



# **Bærekraft som regionalt konkurransetrinn**



# Visjon

**NCE Tourism skal gjøre Fjord Norge regionen verdensledende innen tematurisme**





**Vi skal de neste årene utforske tre sentrale problemstillinger:**



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

# 1

**Mangel på helhetlig reiselivs-  
utvikling fra produkt til  
marked. Ingen kobling!**



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

# 2

**Ferieform er viktigere en feriested, nye typer målgrupper med nye typer behov – større fokus på tema!**



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

# 3

**Markedsføring og salgskanaler endrer seg fra push til pull – nye medier står sentralt!**



# Bærekraft – vårt perspektiv:

- Grunnlaget for et bærekraftig reiseliv er **holdninger og verdier** i den enkelte bedrift.
- Slike holdninger forener, og er et godt utgangspunkt for **erfaringsdeling**.
- Bærekraftig næringsutvikling er en **kontinuerlig prosess** – som krever arenaer for dialog.
- Kriterierer, sertifiseringsordninger og eksterne evalueringer er nyttige, som **verktøy for benchmarking og måloppnåelse**.



Norwegian Centres of Expertise

NCE Tourism Fjord Norway

# Noen strukturelle utfordringer

1. Mange, særlig små selskaper, **vil mer enn de får til** (et *intensjonsgap*).
2. Små selskaper sliter med å **få prioritert interne rutineforbedringer** (for svake *ressurser*).
3. Naturbaserte opplevelsesprodusenter sliter med å få **anerkjennelse for det de faktisk gjør**. Det koster å bli sertifisert (en *dokumentasjonsutfordring*)
4. Jo lavere omsetning, jo **høyere kostnad per tjente krone** (*systematisk favorisering* av de allerede sterke).







**Bærekraft handler om å gjøre  
kommersielt orienterte  
selskaper mer verdiorienterte.**

**Og tilføre kommersiell kraft til  
verdiorienterte selskaper.**



# Hva veier tyngst?

Lavt volum og markedskraft

**VERDIFOKUS**

**KOMMERSIELT  
FOKUS**

Høyt volum og markedskraft



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**



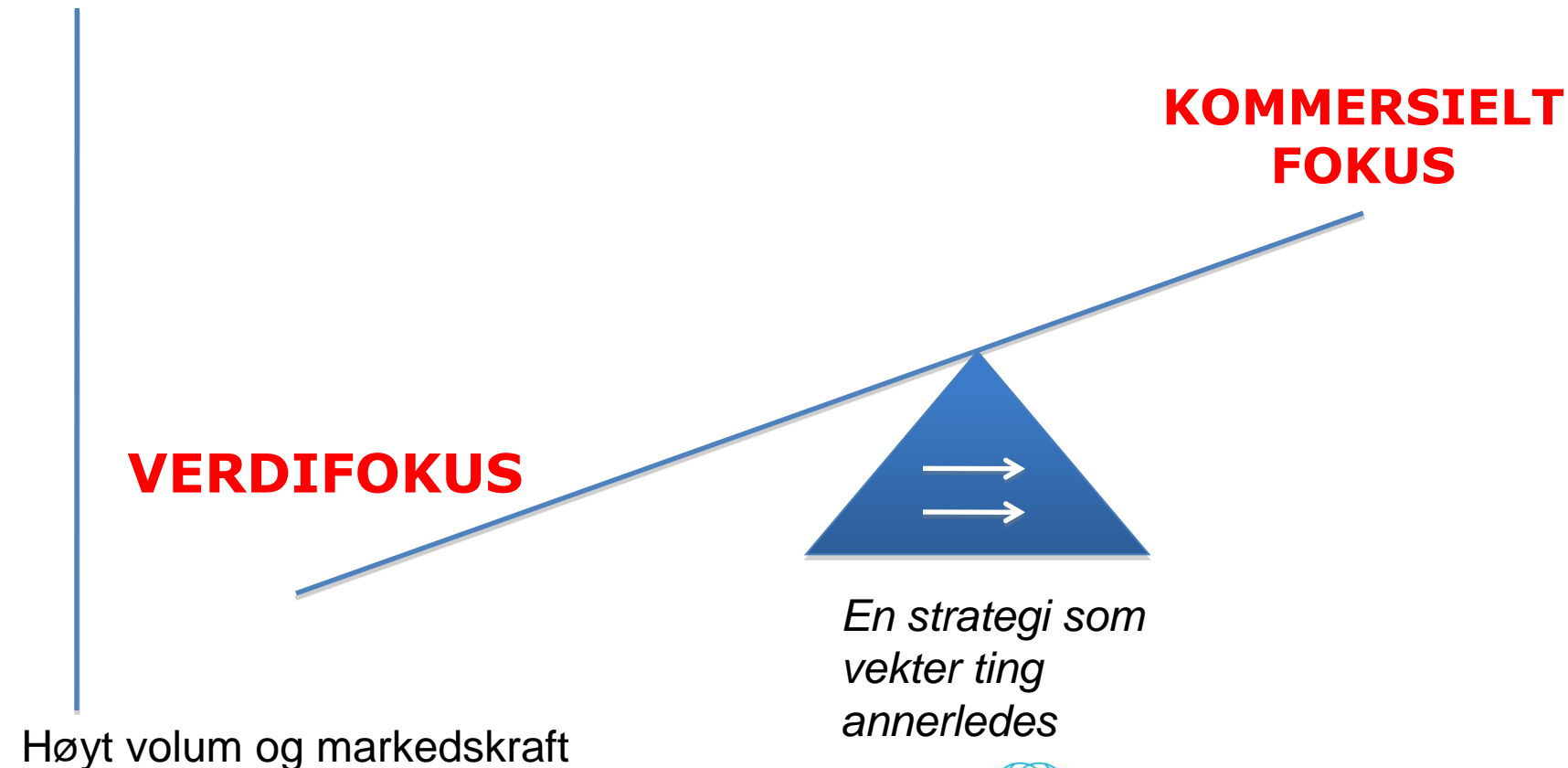
# **Kan verdiorientering bli en styrke?**



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

Lavt volum og synlighet



# Hva er destinasjonens/regionens rolle?

- Destinasjoner og regioner utgjør et system for **felles markedsføring** der bedrifter kan profitere på kraften i ulike stedsmerkevarer.

Stedsmerkevarer har **holdninger og verdier** som en viktig innebygget bestanddel.

Å **aktivt løfte fram** bærekraftige selskaper og vise til deres verdier styrker destinasjonen/regionens omdømme som grønt reisemål.



Norwegian Centres of Expertise

NCE Tourism Fjord Norway



**Konkurranse er bra.**  
**Hvilken landsdel er best på bærekraft?**





# **Fjordway**

*- Safe & sustainable  
adventures in Fjord Norway*



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

# Hva vil vi oppnå?

- 1) Å etablere en tenketank og møteplass for selskaper i Fjord Norge som **deler en bærekraftvisjon.**
- 2) Et startpunkt for intern utvikling/benchmarking mot andre, og **en introduksjonsarena for ulike merke/sertifiseringsordninger.**
- 3) Skape stolthet i den enkelte bedrift/ og styrke **fokus på verdier og holdninger** i regionen.
- 4) Belønne gode holdninger gjennom **økt synlighet** i et regionalt markedsfellesskap.



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**



# WHERE ARE YOU HEADING NEXT?

**YOU JUST HAD A SAFE AND SUSTAINABLE ADVENTURE IN FJORD NORWAY.**

A group of outfitters of the region have signed a mission statement to work systematically with reducing impact on nature, add value to the local communities and improving safety for our customers.




All companies listed have signed an agreement where we establish a quality standard and a business ethos enhancing the positive impacts of our businesses and reducing the negative. For you as a customer this serves as a guaranty that you contribute to the preservation of the nature in Fjord Norway – as well as the local communities of the area.

1. We seek to reduce the **carbon footprint** of our products.
2. Our activities **leave no trace** in nature.
3. We focus on the **learning aspects** of adventure
4. We use **guides with proper training**
5. We prefer **local suppliers**
6. We are involved in **community development**

## **NEXT PAGE:**

Explore the possibilities and sustainable adventure companies of the region.





“ All companies listed share the same **business ethos** – and work together to enhance the positive impacts of their businesses and reducing the negative.

For you as a customer this serves as a guarantee that you contribute to the long term preservation of the nature in Fjord Norway – and strenghtening the local communities that make Fjord Norway unique as a travel destination.”



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**


# De seks bud

1. Vi ønsker å redusere selskapets **karbonutslipp**.
2. Selskapet tilstreber kildesortering og **sporløs ferd** i naturen, og oppfordrer aktivt kunder til å gjøre det samme.
3. Selskapet har som mål å gi kundene en **dypere forståelse for naturen og kulturhistorien** i området hvor vi opererer.



Norwegian Centres of Expertise

NCE Tourism Fjord Norway

- 
4. Vi fokuserer på **kundens sikkerhet**. Vi bruker sertifiserte guider, og har etablert gode hms-rutiner og nødprosedyrer. Selskapet er forsikret.
  5. Vi ønsker å **styrke lokalt næringsliv**, og foretrekker derfor lokale underleverandører av produkter og tjenester.
  4. Vi er **opptatt av lokalsamfunnet rundt oss**, er medlem i destinasjonsselskapet og deltar aktivt i lokale utviklingsprosesser.



# Hvilke verdier snakker vi om?

- Miljø
- Kundeopplevelse
- Sikkerhet
- Lokale ringvirkninger



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**



**Hvor du vil er viktigere  
enn hvor du er.**



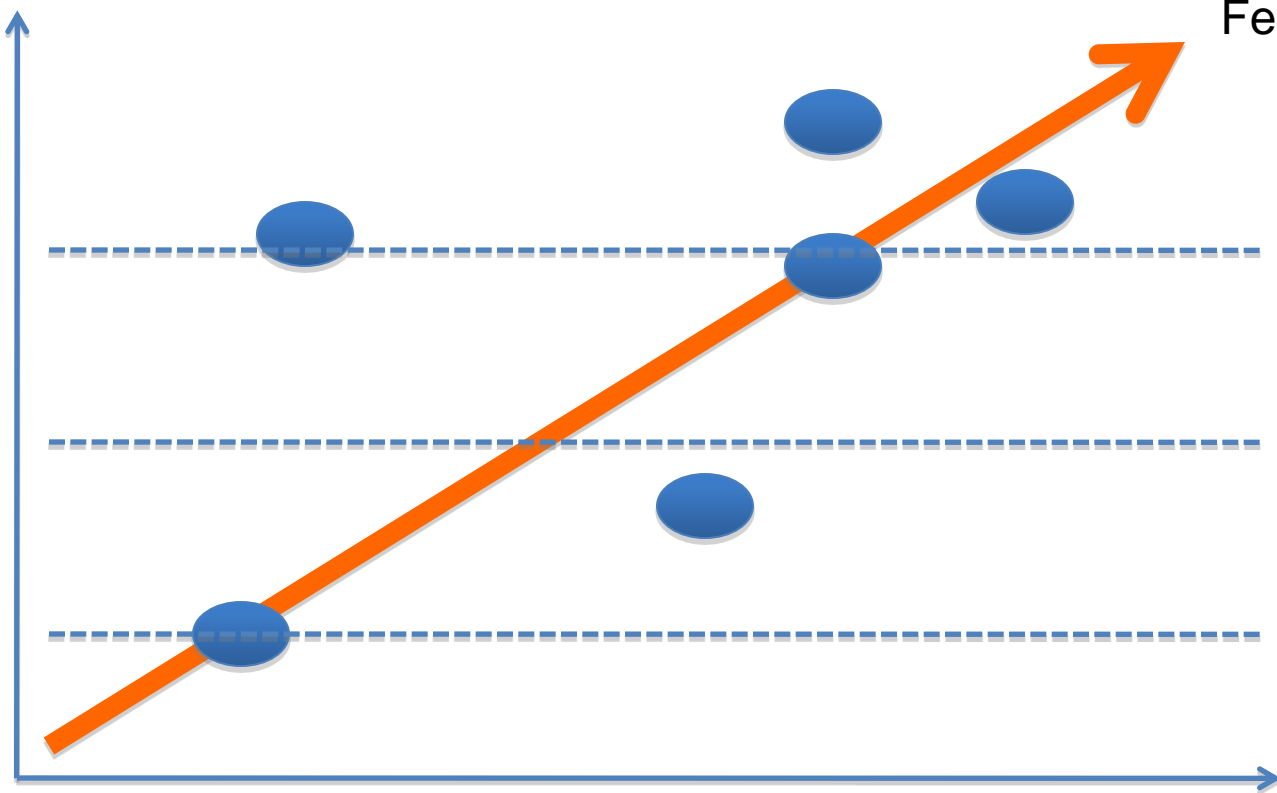
Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**



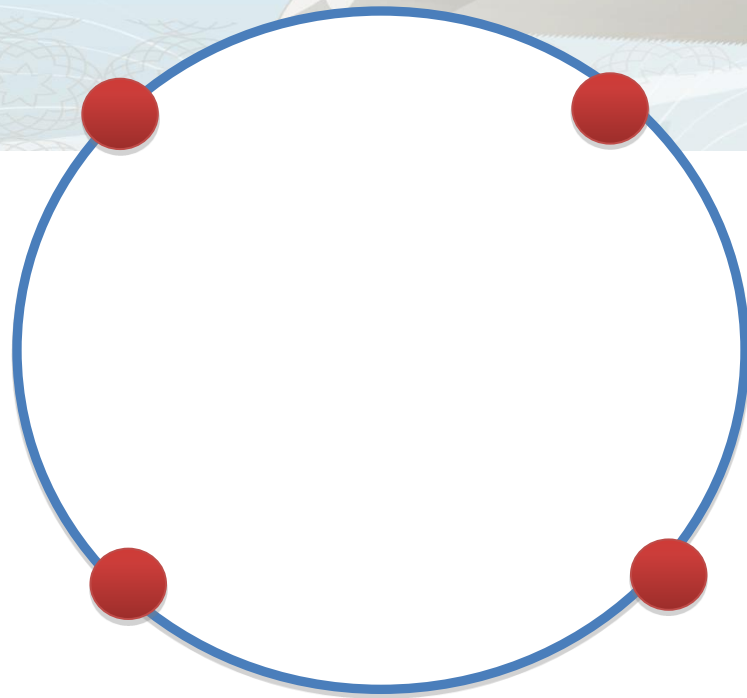
Bærekraft

Felles mål



Tid





## **FASE 1 – NYE BEDRIFTER**

Invitere inn bedrifter som deler en holdning til egen virksomhet:

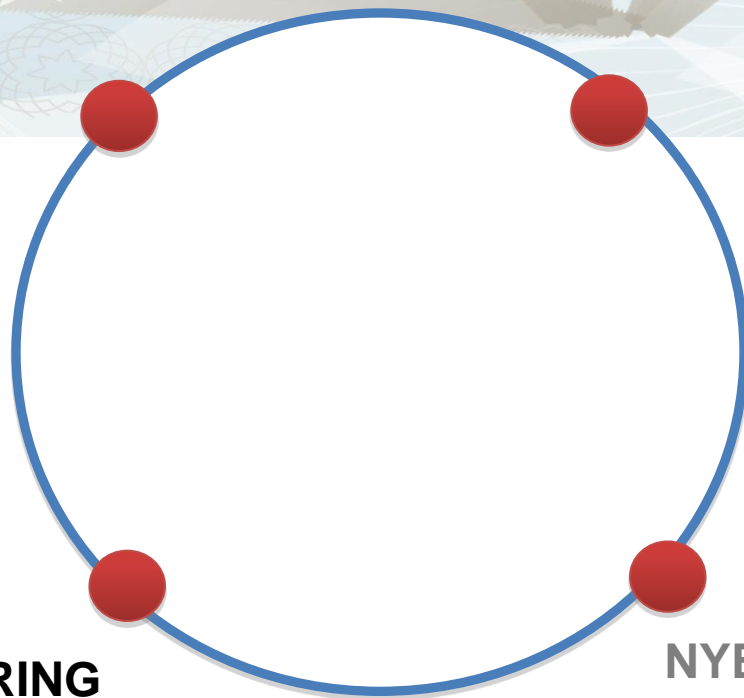
- 1) bli mer miljøvennlig:
- 2) gi kunden en rikere opplevelse
- 3) bidra til å opprettholde sterke lokalsamfunn.



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**





NYE BEDRIFTER

## FASE 2 – EGENEVALUERING

De utvalgte bedriftene gjennomgår en egenevaluering for å identifisere sterke og svake sider i forhold til egne ambisjoner.



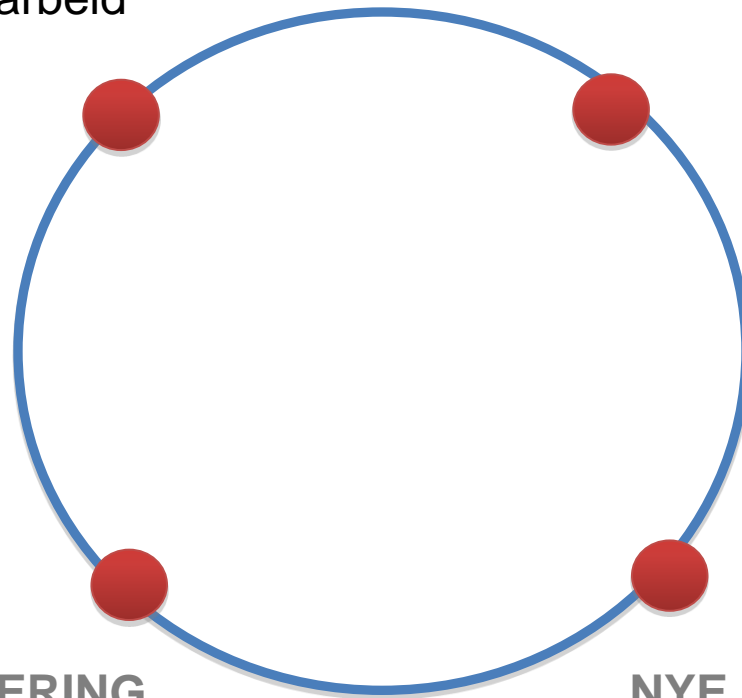
Norwegian Centres of Expertise

NCE Tourism Fjord Norway

### FASE 3 – NETTVERKSSAMLING

Årlig nettverkssamling i samarbeid med relevante FOU-miljøer.

- Legger fram resultatene fra egenevalueringen.
- Dele erfaringer.
- Informasjon om merkeordninger
- Etc



EGENEVALUERING

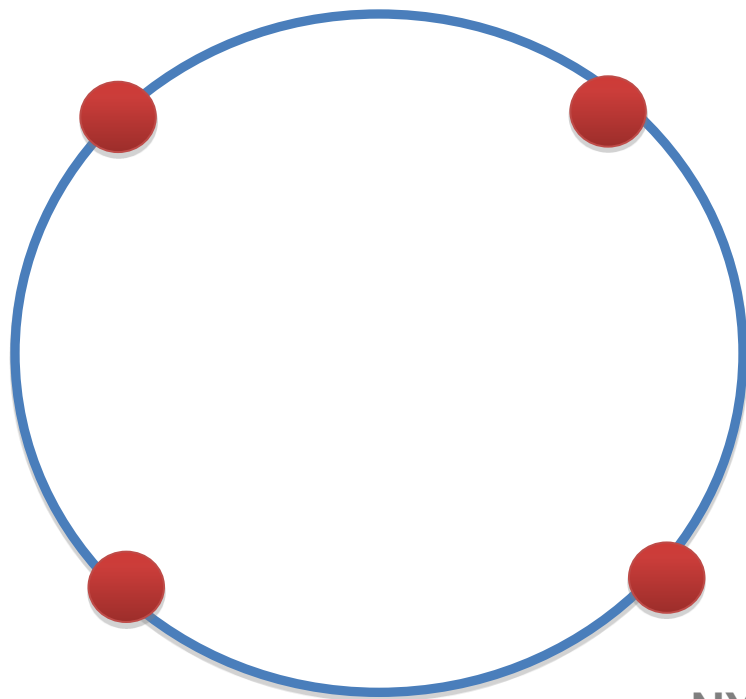
NYE BEDRIFTER



Norwegian Centres of Expertise

NCE Tourism Fjord Norway

## NETTVERKSSAMLING



EGENEVALUERING

NYE BEDRIFTER

### FASE 4 – MARKEDSTILTAK

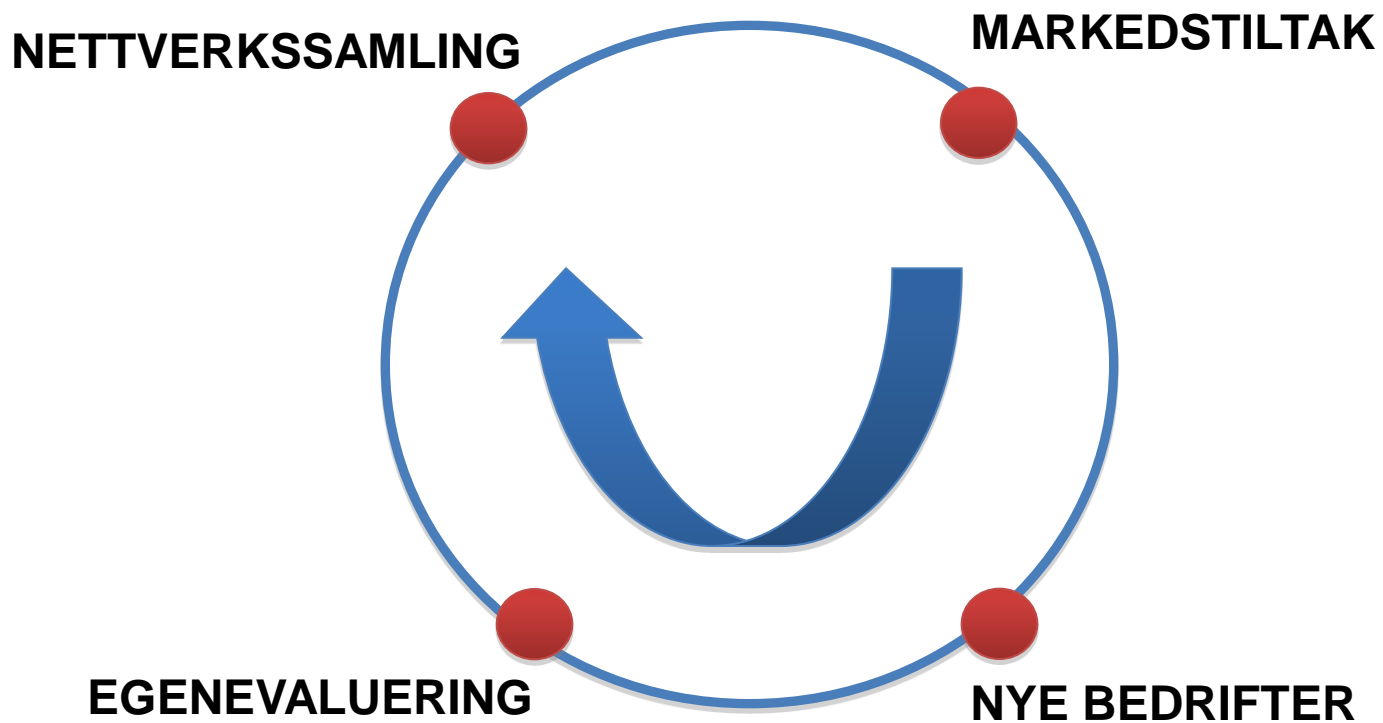
Det gjennomføres ulike tiltak for å sikre synlighet for involverte bedrifter, samt å sikre kryssalg mellom de ulike bedriftene.



Norwegian Centres of Expertise

NCE Tourism Fjord Norway

# EN ÅRLIG SYKLUS!



# Markedsinsentiver (tidlig fase)

1. Synliggjøring av bedriftene i **eksisterende markedsmateriell**.
2. Egen utlistning på **nett**.
3. En egen **kryssalgsbrosjyre** som distribueres til alle kunder etter endt tur.
4. Pådriver for **synliggjøring** i andre kanaler (distribusjon).



# INNSPILL?



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

# Kontakt

**Anders Waage Nilsen**  
Project manager  
Technology & New Media

[anders@ncetourism.com](mailto:anders@ncetourism.com)  
[www.ncetourism.com](http://www.ncetourism.com)



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**

# Hold deg oppdatert!

[www.twitter.com/ncetourism](https://www.twitter.com/ncetourism)

[www.facebook.com/ncetourism](https://www.facebook.com/ncetourism)



Norwegian Centres of Expertise

**NCE Tourism Fjord Norway**