



## **Telemark på storoffensiven mot feriefolket.**

**Visit Telemark AS, koordinerende organ for reiselivet i Telemark, lanserte forrige uke det som antagelig er Norges mest innovative reiselivsportal på [visittelemark.no](http://visittelemark.no). Portalen er et samarbeid med det Liverpool/Oslobaserte webbyrået New Mind Tellus (NMT) og første av sitt slag i Norge.**

**Lanseringen er understøttet av en av de største enkeltstående kampanjene Visit Telemark har gjennomført i Norge; 600 boards fra Oslo til Bergen med inspirerende Telemarksbilder og nettadressen som leder inn til de nye sidene.**

Byrået New Mind Tellus har gjennom mange år utviklet sine innovative løsninger for flere hundre britiske reiselivsdestinasjoner som Visit Liverpool, Visit Bath m.m. De leverer også nettsider til Visit Costa Del Sol i Spania. Telemark er første kunde i Norge med egen spesialtilpasset løsning kledd i Telemarks nye Snøhetta-designede merkevaredrakt.

- Kombinasjonen med spisset kompetanse innen reiseliv og innovative digitale løsninger, vil gjøre New Mind Tellus til en meget viktig samarbeidspartner for Visit Telemark i de kommende år, sier Torben Andersen, prosjektansvarlig i Visit Telemark for de nye nettsidene.

- I tillegg til å være spesialtilpasset ulike skjermflater kundene oppholder seg på, så har løsningen meget god stedsbasert funksjonalitet. Dette gir våre gjester rask og elegant oversikt over hva de kan oppleve i områdene de besøker, basert på hvor de befinner seg, tilføyer Andersen.

Nettsidene vil medføre et større digitalt samarbeid i Telemark for å øke synligheten til alle parter i Telemark. Telemarkskanalen.no vil bli innlemmet i nye [visittelemark.no](http://visittelemark.no), slik at den samlede nettrafikken kommer fra og blir delt mellom flere reiselivsaktører. Klyngesamarbeidene «Kom og smak på Telemark» og «Telemark Super Ski» vil også få nye nettsider inn under [visittelemark.no](http://visittelemark.no). - Det vil resultere i større digitalt naboskryt og fremsnakk, som vil resultere i økt synlighet for alle parter, sier Irene Siljan Vestby, daglig leder i Visit Telemark AS.

Kombinert med å rulle ut nye nettsider for Visit Telemark og [telemarkskanalen.no](http://telemarkskanalen.no), kommer spesialtilpassede nettsider basert på samme teknisk løsning for Visit Kragerø og Vest-Telemark Museum. - Vi vil tilby komplette nettsider for alle som ønsker å bli med i dette samarbeidet, og ser frem til å rulle ut løsninger for enda flere destinasjoner og bedrifter i Telemark, sier Siljan Vestby.

Fokus på mulighetene for kontrastfylte opplevelser i Telemark ligger til grunn for den nye merkevaren til Telemark, som ble lansert i januar i år. Dette har vært utgangspunktet for design og funksjonalitet på nettsidene, under Snøhetta Designs veiledning, og det er også kontrastene det fokuseres på i den store boardskampanjen på togstasjoner, bymiljøer og kjøpesentre i uke 27, 28 og 29, hvor Gaustatoppen, Bø Sommerland og Telemarkskanalen er godt synlig plassert. Vedlagt er eksempler på boardsene fra noen av disse stedene.

Etter noen få dager med boardskampanje og nye nettsider har vi registrert 12% økning i bookinger hos Visit Telemark. I kampanjeperioden så langt i år ser vi 20% økning til [visittelemark.no](http://visittelemark.no) fra samme periode i 2013.

Vi ser frem til å få tilbakemeldinger både på boardsene rundt om i landet og på våre nye nettsider og satser på økning av ferierende i Telemark i sommer, avslutter Siljan Vestby.

### **For spørsmål, kontakt:**

Irene Siljan Vestby, daglig leder, Visit Telemark AS - [irene@visittelemark.no](mailto:irene@visittelemark.no) - Tlf: 95 23 17 06  
Torben Andersen, prosjektansvarlig Web, Visit Telemark AS - [torben@visitrauland.com](mailto:torben@visitrauland.com) - Tlf: 40 46 97 50

Randi Ranset, Senior Account Manager New Mind Tellus, [randi@newmindtellus.com](mailto:randi@newmindtellus.com) - Tlf: 922 86 476