



Havbyen Bergen

Sluttrapport
09.03.2021

A large offshore oil platform with a yellow and black lattice structure is in the foreground on the left. In the background, a line of wind turbines stretches across the horizon over the ocean. A helicopter is flying in the sky above the platform. The sky is filled with dramatic, grey clouds, and the sun is visible as a bright glow behind them.

Ut av det blå -
Kommer det grønne!

Innhold

	Side
1 Sammendrag	4
2 Situasjonsbeskrivelse (SWOT og nøkkeltall)	9
3 Definisjon, visjon, misjon, fokusområder, mål og tiltak	12
4 Videre organisering og drift	18
5 Vedlegg:	23
5.1 Nøkkeltall og trender	24
5.2 Inspirasjon	30
5.3 Innsikt	44
5.4 Identitet, synlighet, omdømme og attraktivitet	54
5.5 Kommunikasjonsstrategi (Mandat)	57
5.6 Historikk	61
5.7 Prosjektmandat	65



1

Sammendrag



BERGEN
KOMMUNE

Havbyen Bergen – Sammendrag (1)

BAKGRUNN

Byrådsleder inviterer til dialog gjennom rundebordskonferansen knyttet til det viktige arbeidet med å utvikle Havbyen Bergen og se på hvilke grep vi bør ta for å beholde vår unike posisjon som havhovedstad. En arbeidsgruppe har i samarbeid med en bredt sammensatt referansegruppe fra rundebordskonferansen fått mandat til å utarbeide et forslag til definisjon, situasjonsbeskrivelse, visjon, mål, forankring mot bærekraftsmål og videre organisering og drift. Anbefalingene skal drøftes med rundebordskonferansen i kommende møte før arbeidsgruppen leverer sin endelige anbefaling i første halvdel av mars.

Dette arbeidet bygger videre på tidligere initiativer for å styrke Havbyen Bergen.

DEFINISJON:

- Havbyen Bergen består av aktører med fokus på bærekraftig verdiskapning knyttet til havet på Vestlandet

SITUASJONSBESKRIVELSE:

Det som kjennetegner næringslivet i store deler av Vestland og Bergensregionen er en sterk tilknytning til havet. Bergen har gjennom hele sin historie levd av, og vil også i fremtiden fortsatt leve av havet. Bergen ER havbyen i Norge!

Havnæringene

Havnæringene består av marin, maritim, fornybar og ikke-fornybar energiproduksjon og reiseliv. I Vestland fylke hadde disse næringene en verdiskapning på 95,2 milliarder og sysselsatte 70 330 personer i 2019. Ikke-fornybar energiproduksjon (olje og gass) var i 2019 den dominerende næringen med 41% av verdiskapningen, mens reiseliv sysselsatte flest personer med en andel på 40%.

Vestlandsscenarioene 2020

I Vestlandsscenarioene 2020 er det fremhevet 7 næringer som preges av internasjonal konkurranse og som er kritiske for at vi skal lykkes i å bygge nye tilstøtende verdikjeder og kunne finansiere fremtidens velferd. Dette er olje og gass, fornybar energi, maritim, marin, reiseliv og prosess- og verftsindustri. Alle disse hører til havnæringene.

Basert på et fremskrevet scenario så vil det grønne skiftet i Vestland utbli innenfor havnæringene. Sysselsettingen vil falle og fornybar sin andel av verdiskapningen på 11% i 2019 vil forbli uendret frem mot 2035. Differansen mellom et uønsket og et foretrukket scenario i 2035 representerer hele 48 milliarder i verdiskapning og sysselsetting av 24 000 personer.

For å lykkes med å realisere foretrukket scenario i 2035 så må følgende barrierer forseres av et samlet Vestland:

1. Øke nettkapasiteten i store deler av fylket
2. Sikre overgangen fra råvare til teknologiekspert
3. Skalere samarbeidet på tvers av verdikjeder, selskaper og geografi
4. Redefinere og spisse det nasjonale og regionale virkemiddelapparatet inn mot EUs veikart
5. Stoppe kunnskapsflukten og sikre kompetanseomstilling - og utvikling fra eksisterende næringer til det vi skal leve av i tiden fremover

Vestlandsscenarioene kan oppsummeres med følgende sitat;

- «Vestland må bli et «showcase» for bærekraftig omstilling gjennom å bruke erfaringer, teknologi og kunnskap fra spesielt oljeindustrien til å utvikle nye varer og tjenester som markedet vil ha»



Havbyen Bergen – Sammendrag (2)

Befolkningsundersøkelsen 2020

Befolkningsundersøkelsen 2020 viser at ingen regioner eller byer har tatt posisjonen som Norges naturlige hovedstad for havet. Det er to klare konkurrenter (Tromsø og Bergen) rundt en uklar merkevare. Situasjonen kjennetegnes videre ved at UiT og NTNU forbindes mer med havforskning enn UiB. Bergen forbindes mest med turisme- og kulturnæringer.

Strategisk næringsplan for Bergensregionen 2015-2020 underbygger denne utfordringen ved følgende tekst:

- «Bergensregionen blir gjerne omtalt som regionen som har alt, men som ikke er spisset på sin posisjon eller satsing»

Regionen appellerer bredt overfor næringslivet. Konsekvensen av dette er en lavere attraktivitet overfor havnæringene, som kan medføre at man ikke utnytter potensialet for bedriftsetableringer og tiltrekking av talenter og personell med rett kompetanse. Det utløser i tillegg en debatt om statlige prioriteringer og organer skal tilfalle regionen eller ikke innenfor disse næringene.

Inspirasjon

Det finnes et stort mangfold av nasjonale, regionale og lokale initiativer som kan brukes som inspirasjon for Havbyen Bergen. Fra nasjonale selskap og supeklynger, til regionale business regioner, signalbygg, merkevareplattformer, kampanjer og konferanser. Eks.:

- [Canadas Ocean Supecluster](#) er et nasjonalt initiativ for å etablere en superklynge som skal fokusere på felles utfordringer på tvers av sektorer og bidra til at landet tar en ledende rolle som havnasjon.

- [Osloregionen](#) er et strategisk samarbeid som består av 65 kommuner og som jobber for at hovedstadsregionen skal være en bærekraftig og internasjonalt konkurransedyktig region. Dette initiativet forsterkes av [Oslo Business Region](#) som fremmer samarbeid og innovasjon på tvers av næringer, selskaper, byer og mennesker med spesielt fokus på startups i Oslo kommune. Oslo har også utarbeidet en merkevareplattform der hovedmålet er å gjøre Oslo til verdens beste kompakte by og flere kampanjer. Totalt så representerer disse initiativene ca. 15 ansatte.
- [Tromsøregionen](#) (Balsfjord, Karlsøy, Lyngen, Storfjord og Tromsø) har etablert en visjon om å bli den beste verdiskapingsregionen i Arktis med Tromsø som arktisk hovedstad. Den regionale næringsutviklingen ledes av et forum/arbeidsgruppe med næringssjefer/rådgivere som rapporterer årlig til ordførere og rådmenn i deltagerkommunene. Forumet fokuserer spesielt på reiselivsnæringen – da dette er en vekstnæring som vil ha stor nytte av et sterkere samarbeid på tvers av kommunegrensene.
- [World Ocean Headquarters](#) er et privat initiativ fra norske REV Ocean og Aker ASA for å etablere en kunnskapsklynge som utvikler løsninger for et sunt hav. Dette initiativet utløste en stor debatt om utformingen og plasseringen av «Røkke-tårnet». Fornebu sa nei til det som kunne bli Norges høyeste bygg og Aker uttaler at de nå vurderer andre muligheter (inkl. utlandet).

Det finnes også eksempler på initiativer som avvikles. [Greater Stavanger](#), en prosjektbasert organisasjon der styret består av politikere fra 13 partnerkommunene, legges ned i 2021. Hovedbegrunnelse er at oppgavene skal tas tilbake til de demokratiske arenaene i kommunene for å gi mulighet for en mer lokal og aktiv næringspolitikk. Den regionale næringsutviklingen blir erstattet av en forpliktende samarbeidsavtale og prosjektorganisering mellom kommunene Stavanger, Sandnes, Sola og Randaberg.



Havbyen Bergen – Sammendrag (3)

Havbyen Bergen - Styrker, Svakheter, Muligheter og Trusler (SWOT):

- **Styrker:** Bergen sin lange historie som sjøfartsby - som har etablert en sterk kultur og identitet som havby. Dette har medført at store deler av næringslivet er rettet mot havet og at man har etablert et velfungerende, komplett og verdensledende blått økosystem.
- **Svakheter:** Mange sprikende interesser og manglende evne til å gjennomføre varige samarbeidsprosjekter. Det er en lav kjennskap til Havbyen Bergen og til akademias sitt tilbud innenfor teknologiske fag og en for lav grad av konvertering av startups til vekstselskaper.
- **Muligheter:** Styrket koordinering, identitet, samarbeid og lagånd mot felles ambisjoner. Å ta en tydelig posisjon som ledende region innenfor bærekraftige havnæringer for å tiltrekke nye bedrifter, kapital og kompetanse. Utvikle regionens kompetanse innenfor delings- og sirkulærøkonomi, samt nye digitale verktøy (AI og IoT)
- **Trusler:** Manglende evne til å videreføre initiativer, utnytte potensialet og gi Havbyen Bergen nok substans. Det er en risiko for at fokuset kan bli for lokalt og at Bergen ikke evner å være hovedstad for hele fylket. Kompetansen opparbeidet innenfor olje og gass kan forsvinne ut av regionen eller gå tapt og omstillingen kan gå for sakte. Manglende synlighet og innflytelse kan medføre at andre «tar» en posisjon vi tar for gitt og at nasjonale rammebetingelser i større grad tilfaller andre regioner.

Basert på utarbeidet definisjon og situasjonsbeskrivelse så har arbeidsgruppen kommet frem til følgende visjon, misjon, fokusområder og mål for Havbyen Bergen:

(PS! Det vil bli utarbeidet en engelsk versjon av visjon, misjon, fokusområder og mål etter siste rundebordskonferanse)

VISJON:

- Lede an for et bærekraftig hav (Pioneering a Sustainable Ocean)

MISJON:

- Fremme økt samhandling, attraktivitet, bærekraftig vekst og kompetanse i havnæringene med Bergen som sentral drivkraft

FOKUSOMRÅDER OG MÅL:

1. FNs bærekraftsmål
 - Samarbeid for å nå målene (17). Livet i havet (14), Stoppe klimaendringene (13), Industri, innovasjon og infrastruktur (9), Ren energi til alle (7) og utrydde sult (2)
2. Samhandling
 - Felles identitet, ansvar og kultur for samarbeid. Økt samhandling mellom forskning, utdanning, offentlige aktører og næringsliv. Styrke samarbeidsarenaer og felles prosjekter
3. Attraktivitet:
 - Øke antall etableringer av ledende bedrifter og startups. Tilgang til kapital, areal, infrastruktur, talent og kompetanse. Global kjennskap og preferanse til Havbyen Bergen
4. Bærekraftig vekst:
 - Økt omstilling, bærekraftig verdiskapning og sysselsetting. Overføring av kompetanse fra ikke-fornybare til fornybare næringer. Sikre ivaretagelse av anstendig arbeid for alle og likestilling mellom kjønnene
5. Kompetanse
 - Verdens beste havforskningsregion. Relevant og attraktiv utdanning til havnæringene. Internasjonalt ledende kunnskapsbasert forvaltning og næringskompetanse



Havbyen Bergen – Sammendrag (4)

AKTUELLE TILTAK:

Det er identifisert over 20 aktuelle tiltak som vil bidra til å realisere Havbyen Bergen sine mål og fokusområder. Havbyen Bergen vil i hvert enkelt tiltak ha en rolle som; ansvarlig, koordinator eller støttespiller. De som får ansvaret for videre drift av Havbyen Bergen må basert på føringene og innspillene i dette prosjektet foreta sin egen vurdering, prioritering og konkretisering av disse tiltakene.

De mest betydningsfulle og ressurskrevende tiltakene, der Havbyen Bergen bør ta hovedansvaret er:

1. Lage en god arbeidsfordeling i nettverket (10%)
2. Merkevarer, kommunikasjonsstrategi og legge til rette for internkommunikasjon, møter og samordning mellom aktørene (50%)
3. Portal/nettside med oversikt over viktige initiativer og aktiviteter med kalender og nyhetsbrev (50%)
4. Gjennomføring av undersøkelser og etablering av kunnskapsdatabase (5%)
5. Gjennomføringen av The Ocean, Ocean Innovation Showroom, Havuken 2023 og andre relevante samarbeidsarenaer (100%)
6. Fremme fellesprosjekter på tvers av aktørene (10%)
7. Involvere interessenter (Fokus på næringslivet og de unge) (10%)
8. Utvikle og påvirke gode rammebetingelser og virkemidler for næringene (10%)
9. Støtte og veiledning til næringslivet (10%)
10. Fremme kunnskap blant barn og unge om mulighetene som ligger i Havbyen Bergen (10%)
11. Etablere partnerskap og samarbeid med andre ledende miljøer (10%)
12. Koordinering og støtte (20%)

(Tallene i parentes er estimert ressursbehov basert på årsverk. For en full oversikt over tiltak se slide side 18).

PLAN FOR VIDERE ORGANISERING OG DRIFT:

Arbeidsgruppen sitt mandat avsluttes i første halvdel av mars 2021. Anbefalingen for videre organisering og drift er at det etableres et prosjekt som kan ta ansvaret for å utvikle Havbyen Bergen med utgangspunkt i anbefalinger og føringer fra sluttrapporten.

Basert på innspill fra referansegruppe og rundebordskonferanse, så bør det overordnet ansvaret for Havbyen Bergen (fortsett) ligge i et åpent og demokratisk fora med medbestemmelse; rundebordskonferansen. Driftsansvaret bør legges til en eksisterende organisasjon, som driver Havbyen Bergen som et prosjekt. Videre så er det viktig at både Bergen kommune og Vestland fylkeskommune fortsatt støtter prosjektet og bidrar til en langsiktig finansiering.

Det konkrete forslaget er at rundebordskonferansen videreføres som overordnet organ med ansvar for å velge en styringsgruppe som skal følge opp det operative ansvaret i Havbyen Bergen. Prosjektledelsen ansettes i det offentlige. Videre arbeidsfordeling mellom Bergen kommune og Vestland fylkeskommune avklares av partene selv.

Årsmøte	Rundebordskonferansen (50+ medlemmer)
Styringsgruppe	7 eller 9 medlemmer
Prosjektledelse	1 leder + 2 medarbeidere
Finansiering	70% offentlig/30% privat (Totalt ca. 4-5 mill.)





Situasjonsbeskrivelse (SWOT og nøkkeltall)

STYRKER:

- Bergen og Vestland er en komplett «havby»
- Kultur og identitet som havby
- Historisk posisjon som sjøfartsby
- Store deler av næringslivet er rettet mot havet
- Mangfoldig havindustri - flere ben å stå på
- Evne til omstilling (Størrelsen på Bergen)
- Konsentrasjon, posisjon og bred kompetanse innen havnæringene
- Verdensledende næringsliv, forskning, utdanning og forvaltning innenfor havnæringene
- Regionen har et av verdens ledende miljøer for undervannsteknologi med en leverandørindustri som er i særklasse globalt
- Et velfungerende «blått» økosystem for innovasjon og kommersialisering
- Fremoverlente offentlige aktører
- Bergensregionen har et av verdens ledende miljøer for undervannsteknologi med en leverandørindustri som er i særklasse globalt
- Godt sammensatt innenfor både forvaltning, næring og akademia. Det er dette som gjør oss sterke internasjonalt

MULIGHETER:

- Bygge identitet og lagånd. Fremstå samlet med sterk delings- og samarbeidskultur
- Etablere bred forankring, politisk engasjement og nasjonalt/internasjonalt samarbeid mot felles ambisjoner
- Etablere en administrativ ressurs som kan drive dette over tid
- Etablere samarbeidsarenaer på tvers av aktører som kan «pushe» hverandre
- Koordinere ressurser for prosjekter og arrangementer som løfter regionen opp i verdensklasse
- Ta en tydelig posisjon. Ledende region innen bærekraftige havnæring
- Realisere potensialet for marine mineraler, grønn/bå hydrogen og karbonlagring
- Synliggjøre de gode studietilbudene
- Kobling mellom menneskerettighetsbyen Bergen og Havbyen Bergen
- Tiltrekke oss nye bedrifter og kapital. Bli et «Silicon Valley» for havnæringene
- Utnytte det gode handlingsrommet for omstilling og styrke insentiver fra fossilt til fornybart
- Styrket tilrettelegging av virkemidler
- Delings og sirkulærøkonomi
- Fokusere på konkrete mål, leveranser og kommunikasjon (nedenfra og opp)
- Rette oss mot ungdomsskole og videregående (Vi trenger også fagutdannende)
- Styrke regionens kompetanse innen nye digitale verktøy (Eks. AI og IoT)
- Akademia forsterker samarbeidet med hverandre og næringslivet
- Vi kan ikke vedta av vi er havbyen, vi må vise det

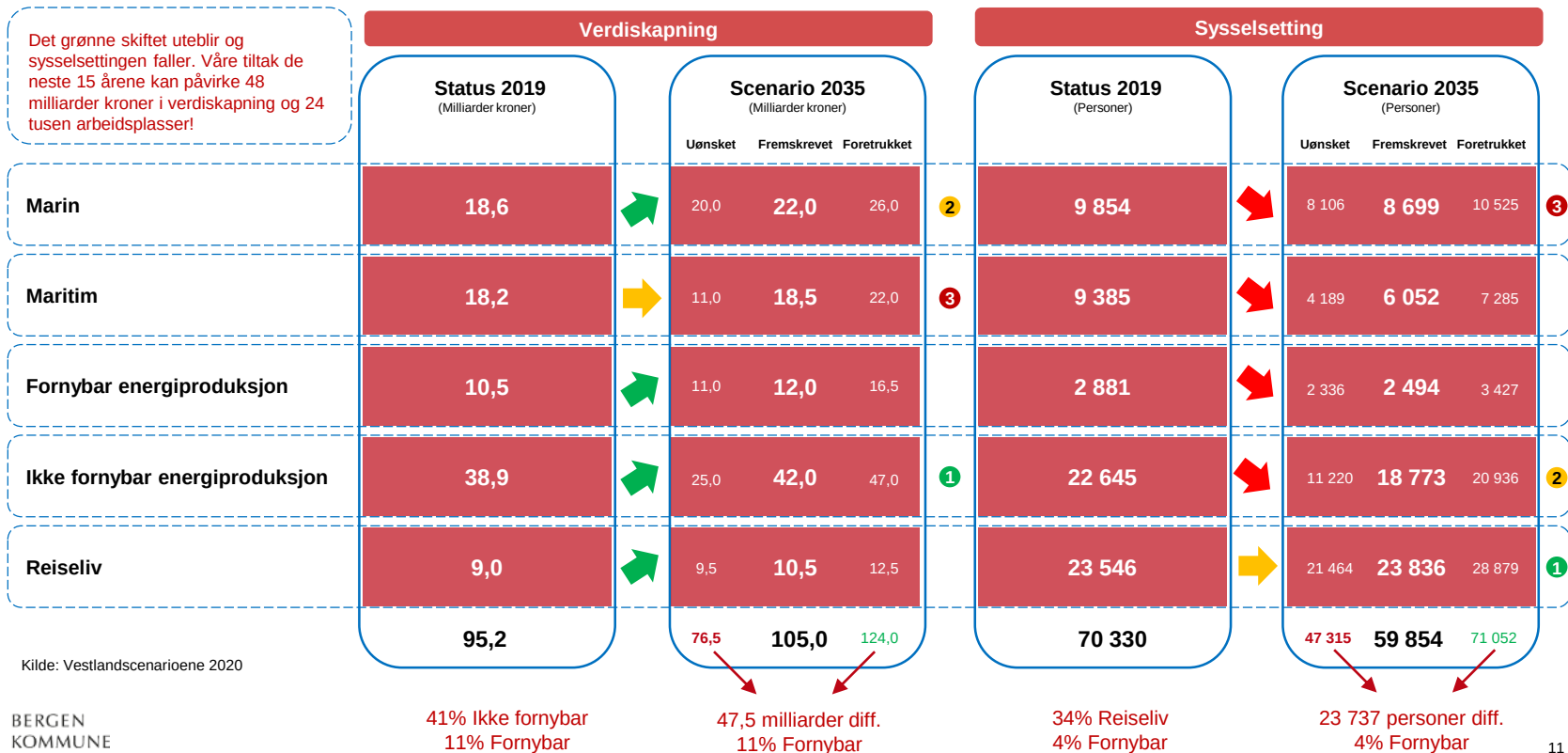
SVAKHETER:

- Svak koordinering/forankring og evne å gjennomføre varige samarbeidsprosjekter
- Liten kultur for å ta vanskelige debatter
- Konkurrerende initiativ og posisjoneringskamp internt
- Det offentlige bruker for lang tid på saksbehandling (areal- og byggesaker)
- Akademia har et svakere omdømme enn NTNU innenfor teknologiske fag
- Vi utdanner ikke nok teknologer til bruk i regionen
- Det nye fylket Vestland må dekke mange sprikende interesser
- En verdiløs konkurranse med andre norske byer
- Lav kjennskap til Havbyen Bergen
- Svak havidentitet hos innbyggerne
- Vi klarer i for liten grad å konvertere startups til vekstselskaper
- Vi har en tendens til å begynne helt på nytt istedenfor å bygge videre på det vi allerede har
- Enkelte bransjer har høyt aldersnitt og er mannsdominert – lav andel kvinner i toppledelsen

TRUSLER:

- Vi klarer ikke gi begrepet Havbyen Bergen nok substans
- Vi klarer ikke ta initiativet videre med betydningsfulle tiltak med gjennomføringskraft
- Vi klarer ikke å utnytte våre styrker og da heller ikke potensialet
- Vi mister synlighet og innflytelse (til fordel for andre regioner i Norge)
- Vi blir for lokale/regionale og «navlebeskuende» i et globalt marked
- Selskapene i regionen identifiserer seg ikke med Havbyen Bergen
- Bergen evner ikke å være en hovedstad for hele regionen
- Tempo i omstilling fra olje og gass til fornybare næring går for tregt
- Vi evner ikke å forsere barrierer definert i Vestlandsscenarioene
- Ustabile rammebetingelser. Vi har ikke «stayer evne». Nytt initiativ om 4 år...
- Vi mister viktig kompetanse ut av regionen
- Ulike konkurranseregler. Mye fokus på miljøteknologi i Norge, men ikke globalt
- Andre viktige posisjoner prioriteres høyere Eks. «Kulturbyen Bergen»
- Mange av aktørene som inngår i Havbyen Bergen har hovedsete her, men er til stede i hele landet og ønsker derfor ikke å bli med på en nasjonal "stillingskrig"
- Konkurranse fra andre byer (Eks. Trondheim – Ocean Space Center)
- Andre tar posisjonen som kanskje Bergen tar for gitt

Havnæringene - Nøkkeltall 2019 og scenario 2035 - Vestland





3

Definisjon, visjon, misjon, fokusområder, mål og tiltak



BERGEN
KOMMUNE

Arbeidsgruppens forslag til definisjon av Havbyen Bergen

Havbyen Bergen er aktører med fokus på bærekraftig verdiskapning knyttet til havet på Vestlandet				
Næringsliv*	Næringsklynger og organisasjoner**	Forskning og utdanning**	Initiativer**	Offentlige aktører**
Havnæringer: • Olje og gass • Marin • Maritim • Fornybar energi • Reiseliv	• NCE Finance Innovation • NCE Media • NCE Seafood Innovation Cluster • Blue Future • Nosca Clean Oceans • GCE Ocean Technology • Ocean Innovation Norwegian Catapult • Maritime Bergen • NCE Maritime CleanTech • Sustainable Energy Norwegian Catapult • MMR Ocean Blue • Hub for Ocean • Arena Ocean HyWay Cluster • AkvaHub • Bergen Næringsråd • Næringsalliansen • Invest in Bergen • VIS TTO • Maritimt forum • Norwegian Cognitive Center • Visit Bergen	• NORCE Norwegian Research Centre • Havforskningsinstituttet • NIVA vannforskning • Nansen Environmental and Remote Sensing Center • UiB • Bergen Offshore Wind Center • HVL • NHH • BI • Sjøkrigsskolen • NOFIMA • NAMC • SFI Climate Futures	• Bergen Entrepreneurship Academy (HVL, NHH og UiB) • The Ocean • Visningssenteret • Energiomstilling Vest • Innovasjonsuken OPP • UTC Underwater Technology Conference • SFI Smart Ocean • Norwegian Forum for Marine Minerals • One Ocean Expedition • Marin innovasjonsarena • Havinkubator • Styrke av økosystem innen HAV • North Atlantic Seafood Forum (NASF) • Bergen Shipping Dinner (BDS) • Havlunsj • Passion for ocean • Karrieredager • Arendalsuka	• Bergen kommune • Vestland fylkeskommune • Fiskeridirektoratet • Mattilsynet • Innovasjon Norge



Havbyen Bergen - Visjon og misjon

MISJON

Fremme økt samhandling, attraktivitet, bærekraftig vekst og kompetanse i havnæringene med Bergen som sentral drivkraft

VISJON

Lede an for et bærekraftig hav
(Pioneering a Sustainable Ocean)

Visjon: Havbyen Bergen sin drøm som vi aldri kan slutte å strekke oss mot
Misjon: Hvorfor Havbyen Bergen eksisterer
Bærekraft: Klima og miljø, økonomi og sosiale forhold



BERGEN
KOMMUNE

Havbyen Bergen – Definisjon, visjon, misjon, fokusområder og mål

Definisjon	Havbyen Bergen er aktører med fokus på bærekraftig verdiskapning knyttet til havet på Vestlandet			
Visjon	Lede an for et bærekraftig hav (Pioneering a Sustainable Ocean)			
Misjon	Fremme økt samhandling, attraktivitet, bærekraftig vekst og kompetanse i havnæringene med Bergen som sentral drivkraft			
Fokusområder	FNs bærekraftsmål - Samarbeid for å nå målene (17) - Stoppe klimaendringene (13) - Ren energi til alle (7) - Livet i havet (14) - Industri, innovasjon og infrastruktur (9) - Utrydde sult (2)			
	Samhandling	Attraktivitet	Bærekraftig vekst	Kompetanse
Mål	• Felles identitet og kultur for samarbeid	• Øke antall etableringer av ledende bedrifter og startups	• Økt omstilling, bærekraftig verdiskapning og sysselsetting	• Verdens beste havforskningsregion
	• Økt samhandling mellom forskning, utdanning, offentlige aktører og næringsliv	• Tilgang til kapital, areal, infrastruktur, talent og kompetanse	• Overføring av kompetanse fra ikke-fornybare til fornybare næringer	• Relevant og attraktiv utdanning til havnæringene
	• Styrke samarbeidsarenaer og felles prosjekter	• Global kjennskap og preferanse til Havbyen Bergen	• Sikre ivaretagelse av anstendig arbeid for alle og likestilling mellom kjønnene	• Internasjonalt ledende kunnskapsbasert forvaltning og næringskompetanse



Havbyen Bergen - Aktuelle tiltak

Fokusområde	Mål	Aktuelle tiltak*
1 Samhandling	- Felles identitet og kultur for samarbeid - Økt samhandling mellom forskning, utdanning, offentlige aktører og næringsliv - Styrke samarbeidsarenaer og felles prosjekter	- Lage en god arbeidsfordeling i nettverket - Legge til rette for internkommunikasjon, møter og samordning mellom aktørene - Portal/nettside med oversikt over viktige initiativer og aktiviteter med kalender og nyhetsbrev - Gjennomføring av The Ocean, Ocean Innovation Showroom, Havuken 2023 og andre relevante samarbeidsarenaer - Fremme fellesprosjekter på tvers av aktørene (Eks. Rammebetingelser, rekruttering, markedsføring/messer, innovasjon)
2 Attraktivitet	- Øke antall etableringer av ledende bedrifter og startups - Tilgang til kapital, areal, infrastruktur, talent og kompetanse - Global kjennskap og preferanse til Havbyen Bergen	- Merkevare og kommunikasjonsstrategi (Inkludere innsikt fra Visit Bergen, avklare navn, appellere til de unge, gjøre akademisk tilbud mer kjent/attraktivt) - Bidra til økt samlokalisering av viktige aktører innenfor havnæringene (Eks. Dokken og Marineholmen) - Arrangement og PR aktiviteter - Involvere interessenter (Fokus på næringslivet og de unge) - Vertskapsrolle for havnæringene
3 Bærekraftig vekst	- Økt omstilling, bærekraftig verdiskapning og sysselsetting - Overføring av kompetanse fra ikke-fornybare til fornybare næringer - Sikre ivaretagelse av anstendig arbeid for alle og likestilling mellom kjønnene	- Utvikle og påvirke gode rammebetingelser og virkemidler for havaktørene - Arbeide for at offentlige anbud tilfaller Vestlandet - Støtte og veiledning til næringslivet (Eks. Aktuelle virkemidler, samarbeidsarenaer, innsikt, potensielle og etablerte initiativer) - Bidra til å styrke det innovative økosystemet i regionen - Støtte til etablering av relevante EU-prosjekter (Letter of intent) - Rekruttering av næringslivtalenter
4 Kompetanse	- Verdens beste havforskningsregion - Relevant og attraktiv utdanning til havnæringene - Internasjonalt ledende kunnskapsbasert forvaltning og næringskompetanse	- Fremme kunnskap blant barn og unge om mulighetene som ligger i Havbyen Bergen - Etablere partnerskap med andre ledende miljøer - Gjennomføring av undersøkelser (eks. befolkningsundersøkelsen i regi av UiB) og etablering av kunnskapsdatabase - Fremme mobilitet av kompetanse mellom næringene, forvaltningen og FoU-miljøene - Rekruttering av forskningstalenter
1. Vise til konkrete resultater - at samarbeidet fungerer og skaper merverdi for alle		

* Havbyen Bergen vil ikke ha det formelle ansvaret for alle tiltakene. Enkelte tiltak kan utføres av aktører i nettverket eller eksterne samarbeidspartnere. Havbyen kan da bidra med f.eks. ledelse, oversikt, koordinering, kompetanse og finansiering. Alle tiltakene vil heller ikke etableres og gjennomføres fra første dag, men prioriteres og fordeles over en tidsperiode.

Havbyen Bergen - Aktuelle tiltak - Hovedansvar

Tiltak	Ressursestimat*
1 Lage en god arbeidsfordeling i nettverket	10%
2 Merkevere, kommunikasjonsstrategi og legge til rette for internkommunikasjon, møter og samordning mellom aktørene	50%
3 Portal/nettside med oversikt over viktige initiativer og aktiviteter med kalender og nyhetsbrev	50%
4 Gjennomføring av undersøkelser og etablering av kunnskapsdatabase	5%
5 Gjennomføringen av The Ocean, Ocean Innovation Showroom, Havuken 2023 og andre relevante samarbeidsarenaer	100%
6 Fremme fellesprosjekter på tvers av aktørene (Eks. Rammebetingelser, rekruttering, markedsføring/messer, innovasjon)	10%
7 Involvere interessenter (Fokus på næringslivet og de unge)	10%
8 Utvikle og påvirke gode rammebetingelser og virkemidler for næringene	10%
9 Støtte og veiledning til næringslivet (Eks. Aktuelle virkemidler, samarbeidsarenaer, innsikt, potensielle og etablerte initiativer)	10%
10 Fremme kunnskap blant barn og unge om mulighetene som ligger i Havbyen Bergen	10%
11 Etablere partnerskap og samarbeid med andre ledende miljøer	10%
Koordinering og støtte	20%
Sum	300%

* Ressursestimatet er antall årsverk som kreves for å gjennomføre de mest sentrale tiltakene der Havbyen Bergen bør ha et hovedansvar. Disse ressursene behøver ikke være fast ansatte i det offentlige, men kan gjennomføres med egeninnsats, økonomisk støtte fra aktørene i nettverket eller inntekter.





4

Videre organisering og drift



BERGEN
KOMMUNE

Havbyen Bergen – Sentrale suksesskriterier

Hva er de viktigste suksesskriteriene for å lykkes med Havbyen Bergen?

1. Deltagerne bør være likeverdige og ansvarliggjøres.
2. Samarbeidet bør baseres på demokratiske, åpne og transparente prosesser.
3. Alle bør ha reell mulighet til medvirkning.
4. Initiativet bør ledes av en nøytral aktør med en synlig leder som evner å forene alle interesser.
5. Initiativet bør støttes av Bergen kommune og Vestland fylkeskommune (gjennom politiske vedtak).
6. Det bør være en langsiktig finansiell forpliktelse (3-5 år) som garanteres av det offentlige.
7. Det private bør forplikte seg ved å bidra med egeninnsats og/eller finansiering for å bekrefte nytteverdi
8. Det bør gis et klart eierskap til realisering av mål og tiltak og tilføres tilstrekkelige ressurser.
9. Eierskapet til merkenavn og domene bør følge den organisasjonen som får ansvaret for drift.
10. Det bør defineres konkrete fellesprosjekter
11. Vi må være flinke til å markere kortsiktige suksesser.



Havbyen Bergen – Videre organisering og finansiering

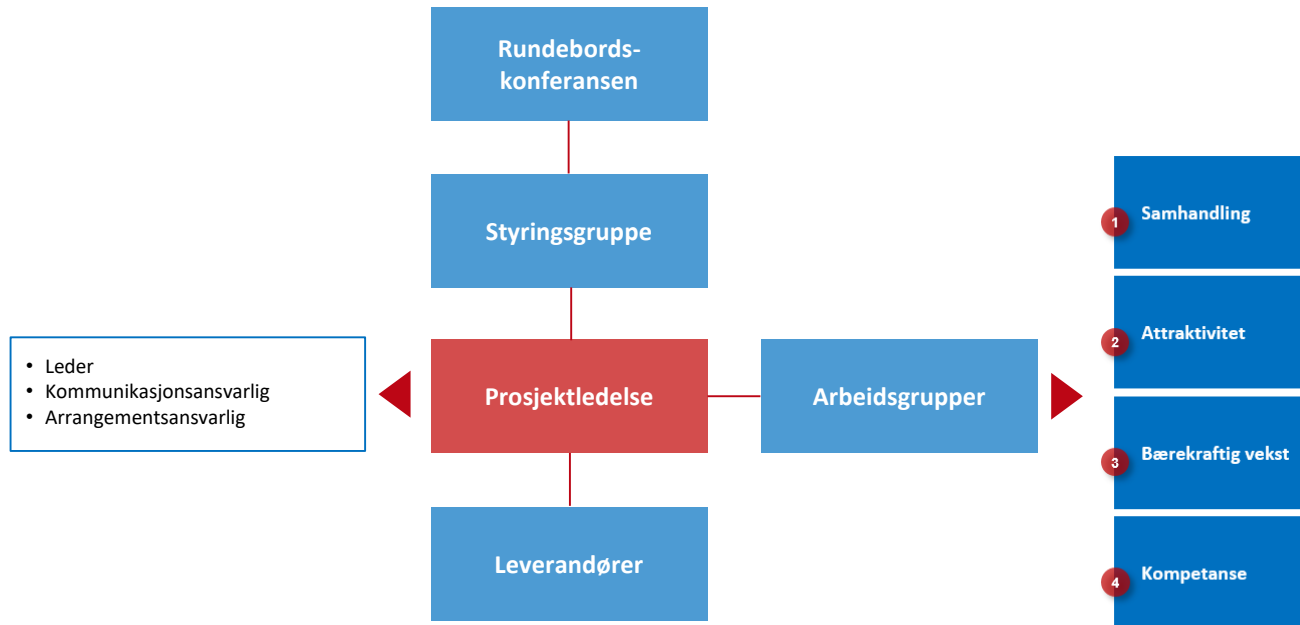


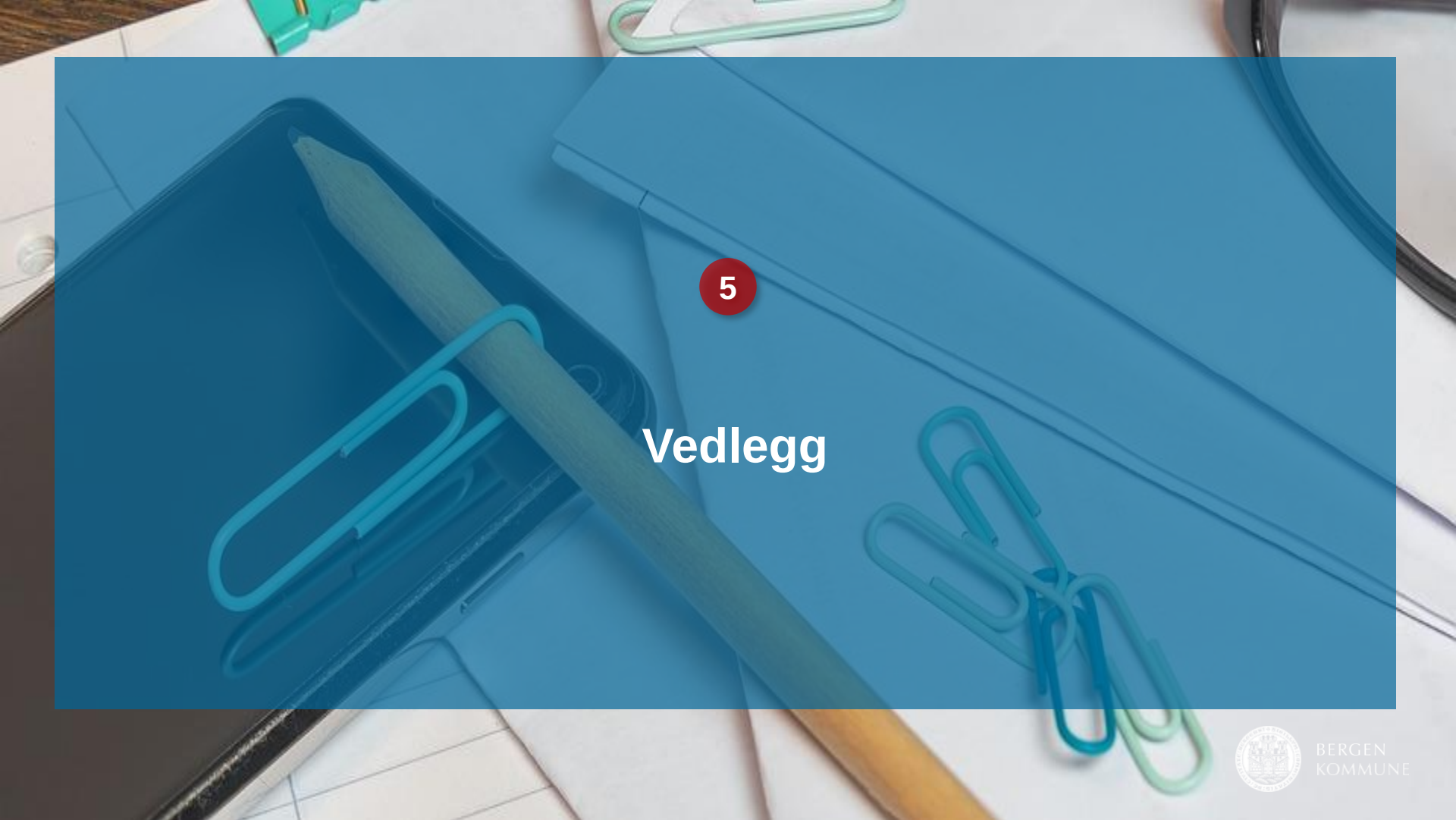
Havbyen Bergen – Videre organisering og finansiering

Årsmøte	Rundebordskonferansen (50+ medlemmer)	Består av aktører som bidrar til bærekraftig verdiskapning knyttet til havet på Vestlandet. Viktigste oppgave er å fastsette strategi og de økonomiske rammene for prosjektets drift og velge styringsgruppe. Ledes av BK eller VLFK.
Styringsgruppe	7 eller 9 medlemmer	Medlemmer valgt av rundebordskonferansen som representerer det offentlige, næring, academia og forskning. Tar beslutninger og gir avklaringer for det operative arbeidet i prosjektet. Ledes av BK eller VLFK.
Prosjektledelse	1 leder + 2 medarbeidere	Rapporterer til referansegruppen. Ansvarlig for gjennomføring av strategi og ledelse av Havbyen Bergen. Medarbeidere med ansvar for et utvalg av de definerte tiltakene. Er formelt ansatt i BK eller VLFK.
Finansiering	70% offentlig/30% privat (Totalt ca. 4-5 mill.)	Bergen kommune og Vestland fylkeskommune sikrer en langsiktig finansiering. Det budsjetteres med privat støtte og finansiering gjennom f.eks. fellesprosjekter, sponsor, deltagelse på arrangementer og egeninnsats.



Havbyen Bergen – Organisering (Skisse)



The background of the slide is a photograph of a desk. It features several sheets of white paper, some of which are slightly crumpled or folded. A wooden pencil with a light-colored eraser is positioned diagonally across the center. Several light blue paper clips are scattered around: one is attached to the pencil, another is on the left, and a pair is on the right. The entire scene is overlaid with a semi-transparent blue rectangle.

5

Vedlegg



BERGEN
KOMMUNE

5.1

Nøkkeltall og trender



BERGEN
KOMMUNE



Marin - Nøkkeltall og scenario

Beskrivelse:

Marin næring omfatter verdikjeden for havbasert matproduksjon. Dette inkluderer både fiske, havbruk og næringsmiddelindustrien knyttet til havbruk. Marin næring er en viktig del av både nåværende og fremtidig verdiskapning i Vestland og utgjør en viktig del av Vestland sin eksportnæring.

Verdiskapning: (Andel av total 2018)

5,9%

Utvikling: (Milliarder kroner)

2018	2019	Vekst
17,9	18,6	3,8%

Scenario 2035: (Milliarder kroner)

Foretrukket	26,0
Fremskrevet	22,0
Uønsket	20,0

Definerte delnæringer:

- Fiske
- Oppdrett
- Tjenesteleverandører
- Fôrproduksjon
- Utstyrslleverandører
- Foredling

Sysselsetting: (Andel av total 2018)

2,9%

Utvikling: (Personer)

2018	2019	Vekst
9 765	9 854	0,9%

Scenario 2035: (Personer)

Foretrukket	10 525
Fremskrevet	8 699
Uønsket	8 106

FNs bærekraftsmål:



Verdiskapning: (Per sysselsatt)

2019 **1 886 000**

Kilde: Vestlandscenariene 2020





Maritim - Nøkkeltall og scenario

Beskrivelse:

Maritim næring omfatter transport, lagring og sjøfart, samt redningstjenester, slepebåter, drift av havner og kaianlegg, samt skipsmegling. Sektoren er en viktig del av næringslivet på Vestland, og næringens verdiskaping i Vestland utgjør nærmere 30% av næringens totale verdiskaping i Norge. Maritim næring inkluderer også verftsindustrien som levere både til petroleum, maritim, marin og andre hovednæringer

Verdiskapning: (Andel av total 2018)

5,7%

Utvikling: (Milliarder kroner)

2018	2019	Vekst
17,6	18,2	3,4%

Scenario 2035: (Milliarder kroner)

Foretrukket	22,0
Fremskrevet	18,5
Uønsket	11,0

Definerte delnæringer:

- Utstyrleverandører
- Rederi
- Tjenesteleverandører
- Verftsindustri

Sysselsetting: (Andel av total 2018)

2,8%

Utvikling: (Personer)

2018	2019	Vekst
9 271	9 385	1,2%

Scenario 2035: (Personer)

Foretrukket	7 285
Fremskrevet	6 052
Uønsket	4 189

FNs bærekraftsmål:



Verdiskapning: (Per sysselsatt)

2019	1 939 000
-------------	------------------

Kilde: Vestlandscenariene 2020





Fornybar energiproduksjon - Nøkkeltall og scenario

Beskrivelse:

Hovednæringen fornybar energi omfatter både produksjon og distribusjon av energi fra vann-, sol- og vindkraft, samt øvrig produksjon av elektrisitet. Næringen blir en viktig del av den grønne omstillingen.

Verdiskapning: (Andel av total 2018)

3,6%

Utvikling: (Milliarder kroner)

2018	2019	Vekst
11,1	10,5	- 5,6%

Scenario 2035: (Milliarder kroner)

Foretrukket	16,5
Fremskrevet	12,0
Uønsket	11,0

Definerte delnæringer:

- Produksjon
- Distribusjon
- Tjenesteleverandør

Sysselsetting: (Andel av total 2018)

0,8%

Utvikling: (Personer)

2018	2019	Vekst
2 813	2 881	2,4%

Scenario 2035: (Personer)

Foretrukket	3 427
Fremskrevet	2 494
Uønsket	2 336

FNs bærekraftsmål:



Verdiskapning: (Per sysselsatt)

2019	3 639 000
-------------	------------------

Kilde: Vestlandscenariene 2020





Ikke fornybar energiproduksjon - Nøkkeltall og scenario

Beskrivelse:

Næringen består i stor grad av næringer knyttet til utvinning og produksjon av olje og gass, samt tilhørende distribusjon- og tjenestenæring. Bygging av plattformer og skip er underlagt hovednæringen maritim næring (verftsindustri). Næringen er svært viktig for Vestland sin sysselsetting og verdiskapning

Verdiskapning: (Andel av total 2018)

13,3%

Utvikling: (Milliarder kroner)

2018	2019	Vekst
40,1	38,9	- 3,0%

Scenario 2035: (Milliarder kroner)

Foretrukket	47,0
Fremskrevet	42,0
Uønsket	25,0

Definerte delnæringer:

- Utvinning
- Distribusjon
- Utstysleverandører
- Tjenesteleverandører

Sysselsetting: (Andel av total 2018)

6,5%

Utvikling: (Personer)

2018	2019	Vekst
21 581	22 645	4,9%

Scenario 2035: (Personer)

Foretrukket	20 936
Fremskrevet	18 773
Uønsket	11 220

FNs bærekraftsmål:



Verdiskapning: (Per sysselsatt)

2019	1 712 000
-------------	-----------

Kilde: Vestlandscenariene 2020



BERGEN
KOMMUNE



Reiseliv - Nøkkeltall og scenario

Beskrivelse:

Næringen omfatter tradisjonelle deler av reiselivsnæringen, fra opplevelser og transport til overnatting og servering. Næringen har de siste årene vært i sterk vekst både globalt og nasjonalt.

Verdiskapning: (Andel av total 2018)

2,9%

Utvikling: (Milliarder kroner)

2018	2019	Vekst
8,6	9,0	2,2%

Scenario 2035: (Milliarder kroner)

Foretrukket	12,5
Fremskrevet	10,5
Uønsket	9,5

Definerte delnæringer:

- Transport
- Overnatting
- Servering
- Formidling
- Aktiviteter og kultur

Sysselsetting: (Andel av total 2018)

6,9%

Utvikling: (Personer)

2018	2019	Vekst
23 046	23 546	2,2%

Scenario 2035: (Personer)

Foretrukket	28 879
Fremskrevet	23 838
Uønsket	21 464

FNs bærekraftsmål:



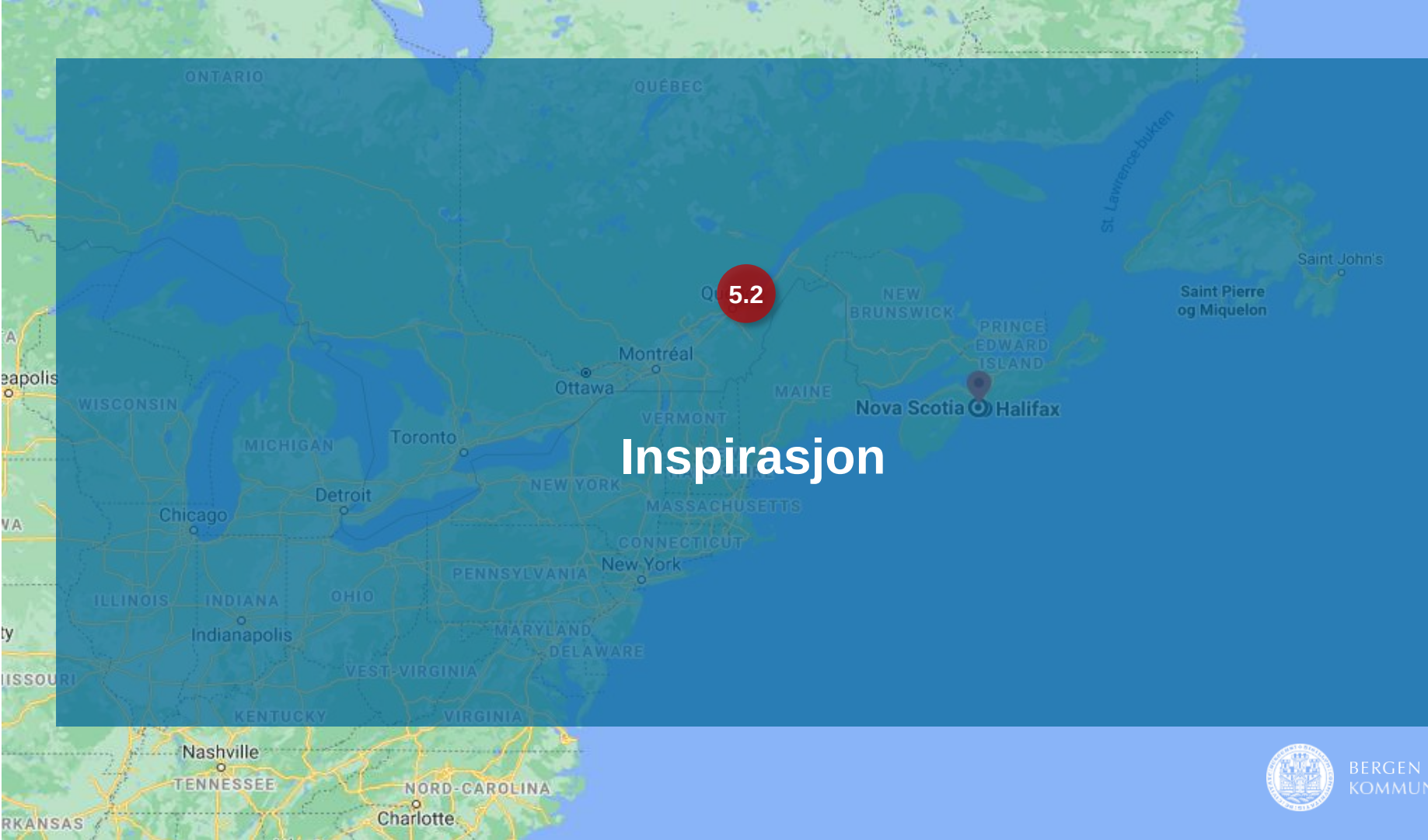
Verdiskapning: (Per sysselsatt)

2019	384 000
-------------	----------------

Kilde: Vestlandscenariene 2020



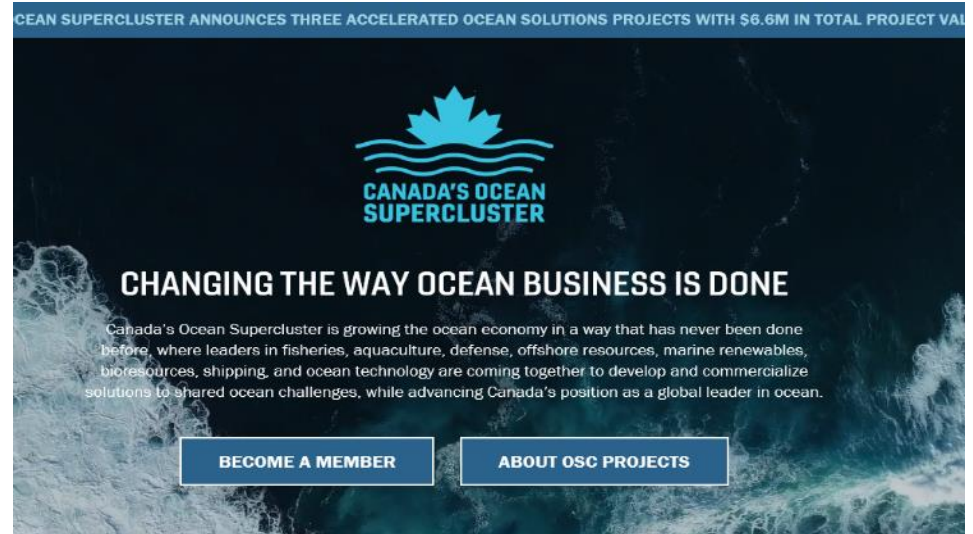
BERGEN
KOMMUNE



Case: Canadas Ocean Supercluster

Addressing shared challenges and advancing Canadas position as a global leader in ocean

- Many clusters in the world organize around a single sector or value chain
- **The Ocean Supercluster is designed to eliminate sector silos and to promote co-investment in business solutions that have multiple applications**
- The Ocean Supercluster takes advantage of Canada having one of the world's few ocean economies characterized by significant activity in all major sectors, including seafood, shipping, energy, defense, and tourism.
- This breadth of activity translates into a large pool of companies facing shared challenges, who thus become potential partners for innovation collaboration in the Ocean Supercluster



OUR VISION: Realize the potential of Canada's ocean economy to establish and grow companies, achieve commercial outcomes, and engage in cross-sectoral collaboration.



OUR MISSION: To enable the sustainable growth of Canada's ocean economy by building an ecosystem in which all members are well-connected and have the capacity and capability to drive digital innovation.



BERGEN
KOMMUNE

Nettside: oceansupercluster.ca

Case: Osloregionen

Osloregionen - en bærekraftig og internasjonalt konkurransedyktig region

- Osloregionen interkommunalt politisk råd er et strategisk samarbeid som består av 65 kommuner inkludert Oslo kommune. Osloregionen jobber for at hele hovedstadsregionen skal være en bærekraftig og internasjonalt konkurransedyktig region.
- Sammenslutningens formål er å initiere, utvikle og støtte samarbeidstiltak som styrker Osloregionens posisjon som en konkurransedyktig og bærekraftig region i Europa.
- Samarbeidet i regionen skal særlig rettes inn mot utforming av strategier og igangsetting av samarbeidsprosesser på områder hvor samordning av deltakernes innsats vil være viktig.
- Innsatsområder er:
 - Areal, transport, mobilitet og logistikk
 - Klima og miljø
 - Konkurranseskraft og attraktivitet

Konkurranseskraft og attraktivitet

Profileringsarbeidet baserer seg på Osloregionens internasjonale profilingsstrategi. Osloregionens mål er å være en internasjonalt konkurransedyktig og bærekraftig region. Vi er i konkurranse med andre hovedstadsregioner i Norden, Europa og resten av verden, om business, besøkende, arbeidskraft, studenter og investorer. Både Oslo og Osloregionen er fortsatt ganske så ukjent i verdenssammenheng, men det går definitivt riktig vei, viser rapporten *Oslo: State of the City*.

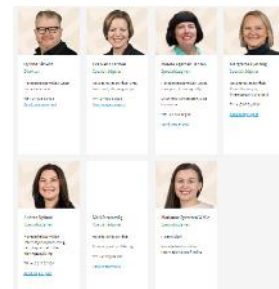
Klima og miljø

Klimapolitikk er et av innsatsområdene for Osloregionen. Gjennom opptølgning av ordførererklæringen fra 2019 blir klimaarbeidet ivarettatt. [Se de gode klimahistoriene fra regionen og mer om arbeidet her.](#)

Miljø- og klimaperspektivet er også integrert i Osloregionens arbeid innen areal/transport og verdiskaping/næringsutvikling. I Samordnet areal- og transportstrategi for Osloregionen 2016 er et av delmålene at Osloregionen skal oppfylle nasjonale og regionale klimamål.



Osloregionen



Areal, transport, mobilitet og logistikk

Areal- og transportutvikling er et sentralt innsatsområde for Osloregionen. [Samordnet areal- og transportstrategi for Osloregionen](#), vedtatt av styret i mai 2016, har som utgangspunkt at en flerkjernet utvikling kan styrke regionens internasjonale konkurranseskraft, og samtidig være en nødvendig del av den kursendingen som må til for å nå nasjonale og regionale klimamål.



BERGEN
KOMMUNE

Case: Oslo Business Region

Oslo Business Region helps you navigate in Oslo's startup and innovation community by bridging industries, companies, cities and people

We provide you with insight, collaboration & network

Oslo Business Region was established 1 January 2014 and is a limited company funded and owned by the City of Oslo. Our key objectives are to work for more successful innovation and technology startups in Oslo, collaboration between public and private companies, talent attraction and international profiling. In addition, we support businesses in Oslo during the Covid-19 Pandemic.

oslo business region

Team

Mari Wachelke	Communication & Profiling Manager
Martine Mæland	Project leader Startup
Fredrik Salberg	Producer
Siw Andersen	CEO
Marinette B. Hexeberg	Financial advisor (Covid-19)
Jørn Haanæs	Startup Director
Tom Miskin	Project Leader - Oslo Innovation Week and Nordic markets
Juliane Salicath Gordner	Startup coordinator

Invest in Oslo

The last 10 years, the startup community in Oslo has emerged from nothing to foster international growth companies such as Kahoot!, Spacemaker, Otovo and No Isolation. Now is the time to make Oslo the place for your next investment.



BERGEN
KOMMUNE

Nettside: oslobusinessregion.no

Case: Oslo



BERGEN
KOMMUNE

Merkevareplattform

- Ingen velger Oslo ved en ren tilfeldighet, enten det er valg av reisemål, sted å flytte, studere, jobbe, starte en bedrift eller investere.
- Oslo mangler synlighet og en tydelig posisjon. En sterkere merkevare ville gjort at flere ville valgt Oslo.
- Merkevareplattformen skal fungere som et filter for alle aktører i regionen,
- **Hovedmålet er å gjøre Oslo til verdens beste kompakte by.**
- Oslo er liten nok til at alle mennesker, bedrifter og ideer kan bli sett og hørt. Samtidig er Oslo ressurssterk og stor nok til å være en banebrytende plattform for innovasjon, vekst og gode liv.

Case: Oslo

Marketing: The Great Escape

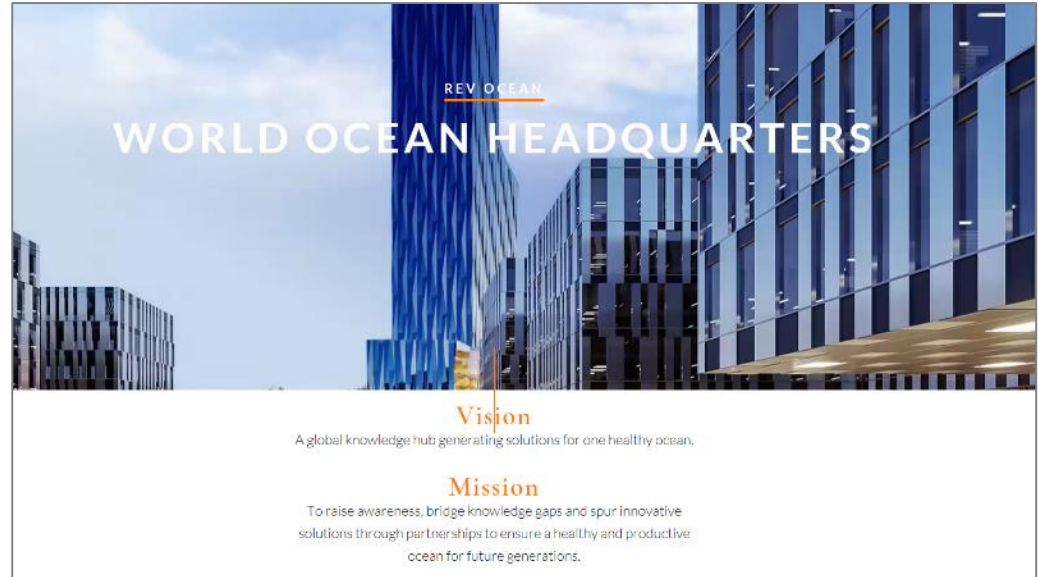
- The branding process of Oslo was initiated in 2014 by the City council in Oslo and the board of the Oslo Region Alliance
- The process took a regional approach and involved 1000 people from private business, the public sector, culture, academia and organisations.
- The three organisations /Oslo Region Alliance, Oslo Business Region and VisitOSLO) make up the informal Oslo Brand Alliance (OBA)
- The three brand values of the city are “Pioneering, Enriching and Real”
- Their marketing approach is about real stories and real people.
- An example of a successful marketing initiative is The Great Escape. Implemented in 2019, it focused on rescuing people from a holiday gone wrong and flying them to Oslo. Overcrowded places such as London, Paris, Barcelona, Rome and others.



Case: World Ocean Headquarter

World Ocean Headquarter

- To address the urgent need for collaborative action to restore ocean health and develop a sustainable blue economy, REV Ocean and Aker ASA are building the World Ocean Headquarters.
- The World Ocean Headquarters will gather governments, private sector, academia and civil society
- The hub will actively collaborate with existing marine research centers, ocean innovation networks, knowledge and technology clusters around the world.
- The World Ocean Headquarters will be built by Aker ASA, a Norwegian industrial investment company whose majority shareholder is REV Ocean-founder Kjell Inge Røkke.



Vision

A global knowledge hub generating solutions for one healthy ocean.

Mission

To raise awareness, bridge knowledge gaps and spur innovative solutions through partnerships to ensure a healthy and productive ocean for future generations.



Case: Tromsø

Visjon og mål

- **Tromsøregionen skal være den beste verdiskapingsregionen i Arktis med Tromsø som arktisk hovedstad.**
- Tromsøregionen skal være det foretrukne stedet for bærekraftig næringsaktivitet i Arktis. Regionen skal være attraktiv for næringsliv, boende og besøkende. Næringslivet skal bidra til en bærekraftig utvikling og tuftes på miljømessig, kulturell, sosial og økonomisk verdiskaping. Vi skal styrke regionens fortrinn definert som attraktivitet, reiseliv, sjømat, kompetanse og arealer.
- Økt samhandling mellom kommunene i Tromsøregionen for økt verdiskaping bygd på den enkelte kommunes styrker.
- Tromsøregionen skal være ledende på innovasjoner knyttet til bærekraftig verdiskaping i Arktis.
- Tromsøregionen skal ha en samordnet infrastruktur som fremmer utviklingen av et konkurransedyktig næringsliv og en funksjonell bo- og arbeidsmarkedsregion.
- Tromsøregionen skal samarbeide om næringsarealer i sjø og på land som imøtekommer næringslivet og samfunnets behov.



/// EN ATTRAKTIV ARKTISK
HOVEDSTADSREGION

Vi skal etablere et forum for næringssjefer/-rådgivere/-konsulenter for oppfølging av Regional strategisk næringsplan og andre overlappende områder.

Forumet har mandat til å fungere som arbeidsgruppe for Regional strategisk næringsplan, og rapporterer årlig til ordførere og rådmenn i deltagerkommunene.

Forumet skal spesielt fokusere på reiselivsnæringen – da dette er en vekstnæring som vil ha stor nytte av et sterkere samarbeid på tvers av kommunegrensene.



Case: Kristiansand

Visjon og mål

- Bystyre i Kristiansand gikk i 2017 inn for å satse på Business Region Kristiansand, en satsing som har som klart mål å styrke næringsarbeidet – og ikke minst næringssamarbeidet på tvers av kommunegrenser, sektorer, offentlige og private aktører.
- Business Region Kristiansand er en del av Kristiansand kommune
- Følgende prosjekter er satsingsområder for Business region Kristiansand: Helsebyen Eg, Kompetanseregion Kristiansand, Grønn forretningsutvikling, Næringsforesight, Universitetsbyen, Invest in KRS
- Vil ta en posisjon som en ledende europeisk region for bærekraftig innovasjon



Business Region Kristiansand

Vi viser deg mulighetene i Kristiansandsregionen



Gert Haugum
Coaching leder /
Næringsråd
(+47) 971 71 885
E-post



Ties Abrahamson
(+47) 909 54 204
E-post



Tor Sommerseth
(+47) 908 66 940
E-post



Arild Tveide
(+47) 971 56 223
E-post



Kristian Råmunddal
Coaching leder
E-post



Birthe Hjeltnes Olsen
Coaching leder
E-post



Ole Jacob Ryming
Lærerveileder
(+47) 908 66 999
E-post



Stein Otto Omland
(+47) 997 11 819
E-post



BERGEN
KOMMUNE

Nettside: businessregionkristiansand.no

Case: Ocean Space Centre (Trondheim)

Visjon og mål

- Etableringen av Ocean Space Centre skjer med bakgrunn i ambisjoner hos regjering og Storting for å realisere fremtidig vekst.
- **Ocean Space Centre, som bygges på oppdrag av Nærings- og fiskeridepartementet, vil bli det løftet Norge trenger for å gripe mulighetene i havrommet.**
- SINTEF og NTNUs nye senter i Trondheim vil utgjøre kjernen i et verdensledende utdannings- og kunnskapsmiljø, ved at industriaktører med høy teknologisk kompetanse kan få verifisert og utviklet sine løsninger i samarbeid med toppforskere
- Byggestart for Ocean Space Centre er i 2022 og planlagt ferdigstilling er i 2025.

Slik kan Ocean Space Centre bli

De første Snøhetta-skissene ble vist da Statsbygg sendte inn forslag til reguleringsplan for Det nasjonale kunnskapssenteret for havromsteknologi i Trondheim.

22. oktober 2020



I statsbudsjett for 2020 har regjeringen bevilget 40 millioner til å fortsette arbeidet med forprosjektet for Ocean Space Centre

Case: Innovasjon Norge

Ocean industries film Going beyond the expected

- Ocean industries are a focus industry sector where Norway is pioneering advanced, sustainable solutions. Scandinavian Design Group has worked closely with both Innovation Norway and industry experts to define and communicate key areas of expertise within the sector
- The introduction of an information hierarchy was created to clearly identify Norway's seven focus sectors through distinctive illustrations. This is further developed through iconography to represent industry business areas under the sectors, allowing for clear and consistent communications for different stakeholders and target groups



Case: Greater Copenhagen

Brand platform

- A unique case of 85 municipalities, two countries, one brand and a clear path to becoming a global frontrunner in talent attraction and climate leadership
- The Winner of the Financial Times' "Best FDI Strategy 2019" amongst Europe's mid-sized regions
- In the early 2010s, Copenhagen tried to launch a branding platform for the city in order to pull ahead in the international competition for investments and talent, eyeing competitors like Amsterdam, Hamburg, Stockholm and others
- The brand is managed by Copenhagen Capacity and Invest in Skåne
- **Copenhagen City is always open to new ideas, new business and new arrivals.**



COPENHAGEN
CAPACITY

Invest in Greater Copenhagen



BERGEN
KOMMUNE

Case: Greater Copenhagen



Cases: City branding



I Love New York (stylized I ♥ NY) is a slogan, a logo and a song that are the basis of an advertising campaign used since 1977 to promote tourism in the state of New York, including New York City.



The idea behind the rebrand was to show people that Amsterdam isn't just a city that revolves around, sex, drugs, and canals. But also, that it's a great place to live and work.



The challenge presented was very clear. The city needed a visual system, a visual identity that could organize and simplify communication with the citizens, and could at the same time define a clear hierarchy, bringing together the city and the city hall. We needed to represent Porto, a global city, the city for everyone."



The new logo design for Colorado is a snowy mountain combined the state's initials, perfectly connecting adventure with entrepreneurship, beauty with happiness and fresh air with creativity.



BERGEN
KOMMUNE



Innsikt

Norge



BERGEN
KOMMUNE



Opinion:

BEFOLKNINGSUNDERSØKELSE OM HAVFORSKNING OG HAVNÆRING

GJENNOMFØRT FOR HAVBYEN BERGEN / THE OCEAN
AUGUST-SEPTEMBER 2020

Oppfatninger om næringer i dag

Nøkkelfunn

- **72%** mener olje og gass er den viktigste næringen for Norge i dag
- **33%** tror olje og gass blir den viktigste næringen i Norge fremover
- Troen på at olje og gass blir den viktigste næringen fremover øker fra **28%** i 2015 til **33%** i 2020
- Troen på at fiskeri og oppdrett blir den viktigste næringen faller fra **26%** i 2015 til **16%** i 2020
- **29%** mener fiskeri og oppdrett er den mest bærekraftige næringen i Norge. **15%** mener olje og gass
- **7 av 10** tror havnæringene blir viktigere fremover

Innsikt

- Olje og gass anses som den viktigste næringen Norge har i dag
- Flest tror olje og gass blir den viktigste næringen for Norge fremover
- Alle aldersgrupper tror olje og gass blir viktigere enn fiskeri og oppdrett fremover
- Troen på viktigheten av olje og gass øker, mens den faller for fisk og oppdrett
- Fiskeri og oppdrett oppfattes som den mest bærekraftige næringen og befolkningen har stor tro på at denne vil bli viktigere fremover

Status

- **Befolkningen oppfatter at olje og gass er den viktigste næringen i Norge**
- **Troen på at den også vil være det fremover forsterkes**
- **Fiskeri og oppdrett oppfattes som den mest bærekraftige næringen og befolkningen har stor tro på at den vil bli viktigere fremover**



Tillit til forvaltning av naturressursene og klimabekymringer

Nøkkelfunn

- **75%** har tillit til at jordbruk forvalter naturressursene på en god/bærekraftig måte etterfulgt av fiskeri og fangs på **65%**.
- Kun **41%** har tillit til at vindkraft (vindmøller) forvalter naturressursene på en god/bærekraftig måte
- Befolkningen er mest bekymret for plast i havet (**51%**), fulgt av forurensing (**34%**) og at biologisk mangfold minker (**31%**)
- Kun **17%** er i svært stor grad bekymret for drivhuseffekten

Innsikt

- Befolkningen har størst tillit til at jordbruket forvalter naturressursene på en god/bærekraftig måte. Tilliten til vindkraft(vindmøller) er lav
- Nordmenn er mest bekymret for plast i havet, fulgt av forurensing og at biologisk mangfold forsvinner

Status

- **Befolkningen har størst tillit til at jordbruket forvalter naturressursene på en bærekraftig måte og lavest tillit til vindkraft (vindmøller)**
- **Plast i havet bekymrer befolkningen mer enn forurensing, tap av biologisk mangfold og drivhuseffekt**



Havforskning

Nøkkelfunn

- **40%** forbinder Vestlandet mest med havforskning – **31%** Nord Norge
- **31%** forbinder UiT med mest med havforskning – NTNU **17%** og UiB **15%**
- **79%** tror forskning må til for å løse klimautfordringer
- Over **60%** mener myndigheter og næringsliv bør investere mer i forskning og innovasjon

Innsikt

- Vestlandet er landsdelen flest forbinder med havforskning
- UiT forbindes mest med havforskning av universitetene med NTNU på andre plass og UiB på tredje
- 8 av 10 tror forskning må til for å løse klimautfordringer
- Over 6 av 10 mener det bør investeres mer i forskning og innovasjon – men andelen er svakt fallende over tid

Status

- **Vestlandet har en ledende posisjon på havforskning, men UiB rangeres på en 3. plass etter UiT og NTNU innenfor dette fagområdet**
- **Befolkningen har stor tro på at økt forskning må til for å løse klimautfordringene**



Norges «havby»

Nøkkelfunn

- **30%** forbinder Tromsø som Norges naturlige hovedstad for havet («havby») – **23%** Bergen og **11%** Ålesund
- **52%** av de som valgte Bergen begrunner det med byens tradisjoner og historie som havby. **50%** byens havforsknings- og utdanningsmiljøer
- **32%** forbinder først og fremst næringene i Bergen med turisme og **20%** med kultur
- **55%** av de som valgte Tromsø begrunner det med byens beliggenhet, geografi eller arkitektur



Innsikt

- Tromsø rangeres foran Bergen som hovedstad for havet
- Flest legger vekt på geografi og historie i valget av havby
- Folk forbinder turisme- og kulturnæringer mest med Bergen



Status

- Ingen byer har «tatt» posisjonen som Norges naturlige hovedstad for havet
- Tromsø har hatt en positiv utvikling siden 2015 og har i 2020 en noe sterkere posisjon som Norges naturlige hovedstad for havet («havby») fremfor Bergen
- Bergen sin sterke posisjon innenfor turisme- og kulturnæringene kan påvirke posisjonen innenfor havnæringene



Havnæringene

Nøkkelfunn

- **49%** forbinder Nord-Norge med havnæringene, fulgt av Vestlandet med **38%**
- **87%** forbinder havnæringene med fiske og oppdrett, **52%** skipsfart og **42%** olje og gassproduksjon
- **41%** mener Norge først og fremst bør satse på matproduksjon (fiske og oppdrett) blant havnæringene – **19%** havenergi/vindkraft til havs

Innsikt

- Annenhver forbinder Nord-Norge mest med havnæringene
- Flest forbinder havnæringene med fisk, skipsfart og olje
- Flest mener Norge bør satse på matproduksjon og vindkraft blant havnæringene

Status

- **Nord-Norge har et naturlig «eierskap» til havnæringene**
- **Havnæringene forbindes mest med fiske og oppdrett – og det er dette befolkningen også mener vi først og fremst bør satse på**



Holdninger til vindkraft

Nøkkelfunn

- **63%** er positive til vindkraftutbygging til havs og **32%** til lands



Innsikt

- 6 av 10 er positive til vindkraft til havs og hele 7 av 10 er negative til vindkraft til lands

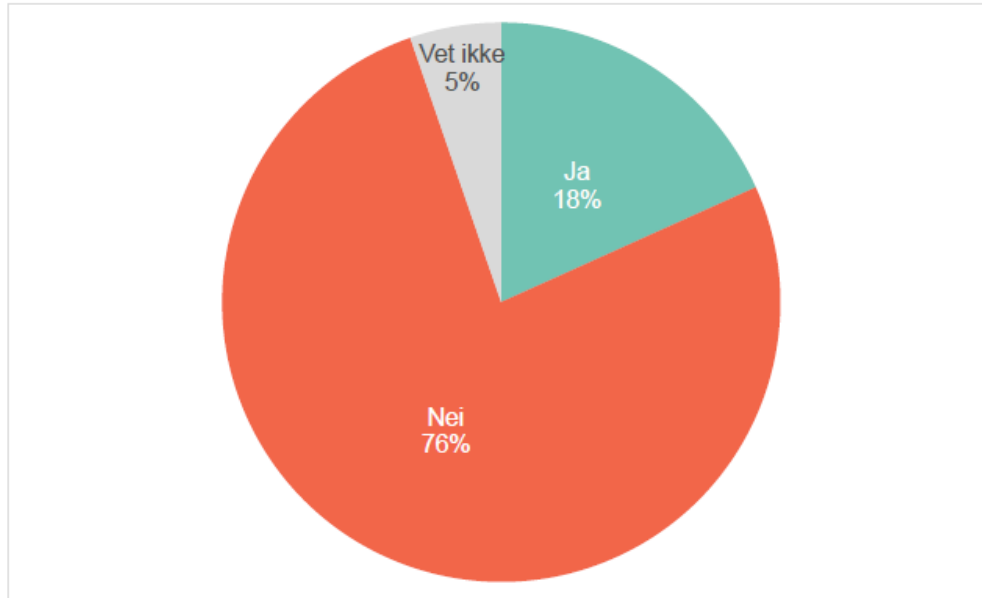


Status

- **Det er en sterk motstand i befolkningen mot vindkraftutbygging til lands**
- **Det er en risiko for at flertallet i befolkningen kan bli negative til vindkraftutbygging også til havs**

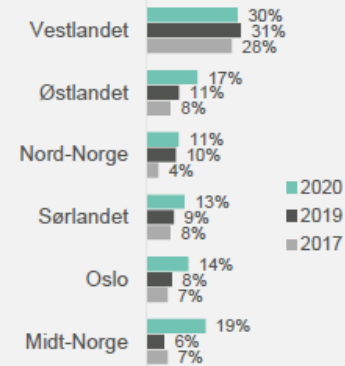


Kjennskap til «Havbyen Bergen»



Kjennskapen til Havbyen Bergen har økt over tid, fra 12 prosent i 2017 til 14 prosent i 2019, og 18 prosent i 2020.

Best kjennskap på Vestlandet



Befolkningsundersøkelsen i media

HAVFORSKNINGSINSTITUTTET Forskning • Rådgivning • Publikasjoner • Tjenester

Undersøking: Fiskeri og oppdrett mest bærekraftig



Innhold under formlingsbilde i kommunen. Foto: Kjetil Mørk / HAVFORSKNINGSINSTITUTTET

Fiskeri og oppdrett blir oppfatta som den mest bærekraftige nærings i Norge, svarer 29 prosent i fiskerundersøking. Det er nesten dobbelt så mange som svarer olje og gass, som kjem på andreplass. IT, industri og turisme følger på de neste plassene, heter det i pressemeldingen.

Publisert: 23.09.2020 Oppdatert: 23.09.2020 Forfatter: HAVFORSKNINGSINSTITUTTET

Laks.no

Ny undersøkelse: Oppdrett og fiskeri mest bærekraftige næring

Nyheter av redaksjonen • 23 september 2020

Oppdrett og fiskeri blir oppfattet som den mest bærekraftige næringen i Norge.

Det viser en undersøkelse Opinion har gjennomført på oppdrag for Havforskningsinstituttet (HI), Universitetet i Bergen og Bergen kommune.

29 prosent svarer oppdrett og fiskeri er den mest bærekraftige næringen i Norge, skriver Havforskningsinstituttet i en pressemelding.

«Det er nesten dobbelt så mange som svarer olje og gass, som kommer på andreplass. IT, industri og turisme følger på de neste plassene», heter det i pressemeldingen.

Bekreftelse: 100%

di bærekraftig måte, svarer 42

Bergens Tidende BT Magasinet Sport Økonomi Meninger Kultur

Nå må vi satse på bærekraftig havøkonomi

Vi etterlyser krisetiltak som bidrar til en grønn omstilling av norsk økonomi.

Publisert 14. september



Bergens Tidende BT Magasinet Sport Økonomi Meninger Kultur

Plast i havet bekymrer oss mest

84 prosent av oss er stadig bekymret for plastforurenging i havet. Det er det gode grunner til.

Publisert 10. september



Universitetsmuseets utstilling «Plastvaksen» gjorde mange oppmerksom på plastforurenging av havet. Prosjektet viser studier, viser en ny studie. Foto: Bjørn Erik Larsen (arkiv)

TV Rhyter Sport Kultur Humor Distrikt Mer

Vestland: Drammen, Vestlandsposten, F137, F138

Flere nordmenn negative til vindturbiner både til lands og til havs

Nordmenn blir stadig mer skeptiske til vindkraft. Ny undersøkelse viser at folk også er mer skeptisk til vindkraft til havs.

Publisert 17. september 2020 Oppdatert 17. september 2020



5.4

Identitet, synlighet, omdømme og attraktivitet



BERGEN
KOMMUNE

Havbyen Bergen - Identitet, synlighet, omdømme og attraktivitet

Identitet:

- Det som kjennetegner regionen eksplisitt er at regionen er sterkt forankret i næringer som er knyttet til havet.
- Bergen er «Vestlandets hovedstad», sentrum for verdens fremste havregion, har Norges høyeste tetthet av næringsklynger og er en populær turistdestinasjon.
- Bergen har gjennom hele sin historie levd av, og vil også i fremtiden fortsatt leve av havet.

Kjennskap:

- Ingen regioner eller byer har «tatt» posisjonen som Norges naturlige hovedstad for havet.
- Det er to klare konkurrenter (Tromsø og Bergen) rundt en uklar merkevare.
- Tromsø har en positiv trend og rangeres foran Bergen som hovedstad for havet.
- UiT og NTNU forbindes mer med havforskning enn UiB.

Omdømme:

- Bergensregionen blir gjerne omtalt som regionen som har alt, men som ikke er spisset på sin posisjon eller satsing.
- Stavanger er oljebyen, Trondheim er teknologihovedstaden, Tromsø er inngangsporten til Arktis.
- Bergen forbindes mest med turisme- og kulturnæringer.
- Bergen som havby påvirkes mest av byens tradisjoner og historie.

Attraktivitet:

- Norge klarer ikke å tiltrekke oss like mange FDIs (Foreign Direct Investments) som våre naboland.
- Regionen sliter med å tiltrekke seg talenter og personell med rett kompetanse.
- Diskusjon om statlige organer skal flyttes til/fra Bergen (Fiskeridirektoratet, World Ocean Headquarters) tyder på lav attraktivitet.

Identitet: Vår personlighet/DNA. Det som skiller «oss» fra «de andre». **Synlighet:** Kjennskap i befolkningen til et begrep eller merkevare. **Omdømme:** Hvilke oppfatning omverden har av den aktuelle organisasjonens løfte og levering. **Attraktivitet:** Vår evne til å tiltrekke ønsket kompetanse, arbeidskraft og aktører som generer innovasjon og arbeidsplasser



Styrket omdømme - Mulighetsrommet

Bakgrunn

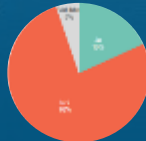
Bergensregionen er regionen som har alt, men som ikke er spisset på sin posisjon eller satsning!*



- Bergen har gjennom hele sin historie levd av, og vil også i fremtiden fortsatt leve av havet
- Norge er verden fremste havnasjon, og Bergen er den viktigste havbyen
- Regionen kjennetegnes eksplisitt ved sine sterke posisjon innen næringer som er knyttet til havet*

Status

Bergen ER havbyen, men har ikke TATT denne posisjonen!



- Kun 18% av befolkningen har hørt om Havbyen Bergen**
- Tromsø passerer Bergen som hovedstad for havet (30% vs. 23%)**
- 30% av befolkningen forbinder UiT med havforskning og 15% UiB**

Muligheter

Styrket omdømme og spisset posisjonering mot næringslivet kan gi positive effekter!



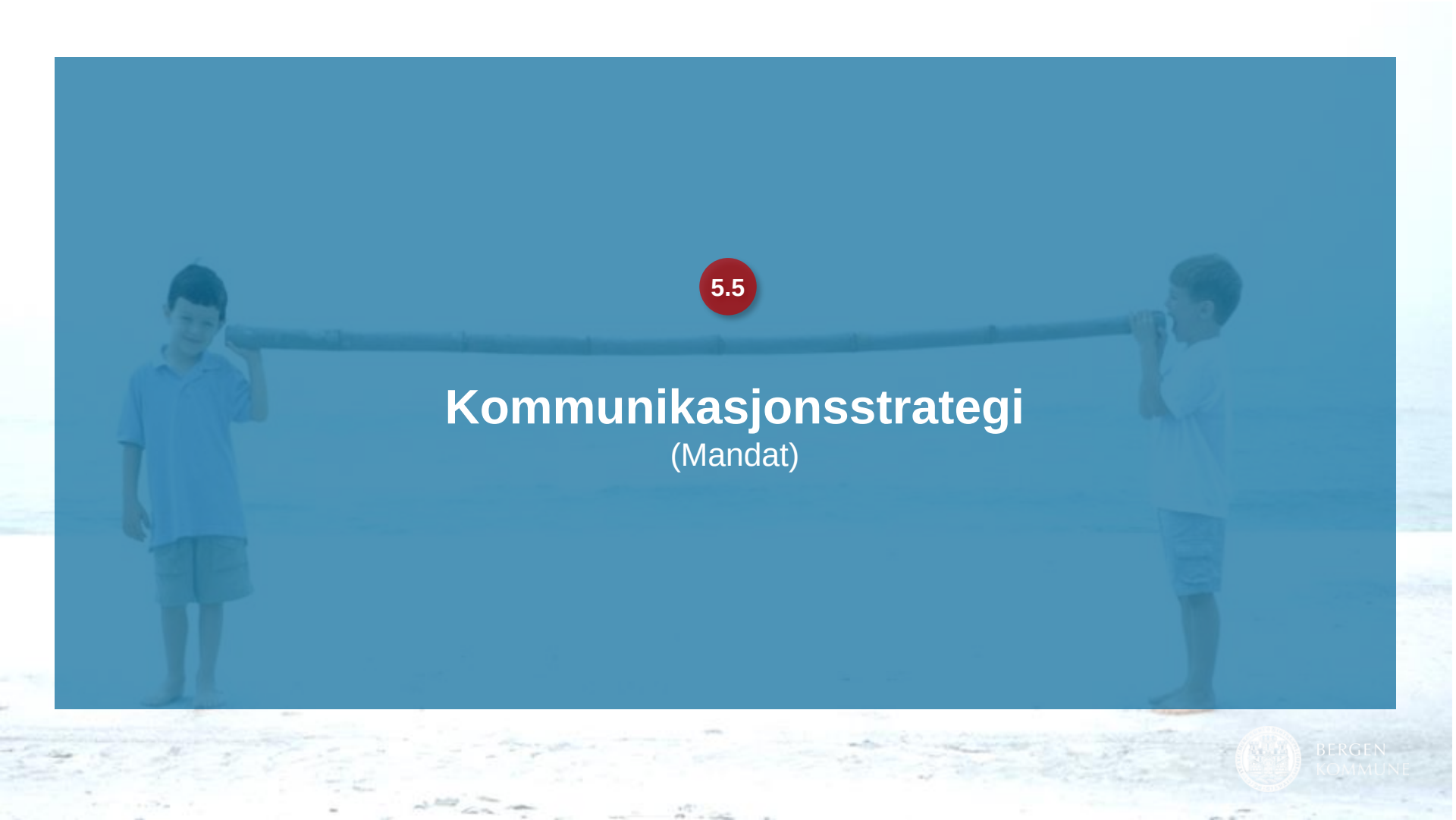
- Økt tiltrekking (redusert tap) av kompetanse-arbeidskraft og aktører som generer arbeidsplasser
- Økt innovasjonskraft for å skape en bærekraftig verdiskapning og til å løse nasjonale og internasjonale utfordringer knyttet til havet

Risiko

En svak posisjon kan føre til mangel på kompetanse og at hele eller deler av sentrale aktører for havnæringene i Bergensregionen over tid kan bli flyttet til andre steder i Norge eller internasjonalt



BERGEN
KOMMUNE



5.5

Kommunikasjonsstrategi

(Mandat)



BERGEN
KOMMUNE

Havbyen Bergen – Kommunikasjonsstrategi - Mandat

Utfordringer fra SWOT

- Bygge kunnskap om havbyen
- Bygge havidentiteten hos innbyggerne i havbyen
- Gi havbyen substans
- Vi mister synlighet og identitet til andre byer i Norge
- Stå sammen og lage samarbeidsaktiviteter som gir oss synlighet
- Skape identitet
- Vise at vi er havbyen

Tiltak som peker på kommunikasjon

- Internkommunikasjon
- Portal/nettside, behov for felles kalender
- Merkevarer- og kommunikasjonsstrategi
- PR-aktiviteter

Forslag til mandat

- Kommunikasjon og markedsføring bør bli en sentral del av arbeidet i det videre prosjektet, og vil være naturlig å gripe fatt i fra starten av.
- Sette i gang en brandingprosess. Inkludert i dette et merkenavn
- Utarbeide en kommunikasjons- og markedsstrategi.
 - Intern strategi til den interne målgruppen.
 - Ekstern strategi til en internasjonal målgruppe
- Prosjektet må vurdere om disse oppgavene skal løses sammen med et profesjonelt miljø



Havbyen Bergen – Kommunikasjonsstrategi - Mandat

Avklaringer

- Navn på havbyen som fungerer internasjonalt
- Hvordan merkevaren skal fungere - skal den brukes med andre logoer?
- Identitet – ikke bare Bergen, skal fungere for Vestland
- Visuell identitet
- Billedbruk
- Appellere til unge
- Samlende for regionen

Målgrupper

• Interne målgrupper:

- Lokale partnerne i Havbyen-prosjektet
- Politikere – på tvers av partigrensene kommunene og fylket, Hordalandsbenken
- Innbyggerne i regionen
- Bedriftene i regionen, inkludert toppledere
- Media

Eksterne målgrupper:

- Nasjonalt – politikere, næringsliv, talenter
- Internasjonalt. Denne må defineres tydelig.
Hvem er det viktig å nå for å bygge kjennskap og kunnskap om Havbyen
- Talenter
- Stakeholders/påvirkere internasjonalt
- Media

Mål

• Internkommunikasjon:

- Samle regionen, få alle med fra dag én
- Forankre prosjektet så bredt som mulig lokalt
- Bli enig i regionen om hvilke store, samlende saker som kan frontes lokalt
- Bygge havidentiteten hos innbyggerne i havbyen
- Lage en felles «havhistorie»

• Eksternkommunikasjon:

- Ta en internasjonal posisjon som Havbyen Bergen
- Vise at vi er Havbyen
- Skape en internasjonal identitet for Havbyen
- Vise at vi er attraktive på en rekke hav-felt



Kommunikasjons- og markedsgruppe?

- Arbeidsgruppen anbefaler at det etableres en gruppe med kommunikasjons- og markedsfolk som kan være en referansegruppe eller arbeidsgruppe for dette lokalt



5.6

Historikk



BERGEN
KOMMUNE

Litt historikk sett fra et FoU-perspektiv

- 1825 Bergens museum
- 1892 Biologisk stasjon på Marineholmen
- 1917 Geofysisk institutt
- 1900 Norges fiskeristyrelse (→ Fiskeridirektoratet, Havforskningsinstituttet)
- 1990 -> Marin klynge utvikla på Marineholmen med FoU og Næringsliv
- 1996 Stiftelsen Universitetsforskning Bergen
- 2003 AS Unifob → 2008: Uni Research
- 2008 Bergen marine forskningsklynge (UiB, HI, NERSC, CMR, Uni Research, NIFES, Nofima, Helse Bergen)
- 2015 «Havbyen Bergen»
- 2016 Havbyen – Etablert som samarbeidsprosjekt og heimeside
- 2019 Relansert med fokus på heile Vestlandet, 10 interessenter kontaktet. Softlansert hjemmeside med ny logo
- 2020 Bergen kommune drar i gang initiativ fra Byrådet



Portalen Havbyen Bergen

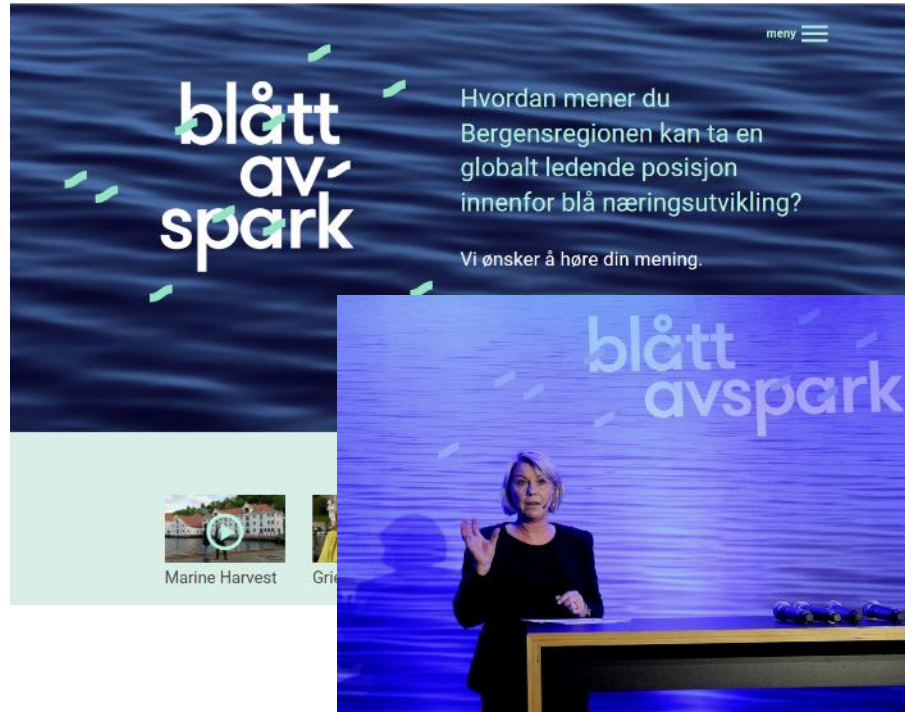
Havbyen Bergen

- Nettside/portal:
 - havbyenbergen.no
- Presenteres som;
 - 1) Europas sterkeste sammenslutning av marine og maritime institusjoner, næringsliv og forvaltning
 - 2) Europas sterkeste marine klynge for utdanning, forskning og innovasjon
- Prosjektleder:
 - UiB (Nils Gunnar Kvamstø)
- Sekretariat:
 - UiB (Amund Måge og Asbjørn Leirvåg)
 - Bergen kommune (Elin Sjødin Drange)
- Medlemmer:
 - Akvaret, Bergen kommune, GCE Ocean Technology, Havforskningsinstituttet, HVL, UiB, Invest in Bergen, VIS og Vestland Fylkeskommune



BERGEN
KOMMUNE

Blått avspark



Blått avspark

- Maritimt forum Bergensregionen samlet i 2015 havnæringene i regionen for å få sving på økt samarbeid på tvers av nærings- og fagområder.
- Næringsminister Monica Mæland roste blant annet det lokale initiativet som Maritimt Forum Bergensregionen har tatt sammen med NCE Seafood Innovation Cluster, NCE Maritimte Cleantech og GCE Subsea der vi søker om å få regjeringens havromskonferanse 2016 lagt til Bergen.
- Det ble enighet om at disse initiativene skulle samles i Havbyen Bergen

5.7

Prosjektmandat



BERGEN
KOMMUNE

Havbyen Bergen - Forventninger til arbeidet

Rundebordskonferanse 26.08.20



Bergen er havbyen i Norge og har viktige og ledende nasjonale og internasjonale nærings-, kunnskaps-, og forvaltningsmiljøer innenfor marin, maritim, reiseliv og energiproduksjon.

Kunnskap, nyskaping og innovasjon er grunnlaget for videre vekst i de havbaserte næringene og disse næringene er en viktig del av løsningen på en rekke av de store utfordringene vi som samfunn står overfor.

Hvilke grep må vi ta for å beholde vår unike posisjon som havhovedstad?

Referansegruppemøte 15.10.20



Komiteén har et krevende arbeid framfor seg og skal i løpet av høsten og vinteren utarbeide forslag til:

- **En felles definisjon for Havbyen Bergen (norsk og engelsk)**
- **Overordnet visjon**
- **Overordnede mål**
- **Forankring inn mot bærekraftsmål**
- **Videre organisering og drift av Havbyen Bergen**

I tillegg er det naturlig at komiteén diskuterer

situasjonsbeskrivelse for Havfylket Vestland og Havbyen Bergen, samt overordnede **fokuserområder/tiltak**. I etterkant av møtet utarbeider vi mandat og oppgaver for komiteen, samt en arbeidsplan.



Havbyen Bergen - Leveranser og suksesskriterier

Leveranser

1. Mandat
2. Situasjonsbeskrivelse
3. Definisjon av Havbyen Bergen
4. Kommunikasjonsstrategi
5. Visjon
6. Misjon
7. Fokusområder og mål
8. Tiltak
9. Plan for videre organisering og drift



Suksesskriterier

- Basert på erfaringer fra tidligere initiativer
- Regionalt, nasjonalt og internasjonalt perspektiv
- Tverrsektorielt og på tvers av kommunegrenser
- Involverende og relevant – spesielt for de unge
- Forpliktene
- Konkret på kort og lang sikt
- Operasjonaliserte tiltak

Havbyen Bergen - Organisering

Rundebordskonferanse

Rolle: Strategisk
Overordnede beslutninger

Bergen kommune	Bergen Høyre	Akvariet i Bergen	Bergen havn	Bergen Næringsråd	Equinor
Fiskeri-direktoratet	GC Rieber	GCE Ocean Technology	Havforsknings-instituttet	Høgskulen på Vestlandet	Invest in Bergen
Maritime Bergen	MOWI	NCE Maritime Cleantech	NCE Seafood Innovation Cluster	The OCEAN	NHH
NORCE	Raftostiftelsen	Sjøkrigsskolen	Stiftelsen Statsraad Lehmkuhl	UiB	VIS
Visit Bergen	VLFK				

Referansegruppe

Rolle: Rådgivende
Løpende innspill og vurderinger (Månedlige møter/WS)

Roger Valhammer Bergen kommune	Richard Taule Bergen kommune	Aslak Sverdrup Akvariet i Bergen	Johnny Breivik Bergen havn	Marit Warnecke Bergen Næringsråd	Owe Hagesæther GCE Ocean Technology
Sissel Rogne Havforsknings-instituttet	Jens Kristian Fosse HVL	Tone Hartvedt Invest in Bergen	Siv Kathrin Toft Remøy-Vangen Maritime Bergen	Hege Økland NCE Maritime Cleantech	Nina Stangeland NCE Seafood Inn. Cluster
Geir Mikalsen NHH	Nils Gunnar Kvamstø UiB	Natalia A. Golis VLFK	Stine Fiksdal VIS		

Arbeidsgruppe

Rolle: Operativt
Utarbeidelse av konkrete leveranser (Ukentlige møter)

Amund Maage Akademia (UiB)	Mette Nora Sætre VLFK	Kai Stoltz Havnæringene (GCE Ocean Technology)	Tone Hartvedt Invest in Bergen	Stine Mari Nyttun Leirdal Bergen kommune	Vidar Aarhus Bergen kommune
-------------------------------	--------------------------	---	-----------------------------------	---	--------------------------------



Havbyen Bergen – Tidsplan og leveranser

Leveranser	November				Desember				Januar				Februar				
	45	46	47	48	49	50	51	52	1	2	3	4	5	6	7	8	9
• Mandat	◆	■							●								
• Situasjonsbeskrivelse (SWOT)	■	■	■	■	■				●	◆							
• Definisjon av havbyen Bergen	■	■	■	■	■				●	◆							
• Misjon					■	■	■	■	●	◆							
• Visjon				■	■	■	■	■	●	◆							
• Fokuseringsområder og mål				■	■	■	■	■	●	◆							
• Tiltak								■	■	■	■	■	■	■	■	●	◆
• Kommunikasjonsstrategi								■	■	■	■	■	■	■	■	●	◆
• Plan for videre organisering og drift								■	■	■	■	■	■	■	■	●	◆



Arbeidsgruppe – Havbyen Bergen



Amund Måge
Marin Direktør
UiB



Kai Stoltz
Business Development Manager
GCE Ocean Technology



Tone Hartvedt
Seniorrådgiver
Invest in Bergen



Vidar Aarhus
Rådgiver
Bergen kommune



Stine Mari Nytun Leirdal
Rådgiver
Bergen kommune



Mette Nora Sætre
Seksjonssjef
Vestland fylkeskommune



BERGEN
KOMMUNE