

An aerial photograph of a Norwegian fjord. The scene is dominated by towering, dark grey mountains with jagged peaks that rise steeply from the water's edge. The water is a deep, calm blue, reflecting the sky. In the foreground, a small village with white houses and red roofs is nestled on a peninsula. Several boats are docked at a pier. The sky is filled with soft, white clouds, suggesting a bright but slightly overcast day.

PR RAPPORT 2025

NordNorsk Reiseliv

Levert av
meraki studio

OPPSUMMERING

I perioden januar til desember 2025 ble det gjennomført et samarbeid mellom byrået meraki studio og NordNorsk Reiseliv, med hovedvekt på innholdsproduksjon. Avtalen omfattet:

- Utarbeidelse av en redaksjonell innholdsplan.
- Produksjon av 18 redaksjonelle tekster, inkludert idéutvikling, research, intervju(er) og to korrekturrunder.
- En omfattende reisereportasje fra Finnmark.
- Distribusjon av innhold til aktuelle journalister gjennom et internasjonalt nyhetsrom.
- Utskifting av nyhetsromplattform.
- Oppdatering av medielister og utvide kontaktnettverk.
- En omfattende analyse av Bodø2024 og kulturhovedstadens betydning for internasjonal profilering og reiselivsutvikling.
- Analyse og avsluttende PR rapport.

Målet har vært å bruke nyhetsrommet som et strategisk PR-verktøy for å bygge merkevaren, skape kontinuerlig synlighet og tydeliggjøre utviklingen av Nord-Norge over tid i internasjonale markeder.



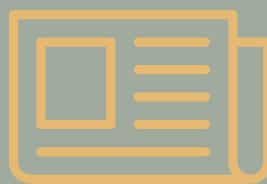
**NordNorsk
Reiseliv AS**

NØKKELFUNN



18 122

Visninger i nyhetsrommet



56

Totalt antall medieomtaler
(↑120 % fra 2024)



15,6

millioner i artiklenes
rekkevidde *Cision



0,5

millioner NOK i annonseverdi
*Cision



100%

Positivt sentiment

Fra 2024 til 2025 har rekkevidden økt fra 42 000 til 15,6 millioner. Samtidig har annonseverdien økt med om lag 51 %, noe som indikerer omtale i større medier enn året før. Tallene viser gjennomsnittlig potensielt lesertall for artiklene, samt den potensielle verdien av opptjente medier basert på artiklene som er lagt til.

STRATEGI

I 2025 la vi et klart strategisk fokus på å styrke vår kommunikasjon, samtidig som vi gjennomgikk en viktig plattformendring. Hovedprioriteringen var å bytte ut Mynewsdesk, som ikke fungerte optimalt for våre behov med internasjonale kontakter og medieovervåkning. Dette valget var nødvendig for å sikre bedre rekkevidde, målrettet distribusjon og mer pålitelig innsikt i medieomtale globalt. Plattformbyttet styrket både distribusjonen og datakvaliteten, og ga oss bedre innsikt i vårt PR arbeid.

Innholdsmessig reflekterte nyhetsromssakene vår satsing på å løfte frem sterke historier som bygger attraktivitet og bevissthet om destinasjonene.

Dette inkluderte blant annet:

- Presentasjon av nye og voksende reiselivstrender som «noctourism».
- Kommunikasjon av rekordvekst i turisme med økning i internasjonale overnattinger og nye ruteforbindelser fra sentrale europeiske markeder.
- Synliggjøring av større initiativer som deltakelse på internasjonale messer og kampanjer rettet mot nye målgrupper.
- Fremheving av sterke lokale utviklingsprosjekter og bærekraftige tilbud, som nye aktiviteter og overnattingsprosjekter som løfter nordnorske opplevelser.



PUBLIKASJONSSAMMENDRAG

I perioden ble det produsert totalt 18 artikler. Hovedtyngden besto av 16 engelskspråklige saker rettet mot internasjonale medier, i tillegg til to artikler publisert på norsk for det norske markedet.

Publiseringsdato: 17 januar

Tittel: Showcasing Norwegian Food Culture in Germany

Publiseringsdato: 3 februar

Tittel: A Landmark Investment: An Ambitious Hotel to Redefine Arctic Hospitality on the Coast of Helgeland

Publiseringsdato: 4 februar

Tittel: Lofoten Ranks Among the Top Food Destinations for 2025

Publiseringsdato: 09 juni

Tittel: Midnight Sun and Big Dreams: The Making of Trevarefabrikken in Henningsvær

Publiseringsdato: 12 juni

Tittel: Stone Stacking Threatens Arctic Norway's Fragile Landscapes

Publiseringsdato: 19 juni

Tittel: Remarkable International Impact as European Capital of Culture

Publiseringsdato: 24 juni

Tittel: All Routes Lead North: Bodø's Rising Role in Summer Travel

Publiseringsdato: 2 juli

Tittel: Race the Arctic: Top Running Adventures in Northern Norway

PUBLIKASJONSSAMMENDRAG

Publiseringsdato: 8 august

Tittel: [A New Arctic Landmark Breaks Ground in Northern Norway](#)

Publiseringsdato: 10 september

Tittel: [Volunteer Tourism in Træna: A New Chapter in Sustainable Travel](#)

Publiseringsdato: 1 oktober

Tittel: [Finnair strengthens Arctic connectivity with new direct routes to Northern Norway](#)

Publiseringsdato: 7 oktober

Tittel: [Stories from the Far North](#)

Publiseringsdato: 16 oktober

Tittel: [New direct flight from Frankfurt to Alta brings the Arctic closer for European winter travellers](#)

Publiseringsdato: 11 november

Tittel: [Northern Norway Sets New Tourism Record](#) ← *fikk mest medieomtale*

Publiseringsdato: 18 november

Tittel: [Ny informasjonsfilm skal styrke trafikksikkerheten for vinterturister](#)

Publiseringsdato: 19 november

Tittel: [New informational film aims to improve traffic safety for winter tourists](#)

Publiseringsdato: 26 november

Tittel: [Noctourism: Why Northern Norway Is Becoming the World's Ultimate After-Dark Destination](#) ← *fikk mest visninger*

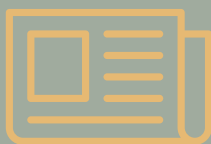
Publiseringsdato: 17 desember

Tittel: [Nord-Norge topper verdiskaping per innbygger – en nøkkelregion for norsk reiseliv](#)

INTERNASJONAL PR-EFFEKT AV BODØ2024

Våren 2025 arbeidet vi frem en analyse og rapportering av global medieomtale og reiselivseffekter knyttet til europeisk kulturhovedstad sammen med Bodø2024. Rapporten inngår som del av den offisielle evalueringen til EU og gir et solid kunnskapsgrunnlag for videre destinasjons- og omdømmearbeid.

Omfanget og kvaliteten på medieomtalen viser at Bodø2024 har hatt betydelig gjennomslag i internasjonale medier og bidratt til langsiktig verdibygging for regionens omdømme.



4506

internasjonale medieomtaler
*2023 og 2024



599

millioner NOK i annonseverdi
for 2023 og 2024 *Cision



15,9

milliarder i potensiell rekkevidde
for 2023 og 2024 *Cision



89,3%

positiv sentiment
*2023 og 2024

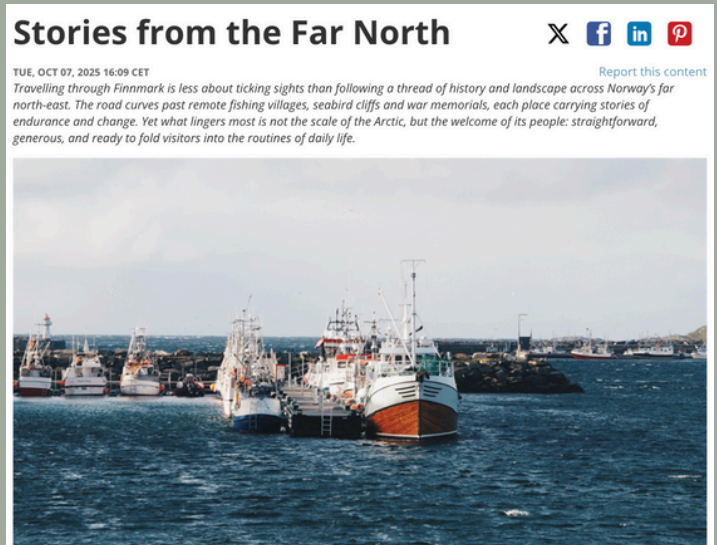
DETTE VAR VIKTIG FOR Å:

- dokumenterte effekten av langsiktig og strategisk PR-arbeid i internasjonale medier
- bekrefte Nord-Norges posisjon som et attraktivt kultur- og reisemål i Europa
- få et analyse- og innsiktsgrunnlag for videre internasjonal PR, kampanjer og målrettet markedsarbeid

REISEREPORTASJE FRA FINNMARK

I august 2025 ble det gjennomført en reise gjennom Finnmark og Varangerfjorden, med fokus på natur- og dyreliv samt lokale historier og historiske perspektiver.

Ruten gikk fra Kirkenes til Vardø, videre til Hamningberg før turen gikk videre til Ekkerøy, Vadsø og Bugøynes, og deretter retur til Kirkenes.



MEDIEOMTALE



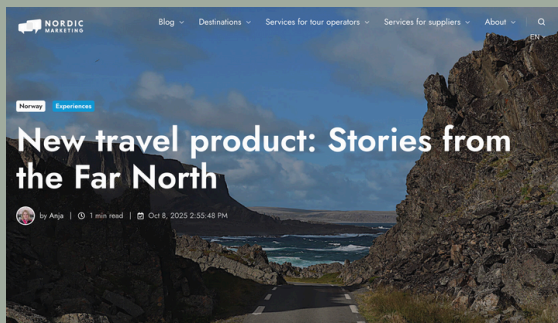
im rapporten der oppsummerer feståret.

19:31

LUOGHI I L'ESTREMO NORD CHE INCANTA IL MONDO: LA NORVEGIA DEL NORD REGISTRA UN NUOVO RECORD DI TURISMO

Categoria: Le News Pubblicato: 11 Novembre 2025

Stampa



Finnair and the Northern Norway Tourist Board gathered in Helsinki on September 30 to highlight the airline's growing network of direct connections from Helsinki to Arctic Norway. The new and expanded routes will improve year-round access to the region from key international markets in Europe and Asia.

Startseite » NORWEGEN REISENEWS » Nordnorwegen bricht alle Tourismusrekorde mit 2.37 Millionen Übernachtungen und festigt damit seine Rolle als Vorreiter im globalen nachhaltigen Reisen.

Nordnorwegen bricht alle Tourismusrekorde mit 2.37 Millionen Übernachtungen und festigt damit seine Rolle als Vorreiter im globalen nachhaltigen Reisen.

Veröffentlicht am 12. November 2025



Nord-Norge topper verdiskaping per innbygger

En nøkkelregion for norsk reiseliv.

BY TOM ANDERSSON ON 17. DESEMBER 2025

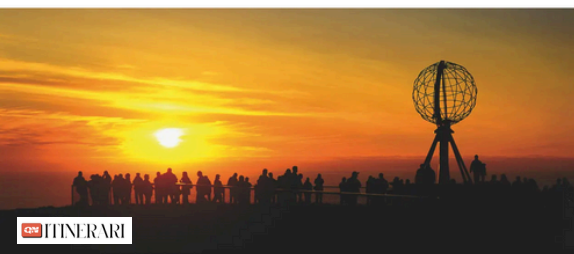
NYHETER, TURISME

Nord-Norge har etablert seg som en av landets mest betydningsfulle reiselivsregioner. Tall fra Innovasjon Norge/EY viser at reiselivets verdiskaping i Norge totalt nådde 121,8 milliarder kroner i 2024. Av dette står Nord-Norge for den største økningen i absolutte tall, over 1,4 milliarder kroner, og bidrar dermed mest til den samlede verdiskapingen. Nordland og Troms var blant de fylkene som hadde den høyeste prosentvise veksten. Nordland var også det fylket, sammen med Vestland, som økte mest målt i kroner fra 2023.

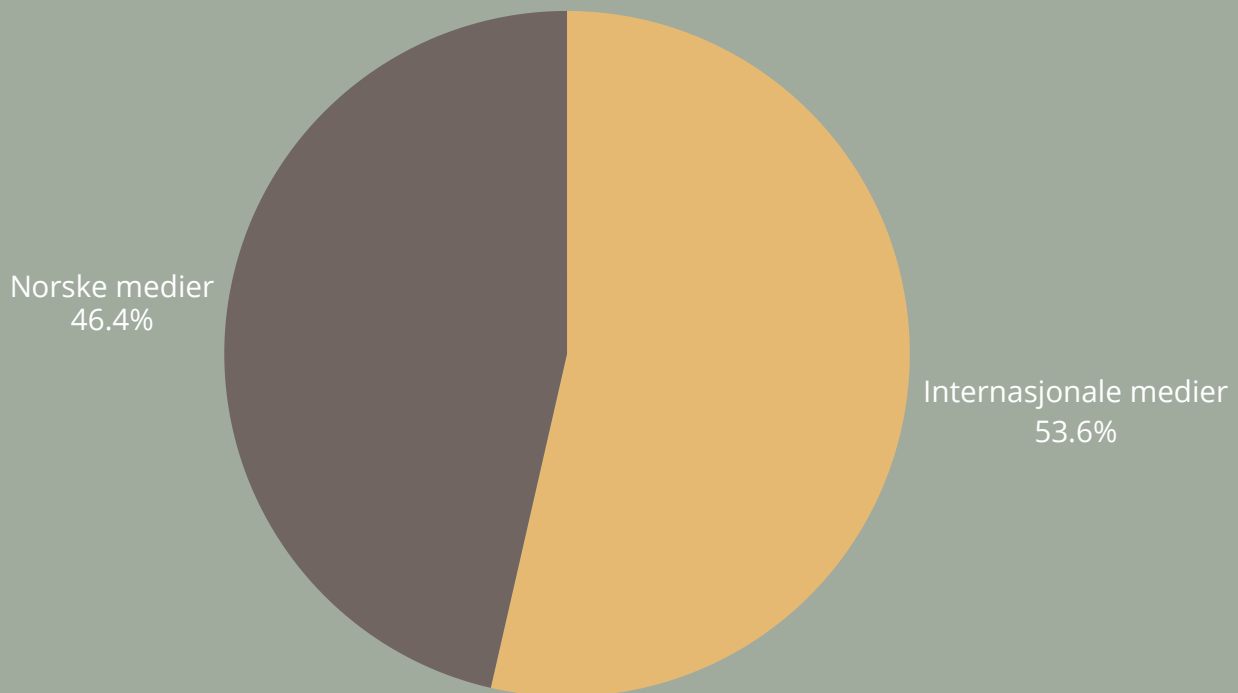
Spunta il sole di mezzanotte: ecco dove vederlo in Norvegia

Montagne, isole e fiordi diventano magici, rischiarati dalla prima luce di inizio maggio dopo un lungo e buio inverno

di MONICA GUZZI 25 aprile 2025



FORDELING AV MEDIEOMTALE



Selv med et tydelig internasjonalt fokus i PR-arbeidet, viser fordelingen av medieomtale at norsk dekning utgjør en betydelig andel. Dette understreker både styrken i det norske medielandskapet, men også behovet for enda mer målrettet og spisset innsats mot prioriterte internasjonale medier for å øke gjennomslaget ytterligere.

KONKLUSJON

PR-arbeidet i 2025 har bidratt til en tydelig økning i synlighet og medieomtale for NordNorsk Reiseliv, med en vekst på over 120 prosent sammenlignet med året før. Resultatene viser at arbeidet har hatt god effekt, både når det gjelder omfang og kvalitet, med gjennomgående positiv omtale.

Gjennom året har nyhetsrommet vært brukt som et sentralt PR-verktøy, med vekt på tydelige nyhetssaker, relevante vinklinger og kontinuerlig tilstedeværelse i mediebildet. Innhold som synliggjør utviklingen i regionen, nye reiselivstrender, økt tilgjengelighet og større initiativer har gitt særlig godt gjennomslag. Selv om strategien i hovedsak har vært å rette arbeidet mot internasjonale medier, viser fordelingen av medieomtale at dekingen er relativt jevnt fordelt mellom norske og internasjonale aktører.

Erfaringene fra året viser at saker med klar nyhetsverdi og konkrete vinklinger fungerer best, særlig i nasjonale medier. For internasjonale medier har kortere og mer spissede formater, som guider, tematiske oversikter og trendbaserte saker vist seg å gi godt gjennomslag og bør videreutvikles i kommende periode.

Med endrede rammebetingelser og redusert nasjonal PR-støtte som følge av kutt i statsbudsjettet, vil det for 2026 være avgjørende å prioritere innsatsen tydeligere. Arbeidet bør balansere synlighet i norske og internasjonale medier, samtidig som NordNorsk Reiseliv videreutvikles som en tydelig, relevant og troverdig avsender. Økt fokus på bruk av søkeord, forbedret medieovervåkning og mer systematisk oppfølging av resultater vil også være viktige grep for å sikre videre effekt av PR-arbeidet.



For spørsmål, vennligst kontakt

Henriette Sophia Danielsen
henriette@merakistudiosthlm.com
+46 (0)70 269 0342