

Hvorfor samles om en felles regional reiselivsstrategi for Hardanger?

- Hardanger – lange tradisjoner i reiselivet og stor utvikling med kjente ikoner i reiselivsverden.
- Hva forventer morgendagens turist og hvordan sikrer vi dagens konkurransekraft?
- Økt lokal sysselsetting, verdiskapning og fruktbare lokalsamfunn.
- Bærekraftig utvikling i alle ledd.
- Styrke økonomien i reiselivsbransjen og tilrettelegge for investeringer i fremtidsrettede løsninger.
- Bevare Hardanger-regionen som en av Norges fremste destinasjoner.



Forprosjekt reiselivsstrategi: Handlingsplan

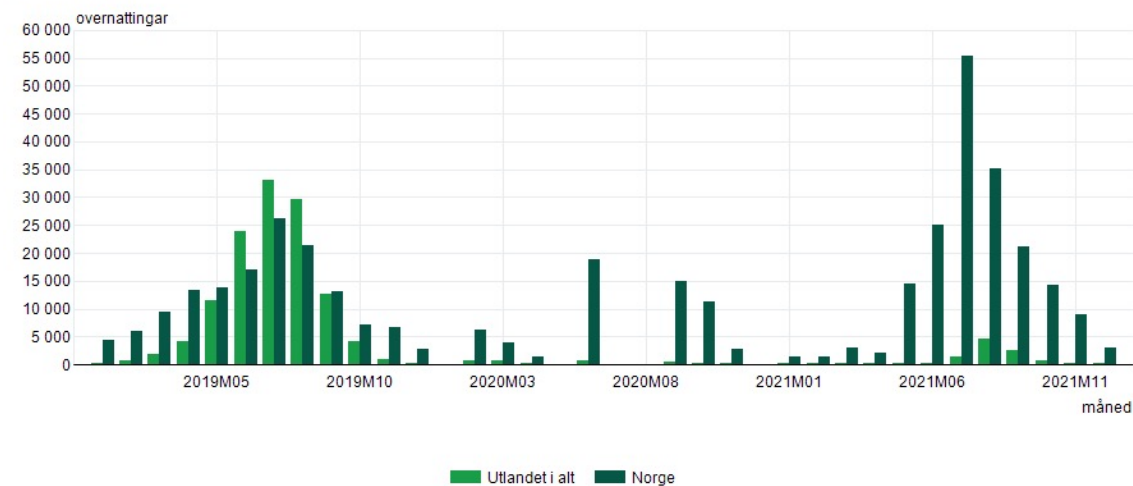
- Innhente nødvendig underlagsinformasjon.
- Utrede hva en god regional reiselivsstrategi skal innbefatte.
- Danne grunnlag for å utvikle en regional reiselivsstrategi for Hardanger-regionen i et hovedprosjekt, inkludert:
 - Hva er dagens situasjon og hvor ønsker vi at reiselivsnæringen skal være på kort/lang sikt.
 - Forankre strategiarbeidet i privat og offentlig sektor i regionen på tvers av kommunene.
 - Etablert referansegrupper som representerer næring og offentlig i regionen.
 - Definere muligheter, trusler og problemstillinger.



Gjestedøgn i Hardanger: 2019 - 2021

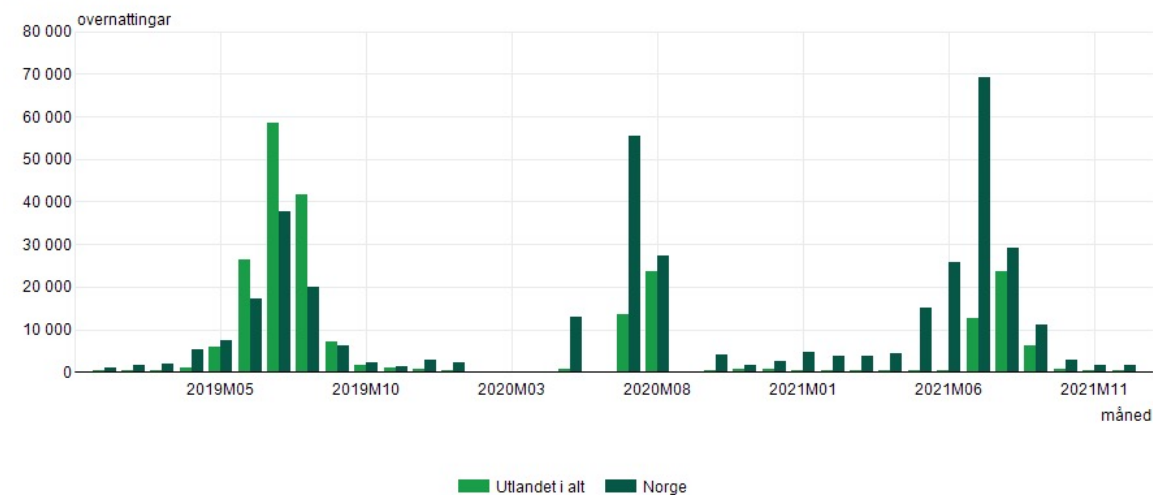
- Før c19 en av de største regionene innen eksportrettet reiseliv med overkant 50 % utenlandske gjester.
- 2019: Næringen omsatte for ca 1,2 milliarder og sysselsatte ca 1100 personer i regionen.
- 2019 - 2021: total nedgang i kommersielle overnatting -20 %.
- Men Hardanger-regionen fikk kraftig vekst i norske overnattinger i samme periode:
 - **Hardanger: + 47,5 %.**
 - Fjord Norge-regionen: + 10 %.
 - Norge totalt: - 2,8 %.
- Økt verdiskapning per gjest under pandemien:
 - Snittpris hotellrom juli 2019: 1356,-
 - Snittpris hotellrom juli 2021: 1758,-
- Men sesongvariasjonene ble forsterket under pandemien.

13152: Overnattingar, etter bustadland og måned. Hardangerfjord, Hotell og liknande overnattingsbedrifter, Overnattingar.



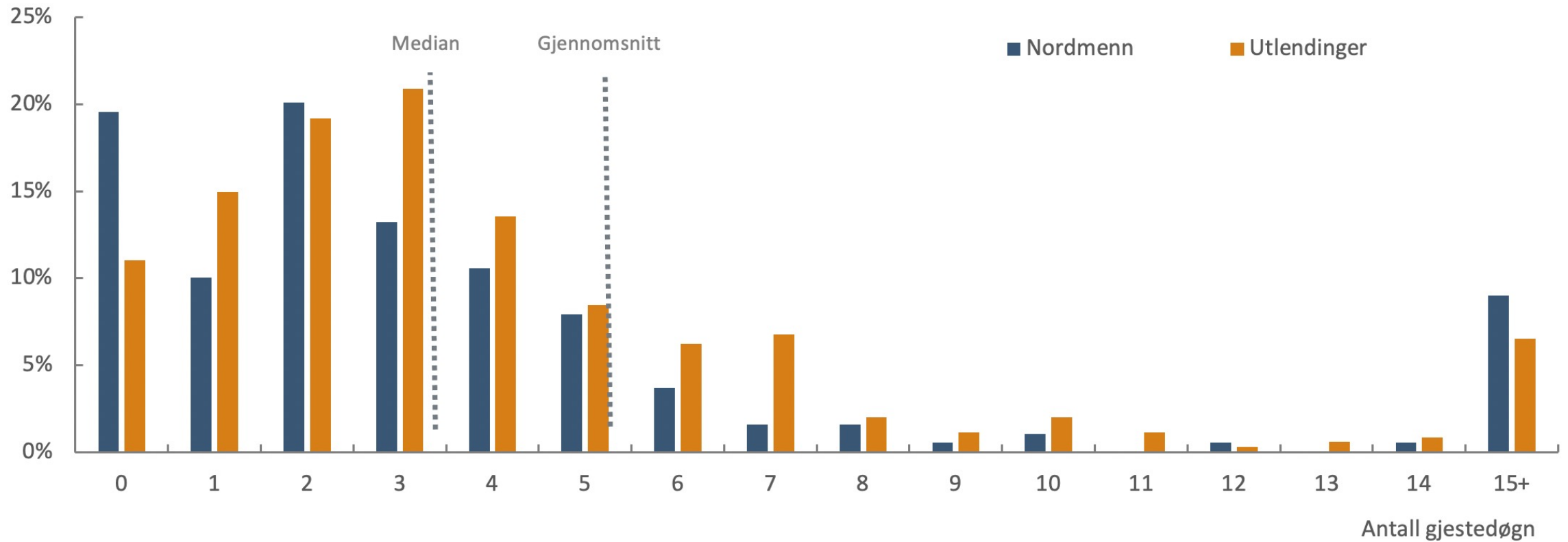
Kilde: Statistisk sentralbyrå

13152: Overnattingar, etter bustadland og måned. Hardangerfjord, Campingplassar, hyttegrender og vandrarheim, Overnattingar.

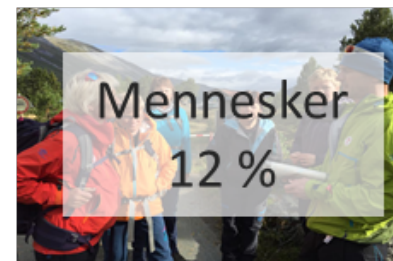


Kilde: Statistisk sentralbyrå

Turistenes oppholdslengde i Hardanger

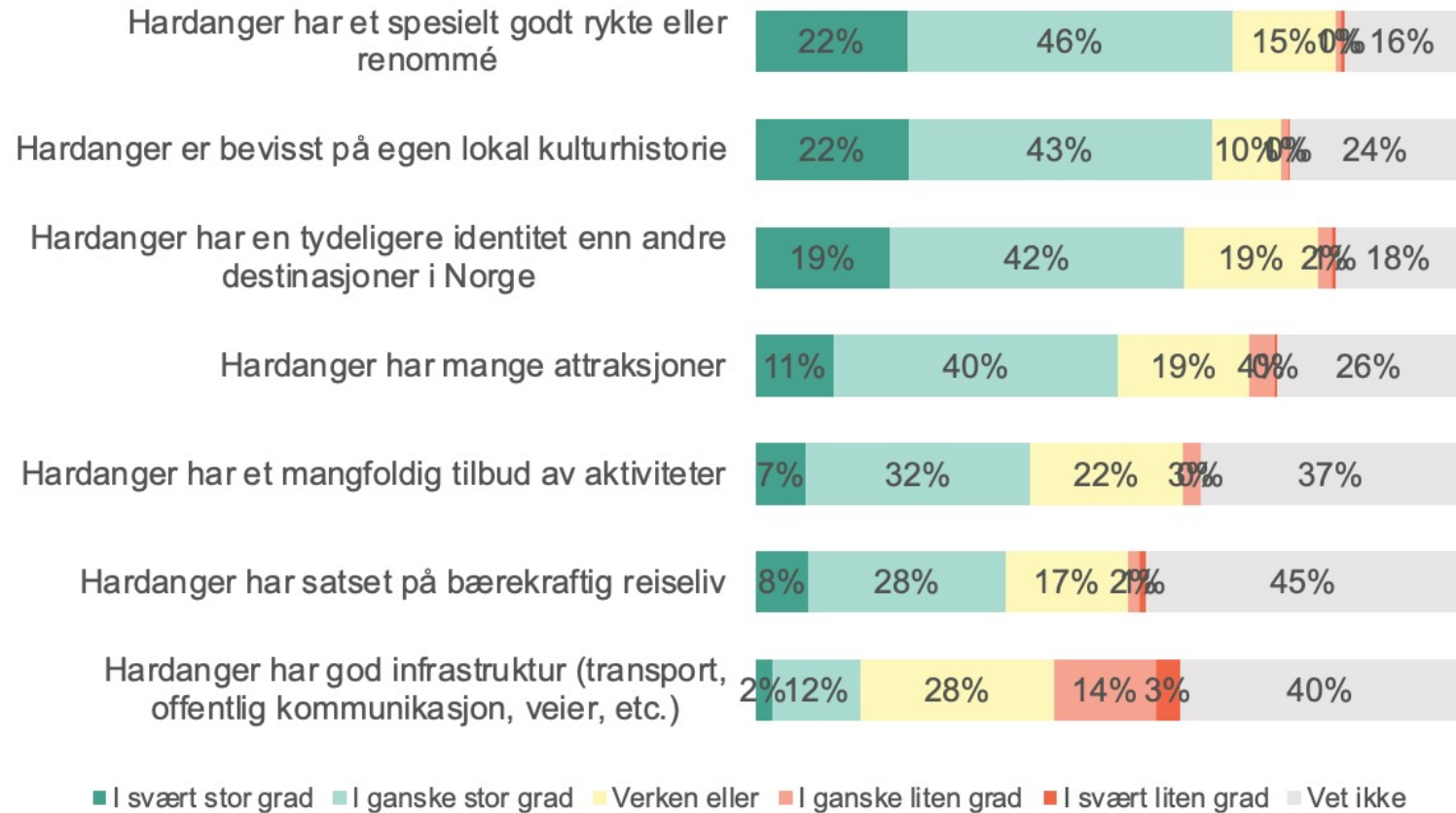


Hva motiverer turistenes reise i Hardanger?



To av tre mener at Hardanger har et godt rykte og er bevisst på egen kulturhistorie

I hvilken grad mener du at Hardanger passer til følgende påstander?



- 68 prosent mener at Hardanger har et spesielt godt rykte. Det kan komme av at Hardanger er bevisst på egen lokal kulturhistorie (65 prosent) og at Hardanger har en tydeligere identitet enn mange andre destinasjoner (61 prosent).
- Det er kun 15 prosent som mener at Hardanger har god infrastruktur. 18 prosent mener at Hardanger ikke har en god infrastruktur. Ytterligere 40 prosent oppgir at de ikke vet.



Hardanger assosieres med epler og annen frukt, natur, sider og sommer

Hjulpne assosiasjoner

Epler	76%
Naturopplevelser	70%
Saft / Sider	68%
Idyllisk	56%
Sommer	53%
Nasjonalskatt	45%
Lokalmat	43%
Reisemål	31%
Historie	31%
Folkemusikk	31%
Unikt	23%
Dyrt	20%
Spennende	16%
Gammeldags	15%
Museum	11%
Vinter	7%
Kjedelig	2%
Ingen av disse	4%

Åpne assosiasjoner

Det åpne spørsmålet ble stilt først.



Informasjonskilder til prosjektet:

- Nasjonalt: Ny nasjonal reislivsstrategi 2021.
- Regionalt: Fjord Norge scenario 2030.
- VHF / Menon: Hardangerturisten 2019.
- VHF: Merkevare Hardanger i sluttfasen, omfattende bakgrunnsmateriale/analyser, 2019-2022.
- VHF / Opinion: Forbrukerundersøkelse norske gjester i Hardanger, 2021.
- VHF / Mimir: Suksesskriterier for vinterturisme, 2021.

