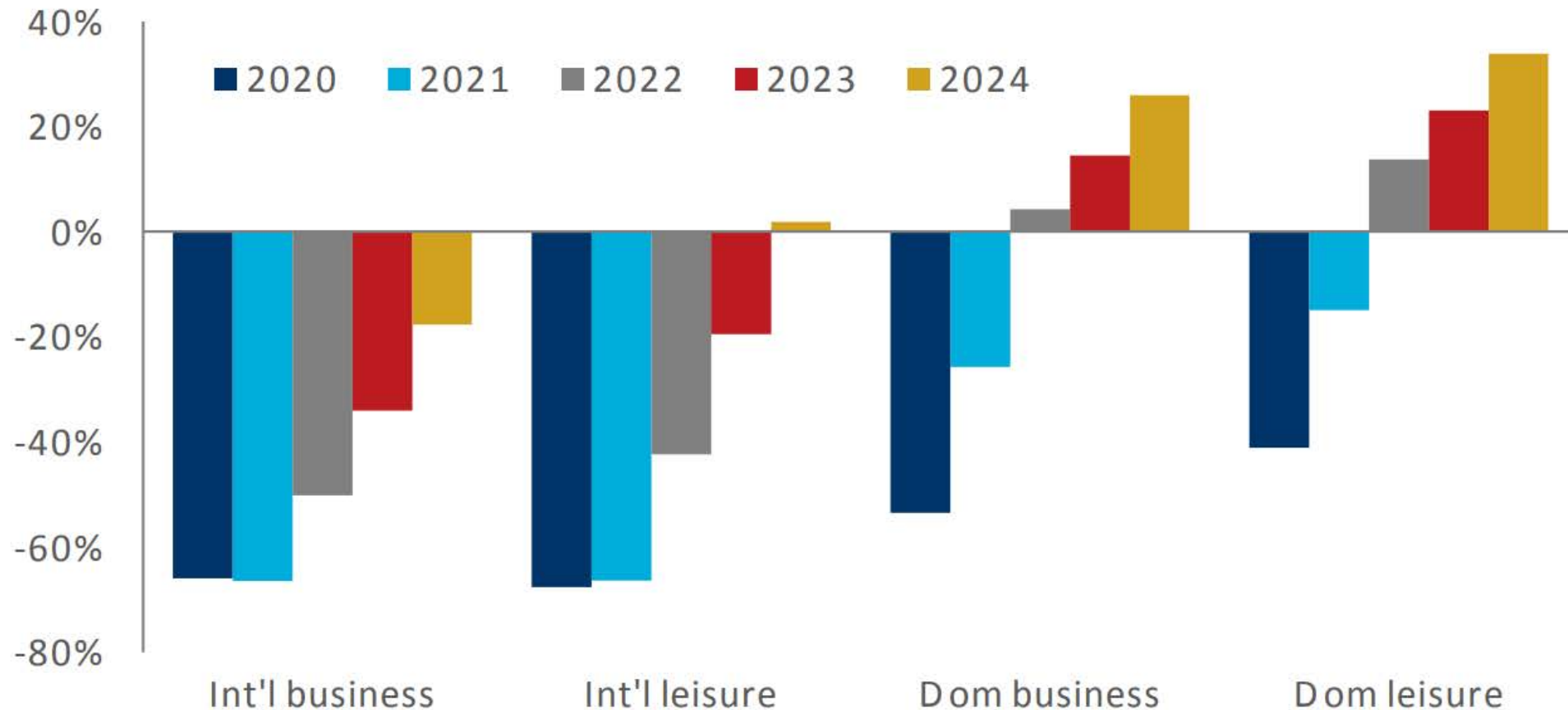
Vestlandet - viktige internasjonale markeder 2022 mot 2019

Vestlandet	2022	2021	2019	%-endring 22 vs 21	%-endring 22 vs 19
Utlandet i alt	2.064.807	580.851	2.341.601	+ 255 %	- 12 %

	+ 9 %
	+ 37 %
	- 19 %
	0 %
	- 7 %
	+ 14 %
	+ 27 %

Fritidsmarkedet i god utvikling - ketchup effekt i 2022

Global business & leisure travel spend recovery relative to 2019% effects



Source: Tourism Economics

Et usikkert 2023

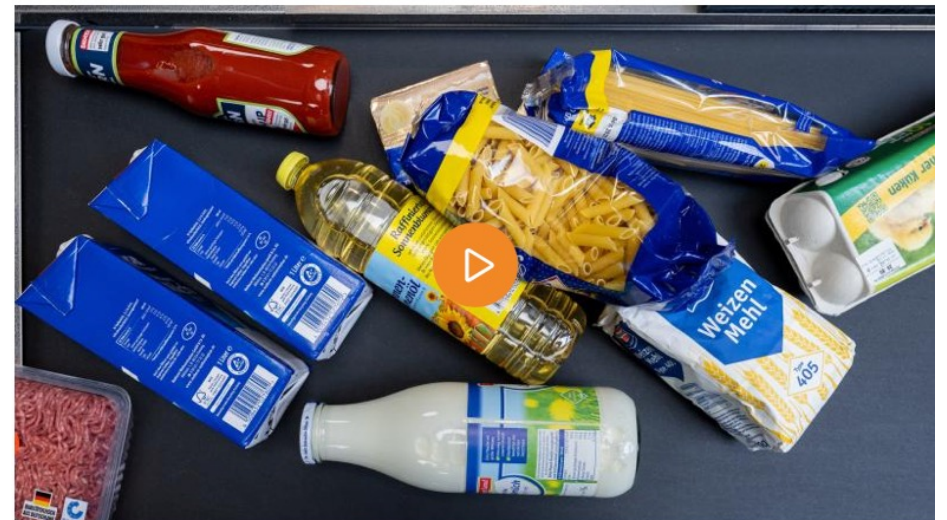
«Middag og varmt hus –
eller ferie?»



WIRTSCHAFT STATISTISCHES BUNDESAMT

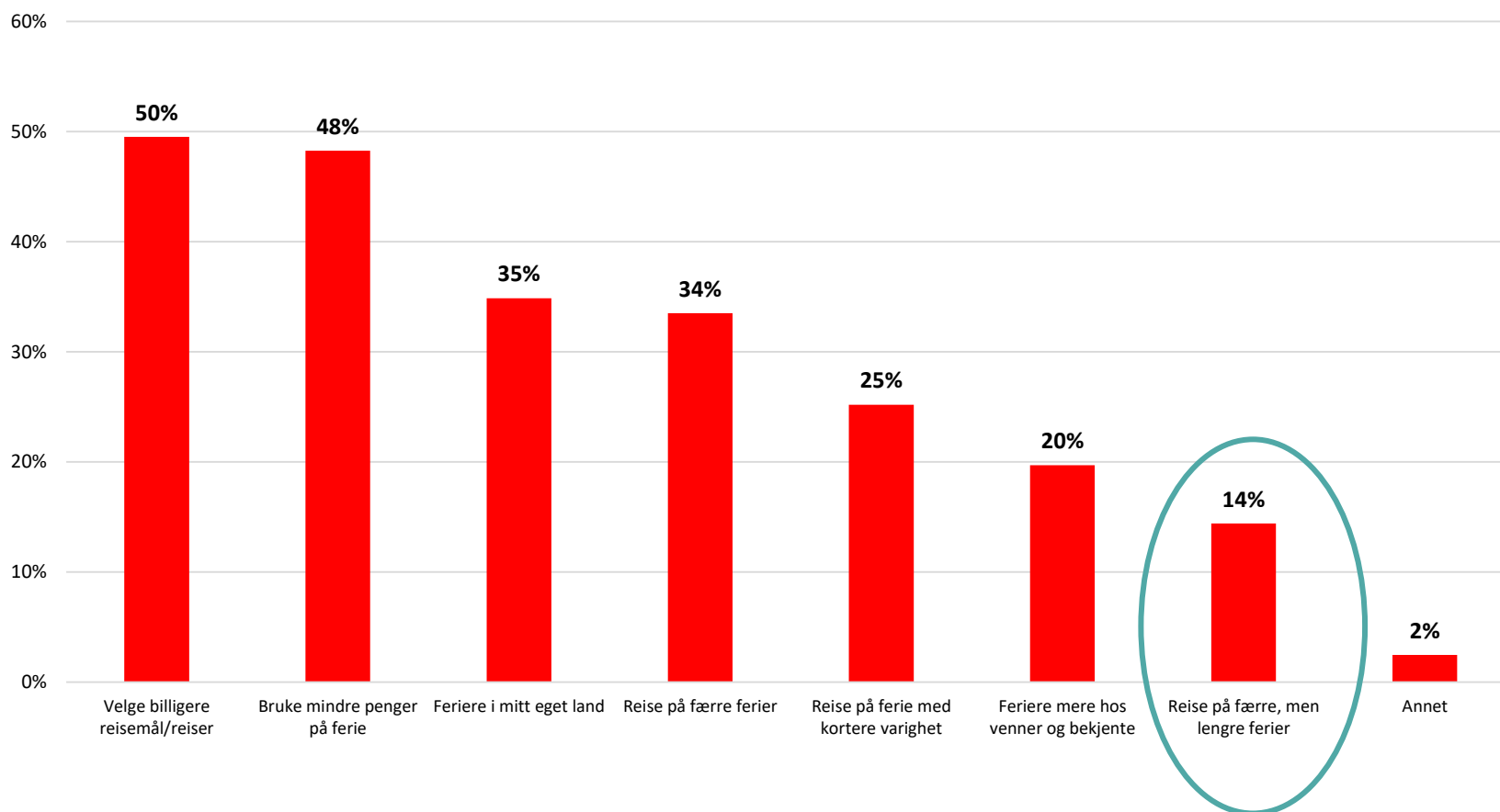
Inflation in Deutschland erreicht höchsten Stand seit fast 50 Jahren

Stand: 14.06.2022 | Lesedauer: 2 Minuten



Kräftige Preissteigerungen für Energie und Lebensmittel haben die Teuerungsrate in Deutschland auf den höchsten Stand seit fast 50 Jahren getrieben. Im Mai lagen die Verbraucherpreise um 7,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats. Für Verbraucher zeigt sich das vor allem im Alltag.

Mange europeere vil bruke mindre penger på ferie og vil velge rimeligere reisemål og reiseformer



I hvilken grad regner du med at følgende påvirker/vil påvirke dine reisevalg de neste 12 månedene?
(gjennomsnitt på tvers av markeder)

Målgrupper og fokus i 2023

INNENFOR SEGMENTENE:

- Litt eldre taktiske målgrupper
- Høyt lokalt forbruk
- Lengre oppholdstid
- Reisende utenom hovedsesong



For too long, the golden rule in travel marketing has been to shy away from guests in their golden years. It's time to put age before beauty in travel marketing and reprioritize accuracy over the aspirational.

— Carley Thornell, Skift

Vestlandet før pandemien:
Med vekst kommer utfordringer



27 000

43 000



8,9 mrd.

20 mrd.



3,95 mill.

6,0 mill.

2004

2019

2024



POPULÆRT: Det er mye turisme i Geiranger i sommermånedene, også fra de mange cruiseskipene som kommer. Illustrasjonsbilde er tatt i 2017. Foto: Hålogsen Vågnes

Dokaos i Geiranger: – Folk tisser og bæsjer overalt

Folketallet i turistperlen Geiranger øker dramatisk hver sommer, og folk må fortsatt gjøre sitt fornødne. I år koster det penger, men ikke alle er villig til å betale.

Av ØYSTEIN DAVID JOHANSEN og MINA HAUGLI
27. juli



Turistinvasjonen:

Har fått nok: - Husene blir fulle av sot

Lokalbefolkningen i Gamle Stavanger er lei de store cruiseskipene som fjerner all utsikt.



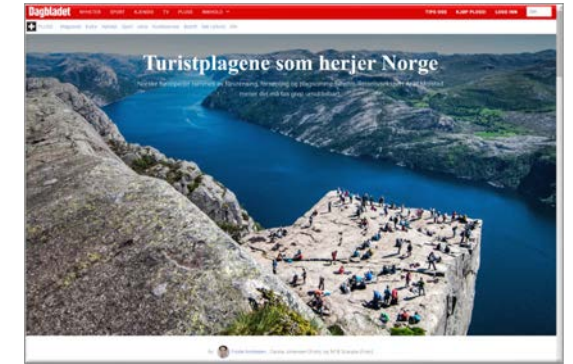
CRUISETURISME: Mange av de som bor i området Gamle Stavanger plages av cruiseturismen der. Foto: Kristian Rødder Nælsen. Video: Angelica Hagen. Reporter: Angelica Hagen / Elias Ki, Zehn-Petersen

Ut mot turistkaos i Bergen: - Det er galskap satt i system

Turistbusser og cruiseskip skaper debatt i Bergen. Samtidig som mange ønsker turistene velkomne, setter den økende mengden sine spor i byen.



TURISTER: En stor mengde turister står i kø for å ta Flaibanen. Samtidig kjører en rekke turistbusser gjennom den gamle Øvregeaten. Foto: Eivind Sørensen / Dagbladet



David Attenborough on climate change: 'We cannot be radical enough'



ENVIRONMENT 9 July 2019

By Adam Vaughan



David Attenborough giving evidence to the House of Commons Business, Energy and Industrial Strategy Committee
PA Wire/PA Images

The UK must take radical action to meet its climate change targets, David Attenborough told a UK parliamentary committee today. But he warned ministers must carry the public with them because of the financial cost of meeting the goals.

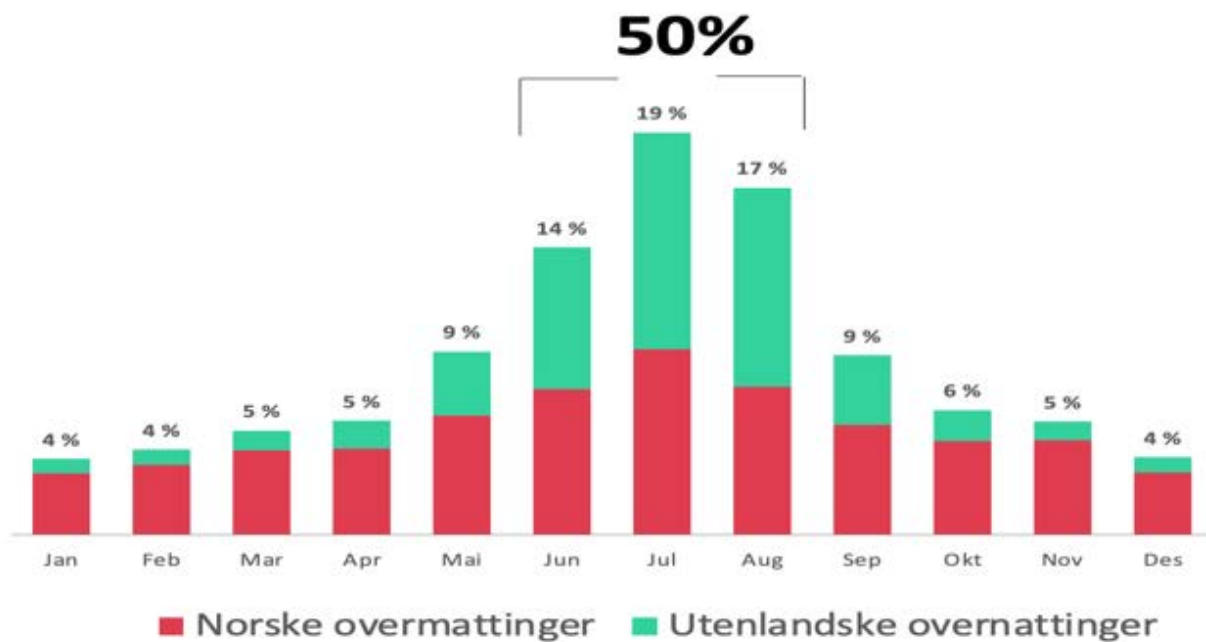
"We cannot be radical enough in dealing with these issues," he told MPs when asked if the UK should bring forward [its new target of reducing greenhouse gas emissions to net zero by 2050](#), as some [campaigners have called for](#). But he said the real issue was what is politically possible.

Read more: [David Attenborough finally talks climate change in prime time BBC slot](#)



Flyskam stanser flyreiser i Sverige

Flyskam får svenskene til å droppe flyturer og bytte til tog. Nå er flyet i ferd med å havne i skammekroken også i Norge.



Vår største utfordring som bærekraftig reiselivsnæring

Våren 2018: Fjord Norge tok initiativ til et scenarioprojekt for reiselivsutvikling på Vestlandet i samarbeid med Møre og Romsdal, Rogaland, Hordaland og Sogn og Fjordane fylkeskommuner.

Reiselivet på Vestlandet sin vei inn i fremtiden skal bygges gjennom bærekraft



Ørjan B. Iversen

Ingen overturisme

Klimanøytral næring

Lange opphold

Helårsarbeidsplasser og
helårsdrift

Opprettholde naturmangfold

Opprettholde kulturmangfold

Styrket kunnskapsutvikling
tilgang på kompetanse

Verdiskapingsvekst

Styrket lønnsomhet og
soliditet

Bidra til andre sektors
bærekraft

Attraktivitet
gjennom
bærekraft

Europa i flammer

Rekordvarme har gitt branner og hetebølger over kontinentet de siste dagene. Til enorme kostnader.

HEIDI TAKSDAL SKJESETH Journalist

HÅKON BENJAMINSEN Journalist

ANDRÉ BØRKE Journalist

PUBLISERT: 21.07.2022



AFP



Og det vil bare bli verre.

[FN](#) varsler en 30 prosent økning i skogbranner de neste 28 årene.

AP



Brannene kommer som følge av ekstremvarme.

Hetebølger blir nå stadig vanligere i Europa.

AFP



Drar fra 45 grader i Dubai for å kjøle seg ned i Norge. Nå er de utenlandske turistene tilbake.

LOEN (Aftenposten/E24): Kjølig vind, grå skyer og regn. Været som vil ødelegge en nordmanns sommerferie, er drømmen for søskenparet Sara og Mansour.

Publisert 22. juli

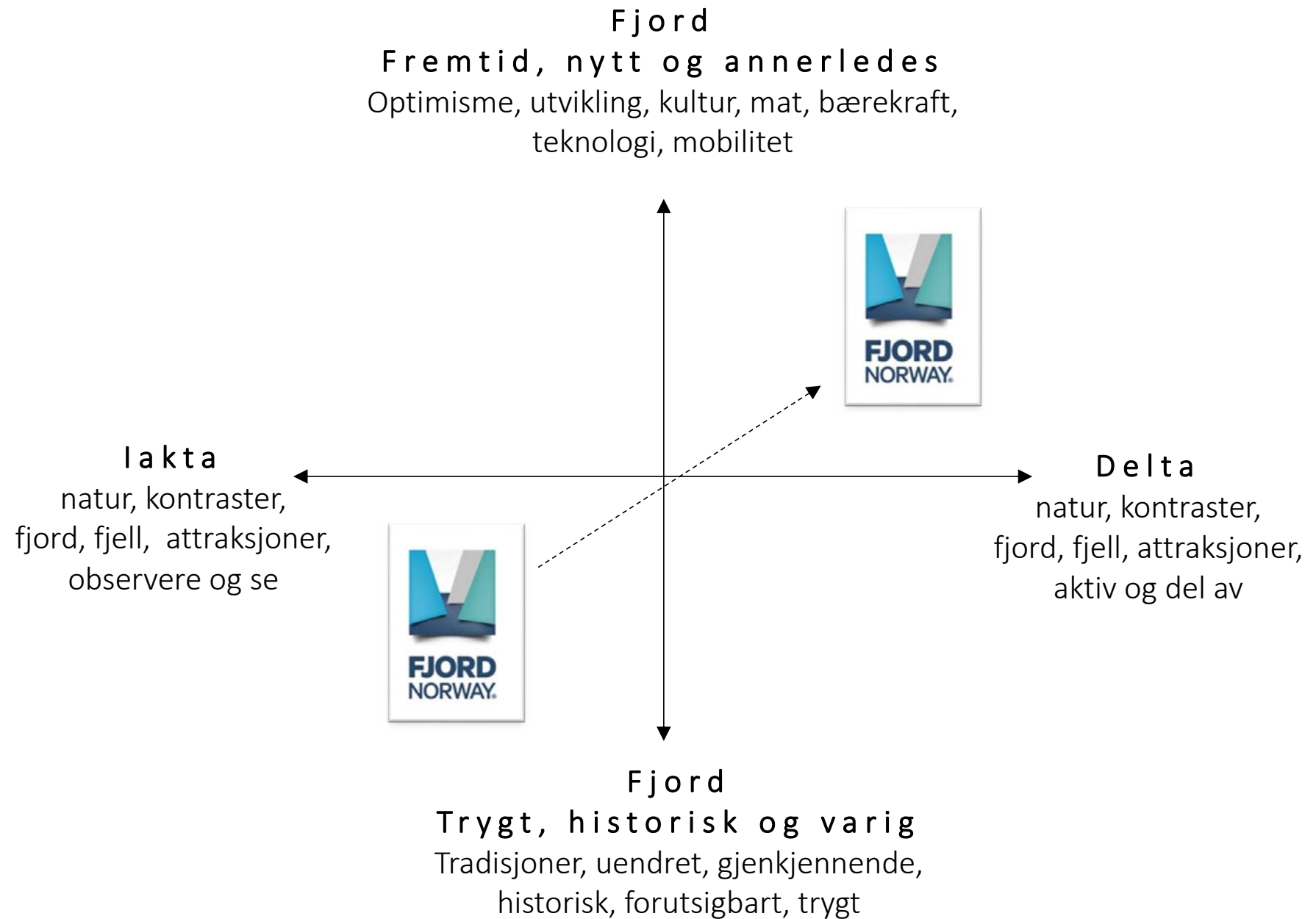


An aerial photograph of a scenic Norwegian landscape. A large, deep blue fjord dominates the left side of the frame, with steep, forested hills rising from its shores. A small village with several houses and a church is nestled along the fjord's edge. In the foreground, a lush green hillside slopes down towards the water, featuring several red-roofed buildings, including a large barn and a smaller house. A dirt road winds through the fields, and a small cluster of white plastic-covered objects, possibly hay bales, is visible in the lower right. The overall scene is peaceful and picturesque, showcasing the natural beauty of the region.

Vestlandet har et godt utgangspunkt

Men vi er ikke alene om å ha vakker natur
og vi er ikke alene om å ha registrert trendene.

Merkevaren Fjord Norway



A woman with short dark hair, wearing sunglasses, a denim jacket, and a black and green patterned sweater, is smiling and holding a smartphone to take a selfie. She has a rainbow-colored lens cap on her phone's camera. The background shows a panoramic view of a coastal city with a harbor, buildings, and mountains under a clear blue sky. A glass railing is visible in the foreground.

En felles sterk og
differensierende
merkevare

En utvidet forståelse av det vi byr på

- Reiseliv er ikke bare «reiseliv»
- Nyskapning og fremtidsløsninger





FUTURE OF THE FJORDS

THE FJORDS



Vestlandet –
ikke som
andre plasser



Fjord Norge sine hovedoppgaver

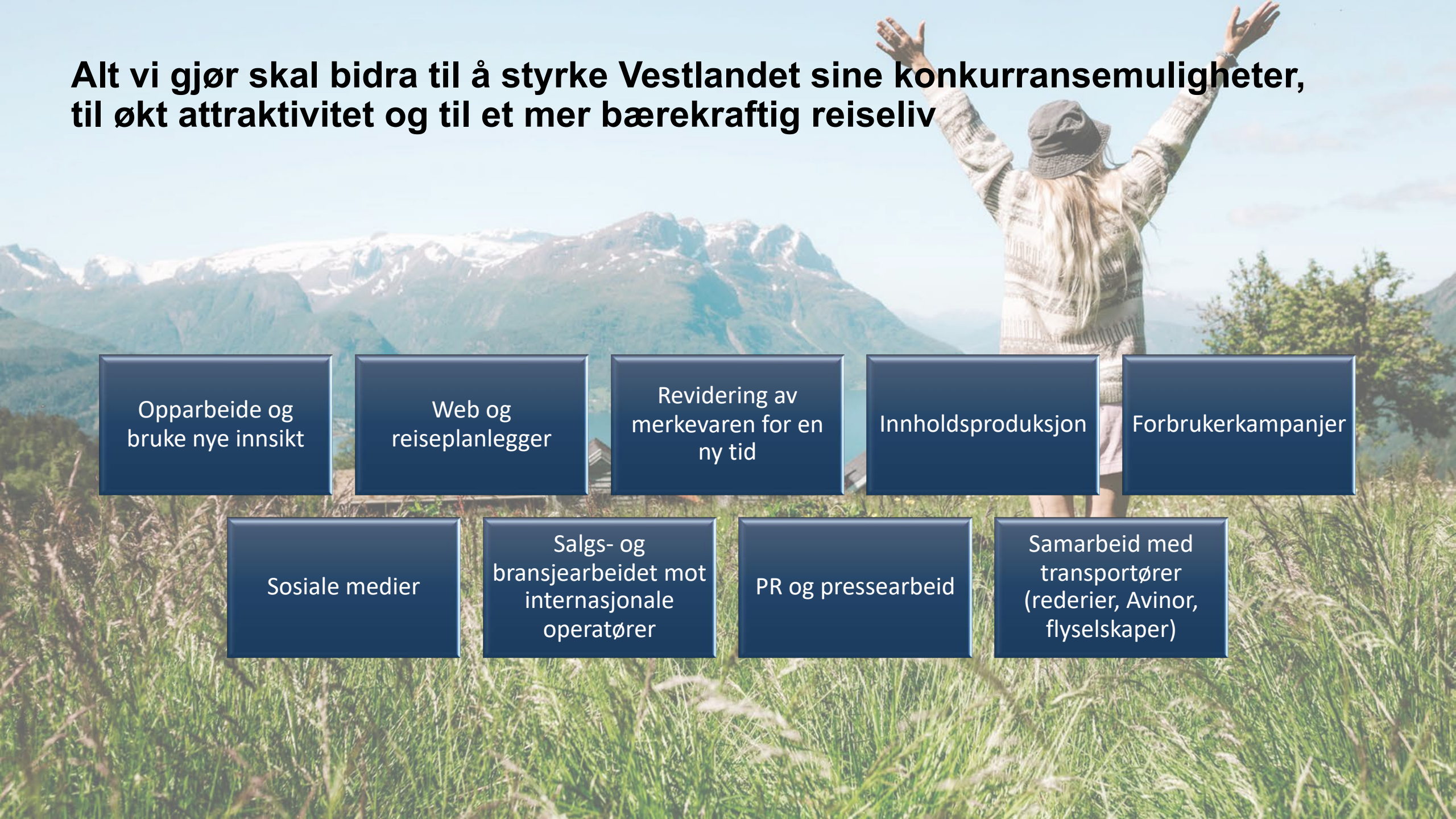
Å koble Vestlandet med nysgjerrige og aktive reisende

Skape **reiselyst**
og lønnsom vekst på Vestlandet
og bidra til bærekraftige
lokalmiljø

Være fremst på **digital
kommunikasjon**,
og på *bruken av digital
distribusjon*

Bidra til å utvikle og øke
helårsturismen





**Alt vi gjør skal bidra til å styrke Vestlandet sine konkurransemuligheter,
til økt attraktivitet og til et mer bærekraftig reiseliv**

Opparbeide og
bruke nye innsikt

Web og
reiseplanlegger

Revidering av
merkevaren for en
ny tid

Innholdsproduksjon

Forbrukerkampanjer

Sosiale medier

Salgs- og
bransjearbeidet mot
internasjonale
operatører

PR og pressearbeid

Samarbeid med
transportører
(rederier, Avinor,
flyselskaper)



Vi trenger verdifulle gjester fra hele verden for å utvikle et helårlig reiseliv

Norge

Nærmarkedene i Europa

USA

Utvalgte oversjøiske markeder

Fjord Norge er aktiv hele året

Fjord Norge merkevaren

Tydelig kommunikasjon av våre hovedbudskap – året rundt



Destinasjoner

Bedrifter

Destinasjoner

Bedrifter

Destinasjoner

Bedrifter

Destinasjoner

Bedrifter



Tilgjengelighet er forutsetning for helårsturisme

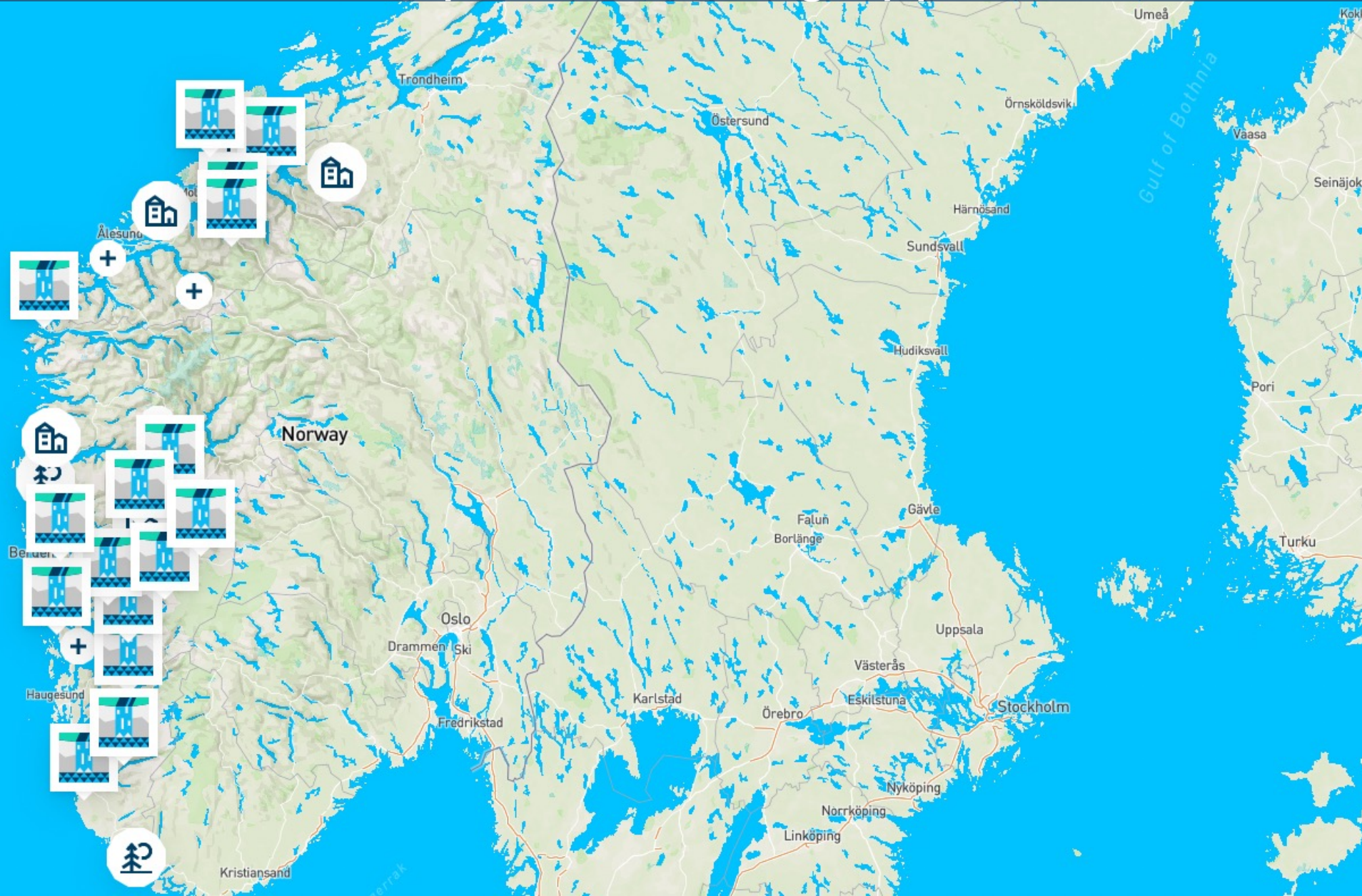




Nye fjordnorway.com skal gjøre det enklere
å finne, velge og oppleve vår region.

Satsingen skal bidra til flere fornøyde besøkende, og den er
verktøy som skal styrke regionens konkurransekraft .
Dette skal bidra til økt lokal verdiskaping, til lengre opphold i regionen
og til at flere steder blir besøkt - hele året.

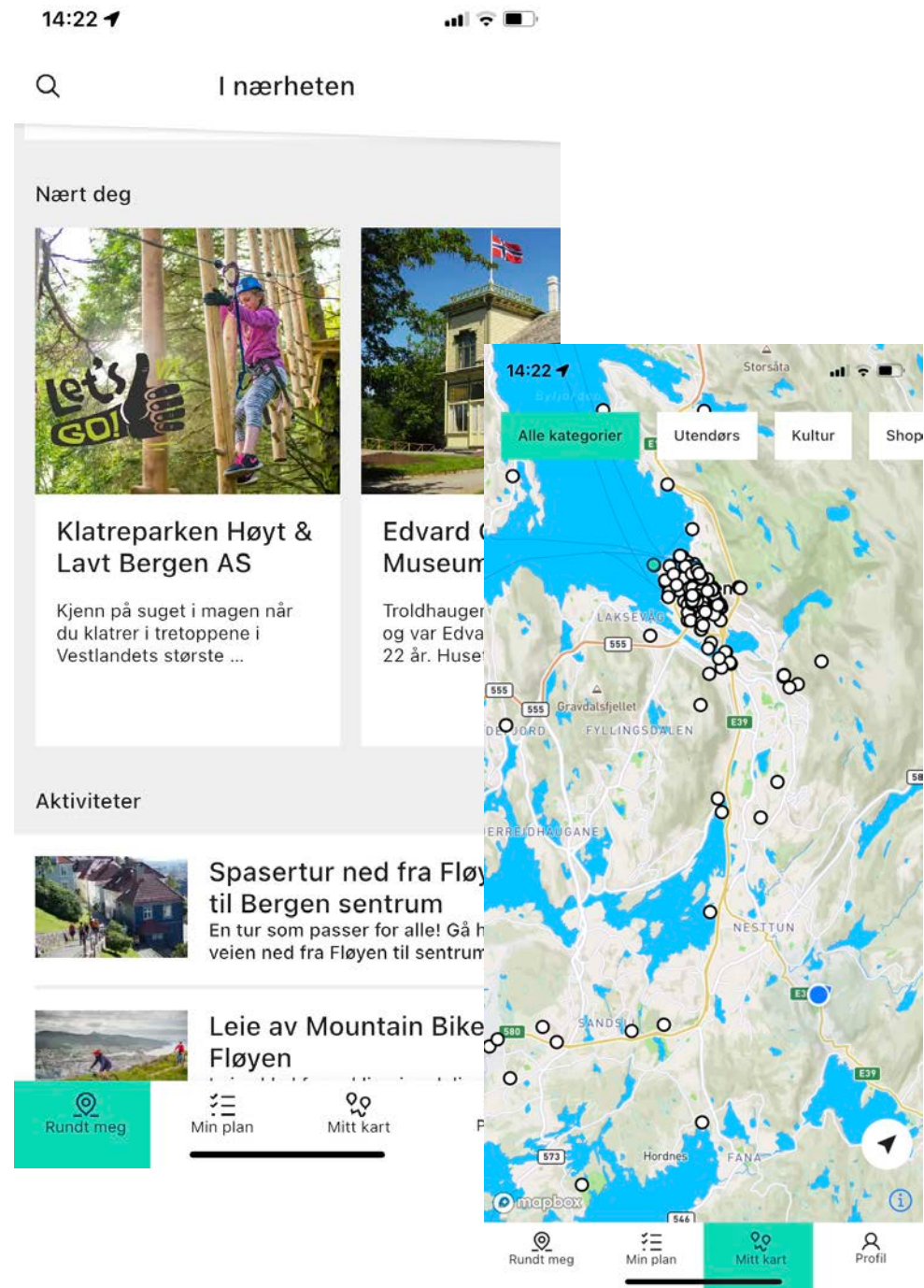
Våre gjester er grenseløse
– vi må gjøre det lett å finne produktene og opplevelsene





Reiseplanlegger-appen: Vestlandet rett i lommen!

- Få med deg planen din rett i lommen!
- Oppdag hva som er rundt deg – basert på produktdatabasen.
- En ny distribusjonskanal for produktene

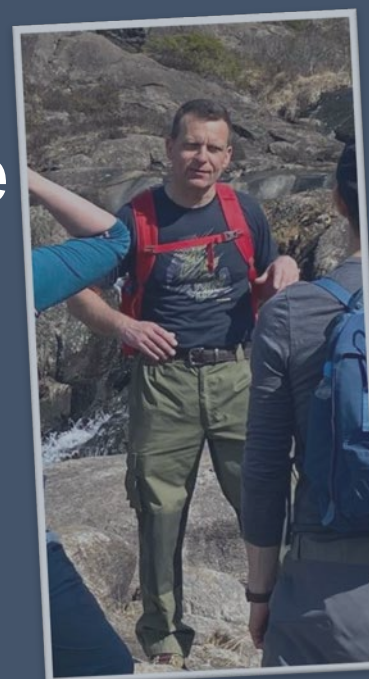
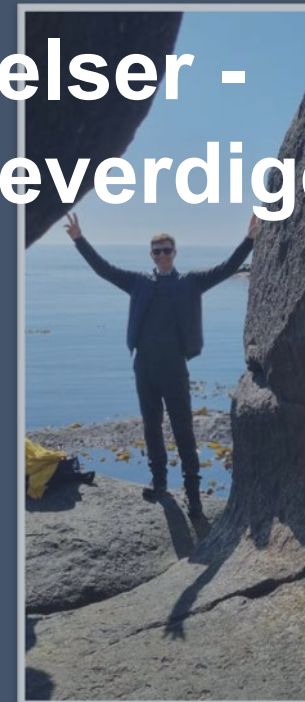
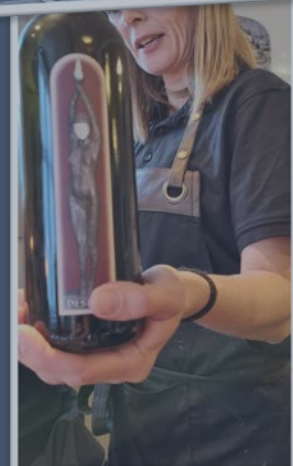


Men hva handler det egentlig om?





Det handler om å skape opplevelser -
meningsfulle, personlige og minneverdige



Og det handler om vår evne til å skape reiselyst.

