

# Visit Setesdal 2019



Kort fortalt om:

- I balanse og på budsjett
- Rekruttering og organisering
- Markedsføring og skifte av plattform
- Bærekraftig reisemål re-merking

# I balanse og på budsjett

Pengebruk – regnskap kort fortalt

Inntekter: (medlemsavgift og tilskudd fra Setesdalssamarbeidet)		TNOK 1 521
Utgifter: Salg og markedsaktiviteter	TNOK 1 005	
Re-merking Bærekraftig Reisemål	TNOK 340	
Adm/reise/div	TNOK 176	
Sum utgifter:		TNOK 1 521



# Rekruttering og organisering

- Interimstyre
- Avklaring organiseringsform – innen vår 2020
- 9 nye medlemmer i 2019 , 21 medlemmer totalt
- Fortsetter rekrutteringsarbeid i 2020
- Målet er at 75 % av alle reiselivsbedrifter i Setesdal er medlemmer
- Alle «store» reiselivsbedrifter må være med



# Markedsføring og skifte av plattform

- Avtale med Visit Norway om publiseringsplattform avsluttet, ny avtale med USUS på plass
- Fra trykte flater til digitale flater
- Deltakelse på viktige messer (NTW, Grüne Woche, Herning ++)
- Facebook (2 194 180 eksponeringer) og Google (418 312 visninger)
- Økning på 20 % i antall sidevisninger på egne hjemmesider
- Setesdalsguiden i stort opplag (43.000 )

# Bærekraftig reisemål re-merking

- Godkjent re-merking for 3 nye år mai 2019
- Omfattende kartleggingsarbeid med involvering fra alle kommuner, bedrifter og innbyggere
- Handlingsplan for 2019-2022 legges til grunn for videre arbeid
- Forventninger om høy grad av involvering fra kommuner og bedrifter («Walk the talk»)
- Strategisk valg i forhold til reisemålsstrategi



# Annet som kan nevnes:

- Hotellnettverk
- UNESCO verdensarvstatus – muligheter og valg
- RISS eller Håndbok for reiselivsutvikling

# Veien videre:

- Fortsatt fokus på rekruttering –medlemsmøter og nyhetsbrev
- Samme aktivitetsnivå som i 2019
- Bruke digitale flater, nye og eksisterende plattformer
- Høringsinstans på reiseliv – samle og samhandle