



Internasjonalt pressearbeid

Markedsarbeid Bli synlig i pressen 2016 Presseresultater
Tips Synlighet og PR

Bli synlig i pressen

Pressearbeid er en viktig del av Innovasjon Norges markedsarbeid. Synlighet i utenlandske medier gir en fantastisk eksponering til en brøkdelen av kostnadene ved annonsering i tilsvarende medier.

Redaksjonell omtale oppfattes ofte som mer troverdig og interessant for forbrukeren, og er derfor et effektivt markedsføringsverktøy i kombinasjon med tradisjonell markedsføring.

Hvorfor pressearbeid?

Hovedmålet med pressearbeidet er å øke kunnskapen om Norge og posisjonere landet som et attraktivt reisemål som tilbyr spennende opplevelser og aktiviteter i en vakker natur. Sammen med reiselivsnæringen skal vi skape reiselyst og øke Norges attraktivitet som reisemål.

Dette oppnår vi gjennom et proaktivt PR arbeid i våre definerte markeder. De presseansvarlige kjenner de lokale medielandskapene godt, og jobber målrettet for å skape gode relasjoner til journalister og bloggere, invitere til presseturer og drive generelt PR arbeid for å skape en økt oppmerksomhet om Norge i utenlandske medier.

Hva er pressearbeidet verdt?

Det å arrangere og være vertskap for presseturer innebærer en del kostnader for de involverte. Men vi mener at redaksjonell omtale, gir en synlighet og oppmerksomhet for våre partnere som er verdt investeringen det koster å ta imot pressebesøk.

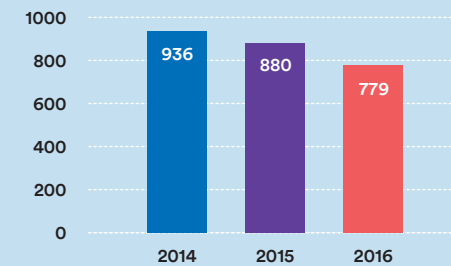
Vi måler verdien av presseomtale ved å vurdere annonseverdien av artikler (dvs. den tilsvarende kostnaden ved annonseplass i mediet). Vi måler kun annonseverdien der Innovasjon Norge har vært involvert i organiseringen av presseturen, eller på annen måte har vært involvert i utformingen av artikkelen. Tallene er hovedsakelig et resultat av trykket og online presse. TV og radio er også viktige kanaler for synlighet, men siden det er svært kostbart å måle verdien av omtale i disse kanalene på samme måte som for andre medier, har vi ikke inkludert annonseverdien, men kun antall programmer.

Synlighet verdt milliarder

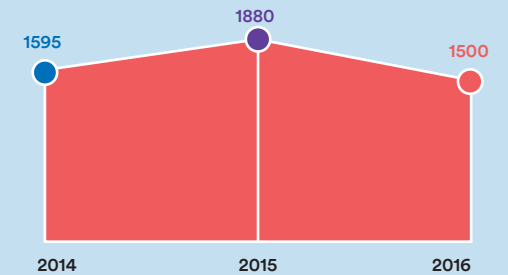
Pressearbeid er et viktig satsingsområde for Innovasjon Norge og dette gjenspeiles i de totale tallene for 2016. I 2016 var det totalt ca. 15 700 artikler om Norge i utenlandske medier til en annonseverdi tilsvarende 1,5 MRD NOK. Antall artikler er stabilt i forhold til 2015, mens det er en nedgang i annonseverdien som bla. skyldes flere online artikler som har en betydelig lavere annonseverdi.

Det har vært en liten nedgang i antall journalister på presseturer, mens det har vært flere bloggere på besøk i Norge. Vi har gjennom de siste år kartlagt bloggere og invitert bloggere til Norge som en del av mediemiksen.

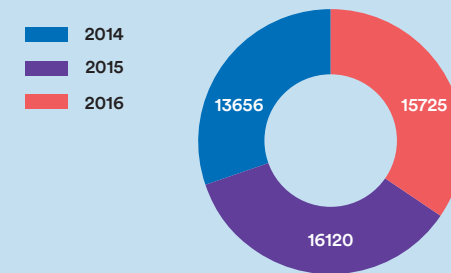
Journalister på pressetur



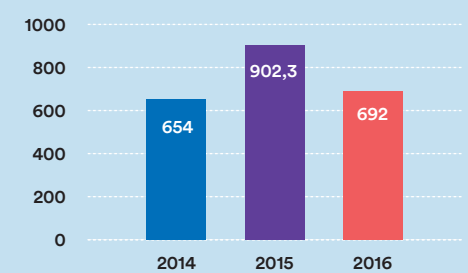
Total annonseverdi (MILL NOK)



Totalt antall artikler om Norge som reisemål



Annonseverdi av artikler som resultat av presseturer (MILL NOK)



PRESSERESULTATER 2016	TOTAL
Totalt antall artikler om Norge som reisemål	15 725
Total annonseverdi (MRD NOK)	1,5
Antall artikler publisert som resultat av presseturer	5 930
Annonseverdi av artikler som resultat av presseturer (MILL NOK)	692
Totalt antall journalister på presseturer	779
Antall bloggere på presseturer	105
Produerte nyhetsbrev	171
Produerte pressemeldinger	211
Antall TV programmer om Norge som IN har vært involvert i	71
Antall radioprogrammer om Norge som IN har vært involvert i	51

De gode eksemplene

I 2016 VAR NORGE som reisemål omtalt i ca. 15 700 artikler i våre prioriterte markeder, og av disse var ca. 5 900 artikler et direkte resultat av arbeidet til nesten 800 journalister og 100 bloggere som var med oss på pressetur i 2016 eller tidligere år, da arbeidet med presse er langsiktig.

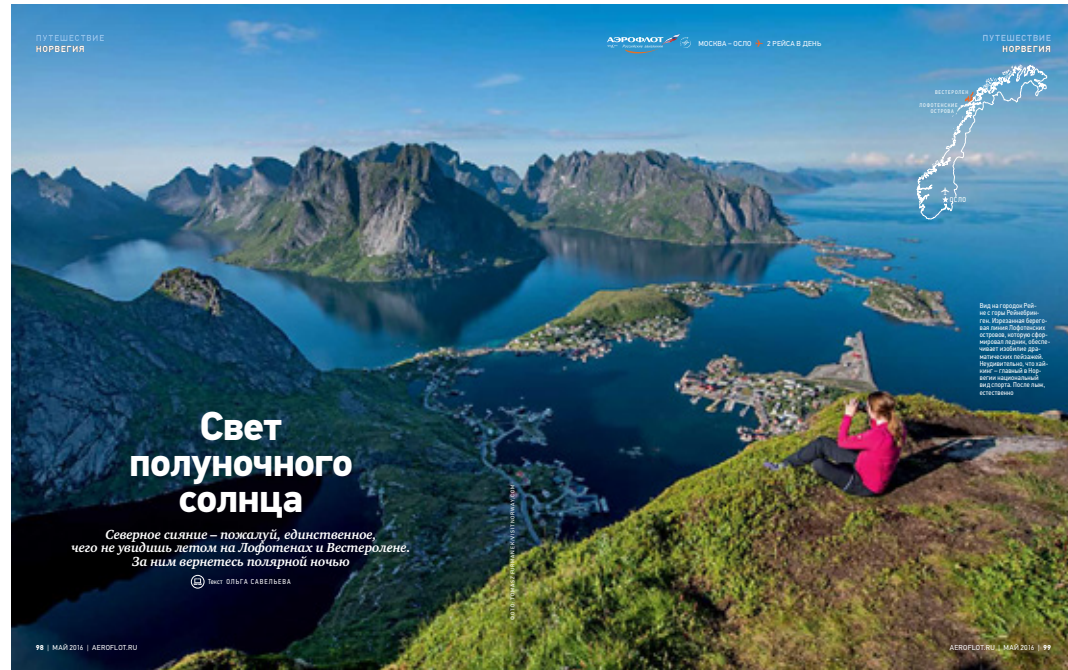
Her ser du noen av historiene som ble fortalt om Norge til et internasjonalt publikum i 2016. Alle eksemplene på disse sidene er et resultat av arrangerte presseturer i samarbeid med partnere.

Vanity Fair

Publiseringsdato: Desember 2016 / Antall sider: 6
Annonseverdi: NOK 3.617.300 / Opplag: 208 800



Misfatto bianco



Aeroflot

Publiseringsdato: Mai 2016
Antall sider: 8
Annonseverdi: NOK 1 018 940
Opplag: 100 000

Ugebladet SØNDAG

Publiseringsdato: Juni 2016
Antall sider: 3
Annonseverdi: NOK 139.700
Opplag: 82 511

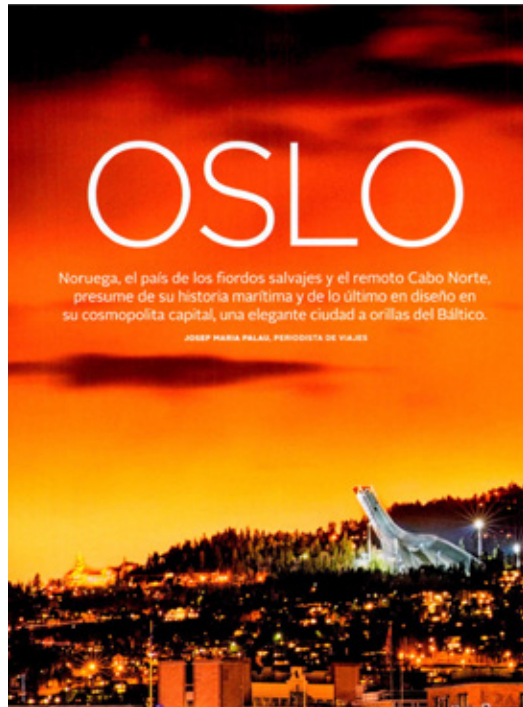


Happinez

Publiseringsdato: Oktober 2016
Antall sider: 10
Annonseverdi: NOK 994.500
Opplag: 205 000

The Times

Publiseringsdato: Desember 2016
Antall sider: 2 sider oppslag
Annonseverdi: NOK 470.780
Opplag: 446 164



Viajes National Geographic

Publiseringsdato: Juli 2016
Antall sider: 15
Annonseverdi: NOK 1.260.729
Opplag: 66 315

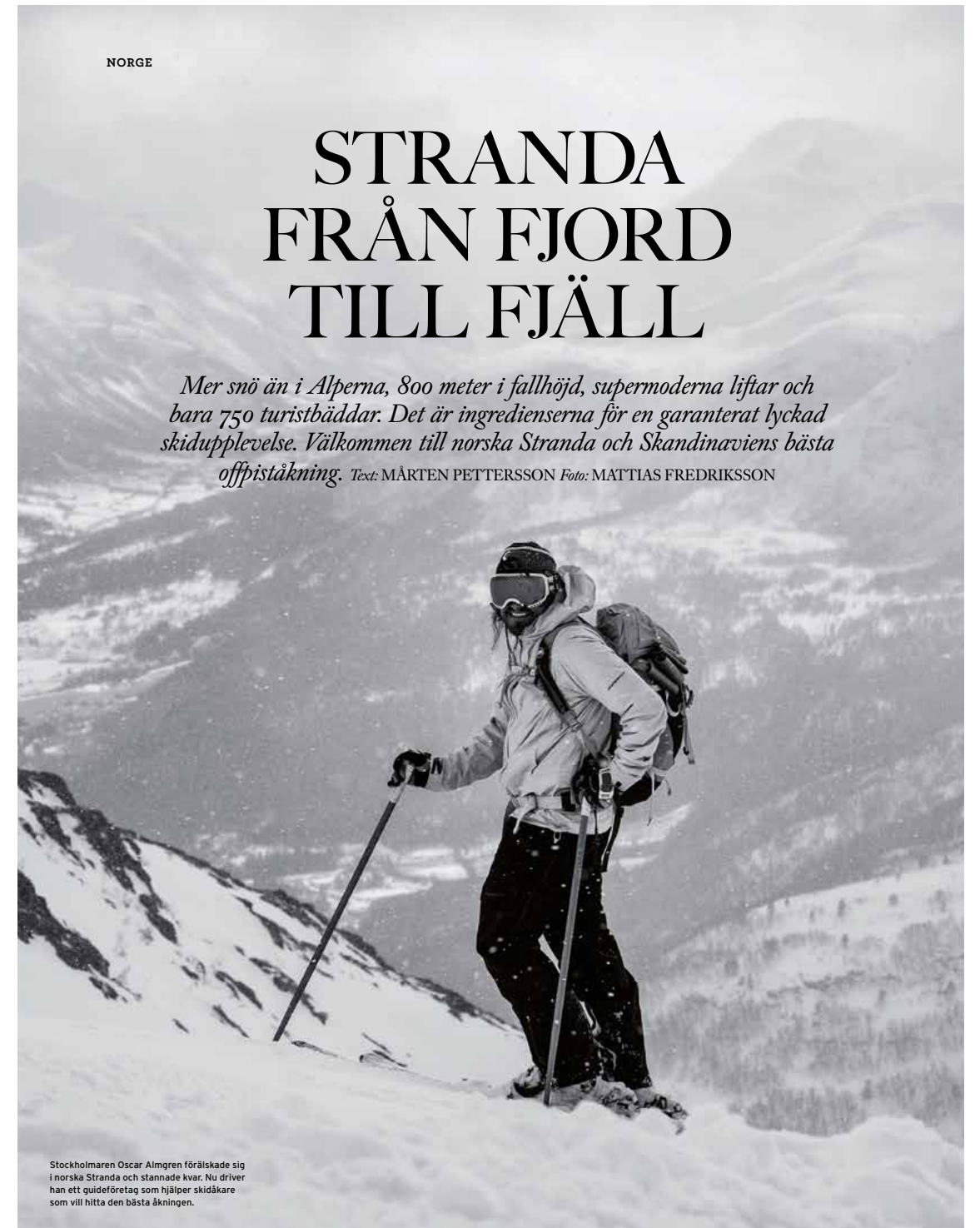


GEO Magazine

Publiseringsdato: Desember 2016
Antall sider: 16
Annonseverdi: NOK 4 190 168
Opplag: 175 000

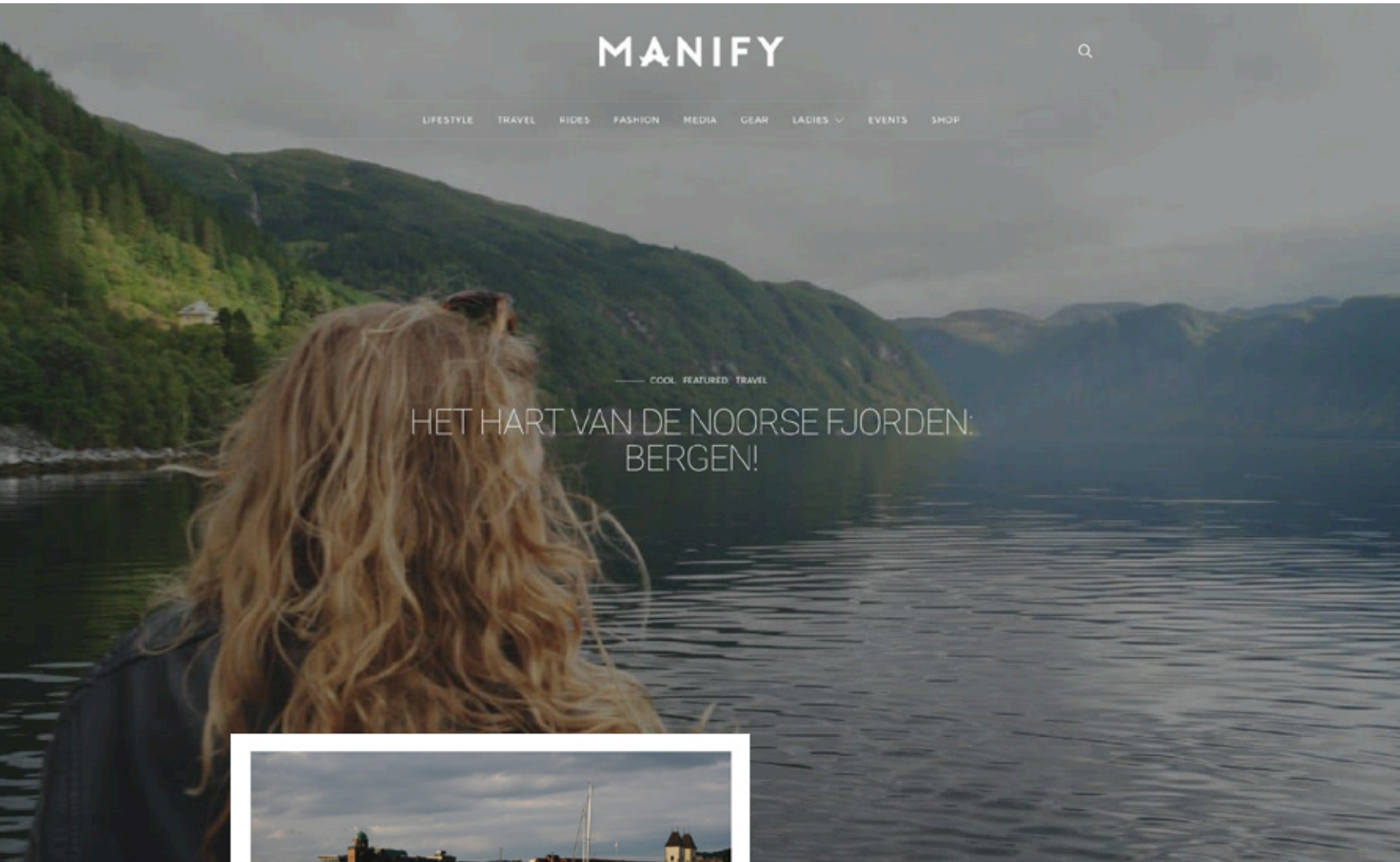
Food & Wine Magazine

Publiseringsdato: Februar 2016
Antall sider: 13
Annonseverdi: NOK 13.700.000
Opplag: 952 788



RES

Publiseringsdato: Desember 2016
Antall sider: 6 sider + forside
Annonseverdi: NOK 212.000
Opplag: 30 000



Bergen: het hart van de Fjorden

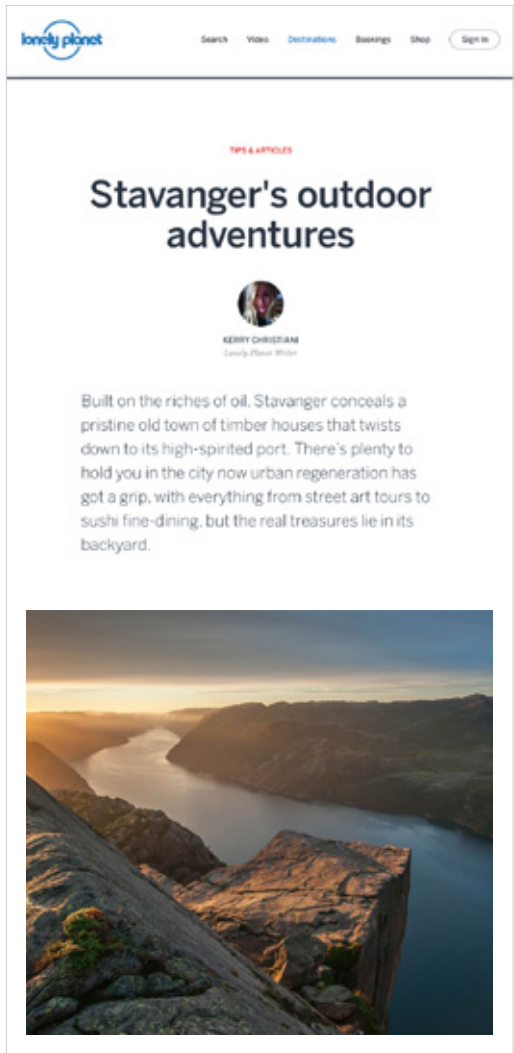
Bergen staat bekend om zijn kleurrijke haven, Hansekafe Bryggen, die ooit als handelsplaats werd gebruikt tussen Scandinavië en de rest van Europa. Tegenwoordig vind je er veel restaurants, cafés, winkels en musea. De huizen die aan deze fotogenieke kade zijn gebouwd, zijn onderdeel van de werelderfgoedlijst van Unesco en zeker een bezoekje waard.

Voor meer kledingwinkels, loop je het oude centrum in waar genoeg hippe mannenwinkels te vinden zijn zoals **Pepper** en **Scabal Heritage**. Wil je toch gaan voor wat meer klasse en stijl, vergeet dat niet langs **T. Michael** te wandelen. Hier over later meer op Manify!

Na een dag shoppen is niets lekkerder dan even heerlijk te ontspannen. Perfect voor mannen is **Bergen Barberstue** of **H2 Barber & Sons** voor een heerlijke scheer- of kappersbeurt om de dag goed af te sluiten.

www.manify.nl

Navn på artikkel: The heart of the Fjord mountains
Publiseringsdato: Oktober 2016
Annonseverdi: NOK 22 500
Besøk pr. måned: 150.000



www.lonelyplanet.com

Publiseringsdato: September 2016
Annonseverdi: NOK 4000
Besøk pr. måned: 10 300 000



www.elmundo.es

Publiseringsdato: November 2016
Annonseverdi: NOK 745 623
Besøk pr. måned: 16 569 342



www.fokus.de

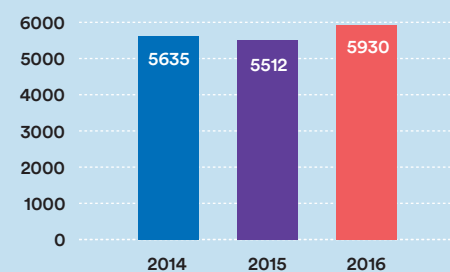
Publiseringsdato: Mars 2016
Annonseverdi: NOK 1 340 000
Besøk pr. måned: 4 855 000

Presseresultater per marked 2016

	Benelux	Brasil	Danmark	Frankrike	Italia	Japan	Kina	Korea	Russland	Spania	Storbritannia	Sverige	Tyskland	USA
Totalt antall artikler om Norge som reisemål	250	669	558	623	1 248	8	274	308	2 891	1 169	1 788	250	5 178	711
Total annonseverdi av artikler om Norge som reisemål (MILL NOK)	21,3	257,5	17,3	40	144,5	6,9	17,5	232,2	13,2	78,8	162,5	18,1	193,3	287,4
Antall artikler publisert som resultat av presseturer	124	21	398	90	850	7	0	33	23	67	345	137	3 331	504
Annonse verdi av artikler som resultat av presseturer (MILL NOK)	11,2	33,4	15	14	106	4,1	0	54,7	8	19,8	34,4	15,2	170,7	205,1
Totalt antall journalister på presseturer	53	11	51	47	129	4	0	15	36	66	91	67	135	74
Antall bloggere på presseturer	2	0	8	24	17	0	0	0	6	14	3	8	11	12
Produserte nyhetsbrev	9	15	0	0	13	1	82	10	24	15	0	0	0	2
Produserte pressemeldinger	10	23	16	3	14	0	19	12	9	10	6	40	48	1
Antall TV programmer om Norge som IN har vært involvert i	3	1	3	1	9	5	0	1	15	20	3	0	10	0
Antall radioprogrammer om Norge som IN har vært involvert i	0	0	0	0	2	0	0	0	7	10	0	0	10	22

Annonseverdi er omregnet fra lokal valuta til NOK

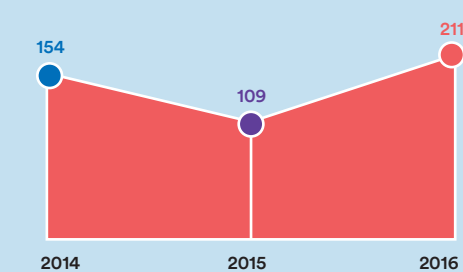
Antall artikler publisert som resultat av presseturer



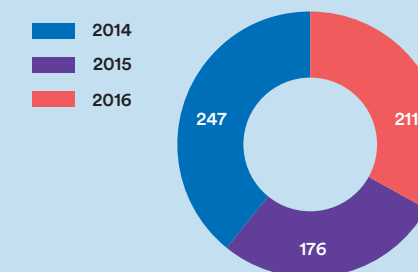
Antall bloggere på pressetur

105

Produserte nyhetsbrev



Produserte pressemeldinger



Hvordan kan du og din bedrift bli synlig i media?

I dag benytter de fleste organisasjoner og bedrifter seg av et aktivt PR-og pressearbeid. Dette fører til en økt konkurranse om synligheten, og et større krav til nyhetsverdien av det som skal presenteres.

Internasjonale redaksjoner er også under press gjennom bemanningskutt og/eller budsjettkutt. Disse faktorene gjør at vi konkurrerer i en hardere internasjonal konkurranse, hvor journalister har mindre tid og kapasitet til å reise. Nye vinklinger og unike historier blir etterspurt og stadig oftere et krav, for å klare å få

med de beste journalistene på pressereiser.

Dette utfordrer både oss og våre partnere til å jobbe enda mer målrettet. For å vekke mediernes interesse og tiltrekke oss de beste mediene, må vi være innovative, proaktive og ha øye for de nye og unike historiene om Norge, samtidig som vi må formidle og fortelle historiene på en spennende måte.

Hva skal til for at din bedrift skal oppnå synlighet i internasjonale medier? I tabellen nedenfor finner du noen tips til destinasjoner og regioner som ønsker å jobbe mer aktivt mot pressen.

ANNONSERING	PR
Kjøpt – En betaler per annonse	Tradisjonelt: Redaksjonell gratis omtale
Vet eksakt hva du betaler for	Vet ikke eksakt hva du vil få og eller hva omtalen vil bli
Du kontrollerer hva innholdet skal være	Journalisten eller andre skaper budskapet
Plassen til å fortelle budskapet er begrenset	Mer rom for utvidet budskap
Du vet eksakt når annonsen kommer på trykk, og kan derfor planlegge strategisk	Du kan ikke kontrollere når saken kommer på trykk
Annonsering er kostbar synlighet	Er mindre kostbart og kan gi større uttelling

Hvordan kan vi hjelpe din bedrift?

Så, du har bestemt deg for å investere i presse. Da er det vel bare å invitere journalister og få de til å skrive om det vi viser frem? Vi skulle ønske det var så enkelt, og selv om vi nyter av et godt naturlig utgangspunkt, med et land som byr på spennende aktiviteter og tar seg bra ut på bilder, er det fortsatt en del ting vi må legge til rette for å oppnå de beste resultatene.

Dette for å forsikre oss om at:

1. Journalistene ønsker å komme på besøk og 2. At de faktisk skriver om det vi ønsker at de skal skrive om.

Det er viktig å understreke at alle journalister som kommer til Norge skriver akkurat det de ønsker om landet vårt eller hjemstedet ditt. Vi kan aldri diktere hva en journalist skal skrive eller tvinge de til å skrive om en bestemt sak. Men vi kan inspirere og legge til rette for en best mulig vinkling og dekning.

Vi ønsker å hjelpe din bedrift til større synlighet i utenlandsk presse. Men for at vi skal klare dette og for at journalister skal skrive om deg og ditt produkt må man legge til rette for dette på en god måte. Så hvordan går du frem?

5 tips til økt synlighet

- BLI MED PÅ VÅRE MARKEDSAKTIVITETER**
– Som regel er pressebearbeidelse en del av våre markedsaktiviteter.
- SEND OSS NYHETER OG PRESSEMELDINGER**
– Vi hjelper deg å spre dine nyheter om du sender dem til oss. Vi er alltid på jakt etter ferske nyheter.
- VIS FREM ET UNIKT PRODUKT**
– Journalister er alltid på jakt etter noe nytt og unikt, tenk etter om du har noe unikt eller nytt å vise frem.
- FORTELL DE GODE HISTORIENE**
– Journalister lever av å formidle de gode historiene. Grav frem de spennende og gjerne personlige historiene fra din destinasjon. Dette kan være avgjørende for å fange journalistens interesse.
- VÆR EN GOD VERT**
– En god vert kan gjøre hele forskjellen. Vær forberedt, vær ekte og tør å være litt personlig.

Hva er en god PR-historie?

Hvordan man fremstiller og forteller en sak kan være avgjørende for om journalisten fatter interesse for saken. Her er våre tips til hva som kan gjøre en sak mer spennende:

- Må være en ny sak – ha nyhetsverdi
- Media må fatte interesse for historien, gjerne gjennom følgende punkter:
 - Troverdig
 - Personlig/ identifiserbart
 - Overraskende
 - Historien kan være interessant for mange
 - Mulig å ta en posisjon på et område?
- Trender kan være en fin inngang
- Vanlig norsk = eksotisk for utlendinger
- Lokale historier og mennesker
- Gode bilder øker sjansen for å komme på i media

6 grunner til å investere i PR

- Kan virke mer troverdig enn annonsering
- Det er kostnadseffektivt
- Gir rom for mer utvidet historiefortelling/budskap
- Kan forlenge og forsterke effekten av kampanjer og sikre tilstedeværelse over tid
- Sosiale medier og online artikler gir større sjanse for spredning
- Annonsering koster og er dermed tidsbegrenset. PR blir liggende tilgjengelig i lang tid

Internasjonalt pressearbeid



01

01
Fjelltur over
Besseggen

Espen Kristiansen/
Field Productions
Visitnorway.com

02
Slow fast food

Tina Stafren
Visitnorway.com



02

Innovasjon Norge har i mange år jobbet aktivt mot pressen i våre prioriterte markeder. I hvert av våre markeder er det ansatt en person som er ansvarlig for det respektive pressearbeidet.

Våre presseansvarlige har god kunnskap om det lokale medielandskapet. De har opparbeidet seg et svært godt kontaktnettverk av journalister i de markedene de opererer i og jobber aktivt med den lokale pressen for å øke den generelle presseomtalen om Norge som reisemål. Hverdagen til de presseansvarlige består blant annet av å håndtere daglige pressehenvendelser, organisere og invitere journalister på presseturer, skrive og formidle nyheter om Norge som ferieland, kommunisere pressemeldinger, arrangere PR-events, løpende oppdatere kontaktnettverket samt å formidle og rapportere presseresultater til våre partnere.

Vi hører gjerne fra deg!

De presseansvarlige har et spesielt fokus på å øke synligheten til kampanjepartnere, men vi tar med glede imot nyheter og tips fra deg og din bedrift eller destinasjon. Vi er alltid på jakt etter gode historier eller nyheter som vi kan dele med journalister i vårt nettverk. Her finner du en oversikt over de presseansvarlige, kontakt oss gjerne dersom du har tips eller spørsmål vedrørende pressearbeidet.

Vi benytter anledningen til å takke reiselivsnæringen for godt samarbeide i 2016 og ser frem til et spennende nytt PR-år for reiselivs Norge.

Våre presseansvarlige



ASIA/BRASIL
Per Holte
+ 47 41789028
per.holte@innovasjon Norge.no



BENELUX
Ranhilde Luttenberg
+ 31 70 346 73 48
ranhilde.luttenberg@innovasjon Norge.no



DANMARK
+ INTERNASJONAL PROSJEKTLEDER
Mona Konuralp
+ 45 2248 5249
mona.konuralp@innovasjon Norge.no



FRANKRIKE
Delphine Vallon
+ 33 (0)1 53 23 00 51
delphine.vallon@innovasjon Norge.no



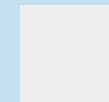
ITALIA
Elisabeth Ones
+ 39 348 30 56 978
elisabeth.ones@innovasjon Norge.no



RUSSLAND
Olga Philippenko
+ 7 903 7243020
Olga.Philippenko@innovasjon Norge.no



SPANIA
Eugenia Fierros
+ 34 91 344 09 87
eugenia.fierros@innovasjon Norge.no



STORBRIANNIA
Kristine Bjørge
+44 07473 85 0067
Kristine.Bjorge@innovasjon Norge.no



SVERIGE
Caroline Lundkvist
+ 46 704716407
caroline.lundkvist@innovasjon Norge.no



TYSKLAND
Hilke Von Hoerschmann
+ 49 40-22 94 1540
hilke.von.hoerschmann@innovasjon Norge.no



USA
Harald Hansen
+ 1 212-885-9751
harald.hansen@innovasjon Norge.no



Foto forside: Samuel Taipale / Visitnorway.com

Innovasjon Norge
Postboks 448 Sentrum, 0104 Oslo
Akersgata 13, 0158 Oslo

Telefon: 22 00 25 00
post@innovasjon norge.no
www.innovasjon norge.no