

# ÅRET DER GIK

2025



RIBE ESBJERG FANØ  
**VADEHAVSKYSTEN**

# SAMMENFATNING AF LEDELSENS BERETNING

## FORMÅL OG STRATEGI

Vadehavskysten er en forening med det formål at skabe udvikling og vækst i turismeerhvervet på Fanø og i Esbjerg Kommune. Med afsæt i en strategiproces i 2024 blev en ny vision og strategi lanceret i januar 2025.

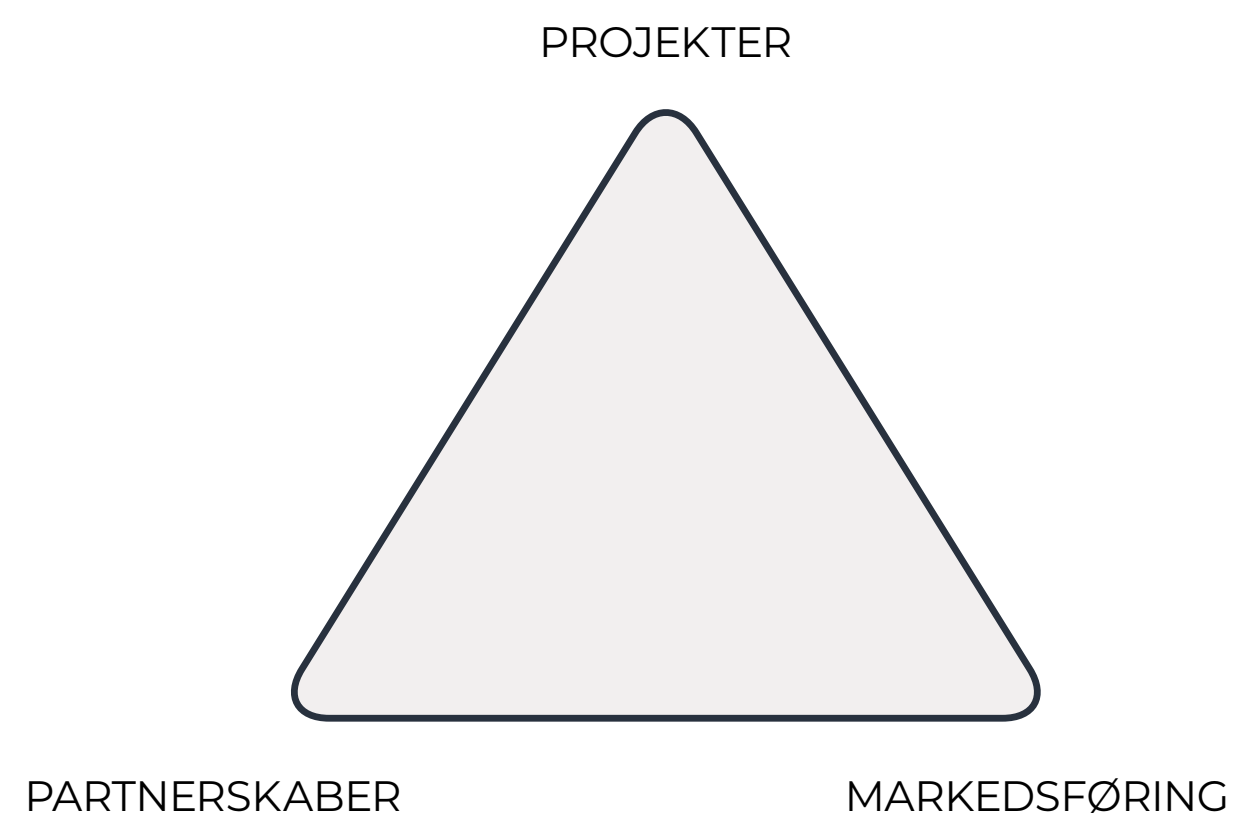
Visionen er at samle Vadehavskystens forskelligheder og styrke destinationens tiltrækningskraft gennem autentiske og stærke oplevelser. Strategien frem mod 2029 bygger på tre hovedspor: udvikling af nye og eksisterende turismeprodukter med fokus på helårsturisme, styrket samarbejde med andre vestkystdestinationer samt øget koordinering med kommuner og øvrige aktører. Samlet set skal indsatsen bidrage til en mere sammenhængende og konkurrencedygtig destination.

## AKTIVITETER OG SAMARBEJDE

I 2025 har hovedaktiviteterne været udvikling af turismeprodukter og tiltrækning af gæster i tæt samarbejde med destinationens 155 turismeaktører samt Fanø og Esbjerg Kommuner.

En væsentlig del af arbejdet er finansieret gennem projekter med støtte fra bl.a. Erhvervsfremmebestyrelsen, hvor indsatsen tager udgangspunkt i erhvervets konkrete behov og muligheder. Samtidig er der investeret i både national og international markedsføring for at øge kendskabet til destinationen og tiltrække gæster – særligt uden for højsæsonen – samt skabe synlighed omkring nye oplevelser og tilbud.

Vadehavskysten arbejder med partnerskaber frem for traditionelle kunder, hvor aktører på tværs af destinationen bidrager til fælles udvikling og markedsføring. Partnerskaberne udgør fundamentet for indsatsen og skaber en tæt kobling mellem udvikling, samarbejde og synlighed, som illustreret i figuren.



## PROJEKTER

Projekter udgør en central del af forretningen og fungerer som drivkraft for udvikling i destinationen.

Projektet "Power to Experience" blev afsluttet i 2025 og havde fokus på at styrke både den digitale og analoge gæsteservice samt udvikle stedbundne oplevelser uden for højsæsonen. Projektet har blandt andet bidraget til udviklingen af desti-

nationens kernefortælling og produktion af indhold til brug på tværs af platforme.

Projektet "De Grønne Idealister" har arbejdet med udvikling af nye koncepter for autocampere, herunder en vestkystrute med fokus på at skabe større værdi for erhvervet. Derudover har projektet haft fokus på bæredygtige feriehus og mulighederne for at øge helårsudlejning.

Projektet "Vestkyst Oplevelser" blev igangsat i 2025 og fortsætter frem til 2026 med fokus på at styrke oplevelsesudbudet og skabe attraktive tilbud langs vestkysten.

I starten af 2026 blev desuden projektet "Den nye normal – bæredygtighed som førstevalg" lanceret. Projektet har fokus på grøn omstilling og udvikling af autentiske, bæredygtige turistoplevelser i samarbejde med relevante aktører.

## ØKONOMI OG UDVIKLING

I 2025 modtog destinationen et ekstraordinært tilskud på 1 mio. kr. fra Esbjerg Kommune, hvilket har bidraget til økonomisk stabilitet og en positiv udvikling i organisationen.

Årets resultat vurderes som tilfredsstillende og understøtter en fortsat stabil drift. Der er ikke identificeret væsentlige risici eller usædvanlige forhold.

Læs den fulde beretning her





# SAMMEN ARBEJDER VI FOR

## EN TURISME, DER SKABER VÆRDI OG OVERSKUD

Vi vil fremme en turisme i balance. Økonomisk. Socialt. Miljømæssigt. Og hjælpe dig til at øge dit overskud i mødet med gæsterne.

## FIRE ÅRSTIDER VED VADEHAVSKYSTEN

Vi skal udvikle bredere skuldre i vores turisme. Flere gæster i ydersæsonerne. Flere tilbud. Udbudt i enkle og kommunikerbare koncepter.

## EN STÆRK OG SYNLIG DESTINATION

Når destinationens fire stærke identiteter spiller sammen, rammer vi de attraktive gæstersrejsemotiver rent. Det sikrer vi med ét stærkt brand.

## GODT VÆRTSKAB – SOM EN DEL AF VORES DNA

Nok er vi forskellige, os fra Vadehavskysten. Men én ting forener os: Vi har altid mødt verden med nysgerrighed. Godt værtskab ligger i vores DNA.

## AT SKABE FREMTIDEN VIA DATA OG INDSIGT

Vi arbejder for at udvikle produkter, forretning, samarbejder og oplevelser. Alt sammen baseret på markedsindsigter og data om vores gæsters behov.

## FLERE AMBASSADØRER FOR VADEHAVSKYSTEN

Turismens betydning for samfundet bliver stadig mere anerkendt på alle niveauer. Vi arbejder for at forankre dette synspunkt lokalt og nationalt

# RESULTATOPGØRELSE

For perioden 1. januar - 31. december 2025

	2025 kr.	2024 kr.
Bruttofortjeneste	3.614.725	3.168.817
Personaleomkostninger	-3.537.621	-3.225.776
Driftsresultat	77.104	-56.959
Andre finansielle indtægter	9.615	35.864
<b>Årets resultat</b>	<b>86.719</b>	<b>-21.095</b>

## FORSLAG TIL RESULTATDISPONERING

Overført resultat	86.719	-21.095
<b>I alt</b>	<b>86.719</b>	<b>-21.095</b>

Ovenstående er et uddrag af årsrapporten for Destination Vadehavskysten.

Se den fulde årsrapport her.

AKTIVER	2025 kr.	2024 kr.
Lejededpositum og andre tilgodehavender	36.000	36.000
Finansielle anlægsaktiver	36.000	36.000
<b>Anlægsaktiver</b>	<b>36.000</b>	<b>36.000</b>
Tilgodehavender	2.087.318	4.207.726
Likvide beholdninger	3.243.023	824.153
<b>Omsætningsaktiver</b>	<b>5.330.341</b>	<b>5.031.879</b>
<b>Aktiver i alt</b>	<b>5.366.341</b>	<b>5.067.879</b>

PASSIVER	2025 kr.	2024 kr.
Overført resultat	2.114.144	2.027.425
<b>Egenkapital</b>	<b>2.114.144</b>	<b>2.027.425</b>
<b>Kortfristede gældsforpligtelser</b>	<b>3.252.197</b>	<b>3.040.454</b>
<b>Passiver i alt</b>	<b>5.366.341</b>	<b>5.067.879</b>

# EVENTS

## RIBE ØSTERSFESTIVAL

I 2025 afholdt vi Ribes første østersfestival, der blev en succes i form af både aktiviteter, antal besøgende og medieomtale. Sammen med styregruppen fik vi koblet Ribe og østers, hvilket var hele formålet med festivalen.



## FANØ STRIK

Vi har i 2025 bidraget med en bredere målgruppeafsøgning for at fremtidssikre festivalen, nå længere ud og få yngre gæster til at deltage. Vi har bidraget med events, der er målrettet et bredere og yngre publikum.



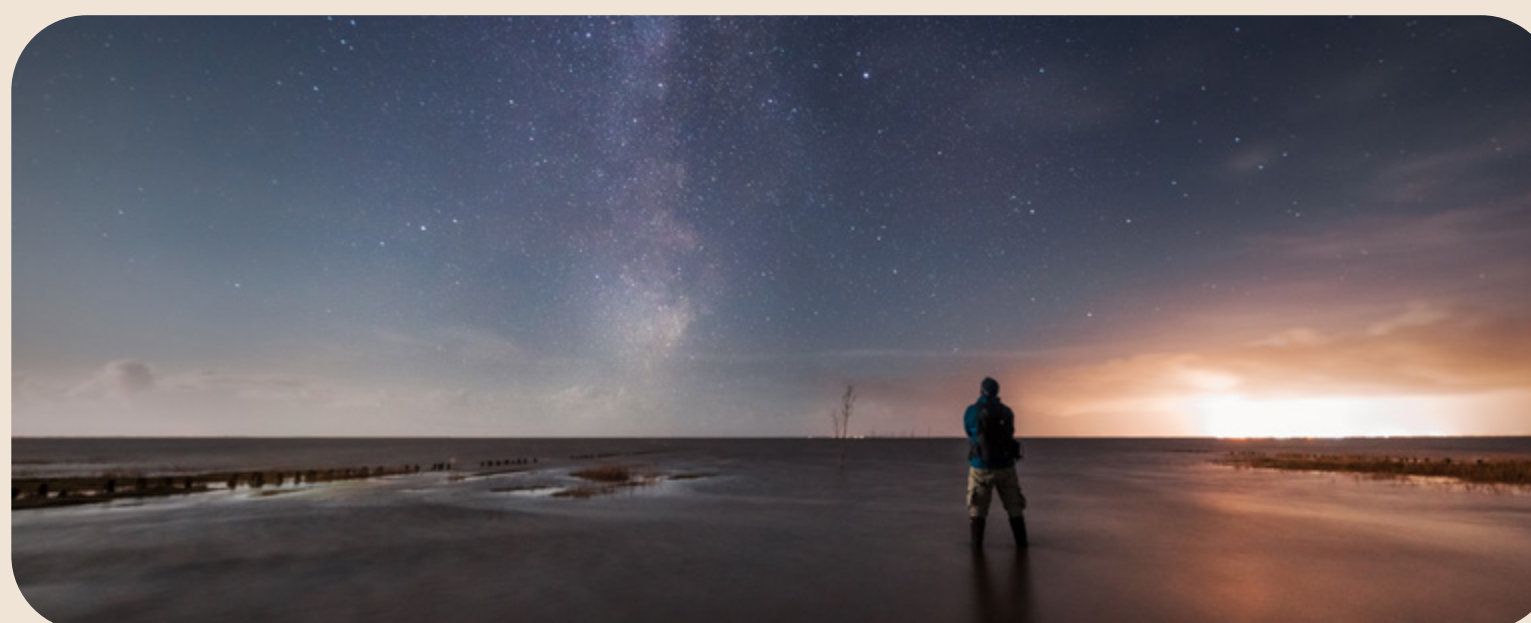
## STRANDSEJLADS PÅ FANØ

Efter et forbud i februar 2025 arbejdede Destination Vadehavskysten sammen med myndigheder og politikere for at finde en løsning. Indsatsen var med til at sikre en ny bekendtgørelse, som igen tillader strandsejlad i afmærkede områder på Fanø og Rømø.



## DUNKEL

Med DUNKEL forsøger vi at skabe en ramme for mørkeoplevelser i hele destinationen i uge 42. Her kobler flere partnere sig på med nye oplevelser og der bliver samlet en styregruppe med repræsentanter fra hver by/ø, der kan være med til at skabe flere aktiviteter.



## ESBJERG STREETFOOD FESTIVAL

Sammen med Esbjerg City, Esbjerg Kommune og Mad & Kultur støttede vi Esbjerg Streetfood Festival, der var år 0 af festivalen. Her fik vi sat spot på flere lokale oplevelser og flere partnere blev involverede for at sætte fokus på lokale fødevarerproducenter og den lokale kultur.



## KOBLING AF PARTNERE PÅ EKSISTERENDE EVENTS

På vores lokale netværksmøder har vi sat fokus på de lokale events, så flere partnere kan udnytte det kommercielle potentiale heri.



# KAMPAGNER

## WAY OUT WEST

Ny autocamperrute langs hele Vestkysten med udvalgte points of interest og code of conduct – opfordring til god autocamper opførsel.



## STORYHUNT

Lydvandring og audioguidede ture ved Vadehavskysten.



## BRANDING

Bypyloner, native ads, ambassadørfortællinger.  
Stedbundne oplevelser, der åbner gæsternes øjne for områdets stoltheder.  
Ildsjæles stolte fortællinger om områdets særlige kvaliteter.



# KAMPAGNER

## DET SYD'ER AF JUL

Sammen med produktionsselskabet Olsson og Svarre laver vi en mini tv-serie på TV Syd, hvor vi følger 4 lokale producenter på Fanø i deres udvikling af et juleprodukt frem mod jul. Programmet sendes de 4 adventssøndage i december 2026.

## JULEKAMPAGNE

Dem der tænder julen.



# INTERNATIONALE KAMPAGNER



## NORSK KAMPAGNE

med Billund Lufthavn, Trekantområdet, Kystlandet og Sønderjylland.

## FORÅRSKAMPAGNE

i Holland og Test Tour samarbejde med ACSI med fokus på campingferie ved Vadehavskysten.



## FORÅRSKAMPAGNE

i Tyskland.

# SOME

## FACEBOOK



**8,2 MIO.**

visninger på indhold



**1.075.700**

personer nået



**23.600**

besøg på profilen



**1.500**

nye følgere i 2025 (+4,1 dagligt)

## INSTAGRAM



**1,2 MIO.**

visninger på indhold



**276.400**

personer nået



**15.600**

besøg på profilen



**2.300**

nye følgere i 2025 (+6,3 pr. dag)

## LINKEDIN



**131.528**

personer nået



**349**

nye følgere i 2025 (+0,95 pr. dag)

## HJEMMESIDE



**627.347**

besøg på siden



**376.000**

nye brugere på siden



**2:09**

tid på siden

# NETVÆRK

MEDLEMMER/PARTNERE

# 165

Vores partnere får i forbindelse med et partnerskab:

- 1 Synlighed
- 2 Samarbejde
- 3 Udvikling
- 4 Videndeling
- 5 Adgang til data
- 6 Medlemskab i foreningen Destination Vadehavskysten



# 150

deltagere til den første  
turismekonference

Første vinder af turismepris

# FANØ KROGAARD

# PRESSE

## OMTALER

Vadehavskysten har i 2025 opnået synlighed i både danske og internationale medier. Gennem omtale i tv, presse og digitale kanaler er destinationen blevet eksponeret bredt – fra landsdækkende tv til internationale produktioner og influencersamarbejder. Indsatserne har bidraget til øget kendskab og tilstedeværelse på tværs af markeder.

### • Nationalt

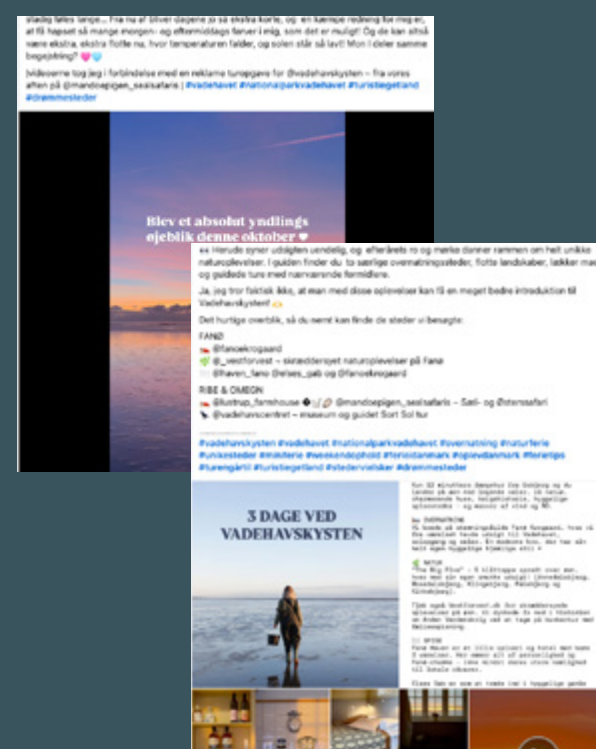
- Go' Morgen Danmark: Klaus Melbye om verdens største østers fundet i Vadehavet
- Kunstnerkolonien på Fanø
- Ribe Østersfestival: Annonceværdi for over 800.000 kr.

### • Internationalt

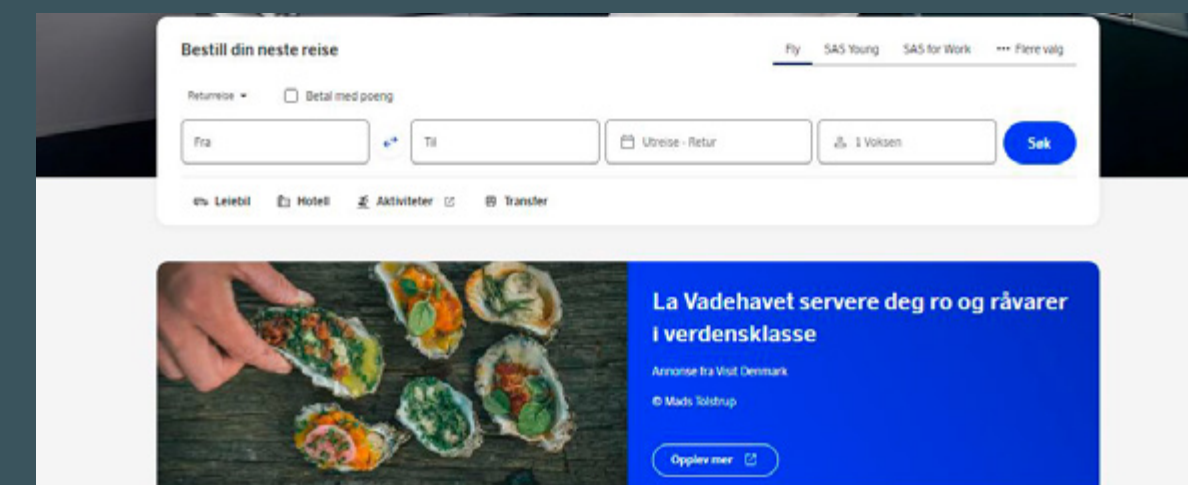
- People of the North: Populært tv-program med bl.a. Kendis Arne Hjeltnes. Det var planlagt at de skulle lave ét tv-program langs hele Vestkysten, men de var så vilde med besøget, at de nu laver 2 programmer og Vadehavskysten får sit eget. Dette sendes i 2026. Dog har der allerede været en del presseomtale omkring besøget.
- Echappées belles: Fransk TV

### • Influencersamarbejde

- Wie wo was ist gut, Salt in our hair, Wanderfolk
- Sarah in the Green, Drømmesteder
- GCN – cykelmedie i Esbjerg



Udpluk af omtaler



Udpluk af omtaler



## INTERNATIONAL PRESSEOMTALE I TAL

	TYSKLAND	HOLLAND	FRANKRIG/ITALIEN
	253 publiceringer	12 publiceringer	16 publiceringer
	3,1 mio. eksponeringer	4,4 mio. eksponeringer	13,4 mio. eksponeringer
	66.741 EURO i annonceværdi*	102.756 EURO i annonceværdi*	314.000 EURO i annonceværdi*

\*annonceværdi er desværre ikke målbar for influencers.

# TURISMEN I TAL

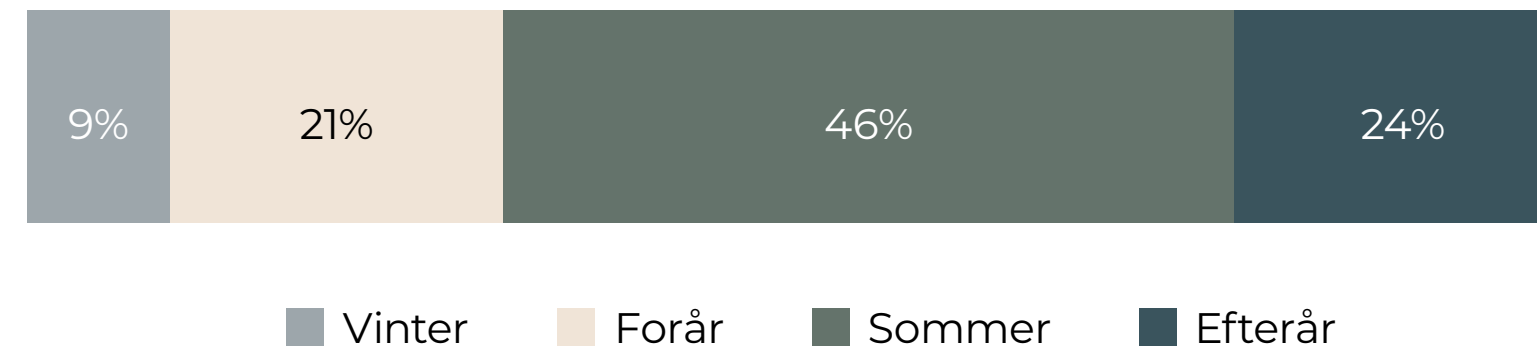
## Antal overnatninger

Januar - december

Nationalitet	2025	Udv. 24-25
I alt	1.453.261	-2,5%
Tyskland	724.815	-5,5%
Danmark	581.460,	4%
Nederlandene	37.490	-8%
Storbritannien	11.918	-24%
Norge	12.483	-26,5%
Sverige	9.005	-10%
USA	12.483	65%
Schweiz	8.048	17,5%
Overnatningsform	2025	Udv. 24-25
Alle typer	1.453.261	-2,5%
Feriehuse	714.060	-7%
Camping	359.120	3%
Hoteller og Feriecentre i alt	333.873	3,5%
Vandrerhjem	38.461	-8%
Lystbådehavne	7.747	-30,5%

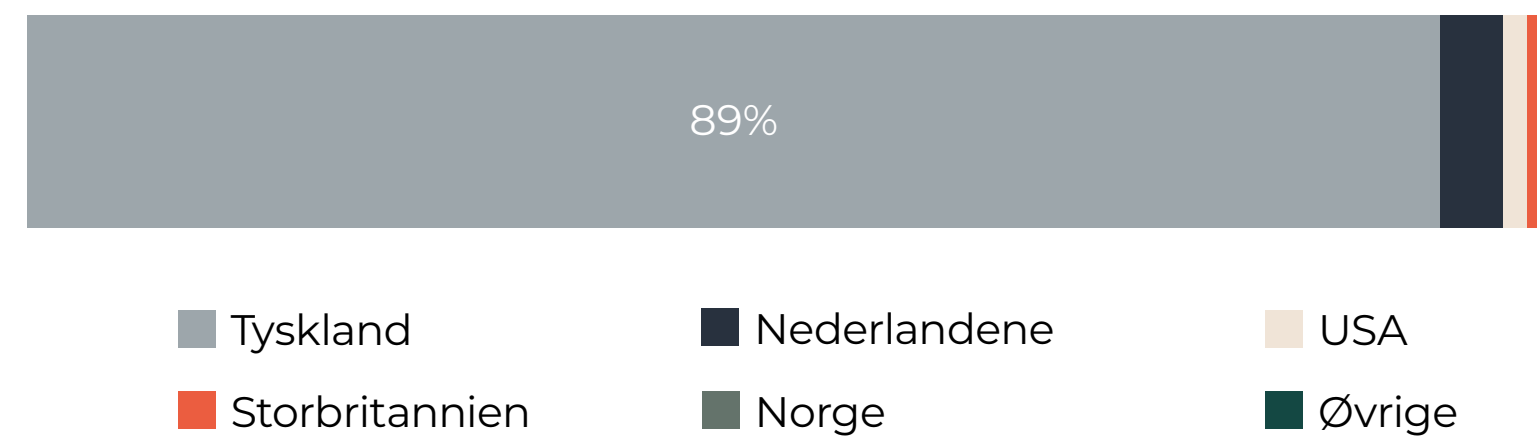
## Overnatninger 2025

fordelt på sæson



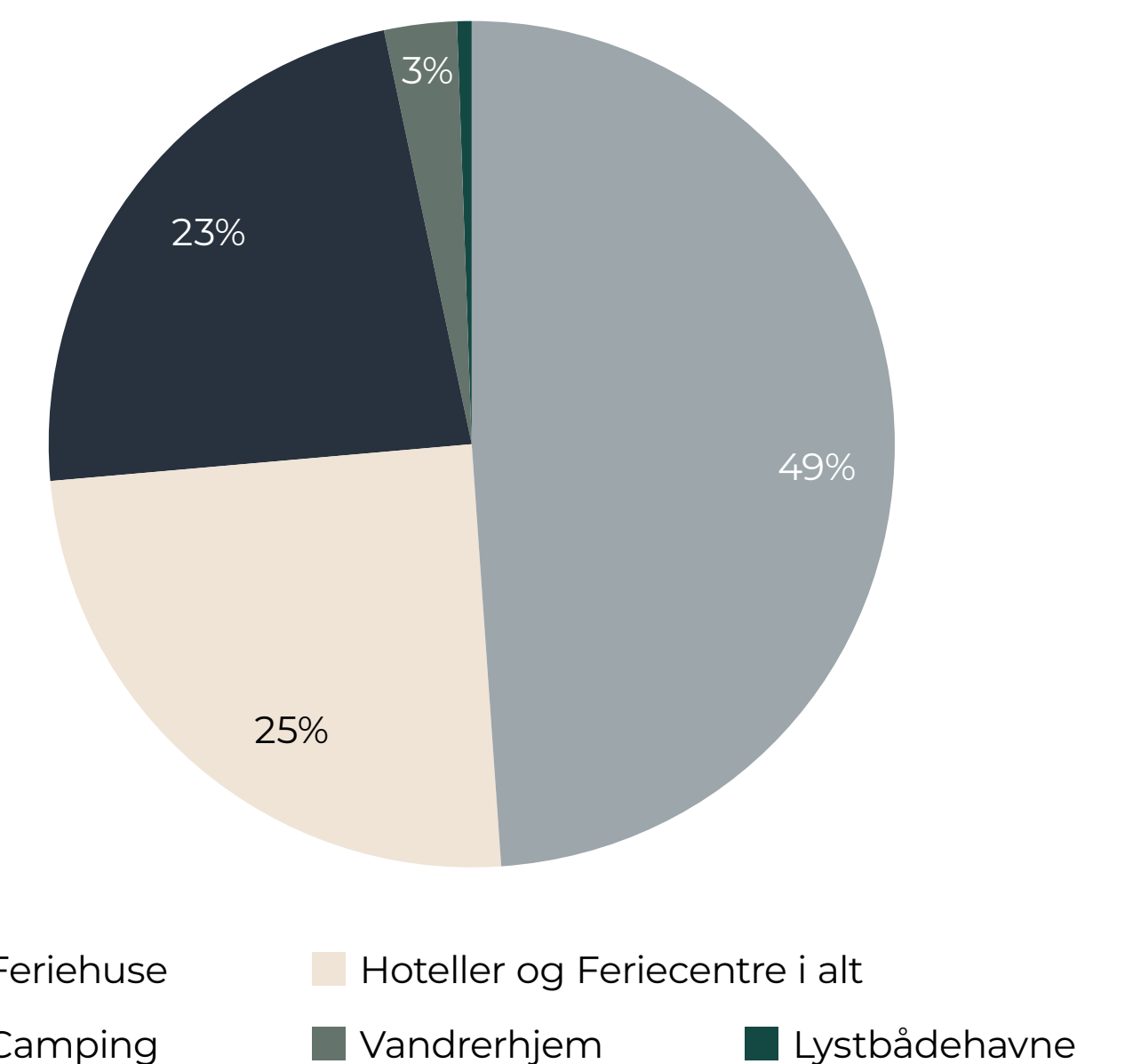
## Andel af total antal udenlandske overnatninger

fordelt på top fem markeder



## Overnatninger 2025

fordelt på overnatningsform



## TURISTINFORMATIONER

15 turistinspirationer supplerer de 3 turistinformationer i området.

Antal besøg i 2025:

Fanø 20.346

Ribe 24.731



# PROJEKTER

## DE GRØNNE IDEALISTER

I projektet "De Grønne Idealister" har der været fokus på at styrke bæredygtigheden i feriehusektoren og samtidig øge incitamentet for helårsudlejning. Målet har været at skabe en bedre fordeling af gæster over året og dermed understøtte en mere stabil og bæredygtig turisme i destinationen.

Som en del af indsatsen er der arbejdet med følgende:

- **Bæredygtighedswebinarer for feriehusejere**

Inspiration og viden om bæredygtige løsninger i udlejning.

- **Udviklingsforløb og inspirationskatalog**

Tre campingpladser – herunder Rødgaard Camping – samt konkrete idéer til videre udvikling.

- **Film: "En ferie med omtanke"**

Målrettet feriehusgæster og udviklet til brug hos erhvervet.

- **Gæsteanalyse 2024 (Ribe)**

- **Autocamperpotentiale analyse**

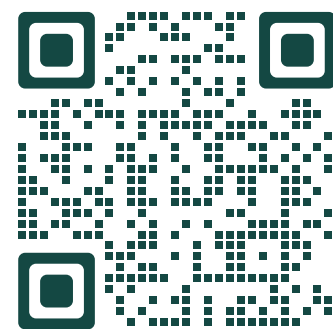
- **Feriehusmesse på Fanø**

Fokus på det bæredygtige feriehus.

- **Way Out West**

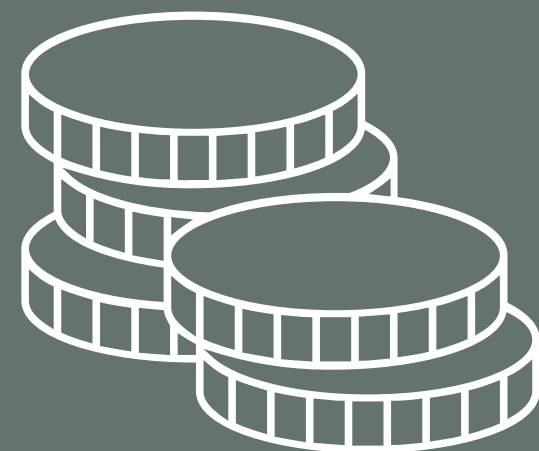
Egen landingpage med fokus på Autocamperoplevelser og særlig kommunikation til autocampere, herunder Code of Conduct, desuden messekit (goodiebags).

Way Out West

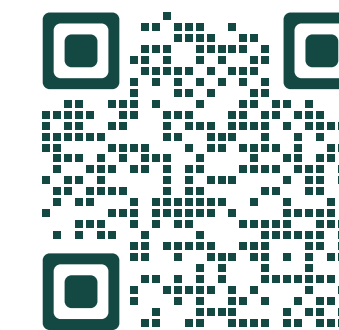


## VESTKYSTEN

12 mio. fra finansloven til realiseringen af den samlede udviklingsplan for Vestkysten, hvor der arbejdes med at skabe en samlet destination, stærke feriesteder, naturen som hovedattraktion differentieret overnatningskapacitet og strategisk investeringsfremme.



Læs mere



## PROJEKT TILSAGN

Bæredygtighed som den nye normal (med landets højeste score), kultur og kvadratmeter.



## PROJEKTET ESBJERG HAVN

En pontonbro er etableret i Dokhavnen og har muliggjort, at Foreningen Martha kan lave hop-on/hop-off-bådture i Esbjerg.

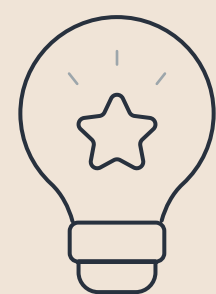
# FOKUS 2025: STRATEGI

Destination Vadehavskystens strategi kort fortalt



## VISION

Vi forener forskelligheden ved Vadehavskysten og styrker tiltrækningskraften ved at understøtte autentiske og stærke oplevelser



### INDRE EKSPANSION

(produktudvikling)

Understøttelse af bæredygtige overnatningssteder og attraktioner af høj oplevet kvalitet

Bæredygtig kommercialisering af stedbunden natur og kultur

Udvikling af nye former for gæsteservice til den digitale forbruger

Ambassadører, frivillige og uddannelse



### YDRE EKSPANSION

(samarbejde)

Udvikle og pleje netværksrelationer – faglige netværk, møder, konferencer og nabokommuner

Udvikle og drive stabsfunktioner i fællesskab med andre destinationsselskaber

Politisk interessevaretagelse

Projektsamarbejder på tværs af hele Vestkysten med relevante partnere

Ikke turistrelaterede erhvervspartnerskaber



### KOORDINERING

(erhvervsudvikling og bosætning)

Synergieffekter ved knudepunkter – hvordan får vi mere ud af de gæster, vi har?

Gæsterne skal tilbydes en helstøbt oplevelse, som også gavner vores aktører – en opgave, vi aldrig bliver færdige med

Proaktiv fysisk planlægning og infrastruktur – turismen skal indtænkes tidligst muligt

# MEDARBEJDERE PRIMO 2026



**Katrine Jung**  
Marketingchef  
kju@vadehavskysten.dk  
+45 23 32 07 06



**Amanda Mindedal**  
Udviklingskoordinator  
am@vadehavskysten.dk  
+45 53 22 07 11



**Hans Peter Folmann**  
Destinationschef  
hpf@vadehavskysten.dk  
+45 20 30 86 18



**Claus Brinch**  
Administration  
cb@vadehavskysten.dk  
+45 29 28 73 21



**Jesper Munk Hansen**  
Digital Marketingkoordinator  
jmh@vadehavskysten.dk  
+45 21 73 39 69



**Rasmus Sømod**  
Senior Projektleder  
rs@vadehavskysten.dk  
+45 51 21 29 92



**Cecilie Jensen**  
Studentemedarbejder  
cj@vadehavskysten.dk  
+45 71 75 60 68



Danmarks  
Erhvervsfremmebestyrelse

 RIBE ESBJERG FANØ  
**VADEHAVSKYSTEN**