

Årsmelding 2019
for Visit Telemark AS



TELEMARK

I Innledning

2019 har vært nok et år fylt med mange aktiviteter. Visit Grenland-fusjonen har kommet ordentlig på plass og vi ser at det har gitt effekter med blant annet besparelser på over 300 000 NOK. Arbeidsfordelinger fungerer også bedre hvor de ansatte overlapper og utfyller hverandre. Visit Telemark har fått videre finansiering for 2020 fra Telemark Fylkeskommune og kommunene, på lik linje som 2019.

I 2019 utarbeidet styret i Visit Telemark en forretningsstrategi frem mot 2021. Vi kom frem til å arbeide mot følgende visjon: «De ræste opplevelsene fra hav til høyfjell». Tilgjengelighet er viktig her, da Telemark tilbyr et bredt spekter av spennende opplevelser tett på Europa, Oslo og Vestlandet. Visit Telemarks prioriterte forretningsområder er: 1. Markedsføring av Telemark som reisemål, 2. Basisavtaler – Styrke fellesskapet – samle reiselivet og 3. Utvikling av Telemark som reisemål (prosjektleder og deltaker på relevante prioriterte prosjekter). Vi la også opp følgende verdier for virksomheten – BIK – Begeistring, Initiativ og Kunnskap. Disse verdiene vil vi arbeide etter fremover og skal bistå til å sette fokus på nye markedsføringsmuligheter og ideer samt å gi god service til våre medlemmer og aksjonærer.

Visit Telemark har utført en rekke aktiviteter og kampanjer etter vedtatte planer, hvor vi har levert markedsføring gjennom hele året mot de prioriterte målgrupper. Våre digitale plattformer blir stadig viktigere, og vi ser stor vekst i alle våre kanaler. Totalt har cirka 800 000 unike brukere har besøkt en av nettsidene under Visit Telemark i 2019 og vi nådde over 50 000 følgere på facebook. Les mer om aktiviteter senere i denne årsmeldingen.

Statistisk sentralbyrå (SSB) viser en økning på 3,7 prosent på antall samlede overnattinger i Telemark i 2019. Markedsandelen er lik som før på 3,3 prosent. Vi vokser med markedet. Gjesteundersøkelsen i sommeren 2019, samt undersøkelser i Dagens Næringsliv, viser også at Telemark er et av fylkene i Norge med størst økning i overnatting i private leide boliger, et sted mellom 15 – 30 prosent vekst. Det betyr at den samlede økningen i overnattinger for Telemark er større enn SSB-tallene, og indikerer at Telemark har tatt litt markedsandel. For at vi skal kunne ta markedsandeler fremover er samhandling viktig, både internt blant reiselivsaktørene i vår region og eksternt. Vi ser derfor hva vi kan samarbeide om med blant annet Color Line, Fjord Line og Visit Vestfold, med flere.

Visit Telemark sammen med Visit Vestfold påstartet en samhandlingsprosess i Q4. Målet er å bli enige om hvordan vi skal rigge virksomhetene praktisk for å kunne møte den nye fylkeskommunen, samt på hvilke områder det kan være mulig å samarbeide i 2021 og fremover. Begge selskapene er innstilte på at i første omgang vil det være mest hensiktsmessig og fortsette som før, ved å operere som to selvstendige enheter. Planen for samhandling er planlagt å ferdigstille i løpet av våren 2020. Visit Telemark er tydelig på at Merkevaren Telemark er og blir et fundament i Visit Telemarks videre markedsarbeid.

Ved årets start hadde Visit Telemark 9 ansatte, hvorav en lærling og en på prosjekt 50 prosent. Fra august ble det 8 ansatte, da Caroline Laurhammer sluttet på grunn av studier. Håkon Nordby har vært fungerende daglig leder. Bedriften har levert godt etter planlagte årshjul selv med en mindre ansatt i siste periode. Representanter fra styret og fungerende daglig leder har også deltatt i en god prosess for å finne riktig kandidat til ny reiselivsdirektør.

Når denne årsmeldingen leses, er vi i gang med å omstille planene for 2020 på grunna av korona-situasjonen. Vi skal gjøre det vi kan for å løfte frem reiselivet i en ekstrem situasjon som vil kreve mye av mange fremover.

Håkon Nordby og Anne-Hege Svandal
Avtrøppende og påtrøppende reiselivsdirektør
Visit Telemark AS

INNHOLDSFORTEGNELSE

1	INNLEDNING	2
2	AKSJEIERE	4
3	STYRE OG ADMINISTRASJON	6
3.1	STYRET	6
3.2	VALGKOMITÉ	7
3.3	REVISOR	7
3.4	VIRKSOMHETEN I STYRET	7
3.5	GODTGJØRELSE TIL STYRET	7
3.6	ADMINISTRASJONEN	7
3.7	LÆRLING/SAMARBEID MED ANDRE UTDANNINGSINSTITUSJONER	7
4	REISELIVSTRAFIKK I TELEMARK 2019	8
5	MARKEDSAKTIVITETER	8
6	OFFENTLIG SAMARBEID OG SAMHANDLINGSPROSESS	10
7	STRATEGIPROSESS	10
8	UTFORDRINGER FOR REISELIVSNÆRINGEN I TELEMARK	10
9	MEDLEMSAKTIVITETER	11
9.1	AKSJONÆR- MEDLEMS OG INTERESSENTMØTE	11
9.2	SERVICE TIL AKSJEIERE	11
10	STØRRE SAMARBEIDSPARTNERE	12
10.2	INNOVASJON NORGE	12
11	PROSJEKTER	12

2 Aksjeeiere

Per 31.12.2019 hadde Visit Telemark AS totalt 107 aksjonærer med til sammen 872 aksjer.

VISIT TELEMAR AS - AKSJEEIERBOK

Navn	Ant aksjer	% andel
AARNESGRUPPEN AS	9	1,069 %
AS HOTEL DALEN	10	1,188 %
BAMBLE KOMMUNE	10	1,188 %
BEVERØYA CAMPING AS	1	0,119 %
BRATTREIN HOTELL AS	5	0,594 %
BRÆKS MOTEL	3	0,356 %
BYKLE KOMMUNE	10	1,188 %
BØ CAMPING	5	0,594 %
BØ HOTELL	15	1,781 %
BØ SOMMARLAND	5	0,594 %
CAFE OSEBRO	1	0,119 %
CLARION COLLECTION HOTEL BRYGGEPARKEN	15	1,781 %
COLOR LINE	60	7,126 %
DAG BONDEHEIM AS	5	0,594 %
DALEN NÆRINGSSAMSKIPNAD	1	0,119 %
DESTINASJON HOVDEN AS	5	0,594 %
DRANGEDAL & TØRDAL SPAREBANK	10	1,188 %
DRANGEDAL BILRUTER AS	10	1,188 %
DRANGEDAL KOMMUNE	10	1,188 %
DYRSKU'N ARRANGEMENT	3	0,356 %
FAUN NATURFORVALTNING AS	1	0,119 %
FISKEBEKK HYTTEUTLEIGE, v/Halvor Nordbø	3	0,356 %
FJORD LINE AS	15	1,781 %
FYRESDAL KOMMUNE	10	1,188 %
GAUSTABANEN AS	3	0,356 %
GAUSTABLIKK HØYFJELLSHOTELL	15	1,781 %
GREIVJORD GARDSFEIRE, Sigrid Dahl	1	0,119 %
GROVENCAMPING OG HYTTEGREND	3	0,356 %
GULLSMED SØFTESTAD AS	1	0,119 %
HAUKELIFJELL SKISENTER AS	15	1,781 %
HEDDAL STAVKIRKE/HEDDAL SOKN	3	0,356 %
HEIMAT VINJE AS	3	0,356 %
HJARTDAL KOMMUNE	5	0,594 %
HOVDEN HØYFJELLSSENER	10	1,188 %
HOVDEN RESORT AS	30	3,563 %
KILEN FERIESENER Svein A Holberg	1	0,119 %
KRAGERØ KOMMUNE	10	1,188 %

KRAGERØ RESORT DRIFT AS	15	1,781 %
KRAGERØ SPORTELL & APP. AS	5	0,594 %
KVITSEID KOMMUNE	10	1,188 %
LIFJELL SKISENTER AS	3	0,356 %
LOVISENBERG CAMPINGDRIFT AS	3	0,356 %
LUNDE VANDRERHJEM, B& B VAN HEERBEEK	5	0,594 %
LYSTANG CAMPING V/ NORUNN KRISTIN HAUGHOLT	3	0,356 %
M/S SKARSFOS AS	3	0,356 %
Mecca AS, THON HOTEL HØYERS	15	1,781 %
MIDT-TELEMARK KOMMUNE	20	2,376 %
MJONØY AS	1	0,119 %
NEDRE STRAND HYTTEUTLEIE HANS KRISTIENSEN	3	0,356 %
NHO REISELIV SØR-NORGE	11	1,306 %
NISSDAL KOMMUNE	5	0,594 %
NOME KOMMUNE	10	1,188 %
NORSJØ FERIELAND AS	5	0,594 %
NORSK BERGVERKSMUSEUM	5	0,594 %
NORSK	6	0,713 %
INDUSTRIARBEIDERMUSEUM/Telemarksgalleriet	10	1,188 %
MIDT-TELEMARK NÆRINGSUTVIKLING AS	5	0,594 %
STIFTINGA VEST-TELEMARK MUSEUM	10	1,188 %
NOTODDEN KOMMUNE	10	1,188 %
PORSGRUNN KOMMUNE	10	1,188 %
QUALITY HOTELL SKJÆRGÅRDEN OG BADEPARK AS	15	1,781 %
QUALITY STRAAND HOTEL OG RESORT AS	15	1,781 %
RAULAND HØGFJELLSHOTELL AS	15	1,781 %
RAULAND SKISENTER AS	19	2,257 %
RAULAND TURIST AS	5	0,594 %
RAULANDSAKADEMIET AS NORSK SENTER FOR FOLKEKULTUR	3	0,356 %
REISEMÅL BØ AS (Visit BØ)-Telemark Turist	3	0,356 %
SANDA CAMPING OG HYTTEUTLEIE AS	3	0,356 %
SANDVIKEN CAMPING AS	1	0,119 %
SELJORD KOMMUNE	10	1,188 %
SILJAN KOMMUNE	5	0,594 %
SKAGER EIENDOM AS	3	0,356 %
SKIEN DALEN SKIPSELSESKAP AS	10	1,188 %
SKIEN FRITIDSPARK KF	5	0,594 %
SKIEN KOMMUNE	15	1,781 %
SKIEN LUFTHAVN AS	5	0,594 %
SPAREBANKEN SØR- ARENDAL	12	1,425 %
STASJONEN KAFE/ IDEA KOMPETANSE	3	0,356 %
STIFTELSEN EUROPAS BLUESSENTER	3	0,356 %

STORAAS GJESTEGAARD AS	3	0,356 %
TELEMARK BILRUTER	5	0,594 %
TELEMARK FYLKESKOMMUNE	10	1,188 %
TELEMARK KANALCAMPING AS	4	0,475 %
TELEMARK MUSEUM	3	0,356 %
TELEMARK OPPLEVELSER AS	1	0,119 %
TELEMARK TURISTFORENING	3	0,356 %
TELEMARKSKANALEN FKF	5	0,594 %
TELEMARKSKANALEN REGIONALPARK	10	1,188 %
TELEMARKSKANALENS SKIPSSSELSKAP AS	10	1,188 %
TELEMARKSKANALENS VENNER	1	0,119 %
TELNESSANDEN CAMPING OG FRILUTSSENTER	3	0,356 %
TIL TELEMARK AS	3	0,356 %
TINN KOMMUNE	10	1,188 %
TOKKE KOMMUNE (Visit Dalen)	10	1,188 %
UPPIGARD NATADAL Dag Aanderaa	1	0,119 %
VICTORIA HOTELL AS	15	1,781 %
VILLA BERGLAND AS	3	0,356 %
VINJE KOMMUNE	10	1,188 %
VISIT TELEMARK AS	60	7,126 %
VISIT VRÅDAL AS	3	0,356 %
VISITGRENLAND AS	3	0,356 %
VISITKRAGERØ	5	0,594 %
VISITRJUKAN AS	10	1,188 %
VRÅDAL BOOKING AS	15	1,781 %
VRÅDAL HYTTEGREND	3	0,356 %
VRÅDAL HYTTEPARK AS	15	1,781 %
VRÅDAL PANORAMA AS	3	0,356 %
VÅGSLIDTUN HOTELL AS	10	1,188 %
Totalt antall aksjer i Visit Telemark AS	872	100,000 %

3 Styre og administrasjon

3.1 Styret

- Styreleder: Christer L. Sørensen, Thon Hotel Høyers
- Nestleder: Øyvind Solbakken, Porsgrunn kommune
- Styremedl: Janne Lindgren, Skien Dalen Skipsselskap
- Styremedl: Halvor Haukaas, Gaustabanen
- Styremedl: Rene Langeveld Sas, Bø Sommarland
- Styremedl: Geir Helge Espedalen, Dyrsku'n
- Styremedl: Pål Kleffelgård, Telemarkskanalen Regionalpark
- Styremedl: Kjersti Hole Haatveit, Wera
- Styremedl: Tone Elisabeth Berge Hansen, fylkesoppnevnt
- Med vara: Harald Kinck, fylkesoppnevnt

- Vara: Janna Pihl, Kragerø Næringsforening
- Vara: Anne Gundersen, Vest-Telemark Museum
- Vara: Reidun Karlberg Sperre, Brattrein Hotell

3.2 Valgkomité

Sven Tore Løkslid, Jesper Aagaard og Lill Susan Rognli Vale.

3.3 Revisor

Selskapets revisor har i 2019 vært statsautorisert revisor Øystein Gunnerød, Ernst & Young AS.

3.4 Virksomheten i styret

Det har vært avholdt 8 styremøter i løpet av året i tillegg til årsmøtet. Styret har i tillegg deltatt i en rekke møter, foredrag og prosjekter. Strategiprosess, samhandlingsprosess Visit Telemark og Visit Vestfold, deltakelser i Telemark Alpins styremøter og ansettelsesprosess av ny daglig leder, har vært viktige saker.

3.5 Godtgjørelse til styret

Det er ikke utbetalt styrehonorar i 2019.

3.6 Administrasjonen

Administrasjonen har i 2019 bestått av:

Daglig leder	Caroline Laurhammer
Markedsansvarlig/fungerende daglig leder	Håkon Nordby
Markedskoordinator	Alina Olsen
Web/booking/design	Antje Røder (fra august etter barselperm)
Reiselivssjef Grenland	Kjetil Østlie
Reiselivskonsulent	Mette Lilleberg
Reiselivskonsulent	Marit Kleppe
Prosjektstilling	Christina Abrahamsen Frost
Lærling	Daniel Sundberg, ut juni Hallvard Nøstdahl, fra september

Pr. 31.12.2019 hadde administrasjonen 8 faste ansatte, hvorav en på prosjekt for 12 måneder og en lærlingstilling som overlappet i perioden oktober 2017 – 2019. Caroline Laurhammer avsluttet sin stilling 1. august. Håkon Nordby var fungerende daglig leder/reiselivsdirektør etter det.

3.7 Lærling/samarbeid med andre utdanningsinstitusjoner

Visit Telemark ønsker å være et selskap som kan bidra til rekruttering og opplæring av arbeidskraft for reiselivet. Visit Telemark har tett kontakt med Universitet i Sør-Øst Norge, Opplæringskontoret for salg og service, Videregående skoler, Grep og andre læringsinstitusjoner. Vi har egen lærling, vi har elever inne på praksis, vi tar imot elever under høyere utdanning på observasjon hos oss, vi

holder foredrag på skoler og tar imot skoleklasser for å informere om egen bedrift og reiselivet. Dette utfordrer og motiverer både oss og elevene.

4 Reiselivstrafikk i Telemark 2019

SSB-statistikken viser at det samlede kommersielle overnattingsmarkedet i Telemark har gitt 1,15 millioner overnattinger i januar-desember 2019. Det betyr en økning på 3,7 % i forhold til 2018 (økningen var 1,5 % fra 2017 til 18). Nordmenn stod i 2017 for 81,1 % av markedet. I forhold til resten av landet står Telemarks markedsandel på likt nivå som 2018, det vil si 3,3 %. Gjesteundersøkelsen utført sommer 2019 viser en stor økning (15 %) på private leide boliger. Dagens Næringsliv rapporterte også i sommer at Telemark og Troms var fylkene med størst økning på dette segmentet med ca 30% vekst. Dette indikerer at Telemark kan ha økt noe på markedsandel. Danmark er det største utenlandsmarkedet etterfulgt av Tyskland, Nederland og Sverige.

Tyskland (14,7), Storbritannia (15,4), Nederland (9,4), Sverige (3,3 %) og Norge (3,3 %) har hatt størst prosentvis vekst blant de viktigste markedene. Danmark er det eneste markedet som har litt nedgang (-0,5 %). I 2019 satset vi mer internasjonalt med markeds-kronene. Det er da hyggelig så se en god økning både internasjonalt og på det norske markedet (hvor vi fortsatt har stor aktivitet, blant annet i egne kanaler). I 2019 har vi hatt tidenes budsjett (ca 1 mill NOK) i Tyskland i samarbeid med Visit Norway og Fjord Line, noe som tilsynelatende har gitt god effekt. I Sverige (nytt marked) og Danmark har Visit Telemark utført egne aktiviteter. Det har vært noe samarbeid med Fjord Line mot Danmark. Da Visit Norway brukte lang tid på omorganisering kom de ikke i gang med felles markeds-kampanjer i Danmark og Sverige.

Sommertallene fra SSB viser en økning på 0,1 prosent på samlede overnattinger i Telemark. I 2019 har vi hatt en større satsing internasjonalt, som har resultert i en økning på 8,5 prosent på utlendinger og en liten nedgang på 1,7 prosent på nordmenn på samlede overnattinger. Gledelig å se resultater fra egen satsing i nytt marked Sverige (+12,8 prosent) samt tidenes kampanje i Tyskland (+17,9 prosent) i samlede overnattinger i sommer. Gjesteundersøkelsen som ble utført for andre gang i sommer viser en kraftig økning på private leide boliger. Scoren på tilfredshet og anbefaling av Telemark har for øvrig økt fra 2018, både blant utlendinger og nordmenn.

Antall vintergjestedøgn gikk opp med 5,9 % fra januar til april. Nordmenn har størst oppgang på 8,5 %. Utenlandsmarkedet har hverken oppgang eller nedgang. De siste årene har vi hatt stor økning i Danmark og Sverige pga. hhv. langsiktige arbeid utført av Telemark Alpin og Color Line samt påvirkningen av satsingen på Gaustablikk i det svenske markedet. I 2019 hadde disse to markedene en liten nedgang på 3-5 prosent.

5 Markedsaktiviteter

For detaljert beskrivelse av markedsaktivitetene henvises det til Markedsplan for Visit Telemark 2019 og sluttrapport.

Totalt markedsbudsjett for felles Telemarksmarkedsføring var på ca 7 mill NOK på linje med 2018-nivået. Norgeskampanjen har hatt et lavere budsjett i år enn 2018. Bakgrunnen for det er et felles vedtak om å satse på en 50/50 fordeling av tilgjengelig midler mot markedsføring Norge/utland. Vi har da prioritert de aktivitetene som erfaringsmessig gir best respons som digitale bilag, google adwords, facebook-annonsering og annonsering i aviser i nærfylker. I tillegg til ekstra distribusjon av både Telemarkskatalogen (også mot flere hyttekommuner; Hjartdal, Kragerø, Vinje, Seljord, Kviteseid og Tokke) og Telemark Kartguide med verdikuponger. Viktige nyheter i år var Telemarkpodden med Styrk Fjærtøft Trondsen, digital artikkel i VG samt samarbeid med TV2 under TelemarksVeka og sendinger på sosiale medier. I sistnevnte aktivitet fulgte vi Petter og Vendela på aktiviteter rundt i

Telemark. Målbare online aktiviteter ligger nær eller over måloppnåelse. Det er utført sykkel og høstkampanjer.

Det har vært en omfattende markedsplan og aktivitetene er levert stort sett som planlagt. Våre partnere har levert bra med visninger og kostnader per klikk. Vi har også i 2019 satt opp en detaljert årsplan på innholdsmarkedsføring som er fulgt, inkludert en rekke aktiviteter i sosiale medier. Medlemmers tilbud har også vært fremmet gjennom hele året. Vi ser gode resultater med større engasjement i sosiale medier: FB side +27 % og Instagram + 65 % følgere samt 1 millioner flere videovisninger i år.

Kort om internasjonale aktiviteter: Kampanjer i Sverige og Danmark er utført på egenhånd. I DK har det vært noe samarbeid med Fjordline. Tysklands kampanje er utført i samarbeid med Fjordline og Visit Norway. Utfordring fremover er å få til slagkraftige kampanjer, spesielt i de internasjonale markedene.

Resultater nettrafikk:

Totalt nettsider 2018: + 58 % brukere jan-sept.

Facebook: 55 200 følgere + 27 % jan-sept.

Instagram: 141 776 innlegg. 15 400 følgere + 65 % jan-sept.

Viktige aktiviteter/nyheter i 2019:

- Telemark hele året er gjennomført
- Vinter 18/19 – sosiale medier, google adwords, visitnorway-kampanje samt produksjon av vinterfilmer
- Tidens kampanje i Tyskland i samarbeid med Visit Norway og Fjord Line
- **Nyhet:** Egne kampanjer i Danmark og Sverige
- Profil/content på SoMe, nyhetsbrev, google adwords m.m. hele året
- Aktørkampanje Sommer i Norge
- Sykkellkampanje
- Høstkampanje
- Videreføring slagord: Telemark – Eventyr i pose & sekk
- Totalt 12 nettsider har blitt oppdatert på nytt design
- Telemarkskatalogen – **Nyhet:** hyttedistribusjon Kragerø, Hjartdal, Vinje, Kviteseid, Tokke og Seljord
- Videreføring Telemark Kartguide med kuponger. Også levert på alle biler til/fra Langesund
- **Nyhet!** Digital artikkel i VG (VG Partnerstudio) – «Topp 15 attraksjoner i Telemark»
- Videoannonser; tre ulike mot aktiviteter, kultur og barnefamilier
- Bredere innhold (Content marketing)
- **Nyhet:** Podcaster sesong 2 med Styrk Fjærtøft Tronsen
- **Nyhet:** Petter og Vendela på rundtur
- Gjenbruk av materiell; Tv2-postkortfilmer, kjendisen Telemark-tips, turistens Telemark-tips
- Videreføring vår-/høst-kampanje med Fjord Line – vandrepakker
- Nye foto i juli – «vandring med aktiviteter»
- **Ny filmproduksjon** med Visit Norway i juli
- Sponsing av Camp Senkveld Langesund i tillegg til TelemarksVeka
- Deltakelse på flere messer i 2019:
- **Nyhet:** Vakantiebeurs i Nederland
- NTW i Ålesund
- Ferie for alle i Danmark
- ITB i Tyskland (på stand med Geoparken)
- VandreTelemark på Mini-NTW; Aktiv ferie (Vandring/sykkel)
- Visningstur: Pretur NTW for turoperatører

6 Offentlig samarbeid og samhandlingsprosess

Etter å ha inngått avtaler med fylkeskommunen og kommunene i Telemark er nå Visit Telemark deres offisielle partner på reiselivsrelaterte tjenester. Avtalene er på 5 år, da henholdsvis fra mai 2017 med fylkeskommunen og fra 2018 med kommunene. Avtalen med fylkeskommunen var på 3 år med opsjon på 2 nye år, mens avtalene med kommunene evalueres hvert år.

Det har både før og etter organiseringsprosessen vært et godt samarbeid med kommunene i Telemark og Telemark fylkeskommune. Avtalene som nå er signert har ført til et enda tettere samarbeid, da det nå har ført til flere møter og arenaer for presentasjon av selskapet. Avtalene formaliserer gitte mål og definerte tjenester. Flere av målene springer ut fra Telemark fylkeskommunes regionale plan for reiseliv og opplevelser, vedtatt i 2011 og som gjelder frem til 2024.

Visit Telemark jobber sammen med både fylkeskommunen og kommunene på ulike prosjekter. Blant annet for å få flere i både reiseliv og annen næring til å bruke merkevaren Telemark og andre satsingsområder hvor vi trekker frem vandring og sykkel.

Visit Telemark har godt samarbeid med det fylkeskommunale foretaket Telemarkskanalen FKF og organisasjonen Telemarkskanalen Regionalpark. Visit Telemark har de siste årene og også i 2019 vært markedsføringsorganisasjonen for Telemarkskanalen.

I januar 2020 slo fylkene Telemark og Vestfold seg sammen. Det betyr at den nye fylkeskommunen har to offisielle destinasjonsselskaper, Visit Telemark (VT) og Visit Vestfold (VV). Vi vil måtte søke på de samme midlene. Det har i løpet av 2019 blitt påstartet en samhandlingsprosess som i skrivende stund er nær avsluttet. VT og VV ser store fordeler av å samarbeide men ønsker inntil videre å operere som selvstendige enheter. For å kunne møte fylkeskommunen på en effektiv måte og håndtere kommende anbud ønsker vi å opprette et felles nytt selskap Vestfold og Telemark Reiseliv AS. I tillegg ønsker vi å kunne samle felles prosjekter inn i dette selskapet. Denne planen vil bli presentert på generalforsamlingen.

7 Strategiprosess

Styret i Visit Telemark ønsket en konkretisering av Visit Telemarks virksomhet. I løpet av 2019 ble det derfor gjennomført en strategiprosess for å utvikle en forretningsstrategi ut 2021. Vi har definert ny visjon, de viktigste forretningsområdene og verdier for selskapet. Visit Telemarks prioriterte forretningsområder er: 1. Markedsføring av Telemark som reisemål, 2. Basisavtaler – styrke fellesskapet – samle reiselivet og 3. Utvikling av Telemark som reisemål (prosjektleder og deltaker på relevante prioriterte prosjekter). Se eget strategidokument for flere detaljer.

8 utfordringer for reiselivsnæringen i Telemark

Regional plan for reiseliv og opplevelser vedtatt i 2011 er retningsgivende for arbeidet med utvikling av reiselivet fram mot 2024. Målet er at planen skal bli brukt av alle reiselivsaktører slik at offentlige virkemidler blir brukt sammen med næringens egne ressurser på en effektiv og samordnet måte. De overordnede målene i denne planen er følgende:

- Øke Telemarks andel av det norske markedet med 1 prosentpoeng fra dagens nivå på 3,8 %. Veksten skal skje både i innenlandsmarkedet og i utenlandsmarkedet.
- Driftsresultat for alle ledd i verdikjeden skal løftes og stabiliseres over 2 prosent innen 2017, og over 4 prosent innen 2024.
- Avklare organisering og roller, som kom i mål i 2017 og 2018.

- Øke og beholde gjestetilfredsheten for besøkende til Telemark. Målt ved turistundersøkelse hvert annet år.
- Øke kjennskapen til Telemark i prioriterte markeder. Målgruppene skal ha et riktig bilde av hva som ønskes formidlet. Målt ved omdømmeundersøkelse hvert annet år.

Dette er gode og ambisiøse mål. Avklaring på organisering og roller har kommet i havn. Men etter at det nye fylket Vestfold og Telemark har blitt en realitet i januar 2020 vil det på nytt bli utfordringer i forhold til organisering og satsningsområder. Telemark har vært et distriktsfylke som har hatt større statlige bevilgninger og hvor tidligere Telemark Fylkeskommune har vært en større bidragsyter i satsningen på turisme enn i Vestfold Fylkeskommune. Helt konkret 3,5 mill NOK kontra 1 mill NOK. Telemark har et mye større mangfold i turistprodukter hvor individuelle turister er mer viktige enn for Vestfold som satser mer mot bedriftsmarkedet og sommersesong. Utfordringer fremover vil være å få til et godt samarbeid om reiselivsprosjekter og fordeling av midler. Etter Visit Telemarks og Visit Vestfolds mening bør totalt beløp økes for å kunne ta opp konkurransen mot andre landsdelselskap og øke markedsandeler. Det er også viktig at det opprettholdes bevilgninger og tilskudd til lokale tiltak.

De to viktigste målene er å øke belegget på Telemark sine overnattingssteder og å øke omsetningen til reiselivet i fylket. Da er det viktige med gode måletall. Dette er en utfordring. I 2019 hadde flere av overnattingsbedriftene, spesielt hotell og hytter, en fin økning. Hytteturismen bidrar i stor grad til omsetning i reiseliv- og annen næring, og som gjesteundersøkelsen viser har Telemark en stor økning på private leide boliger. SSB-tallene må derfor også suppleres med andre besøkstall og undersøkelser.

Reiselivet er i stor endring både innenfor bærekraft og digitale løsninger. I skrivende stund er vi midt i en korna-krise som vil forsterke fokuset på disse områdene. Det vil bli stor konkurranse om å kunne være den beste leverandøren på dette fremover. Det vil kreve ytterligere investeringer og dermed forhåpentligvis økte offentlige bevilgninger til reiselivet i Vestfold og Telemark, for å kunne ta opp konkurransen både nasjonalt og internasjonalt.

De to siste årene har Visit Telemark hatt en stor vekst i basisavtaler (markedsføringsavtaler). Visit Telemark inngikk 25 nye basisavtaler i løpet av 2018. I 2019 har vi økt med ytterligere 20 avtaler og er nå oppe i 90 basisavtaler. Dette er et resultat av organiseringsprosessen, at Visit Telemark gjør et godt arbeid, bedriftene får god synlighet gjennom våre kanaler og de ser behovet for å samle seg om ett destinasjonsselskap for å skape større attraksjonskraft for Telemark. Kampen om den besøkende øker stadig og blir mer utfordrende. Mange destinasjoner har flotte opplevelser, og den digitale verden bombarderer våre potensielle gjester med bilder og budskap om flotte reisemål. Da må vi jobbe smart og målbevisst. Gjennom et felles løft og langsiktig samarbeid vil man kunne oppfylle egne og felles mål om å øke strømmen av besøkende og omsetningen i reiselivet.

9 Medlemsaktiviteter

9.1 Aksjonær- medlems og interessentmøte

Aksjonær- medlems og interessentmøte ble holdt på Bø Hotell 7. februar 2019, med godt oppmøte. På programmet var det flere interessante presentasjoner.

9.2 Service til aksjeeiere

Generalforsamling og årsmøte ble holdt på Norsjø Hotell på Akkerhaugen 26. april.

Generalforsamling og aksjonær- medlems og interessent møte er arenaer for aksjonærene i Visit Telemark. På generalforsamling presenteres selskapets økonomi, årsmelding og valg av styre. I tillegg legges det ut informasjon på bransjesidene på www.visittelemark.no og det sendes ut informasjonsbrev per e-post.

10 Større samarbeidspartnere

10.1 Destinasjonsselskapene

Visit Telemark har hatt et godt samarbeid og en god dialog med destinasjonsselskapene gjennom 2019, blant annet i flere prosjekter og deltakelse i kampanjer som eksempelvis TelemarksVeka juni 19, Fotoprojekt høst 19, Senkveldslaget på TV2 høst 19, Sykkelprosjekt 2019, VandreTelemark og Ibsen 2028.

Representanter fra destinasjonsselskapene er med i markedsutvalget. Dette sammen med flere av bedriftene i Telemark. Det er et representativt utvalg som i samarbeid med Visit Telemark setter sammen markedsplan for kommende år. Det er Visit Telemark som inviterer til å delta i markedsutvalget. Daglig leder har fullmakt fra styret til å gjøre endringer i denne gruppen med fokus på kompetanse innen markedsføring.

10.2 Innovasjon Norge

Administrasjonen har også i 2019 hatt et godt samarbeid med Innovasjon Norge, både ifht. utenlandskontorene, sentraladministrasjonen i Oslo og distriktsapparatet i Telemark. Utenlandskampanjene ble dog ikke utført i samarbeid med andre destinasjoner som tidligere med unntak av Tyskland, en avtale vi fikk på plass i Q 4 2018. Det har som tidligere nevnt innebært at Visit Telemark utførte markedsføring mot Sverige og Danmark i stor grad på egenhånd.

De ansatte på lokalkontoret er gode støttespillere og deltar på samlinger, seminarer etc. i regi av VT. Innovasjon Norge har bidratt til to kurs gjennom 2019; God på nett 1 og 2. I tillegg bidrar de inn i prosjekt på sykkel-satsing og Ibsen 2028.

Det er gjennomført workshoper og visnings-/presseturer i samarbeid med Innovasjon Norges utenlandskontorer. Dette er viktige aktiviteter i utenlandsmarkedene. Visit Telemark vil fortsette arbeidet med visningsturer for presse- og turoperatører.

11 Prosjekter

Visit Telemark (VT) har i 2019 deltatt i en rekke prosjekter som er viktige for å få til utvikling, markedsføring, produktutvikling og kommunikasjon i og mellom aktørene i fylket. I tillegg til nevnte samhandlingsprosess med Visit Vestfold og intern strategiprosess vil vi trekke frem følgende prosjekter:

VT la ned mye ressurser i prosjektet TelemarksVeka i 2019 med god eksponering på TV2. Dette innebar blant annet koordinering av Facebook Live-sendinger og produksjon av videopostkort. Dette resulterte i solid profilering på TV i en hel uke med St. Hanssending fra Bø Sommarland som høydepunkt. Denne helgen er den helgen som desidert gir mest trafikk på nettsidene våre.

Visit Telemark samarbeider med Telemark fylkeskommune i prosjektet Telemark – sykkelfylke nr. 1 og på prosjektet VandreTelemark. Sistnevnte er godt innarbeidet og forankret i Vest-Telemark og det jobbes nå med å få med resten av fylket.

Ibsen 2028. VT er eier av prosjektet og i samarbeid med Skien kommune jobbes det med innhold i det nye Ibsen besøkssenter. Dette vil bli viktig i satsingen på Henrik Ibsen som en spydspiss for Skien og Telemark.

VT produserte på slutten av 2019 Podcaster i samarbeid med Styrk Fjærtøft Trondsen. Podcastene involverte hele reiselivet og annen næring i Telemark med gode fortellinger som styrket de eksisterende Telemarkshistorier som har hatt stor suksess.

I tillegg kommer alt arbeidet for markedsaktiviteter som er nevnt tidligere i årsmeldingen.

Alle prosjektene har som formål å øke kjennskapen til Telemark, få flere besøkende til fylket vårt og øke omsetningen til reiselivet.

Skien, 3. april 2020

Anne-Hege Svartdal
Påtroppende reiselivsdirektør

Christer L. Sørensen
Styreleder

Håkon Nordby
Avtroppende reiselivsdirektør

PENNEO

Signaturene i dette dokumentet er juridisk bindende. Dokument signert med "Penneo™ - sikker digital signatur".
De signerende parter sin identitet er registrert, og er listet nedenfor.

"Med min signatur bekrefter jeg alle datoer og innholdet i dette dokument."

Anne-Hege Svartdal

Påtroppende reiselivsdirektør

Serienummer: 9578-5995-4-533818

IP: 80.212.xxx.xxx

2020-04-03 10:22:11Z



Christer Lampi Sørensen

Styreleder

Serienummer: 9578-5995-4-78057

IP: 62.92.xxx.xxx

2020-04-03 10:36:45Z



Håkon Nordby

Avtroppende reiselivsdirektør

Serienummer: 9578-5998-4-839180

IP: 51.174.xxx.xxx

2020-04-03 11:06:14Z



Penneo Dokumentnøkkel: F6XWJ-WM3L2-OFBYS-MJPDJ-PKKZF-EP5NS

Dokumentet er signert digitalt, med **Penneo.com**. Alle digitale signatur-data i dokumentet er sikret og validert av den datamaskin-utregnede hash-verdien av det opprinnelige dokument. Dokumentet er låst og tids-stemplet med et sertifikat fra en betrodd tredjepart. All kryptografisk bevis er integrert i denne PDF, for fremtidig validering (hvis nødvendig).

Hvordan bekrefter at dette dokumentet er originalen?

Dokumentet er beskyttet av ett Adobe CDS sertifikat. Når du åpner dokumentet i

Adobe Reader, skal du kunne se at dokumentet er sertifisert av **Penneo e-signature service** <penneo@penneo.com>. Dette garanterer at innholdet i dokumentet ikke har blitt endret.

Det er lett å kontrollere de kryptografiske beviser som er lokalisert inne i dokumentet, med Penneo validator - <https://penneo.com/validate>