

SJEKKLISTE FOR ANSVARLIG MARKEDSKOMMUNIKASJON FOR FOTOGRAFER, PRESSE OG INFLUENCERE

Riktig markedskommunikasjon kan være et betydningsfullt virkemiddel for å styre bedre gjestehåndtering, å skape realistiske forventinger til gjester, å informere om normer og regler og lede gjester mot mer bærekraftige valg.

Visit Bergen har mål om at all markedskommunikasjon om Bergensregionen skal være autentisk, realistisk og respektfull overfor gjester og lokalsamfunn. Denne sjekklisten gir kort oversikt over hvilke hensyn som bør tas når man viser frem Bergensregionen som reisemål.

Bildet til høyre ble tidligere brukt i Visit Bergens markedskommunikasjon. Det framstiller teltning i Byfjellene, som i store deler av området mellom Ulriken og Fløyen ikke er tillatt. Fordi vi ikke ønsker å gi gjester et uriktig bilde av hva man kan gjøre i Bergen eller oppfordre til uønsket aktivitet brukes ikke bildet lenger.



DETTE BØR MAN UNNGÅ Å VISE:

- Overnatting (telting, hengekøyer) i hensynssonen på Byfjellene eller andre plasser hvor dette ikke er tillat.
- Hunder uten bånd i Byfjellene, i sentrum eller i innmark.
- Båltenning i bålforbudsperioden (15. april -15.september).
- Personer i farlige situasjoner («på kanten av et stup»).
- Kajakkpadling eller lignende uten bruk av redningsvest.
- Sykling eller lignende uten bruk av hjelm.

Bildet til venstre ble tidligere brukt i markedskommunikasjon fra Visit Bergen. Bildet benyttes ikke lenger fordi det viser en hund som går uten bånd i Byfjellene, hvor det er påbud om båndtvang.

DETTE ØNSKER VI Å VISE MER AV:

- ❑ Mindre kjente steder/vinklinger av Bergen og regionen .
- ❑ Realistiske bilder av hva besøkende kan forvente i Bergensregionen til forskjellige tider av året.
- ❑ Innhold som viser en realistisk framstilling av Bergen i all slags vær.
- ❑ Et realistisk bilde av hvilke situasjoner man kan møte som besøkende, samt ferdigheter og utstyr man trenger.
- ❑ Innhold om lokale matopplevelser og kortreist mat.
- ❑ Innhold om lokale kunst- og kulturopplevelser, museer og lokalhistorie.



GRØNNVASKING

Bergen skal fremstilles ærlig og etterrettelig som et reisemål for nåværende og fremtidige gjester. Visit Bergen har derfor signert Grønnvaskingsplakaten.

Vi oppfordrer alle som arbeider med markedsføring av Bergen som reisemål om å gjøre seg kjent med og følge Grønnvaskingsplakatens 10 prinsipper.