

VALSDAL

A scenic landscape featuring a river, a bridge, and a forested mountain under a blue sky. The word 'VALSDAL' is overlaid in large white letters. The background shows a river flowing through a valley, with a bridge crossing it. The mountains are covered in green trees, and the sky is clear and blue.

En god kommune å bo i er en god kommune å besøke

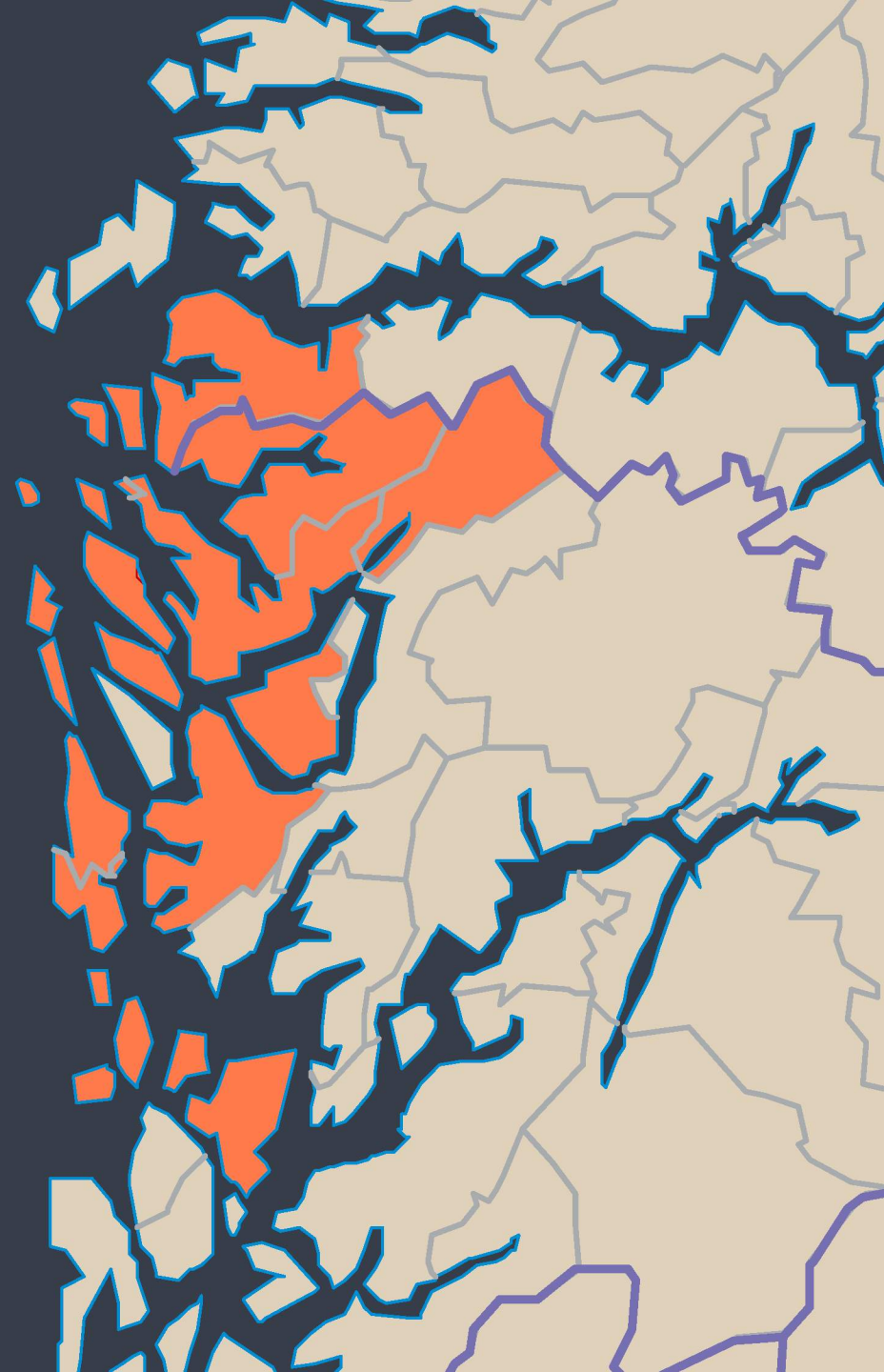
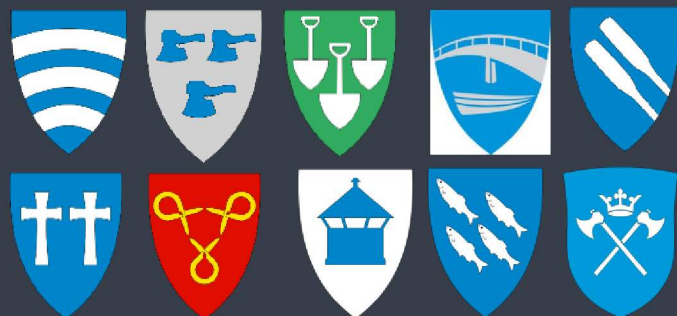
DETTE ER VISIT BERGEN

- En privat, medlemsbasert næringslivsorganisasjon.
- Organiserer reiselivs- og opplevelsesvirksomheter i Bergensregionen.
- Hovedsaklig privat finansiert.
- Noe kommunal finansiering, særlig knyttet til drift av Turistinformasjonen og promotering- og utvikling av reiselivet i regionkommunene.



VISIT BERGEN DEKKER 11 KOMMUNER

- Bergen
- Austrheim
- Osterøy
- Modalen
- Alver
- Fedje
- Gulen
- Masfjorden
- Øygarden
- Austevoll
- Tysnes



VÅR STRATEGISKE PLATTFORM

Skape en
lønnsom og
bærekraftig
helårsdestinasjon

Vår ambisjon

Hjelp våre medlemmer
med å nå sine mål og å ta
samfunnsansvar

Vår hensikt

Åpen – Ambisiøs – Modig – Vi bryr oss

Vårt verdsett

Salg

Til proffmarked
innenfor MICE,
leisure, kultur og
og arrangement

Branding

Av Bergen som
helårsdestinasjon
gjennom digital
historiefortelling

Booking

Av billetter og
opplevelser
digitalt og over
disk i Turistinfo.

Bypatriot

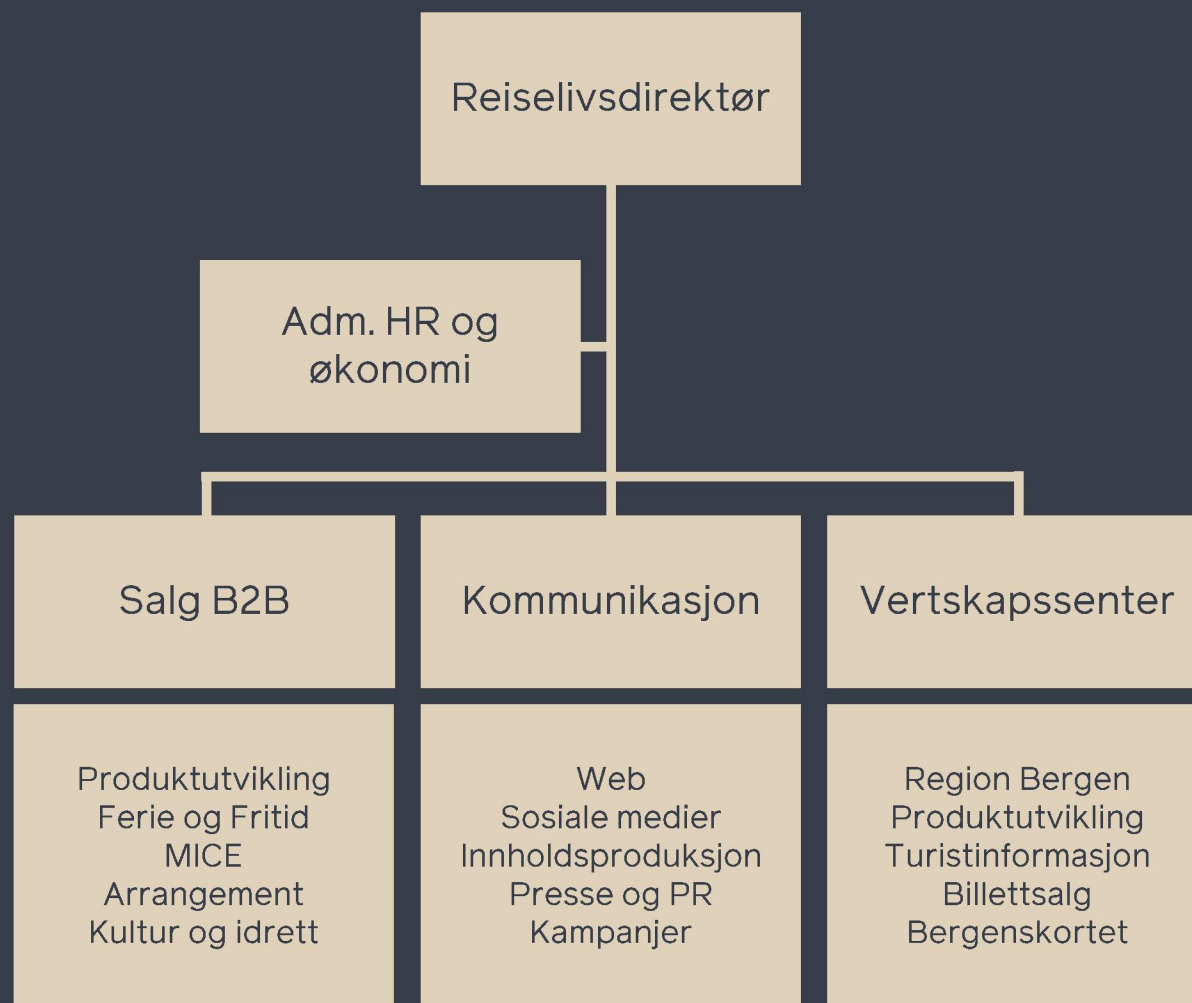
På barrikadene
for en bærekraftig
storbyregion

Våre arbeidsområder

Vi gjør Bergen til et godt sted å bo og et godt sted å besøke

Vårt DNA

SLIK ER VI ORGANISERT



NOEN NØKKELTALL FRA 2019

73

egenproduserte filmer

490

journalister på besøk

504

turoperatører på besøk

272

visningsturer

1016

salgsmøter

335

mill. markedsverdi MICE

3,7

milliarder potensiell
medierekkevidde

20

millioner Facebook-
brukere

121K

solgte billetter i skranke

352

åpningsdager



FOKUSOMRÅDER

- Spre trafikk geografisk
- Spre trafikk til «New Season»
- Forlenge oppholdstiden til dem som allerede er her
- Markedsføre kunst, kultur og mat på samme måte som vi i mange år har markedsført natur og «Gateway to the Fjords»

HWORFOR REGIONALT SAMARBEID?

STYRKET KONKURRANSEKRAFT

Bergen

- Kommer tettere på flere attraksjoner, aktiviteter og unike opplevelser som kan bidra til økt oppholdstid
- Spre trafikk over et større areal og motvirke trengsel
- Bergen som et unikt natur- og kulturbasert reisemål blir styrket

Regionen

- Kortere vei fra produkt til et nasjonalt og internasjonalt marked
- Lokale aktører kan nyte godt av kunnskapsklynken
- Salg og markedsføring av regionen er integrert i salg og markedsføring av Bergen, både B2B og B2C

Bergen er merkevaren

Internasjonalt er det gjort flere forsøk på å bygge merkevare av en geografisk region. De som lykkes best, er de som har bestemt seg for å bruke bynavnet som merkevare, og hekte den omkringliggende regionen på dette navnet i internasjonal profileringsammenheng.

Amsterdam er ett eksempel. Her samarbeider 42 kommuner om internasjonal profilering av merkenavnet Amsterdam.

I Oslo ble 25 kommuner med allerede det første året Oslo lanserte sin nye internasjonale merkevarestrategi, som er gjeldende for hele hovedstadsregionen.

Regionen er nedslagsfeltet

Både nasjonalt og internasjonalt er det Bergen som er kjent og har tiltrekningskraft som destinasjon. Like fullt er aktivitets- og opplevelsestilbudene i de omkringliggende kommunene viktig for merkevaren Bergen.

Denne merkevareplattformen er derfor en plattform for hele Visit Bergens nedslagsfelt, som profileres og markedsføres under merkevarenavnet Bergen.

DETTE GJØR VI FOR KOMMUNEN

- Kommunen blir en del av vår forbrukermarkedsføring, som blant annet består av reklamefilmer, interaktive kartløsninger, nettside og trykte publikasjoner.
- Kommunen blir en del av den geografiske porteføljen vi selger inn til agenter, turoperatører, reisebyråer, kongressarrangører, eventplanleggere etc.
- Kommunen blir presentert i Turistinformasjonen



DETTE FÅR MEDLEMMENE

- Bedriftspresentasjon på VisitBergen.com
- Fri tilgang til profileringsmateriell
- Mulighet for deltakelse i kompetanse- og nettverksfora
- Hjelp til produktutvikling
- Prioritet ved besøk av presse, turoperatører osv.
- Rimelige tjenester for videoproduksjon, annonsering/kampanjer, bedriftsinterne kurs.



ANSVARLIG FOR REGIONEN

- Ann Kristin Schei er hovedkontaktperson for medlemsvirksomheter og samarbeidspartnere i regionkommunene.
- Ann Kristin og hennes team bidrar med råd, kompetanse og konkrete forslag innenfor produktutvikling og pakettering.
- Ann Kristin og hennes team bidrar også med veiledning om priser, åpningstider etc.



RESSURS FOR REGIONEN

- Magnus Brekke Nygaard er bærekraftansvarlig i Visit Bergen.
- Magnus arbeider med produktutvikling av bærekraftige reiselivskonsepter, kompetansetilbud innenfor bærekraftig reiseliv og bistand i forbindelse med miljøsertifisering av reiselivsbedrifter.
- Magnus kan også, om ønskelig, igangsette prosess for å få Nordhordland sertifisert om bærekraftig reisemål.



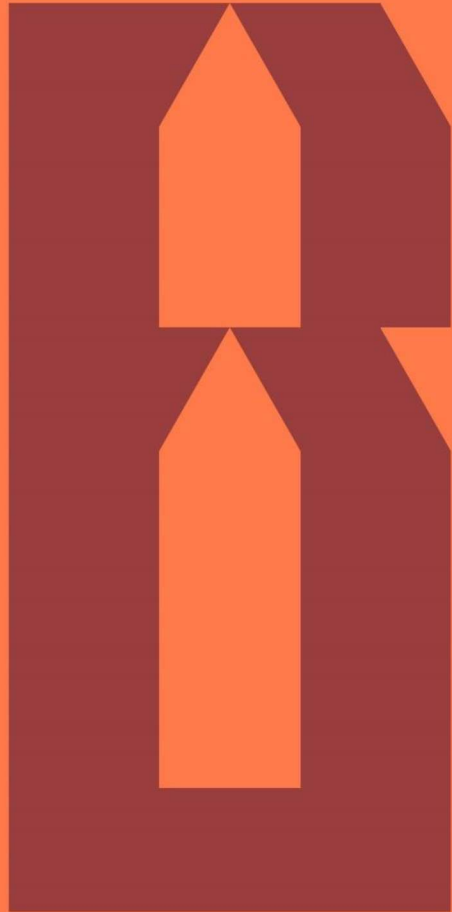
KONTAKT FOR KOMMUNENE

- Anders Nyland er hovedkontaktperson for politisk og administrativ ledelse i regionkommunene.
- Reiselivsdirektøren er fra før Visit Bergens hovedkontakt for politisk og administrativ ledelse i Bergen kommune og Vestland fylkeskommune.
- Visit Bergen ønsker å likebehandle alle sine kommunale samarbeidspartnere.



BERGEN TRAVEL LAB





FØLG OSS GJERNE PÅ BRANSJENYTT

Facebook.com/visitbergenBransjenytt

TAKK FOR OSS!

BERGEN

anders@visitBergen.com
+47 922 15 019
www.visitBergen.com



Bergen
Convention
Bureau



Member
of Bergen
Tourist Board



World Heritage City