



# Årsmelding Visit Bodø 2019.





## Årsmelding Visit Bodø 2019.

Visit Bodø er et destinasjonsselskap for Bodø og Salten. Visit Bodø ble stiftet 31. januar i 2008, og hadde sitt første fulle driftsår i 2009. Selskapet er lokalisert i sentrum av Bodø. Virksomheten ledes av reiselivssjef, et styre på syv medlemmer og generalforsamlingen bestående av medlemmer.

Fra vedtektene framgår bl.a. dette:

- Visit Bodø er en medlemsorganisasjon for private og offentlige næringsaktører i Bodø og Salten.
- Visit Bodø eies av sine medlemmer.
- Visit Bodø har et ideelt formål.
- Visit Bodø er et åpent og inkluderende fellesapparat og medlemsorganisasjon, med hovedmål å videreutvikle Bodø og Salten sin attraktivitet som reisemål.
- Som medlem i Visit Bodø kan opptas bedrifter, foretak, organisasjoner og privatpersoner i Bodø og omegn.

Visit Bodø har hovedtyngden av sine medlemmer innen aktivitets- og opplevelsesbedrifter, overnatting, mat og drikke, transport, bilutleie, handelsstand mv.

### Medlemmer.

Visit Bodø hadde 81 medlemmer ved inngangen til 2019. Antall medlemsbedrifter gikk opp i 2019, til 85. I 2019 gikk antall avtaler om markeds samarbeid i de øvrige Saltenkommunene ned med 2, fra 37 til 35 bedrifter.

### Styret.

Etter generalforsamling 29.04.2019 har Visit Bodø følgende styre:

Kjersti Stormo (styreleder) (1 år)

Hanne Jakhelln (nestleder) (2 år)

Kjersti Bye Pedersen (styremedlem) (2 år)

Inger-Lise Henningsen (2 år)

Torbjørn Engen (1 år)

Sigurd Schultz (2 år)

Anniken Enger (1 år)

Hege Ruud (vara) (1 år)

Rolf B. Nilsen (vara) (2 år)

Valgkomite valgt på Generalforsamling Visit Bodø 29.04.2019: Knut Westvig (1 år) og Hege Stefansen (2 år).

Seks styremøter er avholdt og 36 saker behandlet i 2019.

## **Administrasjon.**

Visit Bodø har kontor i Tollbugata 13 i Bodø sentrum. Selskapet har følgende fast ansatte;

- Reiselivssjef Ann-Kristin Rønning Nilsen.
- Prosjektleder meeting and events Raymond Limstrand Jakobsen.
- Markedssjef og designer Julie Abelsen.
- Innholdsprodusent og medlemsansvarlig Otelie Knædal. Fra 01.01.2020. Stine Eidissen Bya hadde stillingen fram til 31.08.2019.
- Prosjektleder cruise og ferie / fritid Carina Dreyer Salater.
- Prosjektmedarbeider meetings og event, administrasjon Lisbeth Cathrine Ingebrigtsen (50 prosent stilling).

I tillegg var Merete Nordheim inne som prosjektleder for programsatsing «Opplevelsesbasert reiseliv» fra 01.10.2017 – 31.07.2019.

## **Fortsatt drift.**

Forutsetningen om fortsatt drift er tilstede, og årsregnskapet for 2019 er satt opp under denne forutsetningen.

Covid-19 vil potensielt kunne gi store konsekvenser for Visit Bodø for kommende driftsår. Allerede nå erfares det at medlemsbedriftene har mistet sitt inntektsgrunnlag. Dette vil medføre tapt medlemskontingent og kunne påvirke driften. Imidlertid har Visit Bodø en egenkapital og offentlig finansierte prosjekter som gir grunnlag for fortsatt drift kommende driftsår.

Det er etter det styret kjenner til ikke inntrådt andre forhold etter regnskapsårets utgang som har betydning for selskapets stilling og resultat ut over ovennevnte.

## **Likestilling.**

Visit Bodø arbeider løpende gjennom rekrutteringer og forfremmelser for likestilling mellom kjønnene. Dette gjelder også for styresammensetningen.

## **Arbeidsmiljø.**

I henhold til gjeldende lover og forskrifter fører selskapet oversikt over totalt sykefravær blant selskapets ansatte.

## **Klima / ytre miljø.**

Bedriften forurenses ikke det ytre miljø og er sertifisert Miljøfyrtårn fra 15.01.2019. Visit Bodø har i 2019 ledet arbeidet for å oppnå det nasjonale merket Bærekraftig Reisemål. Fase 2 igangsettes Q2 2020 og målet er at Bodø har svart opp alle kriterier og at vi har oppnådd merket innen utgangen av 2021.

## **FOU.**

Visit Bodø er en del av innovasjonssystemet for reiseliv og opplevelser i Salten og Nordland. I dette ligger blant annet innovasjon, produkt- og tjenesteutvikling og konseptualisering i samarbeid med våre medlemmer, kommunene i Salten, Salten Regionråd og andre strategiske samarbeidspartnere



## **Økonomi.**

Visit Bodø hadde kroner 5 571 400 i tilskudd og kroner 1 085 429 i medlemskontingent. Salgsinntektene utgjorde kroner 7 464 567 i 2019. Regnskapet viser et overskudd på kroner 897 241. Styret er opptatt av budsjettkontroll og at organisasjonen oppnår årlige overskudd. Virksomhetens inntekter kommer i hovedsak fra tjenesteleveranse til kommuner og næringsliv samt tilskudd til gjennomføring av prioriterte utviklingsprosjekter og satsinger av betydning for destinasjonen som helhet. Overskudd disponeres til å bygge opp en solid og robust virksomhet som gjør oss rustet til å gjennomføre større utviklingsoppgaver.

Styret mener at resultatregnskap med balanse og tilhørende noter gir fyllestgjørende informasjon om årets virksomhet og selskapets stilling ved årsskiftet. Etter regnskapsårets utløp har det ikke inntrådt forhold som det ikke er tatt hensyn til i regnskapet.

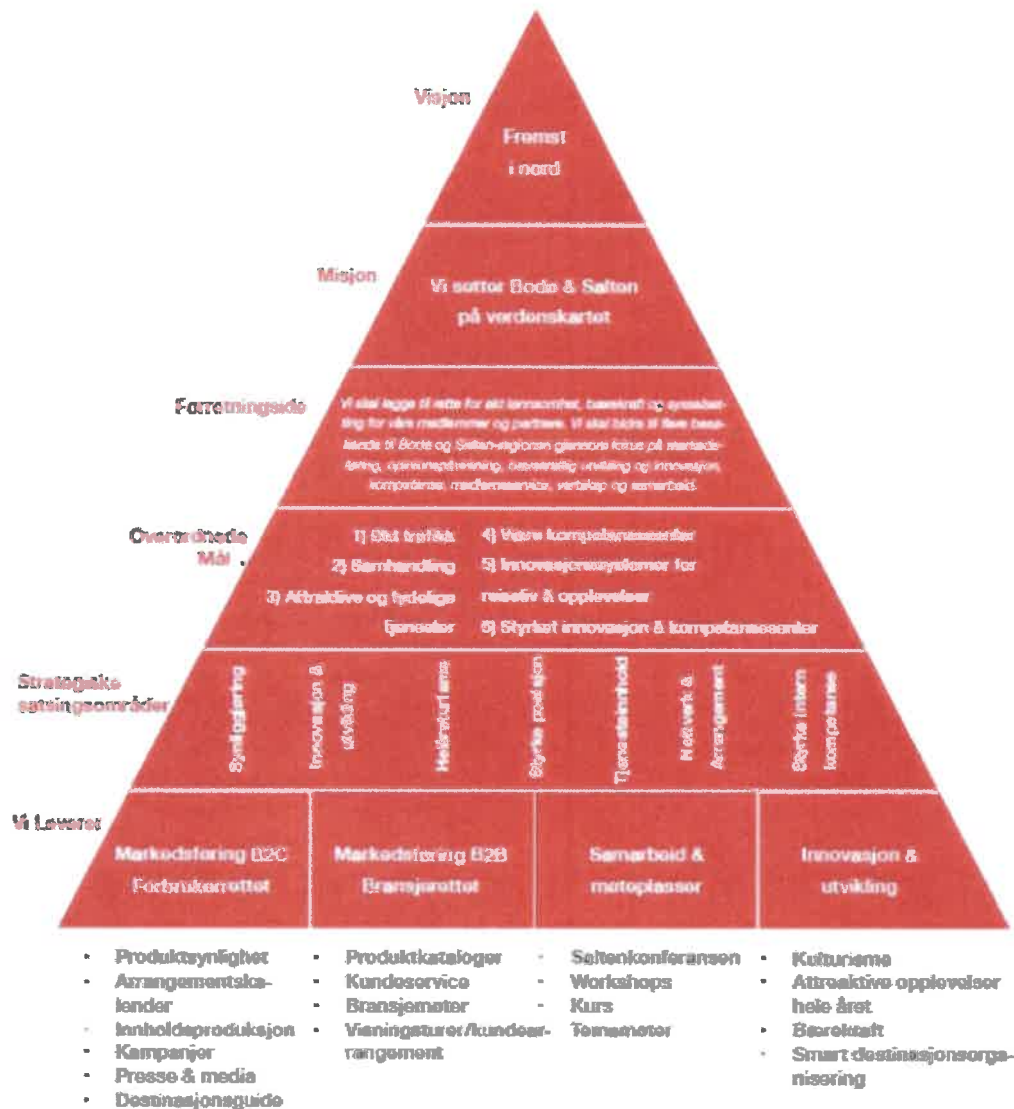
Selskapet er ansett som skattefri institusjon.

## **Virksomhet 2019.**

### **Strategi Visit Bodø 2019 – 2024**

Visit Bodø er destinasjonsselskapet for Bodø og Salten. Selskapet har siden stiftelsen i 2008 gjennomgått en betydelig utvikling blant annet i antall ansatte, økonomi, medlemsvekst, aktiviteter og kompetanseområder. Selskapet har utviklet seg fra å være en aktør for Bodø og omegn, til å ha hele Salten som virkeområde.

Selskapet har hatt en strategiplan for 2013 – 2018, og denne planen videreføres i selskapets overordnede strategiske plattform for perioden 2019 – 2024.



Visit Bodø er en ikke-kommersiell medlemsorganisasjon som eies av sine medlemmer som i all hovedsak er reiselivsbedrifter. Som medlem i Visit Bodø, eller bedrift med avtale om markedssamarbeid, fås en basispakke hvor et sett tjenester er inkludert. Denne basispakken utvikles kontinuerlig basert på behov og trender og kan endres fra år til år. Informasjon om basispakken og prisliste ligger tilgjengelig på bransjenettet på [visitbodo.com](http://visitbodo.com). Forankring skjer i årlig aktivitetsplan og prisliste som vedtas i styre og generalforsamling.

Som en del av å utvide destinasjonssamarbeidet i hele Salten og for å engasjere og involvere reiselivet i hele Salten tilbys det avtaler om markedssamarbeid til bedrifter utenfor Bodø kommune. Disse avtalene har redusert pris på kr. 5.000. Tilbudet er

tenkt å vare ut 2020. Leveransen i disse avtalen er den samme som basispakken i medlemskapet.

Det er inngått en overliggende rammeavtale, 2018 – 2020 (2022) mellom kommunene i Salten og Visit Bodø gjennom Rådmannsutvalget i Salten, som sammen med kommuneavtalene definerer leveransen innenfor destinasjonssamarbeidet; destinasjonsmarkedsføring, utvikling, nettverk og kompetansen. Saltenkommunene og Salten Regionråd er viktige partnere i destinasjonsutviklingen i Salten.

### **Spydspisser og merkevarer i Salten**

Saltenkommunene har alle hver sin side på visitbodo.com der det presenteres anbefalinger over opplevelser. Her linkes det også til produktsidene til medlemsbedriftene lokalisert i den enkelt kommune. Visit Bodø sørger for at alle Saltenkommunene er representert i innholdet som deles på sosiale medier. Det er lagt ut tilgjengelig informasjon om alle turistinformasjoner i Salten, «hvordan reise til Salten» og «hvordan reise i Salten». Det er produsert innhold som ulike tema-artikler, tips og turforslag o.l. etter et årshjul / innholdsplan som f.eks.; Badestrender i Salten, Festivalsommer, Familieaktiviteter, Top 15 Instasteder, 55 forførende friluftsmål i samarbeid med Salten friluftsråd og lokales tips til besøkende.

Hver av kommunene i Salten har valgt ut sine ti-på-topp som de ønsker å løfte frem i reiselivssammenheng. Vi har analysert disse utvalgte attraksjonene og stedene og gruppert dem på mer overordnet nivå for å ha spydspisser og merkevarer som kan være vår kompassretning i innholdsproduksjon og markedsaktiviteter. På denne måten får vi en retning i merkevarebyggingen og historiefortellingen om Salten som alle kan kjenne seg igjen i. De utvalgte spydspissene og merkevarene som skal veilede vår markedskommunikasjon i 2020 er;

### **Naturen og aktive opplevelser**

- Toppturer med havutsikt
- Arktisk strandliv
- Jakt og fiske
- Sykkelturer
- Kajakturer
- Friluftsliv – forførende friluftsmål
- Hundekjøring
- Snø og vinteropplevelser

### **Levende kultur og historie**

- Levende og åpne lokalsamfunn
- Kystkultur; handelssted, fyr og fiskevær
- Industrihistorie
- Krigshistorie og kald krig
- Historiske begivenheter
- Kirkesteder
- Samisk kultur
- Håndverk

- Hamsunsenteret og litteratur
- Kulturveien
- Nærbutikken

### **Spektakulære naturfenomen**

- Saltstraumen
- Svartisen
- Polarsirkelen / Arktisk område
- Tilrettelagte steder å se nordlyset
- Nasjonalparker

### **Byliv/Sentrum**

- Kafè
- Shopping
- Festivaler
- Kulturtilbud

### **Bodø som motor**

- Inn til Bodø – Ut til Salten
- Bodø Lufthavn
- Knutepunkt; tog, buss, båt
- Store arrangementer
- Nord Universitet
- Bodø havn - cruisehavn

### **Moderne kultur og samfunnsutvikling**

- Ny by – ny flyplass
- Smart city & region
- Bærekraftig destinasjonsutvikling
- Europeisk Kulturhovedstad
- Arkitektoniske bygg i naturen
- Stormen bibliotek og konserthus
- Festivaler – gjerne i naturen
- Nordlandsmuseet og Norsk Luftfartsmuseum
- Matopplevelser, tradisjonelle/moderne

### **Destinasjonsmarkedsføring**

Visit Bodø markedsfører Salten som et helhetlig reisemål for besøkende nasjonalt og internasjonalt. En attraktiv by i en opplevelsesrik region. Markedsføringsfokuset legges på de bærekraftige merkevarerne og spydspissene i regionen, og ikke på den enkelte kommune. Produktsynligheten på Visit Bodø sine digitale plattformer er en del av medlemskapet for den enkelte bedrift. Destinasjonsmarkedsføringen gjøres bl.a. gjennom et tett samarbeid med Nord Norsk Reiseliv og Innovasjon Norge/Visit Norway.

Saltenkommunene har nærhet til svært attraktive natur- og kulturopplevelser. Salten har stort potensiale for utvikling av konkurransedyktige opplevelser, og sammen vil aktørene på tvers av kommunegrenser gi høy merverdi og meningsfylte opplevelser

til besøkende. Det er definert målgrupper som er valgt for å gi best mulig trafikk gjennom hele året, grunnlag for næringsutvikling og økt lokal verdiskaping.

### **Prioriterte målgrupper**

- Ruteutvikling, utvalgte flyselskaper
- Ferie & fritid, bransjerettet, utvalgte incentive- og turoperatører
- Ferie & fritid, forbrukerrettet, individuelt reisende med bil, båt, sykkel, tog og fly
- Cruise, Hurtigruten, Havila, Ekspedisjonscruise
- MICE; store arrangementer

### **Prioriterte besøksprofiler**

Ulike typer kunder og besøkende innenfor hver målgruppe kan ha ulike ønsker og behov knyttet til reisen sin. Derfor er det nødvendig å også kategorisere besøkende i ulike behovssegmenter eller besøksprofiler. Både Innovasjon Norge og Nord Norsk Reiseliv har utviklet verktøy for segmentering. Vi har valgt å benytte Innovasjon Norge / Visit Norway sin modell da den fungerer best for vår arbeidsmetodikk. Profilene i de ulike modellene overlapper noe og man kan derfor intuitivt dra paralleller mellom den, slik at det er mulig å overføre arbeid til Nord Norsk Reiselivs modell dersom det er nødvendig.

- Social Immersion / Nye mennesker & Lokal kultur
- Broadening my cultural horizon / Kunst & Kultur
- Escape / Ro & Stillhet
- Adventures in the world of natural beauty / Eventyr & Utforsking

### **Prioriterte geografiske markeder**

- Norge
- Sverige
- Danmark
- United Kingdom
- Tyskland
- Nederland og Belgia
- USA

### **Bodø 2024 – Articulation, Europeisk kulturhovedstad.**

I 2019 fikk Bodø tildelt status som Europeisk kulturhovedstad i 2024. Å være Europeisk Kulturhovedstad betyr noe. Både nasjonale og internasjonale medier vil sette søkelyset på Bodø og Nordland i årene som kommer. Dette var merkbart direkte etter kunngjøringen. Det er oppstått en unik mulighet til å ta en sterk og varig posisjon som foretrukket kulturdestinasjon og arbeidet starter nå. Europeisk kulturhovedstad gir store muligheter for det lokale næringslivet. Bodø kommune og Nordland fylkeskommunes søknad og visjoner for kulturhovedstadsåret danner et inspirerende bakteppe for innovasjon og markedsføring i reiselivet. Visit Bodø tar sikte på et sterkt og godt samarbeid med Bodø 2024 og vil ha et sterkt fokus på utvikling, partnerskap og markedsføring fram mot 2024.



## **Sesonger**

Bodø 2024 følger naturens egen puls fra mørketiden på vinteren når sola er helt borte til lange sommernetter med midnattssol. Kulturhovedstadsåret er basert på årstidene som skifter, og er derfor delt inn i fem sesonger;

**Here comes the sun** (13. januar – dagen solen snur)

**Spring optimism** (Jevndøgn 20. mars – når dagen har lik lengde over hele Europa)

**Mid-summer madness** (midnattssol 22. mai – 21. juli)

**Autumn storm** (Jevndøgn 22. september)

**Arctic light** (Lysbrytninger fra 29. november)

## **Nøkkeltema**

Visjonen og strategien for Europeisk Kulturhovedstad 2024 gir en inkluderende refleksjon av tiden vi lever i. Her kombineres uttrykk fra den samiske urfolk-kulturen med tradisjonelle og moderne norsk kultur – for ikke å snakke om levende kultur som nye innvandrere og utvandrere tilfører. Dette legger grunnlaget for tre hovedtema som skal gjenspeiles gjennom alle prosjektene i kulturhovedstadsåret.

### **Art of nature**

Handler om å utforske kunst i, eller fra, et arktisk perspektiv.

### **Fish & ships**

Handler om vår historie.

### **Transition**

Fremhever evne til tilpasning, fortid og framtid, innovasjon og utvikling.

Med utgangspunkt i Europeisk kulturhovedstad vil kultursegmentet bli svært viktig å jobbe mot i årene fremover. Kombinasjonen av natur og kultur, og kommunikasjon av hvordan naturen, sesongene og friluftslivet er en svært viktig del av kulturen vår her i nord vil være essensielt.

## Aktiviteter 2019

| Medlemservice          | Markedskommunikasjon B2C       | Destinasjonssalg B2B              | Destinasjonsutvikling                       |
|------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|---|
| Produktsynlighet ✓     | Digital Synlighet Web & SoMe ✓ | Produktkataloger ✓                | Rådgivning Opplevelsesbasert Verdiskaping ✓ |
| Arrangementskalender ✓ | Innholdsproduksjon ✓           | Kundekontakt ✓                    | Bærekraftig reise mål ✓                     |
| Bransjetreff ✓         | Presse & Media ✓               | Bransjemesser/ Workshops ✓        | Destinasjonsdesign ✓                        |
| Kompetanse ✓           | Kampanjer ✓                    | Kundearrangement/ Visningsturer ✓ | Cruisenettverk ✓                            |
| Reiselivskonferanse ✓  | Destinasjonsguide ✓            |                                   | Arrangementsnettverk ✓                      |

### Medlemsservice

#### Arrangementkalender

Visit Bodøs medlemmer og partnere har tilgang til vår arrangementskalender, som både ligger på Facebook-siden vår og på [visitbodo.com](http://visitbodo.com) under fanen "Hva skjer". Denne arrangementskalender er svært mye brukt av både lokale og besøkende. Den er, etter det vi kjenner til, den mest omfattende helhetsoversikten over arrangementer i Bodø og Salten. "Hva skjer"-siden er den mest besøkte på Visit Bodøs webside. Her kan alle våre medlemmer og samarbeidspartnere få lagt til sine arrangementer og nå ut til et stort publikum.

#### Bransjetreff

Medlemsbedrifter, bedrifter med avtale om markedssamarbeid og kommuner inviteres til bransjetreff, minimum en gang i året. Bransjetreffene gir mulighet til å bygge relasjoner, treffe andre reiselivskolleger og faglig påfyll i et uformelt forum. I tillegg til å jobbe med de konkrete leveransene i kommuneavtalene har vi brukt mye tid på å kartlegge og registrere reiselivet i Salten i CRM-systemet vårt. På den måten har vi hatt som mål at alle relevante bedrifter får informasjon og invitasjoner fra oss. I 2019 ble det gjennomført fem bransjemøter på ulike steder i Salten. Bransjetreffene har som hensikt å gi muligheter for faglig påfyll, nyttig dialog og nettverksbygging. Agenda på møtene var destinasjonssatsingen i Salten, «Bli god på nett», med råd og vink for praktisk bruk av web og sosiale medier. Vi har gjennomgått gode tips til nettsiden, og sett på ulike alternative sosiale medier – hvordan skal disse benyttes og hvilke skal vi velge. Deler av samlingen gikk også til kurs i «how to instagram» som har vært etterspurt hos flere av bedriftene.

## **Kompetanse**

Medlemsbedrifter og kommuner får invitasjon til relevante kurs og workshops. Tema for kursene settes ut fra behov hos bedrifter og partnere, og ut fra endringer i trender og i markedet. I samarbeid med kommunene i Salten kan vi sette opp ulike kurs og workshops tilpasset nivå og behov i de ulike kommunene. Primært arrangeres dette for våre partnere og medlemmer. Det ble arrangert kurs med tema digital booking og sosiale medier. I tillegg til dette kursrekken #smartpånett gjennomført med tre foredrag og fire workshops. Dette er et samarbeid med Bodø i Vinden om et tilbud til næringsliv i Salten, der noen av landets fremste foredragsholdere gir tips og inspirasjon til hvordan bli enda bedre på digital kommunikasjon. Kursserien #smartpånett er en viktig del av vårt bidrag til at Bodø og Salten i sum skal øke sin synlighet og attraktivitet på nett.

Visit Bodø er et kompetansesenter for bedrifter og kommuner i Salten og vi gir rådgivning innen tema som sosiale medier, markedsføring, nettsider, digital booking m.m. Alle medlemmer og samarbeidspartnere har tilgang til Facebook-gruppen «Visit Bodø info» og bransjenettet på visitbodo.com der vi legger ut relevante oppdateringer, dokumenter, viktige datoer og annen nyttig informasjon.

Visit Bodø representerer Salten i eksterne nettverk, i relevante politiske fora, på relevante møter, konferanser og andre viktige møteplasser.

## **Saltenkonferansen 2019**

Reiselivsbransjen og kommuner og andre relevante aktører inviteres til å delta på årlig konferanse for reiseliv og opplevelser i Salten. Saltenkonferansen arrangeres av Visit Bodø. Her skal deltakerne få faglig påfyll innen relevante og etterspurte tema. Dette skal også være en arena for nettverksbygging internt i Salten. 2019 var første året konferansen ble arrangert.

## **Markedsføring, forbrukerrettet**

Vi bruker sosiale medier aktivt for å promotere destinasjonen; kommunisere med besøkende; skape trafikk til vår og medlemmenes nettsider og øke engasjement. Det jobbes kontinuerlig for å øke antall følgere og spre kjennskap til og kunnskap om Bodø & Salten. Økt trafikk, rekkevidde og engasjement på våre sosiale kanaler og webside gir i sum svært god synlighet på nett for våre medlemmer, partnere og Saltenkommunene.

## **Synlighet på nett – visitbodo.com + visitnorway.com**

Vår nettside hadde 400.000 treff i 2019, og vi forventer ca. 500.000 treff i 2020. I 2018 lanserte vi nye nettsider med forbedret design og struktur – disse er tilpasset mobil og nettbrett. Fokus er på bildebruk og innsalg av opplevelser i Salten. Som medlem hos Visit Bodø fås en basispakke som inkluderer produktoppføring og dermed profilering på web. Dette inkluderer også oppføring på Visit Norway sin nettside. Denne publiseres på 15 språk og har 21,2 millioner besøkende; 13,2 millioner unike brukere; 2,44 minutter i gjennomsnitt per side; 2,9 millioner klikk fra Visitnorway.com til bransjen i Norge og 1,9 millioner nordmenn er unike brukere.

I 2019 er det:

- 70 prosent økning fra Tyskland
- 60 prosent økning fra Danmark
- 55 prosent økning fra Frankrike
- 50 prosent økning fra USA

### **Synlighet i sosiale medier.**

Vi bruker Instagram og Facebook for å skape reiselyst og inspirasjon for regionen. Facebook-siden vår har over 18.000 følgere, og instagramprofilen **@visitbodo** har over 14.000 følgere fra hele verden, og vi forventer ytterligere følgervekst i 2020. Rekkevidden for innleggene på Facebook i 2019 var ca 1,7 millioner. Vi fortsetter vår sterke innsats på Instagram for å inspirere til reiselyst for Salten. Nesten 75.000 bilder har blitt tagget med **#visitbodo** på Instagram. Partnerbedrifter kan synliggjøres på vår instagramkonto **@visitbodo** gjennom å kontinuerlig legge ut bilder og bruke våre hashtagger **#visitbodo** og **#mittsalten**.

### **Innhold**

I 2019 har vi opprettet en egen side på [visitbodo.com](http://visitbodo.com) kalt «lokale hemmeligheter»/»local secrets» der artikler og redaksjonelt innhold er publisert og det linkes hit fra sosiale kanaler. På Facebook er det god miks i innleggene. Til nå er det prioritert bilder som viser naturen og lyset i regionen. Det deles også linker til websiden, nyheter og arrangementer i Salten. Fokus på kultursegmentet har økt. På Instagram er det produsert innhold til Instagram Stories med korte historier, bilder og videoer av ulike steder i Salten.

### **Presse og media**

Pressearbeid er en viktig del av arbeidet med å skape reiselyst til regionen, og for å skape større nasjonal og internasjonal kjennskap og kunnskap om Bodø & Salten. Gode artikler, TV-programmer, videoer og SoMe-innlegg kan gi fantastisk eksponering. Redaksjonell omtale oppleves som troverdig og interessant for mottakeren. I 2019 gjennomførte vi totalt 12 presseturer, der to var større gruppeturer, en var et større nasjonalt pressearrangement med Bodø som hub, og en var for Disney USA. Dette er bare noen av høydepunktene i løpet av året som har gitt svært gode resultater i etterkant.

Forespørslene på å være vertskap for presse og media kommer til oss fra Nord Norsk Reiseliv og Innovasjon Norge. Forespørsler vurderes med utgangspunkt i våre prioriterte målgrupper, geografiske markeder og besøksprofiler. Visit Bodøs hovedoppgave ved presseturer er også å planlegge program og samarbeide med våre medlemmer i regionen slik at pressen får besøkt de stedene og menneskene som samsvarer best med deres interesser, målgrupper, medier og temaer. Vi er også vertskap og tar imot pressen når de kommer, gir de informasjon og ser til at programmet gjennomføres med høy kvalitet i alle ledd. Vi tilstreber å spre pressebesøkene utover hele Salten og å ha en god kommunikasjon med kommunene i Salten slik at vi har oversikt over de gode historiene. Nedenfor følger en beskrivelse av pressebesøkene gjennomført i 2019.

### **Tyske kulturjournalister**

Highlights Bodø & Salten – kultur og natur opplevelser i kombinasjon.

### **Tysk gruppe Nord/Fjord – direkterute til Bergen med forbindelse til Bodø.**

Highlights Bodø & Salten – vinteropplevelser. Natur og kultur i kombinasjon.

### **Spansk gruppe Helgeland & Bodø/Salten**

Highlights Bodø & Salten – Nordlandsbanen. Natur og kultur i kombinasjon.

### **Travel XP**

Indisk TV-team fra en av verdens største reisekanaler. Natur og kultur i kombinasjon. Fokus vintersesong.

### **Fodors / Megan Starr**

Reiseguiden til Fodors med fokus aktive naturopplevelser, lokal mat, byliv og kultur.

### **Talents 2 Norway**

Talents2Norway er et årlig pressearrangement i regi av Innovasjon Norge Hamburg, hvor de inviterer unge lovende journalister under 32 år til Norge i en uke for seminar med den kjente journalistlæreren Peter Linden og for egen research rundt egne/gitte tema. Her gjelder digital storytelling med bruk av forskjellige formater (film, lyd, bilder, tekst). Bodø ble benyttet som utgangspunkt for Talents2Norway 2019. Tolv unge håndplukkede journalister kom til byen for seminar før de ble sendt rundt over hele Norge for å gjøre grunnarbeidet til sine bidrag. Tre av journalistene ble igjen i Bodø & Salten for å skrive sine saker basert på vår region. Deretter returnerte alle til Bodø for en siste seminardag. Foreleser kombinerte oppholdet med å utforske og gjøre en sak på nasjonalparker i regionen.

### **Young Wild Travelers**

Franske bloggere som besøkte Bodø & Helgeland. Byliv i Bodø, ut i Salten og videre til Helgeland med hurtigbåt.

### **Alva Gehrmann**

Besøkte Bodø & Salten igjen for å følge Hamsuns fotspor. Hun besøkte The Arctic Hideaway på Fleinvær, Jektefartsmuseet og Kjerringøy Handelssted. Fem dager på Hamarøy med særlig fokus på å oppleve Hamsunsenteret. Deretter fire dager i Steigen på Naustholmen og Engeløya.

### **Expressen**

Besøk fra Sverige med fokus på tog og steder å besøke langs jernbanen i Norge. Fokus på natur og kultur i kombinasjon, byliv, street art og kajak.

### **Disney**

Disney og Frozen besøkte Bodø & Salten i september i et samarbeid mellom Innovasjon Norge, Nord Norsk Reiseliv, Avinor Bodø lufthavn og Visit Bodø. Det var en stor pressegruppe bestående av tolv journalister (deriblant National Geographic), Disney og fire personer fra Japansk TV. Formålet med turen var å promotere Frozen 2 som ble sendt på kino verden over i desember, samt fokus på utkikk av nye



lokasjoner for eventuelle nye innspillinger. Disney hadde pressevisning av Frozen 2 i Stormen konserthus før deltakerne fikk oppleve Salten.

#### **UpNorway. / Helen Dalley**

I samarbeid med turoperatøren UpNorway tok vi imot journalist Helen Dalley. Tema var arkitektur, og Manshausen deltok i tillegg til tur med hurtigbåt med TravelPass Nordland.

#### **Skyfritt, Widerøe**

Tema var «aktiviteter for alle aldre» med kultur og natur i kombinasjon.

#### **Kampanjer**

Vinterkampanjen 2018/2019 ble gjennomført i samarbeid med Nord Norsk Reiseliv og Innovasjon Norge. Vi har hatt en destinasjonsside for Salten på visitnorway.com i kampanjeperioden og var synlig i kampanjelandene UK, Tyskland, Nederland, Frankrike, Sverige, Danmark, USA, Spania, Sveits og Italia. Visit Bodø har også deltatt på sommerkampanjen til Nord Norsk Reiseliv med flere artikler fra Salten, blant annet; fjell, fjord, øy og bre i Salten, Salten – mennesker og kultur og aktiviteter for barn.

#### **Destinasjonsguide**

Saltenregionen presenteres i den årlige offisielle Bodø & Salten guiden. Produktoppføringer er betalt av næringslivet selv. Guiden designes in-house og den trykkes i ca. 50.000 eksemplarer på tre språk: norsk, engelsk og tysk. Den distribueres til alle turistinformasjoner i Salten og til alle hotell og trafikknutepunkt i regionen samt andre strategiske punkter som turistinformasjoner i Lofoten, Narvik og Ofoten, Vesterålen og Helgeland. Den benyttes i tillegg som verktøy på workshops og i pressearbeid. Guiden er nedlastbar på vår nettside.

### **Destinasjonssalg ferie og fritid – bransjerettet**

#### **Produktkataloger**

Vi har utviklet produktkataloger med felles design for ulike målgrupper. Disse brukes som salgsverktøy for reisemålet Salten. Visit Bodø deltar hvert år på Norwegian Travel Workshop, med en opplevelseskatalog som eksponerer opplevelser i Salten. Katalogen benyttes hele året, også digitalt. I årets ferie og fritidskatalog presenteres, i tillegg til destinasjonsinnhold for Salten, hele 57 produkter og opplevelser. Disse deles i følgende kategorier; unike overmattingssteder, vinteropplevelser, attraksjoner, hiking, kystopplevelser, kulturopplevelser, spill&sport og restauranter.

#### **Bransjemesser/workshops**

Visit Bodø økte i 2019 aktiviteten på antall B2B arenaer. I tillegg til Norwegian Travel Workshop deltok vi på London Workshop, World Travel Market i London, Product Lab Frankfurt og Visit Arctic Europe sine workshops. Totalt på disse møteplassene gjennomførte vi 75 møter med turoperatører. Disse kom i stor grad fra UK, Tyskland, Nederland, Belgia og Sveits. Turoperatørene viste i stor grad interesse for Bodø og over opplevelsestilbudet. Det er interesse for å utvide oppholdet og sesong med vekt på høst og vinter. Erfaringer fra disse møteplassene sier oss at satsingen på

ferie- og fritidsmarkedet i Salten er viktig og riktig. Vi har allerede mange attraktive produkter som etterspørres i markedet, og vil det være viktig å jobbe videre med sesongutvidelse og produktutvikling i lavsesong. Dette helt i tråd med intensjonen til forprosjektet Attraktive opplevelser hele året i Bodø og Salten.

### **Ruteutvikling**

Visit Bodø arbeider i Luftfartsforum for Bodø Lufthavn sammen med blant annet Avinor Bodø lufthavn, Avinors trafikkavdeling sentralt, Bodø Regionens Utviklingsselskap (BRUS) og Nord Norsk Reiseliv. Det arbeides blant annet for å sikre og utvikle eksisterende ruter og arbeide for nye internasjonale direkteruter til og fra Bodø. Bodø skal posisjoneres som det beste og mest interessante trafikknutepunktet på Nordkalotten og det arbeides for økt innkommende trafikk fra destinasjoner der Bodø har direkteruter.

### **Visningsturer**

Visningsturer arrangeres for turoperatører og/eller agenter for å øke salg direkte til deres markeder. Visningsturene er hovedsakelig for grupper, der representanter fra Innovasjon Norge, Nord Norsk Reiseliv og Visit Bodø er med for å bygge unike relasjoner til turoperatørene. Programmene vil ha likhetstrekk med presseturene, men med spesielt fokus på kjøpbare opplevelser. Her er det store muligheter for destinasjonen og aktørene å selge inn sine produkter.

## **Destinasjonsutvikling og bærekraft**

### **Cruisesatsing Bodø**

Etter et treårig hovedprosjekt med støtte fra Innovasjon Norge fra 2015-2018 gikk satsingen over i en ny fase fra 2019 med støtte fra Bodø kommune. Målet er at en styrt cruisesatsing i Bodø gjennom partnerskap mellom private og offentlige aktører. Cruisenetverket har 18 deltakere. Nettverkets medlemmer jobber med markedsføring, kvalitet på gjennomføring av anløp og organisering av satsingen. Det ble i 2019 gjennomført 26 cruiseanløp med rundt 30 000 besøkende i Bodø havn. Åtte anløp med rundt 8 000 besøkende ble kansellert på grunn av værforhold. Med gjennomførte anløp var Bodø femte største havn i Nord Norge. Målet er å bli fjerde største innen 2025, noe man ligger godt an til. 41 prosent av passasjerene var på organiserte utflukter.

### **Opplevelsesbasert verdiskaping – DA program**

*Hovedfokus i satsningen «Opplevelsesbasert verdiskaping» er å løfte den kommersielle kundeopplevelsen i Bodø og Salten – å skape en destinasjon i verdensklasse. Dette skal skje gjennom kompetanseheving og opplevelsesutvikling hos reiselivsbedriftene. Fokus skal være å utnytte regionens unike fortrinn innenfor kultur, natur, historie og mattradisjoner.*

Andre halvår har pilarvertskapet utført arbeidet innenfor pilaren i tett samarbeid med konkrete reiselivsbedrifter, da særlig gjennom bedriftsmøter, tematiserte workshops, ressurskartlegging og arbeid med sikte på kobling mot nasjonale og lokale strategier samt dialog med Innovasjon Norge knyttet til konkrete initiativ. Prosjektene Bærekraftig reisemål, Opplevelsesnettverket - Attraktive Opplevelser hele året i Bodø og Salten samt prosjektutviklingen av «Destinasjonsdesign Bodø og Salten»

har hatt hovedfokus. Det er ikke gjennomført møter i Gjennomføringsgruppen denne høsten. Det vil gjennomføres møte i januar 2020 for oppsummering og dialog rundt måloppnåelse, erfaringer og gjennomføringsgruppens rolle i avslutningsåret 2020.

### **Opplevelsesutvikling**

Målet er at Bodø og Salten skal ta en tydelig nasjonal og internasjonal posisjon i det opplevelsesbaserte reiselivet. For å være konkurransedyktig internasjonalt må vi dyrke det særegne som regionen har å by på. I alt innhold skal det vektlegges å videreutvikle den spektakulære og unike kontrasten mellom det urbane og det urørte og storslåtte møter mellom mennesker, natur og kultur. Bedriftsrettede prosjekter innenfor dette satsingsområdet har blitt kanalisert videre til behandling hos Innovasjon Norge.

### **Attraktive Opplevelser hele året i Bodø og Salten – kultur og naturbaserte opplevelser.**

Det er gjennomført en ressurskartlegging i Bodø og Salten med sikte på å kartlegge interessen for å utvikle reisemålet Bodø og Salten som en helårsdestinasjon for ferie- og fritidsgjester, med spesielt fokus på internasjonale markeder, perioder med lav kapasitetsutnyttelse. Det er gjennomført et forprosjekt høsten 2019 initiert av rundt 20 opplevelsesleverandører i hele Salten og finansiert av Innovasjon Norge. Hensikten har vært å avklare interessen for en videre satsing gjennom blant annet konkretisering av samarbeidsområder og utvikling av en felles strategi og aktivitetsplan. Formålet for nettverksarbeidet skal være å utvikle Bodø og Salten som en helårsdestinasjon for internasjonale ferie- og fritidsgjester basert på attraktive opplevelser, og med et spesielt fokus på sesonger med ledig kapasitet.

I arbeidet knyttet til kultur turisme gikk man i dybden i Bodø sin søknad om å bli Europeisk kulturhovedstad i 2024. Hovedkonklusjonen var et det vil tas et initiativ til å sette i gang arbeid med å gi konseptene «Art of Nature», «Transition» og «Fish and ships» et tydelig innhold rettet mot potensielle og eksisterende turister. Opplevelser og fortellinger som kombinerer natur, kultur, historie, livsstil og levestil er svært attraktivt for reisende som besøker Nord-Norge. Konseptene i søknaden er et svært godt utgangspunkt for å få til et tettere samarbeid mellom kultur- og reiselivsaktører, og å formidle og levere disse historiene og opplevelsene til et nasjonalt og internasjonalt publikum. Et tettere samarbeid mellom kulturaktører og reiselivet vil potensielt kunne bidra til å øke omsetningen fra hver enkelt besøkende og dermed også skape arbeidsplasser og et bedre tilbud til lokalbefolkningen.

Det er besluttet at man først vektlegger å utvikle sortiment, turforslag og pakker som inneholder en kombinasjon av natur- og kulturopplevelser i hovedsatsingen «Attraktive Opplevelser hele året i Bodø og Salten», under forutsetning av at bedriftene ønsker å starte opp et hovedprosjekt. Endelig avgjørelse om videreføring blir tatt i løpet av Q1 2020.

### **Foodies**

Basert på tidligere ressurskartlegging og møter med næringen i 1.halvdel av 2019 ble det konkludert med at det ikke var interesse for å etablere et bedriftsnettverk. Matsegmentet vil fortsatt ha et fokus innenfor Visit Bodøs aktiviteter.

### **Sykkel i Salten**

Forstudiet ble gjennomført og ferdigstilt i samarbeid med bedrifter fra hele Salten. Konklusjonen ble at det ønsker å satse på sykkelturnisme, men at det ikke var et ønske om å etablere et bedriftsnettverk. Visit Bodø samarbeider videre med Salten Friluftsråd over ordinær drift, og løfter frem sykkelturnisme der det er hensiktsmessig

### **Destinasjonsdesign**

Målet er at Bodø og Salten skal levere verdifulle og helhetlige opplevelser til både lokale og besøkende. Destinasjonen skal oppleves som et sømløst reisemål med høy servicegrad og opplevelseskvalitet. Det skal utvikles en regional merkevarestrategi for reisemålet Bodø og Salten, med mål om å ta en enda tydeligere og sterkere posisjon i markedet. Visit Bodø har hatt jevnlig kontakt med Innovasjon Norge, Bodø Kommune, Nordland Fylkeskommune og andre relevante aktører vedrørende dette satsingsområdet.

### **Bodø - Et bærekraftig reisemål**

Innholdet i prosjektet defineres gjennom Innovasjon Norges standard for «Bærekraftig Reisemål». Sertifiseringsarbeidet deles opp i to faser. Et forprosjekt med fokus på politisk og næringsmessig forankring, og videre i et hovedprosjekt med hovedvekt på gjennomføring og konkret sertifisering. Visit Bodø fikk innvilget søknad om forprosjekt av Innovasjon Norge i Januar 2019, og har gjennomført i henhold til prosjektplan. Forstudiet avsluttes i løpet av desember 2019 og søknad om hovedprosjekt leveres inn til Innovasjon Norge i løpet av januar 2020 med mål om oppstart Q2 2020.

Det er utarbeidet og vedtatt en handlingsplan for bærekraftig reisemålsutvikling som skal danne retning for det videre arbeidet. Bystyret i Bodø gjorde på sitt møte 13. juni et prinsippvedtak om å støtte arbeidet med å oppnå merket, herunder å bidra til at kriterier og indikatorer blir svart opp. Handlingsplanen ble behandlet og vedtatt først enstemmig i styringsgruppa for merkeprosessen 20. august, dernest i styret i Visit Bodø 20. september. Deretter ble handlingsplanen oversendt bystyret for vedtak, i tråd med bestillingen fra juni, og ble formelt tatt til orientering 31. oktober.

### **Destinasjonsdesign Bodø og Salten - opplev en destinasjon i verdensklasse**

I forbindelse med spissing av prosjektskissen har det blitt gjennomført flere konkrete møter og workshops. Utkast til prosjektskisse er utarbeidet og spisses innen utgangen av januar 2020 rundt hovedprinsippene; historiefortelling, samskaping i Salten, prinsipper knyttet til ansvarlig markedsføring og kobling opp mot regionale og nasjonale strategier.

### **Arrangementsbyen Bodø**

Målet er å ta posisjonen som en attraktiv arrangementsdestinasjon i Nord-Norge, med opplevelsesbaserte urbane opplevelser kombinert med natur og kultur i verdensklasse. Visit Bodø fikk prosjektet «Arrangementbyen Bodø» godkjent i 1.halvdel av 2018 og gjennomfører prosjekt etter godkjent prosjektplan. Gjennom tydelig tilstedeværelse som destinasjon på nasjonale og internasjonale møteplasser har Bodø posisjonert seg som en attraktiv arrangementsdestinasjon i

nord. Det svenske markedet har blitt prioritert særskilt og vi har som følge av dette opplevd en stor økning i antall henvendelser på store arrangementer med 300 til 1000 deltakere. Prosjektet har god framdrift og iverksettes fortløpende.

### **Måloppnåelse og erfaringer i pilarvertskapet**

Opplevelsesbasert verdiskaping har hatt en aktiv og engasjert gjennomføringsgruppe. Pilaren har på det jevne avholdt gjennomføringsmøter med godt oppmøte. Andre halvår 2019 har pilarvertskapet hatt hovedfokus på ferdigstilling av igangsatte initiativ innenfor satsingsområdene Opplevelsesutvikling og Destinasjonsdesign samt oppfølging av Arrangementssatsingen.

Gjennomføringsgruppens første oppgave var å utarbeide egne handlingsplaner for pilaren med tilhørende framdriftsplan. Handlingsplanen skulle på et mål- og strateginivå ha et perspektiv på tre år, og samtidig skulle det utarbeides en handlingsplan som har blitt supplert med årlige aktivitetsplaner. Hovedoppgaven til gjennomføringsgruppen har vært å jobbe proaktivt for å realisere målene i handlingsplanen. Gjennomføringsplanen har vært til god støtte for pilarvertskapet, både i de konkrete gjennomføringsmøtene og gjennom konkrete møter innenfor prosjektarbeidet.

Pilarvertskapet har jobbet tett med Innovasjon Norge for å fremme bedriftsrettede prosjekter, avholdt konkrete bedriftsmøter, gjennomført tematiserte ressurskartlegginger og møter, deltatt på lokale, regionale og nasjonale møtearenaer. Prosjektleder har også hatt fokus på å få kjennskap til de lokale og regionale utviklingstrekkene og videre på hvordan de kunne konsolideres og forsterkes gjennom prosjekter i DA-pilaren.

Visit Bodø har også hatt jevnlig kontakt med kommunen, fylkeskommunen og andre organiseringer og konkrete bedrifter for å avklare muligheter for utvikling- og bedriftsprosjekter innenfor pilaren.

Arbeidet med DA-pilaren har også konkret vært med på å avdekke utviklingstrekk og potensial knyttet til Innovativ destinasjonsutvikling hos destinasjonsselskapet Visit Bodø og kan således også beskrives som et kompetanseløft hos pilarvertskapet.



---

**Kjersti Terese Stormo**  
Styreleder

---

**Hanne Kristin Jakhelln**  
Nestleder

---

**Torbjørn Engen**  
Styremedlem

---

**Kjersti Bye Pedersen**  
Styremedlem

---

**Anniken Enger**  
Styremedlem

---

**Inger Lise Henningsen**  
Styremedlem


---

**Sigurd Schultz**  
Styremedlem

---


**Ann-Kristin Rønning Nilsen**  
Reiselivssjef

 Legally signed by  
Kjersti Terese Stormo  
30.03.2020

 Legally signed by  
Ann Kristin R Nilsen  
30.03.2020

 Legally signed by  
Hanne Kristin Jakhell  
30.03.2020

 Legally signed by  
Inger-Lise Kvig Henningsen  
30.03.2020

 Legally signed by  
Sigurd Schultz  
30.03.2020

 Legally signed by  
Anniken Enger  
30.03.2020

 Legally signed by  
Kjersti Bye Pedersen  
15.04.2020

 Legally signed by  
Tordjorn Engen  
15.04.2020

# **Årsregnskap 2019 for**

## **Visit Bodø**

**Foretaksnr. 992518715**

## Resultatregnskap

|  | Note | 2019              | 2018              |
|--|------|-------------------|-------------------|
| <b>DRIFTSINNEKTER OG DRIFTSKOSTNADER</b> |      |                   |                   |
| <b>Driftsinntekter</b>                   |      |                   |                   |
| Salgsinntekter / andre driftsinntekter   |      | 7 464 567         | 6 420 810         |
| Tilskudd                                 | 1    | 5 571 400         | 5 226 023         |
| Medlemskontingent                        |      | 1 085 429         | 958 210           |
| <b>Sum driftsinntekter</b>               |      | <b>14 121 395</b> | <b>12 605 043</b> |
| <b>Driftskostnader</b>                   |      |                   |                   |
| Prosjektkostnader                        |      | 7 458 137         | 6 430 359         |
| Lønnskostnad                             | 2    | 4 117 742         | 4 100 201         |
| Avskrivning på varige driftsmidler       | 3    | 51 264            | 31 066            |
| Annen driftskostnad                      | 2    | 1 597 011         | 1 258 813         |
| <b>Sum driftskostnader</b>               |      | <b>13 224 154</b> | <b>11 820 440</b> |
| <b>DRIFTSRESULTAT</b>                    |      | <b>897 241</b>    | <b>784 603</b>    |
| <b>FINANSINNEKTER OG FINANSKOSTNADER</b> |      |                   |                   |
| <b>Finansinntekter</b>                   |      |                   |                   |
| Annen renteinntekt                       |      | 1 853             | 1 243             |
| <b>Sum finansinntekter</b>               |      | <b>1 853</b>      | <b>1 243</b>      |
| <b>Finanskostnader</b>                   |      |                   |                   |
| Annen rentekostnad                       |      | 22 929            | 18 964            |
| Annen finanskostnad                      |      | 489               | 0                 |
| <b>Sum finanskostnader</b>               |      | <b>23 419</b>     | <b>18 964</b>     |
| <b>NETTO FINANSPOSTER</b>                |      | <b>(21 565)</b>   | <b>(17 721)</b>   |
| <b>ORDINÆRT RES. FØR SKATTEKOSTNAD</b>   |      | <b>875 676</b>    | <b>766 882</b>    |
| Skattekostnad på ordinært resultat       |      | 0                 | 0                 |
| <b>ORDINÆRT RESULTAT</b>                 |      | <b>875 676</b>    | <b>766 882</b>    |
| <b>ÅRSRESULTAT</b>                       |      | <b>875 676</b>    | <b>766 882</b>    |
| <b>OVERF. OG DISPONERINGER</b>           |      |                   |                   |
| Overføringer annen egenkapital           |      | 875 676           | 766 882           |
| <b>SUM OVERF. OG DISPONERINGER</b>       |      | <b>875 676</b>    | <b>766 882</b>    |

**Balanse pr. 31.12.2019**

|   | Note | 31.12.2019       | 31.12.2018       |
|---|------|------------------|------------------|
| <b>EIENDELER</b>                          |      |                  |                  |
| <b>ANLEGGSMIDLER</b>                      |      |                  |                  |
| Driftsløsøre, inventar, verktøy, kontorm. | 3    | 173 747          | 192 462          |
| <b>SUM ANLEGGSMIDLER</b>                  |      | <b>173 747</b>   | <b>192 462</b>   |
| <b>OMLØPSMIDLER</b>                       |      |                  |                  |
| <b>Fordringer</b>                         |      |                  |                  |
| Kundefordringer                           |      | 456 601          | 793 448          |
| Andre kortsiktige fordringer              |      | 3 189 666        | 6 149 397        |
| <b>Sum fordringer</b>                     |      | <b>3 646 268</b> | <b>6 942 844</b> |
| Bankinnskudd, kontanter o.l.              | 4    | 2 037 031        | 933 105          |
| <b>SUM OMLØPSMIDLER</b>                   |      | <b>5 683 299</b> | <b>7 875 949</b> |
| <b>SUM EIENDELER</b>                      |      | <b>5 857 046</b> | <b>8 068 411</b> |

**Balanse pr. 31.12.2019**

|                                   | Note | 31.12.2019       | 31.12.2018       |
|-----------------------------------|------|------------------|------------------|
| <b>EGENKAPITAL OG GJELD</b>       |      |                  |                  |
| <b>EGENKAPITAL</b>                |      |                  |                  |
| <b>Opptjent egenkapital</b>       |      |                  |                  |
| Annen egenkapital                 | 5    | 4 501 409        | 3 625 733        |
| <b>Sum opptjent egenkapital</b>   |      | <b>4 501 409</b> | <b>3 625 733</b> |
| <b>SUM EGENKAPITAL</b>            |      | <b>4 501 409</b> | <b>3 625 733</b> |
| <b>GJELD</b>                      |      |                  |                  |
| <b>LANGSIKTIG GJELD</b>           |      |                  |                  |
| <b>Annen langsiktig gjeld</b>     |      |                  |                  |
| Gjeld til kredittinstitusjoner    | 6    | 10 293           | 523 011          |
| <b>Sum annen langsiktig gjeld</b> |      | <b>10 293</b>    | <b>523 011</b>   |
| <b>SUM LANGSIKTIG GJELD</b>       |      | <b>10 293</b>    | <b>523 011</b>   |
| <b>KORTSIKTIG GJELD</b>           |      |                  |                  |
| Leverandørgjeld                   |      | 593 077          | 567 378          |
| Skyldig offentlige avgifter       |      | 223 400          | 247 488          |
| Annen kortsiktig gjeld            |      | 528 867          | 3 104 802        |
| <b>SUM KORTSIKTIG GJELD</b>       |      | <b>1 345 344</b> | <b>3 919 667</b> |
| <b>SUM GJELD</b>                  |      | <b>1 355 637</b> | <b>4 442 678</b> |
| <b>SUM EGENKAPITAL OG GJELD</b>   |      | <b>5 857 046</b> | <b>8 068 411</b> |

Bodø, den \_\_\_\_ / \_\_\_\_ /2020

---

 Ann Kristin Rønning Nilsen  
 Daglig leder

---

 Kjersti Terese Stormo  
 Styrets leder

---

 Hanne Kristin Jakhelln  
 Nestleder

---

 Inger-Lise Henningsen  
 Styremedlem

---

 Kjersti Bye Pedersen  
 Styremedlem

---

 Anniken Enger  
 Styremedlem

---

 Torbjørn Engen  
 Styremedlem

---

 Sigurd Schultz  
 Styremedlem



## Noter 2019

### Regnskapsprinsipper

Årsregnskapet er satt opp i samsvar med regnskapsloven og god regnskapsskikk. Selskapet har videre fulgt relevante bestemmelser i Norsk Regnskaps Standard utarbeidet av Norsk Regnskaps Stiftelse.

### Omløpsmidler og kortsiktig gjeld

Omløpsmidler og kortsiktig gjeld omfatter normalt poster som forfaller til betaling innen ett år etter siste dag i regnskapsåret, samt poster som knytter seg til varekretsløpet. Omløpsmidler vurderes til laveste verdi av anskaffelseskost og antatt virkelig verdi (Laveste verdis prinsipp).

### Inntektsføring

Inntektsføring av tjenester og tilskudd skjer i takt med utførelse og opptjening. Salgsinntekter inntektsføres i takt med levering.

### Anleggsmidler og langsiktig gjeld

Anleggsmidler omfatter eiendeler bestemt til varig eie og bruk for virksomheten. Anleggsmidler er vurdert til anskaffelseskost. Varige driftsmidler føres opp i balansen og avskrives over driftsmidlets forventede økonomiske levetid. Varige driftsmidler nedskrives til virkelig verdi ved verdifall som forventes ikke å være av forbigående art.

### Fordringer

Kundefordringer og andre fordringer føres opp i balansen til pålydende etter fradrag for avsetning til påregnelig tap. Avsetning til påregnelig tap gjøres på grunnlag av en individuell vurdering av de enkelte fordringene. I tillegg gjøres det for øvrige kundefordringer en uspesifisert avsetning for å dekkeantatt tap. Andre fordringer er også gjenstand for en tilsvarende vurdering.

### Skatt

Selskapets virksomhet er ikke skattepliktig.

## Noter 2019

### Note 1 - Offentlige tilskudd

|  | 2018             | 2019             |
|--|------------------|------------------|
| Bodø Kommune                                 | 1 218 000        | 1 250 000        |
| Kommuner i salten                            | 0                | 29 400           |
| Prodsjekttilskudd kommuner/fylkeskommuner    | 343 532          | 3 292 000        |
| Prosjekttilskudd departement                 | 200 000          | 0                |
| Tilskudd Innovasjon Norge                    | 0                | 1 000 000        |
| Periodisert tilskudd/tidsavgrensing prosjekt | 3 464 491        | 0                |
| <b>Sum tilskudd</b>                          | <b>5 226 023</b> | <b>5 571 400</b> |

Visit Bodø gjennomfører prosjekter for oppdragsgivere i egen regi og delvis i samarbeid med andre aktører i næringen. Bruk av egne ressurser og mottatte oversikter over ressurser brukt av samarbeidspartnere inngår i Salgsinntekter og Prosjektkostnader i resultatregnskapet med henholdsvis kr. 3 300 000 og kr. 1 228 200 i 2019. Dette for å gi et bilde av prosjektaktiviteten som er utført i regnskapsåret.

### Note 2 - Lønninger, ansatte, honorarer mv

|                              | I år             | I fjor           |
|------------------------------|------------------|------------------|
| Lønn                         | 3 593 089        | 3 550 872        |
| Arbeidsgiveravgift           | 299 415          | 296 126          |
| Pensjonskostnader            | 159 282          | 176 304          |
| Andre lønnsrelaterte ytelser | 65 956           | 76 900           |
| <b>Totalt</b>                | <b>4 117 742</b> | <b>4 100 201</b> |

Gj.snittlig antall årsverk er ca 5

| Ytelser til ledende personer | Daglig leder | Styret |
|------------------------------|--------------|--------|
| Lønn/honorarer               | 856 642      | 73 445 |
| Annen godtgjørelse           | 23 975       |        |

Foretaket har pensjonsordninger som oppfyller kravet etter lov om obligatorisk tjenstepensjon.

Kostnadsført revisjonshonorar for 2019 var kr 56 306 eks. mva.

## Noter 2019

### Note 3 - Avskrivning på varige driftsmidler

#### Avskrivningstablå

|                              | Driftsløsøre,<br>inventar, verktøy,<br>kontorm. |
|------------------------------|---|
| Ansk.kost pr. 1/1            | 738 754   |
| + Tilgang                    | 32 550  |
| <b>Ansk.kost pr. 31/12</b>   | <b>771 304</b>                                  |
| Akk. av/nedskr. pr 1/1       | 546 292   |
| + Ord. avskrivninger         | 51 264  |
| <b>Akk. av/nedskr. 31/12</b> | <b>597 557</b>                                  |
| <b>Balansef. verdi 31/12</b> | <b>173 748</b>                                  |
| Procentsats ord. avskr.      | 20-33   |

### Note 4 - Bankinnskudd, kontanter o.l.

Skattetrekkinnskudd utgjør pr 31.12. i år kr 139 992.

### Note 5 - Utvikling i egenkapital

|                         | Annen<br>egenkapital |
|-------------------------|----------------------|
| Pr 1.1.                 | 3 625 733            |
| Tilført fra årsresultat | 875 676              |
| <b>Pr 31.12.</b>        | <b>4 501 409</b>     |

### Note 6 - Gjeld til kredittinstitusjoner

Posten på kr. 10.293 er kassakreditt pr. årsslutt.

## UAVHENGIG REVISORS BERETNING

Til generalforsamlingen i Visit Bodø

### Uttalelse om revisjonen av årsregnskapet

#### Konklusjon

Vi har revidert årsregnskapet for Visit Bodø som består av balanse per 31. desember 2019, resultatregnskap for regnskapsåret avsluttet per denne datoen, og en beskrivelse av vesentlige anvendte regnskapsprinsipper og andre noteopplysninger.

Etter vår mening er årsregnskapet avgitt i samsvar med lov og forskrifter og gir et rettviseende bilde av foreningens finansielle stilling per 31. desember 2019, og av dets resultater for regnskapsåret avsluttet per denne datoen i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge.

#### Grunnlag for konklusjonen

Vi har gjennomført revisjonen i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder de internasjonale revisjonsstandardene (ISA-ene). Våre oppgaver og plikter i henhold til disse standardene er beskrevet i avsnittet *Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet*. Vi er uavhengige av foreningen i samsvar med de relevante etiske kravene i Norge knyttet til revisjon slik det kreves i lov og forskrift. Vi har også overholdt våre øvrige etiske forpliktelser i samsvar med disse kravene. Etter vår oppfatning er innhentet revisjonsbevis tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon.

#### Øvrig informasjon

Øvrig informasjon omfatter informasjon i foreningens årsrapport bortsett fra årsregnskapet og den tilhørende revisjonsberetningen. Styret og daglig leder (ledelsen) er ansvarlig for den øvrige informasjonen. Vår uttalelse om revisjonen av årsregnskapet dekker ikke den øvrige informasjonen, og vi attesterer ikke den øvrige informasjonen.

I forbindelse med revisjonen av årsregnskapet er det vår oppgave å lese den øvrige informasjonen med det formål å vurdere hvorvidt det foreligger vesentlig inkonsistens mellom den øvrige informasjonen og årsregnskapet eller kunnskap vi har opparbeidet oss under revisjonen, eller hvorvidt den tilsynelatende inneholder vesentlig feilinformasjon. Dersom vi konkluderer med at den øvrige informasjonen inneholder vesentlig feilinformasjon, er vi pålagt å rapportere det. Vi har ingenting å rapportere i så henseende.

#### Ledelsens ansvar for årsregnskapet

Ledelsen er ansvarlig for å utarbeide årsregnskapet i samsvar med lov og forskrifter, herunder for at det gir et rettviseende bilde i samsvar med regnskapslovens regler og god regnskapsskikk i Norge. Ledelsen er også ansvarlig for slik intern kontroll som den finner nødvendig for å kunne utarbeide et årsregnskap som ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil.

Ved utarbeidelsen av årsregnskapet må ledelsen ta standpunkt til foreningens evne til fortsatt drift og opplyse om forhold av betydning for fortsatt drift. Forutsetningen om fortsatt drift skal legges til grunn for årsregnskapet med mindre ledelsen enten har til hensikt å avvikle foreningen eller legge ned virksomheten, eller ikke har noe annet realistisk alternativ.

#### Revisors oppgaver og plikter ved revisjonen av årsregnskapet

Vårt mål er å oppnå betryggende sikkerhet for at årsregnskapet som helhet ikke inneholder vesentlig feilinformasjon, verken som følge av misligheter eller feil, og å avgi en revisjonsberetning som inneholder vår konklusjon. Betryggende sikkerhet er en høy grad av sikkerhet, men ingen garanti for at en revisjon utført i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, alltid vil avdekke vesentlig feilinformasjon. Feilinformasjon kan skyldes misligheter eller feil og er å anse som vesentlig dersom den enkeltvis eller samlet med rimelighet kan forventes å påvirke de økonomiske beslutningene som brukerne foretar på grunnlag av årsregnskapet.

Som del av en revisjon i samsvar med lov, forskrift og god revisjonsskikk i Norge, herunder ISA-ene, utøver vi profesjonelt skjønn og utviser profesjonell skepsis gjennom hele revisjonen. I tillegg

- ▶ identifiserer og anslår vi risikoen for vesentlig feilinformasjon i årsregnskapet, enten det skyldes misligheter eller feil. Vi utformer og gjennomfører revisjonshandlinger for å håndtere slike risikoer, og innhenter revisjonsbevis som er tilstrekkelig og hensiktsmessig som grunnlag for vår konklusjon. Risikoen for at vesentlig feilinformasjon som følge av misligheter ikke blir avdekket, er høyere enn for feilinformasjon som skyldes feil, siden misligheter kan innebære samarbeid, forfalskning, bevisste utelatelser, uriktige fremstillinger eller overstyring av intern kontroll;
- ▶ opparbeider vi oss en forståelse av den interne kontrollen som er relevant for revisjonen, for å utforme revisjonshandlinger som er hensiktsmessige etter omstendighetene, men ikke for å gi uttrykk for en mening om effektiviteten av foreningens interne kontroll;
- ▶ vurderer vi om de anvendte regnskapsprinsippene er hensiktsmessige og om regnskapsestimater og tilhørende noteopplysninger utarbeidet av ledelsen er rimelige;
- ▶ konkluderer vi på om ledelsens bruk av fortsatt drift-forutsetningen er hensiktsmessig, og, basert på innhentede revisjonsbevis, hvorvidt det foreligger vesentlig usikkerhet knyttet til hendelser eller forhold som kan skape betydelig tvil om foreningens evne til fortsatt drift. Dersom vi konkluderer med at det foreligger vesentlig usikkerhet, kreves det at vi i revisjonsberetningen henleder oppmerksomheten på tilleggsopplysningene i årsregnskapet. Hvis slike tilleggsopplysninger ikke er tilstrekkelige, må vi modifisere vår konklusjon. Våre konklusjoner er basert på revisjonsbevis innhentet frem til datoen for revisjonsberetningen. Etterfølgende hendelser eller forhold kan imidlertid medføre at foreningens evne til fortsatt drift ikke lenger er til stede;
- ▶ vurderer vi den samlede presentasjonen, strukturen og innholdet i årsregnskapet, inkludert tilleggsopplysningene, og hvorvidt årsregnskapet gir uttrykk for de underliggende transaksjonene og hendelsene på en måte som gir et rettviseende bilde.

Vi kommuniserer med styret blant annet om det planlagte omfanget av revisjonen, tidspunktet for vårt revisjonsarbeid og eventuelle vesentlige funn i vår revisjon, herunder vesentlige svakheter i den interne kontrollen som vi avdekker gjennom vårt arbeid.

### Konklusjon om registrering og dokumentasjon

Basert på vår revisjon av årsregnskapet som beskrevet ovenfor, og kontrollhandlinger vi har funnet nødvendige i henhold til internasjonal standard for attestasjonsoppdrag (ISAE) 3000 «Attestasjonsoppdrag som ikke er revisjon eller forenklet revisorkontroll av historisk finansiell informasjon», mener vi at ledelsen har oppfylt sin plikt til å sørge for ordentlig og oversiktlig registrering og dokumentasjon av foreningens regnskapsopplysninger i samsvar med lov og god bokføringsskikk i Norge.

Bodø, 16. april 2020  
ERNST & YOUNG AS

*Revisjonsberetningen er signert elektronisk*

Arve Willumsen  
statsautorisert revisor



# 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."*

## Arve Willumsen

Statsautorisert revisor

På vegne av: Ernst & Young AS

Serienummer: 9578-5998-4-1452881

IP: 195.139.xxx.xxx

2020-04-16 14:39:17Z



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>

**Visit  
Bodø**