

Innerdalen Foto: Eystein Opdal

visitnorthwest.no / info@visitnorthwest.no

 følg oss på facebook

ÅRSRAPPORT 2017

Administrasjon

Reiselivsdirektør: Pål Farstad
Senior konsulent: Roar Harsvik
Markedssjef: Marit Krekvik
Ass. reiselivsdirektør: Torunn Dyrkorn
Key account medlemservice: Synnøve Henden

Styret 2017/2018

Styreleder: Lars Olav Hustad
Nestleder: Mette Sæter Ormset
Styremedlemmer: Stian Røsand, Line Skjold
Terje Hatlen-Stokke, Nina Bakkemyr Hagbø
Vara: Einar Wikan, Tommy Soleim

STYRETS ÅRSBERETNING

Virksomhetes art og hvor den drives

Visit Nordmøre & Romsdal AS er et markedsførings- selskap for reiselivsnæringen i 19 kommuner i Nordmøre og Romsdal. Selskapets hovedoppgave er å markedsføre Nordmøre og Romsdal som reisemål, utvikle nye reiselivsprodukter og drive annen markedsbearbeiding – lokalt, regional, nasjonalt og internasjonalt.

Selskapet har kontorer i Molde og Kristiansund.

Fortsatt drift

Etter styrets oppfatning er forutsetningen for fortsatt drift til stede. Årsregnskap for 2017 er satt opp under denne forutsetningen.

Oversikt over utvikling, resultat og stilling

Visit Nordmøre & Romsdal har lagt bak seg sitt tredje ordinære driftsår. Samlet regnskapsmessig overskudd før skatt er på kr 419.821,-. Egenkapitalen for Visit Nordmøre & Romsdal AS er nå på kr 2.244.411,- pr. 31.12.2017. Aksjekapitalen er på kr 1.024.000,-.

Selskapets samlede omsetning i 2017 var på kr 6.230.877,-. I dette beløpet ligger primært inntekter i form av markedstilskudd fra reiselivsnæringen og kommunene, samt en del prosjekttilskudd. Styret mener årsregnskapet gir et rettviseende bilde av Visit Nordmøre & Romsdal AS sine eiendeler, gjeld, finansielle stilling og resultat. Styret kjenner ikke til forhold som har inntrådt etter utgangen av regnskapsåret som har betydning for selskapets regnskap.

Det er en forutsetning for selskapets fremtidige drift at kommunene og reiselivsbedriftene i regionen tilfører økonomiske midler til fellestiltak.

Arbeidsmiljø

Det har ikke vært arbeidsuhell eller ulykker i løpet av året, som har ført til personskader eller materielle skader. Det er vår oppfatning at arbeidsmiljøet og den generelle trivselen på arbeidsplassen er god. Det har ikke vært igangsatt spesielle tiltak på dette området i løpet av året.

Ytre miljø

Styret mener at selskapets virksomhet ikke forurenser det ytre miljø. Det utføres kildesortering av avfall i henhold til kommunenes vedtekter.

Likestilling

Selskapet har policy som tar sikte på at det ikke forekommer forskjellsbehandling grunnet kjønn. Blant selskapets ansatte er en mann og tre kvinner. Styret i selskapet består av tre kvinner og tre menn, samt to menn som vara.

Administrasjonen

Roar Harsvik har siden april 2016 vært helt el. delvis sykemeldt og Torunn Dyrkorn er nå assisterende reiselivsdirektør, og har hatt daglig leders ansvar i 2017. Synnøve Henden er konsulent og prosjektleder cruise i Kristiansund (innleid 25% stilling). Marit Krekvik jobber som markedssjef.

Fra 1.1.2018 ble Pål Farstad ansatt som ny reiselivs- direktør. Roar Harsvik er nå ansatt som senior konsulent.

I 2017 er det startet opp to prosjekt, som skal gå over 3 år:

1) **Øyriket:** produktutviklingsprosjekt, med 2469 Reiselivs- utvikling og prosjektleder Jan Sverre Sivertsen.

2) **Topptur Nordvest** med fokus på å sette regionen på kartet med vinteraktiviteter/toppturer. Asbjørn Eggebø Næss er prosjektleder her.

Strategi

Vi ønsker å ta en posisjon som differensierer oss fra konkurrentene på en attraktiv og tydelig måte. Vår strategiske posisjon er #friskeopplevelser. Gjennom å tilby friske opplevelser hele året, ta posisjon som et opplevelsesreisemål i norgestoppen.

Mål

Få flere gjester til å komme hit
Få gjestene våre til å bli litt lenger
Få gjestene til å legge igjen mer penger (aktiviteter)

Fire fokusområder

Gjennom å tilby friske opplevelser hele året, ta posisjon som et opplevelsesreisemål i norgestoppen.

- 1) Markedet
- 2) Produktene
- 3) Nettverket
- 4) Reisemålet

Her følger en oversikt på de ulike tiltakene vi jobber med, for å nå de strategiske målene vi har satt oss. Tiltakene gjelder 2017–2018.

VÅR STRATEGISKE POSISJON

VERDEN ER FULL av pene, behagelige – og forutsigbare reisemål. Solstoler, fargerike paraplydriker, klorfylte basseng, lekeland og friserte golfbaner så langt øyet kan se.

Nordvestlandet er motsatsen til "Syden". Hos oss er det vilt, ekte og variert. Her finner du en dramatisk kystlinje, alpine fjell, frodige dalfører – og unike opplevelser. Alt innen en kjøretur på en time eller to.

Mange kjenner suget i magen når de tar seg ned de skarpe hårnålssvingene i Trollstigen, kjører Atlanterhavsveien mens sjøsprøyten vasker over bilen, eller balanserer på Romsdalseggen. Nordvestlandet er rett og slett fullt av naturskapte fornøylesparker. I tillegg har vi alle de uoppdagede perlene.

På Nordvestlandet tror vi rekreasjon ikke handler om å koble av, men om å koble på. Være aktiv og bruke sansene. Sykkelturer på bilfrie øyer i havgapet, vandring på smale kyststier, guidede toppturer i steile fjell. Eller hva med å nyte noen sommerdager på en av de mange setrene, eller fiske etter verdens hviteste torsk?

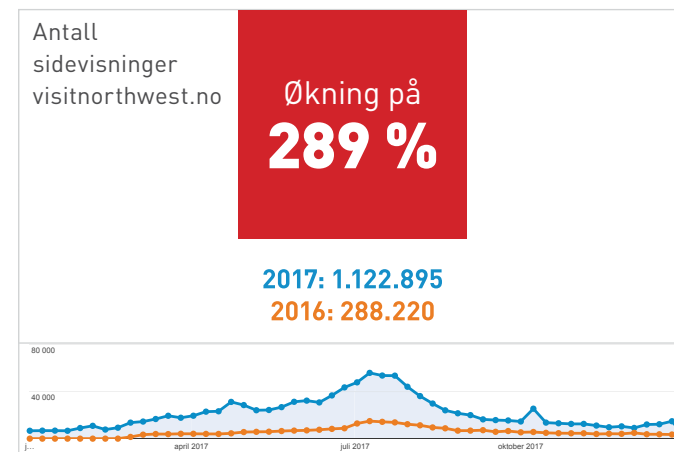
Vi som bor på Nordvestlandet, lever tett på denne naturen. Og vi gjør alt vi kan for at våre gjester skal reise hjem med rike minner i bagasjen, fulle av inntrykk de gjerne deler med andre.

Premium Partneravtale med Visitnorway, og har siden lansering i mai 2016 hatt en formidabel vekst på antall sidevisninger og besøk. Sidene er pr i dag på norsk, engelsk og tysk. Vi har stort fokus på innholdsproduksjon, brukervennlighet og SEO, og har tett samarbeid med visitnorway-teamet i Oslo på dette.

Vi har laget flere landingssider for steder i regionen; Smøla, bysider for Kristiansund og Molde, Åndalsnes. Det vil også bli laget tilsvarende sider for Sunndal, Øyriket, Trollheimen m.fl. Fokuset nå er å løfte frem bookbart innhold på sidene, og øke kommersialiseringsfokuset. I 2018 starter vi også med annonsering på sidene våre.

Fakta om visitnorthwest.no

Målgruppe : norske og utenlandske gjester
Språk : norsk, engelsk og tysk
Antall sidevisninger : 1.122.895 (jan-des 17) en økning på 289 % i forhold til 2016. Sidene ble lansert mai 2016.



fjordnorway.no Vi publiserer alle våre produkt inn til den offisielle portalen for Vestlandet, og alle som er medlem i Visit Nordvest har inkludert synlighet her, enten i utlistinger eller via kampanjer.

Fakta om fjordnorway.com

Målgruppe : utenlandske gjester
Språk : norsk, engelsk og tysk
Antall sidevisninger : 3,4 millioner (2017)

visitnorway.com Den offisielle Norgesportalen, der alle våre produkt også er publisert, og blir rutet videre inn til vår sidestruktur.

Fakta om visitnorway.com

Målgruppe : norske og utenlandske gjester
Språk : 15 språkvarianter
Antall besøk : 21,7 millioner besøk, og 42,7 millioner sidevisninger. 2,3 millioner klikk videre til næringsaktører.

Sosiale medier

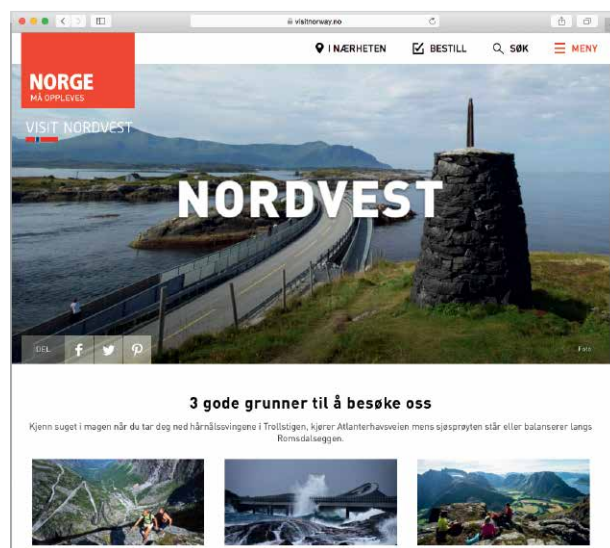
Vi fokuserer på to sosiale medier for å nå ut med resiliyst-inspirasjon til vår region.

– Instagram: www.instagram.com/visitnorthwestno
– Facebook: www.facebook.com/visitnorthwestno

1) Markedet

– økt synlighet og tilgjengelighet

Digitalt



visitnorthwest.no En stor del av vårt markedsarbeid skjer digitalt, via våre digitale kanaler. Visitnorthwest.no ligger som





Booking

Systemet Trekksoft gir oss nå mulighet til å selge aktiviteter i våre digitale kanaler. Fjord Norge og NCE Tourism har anbefalt dette systemet til alle aktivitetsfirma, og det er flere som allerede har begynt å bruke det. Alle som bruker Trekksoft i vår region, og inngår provisjonsavtale med oss, får ekstra synlighet i våre kanaler. Å skape salg mellom aktørene er også en effekt av at flere bruker samme system.

Medlemskontakt – interninformasjon

Internt i Visit Nordmøre & Romsdal jobber vi også digitalt. Via flere ulike kanaler informerer vi ut til våre eiere, medlemmer, aktuelle nye medlemmer og andre reiselivskontakter om vårt arbeid, inviterer til kurs, arrangement, linker til ulike presseresultat m.m.



- Facebookgruppe: [facebook.com/groups/ReiselivNR](https://www.facebook.com/groups/ReiselivNR)
- Blogg: [visitnw.wordpress.com](https://www.visitnw.wordpress.com)
- Nyhetsbrev: jevnlig sender vi også ut nyhetsbrev via e-post.

Print

Dette er print-materiellet vi produserer selv eller kjøper oss synlighet i:

Lokalguider

Regionen er inndelt i 7 lokalguider

Opplag	: 10.000 stk av hver lokalguide
Språk	: norsk, engelsk, tysk
Format	: brettet A3
Innhold	: åtte utvalgte attraksjoner, lokalt kart-utsnitt, liste med overnatting, spisesteder og turtips.
Finansiering	: betales av VNR, ingen annonsesalg.

Fjord Norge Reiseguide 2017-2018

Reiseguide for hele vestlandet, oversatt til engelsk og tysk. Her har vi kjøpt to helsider for å presentere vår region.

Finansiering: via Møre og Romsdal Reiseliv

Fjord Norge Produktmanual 2017-2018

Dette er en engelskspråklig manual som er et verktøy for bransjen, - med kontaktlister, produktideer og oversikt over nyttig bransjeinformasjon. Vi har kjøpt to helsider i denne manualen. I tillegg er det lister med aktører innenfor ulike tema, som fiske, vandring, sykkel og kajakk, etc.

Finansiering: via Møre og Romsdal Reiseliv

Innovasjon Norge – «Norway in your pocket»

En liten lommeguide som skal inspirere til å komme til Norge. Produseres i engelsk versjon og opplag på 90.000. Blir distribuert via Innovasjon Norges utenlandskontor, ambassader og konsulat, reisebyrå, turoperatører og messer. Vi har kjøpt to sider i denne guiden.

Finansiering: via Møre og Romsdal Reiseliv

Utvalgte marked



I 2017 har vi valgt å fokusere på følgende marked med ekstra eksponering og midler inn til Fjord Norge som igjen kjører kampanjene ut sammen med Innovasjon Norge; Tyskland, Nederland, Danmark og Sverige. Kampanjene kjøres ut i ulike kanaler, det meste digitalt, men også noe print. Utvalgte turoperatører er også med i konkrete markeds kampanjer med Fjord Norge-turer. I Tyskland er det DerTour, Fjord Line og TUI Wolters. I Nederland er det Buro Scanbrit, Fjord Line og Pharos Reizen.

Eksempel på digital kampanje i Nederland: <https://www.droomplekken.nl/noorwegen/atlantic-road/> Her er det viderelinking inn til nederlandske sider om vår region.

Danmark

Eksempel på Advertorial i Berlingske Tidene – artikkel «Fra fjord til bord» - intervju med Stian Røsand fra Smia Kristiansund.

«Det handler om, at råvarene skal være så friske som muligt. Fiskene er fanget i den lokale fjord, derfra ryger de direkte til restauranten, og ned på din tallerken. Det bevarer friskheden, og det bevarer al smagen i maden,» fortæller Stian Røsand, der er kok på Restaurant Smia i den norske fjordby Kristiansund, som er en af de mange fiskerestauranter langs kysten, der har specialiseret sig i kortrejt mad.»

Andre prosjekt

Topptur Nordvest 2017-2020

Visit Nordvest ønsker å posisjonere regionen på vinter- og toppturkartet, og har engasjert Asbjørn Eggebø Næss i et tre-årig prosjekt med fokus på «Sunndalsmetoden» (rydding av skog i skitraseer), location-arbeid, utvikling av topptur-konsept og vertskapsfunksjon ved presse- og visningsturer.

Øyriket Romsdal 2017-2020

Visit Nordvest har tatt over Øyriket-prosjektet og nå over i en ny fase med hovedfokus på produktutvikling og kommersialisering. 2469 Reiselivsutvikling er leid inn for å lede prosjektet, og prosjektleder er Jan Sverre Sivertsen og Børre Berglund.



Temakampanjer

Via Fjord Norge så deltar vi med ekstra midler inn i fire ulike temakampanjer, som går på aktiv ferie:

- Vandring:** Via Fjord Norge deltar vi i Innovasjon Norges Vandrekampanje for 2017 i Tyskland, Nederland og Frankrike. Kampanjene i de ulike markedene har alle en god mediemiks: Vandrekatalog, kampanjesider på VisitNorway, Google displaykampanje, facebook-kampanje, bransjebearbeidelse, pressearbeid, foto og film.

Innovasjon Norge og Fjord Norge markedsfører vandreakonene gjennom film, hvor Preikestolen, Aurlandsdalen, Trolltunga, Skålatårnet og Romsdalseggen er trukket frem som fyrtårnene. Det blir gjort annonsering gjennom Google sitt displaynettverk og det gir veldig gode resultater på trafikk inn til landingssidene våre. Finansiering via Møre og Romsdal Reiseliv. <https://www.youtube.com/watch?v=HIXdjTAAzCs>

- Fiske** – I 2017 deltok Fjord Norge i Innovasjon Norges internasjonale fiskekampanje i Tyskland, Nederland, Russland, Sverige og Danmark. Møre og Romsdal var partner i Fish Fjord Norway. Markedsaktiviteter: fiskekataloger som ble distribuert på messer, digitale kampanjer, og egen ladningsside for fiske, og som bilag. Finansiert av Møre og Romsdal fylke.

- Ski** – Via Fjord Norge jobbes det mot tre hovedsegment; heisbaserte produkt, topptur og generelle vinteropplevelser. Vårt område har naturlig nok mest fokus på topptur. Ski Fjord Norway-prosjektet var i 2017 aktivt med på markedsføringskampanjer i Danmark, Nederland, Sverige og Tyskland, i tillegg til tett

samarbeid med turoperatører og transportører i de øvrige markedene. Det er fokus på pr/ikke-kjøpte flater og kobling til salgsutløsende markedsaktiviteter. Samarbeid med Fri Flyt og Freeride.se er eksempel på dette. Det fokuseres på fire fyrtårnområder for å løfte frem de guidebaserteusiastproduktene. Romsdal/Sunnadal er et av de områdene i Fjord Norge. Finansiering via Møre og Romsdal Reiseliv.

- Sykkel** – prosjekt der det er fokus på landevei-, terreng- og downhillsykling. Finansiering via vårt eget markedsbudsjett. I 2017 blir det via Fjord Norge gjennomført internasjonale forbrukerkampanjer i samarbeid med Innovasjon Norge i Sverige, Danmark, Tyskland, Nederland og Storbritannia. Hovedelementene i markedsaktivitetene er kampanjesider på VisitNorway, egen sykkelmodul på Fjordnorway.com, postinger på sosiale medier, nyhetsbrev og promotering av sykkefilmene fra Romsdal, Fjørå og Rallarvegen i Sognefjord. <https://www.youtube.com/watch?v=iLdclV270k0>

Visningsturer

Både Innovasjon Norge og Fjord Norge er aktive partnere når det gjelder å få visningsturer til Norge. Vi opplever en økende etterspørsel for vår region også. Vi hadde 2017 rundt 50 journalister på besøk i regionen (Nederland, Frankrike, Storbritannia, Tyskland, Spania, USA, Russland, Kina, Sverige) som har gitt oss både små og store rapporter, tv-program, blogger, artikler på print og web i ulike typer media.

Bransjebearbeidelse – Selv om verden har blitt mer og mer digital, og vårt fokus er å bli ekstra gode på dette, så er det fremdeles stort trøkk på arbeidet opp mot bransjen, og da

spesielt turoperatører. Det er stor variasjon i de ulike land i hvor stor grad man benytter seg av hjelp fra turoperatører til å planlegge ferien sin. Vi har valgt å delta på workshops og møte turoperatører fra utvalgte land.

I 2017 deltok vi på workshop i Hamburg (DE), København (DK), Utrecht (NL) og på Norwegian Travel Workshop i Bergen. For første gang deltok Visit Nordvest også i Kina, der det var 3 workshops i 3 ulike byer (Shanghai, Guangzhou og Beijing).

Andre prosjekt

Konferanse+ Molde: Samarbeidsprosjekt i regi av Molde-hotellene, som skal sette byen på kartet som konferanse og arrangements by. Prosjektet er finansiert av hotellene i Molde.

Cruise Kristiansund: Synnøve Henden har vært innleid i 25% stilling fra Kristiansund og Nordmøre Havn for å jobbe opp mot cruiserederi og skaffe flere cruiseanløp til Kristiansund.

2) Produktene

Viktigheten av at våre medlemmer og reiselivsaktører jobber godt og har gode produkt å tilby er et av våre hovedfokusområder. Dette er våre tiltak for å nå våre mål her:

Kompetanseløft

Vi har de siste årene arrangert flere kurs i samarbeid med Innovasjon Norge. Vi hadde i 2017 følgende kurs:

Mai: Bli god på nett – påbygging, Åndalsnes

November: Lokal mat - tilby bedre matopplevelser med fokus på utemat.

Forbedre kvalitet på markedsmateriell

Mange aktører trenger et løft på sitt markedsmateriell. Det er stort behov for nye foto, oppdateringer av websider, sosiale medier m.m. Vår rolle blir da å tilrettelegge, og vil tilby fotopakker og kurs/foredrag for å bidra til å heve kvalitet/kunnskap på dette.

Produktutvikling

Vi deltar jevnlig i ulike utviklingsprosjekt, der vi ser at det er viktig at destinasjonsselskapet kan være med å stimulere til utvikling. Vi eier ingen produkt direkte selv, men bidrar med kompetanse og rådgiving der det er aktuelt.

Markedskunnskap

Innovasjon Norge har årlig mye markedskunnskap og gjør undersøkelser som kommer reiselivet til gode. Vi bidrar til at våre medlemmer får ta del i den kunnskapen, og legger jevnlig ut statistikker og rapporter som kan være av interesse.

Bookbart reisemål

Et av våre hovedmål er at det skal bli enklere å være turist i vårt område, både før- under og etter å ha vært her. Derfor er det stort fokus på at vi skal være et bookbart reisemål. Se bl.a. punkt om Trekksøft (aktivitetsbookingsystem) som vi anbefaler at aktørene tar i bruk.

3) Nettverket

– Kompetanseheving og samarbeid

Nordvestsamlingen

Vi sønker å samle hele næringen til et årlig treff, i 2017 var vi på Håholmen, og i 7.mai 2018 blir det Nordvestsamling i Angvika. Her er det et sammensatt program med innledere innenfor aktuelle tema.

Medlemsmøter - bedriftsnettverk

Vi kjører en møteserie «blibedrekkjent» rundt om i kommunene, der vi presenterer hva vi jobber med, aktørene får ta opp aktuelle tema, og dette er en fin arena for nettverksbygging både mellom aktører lokalt og regionalt. Bedriftsnettverk med relevante aktører blir også aktuelt fremover, innen fisketurisme har vi allerede startet med å legge til rette for felles møteplass for aktørene. Det kan bli aktuelt med flere slike møteplasser med ulike tema.

Interninformasjon

Vi ser at behovet for informasjon er stort, og vi bruker ulike kanaler for å få ut aktuelle saker til våre medlemsbedrifter. Dette går ut enten via vår facebookgruppe (reiseliv i Nordmøre og Romsdal), nyhetsbrev på epost eller via vår medlemsblogg <http://visitnw.wordpress.com>. Vi tar «pulsene» på reiselivet, og skal rapportere jevnlig ut til næringen og eierkommunene våre.

4) Reisemålet

– Reisemål med #friskeopplevelser

Reisemålsutvikling

- vi ønsker å være med å stimulere til et enklere reisemål for gjesten (transport, overnatting, attraksjoner, aktiviteter, spisesteder). Dette gjøres ved å være tilstede i de fora som det er aktuelle for de tema som kommer opp.

Arrangementsutvikling

– For å oppnå sesongutvidelse og helårsturisme er det flere mulige veier. Det er stort potensiale i å være mer aktive innen temaet arrangement, konferansemarkedet, sport, events. I Molde er vi med i et konferanseprosjekt der hotellene jobber for å få større arrangement til byen. Det kan ev. utvikles også andre steder i regionen, som for eks Kristiansund, Åndalsnes, Surnadal, der det er mer overnattingskapasitet.

Samarbeid, nettverk, roller Innovasjon Norge (IN)

Vi har et tett og godt samarbeid med Innovasjon Norge både i Møre og Romsdal, på hovedkontoret i Oslo og de ulike utenlandskontorene i våre prioriterte marked. Vi følger i stor grad IN sine prioriteringer i valg av marked; Norge, Tyskland, Nederland, Sverige og Danmark. Via kampanjer og aktiviteter med både Innovasjon Norge og Fjord Norge er vi også med i Frankrike, Spania, Italia, Russland, USA og Japan.

- IN Møre og Romsdal: Vi har i løpet av 2017 fått veldig god støtte innen punktet kompetanseheving fra IN Møre og Romsdal, der vi har fått prosjektstøtte til en kursserie med flere ulike kurs; bli god på nett, og lokalmatkurs. Vår kontaktperson har vært Marit Giske-Nilsen.
- IN Oslo: Gjennom avtalen som Premium Partner på web, har vi knyttet et sterkt bånd opp mot visitnorway-redaksjonen, og også andre på IN-kontoret i Oslo som jobber med ulike prosjekt.
- IN utenlandskontor: Via utenlandskontorene i våre prioriterte marked får vi gode råd om markedene, og har mulighet til å delta i kampanjer rettet mot spesifikke målgrupper.

Fjord Norge

Samarbeidet mellom de fire Vestlandsfylkene er viktig i markedsarbeidet i utlandet der fjordene står sterkt. Vårt medlemskap i Fjord Norge betyr at vi er en del av den sterke merkevaren, og vi har som mål at vi fremover skal bli enda mer synlig destinasjon i dette systemet. Via Fjord Norge og Innovasjon Norge får vi også henvendelser om å

bidra på presseturer og famtrips (turoperatører), der vi er lokalt vertskap og legger opp til programmet i vår region.

NCE Tourism Fjord Norway

Siden 2009 ble Fjord Norge-klyngen gitt status som Norwegian Centre of Expertise (NCE), og fungerer som en produktutviklingsavdeling i Fjord Norge. NCE Tourism skal bidra til å utvikle, teste og koble kjøpere av og tilbydere av opplevelsesprodukter, og dette gjøres sammen med partnere i klyngen. Hovedfokus er på seks tema: sykkel, fiske, kajakk, vandring, ski/vinter og arkitektur. Visit Nordmøre & Romsdal AS er partner i NCE Tourism.

Møre og Romsdal Reiseliv (MRR)

Samarbeidsorgan mellom de tre destinasjonsselskapene i fylket (Destinasjon Ålesund & Sunnmøre, Destinasjon Geirangerfjord og Visit Nordmøre & Romsdal) og Møre og Romsdal Fylke. I tillegg arrangeres en årlig reiselivskonferanse for Møre og Romsdal. Destinasjonsselskapene går inn med midler og fylket matcher disse tilsvarende.

STYRET I VISIT NORDVEST

Kristiansund/Molde 4/4 2018

Kristiansund
Styret i Visit Nordmøre & Romsdal AS

Mette Sæter Ormset
Mette Sæter Ormset
nestleder

Terje Hatlen-Stokke
Terje Hatlen-Stokke
styremedlem

Nina Bakkemyr Hågbo
Nina Bakkemyr Hågbo
styremedlem

Lars Olav Hustad
Lars Olav Hustad
styreleder

Torunn Dyrkorn
Torunn Dyrkorn
daglig leder

Stian Røsand
Stian Røsand
styremedlem

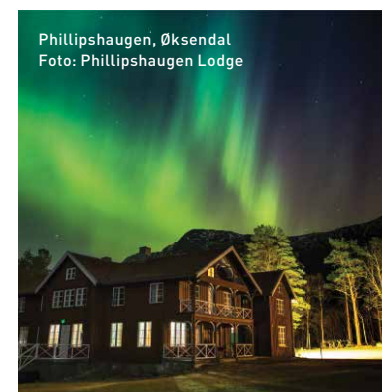
Line Skjölde
Line Skjölde
styremedlem



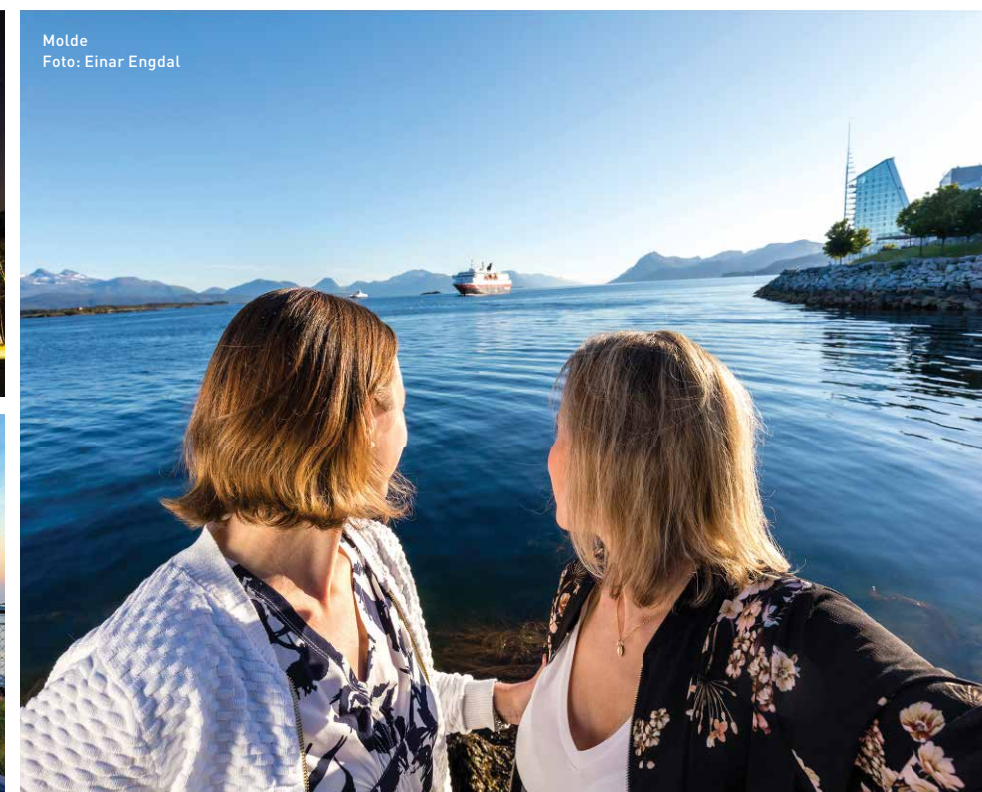
Farstadstranda, Fræna
Foto: Oddgeir Visnes



Badekulpene, Rindal
Foto: Oddgeir Visnes



Phillipshaugen, Øksendal
Foto: Phillipshaugen Lodge



Molde
Foto: Einar Engdal



Atlantehavsveien
Foto: Oddgeir Visnes



Kristiansund
Foto: Einar Engdal



Mardalsfossen, Eiksedalen
Foto: Oddgeir Visnes



Trollstigen
Foto: Øyvind Heen