



SOGNEFJORD

Eg er Sognefjord





Administrasjon

Renate Kvåle Hagen - marknadssjef

Benedicte Elisabeth Stedje - salssjef

Håvard Nesbø - digital marknadsførar

Heidi Hauge - reiselivsdirektør

Til samanlikning:

Visit Sognefjord: 211 medlemmar; 4 tilsette

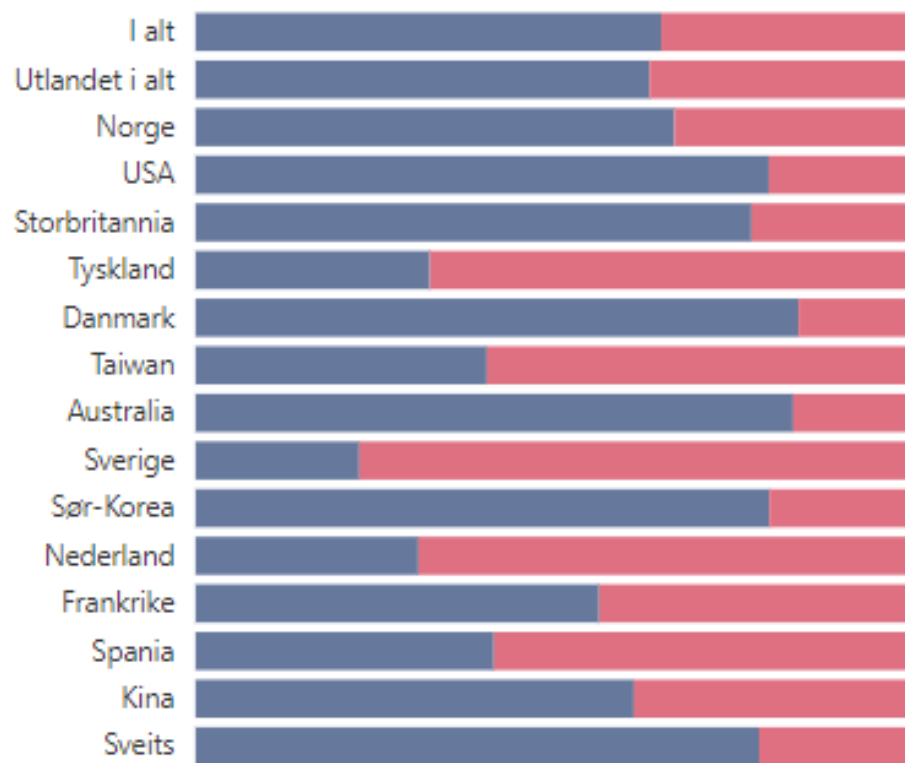
Tromsø: 200 medlemmar: 10 tilsette

Visit Fjordkysten og Sunnfjord: 95 medlemmar; 4 tilsette

Statistikk Sognefjord oktober 2023









Andel overnattinger per innkvarteringstype etter nasjonalitet

● Hotell og lignende overnattingsbedrifter ● Campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem



Sammenligne periode

Alle

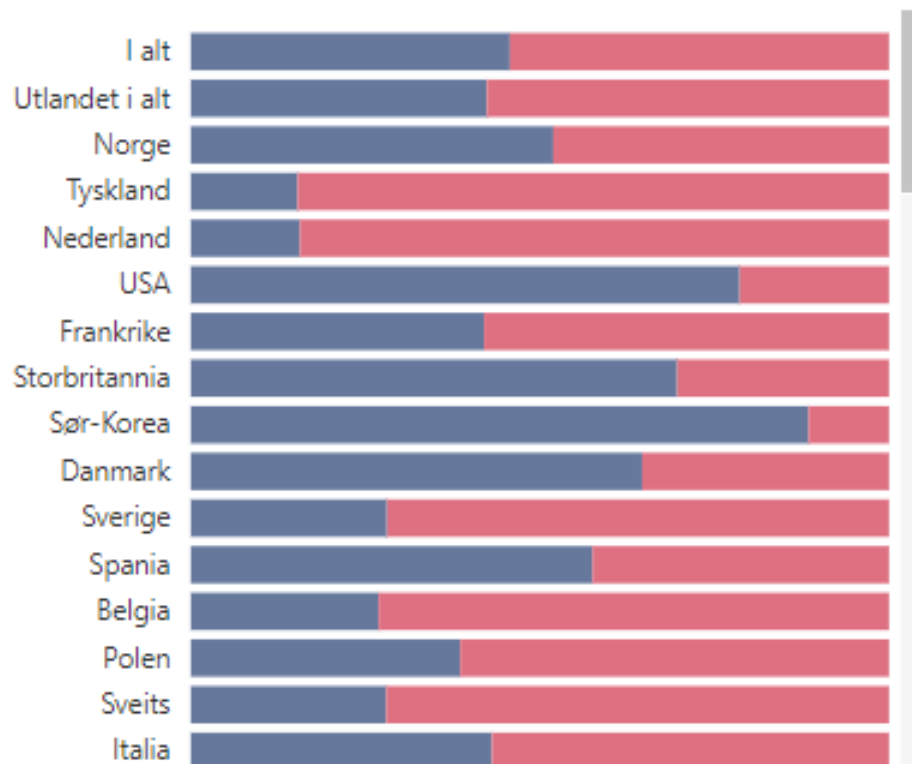
+ Overnattinger	Antall	Sammenligne periode	%-endring	%-andel
I alt	28 318	25 818	10 % ▲	100 %
Utlandet i alt	15 078	9 334	62 % ▲	53 %
 Norge	13 240	16 484	-20 % ▼	47 %
 USA	2 766	1 636	69 % ▲	18 %
 Storbritannia	1 341	904	48 % ▲	9 %
 Tyskland	1 204	1 339	-10 % ▼	8 %
 Danmark	1 157	434	167 % ▲	8 %
 Taiwan	1 005	26	3765 % ▲	7 %
 Australia	849	251	238 % ▲	6 %
 Sverige	626	614	-2 % ▼	5 %

Data merket som konfidensiell i noen Reiselivsregioner vises ikke i denne tabellen

Statistikk Sognefjord januar - oktober 2023









Andel overnattinger per innkvarteringstype etter nasjonalitet

● Hotell og lignende overnattingsbedrifter ● Campingplasser, hyttegrender og vandrerhjem



Sammenligne periode



Alle

+ Overnattinger	Antall	Sammenligne periode	%-endring	%-andel
I alt	774 256	703 287	10 % ▲	100 %
Utlandet i alt	506 501	403 990	25 % ▲	65 %
 Norge	267 755	299 297	-11 % ▼	35 %
 Tyskland	110 033	108 982	1 % ▲	22 %
 Nederland	74 427	76 183	-2 % ▼	15 %
 USA	63 689	40 082	59 % ▲	13 %
 Frankrike	29 340	23 460	25 % ▲	6 %
 Storbritannia	27 133	16 025	69 % ▲	5 %
 Sør-Korea	22 784	5 096	347 % ▲	4 %
 Danmark	22 507	14 577	56 % ▲	4 %

Data merket som konfidensiell i noen Reiselivsregioner vises ikke i denne tabellen

Sognefjord 2023 mot 2019

Overnattinger

Land	Overnattinger	Antall	Sammenlignede periode	%-endring	%-andel
	I alt	774 256	743 895	4 % ▲	100 %
	Utlandet i alt	506 501	498 286	2 % ▲	65 %
	Norge	267 755	245 609	9 % ▲	35 %
	Tyskland	110 033	101 348	9 % ▲	22 %
	Nederland	74 427	58 600	27 % ▲	15 %
	USA	63 689	53 987	18 % ▲	13 %
	Frankrike	29 340	21 328	38 % ▲	6 %
	Storbritannia	27 133	21 171	28 % ▲	5 %
	Sør-Korea	22 784	28 239	-19 % ▼	4 %
	Danmark	22 587	13 869	63 % ▲	4 %
	Sverige	20 995	19 718	6 % ▲	4 %
	Spania	19 479	19 722	-1 % ▼	4 %
	Belgia	18 094	13 747	32 % ▲	4 %
	Polen	10 783	7 345	47 % ▲	2 %
	Sveits	9 880	9 396	5 % ▲	2 %
	Italia	9 091	7 876	15 % ▲	2 %
	Australia	8 435	9 335	-10 % ▼	2 %



Størst prosentvis auke i utanlandske gjestedøgn i september i Norge!








Sognefjord: +32%

Lofoten: + 22%

Stavanger: +22%

Bergen: + 18%

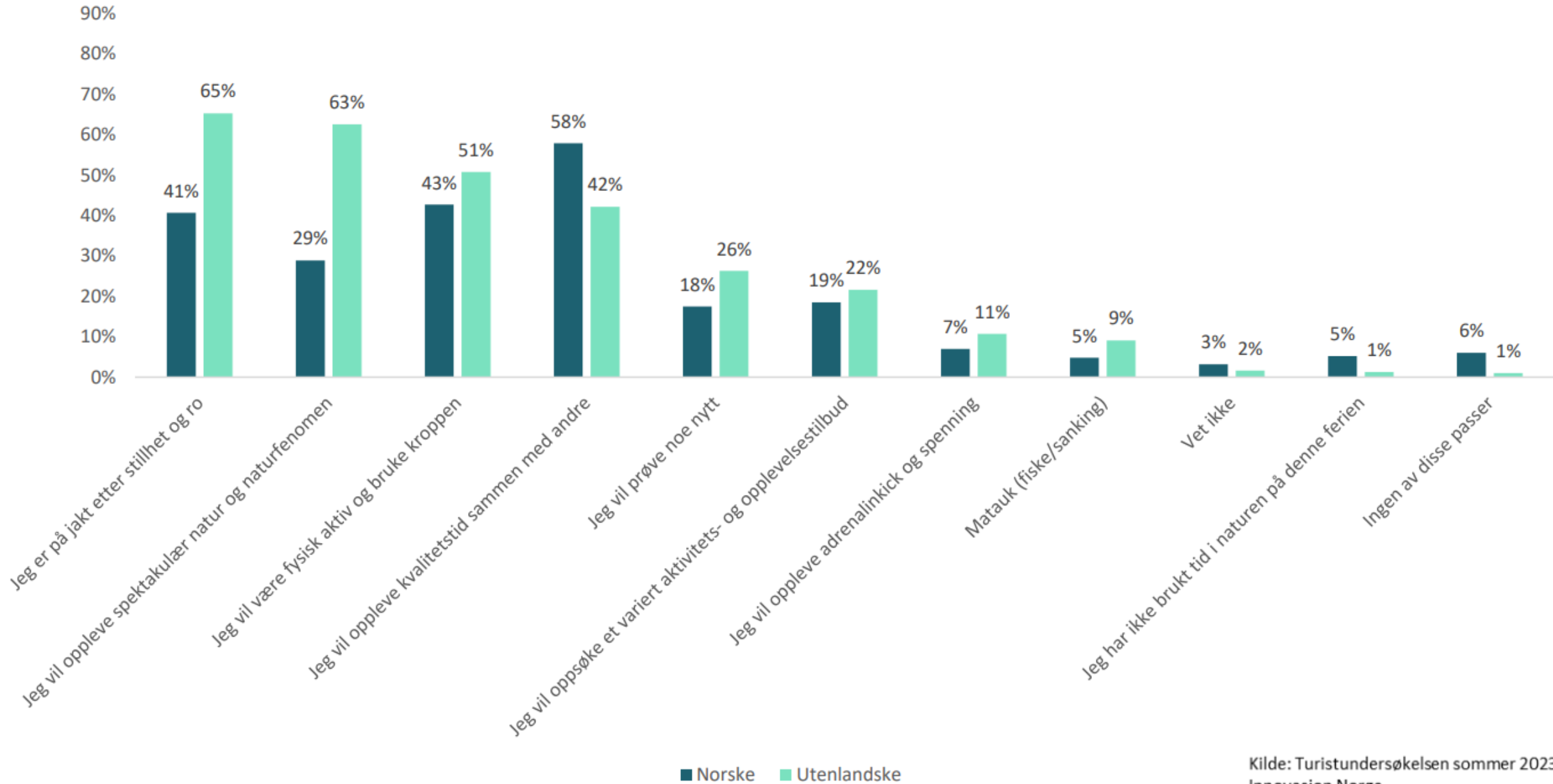
Oslo: +17%

	+ Overnattinger	Antall	Sammenlign periode	%-endring	%-andel
	I alt	71 265	66 502	7 % ▲	100 %
	Utlandet i alt	44 663	33 769	32 % ▲	63 %
	Norge	26 602	32 733	-19 % ▼	37 %
	USA	8 093	5 687	42 % ▲	18 %
	Tyskland	7 966	8 507	-6 % ▼	18 %
	Nederland	3 861	4 360	-11 % ▼	9 %
	Storbritannia	3 789	2 332	62 % ▲	8 %
	Sør-Korea	2 780	757	267 % ▲	6 %
	Sverige	2 025	1 635	24 % ▲	5 %

64

millioner europeere
vurderer å reise til
Norge i løpet av de
neste tre årene.

NÅR DU TILBRINGER TID UTE I NATUREN PÅ DENNE FERIE I NORGE, HVILKE AV FØLGENDE BESKRIVELSER PASSER BEST FOR HVA DU ER UTE ETTER?





B2B Salgstiltak 2023

- ✓ 287 møter (alle sendt salgsrapport på, fulgt opp og lagt i CRM)
- ✓ 28 visningsturer
- ✓ 13 internasjonale workshops
- ✓ 11 nyhetsbrev
- ✓ 4 webinarer (siste med over 70 TO a 45min!)
- ✓ Turoperatørbesøk i Tyskland med medlemsbedriftene

SoMe

- Daglege organiske postar = vi bygger solide kontoar.
- VS postar like ofte som VN og oftare enn dei fleste andre destinasjonsselskapa.
- Me har ein estimert reach på om lag **23 mill unike personer** i 2023 organisk. Me har eit resultat om lag **17 mill personer** gjennom annonser.
- Tal som har dobla seg frå fjoråret, men med same kostnad.



Presseturar

- Tett samarbeid med Innovasjon Norge og Fjord Norge
- Potensielt nedslagsfelt på mange millionar lesarar
- Amerikanske, Travel + Leisure og Forbes
- Franske Yonder
- Irish Independent
- KLM sitt byrå i Nederland og Springfulness kampanjen.
- Synfaring med 2 større utanlandske filmproduksjonar (Netflix og ein amerikansk spelefilm)



Dette er journalistene:
Sandra MacGregor - Forbes Travel - [Travel \(forbes.com\)](https://www.forbes.com)
Pierre Gautrand - [Yonder.fr](https://www.yonder.fr) [YONDER | Les meilleurs hôtels, restaurants, adresses](https://www.yonder.fr)
Sabrina Quartieri - www.ilmessaggero.it
Scilla Nascambini - Itinerari E Luoghi - www.itinerarieluoghi.it



Norway's fjords are peppered with charming, picturesque towns. (2021)

Norway's majestic fjords are famous for a reason. No other country in the world can match Norway when it comes to the breathtaking natural beauty of its legendary landscapes. Adding to the experience is that these picturesque landscapes are peppered with charming fjord towns that showcase Norwegian culture and provide unforgettable experiences.

Onze volgende stop was Hønefjord, het smalste fjord van Noorwegen: 17 kilometer lang en op het smalste stuk slechts 250 meter. Hier is een wilde arm van het beroemde grote Jostedal-fjord en staat op de wereldkaart het dorpje van Lierhus. Je kunt er met een ferry overtoeren varen, of met een kano erop vanaf het plaatsje Gudvangen. Wij lieten een stukje verdomp op de camping en maakten wat uitstapjes naar de Flåm-trein en het dorpje Lindrebot.



Veel. Elke vijf minuten op vijf wilde planten, in het Noorwegen. Maar daar moeten ze alleen maar het praktisch is en is er nauwelijks verandering van industrie of landbouw. Resultaat: unieke zoetwater biodiversiteit.

Het verschil met ons land is uitzonderlijk. In Noorwegen ragen we op alle planten insecten. Ze zijn vanuit de lucht lang de brem zovond, zagen we op elke engelwortel of valgevoet een honnet acharmen. 20% in de ragen hangen de massaal onderaan beembommen te schuilen, wachtend op zonnestralen om weer verder te gaan met netter en stufmel verzamelen, geconcentreerd in de bloemknop direct boven hun hoofd.



Home / Life / Travel
'Do you feel small yet?' – new route to Bergen brings Norway's fjords within a direct flight of Dublin Airport

A new flight takes visitors to Bergen, a colourful and compact city that's a gateway to adventures along breathtaking inlets



Marknadstiltak 2024

- Sognefjordguide
- Diverse annonsering i temabaserte publikasjonar
- Ny web portal
- Kart
- Hiking og new season brosjyrer
- Fjordmap.no
- Dagleg SoMe posting
- Annonsering SoMe, andre digitale flater
- Online annonsering bookbare produkt
- Bildebank
- Filmproduksjon
- Presseturar



Skal destinasjon Sognefjord løftast vidare opp og fram?

- Internasjonale salstiltak har ein kostnad som har auka med 50% siste året
- Skal vi oppretthalde samme nivå?
- Skal vi satse eller flyte på suksessen?

Vi vil satse!

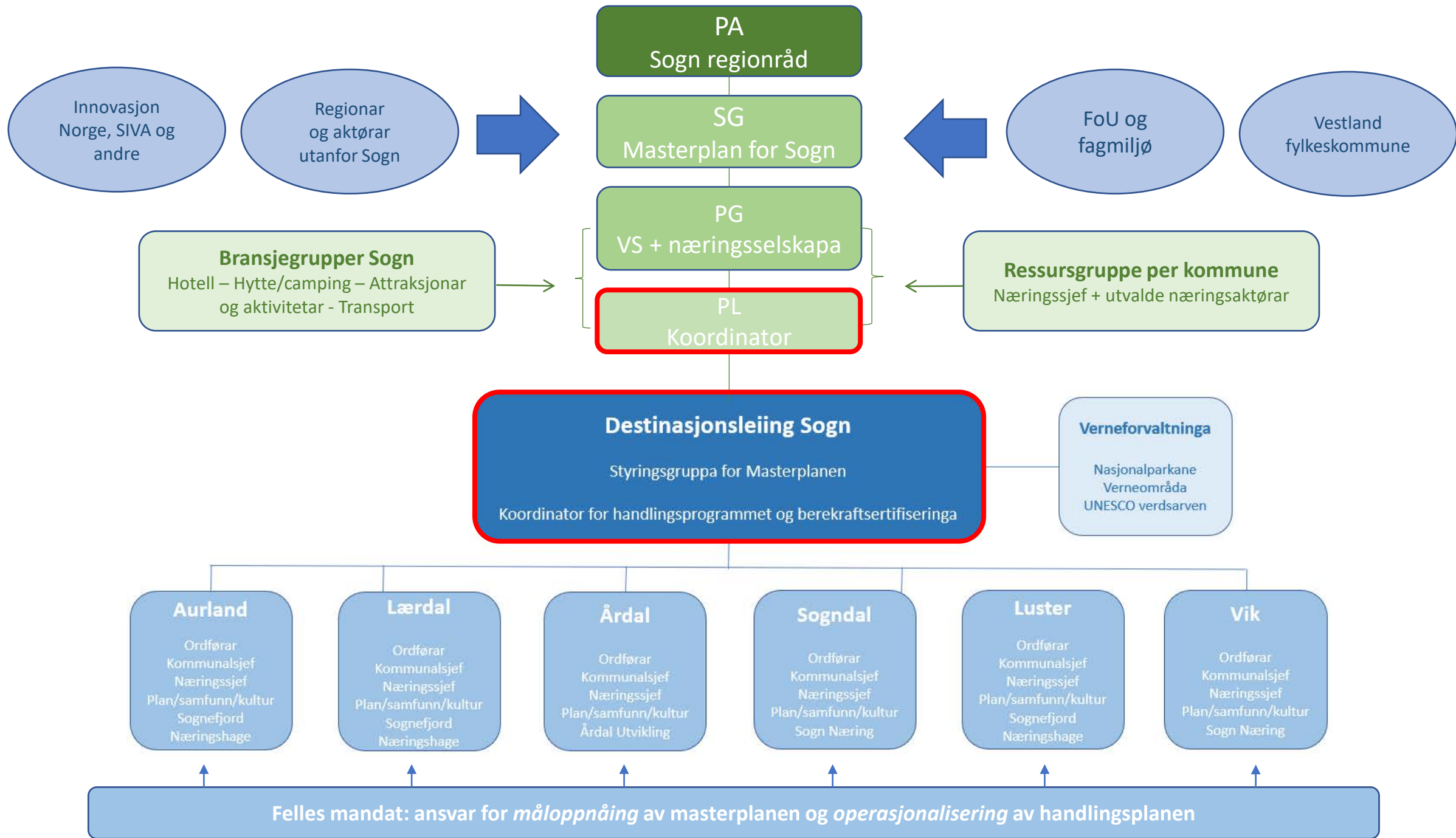
Då treng vi auka tilskot frå kommunane og frå næringa



Sogn som reisemål mot 2030

Masterplan for reisemålet
Sogn er det overordna
styringsdokumentet
for arbeidet med å utvikle
reisemålet for framtida.







Mangfoldig

Sterke på involvering og breidde

HEILE SOGN

Støtt

Sterke på formidling av natur, kultur og historie

HEILT EKTE

Inkluderande

Sterke på vertskapsrolla og samhandling

HEILE ÅRET



1.5 Posisjon



Sogn skal vere det fremste reisemålet som utvikler reiselivsnæringa på lokalsamfunna, naturen og kulturhistoria sine premisser.

Det skal ein gjere gjennom å involvere lokalsamfunna i utviklingsarbeidet, og bidra til å fremje kunnskap om naturmangfald og kulturarv. Posisjonen skal fremjast gjennom tre prinsipp

Ta i bruk heile Sogn

- Syte for at reiselivet bidreg til utvikling av gode lokalsamfunn
- Vere proaktiv på tilrettelegging og infrastrukturtiltak

Vere heilt ekte

- Gjere formidling ein viktig del av vertskapsrolla
- Drive systematisk kvalitetsutvikling av opplevingane

Vere open heile året

- Satse på heilårsaktivitetar og -tilbod i utviklingsarbeidet
- Syte for å ha infrastruktur tilpassa alle årstidene

Sogn skal stå fram som eit av dei fremste reisemåla i verda og "indrefiletet" av det norske fjordlandskapet med utgangspunkt i nokre av dei vakraste natur- og kulturlandskapa i verda, tettleiken av levande fjordbygder og mangfaldet av aktivitetar, UNESCO verdsarven, nasjonalparkane, den lengste fjorden, den største breen, dei høgste fjella og dei fremste attraksjonane som mellom anna stavkyrkjene, Flåmsbana og dei nasjonale turistvegane.



Sogn skal stå fram som eit av dei fremste reisemåla i verda og det beste av norsk fjordlandskap



1.6 Kva me skal oppnå - overordna mål

Reisemålet Sogn skal utviklast innanfor rammene av desse overordna måla:

VERDISKAPING

Syssettinga og verdiskapinga i reiselivet aukar med minst 5% i året i perioden, og reiselivet er av dei fem viktigaste næringane ei alle fjordbygdene i Sogn mål i syssetting og omsetning.

BESØKSFORVALTNING

Det er etablert definerte tålegrensar for besøk og system for besøksforvaltning og trafikkstyring for heile regionen.

MILJØ

Sogn er best i verda på lokalsamfunns- og naturbasert reiseliv
Klimautsleppa frå reiselivet i Sogn skal reduserast med 50% innan 2030.

DIGITALISERING

Reisemålet Sogn er fremst i verda på å bruke digitale løysingar og ny og nyttig teknologi

KVALITET

Det er utvikla forpliktande kvalitetsprogram for alle ledd i reiselivet

OMSETNING

Den svakaste månaden skal vere minst 50% av den sterkaste månaden målt i tal besøkande og omsetnad, og forbruket per gjest skal auke med minst 25% innan 2030.

1.7 Vegene til målet - prioriterte strategiar

For å nå dei overordna måla må det etablerast forpliktande partnerskap mellom dei ulike aktørane som til saman utgjør reisemålet Sogn.

Masterplanen peikar på tre prioriterte strategiar, som på kvar sitt vis bidreg til å nå måla:

1. UTVIKLE FELLESRESSURSANE	
A: Natur	Ta vare på sårbar natur, og jobbe systematisk med styrt tilrettelegging gjennom kommunale planar i tråd med forvaltningsplanar og besøksstrategiar for verneområda
B: Kultur	Løfte fram og utvikle kulturverdiane i heile regionen
C: Infrastruktur	Utvikle infrastruktur som aukar opplevingsverdien, tek vare på lokalsamfunna og naturen og som gjev inntekter som kan reinvestereast i meir infrastruktur
D: Datadreven forvaltning	Ta eigarskap til korleis Sogn skal eige og bruke data
2. UTVIKLE NÆRINGA	
A: Næringa	Målretta utviklingsprogram for aktivitetar, attraksjonar og overnatting
B: Mat og drikke	Sette i system og løfte opp eit samanhengande arbeid med mat- og drikkeregionen Sogn
3. UTVIKLE VERKTØYA OG RAMMENE	
A: Miljø	Forvalte statusen som berekraftig reisemål og sertifisere næringa og kommunane
B: Kompetanse	Legge til rette for kontinuerleg kompetanseheving for aktørane i reiselivet
C: Teknologi	Ta tidleg i bruk ny teknologi som er nyttig for reisemålet
D: Samhandling og påverknad	Syte for at reiselivet i Sogn er med å sette nasjonal dagsorden på reiselivsutvikling gjennom sterkt regionalt samarbeid, nyttig forskings- og utviklingsaktivitet og strategisk politisk verksemd
E: Profilering, marknadsføring og sal	Vere i front på å ta i bruk nye metodar for marknadsføring og sal, og forvalte ein tydeleg profil og ei sterk merkevare for Sogn

Strategi - Utvikle fellesressursane

2.1.1 Delstrategi - Utvikle og forvalte naturen

Overordna mål

Ta vare på sårbar natur, og jobbe systematisk med styrt tilrettelegging gjennom kommunale planar, i tråd med forvaltningsplan og besøksstrategi for verneområda i Jotunheimen og Utladalen, Nærøyfjordområdet, Stølsheimen, Breheimen og Jostedalbreen og gjennom partnerskapsarbeid.

Utfordringar

- Manglande tilrettelegging for ferdsel skapar unødig slitasje på naturen
- Mangel på trafikkstyring skapar logistikkutfordringar på enkeltpunkt og for låg trafikk på andre
- Fråvær av infrastruktur og kommersielle aktørar gjev lite midlar til å drive vidareutvikling og tilrettelegging

Effekt mål

- Verdiskapinga basert på naturressursane har auka
- Trafikken er spreidd ut over regionen
- Trafikkstyring med særleg vekt på å unngå ferdsel i sårbare naturområde med vekt på naturtypar og artar.

2.1.1 NATUR

- God i
 - Konfl redus
- Mål: ta vare på sårbar natur, og jobbe systematisk med styrt tilrettelegging gjennom kommunale planar, i tråd med forvaltningsplan og besøksstrategi for verneområda i Jotunheimen og Utladalen, Nærøyfjordområdet, Stølsheimen, Breheimen og Jostedalbreen og gjennom partnerskapsarbeid.

TILTAK	INVOLVERTE	VS	PROSESS	PROSJEKT	PRIORITET
2.1.1 NATUR					
HA1 Besøksforvaltning					
T1: Etablere faste møteplassar	Komm, næring, VS, VO	X	X		2022 - 2023
T2: Regional plan for besøksforvaltning	VO, komm., VS			X	2025 - 2027
T3: Etablere regionalt friluftsråd	Komm, VO			X	2028 - 2030
T4: Definere tålegrenser og målesystem – Fellesgodeprosj.	Komm, VO, VS			X	2023 - 2024
T5: C3-2 og 3-3: oversikt/planar for formidling og bruk	Komm, VO			X	2023 - 2024
T6: C2-1 landskapsanalysar om verdi og bruk – lag retn.linj.	VO, komm			X	2025 - 2027
HA2 Utvikle det tilrettelegde turstinettet i Sogn					
T1: Masterplan for utvikling av heilårleg løypenett	Komm, VO			X	2025 - 2027
T2: Organisering/samkøyring av sti-og løypenettet	Komm, VO			X	2023 - 2024
HA3: Informasjon om- og reglar for skånsom ferdsel					
T1: Utarbeide standardar/malar og informere fysisk/digital	Komm, VO, VS			X	2022 - 2023

HA 1

Besøksforvaltning

Resultat

Sogn får gode skussmål i årsrapporten til verneområda og verdsarvparken

• Etablere faste møteplassar mellom kommunane, næringa, reismålselskapet og forvaltninga

• Lage regional plan for

HA 2

Utvikle det tilrettelegde turstinettet i Sogn

Eit saman-hengande stinett i heile Sogn som er bygd etter gjeldande standard for god tilrettelegging, og i størst mogeleg grad med universell utforming

• Lage masterplan for utvikling av heilårs løypenett for kvar kommune i Sogn

• Etablere standard for best practice

HA 3

Gje informasjon om sårbar natur og lage reglar for skånsom ferdsel

Alle stiar og løyper gjev god og grundig informasjon om sårbar natur i det aktuelle området, og om gjeldande reglar for skånsom ferdsel

• Vurdere organisering av informasjonsarbeidet knytt til sårbar natur og skånsom ferdsel, og følgje opp konklusjonane

og malar

on vert og digitalt

Strategi - Utvikle fellesressursane

2.1.2 Delstrategi - Utvikle og forvalte kulturverdiene

Overordna mål

Kartlegge, løfte fram, ta vare på og utvikle kulturverdiene i heile Sogn som ressurs for reiselivsutviklinga.

Utfordringar

- Kulturminna manglar midlar til å bli sett i stand, tekne vare på og formidla til publikum
- Det er i for liten grad skapt gode koplingar mellom reiseliv og kultur
- Den immaterielle kulturarven i liten grad gjort tilgjengeleg og helde i hevd

Effekt mål

- Auka merksemd rundt den lokale materielle og immaterielle kulturarven
- Sogn er eit anerkjent reise mål for kulturopplevingar
- Verne- og restaureringsarbeidet vert styrka gjennom auka tilrettelegging, bruk og inntekter

- Ta i bruk og i reiselivet
- Nytte mate kulturminn reiselivspro
- Utvikle og i bruke d

HA 1

Kartlegging

Resultat

Gjennomarbeid kunnskapsgrunnlag som beskriv status og omfang av kulturressursar i Sogn

- Bestille statusrapport som dekker heile Sogn
- Vurdere oppfølging basert på kunnskapsgrunnlaget, og følge opp konklusjonane

HA 2

Vern gjennom bruk

Ferdig utarbeide besøksforvaltningsplanar for alle stadar og område der det er relevant.

- Avklare status og behov for nye og/ eller oppdaterte planar
- Utarbeide besøksforvaltningsplanar, og arbeidsgrupper mellom dei som jobbar med desse

HA 3

Organisere utviklingsarbeidet i grensesnittet mellom kultur og næring

Etablert plan og organisering for regional utvikling av kulturnæring, og gjennomført planlagde prosjekt.

- C1-1 og 2: utvikle plan for formidling og aktiv bruk av materiell- og immateriell kultur og kulturarv, og avklare organisering og følge opp konklusjonane
- Vurdere og avklare organisering og følge opp konklusjonane

2.1.2 KULTUR

Mål: kartlegge, løfte fram, ta vare på og utvikle kulturverdiene i heile Sogn som ressurs for reiselivsutviklinga.

TILTAK	INVOLVERTE	VS	PROSESS	PROSJEKT	PRIORITET
2.1.2 KULTUR					
HA1 Kartlegging					
T1: Statusrapport for Sogn – kartlegge per kommune	Komm, VS, VO	X		X	2022 - 2024
HA2 Vern gjennom bruk					
T1: Lage besøksforvaltningsplanar (etter kartlegginga)	Komm, VO, VS			X	2025 - 2027
HA3: Organisere utviklingsarbeidet kultur/næring					
T1: Avklar organisering og etablere møteplassar	Komm, VO, næring, VS	X	X		2022 - 2023
T2:C1-1 og 2: plan for formidling og bruk av kultur	VS, VO	X	X		2022 - 2023
T3: Sette kurs- og kompetansehevingsarbeidet i system	NS + VS	X	X		2023 - 2024
T4: Årleg seminar om kultur/næring med nasj. målgruppe	Komm, NS, VO, VS			X	2025 - 2027

Strategi - Utvikle fellesressursane

2.1.3 Delstrategi - Offentleg infrastruktur

Overordna mål

Etablere ein samanhengande infrastruktur for besøkande og fastbuande som bidreg til ei god oppleving av staden.

Utfordringar

- Tilreisande skapar press på den offentlege infrastrukturen for parkering, skilting, toalett, renovasjon, vegstrukturar og ikkje-kommersiell overnatting
- Infrastrukturutviklinga krev samhandling og organisering på tvers av kommune-grensene med tydeleg forankring i kommuneplanane og avklaring av drift og administrasjon
- Rutenetet for offentleg transport i regionen er trua av reduksjon og endringar i tilbodet

Effekt mål

Auka status og attraktivitet som reisemål og buområde med betre lokal og regional informasjon, offentleg servicetilbod og transport til gode for tilreisande og fastbuande.

Det vert teke omsyn til landskapets fysiske og visuelle integritet ved gjennomføring av bygg- og anleggstiltak Det vert teke omsyn til landskapets fysiske og visuelle integritet ved gjennomføring av bygg- og anleggstiltak.

Moglegheiter

- Gi Sogn ein sterk posisjon som tilrettelagt reisemål ved utvikling- og tilrettelegging av servicetilboda, infrastruktur og transportløysingane med reduserte konflikter knytt til naturmangfald og grunneigarinteresser
- Ta posisjon på nye løysingar for fellesgodeforvaltning og -finansiering kan gi betydelege inntekter for vidare infrastrukturutvikling
- Nytte ny teknologi og endra reiseåtfærd i arbeidet med å utvikle reiselivet i Sogn



HA 1

Rutetilbod og mobilitet

Resultat
Betre offentleg og kommersielt rutetilbod, rutekoplingar og miljøvennlege mobilitetsløysingar med universell utforming i heile Sogn

- Tiltaksområde**
- Identifisere og prioritere utvikling av ruteutfordringar og rutekoplingar
 - Sikre større vekt på reiseliv i RTP og anbodskriteria for offentleg og kommersiell rutedrift
 - Etablere incentiv og krav for miljø- vennlege løysingar og universell design, og legge til rette for- og bidra til å utvikle gode og miljøvennlege mobilitetsløysingar med universell utforming
 - C4-4: tiltak for å redusere utslepp frå transport til- og innan Sogn

Ansvar & deltakarar
Ansvar: K/VS
Deltakarar: FK, N

HA 2

Informasjon og booking

Felles forenkla informasjon og booking.

- Påverke til samarbeid for å s... av opne data og samordning
- Etablere dialog med fylkesk... FN og næringa om strategi... booking felles billettering
- Påverke til forbetring av digi... informasjons- og bookinglo...

Ansvar: VS
Deltakarar: FK, K

HA 3

Tilrettelegging av vegnett, hamner og lufthamn

Betre vegnett og regularitet heile året, betre og meir berekraftige hamner og lufthamn

2.1.3 INFRASTRUKTUR

Mål: etablere ein samanhengande infrastruktur for besøkande og fastbuande som bidreg til ei god oppleving av staden.

TILTAK	INVOLVERTE	VS	PROSESS	PROSJEKT	PRIORITET
2.1.3 INFRASTRUKTUR					
HA1 Rutetilbod og mobilitet					
T1: Identifisere og prioritere utfordringar og moglegheiter	VS, komm, næring, VF	X	X		2022 - 2024
T2: Innspel til NTP – sikre reiselivsomsyn	VS, komm, VF	X	X		2023 - 2024
T3: Pådrivarrolla – incentiv, krav og tiltak for lågare utslepp	VS, komm, VF (C4-4)	X	X		2023 - 2024
HA2 Informasjon og booking					
T1: Pådrivarrolla for datadeling og forenkla info./booking	VS, VF	X	X		2023 - 2024
HA3: Tilrettelegging av vegar, hamner og lufthamn					
T1: Kartlegge og prioritere tiltak – vedlikehald, rydding mm.	Komm, VS, VF/VV	X	X		2022 - 2024
T2: Pådrivarrolla for cruisehamn- og lufthamn utvikling	Komm/NS, næring, VS	X	X		2022 - 2024
HA4: Lokal og regional infrastruktur og lokalsamf.utvikling					
T1: Sikre reiselivsomsyn inn i planverket og forvaltninga	VS, komm, VF	X	X		2022 – 2024
T2: Kartlegge og prioritere infrastrukturtiltak per kommune	Komm/NS, VS + VO		X	X	2022 - 2024
T3: Tilrettelegging av område for aktivitet, berekraft mm.	Komm/NS, VF, VS			X	2025 - 2027
T4: Avklare og etablere modell for org/eigarskap/finans	Komm/NS, VS			X	2023 - 2024
T5: Fellesgodeprosjektet – finansiering og trafikkstyring	VS, komm			X	2022 - 2024
<i>Merk: T2 er knytt til indikatorane C4-4 og C4-8</i>					
HA5: Beredskap					
T1: Kartlegge og lage plan for «blålysetatane» og beredskap	Komm, VF (VS initiere)		X	X	2023 – 2024
T2: D8-2: etablere system og rutinar for overvåking og forebygging	Komm, VF (VS initiere)		X	X	2025 - 2027

HA 5

Beredskap

Betre offentleg beredskap og servicetilbod for «blålysetatene».

utvikling
rutinar for å
rapportere
nalitet
ika midlar til
inar

Strategi - Utvikle fellesressursane

2.1.4 Delstrategi - Datadriven forvaltning og utvikling

Overordna mål

Ta eigarskap til offentlege og tilgjengelege data for å få innsikt til bruk i vidare utviklings- og forvaltningsarbeid

Utfordringar

- Uoversikleg og uavklart landskap i dag
- Krev mandat frå fleire, og nye ressursar som ikkje finst i dag
- Komplisert juridisk og praktisk

Effekt mål

Betere produkt, tenester og tilrettelegging i heile regionen

Moglegheiter

- Vil endre føresetnadane for å drive god besøksforvaltning
- Ny og verdifull innsikt i kva som er utfordringane

HA 1

Kartlegge og avklare organisering og drift av datastruktur for innhenting av kundedata

Resultat Etablert struktur og organisering for dataeigarskap delingsstruktur

Tiltaksområde

- Avklare roller og ansvar opp mot kommunane, næringa og andre dataeigarar
- Definere tydelege mål og rammer for arbeidet
- Følgje opp og sette i verk anbefalingane frå punkta over
- Bruke data til å utvikle besøksforvaltning, produkt og tenester inklusiv løysingar for brukarbetaling, administrasjon av fellesgode og trafikkstyring

2.1.4 DATADREVE FORVALTNING OG UTVIKLING

Mål: ta eigarskap til offentlege og tilgjengelege data for å få innsikt til bruk i vidare utviklings og forvaltningsarbeid

TILTAK	INVOLVERTE	VS	PROSESS	PROSJEKT	PRIORITET
2.1.4 DATADREVE FORVALTNING OG UTVIKLING					
HA1 Kartlegge og avklare org. og drift av struktur for innhenting av kundedata					
T1: Avklare prosess for datainnhenting, eigarskap og drift	VS, komm, næring, VF	X	X		2022 - 2024
T2: Bruke data til besøksforvaltning, produktutv. og info.	VS, komm, VF			X	2025 - 2027

Strategi - Utvikle verktøya og rammene

2.3.1 Delstrategi - Forvalte statusen som bærekraftig reisemål

Overordna mål

Sogn er føregangsregion i landet på utvikling av eit bærekraftig reisemål, og har sikra god forankring og deltaking på tvers av sektorane med 50% reduksjon av regionale klimautslepp innan 2030 og natur- og reiselivsopplevingane skal utviklast med bakgrunn i kompetansen om tåleevna for natur, kultur og lokalsamfunna.

Utfordringar

- Utydelege føringar for kva som skal til for å bli bærekraftig
- Ulike syn på kva som er bærekraftig og i kva grad det er viktig
- Krevjande å forankre og informere om berekraftsarbeidet

Effektmål

- Aktørane i Sogn er i leiinga i bruk av ny miljøvenleg teknologi
- Tydeleg medvit rundt bærekraft i alle delar av samfunnet i Sogn
- Sogn er nasjonalt og internasjonalt anerkjent som bærekraftig reisemål med tydeleg fokus og profil knytt til bærekraft og kvalitet

Moglegheiter

- Bygge Sogn si truverd som bærekraftig reisemål og ta ein leiande posisjon hjå besøkande som er opptekne av miljø, bærekraft og kvalitet
- Sogn har gode føresetnadar for å vere bærekraftig med utgangspunkt i rein energi og levande fjordbygder
- Tydeleg berekraftsarbeid vil auke attraksjonskrafta til nye og eksisterande aktørar og heve kvaliteten på alle delar av produkt- og tenesteporteføljen



HA 1

Miljøsertifisering og miljøpolicy

Resultat
Alle reiselivsbedriftene, arrangementa og kommunane er sertifiserte og/eller har utvikla ein miljøpolicy og reisemålet har ein handlingsplan for berekraftig reiselivsutvikling

HA 2

Kommunisere berekraft og samfunnsansvar

Sogn er kjent som ein av dei mest berekraftige reisemåla i Noreg

HA 3

Vektlegge berekraftige marknader og målgruppe

Lenger opphaldstid og auka del kortreiste besøkande

HA 4

Involvare lokalsamfunna

Resultat
Involvare lokalbefolkninga og gjestene og styrke omdømme.

HA 5

Måle transport til- og innan reisemålet

Oversikt over type transport og utslepp til- og innan Sogn

HA 6

Utsleppsreduksjon

Rutiner og tiltak som bidreg til reduserte utslepp, energiforbruk og avfall

2.2.3 FORVALTNING SOM BEREKRAFTIG REISEMÅL

Mål: Sogn er føregangsregion i landet på utvikling av eit berekraftig reisemål, og har sikra god forankring og deltaking på tvers av sektorane med 50% reduksjon av regionale klima- og natur- og reiselivsutviklingane skal utviklast med bakgrunn i kompetansen om tåleevna for natur, kultur og lokal-samfunna.

TILTAK	INVOLVERTE	VS	PROSESS	PROSJEKT	PRIORITET
2.2.3 FORVALTNING SOM BEREKRAFTIG REISEMÅL					
HA1: Miljøsertifisering og miljøpolicy					
T1: Stille krav til miljøsertifisering innan 2030	Komm, næring, VS	X	X		2022 - 2024
T2: Etablere delingsforum, møter, kurs og rettleiar	VS, NS	X	X	X	2022 - 2023
T3: B2: lage og formidle handlingsplan for bk-utvikling	VS	X			2023 - 2024
T4: C4-12: identifisere utfordr./moglegh. Ift. klima + strategi	VS, komm, VO	X	X	X	2023 - 2024
T5: D5-1 og 5-2: etablere etiske retn.liner og formidle	VS, komm, VO	X	X	X	2023 - 2024
HA2: Kommunisere berekraft og samfunnsansvar					
T1: Etablere retningliner for PR og informasjonsarbeid	VS, komm, VO	X	X		2022 - 2024
HA3: Vektlegge berekraftige marknader og målgrupper					
T1: Marknadsplanar, vertskapsløysingar og produktutv.	VS (marknadsplan)	X			2022 - 2023
HA4: Involvare lokalsamfunna					
T1: D6-1: etablere rutinar for undersøkingar (gjest/innbygg.)	VS, komm/NS	X	X	X	2025 - 2027
T2: Etablere fysiske og digitale møteplassar - innbyggerane	VS/NS	X	X		2025 - 2027
T3: Etablere ambassadørprogram for lokalbefolkninga	VS/NS	X	X		2025 - 2027
HA5: Måle transport til og innan reisemålet					
T1: C4-2 og 4-3: rutinar for måling og rapportering	VS/NS (IN utsleppskalk.)	X	X	X	2025 - 2027
HA6: Utsleppsreduksjon					
T1: C4-5 til 4-10: måling av kWt, fornybar energi, vatn etc.	Komm, eksterne			X	2028 - 2030

er gjestedøgn, fornybar energi, antallet bedrifter nergibesparande lys- og vatnredukerande ing og avfall og år frå fornybar

Tiltaksområde	Ansvar & deltakarar
<ul style="list-style-type: none"> Stille krav til miljøsertifisering for bedrifter som skal ta del i fellesskapet i Sogn Legge til rette for delingsforum og informasjon, etablere mobiliseringsmøter, felles kurs og utvikle rettleiarar B4 og C4-1: sertifisering og haldningsarbeid i kommunane B2: lage og formidle handlingsplan for berekraftig reiselivsutvikling C4-12: identifisering av utfordringar og moglegheiter knytt til klimaendringar, og etablering av klimatilpasningsstrategiar D5-1 og 5-2: etablere etiske retningslinjer for reisemålet, og lære opp reiselivsbedriftene, besøkande og lokalbefolkninga i samfunnsansvar 	<ul style="list-style-type: none"> Etablere retningslinjer for PR og informasjonsarbeid Mobilisere til felles innsats i næringa og kommunane
Ansvar & deltakarar	Ansvar: VS Deltakarar: N, K

HA 1

Merkevara Sogn

HA 2

Segmentering og marknadstøtte

HA 3

Innhaldsbase for Sogn

HA 4

Digitale marknadstrategiar

HA 5

Målretta marknadsføring og sal

Resultat	Sogn har ein tydeleg posisjon i dei ønska marknadane, og er meir attraktivt som besøks- og buområde.
-----------------	--

Tiltaksområde	<ul style="list-style-type: none"> • Utvikle og forvalte profil og merkevarestrategi for Sogn som reisemål og region • Utvikle "Tone of voice" for marknadsføring og historieforteljning av Sogn som reisemål • Bygge og dele innhald til merkevara, og bruke merkevara aktivt i målretta kampanjearbeid
----------------------	---

Ansvar & deltakarar	Ansvar: VS/K Deltakarar: N
--------------------------------	-------------------------------

	Utvikle verktøykasse for marknadskunnskap og tenesteleveranse i reiselivsnæringa for produktutvikling, marknadsføring og salsarbeidet
--	---

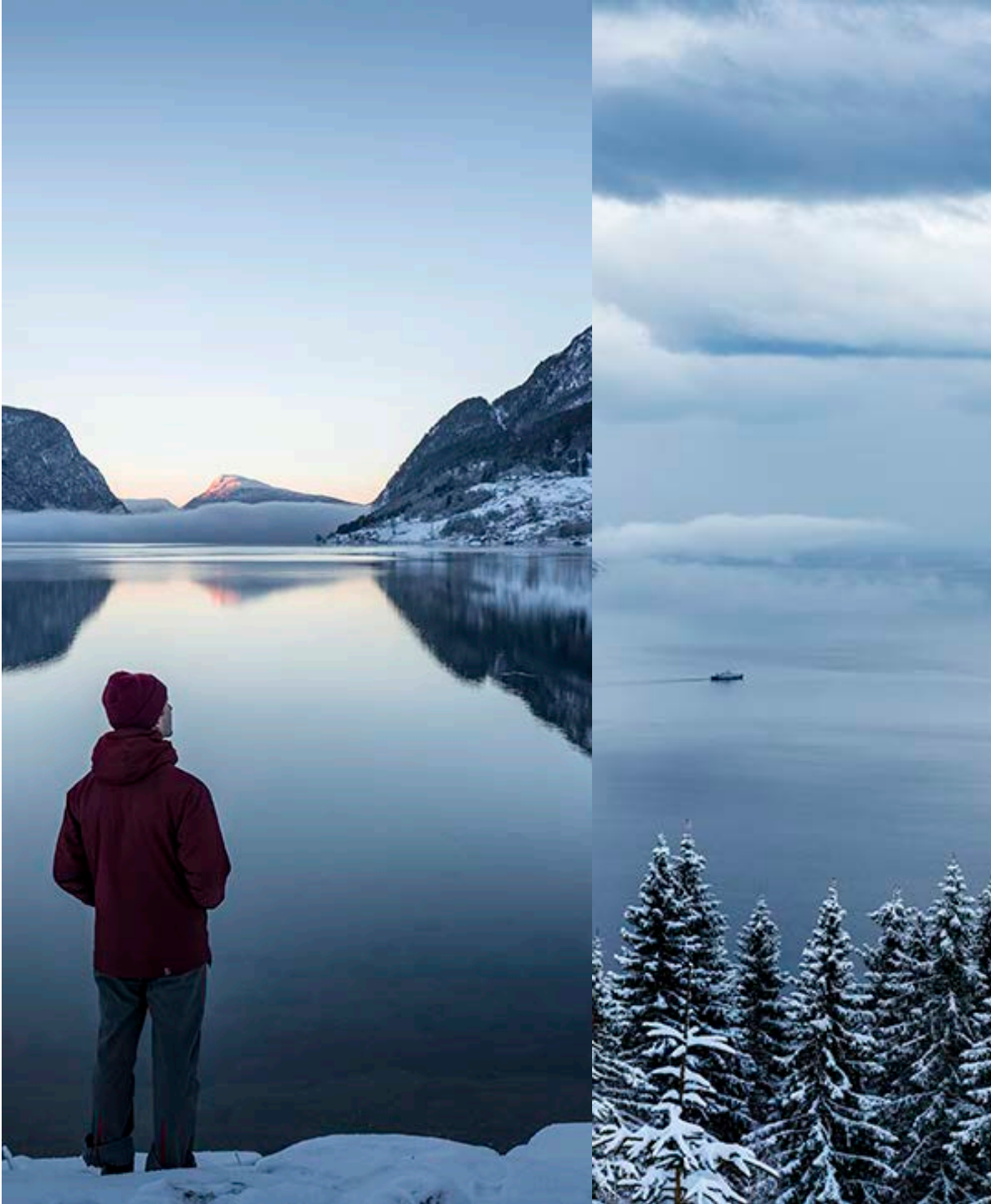
	<ul style="list-style-type: none"> • Samle og formidle marknadskunnskap • Etablere og vidareutvikle personaskartoteket reisemål • Avklare innhald og tenesteleveranse i reiselivsnæringa
--	---

	Ansvar: VS Deltakarar: N, K
--	--------------------------------

2.3.4 MARKNADSFØRING OG SAL

Mål: vere i front på å ta i bruk nye metodar for merkevarebygging, marknadsføring og sal slik at Sognefjorden står fram som det mest attraktive Fjordbaserte reisemålet i Norge i prioriterte marknader og målgrupper.

TILTAK	INVOLVERTE	VS	PROSESS	PROSJEKT	PRIORITET
2.3.4 MARKNADSFØRING OG SAL					
HA1: Merkevara Sogn					
T1: Utvikle og forvalte profil- og merkevarestrategi/«TOV»	VS, næring, komm	X	X		2022 - 2023
HA2: Segmentering og marknadstøtte					
T1: Samle og formidle marknadskunnskap	VS	X			2023 – 2024
T2: Lansere og vidareutvikle personaskartoteket	VS	X			2022 – 2023
T3: Avklare innhald og omfang av tenesteleveranse/-sal	VS, komm, næring	X	X		2022 - 2023
HA3: Innhaldsbase for Sogn					
T1: Utvikle og dele innhaldsbase (film, bilde, tekst, present.)	VS	X			2022 - 2023
HA4: Digitale marknadstrategiar					
T1: Lag digital marknadstrategi for VS		X			2022 - 2023
T2: Etablere og implementere felles sals- og bookingløyising		X			2022 – 2023
T3: Etablere rutinar for innhenting av kundedata, HS/Google	VS, HUB-ane, næring	X	X		2022 – 2024
T4: Etablere system for digital turistinformasjon	VS	X	X		2022 – 2023
HA5: Målretta marknadsføring og sal					
T1: Utvikle toårige marknadsplanar, B2C, B2B, MICE, cruise	VS, næring	X			2022 – 2023
T2: Bidra til regional, berekraftig cruisesatsing i heile Sogn	VS, hamn, næring, kom.	X	X	X	2023 - 2024
T3: Vidareføring av MICE365 prosjektet	VS, næring	X		X	2022 - 2024



Koordinator for Masterplan og berekraft

- Resertifisering merket
- Handlingsprogrammet i Masterplan
 - Pådrivar for tiltak saman med kommunane
 - Destinasjonsleiing
- Tilsetting gjennomført
- 3 årig prosjektstilling

Sognefjorden

EG ER STOR OG MEKTIG, STØRST I MITT SLAG I VERDA.
DU SKAL RESPEKTERE MEG, FOR DU VIL IKKJE HA KREFTENE MINE MOT DEG.
EG BLIR SJUK AV UTSLEPPA DINE. EG VIL AT RYDDAR OPP ETTER DEG.
TEK VARE PÅ MEG.
GJER DU DET, TEK EG GODT VARE PÅ DEG.

EG GJEV DEG TRYGG FERDSLSVEG, MEN SYT FOR AT DU HAR NOK PLESS TIL Å FÅ FRED OG RO.
EG SKJERMAR DEG FOR DENVERSTE VINDEN OG REGNET, OG HELD DEG MED DET DU TRENG.

MINE FOLK HAR HATT RAMMENE FOR EIT GODT LIV SIDAN BREEN TREKTE SEG OPPATT I FJELLET OG DALANE.
DEI HAR VORE SNARE I SNUEN OG LITT GALNE HEILT SIDAN VIKINGTIDA. DET ER DEI FOR DET MESTE ENDÅ.
OG DEI NYTTAR MEG FULLT UT.

DEI GÅR PÅ TOPPANE MINE, VINTER OG SOMMAR. DEI PUSTAR MEG INN, KJENNER SMAKANE OG FØLER MEG PÅ KROPPEN.
DEI PADLAR PÅ MEG, KØYRER PÅ MEG OG SIT STILLE OG SER PÅ MEG GJENNOM FLAMMANE AV EIT BÅL.
DEI TEK VARE PÅ ARVA SI. DEI SPELAR OG SYNG, FEIRAR OG KONKURRERER.
DEI SKAPAR LØYSINGANE SOM VERDA TRENG I FRAMTIDA.
DEI LEVE FJORDLIVET.

MINE FOLK ER VERDSMEISTRAR I Å NYTE. LANGE SOMMARDAGAR. LANGE NEDFARTAR. UTSIKT. FJORDLYS.
MAT OG DRIKKE. SAMHALD.
NYE OG GAMLE VENNSKAP. INNSIKT. SKIKKAR OG TRADISJONAR. GALSKAP. OG DEI ELSKAR Å DELE DET.

Eg er fjordlivet - eg er Sognefjorden.

