

Destinasjon Nord-Varanger

Forprosjekt for reiselivet på Varangerhalvøya

Berlevåg - Båtsfjord - Vadsø - Vardø



Finnmark fylkeskommune
Finnmárkku fylkkagielda
Finmarkun fylkinkomuuni

Hvordan kan reiselivet i Båtsfjord, Berlevåg, Vadsø og Vardø utvikles gjennom tettere samarbeid? Gjennom intervjuer, møter, analyser og dialog med næringen har prosjektet kartlagt muligheter, utfordringer og veien videre for reiselivet i Nord-Varanger.

Innholdsfortegnelse

1	<i>Et reiseliv med store muligheter</i>	1
1.1	Vi lyttet, kartla og samlet erfaringer	1
2	<i>Hva viste kartleggingen?</i>	2
2.1	Den regionale økonomien	3
2.1.1	En positiv, men uforløst utvikling	3
2.1.2	Nord-Varangers andeler	4
2.2	Kommunenyanse	5
2.3	Små aktører med sterke produkter	5
2.4	Unike ressurser og fornøyde gjester	6
2.5	Lav synlighet begrenser vekst	6
2.6	Vilje til samarbeid, men behov for koordinering	6
3	<i>Fra innsikt til handling</i>	7
3.1	Prioriterte innsatsområder	8
3.1.1	Styrke samarbeidet i næringen	8
3.1.2	Gjøre Nord-Varanger mer synlig	9
3.1.3	Utvikle opplevelser og kompetanse	9
3.1.4	Skape grunnlaget for langsiktig vekst	11
4	<i>Når mange peker i samme retning</i>	11

Figurliste

Figur 1: Driftsinntekter indekset (2019 = 100). Kilde: SpareBank 1 Nord-Norge.	3
Figur 2: Nord-Varangers andel av Finnmark. Kilde: SpareBank 1 Nord-Norge.	4
Figur 3: Visningsturer reiselivsaktører	7
Figur 4: Visningstur Opplevelser	10
Figur 5: Prestasjoner fra VisitAlta, Nordnorsk reiseliv og Astronomen	13

Tabelliste

Tabell 1: Aktiviteter i forprosjektet	2
Tabell 2: Kommunene i Nord-Varanger	5

Kort fortalt..

Forprosjektet Destinasjon Nord-Varanger har undersøkt om det finnes grunnlag for et destinasjonsselskap i Berlevåg, Båtsfjord, Vadsø og Vardø, og hvordan reiselivet i regionen best kan styrkes videre. Arbeidet er finansiert av Finnmark fylkeskommune og gjennomført av Linken Næringshage.

Vi har intervjuet 15 reiselivsaktører og tre destinasjonsselskap, involvert alle fire kommuner, og gjennomført 22 workshops, samlinger, møter og digitale presentasjoner. I tillegg kommer visningstur for turoperatører i mars 2026, tilrettelagt pressetur for fransk journalist i juni 2026, og en regnskapsanalyse av næringen for perioden 2019–2024.

Reiselivet i Nord-Varanger vokser, men saktere enn resten av landsdelen: 39 prosent vekst i driftsinntekter siden 2019, mot 68 prosent i Finnmark og 66 prosent i Nord-Norge.

Produktene holder høy kvalitet og gjestene kommer tilbake, utfordringen er at for få kjenner til dem. Viljen til samarbeid er sterk, men kapasiteten til å drive det ved siden av egen drift er liten, og tidligere prosjekter har satt igjen en viss prosjekttretthet i næringen.

Gjennom aktivitet og kartlegging har vi funnet at det ikke er grunnlag for å etablere et destinasjonsselskap i Nord-Varanger nå. Tidligere prosjekter har skapt en del uro og mistillit, som gjør at i forlengelsen av dette forprosjektet bør man ta tak i det positive som er, og viljen til samarbeid. Det kan gjøres gjennom utviklingsarbeid over tid, hvor man bygger kompetanse og verdi i hvert selskap, samtidig som man styrker samarbeidet. Et slikt utviklingsprosjekt vil gi aktørene mer styrke fra start, og kan skape grunnlag for langsiktig vekst i næringen.

Spørsmålet om varig organisering hører hjemme senere i løpet, når samarbeidet har vist resultater.

1 Et reiseliv med store muligheter

Reiselivsnæringen i Nord-Varanger består av mange små og mellomstore virksomheter med sterke natur- og kulturbaserte produkter. Samtidig er næringen preget av begrensede ressurser til markedsføring, koordinering og felles utviklingsarbeid. Flere aktører har over tid etterspurt en sterkere samhandling på tvers av kommunegrenser og virksomheter.

Forprosjektet Destinasjon Nord-Varanger ble etablert for å undersøke hvordan reiselivet i Vadsø, Vardø, Båtsfjord og Berlevåg kan styrkes gjennom økt samarbeid, bedre koordinering og målrettede utviklingstiltak. Finnmark Fylkeskommune har finansiert prosjektet, og har vært en viktig sparringspartner og støttespiller på veien. En del av utgangspunktet for prosjektet var at Linken Næringshage har vært kontaktledd for Nord-Norsk Reiseliv siden våren 2025. Arbeidet har hatt som mål å kartlegge næringens behov, identifisere muligheter for videre vekst og gi anbefalinger for det videre destinasjonsarbeidet. På dette grunnlaget har prosjektet søkt å identifisere en realistisk og samlende retning for næringen.

1.1 Vi lyttet, kartla og samlet erfaringer

Forprosjektet har kombinert kartlegging, analyse og dialog med næringsliv og offentlige aktører. Arbeidet omfattet blant annet intervjuer med reiselivsbedrifter, møter med kommunene, workshops og samlinger for næringen, visningstur for turoperatører, dialog med andre destinasjonsselskaper og analyse av utviklingen i reiselivsnæringen.

En del av problemstillingene fra tidligere prosjekter har vært tillit og relasjoner, så det har vært viktig for oss å bruke tid på aktørene, og lytte til deres budskap. Vi har gjort tilpasninger underveis, og jobbet for å komme i kontakt med flest mulig for å skaffe et godt grunnlag. Det er en liten næring som mangler kapasitet og derfor har vi nok dessverre ikke nådd alle heller. Aktører som ønsker informasjon eller vil bidra med innspill, er velkomne til kontakte oss i Linken Næringshage.

Samarbeidet med Nord-Norsk Reiseliv har vært en utløsende faktor for å starte dette arbeidet, og deres kompetanse og innsikt i næringen har vært svært nyttig. Samarbeidet har koblet oss på nettverket med de andre destinasjonsselskapene i Finnmark og Nord-Norge, og gitt både økt innsikt og samarbeid på tvers av selskapene. Derfor ble det også naturlig at dette prosjektet ikke bare kartla status i næringen, men også startet jobben med å være et bindeledd.

Presentasjoner for turoperatører, innsikt og planlegging for veien videre har vært en viktig del av forprosjektet. Under har vi samlet en oversikt over aktivitetene som er gjennomført. Det er som nevnt, fortsatt aktører vi ikke har kommet i kontakt med, eller har fått gjennomført intervju med. Det skyldes både kapasitet i prosjektet, og hos aktørene.

Nøkkelaktiviteter i forprosjektet

<u>Aktivitet</u>	<u>Omfang</u>
Reiselivsaktører intervjuet	15
Kommuner involvert	4
Destinasjonsselskaper intervjuet	3
Workshops, samlinger, møter med andre destinasjonsselskap og digitale presentasjoner	22
Visningstur med turoperatører	Mars 2026
Organisering av pressetur	Juni 2026
Regnskapsanalyse av næringen	2019-2024

Tabell 1: Aktiviteter i forprosjektet

2 Hva viste kartleggingen?

Kartleggingen viser at Nord-Varanger har mange av forutsetningene som skal til for å utvikle et sterkere og mer konkurransedyktig reiseliv. Regionen har unike natur- og kulturressurser, etablerte reiselivsbedrifter og produkter som allerede tiltrekker seg gjester fra både inn- og utland. Samtidig har arbeidet avdekket flere utfordringer som det vil være viktig å adressere dersom næringen skal vokse videre. Den økonomiske situasjonen er krevende for de små bedriftene. Den økende veksten i reiselivet merkes, men regionen har fortsatt et potensial for å tiltrekke deg flere gjester. En av våre kanskje største utfordringer er de mange prosjektene fra tidligere som har skapt en form for prosjekttretthet og mistillit i næringen. Funnene peker særlig på betydningen av synlighet, samarbeid og kapasitet til utviklingsarbeid. Det kommer også fram at det er individuelle forskjeller i de forskjellige kommunene og at det økonomiske bildet i regionen i sin helhet har et stort forbedringspotensial.

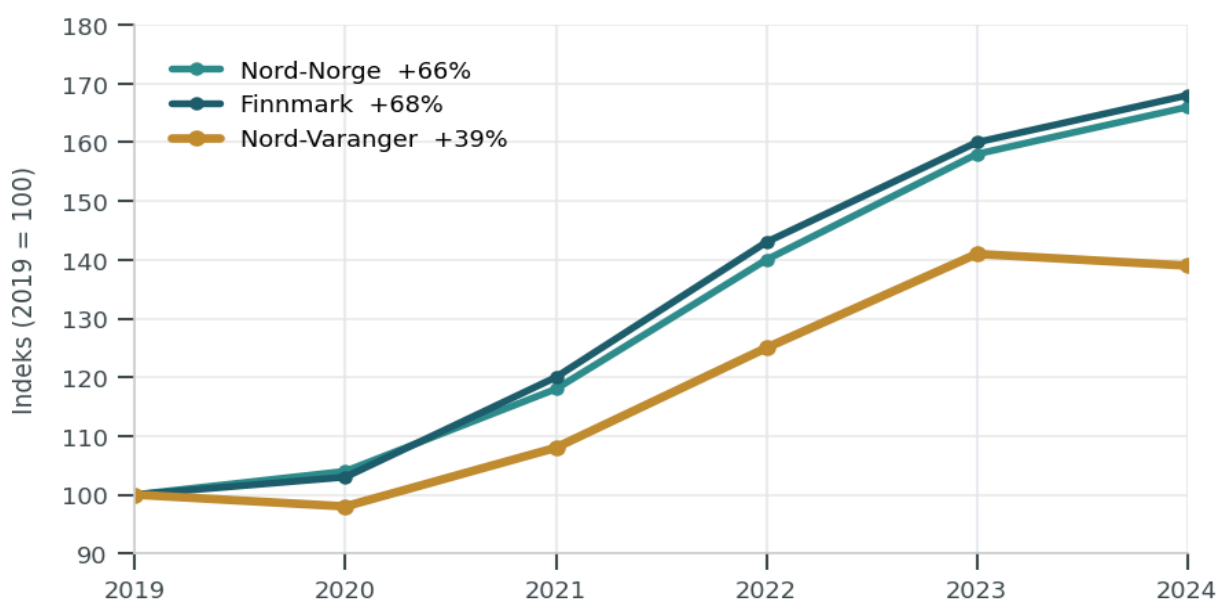
Sitatene videre i rapporten er hentet fra intervjuer med ulike aktører i næringen, og gir en refleksjon av det flere av aktørene har pekt på.

2.1 Den regionale økonomien

Den økonomiske utviklingen gir et viktig perspektiv på reiselivsnæringens status og potensial i Nord-Varanger. Gjennom analyse av omsetning, vekst og kapitalgrunnlag kan vi identifisere både positive utviklingstrekk og områder hvor regionen har et uutnyttet potensial.

2.1.1 En positiv, men uforløst utvikling

Selv om Nord-Varanger har opplevd sterk vekst i reiselivsnæringen etter pandemien, viser utviklingen at regionen henger etter resten av Finnmark og Nord-Norge. Differansen indikerer at det finnes et uutnyttet potensial som kan realiseres gjennom bedre samhandling mellom aktørene, styrket destinasjonsutvikling og økt kapasitet til å løfte regionens samlede reiselivstilbud.

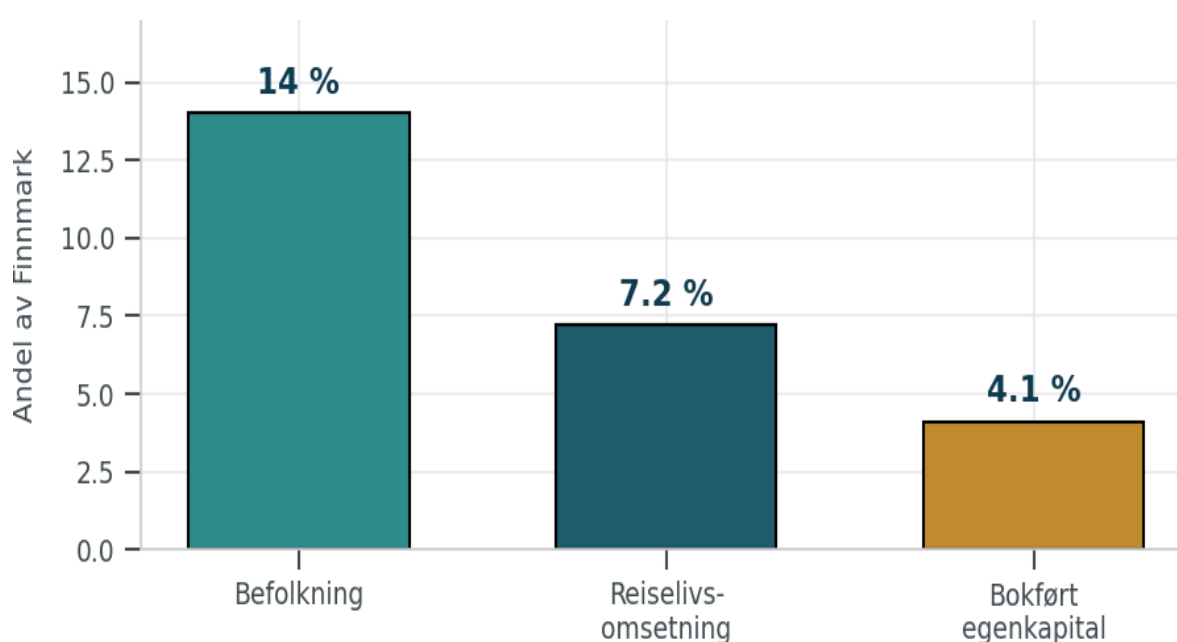


Figur 1: Driftsinntekter indeksert (2019 = 100). Kilde: SpareBank 1 Nord-Norge.

Figuren viser at reiselivsnæringen i Nord-Varanger har hatt en betydelig vekst siden 2019, med en økning i driftsinntekter på 39 prosent fram til 2024. Veksten bekrefter at reiseliv er en næring i utvikling og med økende betydning for regionen. Samtidig har både Finnmark og Nord-Norge vokst vesentlig sterkere i samme periode, med henholdsvis 68 og 66 prosent vekst.

2.1.2 Nord-Varangers andeler

Ser man på Nord-Varangers andel av befolkning, omsetning og egenkapital dannes det også et tydelig bilde. Nord-Varanger utgjør om lag 14 prosent av Finnmarks befolkning, men står for bare 7,2 prosent av reiselivsomsetningen og 4,1 prosent av den bokførte egenkapitalen i fylkets reiselivsnæring. Dette viser at reiselivet i regionen er mindre utviklet og mindre kapitalsterkt enn fylket ellers. Samtidig illustrerer tallene et betydelig vekstpotensial. Dersom regionen lykkes med å utvikle flere lønnsomme reiselivsprodukter, øke kapasiteten og styrke samarbeidet mellom aktørene, kan Nord-Varanger ta en større andel av verdiskapingen i Finnmarks reiselivsnæring.



Figur 2: Nord-Varangers andel av Finnmark. Kilde: SpareBank 1 Nord-Norge.

Grafene viser at Nord-Varanger i dag tar ut en mindre andel av verdiskapingen enn befolkningsgrunnlaget tilsier. Dette peker på et uutnyttet potensial og understøtter behovet for en videre, koordinert satsing på reiselivsutvikling i regionen. I tillegg kan det tyde på en at begrensninger i transport, kapasitet og tilrettelegging gjør det vanskeligere for regionen og ta ut sitt fulle potensial.

2.2 Kommunenyanser

Kartleggingen viser at de fire kommunene i Nord-Varanger har ulike styrker, utfordringer og roller innen reiselivsutvikling. Samtidig utfyller de hverandre på en måte som gir grunnlag for en sterkere og mer helhetlig destinasjon. Tabellen oppsummerer den dokumenterte situasjonen i hver kommune og skisserer hvilken strategisk rolle den enkelte kommunen kan ha i en felles satsing på reiselivet i regionen. Dette understreker potensialet for økt samarbeid og koordinert utvikling på tvers av kommunegrensene.

<u>Kommune</u>	<u>Dokumentert situasjon</u>	<u>Strategisk rolle i programmet</u>
Berlevåg	Lite reiselivsinfrastruktur og behov for et eksternt apparat som kan løfte kommunen inn i et regionalt samarbeid.	Værkyst, levende fiskevær, hav, fugl, fyr- og naturbaserte langsomreisekonsepter.
Båtsfjord	Reiseliv er identifisert som satsingsområde, men kommunen ser seg primært som tilrettelegger. Transport og regionalt reiselivsforum er fremhevet.	Arktisk fiskerihovedstad, sjømat, industriell kulturarv og vinterbaserte kystopplevelser.
Vadsø	Reiseliv er koblet til nærings- og arealplanlegging; kommunen har sterke enkeltaktører, men begrenset økonomisk handlingsrom.	Regional innfallsport, kultur- og kunnskapsby, kvensk/norskfinsk historie, mat og basefunksjoner.
Vardø	Har sterkere reiselivsmomentum, men betydelige verne- og besøksforvaltningsbehov, særlig knyttet til Hornøya.	Internasjonalt fyrtårn for fugl, arktisk kultur, historie, kunst og ansvarlig naturturisme.

Tabell 2: Kommunene i Nord-Varanger

2.3 Små aktører med sterke produkter

Reiselivet i Nord-Varanger består i stor grad av mindre og eierstyrte virksomheter. Mange av bedriftene tilbyr spesialiserte opplevelser og har høy faglig kompetanse innen sine områder, men begrensede ressurser til administrasjon, markedsføring og langsiktig utviklingsarbeid. Dette gjør at mye av tiden brukes på daglig drift, mens arbeidet med produktutvikling, samarbeid og markedsarbeid ofte må vike. Samtidig er det nettopp de små og personlige virksomhetene som bidrar til regionens særpreg og autentiske opplevelser.

2.4 Unike ressurser og fornøyde gjester

Nord-Varanger har et reiselivsgrunnlag som skiller seg ut i både nasjonal og internasjonal sammenheng. Regionen tilbyr arktisk kystlandskap, internasjonalt anerkjente fugleopplevelser, samisk og kvensk kulturarv, kystkultur og småskala opplevelser tett på natur og lokalsamfunn. Kartleggingen viser også at mange virksomheter har en høy andel tilbakevendende gjester. Dette tyder på at besøksopplevelsene holder høy kvalitet og at regionen har et godt omdømme blant dem som allerede finner veien hit. Utfordringen er ikke først og fremst å skape gode opplevelser, men å gjøre flere oppmerksomme på dem. Alle de intervjuede aktørene har pekt på viktigheten av både lokalt eierskap, lokal kunnskap og besøksforvaltning som viktige elementer for å ivareta de unike ressursene på veien fremover. Det vil være viktig å jobbe parallelt med produktutvikling og markedsarbeid, men dette må skje i samsvar med lokalsamfunn og natur.

«Vi må markedsføre det unike, som tundra og fugleliv, og prioritere skreddersydde opplevelser fremfor masseturisme.»

2.5 Lav synlighet begrenser vekst

Selv om regionen har et sterkt produktgrunnlag, opplever mange aktører at Nord-Varanger er mindre synlig i markedet enn konkurrerende destinasjoner. Flere peker på at regionen mangler en tydelig felles profil og at mulige besøkende i begrenset grad kjenner til bredden av opplevelser som finnes i området. Varanger er ikke godt nok kjent. Kartleggingen viser at ønsket om økt synlighet er en av de mest gjennomgående tilbakemeldingene fra næringen. Både felles markedsføring, bedre koordinering av markedsarbeidet og tydeligere profilering av regionens særpreg trekkes fram som viktige utviklingsområder.

«Varanger som destinasjon må markedsføres bedre for å komme videre.»

2.6 Vilje til samarbeid, men behov for koordinering

Det eksisterer en sterk vilje til samarbeid blant aktørene, og mange ser muligheter i å utvikle produkter sammen, dele kunnskap og skape mer helhetlige opplevelser for besøkende. Samtidig viser kartleggingen at det er krevende for enkeltbedrifter å ta ansvar for felles initiativ ved siden av egen drift. Erfaringer fra både regionen og andre destinasjoner peker

derfor på behovet for en nøytral aktør som kan koordinere arbeidet, samle aktørene og sørge for framdrift over tid. For at samarbeidet skal lykkes, må det bygges gradvis og gi tydelig verdi for de som deltar. Gjennom forprosjektet har vi gjennomført flere digitale workshops mot turoperatører, visningstur og pressetur. Dette arbeidet har både vist seg å være nyttig for aktørene, og flere har fått både omtale og booking i etterkant.

«Næringen etterspør samarbeid, felles markedsføring, koordinering og en nøytral aktør som holder i arbeidet.»



Figur 3: Visningsturer reiselivsaktører

3 Fra innsikt til handling

Vårt mål med dette forprosjektet var å undersøke grunnlaget for et destinasjonsselskap, og hvordan dette burde organiseres. Det ble fort tydelig at det ikke finnes grunnlag for å stifte et nytt selskap, men vi må finne en god løsning for å styrke denne næringen videre.

Forprosjektet anbefaler at reiselivet i Nord-Varanger videreføres gjennom et felles hovedprosjekt med en varighet på tre år. Kjerneområdet er Berlevåg, Båtsfjord, Vadsø og Vardø, med samarbeid mot Sør-Varanger og Sápmi der det er naturlig.

Anbefalingen bygger på tre forhold kartleggingen har avdekket. Utfordringene er felles for hele regionen og går på tvers av kommunegrensene. De er for omfattende til at enkeltbedrifter kan løse dem ved siden av egen drift. Næringen etterspør selv en nøytral aktør som kan holde i arbeidet over tid. Hovedprosjektet bør ikke være en ny organisasjon, men et praktisk utviklingsarbeid som gir aktørene konkret nytte fra første år. Spørsmålet om varig organisering hører hjemme senere i løpet, når samarbeidet har vist resultater og man har funnet gode strukturer og løsninger for næringen.

3.1 Prioriterte innsatsområder

Forprosjektet peker på fire innsatsområder. For hvert område er det angitt mulige mål og tiltak, og hvilken forutsetning som må være på plass for at tiltakene skal virke.

3.1.1 Styrke samarbeidet i næringen

Mål: Et fast og forutsigbart samarbeid mellom reiselivsbedriftene i regionen, med møteplasser som er selvgående ved utgangen av prosjektperioden.

Forprosjektet fant sterk samarbeidsvilje i næringen, men også at ansvaret for felles initiativ i dag hviler på enkeltpersoner som skal ivareta det ved siden av egen drift. Det gjør samarbeidet sårbart og avhengig av kapasiteten til noen få. Samtidig understreker prosjektet at samarbeid må bygges trinnvis og baseres på konkrete gevinster for deltakerne. Felles møteplasser og utviklingsarenaer vil være viktige verktøy for å skape tillit, forankring og engasjement over tid.

Mulige tiltak

- Etablere et regionalt reiselivsforum med faste samlinger i året, rullerende mellom de fire kommunene. Båtsfjord kommune har allerede pekt på behovet for et slikt forum. I Vardø er det allerede etablert. Dette kan vi videreutvikle.
- Opprette en felles kanal for løpende informasjonsdeling mellom samlingene.
- Utarbeide og vedlikeholde en samlet oversikt over reiselivsaktørene i regionen.

Forutsetning: At samlingene gir deltakerne noe konkret tilbake allerede fra første møte. Uten det faller oppmøtet, og forumet blir enda en arena ingen prioriterer.

3.1.2 Gjøre Nord-Varanger mer synlig

Mål: At potensielle gjester kan oppdage bredden i regionens tilbud på ett sted, og at turoperatører har én definert inngang til regionen.

Lav synlighet var den mest gjennomgående tilbakemeldingen i kartleggingen. Regionen mangler en felles profil, og selv gjester som finner veien hit, kjenner sjelden bredden i det som finnes rundt dem. Til tross for et bredt og attraktivt opplevelsestilbud opplever mange aktører at regionen ikke er tilstrekkelig synlig i markedet. Kartleggingen viser et ønske om sterkere profilering av Nord-Varanger som reisemål, med større vekt på det som gjør regionen unik.

Mulige tiltak

- Bygge en felles bilde- og innholdsbank som deltakende bedrifter kan bruke fritt i egen markedsføring.
- Etablere én digital inngang som viser tilbudet på tvers av kommunegrensene. Den skal supplere bedriftenes egne kanaler, ikke erstatte dem.
- Arrangere flere visningsturer for turoperatører i samarbeid med andre destinasjonsselskap og Nord-Norsk Reiseliv.
- Gjennomføre presseturer, eller turer for innholdsskapere.
- Samordne regionens tilstedeværelse på messer og bransjearenaer, framfor at hver bedrift reiser alene.

Forutsetning: At bedriftene bidrar med eget innhold og følger opp henvendelsene som kommer. Felles markedsføring skaper etterspørsel, men salget skjer hos den enkelte.

3.1.3 Utvikle opplevelser og kompetanse

Mål: Pakkede produkter på tvers av kommunegrensene og bedriftene i markedet innen utgangen av år 2, og et kompetansetilbud som treffer de områdene næringen selv peker på.

Mange av bedriftene leverer allerede opplevelser av høy kvalitet, men kartleggingen viser også et potensial for videre utvikling. Økt samarbeid om produkter, pakking av opplevelser og kompetanseheving kan gjøre regionen mer attraktiv både for besøkende og næringsaktører.

Et framtidig hovedprosjekt bør bidra til å identifisere utviklingsmuligheter, koble aktører sammen og legge til rette for læring på tvers av næringen. Særlig innen vertskap, markedsforståelse, produktutvikling og salg finnes det områder hvor felles innsats kan gi økt verdiskaping. I tillegg er det viktig at prosjektet kobles sammen med allerede eksisterende tiltak i regionen som for eksempel «Varanger mat».

Potensialet ligger i å koble dem sammen, slik at en gjest får en grunn til å bli i regionen i flere døgn framfor ett.

Mulige tiltak

- Legge til rette for rundreiseprodukter som knytter sammen kommunenes fortrinn: fugl og arktisk kultur i Vardø, sjømat og fiskeriindustri i Båtsfjord, kystkultur og levende fiskevær i Berlevåg, og kvensk og norskfinsk historie i Vadsø.
- Gjennomføre et kompetanseløft med samlinger innen vertskap, produktutvikling, markedsforståelse og salg.
- Legge til rette for bedriftsbesøk og erfaringsdeling mellom aktørene på tvers av kommunene.
- Vurdere behov for tilrettelegging og besøksforvaltning der besøkstrykket er størst, særlig knyttet til sårbare naturområder som Hornøya.

Forutsetning: At et tilstrekkelig antall bedrifter forplikter seg til å inngå i felles produkter. Pakking krever at flere binder seg til samme kvalitet, kapasitet og prisstruktur.



Figur 4: Visningstur Opplevelser

3.1.4 Skape grunnlaget for langsiktig vekst

Mål: At flere bedrifter i regionen har kapasitet og finansiering til å utvikle seg videre også etter at prosjektperioden er over.

Kartleggingen viser at reiselivet i Nord-Varanger har hatt en positiv utvikling de senere årene, men at mange virksomheter fortsatt opererer med begrensede økonomiske og administrative ressurser. Dersom regionen skal lykkes med videre vekst, vil det være viktig å styrke næringens tilgang til utviklingsressurser, finansiering og relevante samarbeidsarenaer.

Mange virksomheter i regionen driver med begrensede administrative og økonomiske ressurser. Det begrenser både evnen til å søke midler og evnen til å ta imot vekst når den kommer.

Mulige tiltak

- Tilby søknadsstøtte mot virkemiddelapparatet.
- Kartlegge regionens kapasitet innen overnatting, transport og sesonglengde.
Kapasiteten setter taket for all annen vekst, og bør være kjent før markedsarbeidet trappes opp.
- Arbeide for forlenget sesong gjennom produkter utenfor høysesongen.
- Etablere kontakt mot relevante regionale og nasjonale nettverk, slik at regionen er koblet på når nye ordninger og satsinger kommer.

Forutsetning: At bedriftene selv ser nytten av å bruke tid på utviklingsarbeid. Det forutsetter at de første tiltakene gir synlige resultater.

4 Når mange peker i samme retning

Vi peker ikke på én løsning, men på en tydelig retning. Funnene viser at Nord-Varanger har ressursene, opplevelsene og menneskene som skal til for å utvikle et sterkere reiseliv. Den viktigste oppgaven framover blir å omsette denne innsikten til handling gjennom samarbeid, prioriteringer og målrettet utviklingsarbeid. Forprosjektet anbefaler ikke å etablere et destinasjonsselskap nå. Erfaringene fra regionen og fra andre destinasjoner viser at organisering som kommer før innholdet, sjelden overlever egen oppstartsfase.

«Målet bør være å styrke næringen, ikke å etablere en organisasjon raskest mulig.»

Vi har fått et solid kunnskapsgrunnlag for videre utvikling av reiselivet i Nord-Varanger.

Kartleggingen viser at regionen har sterke natur- og kulturressurser, kvalitetsprodukter med internasjonal appell og aktører som ønsker å bidra til videre utvikling av næringen. Samtidig pekes det på utfordringer knyttet til synlighet, kapasitet og koordinering som begrenser mulighetene for vekst og verdiskaping.

Både bedrifter og kommuner peker på behovet for flere møteplasser, sterkere samhandling og en aktør som kan bidra til å samle og koordinere felles utviklingsarbeid. Kartleggingen viser også at det finnes et betydelig potensial for å styrke regionens posisjon som reisemål gjennom målrettet markedsarbeid, produktutvikling og kompetanseheving. Den økonomiske rammen avklares gjennom det videre søknads- og forankringsarbeidet, i dialog med kommunene og virkemiddelapparatet. Og videreføring av arbeidet ut over hovedprosjektet skal vurderes ut i fra følgende:

- Hvor mange bedrifter som deltar aktivt i det felles arbeidet, og om deltakelsen er stabil over tid.
- Om finansiering utover prosjektperioden er avklart.
- Om de felles tiltakene har gitt målbar effekt for de bedriftene som har deltatt

Forprosjektets samlede vurdering er at Nord-Varanger har et godt grunnlag for videre satsing på reiseliv. Potensialet ligger ikke bare i de unike ressursene regionen besitter, men i evnen til å samle krefter om felles mål og utvikle regionen som en helhetlig destinasjon. Med riktig organisering, bred involvering og et langsiktig perspektiv kan reiselivet bli en enda viktigere bidragsyter til verdiskaping, attraktivitet og levende lokalsamfunn i Nord-Varanger.

Nord-Varanger har ressursene, engasjementet og mulighetene. Neste steg handler om å utvikle dem sammen.

Forprosjektrapport

Destinasjon Nord-Varanger



Figur 5: Prestasjoner fra VisitAlta, Nordnorsk reiseliv og Astronomen



Finnmark fylkeskommune
Finnmárkkku fylkkagielda
Finmarkun fylkinkomuuni