

Årsrapport 2008



www.regionstavanger.com

Innhold

Reiselivsdirektøren har ordet	2
Styret og ansatte	3
Styrets beretning	4
Marked	6
Årsregnskapet - eget vedlegg	
Medlemsliste	24

Reiselivsdirektøren har ordet

Lite kan måle seg med 2008! Statusen som Europeisk kulturhovedstad gav Stavangerregionen en oppmerksomhet vi aldri tidligere har opplevd. Ekstrabevilgningene på 14 millioner kroner som Stavanger kommune gav til Stavanger2008 gjorde at Region Stavanger BA, i nært samarbeid med Stavanger2008, kunne være et godt vertskap for journalister som besøkte kulturhovedstaden. Dette gav oss positiv medieomtale i hele verden.

Den positive medieomtalen Stavangerregionen har oppnådd i internasjonal media har gjort oss mer synlige i utlandet. Dette ser vi blant annet av den fantastiske økningen vi har hatt på nettsiden til Region Stavanger BA. I snitt har vi hatt 4500 unike besøkende på nettsidene våre hver dag i 2008. Dette er en vekst på hele 107 prosent. Ikke mange, om noen, i vår bransje kan vise til en lignende utvikling!

Året som Europeisk kulturhovedstad har definitivt lært oss mye. Bruken av utendørsarenaer har gitt næring til fantasien. Det har vist at vår fantastiske natur kan benyttes til mer enn å gå på tur i. Nye faste attraksjoner som Vitenfabrikken i Sandnes er også en strålende tilvekst til regionens mangfold og vi ser frem til nytt konserthus i Stavanger om bare et par år.

2008 har vært det mest vellykkede cruiseåret for Stavanger og regionen noensinne. 94 anløp er betydelig opp fra fjorårets 57. Besøktallet for i år var på rundt 126.000, som er nær en fordobling i forhold til 2007. I 2009 er det ventet omtrent 100 anløp, med en passasjerkapasitet på over 165.000.

Vi har i 2008 opplevd et solid løft på kongressatsingen, med ny kongressjef på plass har vi vært i stand til å fokusere og initiere tiltak og prosjekter på møtemarkedet nasjonalt og internasjonalt. Dette sammen med godt utviklet flyrutenett og infrastruktur gjør oss i stand til å ta større markedsandeler.

Vil med dette takke medlemmene for innsatsen i året som gikk! Vi opplevde stor samarbeidsvilje og engasjement!

*Elisabeth Lærdal Skuland
Reiselivsdirektør
Region Stavanger BA*

Region Stavanger BA styret 2007/2008
Styreleder: Håkon Lund, Kongeparken, valgt 2008/2009
Nestleder: Knut Berg, Clarion Hotell, valgt 2008/2010
Styremedlem: Siri Tjelta, Stavanger Forum, valgt 2007/2009
Styremedlem: Lars O. Solstad , Radisson SAS hotels Stavanger, 2008/2010
Styremedlem: Odd Langhelle, World Event, valgt 2007/2009
Styremedlem: Randi Øglænd, Kunstens Hus Sandnes valgt 2007/2009
Styremedlem: Brit Karlsen Ree, Klepp kommune, valgt 2007/2009
Styremedlem: Elin Schanche, Stavanger-regionen Næringsutvikling 2008/2010
Styremedlem: Svein Arild Holmen, Stavanger kommune, valgt 2007/2009
Vara: Gunhild Hammeraas, Time kommune, valgt 2008/2010
Vara: Finn Krogh, Norsk Oljemuseum, valgt 2008/2010
Vara: Terje Vallestad, Sting/Smuget, valgt 2008/2010

Ansatte

Organisasjon og ledelse

Region Stavanger BA, destinasjonsselskapet for Stavanger, Sandnes og Jæren bestod per 31. desember 2008 av følgende ansatte:

Elisabeth Lærdal Skuland , Reiselivsdirektør
Gunhild Vevik , Innenriksminister/Administrativ leder
Ellen Frisvold , Salgssjef Ferie/Fritid
Toril Norheim , Salgssjef kurs og konferanse/Prosjektkoordinator
Heidi Jeanette Nygård , Kongressjef
Lene Lunde , Prosjektkoordinator WEButvikling/Teamleder turistinformasjonene
Hanne Kristin Bjelland , Administrasjonssekretær/Informasjonsmedarbeider (Engasjement)
Inger-Sigrun Slagstad Vik , Informasjonsmedarbeider (Engasjement)
Line Tengesdal Børve , Prosjektkoordinator (Engasjement)
Per Morten Haarr , Prosjektkoordinator vertskapsrolle Region Stavanger BA og Stavanger2008 (Ettårig engasjement fra 1. januar 2008)
Lene Berge Førland , Kommunikasjonssjef (fra 1. oktober 2008)

Styrets beretning 2008

Virksomheten

Region Stavanger BA – Destinasjonsselskap for Stavanger, Sandnes og Jæren er et felles salgs- og markedsføringsorgan for organisasjoner, institusjoner, bedrifter og kommuner som har interesser knyttet til reiselivsnæringen i Stavanger-regionen. Organisasjonen skal gjennom samling og koordinering av krefter og interesser arbeide for å gi våre medlemmer og vår region raskere vekst og bedret lønnsomhet.

Forutsetningen om fortsatt drift

I årsregnskapet er forutsetningen om fortsatt drift lagt til grunn da det etter styrets oppfatning ikke finnes forhold som tilsier noe annet. Selskapets økonomi er solid, og kundegrunnet er stabilt med muligheter for vekst.

Arbeidsmiljø

Arbeidsmiljøet i Region Stavanger BA anses som meget godt, og det er i 2008 ikke iverksatt særskilte tiltak som har betydning for arbeidsmiljøet. Personalet har god kompetanse, og styret ser seg fornøyd med samarbeidet mellom de ansatte og næringen. Organisasjonen har i 2008 videreført prosessen med optimalisering av de ansattes kompetanse og ressurser. Sykefraværet i 2008 var på 57 dager, som utgjør 2,1 %. En økning på 5 % (0,1 prosentpoeng). Selskapet hadde ingen større skader eller ulykker i 2008.

Likestilling

Selskapet har like vilkår for menn og kvinner når det gjelder lønns-, personalpolitikk og alle øvrige forhold. Av styrets 12 medlemmer er fem kvinner. Blant de syv fast ansatte og tre prosjektansatte, er ni kvinner og 1 mann. I tillegg var det fem sesongarbeidere i turistinformasjonene. Med bakgrunn i den faktiske kjønns fordelingen er det ikke funnet nødvendig å iverksette tiltak for å fremme likestilling. Både styret og ledelsen er imidlertid bevisst på de samfunnsmessige forventningene om tiltak for å fremme likestilling både i virksomheten og i styret.

Ytre miljø

Region Stavanger BA forurenser ikke det ytre miljø.

Redegjørelse for årsregnskapet

Etter styrets oppfatning gir årsregnskapet en riktig oversikt over utviklingen og resultatet av virksomhet.

Resultatregnskap

Region Stavanger BAs driftsinntekter utgjorde i 2008 kr 11 521 198 mot kr 11 595 358 i 2007. Driftsinntektene er korrigert for prosjektinntekter og viser at vi har stabilitet i inntektsgrunnet . Selskapet fikk et styrt negativt års resultat på kr 1 080 388. Dette skyldes den ekstremt høye aktiviteten i forbindelse med at regionen var Europeisk kultur hovedstad.

Balanse

Reduksjon i varelager fra 2007 til 2008 skyldes at vi hadde forholdsvis store innkjøp av profilartikler fra Stavanger2008 ved utgangen av 2007 som vi har tært på i 2008. Kundefordringene har økt med kr 253 614. Økningen skyldes sen utfakturering av regionsguiden. Andre fordringer består av forskuddsbetalte kostnader i forbindelse med prosjekter. Leverandørgjelden er redusert med kr 505 213 fra 2007 til 2008. Dette skyldes at vi betalte mye av leverandørgjelden mot slutten av året. Selskapets egenkapitalandel er pr. 31.12.08 på 29 % av totalkapitalen.

Markedets og foretakets framtidige utvikling

Reiselivet er den sterkeste voksende næringen i verden, og konkurransen om oppmerksomhet blir større og større. Vi lever i en tid preget av en global finanskrisen og ingen vet hvordan denne krisen vil påvirke reiselivet i Norge og

Stavangerregionen i det nye året.

Europeisk kulturhovedstad satte Stavangerregionen på både det nasjonale og internasjonale kartet. Vi mener den økte kunnskapen og kjennskapen til vår destinasjon vil gjøre oss i stand til å håndtere utfordringene som 2009 vil bringe.

Innovasjon Norge har bestemt at de vil ha større fokus på nærmarkedene i 2009. I dag kommer faktisk 66 prosent av de internasjonale ferie- og fritidsankomstene til Norge fra Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland og Storbritannia. Sett i lys av dette er det naturlig at Region Stavanger BA satser på å profilere regionen som reisemål i nærmarkedene. Region Stavanger BA vil sørge for at folk prioriterer å besøke den fantastiske regionen vår, selv om de eventuelt reduserer antall ferieturer i tiden som kommer. Destinasjonsselskapet for Stavanger, Sandnes og Jæren vil også fokusere på å få nordmenn til å bli mer kjent med sitt eget ferieland og satse på kortferier innen det nasjonale markedet.

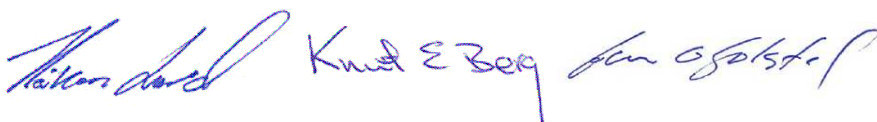
Region Stavanger BA vil ha et høyt fokus på det internasjonale møte- og kongressmarkedet fremover. Dette markedet er på mange måter mer stabilt enn ferie- og fritidsmarkedet og vil trolig ikke bli påvirket av finanskrisen i samme grad. Kongresser ruller mellom land og kontinenter selv i dårlige økonomiske tider. Dette skyldes at de er planlagt og bestemt flere år i forkant av kongressen. Stavangerregionen har et aktivt fagmiljø, og med økt innsats fra Region Stavanger BA vil det være fullt mulig å ta betydelige markedsandeler i tiden fremover.

Styret er av den oppfatning at Stavanger-regionen står overfor fantastiske muligheter for videre vekst og utvikling de kommende årene. Kulturhovedstadsåret var en start og ikke en slutt, det er et springbrett for en videre satsning i årene fremover der 2008 har laget et fantastisk grunnlag.

Region Stavanger BA vil være en pådriver for fortsatt regionalt og utvidet samarbeid, og vil søke næringsstrategisk innflytelse for å bidra til å sikre at regionen blir Norges mest attraktive bo-, arbeids- og opplevelseregion.

Styret ønsker å rette en takk til ledelsen og medarbeidere for et vel gjennomført Kulturhovedstadsår med høy aktivitet og stor uttelling når det gjelder markedsføring og profilering av regionen.

Sandnes 28. mars 2008



Håkon Lund
Styreformann

Knut Eivind Berg
Nestleder

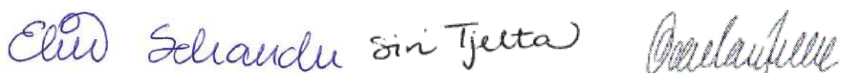
Lars Ola Solstad
Styremedlem



Svein Arild Holmen
Styremedlem

Randi Øglænd
Styremedlem

Brit Karlsen Ree
Styremedlem



Elin Schanche
Styremedlem

Siri Tjelta
Styremedlem

Odd H. Langhelle
Styremedlem

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

Kommunikasjon og merkevarebygging av Stavanger--regionen i 2008

I all kommunikasjon og formidling har Stavangerregionen – Europeisk Kulturhovedstad 2008 vært hovedbudskapet.

Region Stavanger BA samarbeidet tett med kommunikasjonsavdelingen i Stavanger2008 vedrørende ulike markeds- og informasjonstiltak. Region Stavanger BA har i dette året benyttet "Stavangerregionen – Europeisk Kulturhovedstad 2008" i alle prosjekter. For Region Stavanger BA var det viktig at "Stavangerregionen – Europeisk Kulturhovedstad 2008" var mest mulig synlig, for å kunne dra nytte av oppmerksomheten et slikt prosjekt får. Vi opplevde en jevn tilstrømning av journalister som ville skrive om Stavangerregionen, og dette ga umiddelbar effekt i form av artikler i dagspresse, magasiner, samt reportasjer på TV og i radio.

Viktige samarbeidspartnere i arbeidet vårt gjennom året har vært landsdelselskapet Fjord Norge AS, Innovasjon Norge avd. Reiseliv, Norway Convention Bureau BA, Stavanger2008 og Stavanger-regionen Næringsutvikling AS. Sammen med Fjord Norge AS tar vi markedsandeler fra resten av Norge. Ingen annen region har så stor økning i tilstrømning av internasjonale gjestedøgn som Fjord Norge.

Utvikling i hotellbelegget

Hotellbelegget i Stavanger sentrum har endret seg fra 71 % i 2007 til 68,6 % 2008.

Ser man på hotellene utenfor Stavanger sentrum har de hatt en økning fra 61,3 %

i 2007 til 65 % i 2008. For regionen totalt endte belegget på 68,3 % i 2008 mot 68,7 %

i 2007. I Stavangerregionen totalt sett har ferie- og fritidsmarkedet økt med 2,6% i 2008. Kurs- og konferansemarkedet har økt med 14,2% og den yrkesrelatert reisevirksomhet hadde en oppgang på 13,3 %. Ser man på Stavanger sentrum har hotellene der hatt en liten reduksjon i yrkesreisende og feriefritidsmarkedet på henholdsvis 0,3 og 3,3%. På kongress markedet har sentrumshotellene hatt en økning på 11,8% De øvrige hotellene i regionen har hatt en solid økning på alle markeder. 17,8% på feriefritid, 72,3% på yrkestrafikken og 19,1% på kongress markedet.

Regionen har en stor overvekt av yrkesrelaterte overnattinger, hele 65%. Gjennom vårt markedsarbeid i 2008 jobbet vi med å styre trafikken mot ovale weekender og sommer.

HOTELLSTATISTIKK 2008**Medlemsbedrifter i Region Stavanger BA****Destinasjonsselskapet for Stavanger, Sandnes og Jæren****Gjestedøgn etter nasjonalitet**

	Overnatting 2008	Overnatting 2007	ENDR	ENDR.%
TOTAL SUM	905 604	816 540	89 064	10,9
SUM UTLAND	232 490	217 075	15 415	7,1
NORGE	673 114	599 465	73 649	12,3
SVERIGE	13 045	10 360	2 685	25,9
DANMARK	15 161	10 012	5 149	51,4
FINLAND	1 810	1 424	386	27,1
STORBRITANNIA	76 067	74 605	1 462	2,0
NEDERLAND	13 632	11 109	2 523	22,7
FRANKRIKE	5 950	4 122	1 828	44,3
TYSKLAND	23 092	21 635	1 457	6,7
ITALIA	5 863	5 456	407	7,5
SPANIA	15 599	22 048	-6 449	-29,2
SVEITS	1 492	1 005	487	48,5
U.S.A.	18 100	19 510	-1 410	-7,2
JAPAN	1 763	2 013	-250	-12,4
RUSSLAND	5 190	4 260	930	21,8
ØST-EUROPA	4 176	2 784	1 392	50,0
KINA	1 929	527	1 402	266,0
ANDRE NASJONER	29 621	26 205	3 416	13,0
TILBUDT 1)	1 816 010	1 599 079	216 931	13,6
BELEGG I %	49,9 %	51,1%		-1,2 %

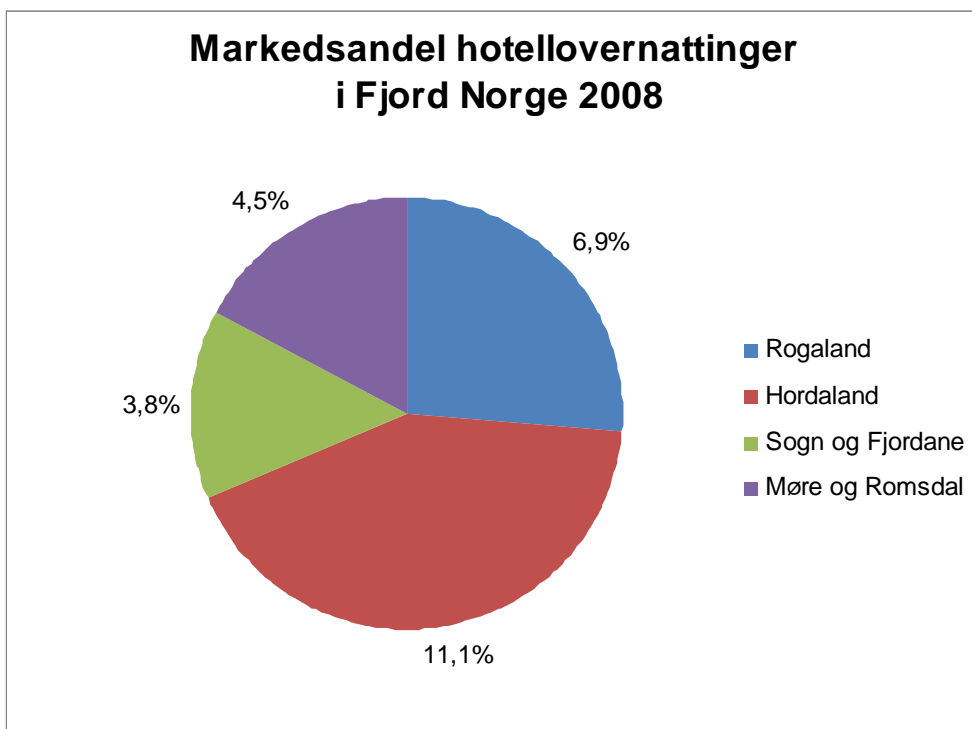
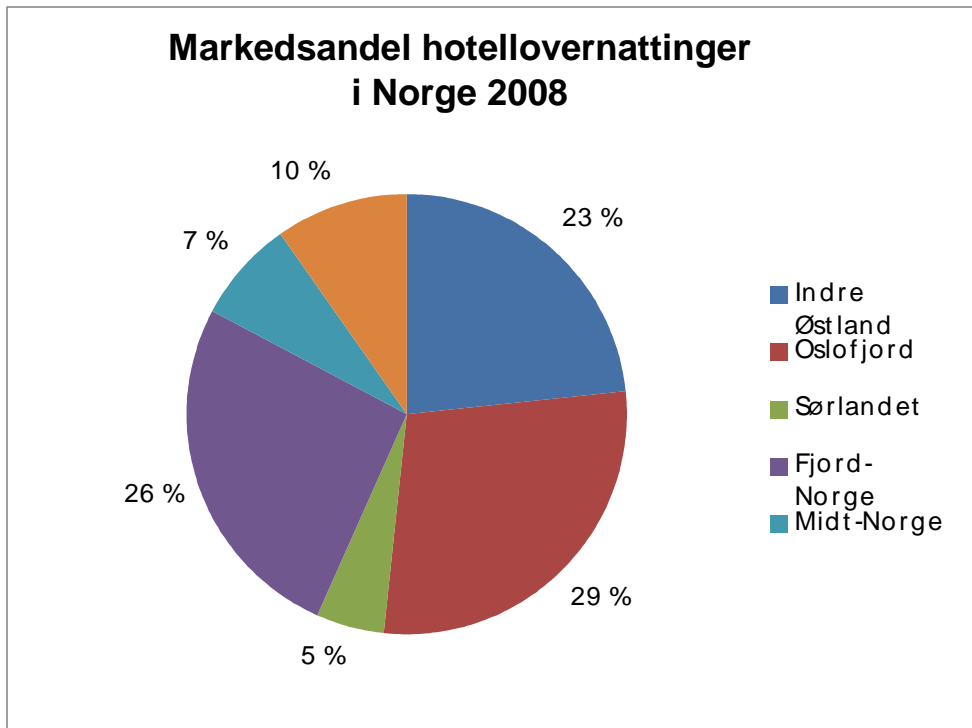
Gjestedøgn etter formål

SVG SENTRUM	Akk 08	Akk 07	ENDR	ENDR.%
FRITID	132 116	136 609	-4 493	-3,3
KONGRESS	80 955	72 390	8 565	11,8
YRKE	422 692	423 758	-1 066	-0,3
SUM	635 763	632 757	3 006	0,5
ØVRIGE				
FRITID	62 028	52 636	9 392	17,8
KONGRESS	40 636	34 126	6 510	19,1
YRKE	167 182	97 021	70 161	72,3
SUM	269 846	183 783	86 063	46,8

Romdøgn totalt

	Akk 08	Akk 07	ENDR	ENDR.%
BELAGT	735 302	657 401	77 901	11,8
TILBUDT 2)	1 076 829	956 867	119 962	12,5
BELEGG I %	68,3%	68,7%		0 %

Vårt samarbeid med Fjord Norge AS bærer fortsatt frukter. Fjord Norge AS klarte også i 2008 å øke markedsandelen sin. Økningen er på 0,3%. Med denne økningen er Fjord Norge igjen vinneren i Norge.



Samarbeidspartnere i markedsføringen av en mangfoldig region

Norway Convention Bureau BA representerer Stavanger og seks andre kongressbyer og større samarbeidspartnere innenfor MICE (Meeting, Incentive, Congress and Events) internasjonalt. Stavanger Forum AS er også medlem. Felles

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

norsk satsing ute gir trafikk til alle. Norway Convention Bureau skal selge på det som gjør Norge annerledes, "Not better than anyone, but different from everyone", og har gjennom markeds kampanjen "Norway for natural Reasons" skaffet mye oppmerksomhet. Valg av bildet til kampanjen er "the naked guy" på Kjeragbolten, som helt klart har vekket mange messe- og workshop deltagende kongressarrangører internasjonalt. Kampanjen er nå avsluttet. Region Stavanger BA fortsetter å bruke bildet, som er i vårt eie.

Innovasjon Norge avd. Reiseliv kom sterkere på banen i 2008 enn i tidligere år. Vi har hatt anledning til å inngå gunstige avtaler i forhold til PR og pressearbeid, kampanjer og annonser. Gjennom flere av prosjektene til Turisme prosjektet (Region Stavanger BA, AVINOR, Stavanger2008 og Stavanger-regionen Næringsutvikling AS) har vi greid å gjøre oss nytte av matchingsprinsippet. Det vil si at dersom Region Stavanger BA går inn med penger i en kampanje kan vi be Innovasjon Norge matche dette beløpet.

Stavanger2008 gjennomførte over 1000 arrangementer. Statusen som Europeisk kulturhovedstad satte Stavangerregionen på det internasjonale kartet, og bidro til at lokalbefolkning og tilreisende fikk oppleve spennende kulturopplevelser. Lokalt engasjement hos barn og unge stod også i fokus. Alt fra barnehager og opp til videregående skoler var engasjert i mange av de nesten 200 prosjektene som Stavanger2008 gjennomførte. Region Stavanger BA har gjennom flere aktiviteter og prosjekter utnyttet mediefokuset dette har gitt.

Det er gjort tiltak i samarbeid med Stavanger-regionen Næringsutvikling, blant annet visningsturer for internasjonal presse, forprosjekt av Technical Visits, samt kommunikasjonsprosjektet under ONS2008.

I 2008 hadde vi høy fokus på PR og mediearbeid. Vårt budskap har vært: Mangfold, Alt innen rekkevidde, Europeisk Kulturhovedstad, samt kortferie-regionen. Kortferiesatsingen har bakgrunn i at hotellene har ledig kapasitet i helger, ovale weekender og i sommersesongen, samt at vi må utnytte direkterutene inn til Stavanger Lufthavn Sola.

Turisme prosjektet er et resultat av et fruktbart samarbeid mellom AVINOR, Stavanger-regionen Næringsutvikling, Stavanger2008 og Region Stavanger BA. Våren 2006 ble man tildelt 15 millioner kroner over tre år for å fremme turisme i regionen.

Storbyprosjektet – oppfølging av Regjeringens reiselivsstrategi per desember 2007.

Regjeringen har i sin reiselivsstrategi besluttet at det skal gjennomføres et prosjekt som skal fremme forslag til hvordan storbyene i større grad kan løftes fram som viktige elementer i markedsføringen av Norge som reisemål. Begrunnelsen er at storbyene både representerer viktige innfallsporter til Norge og har mange av de mest populære attraksjonene i landet, og flere andre i umiddelbar nærhet. Med dette utgangspunkt har NHD gitt Innovasjon Norge i oppdrag å gjennomføre et prosjekt i samarbeid med de store byene. Prosjektets hovedfokus er at styrket markedsføring av storbyene skal gi grunnlag for flere tilreisende til Norge.

Innovasjon Norge har valgt Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger, Tromsø og Kristiansand som deltakere i prosjektet. I første omgang skal det presenteres et forprosjekt innen utgangen av januar 2009. Arbeidsgruppen består av Innovasjon Norge og den øverste ledelsen fra hvert av destinasjonsselskapene i de seks byene og en sekretær fra Forum for Reiseliv. I 2008 har gruppen arbeidet med et forprosjekt hvor hovedfokus har vært å finne de prioriterte områdene byen skal samarbeide om.

MARKEDSAKTIVITETER – Hva skal vi gjøre for å nå våre mål?

Medlemmene

A)

Bevistgjøring av verdien av medlemskap

<http://bransje.regionstavanger.com>

På bransjesidene våre er de ulike produksjoner, publikasjoner og nyhetsbrev tilgjengelige. Her kan medlemmer og bransjefolk gå inn og laste ned det de ønsker. Vi ser en innsparing i portokostnadene med tanke på at vi slipper å sende like mye materiell per post til utlandet. Her har vi også valgt å legge ut presentasjoner som har blitt holdt i møtesammenheng, på forelesninger og kurs.

Distribusjon

Medlemmene fikk i januar distribuert Regionsguiden 2008. Totalt antall brosjyrer distribuert til alle medlemmene er 32 068

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

stk. Fordelingen per språk var 11 183 norske, 10 223 engelske, 6501 tyske og 4 161 spanske. Dette utgjør 11 % av opplaget. Medlemmene henter i etterkant av dette brosjyrer direkte fra turistinformasjonskontorene.

B) Tilfredse medlemmer

Questback

November/desember gjennomførte Region Stavanger BA den andre medlemsundersøkelse. Som i fjor ønsket man å finne ut hva medlemmene synes om organisasjonen. Gjør man de riktige prioriteringene? Hva kan man bli bedre på? Den ble sendt ut til alle våre medlemmer (alle hovedkontakter + tilleggskontakter = totalt 373). Pr 8. desember har vi fått en svarprosent på 28% (104 unike respondenter). Resultatene som kom inn viste en videre positiv trend fra fjorårets undersøkelse, hvor medlemmene angir i hvilken grad de er fornøyd med vårt arbeid, men som i forrige undersøkelse kom det frem at mange av våre prosjekter er ukjente for mange av medlemmene. Dette er noe vi kan jobbe mer med. Kanskje vi må ha ulike tilnæringsmåter ovenfor de ulike medlemmene. Medlemspris og forventningene til medlemskapet kom noe bedre ut i forhold til forrige undersøkelse, men er noe av det vi skåret lavest på. Det ble tatt utgangspunkt i samme spørreundersøkelse som i 2007 for å kunne sammenligne undersøkelsene. Det er bare gjort noen små justeringer i forhold til aktuelle nye prosjekter.

Salg i turistinformasjonene i Sandnes og Stavanger

I tillegg til salg av suvenirer, bøker, postkort, frimerker og Fjordpass solgte Stavanger Turistinformasjon i 2008 billetter til Bysightseeing med GuideCompagniet AS og billetter til fjordsightseeing med Rødne Fjord Cruise og Tide Reiser. Stavanger turistkontor var i 2008 også hovedutsalgssted for lisensproduktene til Stavanger2008. I tillegg kunne turistinformasjonskontoret i Stavanger tilby reservasjon av overnatting og salg av polletter til Servicesenteret for båtturister i Nedre Strandgate 13.

I forbindelse med sykkelstasjonen i Rogaland initierte Rogaland Reiseliv i 2007 et samarbeid med Stavanger turistkontor om utleie av sykler. Stavanger Turistinformasjon er formidler av utleien. Sykkeltilbudet var tilgjengelig for gjester gjennom hele året 2008. Det er 20 sykler tilgjengelig både for korttids- og langtidsutleie. Sykkelzentrum AS er leverandør og eier av syklene. Totalt 375 personer benyttet seg av dette tilbudet i 2008, mot 57 personer i fjor.

Turistkontoret i Sandnes solgte hotellpass, suvenirer, bøker, postkort og frimerker.

I tillegg tilbyr og administrer man også i Sandnes Turistinformasjon, i perioden mai – september, gratis utleie av bysykler til tilreisende og lokalbefolkning. Sandnes kommune initierte sammen med Spinn Sykkelshop et alternativt sykkeltilbud som Sandnes turistkontor formidler. Det var fra august 2008 3 sykler tilgjengelig for utleie som er spesielt tilrettelagt for langdistansesykling. I Sandnes turistinformasjon var det ca 5 personer som benyttet seg av dette tilbudet i 2008.

Nyhetsbrev

Region Stavanger BA har gjennom seks nyhetsbrev i 2008 informert medlemmer, samarbeidspartnere og utvalgt presse om nyheter, innmelding av medlemmer og resultater av markedstiltak og pressearbeid. Nyhetsbrevene fikk god tilbakemelding i medlemsundersøkelsen.

C) Skape forståelse for at destinasjonsmarkedsføring angår alle (er "everybody's business")

Medlemsrekruttering

Det jobbes aktivt for å få med aktuelle bedrifter som medlemmer. I løpet av 2008 kom 22 nye medlemmer på plass. Fem medlemmer sa opp sitt medlemskap i 2008. Fokusområdet er Stavanger-regionen med våre 8 kommuner. De viktigste reiselivsaktørene er medlemmer i Region Stavanger BA.

PR og media

PR som eget satsingsområde kom på plass i Forretningsplanen for 2008, og det har gjennom året blitt integrert i de ulike prosjektene. Det ble i 2008 gjennomført flere case på å skape gode historier i pressen, spesielt med tanke på østlandsområdet. Her jobbet man med et eksternt PR-byrå i Oslo. Stavanger2008 hadde aksjon på flere PR-tiltak på sine prosjekter. PR for Stavangerregionen er ikke noe Region Stavanger BA kan gjøre alene. Vi kjørte et samarbeid med Stavanger-regionen Næringsutvikling og Stavanger2008 hvor det ble gjennomført en workshop, som ga oss fire case som ble tatt videre inn til ulike redaksjoner. Ett resultat av dette er blant annet et flott oppslag i A-magasinet. I 2008 har man jobbet sammen om felles profilering av Stavanger-regionen som bo-, arbeids- og opplevelsessted. Synliggjøring av våre tilbud og vår attraktivitet som region blir, foruten de aktuelle kampanjetiltak, gjenspeilet i Regionsguiden 2008, www.regionstavanger.com, www.fjordnorway.com og www.visitnorway.com, med en tydelig link

til www.stavanger2008.com.

Nettverksmøter

Det har gjennom året blitt gjennomført flere interessante møter i Næringsforeningen i Stavanger-regionen sin regi, hvor Region Stavanger BA har vært både medaktør og vanlig deltaker. Møter som har hatt fokus på synergi og etterbruk av Stavanger2008 har stått i fokus.

Fjord Norges markeds møte ble avholdt på Solstrand Hotel & Bad i Os. Representanter fra det offentlige og reiselivsaktører fra hele Fjord Norge deltok. To representanter fra Region Stavanger BA deltok.

Reiselivsdirektøren sitter i styret i henholdsvis Norway Convention Bureau og Fjord Norge AS, samt er leder for styringsgruppen i cruiseprosjektet i Stavanger. Ellen Frisvold er styremedlem i GuideCompagniet AS. Gunhild Vevik er styremedlem i Stiftelsen Stavanger Fjordsightseeing.

Årets Salgsforum ble avholdt på Vitenfabrikken i Sandnes og hadde 30 deltakere. Salgsforumets fokus var en gjennomgang av årets aktiviteter.

Matprosjektet for Rogaland har hatt ressursgruppemøter om den videre fremdriften av markedsføringen av Rogaland som Matfylket. Region Stavanger BA har vært en pådriver i prosessen med å få gjort alle kvalitetsprodukter og småskalaleverandører blant medlemmene våre synlige i alle fora hvor Matfylket omtales.

Turismeprojektet har henholdsvis Elisabeth Lærdal Skuland og Ellen Frisvold i ressursgruppen og styreleder Håkon Lund i styringsgruppen. I begge gruppene er Stavanger2008, Stavanger-regionen Næringsutvikling og Region Stavanger BA representert.

MICE-forum

Region Stavanger BA etablerte i 2007 et MICE-forum. (Meetings, Incentives, Congress and Events – MICE.)

Målsetning i MICE-Forum: Stavanger-regionen skal være best på samkjøring og koordinering av markedsføring og kapasitet knyttet opp mot MICE segmentet. I 2008 har MICE Forum hatt stor fokus på samkjøring og koordinering av arrangementene i regionen. MICE forum skal være rådgivende og retningsgivende mht. hvordan Region Stavanger BA jobber mot MICE segmentet. At arrangementer blir lagt til helger og ovale weekender er meget viktig for vår region og et sentralt tema i MICE Forum. MICE Forum søker å sikre en overordnet inntektsoptimering for regionen, og merverdi for våre medlemmer. MICE Forum ledes av reiselivsdirektør i Region Stavanger BA, og har i 2008 i tillegg bestått av adm.dir. ved Clarion Hotell Stavanger, adm.dir. ved Radisson SAS Stavanger, Adm. dir. ved Rica Stavanger, en representant for aktørene på Jæren og adm.dir ved Stavanger Forum. Ressurspersoner hentes inn etter behov.

Besøkende

A) Stavanger-regionen er et attraktivt reisemål

Visningsturer

I 2008 opplevde Region Stavanger BA å få ekstraordinære midler øremerket visningsturer via Omdømmemidlene bevilget av Stavanger kommune. Disse midlene gjorde det mulig å ta imot flere journalister. Turene ble gjennomført med temaene; natur, kultur og mat. I 2008 ble det gjennomført 100 visningsturer for til sammen 130 internasjonale journalister og filmteam. Dette er en økning i antall visningsturer på over 50%. "Stavangerregionen – Europeisk Kulturhovedstad 2008" var et gjennomgående tema i visningsturene vi gjennomførte i 2008, og vi forventer å se resultater av dette også i 2009.

Her er fordeling på land

•Skandinavia – 16 •Tyskland – 9 •Benelux – 8 •Spania – 7 •Storbritannia – 33 •Frankrike – 32
•Østerrike, Sveits, Italia, Polen, Ungarn, Litauen, Canada, USA, Portugal, Russland, Romania – 19

Fordeling på medier

•Skrivende presse ca 80% (dagspresse og magasiner)
•Radio ca 5% •TV ca 10% •Web, blogs, fagpresse/medlemsblad ca 5%

Cruise satsningen 2008

2008 har uten tvil vært det mest vellykkede cruiseåret for Stavanger og regionen noensinne. 94 anløp er betydelig opp fra fjorårets 57. Besøktallet for 2008 var på ca 126.000, som er nær en fordobling i forhold til 2007. I tillegg har et titalls cruiseskip vært i Lysefjorden uten å besøke havn i Rogaland. Neppe noen havner i Europa kan vise til tilsvarende økning fra ett år til et annet.

Drøyt 50.000 cruisepassasjerer har deltatt på fjordcruise, bysightsing, eller annen utflukt. Gjennomføringen rent praktisk, av årets suksess-sesong, har gått veldig bra. Ikke minst har Guideforening/Guideservice og havnevesen jobbet meget godt i forkant av sesongen for å være best mulig forberedt.

Stavanger er aktivt til stede i relevante nasjonale og internasjonale cruiserelaterte fora. Dette omfatter utvikling av kvalitetsstandarder knyttet til cruiseanløp.

Sesongen 2008 er gjennomført uten et aktivt lokalt cruiseprosjekt. I 2009 vil det bli etablert et helt nytt cruisenettverk lokalt. Dette for ytterligere å styrke kvalitet og samarbeide knyttet til cruisebesøkene.

Antall cruiseskip og cruisepassasjer i Stavanger

Årstall	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009***
Anløp	37	34	30	50	45	30	42	50	47	68	56	94	100
Passasjerer*	17 841	19 905	19 384	22 500	21 000	16 000	23 900	32 000	40 966	62 128	67 635	126 000	160 000

** Passasjertallene er litt usikre før 2003.

*** Booking

Bocuse d' Or Europe

1. og 2. juli 2008 ble historiens første Bocuse d'Or Europe arrangert. Norge og Stavanger var vertskap for denne prestisjetunge kokkekonkurransen, og ressurser fra flere departementer og sentrale næringer ble mobilisert for å bidra til å løfte arrangementet som helhet og samtidig trekke maksimal merverdi ut av arrangementet på vegne av de ulike næringene. Stavanger Forum var arena og skueplass for hele 20 land i Europa med stolte kulinariske tradisjoner som kom for å konkurrere og bli best. Hovedråvarene lam og laks kom godt i fokus, det ble god mediedekning, god politisk oppslutning nasjonalt og regionalt og matregionen Rogaland fikk markert seg på det kulinariske kartet. Kokkekonkurransen "Bocuse d'Or" ble etablert i 1987 av Paul Bocuse og messearrangøren "Sepelcom" i Lyon med en todelt målsetting; å markedsføre unge internasjonale kokker gjennom et uoffisielt kulinarisk verdensmesterskap og å markedsføre Lyon som verdens "gastronomiske navle" med Paul Bocuse som frontfigur og kokkeguru nummer én. Mesterskapet har i de siste årene samlet kokker, pressefolk og matinteresserte mennesker fra hele verden. Sammen med Frankrike er Norge den mestvinnende Bocuse d'Or nasjonen. Bocuse d'Or har gitt Norge, norsk sjømat og norske kokker en betydelig "standing" i det internasjonale gastronomimiljø, spesielt det norsk og franske. Den norske kokken Geir Skeie ble vinner under Bocuse d'Or Europa i Stavanger. Region Stavanger BA deltok med manpower i samarbeidsprosjektet med Innovasjon Norge avd. Rogaland i spissen.

World tour Beachvolley 2008

Region Stavanger BA tok sammen med hotellene en aktiv rolle i å utnytte muligheten for å synliggjøre Stavangerregionen som reisemål ved hjelp av arrangementet. Vi fikk på plass både arenareklame, logoer på inngang og i festivalavis, samt redaksjonell omtale i turneringsavisen. Vi hadde tilgang på VIP-billetter til inviterte gjester og ansatte under arrangementet. Det ble gjennomført to visningsturer for kjøpere på møtemarkedet. Disse var fra både Oslo og Bergen.

Perfect Day

Perfect Day er en TV serie som produseres av Tellus Works. Det er en videreutviklet utgave av New Scandinavian Cooking som er en TV serie med hovedfokus på mat. Serien er vist internasjonalt siden 2001 og er blitt vist i over 100 land på de beste kanaler. Perfect Day konseptet har en rød tråd som omfatter bøker, DVDer, Websites, Mat magasinet Nord, PR og TV program. Programmene er underholdende og passer for hele familien. Vi mener at de vil være med på å gjøre lokalbefolkningen i Stavangerregionen stolte over regionen og bevisste på den posisjonen Matfylket Rogaland har tatt. Programmene vises i alle verdensdeler og vil være med på å skape kunnskap og kjennskap til regionen. I 2008 klarte Region Stavanger BA i samarbeid med Stavanger-regionen næringsutvikling og Stavanger2008 å finansiere en episode i denne serien. Serien startet i USA i september 2008. Vi har en ambisjon om å videreføre denne satsningen også i 2009.

Turisme nasjonalt

Norgeskampanjen 2008

Dette var et samarbeid med Kongeparken, Reisemål Ryfylke, Nordsjøvegen og Region Stavanger BA. Kampanjen bestod av fire element: DM, nett presentasjon, print, annonsering og TV reklame.

I DM hadde vi 1/1 sides annonse. For å styrke synligheten på nettet hadde vi våre egne sider under www.visitNorway.no/Rogaland. Etter kampanjen var over ble det kåret en fem på topp liste, hvor Region Stavanger BA kom på 4. plass. Print annonseringen hadde vi i Dagbladet under Reiseliv og Innovasjon Norges paraply. TV reklamen bestod av en ni sekunders "hale" til Innovasjon Norges reklame. Reklamen ble vist på TV2, TV Norge og Discovery. Snuttet vi benyttet var deler av en reklamefilm, hvor en syklist sykler utfor Preikestolen.

□ Kulturannonsering

For å fremme Stavanger2008 sine aktiviteter annonserte vi i Dagbladet under kultur. Annonnene var bygget opp rundt "Hva skjer". Totalt 22 innrykk.

□ Messedeltakelse

Felles stand for de fire destinasjonsselskapene fra Rogaland hvor Reisemål Haugesund og Haugalandet, Reisemål Ryfylke, Reisemål Syd Vest og Region Stavanger BA deltok.

Nytt standkonsept var utarbeidet. Fokus var Stavangerregionen – Europeisk Kulturhovedstad2008. Fargene til 2008 ble benyttet. Rosa vegger, stort grønt skilt med teksten Europeisk Kulturhovedstad Stavangerregionen2008. Stolene i turkis farge og teppet mørk blått. Vi hadde fått laget en bildepresentasjon fra de fire destinasjonene som ble vist på seks store LCD skjermer. Fra taket og ned hang en stor kube på 1,9meter x 4 meter i høyden med bildet av celloen og teksten "Dette er et fjell". Nabostanden var Universitetet i Stavanger med flere underutstillere og vi hadde et godt samarbeid. På søndag, messens siste dag, var etterspørselen etter SVG2008 ekstra stor. Veldig mange hadde sett åpningsseremonien.

Reiseklar08

Reisemål Ryfylke og Region Stavanger BA delte stand. Stavanger2008 var også invitert og deltok de tre dagene. Repräsentanter fra "den nye Preikestolhytta" var også tilstede med modell av hytten, som er et prosjekt – Norwegian Wood - under Europeisk Kulturhovedstad. Vi brukte samme standkonsept som på Lillestrøm. Fokus også her var Stavanger regionen – Europeisk Kulturhovedstad2008. Dette er en ren publikumsmesse, men vi møtte også flere fagfolk innen bransjen.

Turisme internasjonalt

Messedeltakelse

Aktiv deltakelse på Vakantieboers i Nederland, på Innovasjon Norge sin stand. Messen hadde ca. 170 000 besøkende. Aktiv deltakelse på ITB - Berlin, som er en fag- og publikumsmesse. Verdens største reiselivsmesse hadde i år 11147 utstillere fra 186 land. På fagdage var det 110.322 fagbesøkende og totalt 117891. Det er en felles skandinavisk stand men oppdelt etter land. Region Stavanger BA var under Fjord Norge paraplyen hvor seks andre destinasjoner deltok. Hovedbudskapet fra Destinasjon Haugalandet og Region Stavanger BA var Stavangerregionen Europeisk Kulturhovedstad 2008. På Norges standen var det 19 aktive deltakere. De fleste som ikke var destinasjonselskap deltok kun på fagdage. Norgesstanden var godt besøkt. På publikumsdagene hadde vi i samarbeid med Norwegian trykket opp en konkurranse med enkle spørsmål om regionen. Gevinsten var en reise for to med Norwegian til Stavanger og opphold. En av de faste sommervikarene gjennom de siste år stilte på standen og tok seg av konkurransen. Et positivt tiltak og stor respons. Det var 600 som deltok i konkurransen. Vi hadde tre musikere med fra Stavanger, som holdt et meget høyt nivå. Vi laget et eget konsertområde inne på standen. Her var det stoler og mange gjester som satte seg ned. Hver time hadde de et kvarters konsert. Vi hadde også tre musikere som underholdt på standen på publikumsdagene.

SITC, Barcelona.

Aktiv deltakelse på Norgesstanden i sammen flere deltakere fra Norge og Fjord Norge. Det var også flere spanske turoperatører, flyselskap og Eksportutvalget for fisk som utstillere på standen. Eksportutvalget for fisk arrangerte konkurranser for publikum. Dette er den største messen i Katalonya med ca. 190.000 besøkende.

Passiv deltakelse på følgende messer:

- Herning i samarbeid med Fjord Line
- Graz og Innsbruck og i Hannover i samarbeid med Welcome Air
- Stockholm, Kiev og Vilnius i samarbeid med Innovasjon Norge

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

- I Spania deltok vi passivt på FITUR i Madrid, i San Sebastian og Bilbao

Workshop i London

I forkant av workshopen ble det avholdt et markeds møte for deltakerne fra Norge. Samtidig og på samme sted er det arrangement for cruisenæringen og Norwegian Convention Bureau, hvor kjøperne også var tilstede. Region Stavanger BA oppnådde 13 avtaler i løpet av arrangementet.

Workshop i København.

Workshopen ble arrangert av Innovasjon Norge, Danmark. Det var ca. 30 kjøpere, som representerte incoming operatører, cruise og MICE. Selgerne fra Norge representerte hele landet, men med en overvekt fra Fjord Norge. Hoteller, transportører, opplevelsessentra og destinasjonselskap. Fire deltakende bedrifter fra Region Stavanger BA. Tide A/S, Kronen Gruppe og Bliss. Fjord Line delte stand med Region Stavanger BA.

Region Stavanger BA hadde møte med 14 operatører.

Workshopen startet tidlig formiddag med et markedsseminar. Deretter workshop og en felles middag på kvelden. Her underholdt Anne Margrethe Ivesdal fra Bliss Reiseopplevelser.

Deltakelse i radio- og TV programmer

- Radio Multi Kulti - Berlin 2 timers reiseprogram med fokus på Europeisk Kulturhovedstad. Samsending i West Deutsche Rundfunk og Radio Berlin
- Radio Multi Kulti - Berlin i et fem minutters frokostprogram
- Radio Askøy i et rebusprogram
- Radio Antenne Steiemarkt i et reiseprogram
- Tysk TV - ARD. Deltok i et 15 minutters reiseprogram med fokus på Europeisk Kulturhovedstad
- Radio "der Kulturonkel" i Heide
- Radio West Deutsche Rundfunk i programmet Drei Art som er en times program med musikk og intervjuer
- TV kanalen ORF, Østerrike i et 30 minutters kulturprogram
- Radio Multi Kulti, Berlin. Et 30 minutters program med intervjuer og en konkurranse i samarbeid med Norwegian.

Studietur til Tirol

Innovativ Fjordturisme og Innovativ Fjellturisme arrangerte studieturen, hvor temaene var destinasjonsutvikling, turistarkitektur og turistutvikling i samsvar med det kulturelle landskap. ½ dag var satt av til produkttesting.

Delegasjonen representerte politikere, forsknings- og utviklings bedrifter og destinasjonselskap.

Avinor Turismeprosjektet

Turismeprosjektet i regi av Region Stavanger BA, Stavanger2008 og Stavanger-regionen Næringsutvikling startet opp i 2007 og har fortsatt i 2008. Avinor bevilget 5 mill. pr. år i 3år, dvs. totalt 15 millioner. I tillegg har man med midlene fra Avinor som grunnfinansiering, hentet inn finansiering fra bl.a. Innovasjon Norge, flyselskaper, etc.. Totalt har prosjektet gjort markedsinvesteringer for ca. 30 millioner over 2 år (2007 og 2008), herav har Region Stavanger BA bidratt med 500.000.

Prosjektet har hatt som mål å markedsføre Stavanger-regionen i kortferiesegmentet. Midlene har vært rettet mot viktige markeder i Europa hvor det finnes direkte rute til Stavanger Lufthavn Sola. Markedene man har henvendt seg til har vært Storbritannia (London, Newcastle og Aberdeen), Sverige (Stockholm), Danmark (København), Tyskland (Berlin og Frankfurt), Nederland (Amsterdam), Frankrike (Paris) og Østerrike (Innsbruck).

Aktivitetene har vært salgsrettede og gjennomført i nært samarbeid med flyselskapene på den aktuelle destinasjon. I 2008 har hovedargumentet vært kultur, dvs. opplev den europeiske kulturhovedstaden og naturopplevelser i kombinasjon. Foreløpige nøkkeltall viser at prosjektet har lyktes godt. Prosjektet vil fortsette på samme nivå i 2009.

Samarbeid med Inpress om bilag i Scanorama juli08/aug08

I regi av Turismeprosjektet har Region Stavanger BA, Stavanger-regionen Næringsutvikling og Stavanger2008 samarbeidet om et bilag til Scanorama SAS' inflight magasin. Bilaget er en integrert del av Scanorama juli-aug. 08. Totalt var bilaget på 17 sider. Bilaget er finansiert med kr 149 000 fra Turismeprosjektet og kr 92 000 fra Region Stavanger BA pluss annonser fra andre bidragsytere.

Årets Norwegian Travel Workshop

ble arrangert på Lillehammer. Dette er Innovasjon Norges årlige salgskonferanse for turoperatører fra Norge, Norden, Europa og noen oversjøiske land. Vi deltok under Fjord Norges paraply og det var totalt 7 bedrifter fra Rogaland som deltok. Region Stavanger BA fikk 32 avtaler, økning på tre avtaler.

Fjord Norge

Fjord Norges markedsmateriell

Region Stavanger BA deltar i Fjord Norges brosjyre Reiseguiden, Product manual og www.FjordNorway.com. Innholdet på nettstedet distribueres videre til Innovasjon Norge sine sider. Brosjyrene Reiseguiden og Product Manual blir produsert ved hjelp av annonsering fra våre medlemmer. I 2008 deltok 22 av Region Stavanger BA sine medlemmer.

Det nasjonale og internasjonale møtemarkedet

Nasjonal kongressundersøkelse

I desember 2007 ble det igangsatt et arbeid i regi av NCB (Norway Convention Bureau) som skulle resultere i en mal for undersøkelse av konferanser (spørreundersøkelse blant deltakerne). Dette skulle kunne si noe om oss som konferansested samt Stavangerregionen i forhold til de andre konferansebyene i Norge. For Stavanger sin del var svarprosenten altfor lav, noe som ikke gav oss et helt representativt utvalg. Men svarmaterialet bearbeides fremdeles for å kunne komme ut med riktige resultater.

Kongresstatistikk (Kilde ICCA 2007)

Norge ble rangert på 26. plass med 93 godkjente møter i 2007, 4 plasser bedre enn i 2006 hvor vi kom som nr. 30 med 71 godkjente møter. På byrangeringen gjorde Oslo en soleklar forbedring og klatret opp hele 18 plasser fra 2006-2007, fra 47 til 29. plass med 45 godkjente møter! Bergen på 93. plass, med 14 møter. Trondheim gjorde et hopp fra 130. plass (2006) med 9 godkjente møter til 14 som ga de en 93. plass. Stavanger fikk 6 godkjente møter, plass 208. Her har vi et stort potensial for å klatre høyere opp på lista! Sammenlignet med resten av Skandinavia, har alle de andre landene inkludert Finland gått ned noen plasser, mens Norge er de eneste som har hatt fremgang fra i fjor. Gjennom høy fokus på møteregistreringen vil vi kunne ha stor innvirkning på denne statistikken. Vårt mål er at dette kan bli prioritert og at vi får til en fast rapporteringsrutine.

For å få godkjent møter/kongresser stilles en del krav. Møtene må være internasjonale/nordiske/skandinaviske, dvs. ha deltagere fra minimum 3 land, ha minimum 50 møtedeltakere og rotere mellom arrangementland/destinasjon. Stavangerregionen ligger for 2008 an til å få godkjent ca. 20 internasjonale møter/kongresser, men dette publiseres ikke før i juni 2009. Vi gjør regning med å gjøre et godt hopp på ICCA-rankingen.

Kurs- og Konferanseprosjektene – nasjonalt

Møtebørsen

Region Stavanger BA deltok gjennom sitt medlemskap i HSMIA (Hospitality Sales and Marketing Association International) Norge også i 2008 på Møtebørsen i Oslo. Dette er Norges viktigste møtested for konferansekjøpere og tilbydere. Region Stavanger BA delte bord med Stavanger Forum og hadde totalt 12 møter med potensielle kjøpere. Kontakter ble opprettet og alle ble fulgt opp i etterkant.

Stavanger-regionen i Oslo

Kundearrangementet, "Stavangerregionen i Oslo" 2008, ble en kjempesuksess. Vi hadde til sammen 24 utstillere som alle representerte og presenterte Stavangerregionen på Ekeberg torsdag 13. november 2008. Vi hadde 120 kvalifiserte kjøpere som kom fra ulike PCO/eventselskaper, reisebyråer, departement, bedrifter og organisasjoner. Region Stavanger BA kom hjem med 37 konkrete leads som kan være potensielle fremtidige arrangement til Stavangerregionen. Noen av disse var landsmøter som er spesielt attraktivt for regionens hoteller da dette er weekendtrafikk. Alle leads ble fulgt opp og fordelt ut til aktuelle medlemsbedrifter som fulgte opp videre.

"Keep Your Meetings At Home"

Nytt prosjekt. Ide bak arrangementet: "Selg Stavanger i Stavanger"

Det er ikke tidligere avholdt noen arrangement hvor hele regionen kan presentere seg for næringslivet. Vi skaper denne arenaen og salgsmål er:

- regionen skal være så attraktiv at næringslivet inviterer alle sine kunder, samarbeidspartnere til sin region

- organisasjoner/lag/foreninger skal motiveres til å holde landsmøter etc. i sin region

Som overskriften sier skal du bli motivert og overbevist om at du har det beste hjemme.

Egen prosjektgruppe med medlemmer fra RSBA er opprettet og disse skal være med på utformingen av arrangementet. Vi ser for oss at dette blir et årlig arrangement koordinert via oss.

Visningstur NCB – oktober'08

Elisabeth Bugge og Kari Haaland (fra Norway Convention Bureau) kom til Region Stavanger BA etter invitasjon fra kongressjef Heidi Jeanette Nygaard og hadde to innholdsrike dager hos oss. Det ble gode omvisninger og presentasjoner av hva våre medlemmer har å tilby.

Internasjonale prosjekter

Norway Convention Bureau (NCB)

Region Stavanger BA er medlem i Norway Convention Bureau (NCB). I 2007 fikk vi for første gang et styreverv i NCB noe som er viktig for å få innflytelse på viktige beslutninger som tas på vegne av NCBs eiere. NCB ble etablert i 2004 i samarbeid med destinasjonsselskapene i de fem byene, Oslo, Bergen, Trondheim, Stavanger og Tromsø, SAS og de fem hotellkjedene Thon, Rica, Choice, Scandic/Hilton og Rezidor. Profilerings av Norge som kongressland og arbeidet med kartlegging av norske beslutningstakere i internasjonale organisasjoner er en hovedoppgave for NCB.

I 2008 fikk Region Stavanger BA totalt 8 leads fra NCB, som alle ble fulgt opp. De store kongressene (mer enn 500 deltagere) ble videresendt til Stavanger Forum for videre oppfølging.

I 2008 ble det arrangert 2 FAM-TRIPS. Denne type visningsturer er kommet i stand ved hjelp av NCB og deres samarbeidspartnere i Tyskland - Travel Marketing Factory og Moulden Marketing i UK. De besøkende er blitt nøye sjekket på forhånd, slik at man kan føle seg sikker på at det er seriøse aktører vi har med å gjøre. Tilbakemeldingene og evalueringen etter visningsturene var svært positive. Ett konkret lead kom direkte som resultat etter UK visningsturen. Saken ble sendt videre til Scan One for oppfølging.

Fam-Trip UK 23.-25. mai

Britisk gruppe bestående av 12 representanter fra ulike event-/incentivsbedrifter.

Fam-Trip DE 19.-22. juni

11 tyske representanter fra ulike event-/incentivbyråer (München, Düsseldorf og Frankfurt).

Nyhetsbrev:

Stavangerregionen fikk inn saker til Travel Marketing Factorys nyhetsbrev (Tyskland) i 2008 – 5 av 5 mulige. Piranha Presse & PR GmbH, fullservice PR agency for tourism (Tyskland) sendte også ut to pressemeldinger der Stavangerregionen kom godt frem. En på "Stavanger – Europeisk Kulturhovedstad" samt "Det Norske Fjordlandskap – inspirerende terreng for MICE deltagere".

Salgsmøter München 27.-29. mai

Region Stavanger BA reiste sammen med representanter fra Destinasjon Haugesund og Haugalandet, Rezidor Hotels Norge og Karina Fürst fra Authenticore til München. Salgsturen var i regi av Norway Convention Bureau og deres samarbeidspartner i München (Travel Marketing Factory). Disse hadde forhåndsbooket fire møter daglig for oss - alle aktuelle bedrifter som jobber med det internasjonale møtemarkedet og corporatesegmentet. Mye av deres aktiviteter foregikk utenlands, men så langt var Norge en ukjent destinasjon, noe som gjorde innsalget til en fornøyelse. Noen av de vi fikk kontakt med kom også på visningsturen (FamTrip Tyskland) Region Stavanger BA arrangerte i juni.

Fagmessen EIBTM, Barcelona

Fagmessen EIBTM, som hvert år samler leverandører og kjøpere av kurs-, konferanse og incentive-tjenester, ble igjen arrangert i Barcelona i begynnelsen av desember 2008. Messen var den største noen gang, med en økning på 9% fra 2007. Ca 51000 forhåndsavtaler var gjort allerede ved messestart mellom leverandører og de såkalte "Hosted Buyers" fra hele verden. Ca 800 av dem fant veien til den norske standen, hvor deltakelsen var koordinert av Norway Convention Bureau. I alt 29 norske bedrifter deltok. Fra vår region var det Region Stavanger BA, Stavanger Forum og Choice Hotels Rogaland som var tilstede på standen hver dag. Region Stavanger BA hadde 5 forhåndsbookede møter, men totalt ble det

20 møter de tre dagene i Barcelona. Disse ble fulgt opp personlig etter messen. Vi snakker her om en spennvidde fra 10 til 1500 personer pr lead. Vil spesielt nevne at Russland har meldt sin interesse for Stavangerregionen. Ett møte med St. Petersburg og ett med Moskva.

I en undersøkelse som arrangørene gjorde før messestart svarte 12% at de trodde på en sterk nedgang i møterelatert trafikk for 2009, mens de fleste spådde en moderat nedgang. Hele 25% trodde på mer enn 10% fremgang i 2009. Aktivitetsnivået på messen kunne tyde på at de sistnevnte kanskje kan ha mer rett enn hva man kan frykte.

ICCA i Victoria, Canada

Den verdensomspennende organisasjonen ICCA (International Congress and Convention Association) hvor Region Stavanger BA er medlem sammen med flere andre norske bedrifter, møttes i november'08 til generalforsamling og kongress i Canada. Norge stilte med 11 deltagere. Kongressen hadde 840 deltagere totalt fra 65 land. Kongressprogrammet var stort og variert, og deltagerne fikk bl.a. innblikk i ny teknologi, ny informasjon om "grønne" møter, og ikke minst kunne deltagerne lære av hverandre gjennom flere "Best Practice"-sesjoner. Kongressjef Bente Bratland Holm i Norway Convention Bureau ble valgt til leder i organisasjonens skandinaviske "chapter".

Vår status som Europeisk Kulturhovedstad gjorde at kongressjefen i Region Stavanger BA er spurt om å holde en presentasjon og sitte i panelet og diskutere følgende tema: artisteri, kunst – og hvordan dette kunne kobles opp til attraktive venues i forbindelse med kongresser. Kulturhovedstadsåret og en del av gjennomførte prosjekter var med samt ONS og ONS festival som er unik i verdensammenheng i sitt segment.

Kongressen deltok også på businessexchange sammen med Stavanger Forum – resultat 15-20 leads.

Fagmessen IMEX, Frankfurt

Region Stavanger BA var tilstede under årets IMEX (Incentive Travel, Meetings and Exhibitions) i Frankfurt - en stor internasjonal fagmesse for kongress og incentive. Her er over 5000 besøkende hvorav 50% av disse er hosted buyers. Det var til enhver tid 3 representanter fra Stavangerregionen på standen (RSBA, Stavanger Forum og Choice Hotels Stavanger). Møter ble avholdt og oppfølgingen er nå i gang. Interessen for Norge var stor, og Stavangerregionen var spesielt interessant med tanke på Kulturhovedstadsstatusen.

Totalt var 720 interesserte kjøpere innom standen. Noe vi var veldig fornøyde med og som ga oss mange interessante kontakter å jobbe videre med fremover.

Kommunikasjonskanaler

Bookingportal på www.regionstavanger.com

Bookingportalen på Region Stavanger BAs hjemmesider innebærer at alle medlemsbedrifter som har overnatting og aktiviteter å tilby, får mulighet til å bli bookbare på et felles sted på nettet, samt på sine egne hjemmesider. Trenden i reiselivet viser at det er et økende behov for bookbare produkter på web.

Bookingtjenesten er et viktig skritt for å nå målet om å fylle opp overnattingsstedene i de periodene de har kapasitet, som i weekend og skoleferier. Videre gjør portalen det enklere for den reisende å booke både overnatting og aktiviteter på ett sted.

I 2008 ble flere bedrifter tilknyttet portalen. I starten av 2008 var det 3 bedrifter med. 11 flere bedrifter kom med etter hvert, og det var i 2008 14 medlemsbedrifter som kunne tilby produkter via bookingportalen gjennom hele året. I 2008 ble 2 145 bookinger gjennomført via bookingsystemet, noe som genererte en totalomsetning til medlemmene som er med på 5 733 408 kroner samme år.

For de hoteller og overnattingssteder som har egne reservasjonssystemer fra før, var det en forutsetning for å være med på prosjektet at vår bookingportal kunne kommunisere med deres respektive systemer. Travel Destination AS, leverandør av bookingportalen Region Stavanger BA bruker, kunne i 2008 levere en integrasjonsfunksjon i portalen. Denne integrasjonsfunksjonen ble ikke anerkjent av hotellene og overnattingsstedene med egne reservasjonssystemer ettersom integrasjonen fungerte på et annet nivå enn forventet i deres systemer.

Nye runder med Travel Destination AS ble dermed igangsatt for å få en fullverdig integrasjon som hotellene kunne gå med på. Dette arbeidet har foregått i løpet av hele 2008, og Travel Destination var i 2008 dialog med OpenJaw Technologies som leverer distribusjons software løsninger til den globale reiselivsindustrien. Per i dag leverer de til 40 av

verdens ledende reiselivsbedrifter. Også våre medlemsbedrifter blir berørt av dette selskapet enten i direkte form eller sentralt fra kjedene. Det er her Travel Destination må være integrert for at bookingportalen skal kunne integreres på det forventede nivå. Arbeidet med å få samtlige medlemsbedrifter bookbare har stoppet opp grunnet denne prosessen i 2008. Region Stavanger BA avventer nå en endelig integrasjon etter at samarbeidet med OpenJaw og Travel Destination AS blir konkretisert.

Vervekampanje

"Tallenes Tale" er navnet på den nye brosjyren som brukes i forbindelse med verving av nye medlemsbedrifter til Region Stavanger BA. Brosjyren inneholder tydelige tall på hva reiselivsnæringen bidrar med i kroner og ører. Vi får gode tilbakemelding på denne konkretiseringen av næringens bidrag til fellesskapet.

B) Tilfredse besøkende

Oppgaver og tiltak som tilrettelegger for å gi de besøkende en best mulig opplevelse av regionen. I hovedsak er det her "Kjenn din egen region" som er gjennomført.

Kjenn din egen region

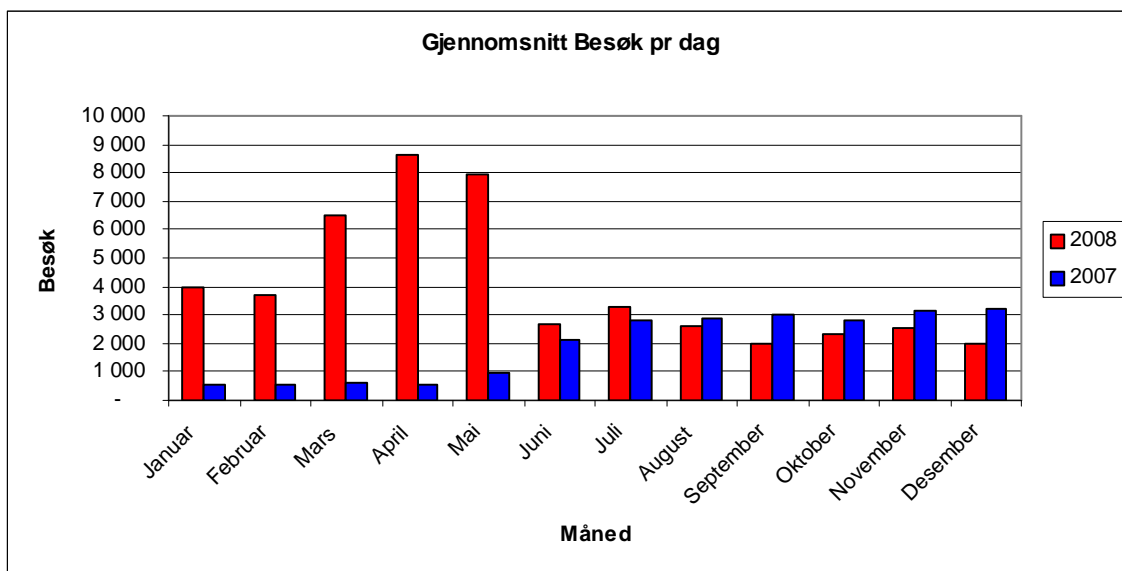
Region Stavanger BA avholdt i 2008 kurs for frontpersonalet i våre medlemsbedrifter. Målet var at de ansatte skulle bli bedre kjent i egen region for igjen å kunne selge regionen og skape mersalg på for eksempel overnatting. Kurset gikk over tre dager hvor første dag var med fokus på Stavangers historie, en Innføring I vertskapsrollen, presentasjon av sightseeingturer og en guidet tur I Stavanger ble gjennomført. Dag nummer 2 hadde fokus på Jæren, osteysting på Voll, besøk I Helgåleiren og besøk på glassblåseriet Mingar Walker. Dag nummer 3 hadde fokus på Lysefjorden og Sandnes området. Deltakerne besøkte Kongeparken, Vitenfabrikken, samt fikk en presentasjon av Stavanger2008 prosjektet "A world of Folk". Kurset hadde 52 deltakere i 2008.

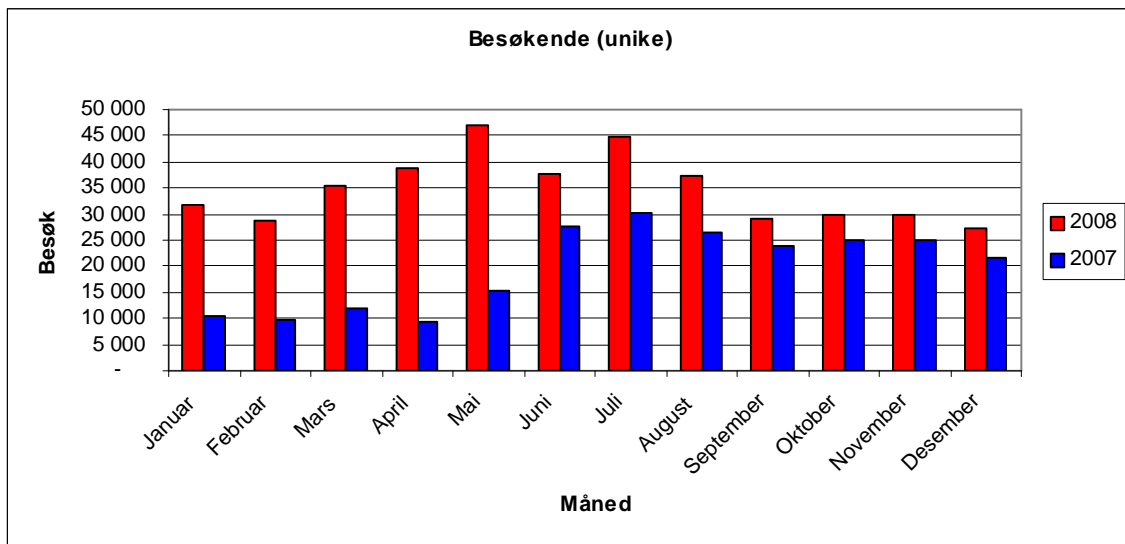
C) Tilgjengelig når og hvor gjesten ønsker det

www.RegionStavanger.com

Stavanger-regionens offisielle web skal inneholde alt man trenger å vite som besøkende til regionen. Alle Region Stavanger BA sine medlemmer presenteres kostnadsfritt og eksklusivt på sidene. Som en del av medlemsfordelene ble det også i 2008 videreført fri publisering hos www.FjordNorway.com, www.VisitNorway.com. og www.finn.no/reise.

Antall besøk på Region Stavanger BA sine nettsider i løpet av hele 2008 var 1 467 956 mot 708 198 i 2007, en økning på hele 107 %. Gjennomsnittlig besøk per dag på sidene var 48 094 mot 23 174 i 2007 - en økning på 108 %. Unike besøkende var 417 664 i 2008 mot 235 683 i 2007, en økning på 77 %.





Viser "topp 20"

Besøk/Land	2008	2007	Endring	%-vis endring
USA	922355	441403	480952	109,0 %
Norge	260250	151368	108882	71,9 %
Sverige	72499	11787	60712	515,1 %
Tyskland	35661	22891	12770	55,8 %
Vest Europa (uspesifisert)	25913	4075	21838	535,9 %
UK	25475	18176	7299	40,2 %
Nederland	16873	6833	10040	146,9 %
Spania	14435	7471	6964	93,2 %
Frankrike	9955	4450	5505	123,7 %
Kina	9217	3438	5779	168,1 %
Japan	7543	1586	5957	375,6 %
Danmark	7414	3704	3710	100,2 %
Polen	3822	1724	2098	121,7 %
Østerrike	3571	1643	1928	117,3 %
Australia	3541	2204	1337	60,7 %
Italia	3191	1722	1469	85,3 %
Korea, Republikken	3059	1286	1773	137,9 %
Uruguay	2884	1052	1832	174,1 %
Finland	2838	1260	1578	125,2 %
Sveits	2823	1628	1195	73,4 %
Totalt	1467956	708198	743618	

Internasjonale besøk	82,27 %	78,62 %	3,65 %
Besøk fra Norge	17,73 %	21,37 %	-3,64 %

Arbeidet med optimalisering av nettstedet har pågått kontinuerlig og viser godt igjen på den formidable økningen i antall besøkende. Nettsidene er tilgjengelige på norsk, engelsk, tysk og spansk.

Ny avtale med Google Maps

Google er en av de viktigste søkemotorene på Internett i dag. Stadig flere begynner også å benytte seg av Google sin kartløsning på internett. Region Stavanger BA har nå inngått avtale om publisering til kanalen Google Maps. Region Stavanger BA kan registrere at nærmere 60 prosent av all trafikk til Region Stavanger BA sine internettsider kommer fra Google. Region Stavanger BA har i snitt 4 500 unike brukere per dag på sin internettside. Region Stavanger BA benytter seg av TellUs som sin internettleverandør. TellUs har nå som første innholdsleverandør inngått avtale om publisering til Google Maps. Prosjektet kom først i gang i samarbeid med VisitOslo som var pilot på dette.

Google legger vekt på bra og komplette innholdsbeskrivelser når de henter informasjon. TellUs sine kunder er kjent for å ha bra innhold i sine databaser, derfor foretrekker ofte Google TellUs sin database fremfor informasjon fra for eksempel nettsteder som hotels.com eller booking.com. Region Stavanger BA inngikk dermed en avtale med TellUs om overføring av informasjon til Google Maps slik at våre medlemmer kunne få den samme fordelen. I praksis betyr dette at linken som heter Mer fra oftere henter innhold først fra internettsidene til Region Stavanger BA før den leter etter informasjon fra andre nettsteder. Region Stavanger BA inngikk denne avtalen i januar 2008.

Det er viktig at informasjonen som er på internettsidene til Region Stavanger BA er komplett og innholdsrik for at Google skal hente informasjon der først.

Profil

Region Stavanger BA har gjennom en bevisst kommunikasjon av regionen med "mangfold" og "alt innen rekkevidde", fokusert på å ha en ensartet profil i all sin kommunikasjon. Kommunikasjonskonseptet har i 2007 i tillegg tatt inn i seg

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

fokus på Europeisk Kulturhovedstad 2008 og "the shortbreak region".

Regionsguiden 2008

Regionsguiden er den offisielle turistbrosjyren for Stavanger-regionen og dekker våre åtte medlemskommuner. Den hadde i 2008 et opplag på 300 000 eksemplarer fordelt på norsk, engelsk, tysk og spansk, og en spesialutgave på 30 000 eksemplarer som hadde noe tykkere og mer eksklusivt papir. Guiden distribueres via medlemmer, samarbeidspartnere, utvalgte turistinformasjonskontorer, distribusjonssteder i Norge og utlandet, via kontaktpersoner på de utvalgte markedene for ferie/fritid og MICE, kongressmarkedene samt på messer i inn- og utlandet og ved henvendelser til Stavanger og Sandnes Turistinformasjon. I Regionsguiden 2008 deltok 126 bedrifter med annonser. I forbindelse med bestilling av Regionsguiden 2008 på nett gjennomførte vi høsten 2008 en spørreundersøkelse om brosjyren (via Questback). Vi fikk hele 190 svar av et utvalg på 500. Spørreundersøkelsen viste at 88 % av respondentene hadde et bra eller svært bra helhetsinntrykk av Regionsguiden. På spørsmål om hva de bruker guiden til, oppgav hele 63,7 % at de brukte den for å innhente informasjon om museer og attraksjoner. Veldig stor andel av respondentene (69,8 %) oppgav at de innhenter informasjon om Stavanger-regionen fra internett. 59,5 % av respondentene var jevnt fordelt på Norge, Tyskland, Nederland, Spania og Storbritannia. 70,4 % er fornøyd med formatet på brosjyren.

Product manual 2009

Manualen utgis på engelsk og er et verktøy for fagpersonell, reisebyrå, turoperatører og presse. Alle medlemmene våre får en gratis presentasjon av bedriften i manualen. Den distribueres på workshops, messer og på FAM-trips. Distribusjon ca. 1 000

Turforslag i Stavanger regionen

Brosjyren utgis på norsk og engelsk og er en oversikt over turforslag for grupper. De av våre medlemsbedrifter som produserer turer har mulighet til å presentere seg her. Brosjyren produseres hvert år og har et opplag på ca. 1 200.

Festivalkalender for Rogaland

For tredje år produseres en felles festivaloversikt for de fire destinasjonsselskapene i Rogaland. Oversikten produseres på norsk og engelsk og distribueres på messer og i turistinformasjonene. Opplag 9 000.

City Map 2008

Det ble i 2008 produsert nytt City Map. Alle medlemmer fikk tilbud om annonseplass på kartet. Kartet hadde et opplag på 75 000 brettekart og 25 000 kart i blokk. Kartet ble distribuert til medlemmer og distribusjonssteder i regionen og et estimert antall på 11 374 eksemplarer ble delt ut på ca 36 av de største cruiseanløpene i Stavanger.

Bildearkiv

Det internettbaserte bildearkivet driftes av www.imageshop.no og er tilgjengelig for alle interesserte gjennom www.regionstavanger.com. Arkivet oppdateres kontinuerlig med nye bilder. Bildene har fått navn og beskrivelse slik at det skal være lett å gjøre søk. Administrasjonen mottar stadig forespørsler om lån av bilder og alle henvises nå til å bestille bilder via bildearkivet på nett. Det kommer hovedsakelig henvendelser fra presse, turoperatører, næringsliv i regionen og medlemmer av Region Stavanger BA. I 2008 var det 345 bestillinger fra presse, kongressarrangører og turoperatører. Region Stavanger BA er selv storforbruker av bildene med tanke på egenproduksjoner og lignende. Kongressarrangørene og representanter for ulike organisasjoner henter bilder til presentasjoner de lager for å selge inn Stavangerregionen som mulig møteplass for neste kongress.

Kulturkalender

Antall nedlastninger fra kulturkalender for Stavangerregionen:

2008	2007	Endring	%
576 302	22 406	553 896	2472 %
691 927	26 887	665 040	2473 %
646 736	34 444	612 292	1778 %
849 065	23 116	825 949	3573 %
1 188 234	12 614	1 175 620	9320 %
891 425	131 108	760 317	580 %
658 865	4 069 997	-3 411 132	-84 %
633 223	188 220	445 003	236 %
710 973	334 317	376 656	113 %
668 187	425 394	242 793	57 %
889 328	612 520	276 808	45 %
1 175 349	606 313	569 036	94 %
9 579 614	6 487 336	3 092 278	48 %

Tallene viser en enorm økning fra året før i antall nedlastninger av arrangement, en oppgang på hele 48%.

Region Stavanger BA får stadig henvendelser om kulturarrangementer i Stavangerregionen. Kultur- og arrangementkalenderen er oppdatert til enhver tid på www.regionstavanger.com. Region Stavanger BA er også i 2008 involvert i et partnerskap med kulturadministrasjonene i kommunene Randaberg, Stavanger, Sandnes og Sola. Dette interkommunale samarbeidet går ut på en felles publisering av kulturarrangementer.

Region Stavanger BA bruker i snitt én stilling på arbeidet med å legge inn kulturaktiviteter i kalenderen. På bakgrunn av dette har man også i 2008 jobbet med å få flere kulturinstitusjoner med som tilbydere slik at de kan oppdatere kalenderen. I praksis kan alle medlemmer med aktiviteter for ferie- og fritidsmarkedet, samt tilbud til lokalbefolkning, legge inn sin egen informasjon selv. Ved utgangen av 2008 var det totalt 30 personer som la inn arrangement fra våre medlemsbedrifter, i tillegg til det som legges inn av våre medlemskommuner og våre egne turistinformasjonskontor. Arkeologisk Museum, Checkpoint Charlie, Folken, Herlige Stavanger Restauranter, Jærmuseet, Kino1, Kongeparken, Norsk Barnemuseum, Norsk Oljemuseum, Rogaland Teater, Sandnes kulturhus, Sandnes Brygge, Stavanger konserthus, Stavanger Museum, Stavangeren, Stavanger kulturhus, Stavanger2008 og Vitenfabrikken. I tillegg har Sola kommune tilbydere Tananger bibliotek og Sola folkebibliotek. Tilbyderadgangen effektiviserer oppdateringsarbeidet, men man får også bedre kvalitet på informasjon som legges ut da tilbydere har førstehåndskjennskap til egne produkter. Tilbyderadgang på kalenderen er et eksklusivt medlemstilbud.

De fire Jærkommunene Gjesdal, Time, Klepp og Hå har tidligere blitt formelt invitert med inn i dette samarbeidet. Arbeidet med å integrere kommunene har fortsatt i 2008. 3 av de 4 kommunene har takket ja til invitasjon om å delta i samarbeidet. De fleste kommunene har derimot tilbyderadgang med administratorgrensesnitt og kan dermed legge inn arrangement i basen per i dag for hele sin kommune. Integrasjonsarbeidet fortsetter fremover.

Samarbeidet med www.aftenbladet.no/kultur/hvaskjer for publisering av kulturaktiviteter har fortsatt i 2008 som året før. Kalenderen er på norsk og engelsk. Kalenderen ble i 2008 publisert på følgende nettsteder:

- www.regionstavanger.com
- www.stavanger.kommune.no
- www.sandnes.kommune.no
- www.sola.kommune.no
- www.randaberg.kommune.no
- www.fjordnorway.com
- www.visitnorway.com
- www.aftenbladet.no
- www.kulturnett.no

Vertskapsrollen

Stavanger og Sandnes turistinformasjonskontorer

Begge turistinformasjonskontorer hadde i 2008 status som autoriserte turistkontorer klasse 1.

Stavanger Turistinformasjonskontor hadde 106 091 besøkende i 2008. Dette er en økning på 54 932 (117%) besøkende fra året før da tallet var 47 106. Man måtte justere tallene fra 2007 med følgende forklaring: det var en annerledes måte å registrere på i 2007 sammenlignet med 2008. I 2007 ble alle besøkende som kom på huset registrert, også besøkende til Stavanger2008, og ingenting ble trukket fra for ansatte som går inn og ut. I 2007 ble det også estimert at alle som ikke var manuelt registrert var nordmenn, det gjorde man ikke i 2008, der er det jevnere fordelt på nasjonaliteter som det er mest sannsynlig at det kan ha vært og dermed mer realistisk og riktig. Dermed vil 2007-tallene ikke være sammenlignbare for nordmenn. De andre tallene er realistiske, og står i korrelasjon til hotellstatistikk og den økningen man merker på arbeidspress og arbeidskapasitet. Man kan nesten anta at man kan dele alle tall på nordmenn med 10, da vil tallene være mer realistiske og de står i sammenheng med resten av økningen på utlandske turister. Det er sannsynlig at antall norske besøkende, er mer eller mindre stabilt i forhold til fjoråret. Stavanger turistkontor var også i 2008 samlokalisert med Stavanger2008 og Stavanger konserthus' billettkontor som trolig gir turistkontoret en del bonusbesøk. I tillegg kan man regne med at status som Europeisk kulturhovedstad har vært med på å gi besøkstallene et betydelig løft. Det var i tillegg 90 cruiseanløp med totalt 126 000 passasjerer i 2008, 34 flere anløp og 58 365 flere cruisegjester enn året før, noe som utvilsomt var medvirkende for økningen.

Stavanger Turistinformasjon hadde seks informasjonsmedarbeidere i høysesong fra og med 1. juni 2008 til og med 31. august 2008. I tillegg hadde Region Stavanger BA tatt inn en ERASMUS praksisstudent fra Hochschule Bremen Tyskland og Hotellhøgskolen ved Universitetet i Stavanger. Studenten hadde delte arbeidsoppgaver i organisasjonen i tillegg til tre dager i uken fordelt på våre to turistkontorer. Stavanger Turistinformasjonskontor hadde fast lørdagshjelp utenom høysesong.

Sandnes Turistinformasjonskontors besøkstall er stabile i 2008 om man sammenligner med året før. 4608 personer benyttet seg av Sandnes Turistinformasjon i 2008, en liten oppgang på 2,8% fra året før. I tillegg har også dette turistkontoret tatt seg av alle e-posthenvendelser til Region Stavanger BA samt alle telefonhenvendelser til destinasjonsselskapet. I 2008 behandlet Sandnes Turistinformasjon rett i overkant av 1 000 e-posthenvendelser, og nesten 2000 telefonhenvendelser. I forhold til året før har det vært en samlet økning på 73% i antall besvarte henvendelser. Telefonsamtaler som ikke blir besvart ved høy pågang i Stavanger Turistinformasjon blir automatisk satt over til Sandnes, en ordning som har fungert bra. Sandnes Turistinformasjonskontor hadde to informasjonsmedarbeidere i høysesong fra og med 20. juni 2008 til og med 20. august 2008.

Distribusjon

Stavanger og Sandnes Turistinformasjon sendte i 2008 ut 32 046 brosjyrer av Regionsguiden 2008 mot 23 481 brosjyrer sendt ut i 2007. 38 246 brosjyrer ble i tillegg hentet i eller levert ut fra Sandnes og Stavanger Turistkontor, samt 10 900 citymap. Disse tallene omfatter kun de tilfellene der det er blitt hentet eller levert mer enn 10 eksemplarer. Det totale antallet brosjyrer som er blitt hentet eller levert fra de to turistinformasjonskontorene er derfor noe høyere enn 38 246. Det ble også i 2008 inngått en distribusjonsavtale med Destinasjon Haugesund & Haugalandet, Nordsjøvegen og Reisemål Ryfylke om felles distribusjon av brosjyrer til inn- og utland.

Informasjon til besøkende

Stavanger og Sandnes Turistinformasjon kunne i 2008 som tidligere år tilby oppdatert informasjon om Stavangerregionen samt om sentrale steder i resten av landet. Turistkontorene kunne også tilby informasjon om medlemmene i Region Stavanger BA samt om kulturarrangementer i regionen.

Prosjektet Windowsshopper ble lansert i januar 2008. Prosjektet består i en interaktiv flatskjerm som henger i vinduet til Stavanger turistkontor. Skjermen har interaktive knapper som skal kunne klikkes på gjennom vinduet fra utsiden. Region Stavanger BA er innholdsleverandør på slike skjermer. På skjermen skal turister, tilreisende samt lokalbefolkning finne informasjon om Stavangerregionen utenom turistkontorets åpningstider. Flere slike skjermer har i 2008 dukket opp i bybildet i Stavanger.

De ti mest besøkte attraksjoner i Rogaland i 2008

Attraksjon	Besøkstall 2008	Besøkstall 2007	%-vis endring 07 – 08
Kongeparken	196 765	176 313	12 %
Byrkjedalstunet, v/rv. 45	140 869	134 500	5 %
Preikestolen	117 554	105 000*)	12 %
Avaldsnesområdet	105 740	105 170	1 %
Gamle Skudeneshavn	89 229	91 849	-3 %
Sogndalstrand	59 121	57 236	3.3%
Rødne Fjord Cruise - Lysefjordcruise	58 200	55 300	5 %
Lysefjordsenteret	55 000	33 500	64 %
Arkeologisk Museum	52 722	18 706	65 %
Norsk Oljemuseum, Stavanger	49 061	46 884	4.6%
Rogaland Arboret	42 617	46 131	-8 %
Vitengarden Jærmuseet (alle anlegg)	38 966	18 600	110 %
Stavanger Museum	38 208	31 744	20 %
Friluftshuset på Orre	34 239	27 000	27 %
Kjerag/Øygaardstølen v/Lysebotn	27 841	22 900	22 %
Tide Reiser AS avd. Stavanger - Turistferja	27 505	21 920	26 %
Tide Reiser AS avd. Stavanger - Lysefjordcruise	27 019	18 750	44 %
Hå Gamle Prestegård og Obrestad fyr*)	23 100	22 783	1 %
Friluftsfyret Kvassheim	22 400	28 800	-22 %
Sommerfuglparken	22000	16 000	27 %
Måna fossen/Fjellgarden Mån	15000	19 900	kun ca. for 2008
Utstein Kloster	13 881	14 971	-7.3%
Hurtigferjen på Lysefjorden	10 272	10 621	-3 %
Tungenes Fyr *) OBS	9 500		-
Dalane Folkemuseum	8 738	9 320	-6 %
Rogaland Kunstmuseum, Stavanger	7 405	8 083	-8 %
Landa, fortidslandsbyen på Forsand	6 000	7 000*)	-14 %
Brekko friluftsområde	5 088	?	
Helleren, Grillanlegget i Lysefjorden*)	4 760	12 150	-
Flørli i Lysefjorden	4 400	4 000	10 %
Flyhistorisk Museum Sola	4 273	2 665	60 %

Årsregnskapet 2008 -Se vedlegg

Medlemmer

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

A/S Riskafjord	HOMMERSÅK
Arkeologisk Museum ved Universitetet i Stavanger	STAVANGER
AMFI Vågen	SANDNES
Avinor	SOLA
Avis Bilutleie	SANDNES
Bed & Breakfast Circle Stavanger	STAVANGER
Bed, Books & Breakfast	STAVANGER
Berg-Hansen Reisebureau AS	STAVANGER
Best Western Havly Hotell	STAVANGER
Bliss Reiseopplevelser	VIKESÅ
Bryne Kro og Hotell	BRYNE
Byrkjedalstunet AS	DIRDAL
Bølgen & Moi Stavanger	STAVANGER
Cafè Sting	STAVANGER
Casa Nostra	STAVANGER
Charles & De	SANDNES
Checkpoint Charlie	STAVANGER
Clarion Hotel Stavanger	STAVANGER
Comfort Hotel Stavanger	STAVANGER
Conventor AS	STAVANGER
Dalane Opplevelser	VIKESÅ
Det Lille Huset	STAVANGER
Døvre Event og Marketing AS	STAVANGER
Eland Bed & Breakfast	SANDNES
Eli N. Aga	STAVANGER
Figgjo AS	SANDNES
Finnøy Havsenter AS	FINNØY
First Hotel Alstor	STAVANGER
Fjord Events AS	HJELMELAND
Fjord Line AS	EGERSUND
Fjordbris Hotell AS	RENNESØY
Flor & Fjære	STAVANGER
Folken	STAVANGER
Frafjord Hytteutleie	SANDNES
GamlaVærket Hotell & Restaurant	DIRDAL
Gjesdal Gjestgiveri	SANDNES
Gjesdal Kommune	ÅLGÅRD
Gjestal Spinneri ASA	ÅLGÅRD
Glass-studio Jæren	OLTEDAL
Golf travel & living	VARHAUG
Guidecompaniet	SOLA
Hall Toll	STAVANGER
Hansen Hjørnet	SJERNARØY
Herlige Stavanger Restauranter	SIREVÅG
Hertz Bilutleie	STAVANGER
Holmavatn Ungdoms- og Misjonssenter	STAVANGER
Hordatun	VARHAUG
Hotell Sverre	RØLDAL
Hummeren Hotell	SANDNES
Huset ved Havet	TANANGER

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

Hå Kommune	STAVANGER
Iittala Høyang Polaris Fabrikksalg, avd.Polaris	VARHAUG
Jans mat- og vinhus	SANDNES
Johs Lunde Yachting	STAVANGER
Jæren Hotell	HUNDVÅG
Jærmuseet	BRYNE
Klepp kommune	NÆRBØ
Klepp Sparebank	KLEPPE
Kolumbus, Rogaland Kollektivtrafikk FKF	KLEPPE
Kronen Gaard Hotel	STAVANGER
Kronengruppen	SANDNES
Kulturkompaniet	SANDNES
Kvadrat	STAVANGER
Lilland Hotell	KVITSØY
Linloftet	TAU
Lundsvågen Naturskole	BRYNE
Lysefjorden Opplevelser AS	HUNDVÅG
Metro Lekeland	FORSAND
MingarWalker Glassblåseri	SANDNES
Mo Laksegard	NÆRBØ
Myhregaarden Hotel Stavanger	SAND
NorCopter AS	STAVANGER
Norgestaxi AS	HAFRSFJORD
Norsk Oljemuseum	SOLA
Norsk Telemuseum	STAVANGER
Norwegian Air Shuttle ASA	STAVANGER
Nærland Gjestegard	FORNEBU
Obrestad Hytteutleie, Brekkebua	NÆRBØ
Oleana Stavanger AS	NÆRBØ
Park Inn Stavanger	STAVANGER
Quality Airport Hotel Stavanger	STAVANGER
Quality Hotel Residence	SOLA
Radisson SAS Atlantic Hotel	SANDNES
Radisson SAS Royal Hotel	STAVANGER
Randaberg kommune	STAVANGER
Rica Forum Hotel	RANDABERG
Rica Park Hotel Stavanger	STAVANGER
Rogaland Fritidspark AS	STAVANGER
Rogaland Kunstmuseum	ÅLGÅRD
Rogaland Taxi AS	STAVANGER
Rogaland Teater	STAVANGER
Rogalandsheimen Gjestgiveri	STAVANGER
Ryfylke Kajakk	STAVANGER
Rødne Fjord Cruise	JELSA
Sandnes Brygge	STAVANGER
Sandnes Garn	SANDNES
Sandnes Hytter og Camping, Vølstadskogen	SANDNES
Sandnes kommune	SANDNES
SAS	SANDNES
Scan One AS	Oslo
SF Kino Stavanger/Sandnes AS	STAVANGER

Randaberg, Stavanger, Sandnes, Sola, Gjesdal, Klepp, Time og Hå

Sjøhusene i Stavanger AS	STAVANGER
Sjøhuset Skagen	STAVANGER
Skagen Brygge Hotell	STAVANGER
Skansen Hotel	STAVANGER
Smarthotel Forus	STAVANGER
Sola kommune	SANDNES
Sola Strand Hotel	SOLA
Sommerfuglparken	SANDNES
Sparebank 1 SR-bank	STAVANGER
Spa-Hotell Velvære	HJELMELAND
St. Svithun Hotell	STAVANGER
Stavanger Bed & Breakfast	STAVANGER
Stavanger Forum	STAVANGER
Stavanger Glassblåseri	STAVANGER
Stavanger Guideservice	STAVANGER
Stavanger kommune	STAVANGER
Stavanger Konserthus	STAVANGER
Stavanger lille Hotel	STAVANGER
Stavanger Mosvangen Camping	STAVANGER
Stavanger Museum	STAVANGER
Stavanger Taxisentral	STAVANGER
Stavangeren	STAVANGER
Stavanger-Madla B&B	HAFRSFJORD
Tango Bar & Kjøkken	STAVANGER
Thon Hotel Maritim	STAVANGER
Thon Hotel Sandnes	SANDNES
Tide Reiser AS avd. Stavanger/Neste Blåne	STAVANGER
Time Kommune	BRYNE
Todnem Seng & Frokost	RANDABERG
Tomat og Kjøkken as, Gaffel & Karaffel	STAVANGER
Tryggvi Islandshestegård	MOSTERØY
Veolia Transport Sør AS	HAFRSFJORD
Victoria Hotel	STAVANGER
Viking Konferansesenter	STAVANGER
Viste Appartement	RANDABERG
Viste Strandhotell	SANDNES
WWW Verktøy AS	STAVANGER
Åmøy Fjordferie	VESTRE ÅMØY