



OSLO

profilen

Turistsjefens hjørne >>

Godt reiselivsår 2011

Årets 11 første måneder gir oss en god pekepinn på hvordan reiselivsåret 2011 har vært i Oslo. Økningen i antall gjestedøgn økte med 6% i forhold til 2010, mens gjennomsnittet for landet var en økning på 2%. Norske gjestedøgn sto for den største økningen.

Målt etter formål har turisttrafikken til Oslo hatt en økning på 7,4% beregnet i antall gjestedøgn.

Nasjonalitetstatistikken viser en nedgang fra Sør-Europa og Storbritannia. Vårt største utenlandsmarked er fortsatt Tyskland med en nedgang på 1,2%, men her har det vært store økninger de siste årene. Det er en økning fra alle asiatiske land - toppet av kinesiske gjestedøgn som har hatt en økning på 38%. Gjestedøgn fra USA har hatt en økning på 3,8% i forhold til 2010.

Antall cruiseturister som har besøkt Oslo økte fra ca 260.000 i 2010 til vel 300.000 i 2011.

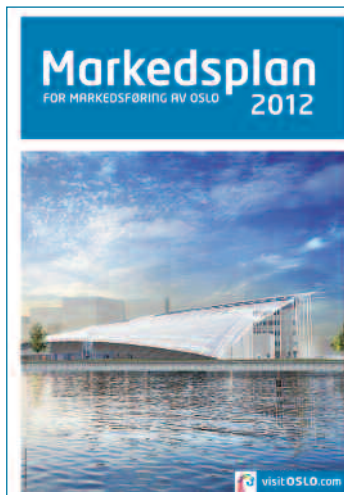
Oslo Pass har hatt en økning i salg i 2011 på oppmot 10% målt mot 2010.



Vennlig hilsen

Tor Sannerud
Adm. direktør

Markedsplan for markedsføring av Oslo 2012



VisitOSLOs Markedsplan for 2012 er ferdigtrykket og distribuert i disse dager. Den gir en detaljert beskrivelse av alle aktiviteter som våre forskjellige virksomhetsområder akter å gjennomføre på de ulike markedene og segmenter for inneværende år. Mange aktiviteter gjennomføres i egen regi, men markedsplanen inneholder også aktiviteter som foretas med samarbeidspartnere som Innovasjon Norge, transportselskaper, andre norske og skandinaviske destinasjons- og landsdelselskaper samt ulike private og offentlige organisasjoner. I tillegg til salgs- og markedsaktiviteter beskriver planen hvorledes vi organiserer informasjonsvirksomheten rettet mot alle tilreisende som besøker hovedstaden. Eksemplarer kan rekvireres på oslo@visitoslo.com eller tlf. 23106200. Markedsplanen er også lagt ut på www.visitoslo.com/markedsplan.

Klart for Snowboard-VM i Oslo



Den 10. - 19. februar arrangeres Verdensmesterskapet i Snowboard i Oslo. Arenaene er Oslo Vinterpark og Holmenkollen. 240 utøvere fra 35 land skal konkurrere om de gjeveste prisene. Med sirkuset følger en stor mengde norsk og internasjonal presse, og mesterskapene vil sette sitt tydelige preg på byen. Rundt Spikersuppa vil det bygges opp en egen "Snowboard Village", med salgsboder, scene, informasjonsstands og aktiviteter. Her vil det også være mulig å få kjøpt billetter til arrangementene, men det anbefales å bestille disse på forhånd. De fleste av arrangementene, deriblant finalene i Slopestyle og Halfpipe vil foregå i Oslo Vinterpark, med publikumsinnang i Wyllerløypa. Arrangørene har utarbeidet et tydelig transportsystem slik at publikum enkelt kan ta seg hit med T-bane til Hovseter og matebusser derfra til arenaen. Den 17.

februar arrangeres den spektakulære show-øvelsen Quarterpipe i Holmenkollbakken for de aller dristigste utøverne. Her skal Terje Håkonsens verdensrekord på 9,8 meter fra 2007 utfordres. Nattklubbkonseptet Santos Party House er midlertidig flyttet fra New York til Vulkan i Oslo. Her vil det være fester, show og arrangement hver kveld under VM. NRK vil sende og distribuere 15 timer direktesending. I tillegg vil det komme magasiner og reportasjer fra VM og tilhørende arrangementer. VisitOSLO har et tett samarbeid med både arrangørene og Oslo kommune før og under VM. For ytterligere informasjon om dette kan frode.valland@visitoslo.com kontaktes. Fullt program og informasjon finnes i What's On Oslo januar/februar og www.wsc2012.com.

Online presseresultater på VisitOSLOs bransjesider

VisitOSLO tilrettelegger for besøk fra omkring 1000 internasjonale medierepresentanter hvert år. Disse resultatene blir i økende grad tilgjengelige online i form av videoklipp, artikler og blogger. Vi har derfor satt oss fore å samle disse resultatene på ett sted etter hvert som de foreligger, og har opprettet en side for publisering på våre bransjesider. Resultatene vi publiserer er utelukkende besøk hvor vi har vært involvert i tilrettelegging av besøk/program. De utgjør selvfølgelig kun en liten andel av de resultatene som blir publisert som en følge av pressebesøk. Se www.visitoslo.com/en/trade-media-cruise/media/press-results-from-Oslo/. Grunnet copyright-restriksjoner kan vi dessverre ikke publisere resultater som er utgitt i trykte medier uten skriftlig tillatelse fra utgiver.

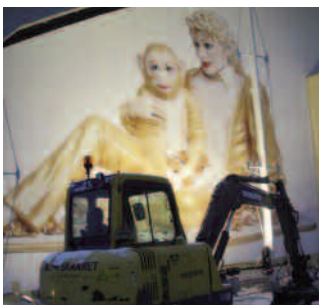
Medieåret 2011



VisitOSLO har en langsiktig strategi når det gjelder å opprettholde og utvikle arbeidet med media i markedene. Vi knytter stadig til oss samarbeidspartnere som skal gjøre opplevelsene for tilreisende, presse og media enda bedre. I 2011 var det naturlig nok sterkt fokus på Ski-VM, og det Internasjonale Skiforbundet (FIS) utropte gjennom media Oslo til Verdens Vinterhovedstad. Vi merker at interessen for vinterbyen Oslo fortsatt øker. Nå blir utfordringen - gjennom bl.a. store arrangement som VM i Snowboard - å beholde denne posisjonen. Sommeren er imidlertid fortsatt viktigst, og det er arkitektur og design, samt kombinasjonen av bykultur og natur som fenger gjestene våre. Den omregnede annonseverdien for Oslo når det gjelder pres-

seomtale i våre fokusmarkeder i 2011 er estimert til rundt 250 millioner kr (dette inkluderer ikke større begivenheter som f. eks. VM på ski eller Nobels Fredspris). Redaksjonell omtale oppfattes som pålitelig og korrekt, og er en viktig kanal i vårt arbeid med videre oppbygging og bevaring av Oslos omdømme. Sammen med kampanjer og kjøpsutløsende markedsaktiviteter, bidrar det redaksjonelle til inspirasjon og reiselyst. Blant noen av de viktigste mediebesøkene i 2011 kan nevnes: NKH (Japans største TV-selskap), Le Figaro, Le Monde, TV5 France, og Louis Vuitton City Guide (Frankrike), Elle og RAI TV (Italia), VGTRK og Grazia Magazine (Russland), El Mundo, TVE 2 og El Pais (Spania), Wallpaper, Architectural Digest (pan-europeiske), The Independent, The Times, Sunday Times Travel og The Guardian (Storbritannia), En Route Magazine, GoNomad, LIFE og Conde Nast Traveller (USA), CBC TV (Canada), A Magazine (Brasil), ARD TV og Die Zeit (Tyskland), SVT TV (Sverige), Berlingske Tidende og DR TV (Danmark), YLE TV (Finland) med flere.

Astrup Fearnley Museum i Dronningens gate er stengt



I august overtar museet praktbygget tegnet av Renzo Piano i sjøkanten på Tjuvholmen, og den 28. september vil samlingen igjen kunne oppleves i de nye lokalene. Før den tid skal en av Europas største samlinger av moderne kunst flyttes bit for bit. - Det er en verdensbegivenhet at det åpnes et museum med en arkitekt som Renzo Piano, sier museumsdirektør Gunnar Kvaran i en kommentar. Det nye Astrup Fearnley Museum, som nå tar form i Oslos nyeste bydel Tjuvholmen, vil bestå av to bygninger som skal huse henholdsvis museets faste samling og skiftende utstillinger. Internasjonalt anerkjente kunstnere som blant annet Andy Warhol, Damien Hirst, Jeff Koons, Charles Ray, Richard Prince, Matthew Barney, Bruce Nauman, Robert Gober og Cindy Sherman vil dermed få sin permanente visningsplass midt i Oslo. Store, moderne utstillingslokaler vil også gi museet mulighet til å fortsette sitt ambisiøse program for skiftende utstillinger. Til sammen vil Astrup Fearnley Museum få omtrent 4200 m2 til rådighet. Det nye museet vil bli plassert i en skulpturpark som også skal tegnes av Renzo Piano. Arkitektonisk er Astrup Fearnley Museum i Oslo noe av det mest originale Renzo Piano har gjort. Han har tegnet en rekke berømte bygninger verden over, og er antakeligvis mest kjent for oppføringen av Pompidou-senteret i Paris i 1977.

Munch-konferanse på Løten



Edvard Munch ble født på Løten den 12. desember i 1863, og på Løten har de derfor gjort en tradisjon av å feire hans fødselsdag. De siste 5 årene har det blitt holdt en årlig Munch-konferanse hvor fokuset har vært arbeidet og samarbeidet for et nasjonalt jubileum i 2013. Destinasjoner hvor Munch hadde tilknytning var tilstedet, samt representanter fra Munch-museet og Nasjonalmuseet. Charlotte Skogen deltok for VisitOSLO. Programmet for dagen var konsentrert rundt aktiviteter som er planlagte i løpet av jubileumsåret "Munch 2013", samt at det ble gitt en innføring i Munchs kunstneriske uttrykk. Bildet viser Charlotte Skogen, VisitOSLO, flankert av representanter fra Munchs hus i Åsgaardsstrand.

Visit Oslo Region



Tyskland og USA har vært målmarkeder for årets store vinterkampanjer i regi av Markeds-samarbeidet for Østlands-regionen (MØ). Kampanjene fokuserer på

enkle og rimelige flyreiser til Oslo, og fremhever det flotte hotell- og aktivitetstilbud i Oslo, Tryvann Vinterpark, Lillehammer-regionen og Norefjell, i tillegg til å rette oppmerksomhet mot sesongens storarrangementer: Snowboard VM i Oslo, VM i Skiflyvning i Vikersund og worldcup-konkurransene i Lillehammer-regionen og Holmenkollen. Sammen med Air Berlin gjennomførte MØ en kampanje i tidsrommet oktober-desember 2011. Berlin og Brandenburg i Nord-Tyskland med en befolkning på flere millioner mennesker var hovedfokus. Gjennom radio- og inter-nettreklame, samt annonsering på online- og sosiale medier ble kampanjebudskapet spredt til relevante målgrupper i hele Tyskland. Snowboard, alpint og vinteraktiviteter med "adrenalin-kick" er store temaer i USA. New York, Østkysten og grenseområdene til Canada har vært fokusområde for en omfattende vinterkampanje i samarbeid mellom MØ, VisitOSLOs Snowboard-VM prosjekt, Fjord Norge, SAS og Innovasjon Norge USA. Kampanjen ble påbegynt i oktober 2011 og avrundes i februar med en pressereise. Kampanjesamarbeidet mellom MØ, flyselskap og Innovasjon Norge betegnes som en stor suksess for alle kampanjepartnere og bidragsytere og fortsetter i 2012.

VisitOSLO søker distribusjonsansvarlig ved Turistinformasjonene

Da vår distribusjonsansvarlig skal gå av med pensjon, lyser vi nå ut stillingen. Jobben består hovedsakelig i distribusjon, utsendelse og utkjøring av brosjyremateriell til våre aksjonærer og samarbeidspartnere i Oslo og omegn, i tillegg til andre arbeidsoppgaver. For full stillingsutlysning, se www.visitoslo.com under "Ledige stillinger". Søknadsfrist: 13. februar 2012.

Åpningstider på Turistinformasjonene

Turistinformasjonen ved Rådhuset
 Februar 09:00 - 16:00 Mandag - Fredag
 Turistinformasjonen i Trafikanten
 Februar 07:00 - 20:00 Mandag - Fredag
 08:00 - 18:00 Lørdag - Søndag
 Infodesk 815 30 555 (9-16) Man.-Fredag

Flytoget er kåret til årets norske reiselivsprodukt 2011



Flytoget gikk helt til topps i kåringen av «Årets norske reiselivsprodukt 2011» på årets Grand Travel Awards Norge på Radisson Blu. Rekordhøy kundetilfredshet og en uslåelig punktlighet er suksessoppskriften. Grand Travel Awards er reiselivets egen Oscar-utdeling og det er første gangen at prisen «Årets norske reiselivsprodukt 2011» deles ut. Juryen besto av toppledere fra flere reiselivsaktører i Norge og Flytoget vant foran mange andre dyktige bedrifter, destinasjoner, reiselivsaktører og produkter. I løpet av 2011 målte Flytoget en punktlighet til Oslo Lufthavn på hele 94 prosent og en kundetilfredshet på hele 96 prosent. Dette er et resultat av et målrettet arbeid med stadig å forbedre produktet, samtidig som man har lansert nye innovative løsninger til de reisendes glede. Gjennom hele 2011 har Flytoget jobbet for at kundene skal få en best mulig reiseopplevelse. Setene er oppgradert. Det er satt inn stikkontakter ved alle setene slik at elektronisk utstyr man har med på reisen kan lades ved behov. Også toalettene er pusset opp. I høst har Flytoget testet ut trådløst nett i alle sine togsett. Nå kan passasjerene surfe gratis på vei til og fra Oslo Lufthavn Gardermoen. I november ble det satt opp innsjekkingsautomater i Flytogterminalen på Oslo S. Det gjør det mulig å «sjekke inn» før avreise med Flytoget, og gjennom det spare tid på flyplassen.

Gjestedøgn etter nasj. nov. 11

NASJON

	2010	2011
I alt	276885	291070
Utlandet i alt	72101	72471
Norge	204784	218599

Danmark	3619	5551
Finland	2069	2516
Island	453	432
Sverige	14398	14491
Belgia	1299	915
Estland	150	306
Frankrike	2440	2548
Hellas	286	222
Irland	627	498
Italia	2551	1972
Latvia	229	350
Malta	44	14
Nederland	2134	1686
Liechtenstein	32	29
Luxembourg	80	54
Polen	951	1194
Portugal	307	1274
Litauen	152	352
Spania	2747	1669
Storbritannia	8513	9772
Russland	1392	1313
Sveits	635	854
Tyrkia	285	256
Tyskland	6739	5426
Slovenia	63	41
Ukraina	137	142
Ungarn	109	117
Østerrike	565	355
Slovakia	606	116
Tsjekkia	312	174
Sør-Afrika	51	136
Japan	485	671
Kina	796	1017
Sør-Korea	213	293
Kypros	22	9
Canada	318	465
Mexico	224	66
USA	5335	4630
Brasil	286	436
Australia	442	430
New Zealand	0	0
Resten av Europa	6038	5417
Resten av Sør-Amerika	182	274
Resten av Oseania	90	179
Resten av Asia	3344	3393
Resten av Afrika	351	416

Kilde: SSB

Gjestedøgn okk. jan.- nov. 11

NASJON

	2010	2011
I alt	3117580	3304420
Utlandet i alt	1194370	1184974
Norge	1923210	2119446

Danmark	43897	56552
Finland	20751	25494
Island	4478	4949
Sverige	156506	144322
Belgia	14521	14315
Estland	2679	2356
Frankrike	51807	44918
Hellas	8389	6571
Irland	7074	7488
Italia	68822	57090
Latvia	2261	6147
Malta	657	411
Nederland	40512	35992
Liechtenstein	411	479
Luxembourg	1183	1350
Polen	13330	15210
Portugal	7075	7481
Litauen	1884	2708
Spania	73419	61347
Storbritannia	114019	112806
Russland	28316	25060
Sveits	22192	23877
Tyrkia	5728	4203
Tyskland	147537	145827
Slovenia	1193	1451
Ukraina	2672	2858
Ungarn	2386	2551
Østerrike	9283	10471
Slovakia	3573	1840
Tsjekkia	4386	5551
Sør-Afrika	2243	2450
Japan	16519	16671
Kina	14927	20643
Sør-Korea	4375	4575
Kypros	691	389
Canada	7906	7762
Mexico	2302	2725
USA	118104	122555
Brasil	8106	11877
Australia	12812	13050
New Zealand	0	0
Resten av Europa	80169	77416
Resten av Sør-Amerika	5022	6476
Resten av Oseania	2146	3298
Resten av Asia	53344	56614
Resten av Afrika	4763	6798

Nytt om navn



Trond André Størksen (28) er ansatt som Sales Manager ved Radisson Blu Scandinavia Hotel. Størksen kommer fra BI Eiendoms- meglerstudiet, har tidligere jobbet i AKTIV og nå sist i IF Forsikring. Han vil jobbe med salg av Business Groups/MICE ved hotellet..



Christian Fredrik Sandberg (28) er ansatt som hotell- direktør ved Saga Hotel Oslo. Han har tidligere vært fem år i Nordic Choice med start i

Stavanger, Bergen og til slutt i Oslo. Han er oppvokst på Hoel Gård i Ringsaker som også driver stort innen reiseliv.

Karin Elisabeth Holme er konstituert som hotelldirektør ved Hotel Continental. Holme er rekruttert internt. Hun ble hentet til hotellet for seks år siden, da som personaldirektør, men i løpet av denne tiden har hun også fungert i andre stillinger ved behov. Holme er utdannet siviløkonom ved BI med spesialisering innen organisasjon og ledelse, samt markedsføring.

Norwegian UK på fam trip

Norwegian utvider sitt tilbud mellom Storbritannia og Norge, og ønsker samtidig å markedsføre Oslo som World Winter Capital og perfekt "short break destination" året rundt. Etter et besøk av Mitchell Hawes som er ansvarlig hos Norwegian for utvikling av det britiske markedet, ble Norwegians britiske turoperatørkontakter tilbudt en variert dag i Oslo i desember. Flytogets Tanja Dahl Jamvold møtte følget som bestod av åtte Norgesspesialister. VisitOSLO fulgte gruppen til omvisning i Nobels Fredssenter og til Holmenkollen. Gruppen fikk en bred presentasjon av Oslo Vinterpark som nå forberedes for World Snowboarding Championships i februar. De britiske turoperatørene overnattet på Anker Hotel. Dagen etter gikk turen med NSB vestover til Fjord Norge.



Norwegian UKs fam trip ble møtt av Flytogets Tanja Dahl Jamvold (nr. 2 bak fra h.)

Turistinformasjonene i 2011



Turistinformasjonene har også i 2011 benyttet flere og nye kanaler for å nå turistene med informasjon om Oslo. De flittigst brukte er Facebook og Twitter, hvor vi ved årsskiftet hadde henholdsvis 33.200 og 3.500 følgere. Til tross for den digitale utviklingen søker turister fremdeles personlig hjelp. Ved Turistinformasjonen ved Rådhuset og i Trafikanten betjente vi i fjor 285.400 kunder, hvilket er en liten økning fra året før. I tillegg besvarte vi 22.000 henvendelser til vår Infodesk. Det er en økende tendens i forespørsler gjennom sosiale medier. I sommer gjennomførte vi en publikumsundersøkelse ved våre turistinformasjoner, hvor hele 98 % av de spurte var enten svært eller ganske fornøyd med sitt besøk hos oss. Dette motiverer oss til å gjøre en enda bedre jobb, og vi ser frem til et spennende 2012 ved turistinformasjonene i Oslo.

Oslo Water Games seminar



Oslo Water Games arrangerer seminaret: «Fjordbyen som vannsportsarena»
Onsdag 15. februar kl 10.00-13.00
Sted: Oslo Militære Samfund, Myntgata 3
Program:
Presentasjon Oslo Water Games 2012
Axel Bauerdorff, Kiel Marketing:
«Kiel, the Sailing City»
Neil Jenkinson, tidligere leder i Yorkshire Forward, nå Director of Partnership and Sponsorship, Clipper Ventures:
«Exploring Water Sports Partnerships for an International City»
Pris: kr 250 per person. Inkluderer et rundstykke og forfriskninger. **Påmelding til:** paal@oslowatergames.no, mikkkel@oslowatergames.no

Over 2,2 millioner unike besøkende på visitoslo.com i 2011

I desember 2011 hadde visitoslo.com 129 473 unike besøkende, mot 170 111 besøkende i desember i 2010. Disse genererte 777 475 sidevisninger, det vil si 6 sider per besøkende. Ca. 40 % av besøkene kom fra Norge, og 60 % fra andre land. 70 % av de besøkende var på nettstedet for første gang.

I 2011 hadde visitoslo.com mer enn 2,2 millioner unike besøkende (summert per måned) og over 13 millioner sidevisninger.

Sammenliknet med 2010 tilsvarer dette en ørliten nedgang på 0,05 % i antall besøkende og en nedgang på 24 % i antall sidevisninger. Vi har til enhver tid et mål om å øke antall besøk til sidene, i den hensikt å bidra til økning i besøkende til Oslo. Vi arbeider med å identifisere årsak til tilbakegangen og sette inn tiltak. Det kan være flere grunner til reduksjonen. Land som tidligere har vist stor interesse for Oslo som reisemål, som Italia og Spania, er rammet av økonomisk krise. Det er naturlig å anta at dette er en av årsakene til at nettbesøk fra disse landene går kraftig ned. Vi ser også at andre nettsteder kjøper hissig søkemotormarkedsføring på våre viktigste søkeord, og kjøper seg dermed bedre plassering, selv om visitoslo.com ligger godt synlig i det organiske søket. Vi arbeider kontinuerlig med å bedre vår synlighet i søkemotorene. Distribusjon til nye digitale kanaler, og tilstedeværelse i nettsamfunn som Facebook, Tripadvisor, Twitter og Yahoo Answers blir stadig viktigere. Blant nettstedene som sendte mest trafikk til visitoslo.com i 2011, finner vi Facebook på en 4. plass. Landene som ga flest besøk til visitoslo.com dette året, var Norge, Tyskland og Italia. Den 27. september 2011 lanserte vi nytt nettsted. De nye sidene laster raskere, noe som er bra både for brukeren og med hensyn til søkemotorene. Sidene har også fått en enklere menystruktur og gjør det lettere å navigere videre til relatert innhold. Det er gledelig å se at de brukerne som finner veien til visitoslo.com velger å besøke flere sider enn på det gamle nettstedet. En større andel velger også å booke sin reise der.



Seatrade Winter Cruising Forum i Istanbul

Cruisesesongen utvides fra år til år i Europa - både i Middelhavet og i nordligere farvann. Tradisjonelt har vår sesong for cruise i Norge strukket seg fra mai til september; i 2012 er det kun i tre av årets måneder at Norge ikke har anløp av cruiseskip. De første starter i mars med Nordlyscruise, og de siste anløper Oslo på julecruise i desember. Dette er andre gang et vintercruiseforum blir arrangert. I 2008 ble det første Seatrade Winter Cruise Forum holdt på Malta, og på disse tre årene har Nord-Norge etablert seg som en vintercruisedestinasjon med hele 12 forventede cruise i 2012. Oslo har lengre tradisjoner for cruiseanløp om vinteren. Siden 2006 har Oslo hatt årlige anløp av cruiseskip på julecruise i desember. Flere cruisereidier annonserer at de vil øke sin kapasitet i Europa om vinteren i årene som kommer. Den typiske vintercruisepassasjeren er noe eldre enn om sommeren, det er færre barnefamilier og de deltar oftere på organiserte utflukter.



Fra v. Wenche Nygaard Eeg, Cruise Norway og Eva Britt Kornfeldt, VisitOSLO