

Indledning

Kære alle

Jeg har endnu engang fornøjelsen at levere en beretning fra destinationen i min egenskab af formand for vores destination. Det er skønt at se alle jer der er mødt frem til årets generalforsamling og den korte version af beretningen er at "Her går det godt"!

I foreningen oplever vi fornuftige omsætnings- og overnatningstal. Vi har gang i gode projekter. Der er lavet en stærk national og international markedsføring, krydret med masser af vidtrækkende PR og gode historier om vores fantastiske område. Vi har tilmed styr på vores økonomi, også de næste par år. Det har blandt andet givet os tid til at få lavet en ny strategi der gælder de næste 5 år. På bestyrelsen vegne kan jeg kun sige tak for indsatsen i den forbindelse, godt gået.

Strategi proces:

Lad mig dykke lidt længere ned i den nye strategi som vi startede i begyndelsen af 2024 og med at kortlægge en visions- og strategiproces med henblik på en færdig og klar ny 5 årig strategi. Det lykkedes med involvering af både medlemmer, bestyrelse, kommuner og medarbejdere. Vi fik først og fremmest lavet en ny vision, som har til sigte at sætte nogle pejlemærker for, hvordan vi vil arbejde fremadrettet. Naturligvis ud fra devisen om, at det, der er godt for turisterne, også er godt for borgerne i vores to kommuner – og omvendt. Det er en præmis for strategien, at den harmonerer med den nationale strategi for dansk turisme og de nationale pejlemærker frem mod 2030, hvor en bæredygtig udvikling af dansk turisme spiller en hovedrolle.

Den bæredygtige udvikling i dansk turisme skal være data- og vidensbaseret, målrettet og koordineret, så indsatserne får den optimale miljømæssige effekt. Desuden skal udviklingen være økonomisk bæredygtig. Der skal fortsat tiltrækkes flere turister, og der skal investeres i turismeprodukter og -oplevelser, som kan bidrage til, at den enkelte turist får et større forbrug til gavn for borgerne i hele vores destination. Samtidig skal vores borgere inspireres til at være turister i egen kommune samt vores nabodestinationer; ligesom gæster og borgere i vores nabokommuner skal inspireres til at besøge os.

Det skal desuden være attraktivt at være turist i alle sæsoner og i hele destinationen, så turismen udvides geografisk og hen over året. Det vil bidrage til at skabe helårsjobs og-understøtte andre erhverv, der leverer til turismeerhvervet.

Turisme i Destination Vadehavskysten skal også bidrage til stærke lokalsamfund, hvor borgere og turister har glæde af hinanden. Det indebærer, at turismeudviklingen lokalt sker med øget inddragelse af borgerne og det lokale erhvervsliv, og at f.eks. natur og kulturtilbud benyttes af både borgere og turister.

Turisternes efterspørgsel understøtter detailhandel, restauranter, adgang til natur og kultur og skaber arbejdspladser til mange forskellige typer medarbejdere. Turismen skal bidrage til at gøre det mere attraktivt at bo i Esbjerg og Fanø Kommuner. En socialt bæredygtig turismeudvikling med fokus på borgerne vil også bidrage til mere og flere autentiske oplevelser, hvor turister får mulighed for at tage del i dansk livsstil og opleve dansk livskvalitet.

Vores vision er endt med følgende:

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

Under visionen er der udpeget 3 forskellige indsatsområder. Indre Ekspansion, Ydre ekspansion og Koordinering

Indre ekspansion

Øget fokusering på produktudvikling i samarbejde med de partnere, der kan skabe grobund for vækst. Denne indsats skal gå forud for øvrige aktiviteter. Ressourcerne målrettes denne indsats og de øvrige aktiviteter, som understøtter den.

Ydre ekspansion

Destination Vadehavskysten har en udfordring med sin størrelse, og vil i mange sammenhænge stå stærkere sammen med andre. Et stærkere samarbejde med en eller flere nabodestinationer ville skabe volumen og mangfoldighed til glæde for alle parter – ikke mindst turismeerhvervet, som dermed ville få øget synlighed og tiltrækningskraft. Destination Vadehavskysten skal igennem markante resultater vinde respekt, som øger tiltrækningskraften af mulige samarbejdspartnere.

Koordinering

Turismepolitik er både erhvervs- og bosætningspolitik. Der er mulighed for at skabe mange synergier ved en øget koordinering af initiativer og produkter på tværs af indsatser i kommunerne, og der er behov for en stærkere koordination mellem - og med eksempelvis:

- Eventsekretariat
- Business Esbjerg
- Education Esbjerg
- Nationalpark Vadehavet
- UNESCO's Verdens Arv (Wadden Sea World Heritage)
- De kommunale forvaltninger

Alle de ansatte i Destinationen er i fuld sving med at lave og udføre handleplaner for de indsatsområder der er defineret. Et konkret eksempel er Ribe Østersfestival der en del af den nye strategi.

Turismeservice.

For turismeservicen kører tingene stabilt og godt. Vi oplever et lille fald i antallet af turister på både Fanø og Ribe der kommer og besøger vores 2 fine turistbureauer. Dog har vi stadig godt 24.000 gæster inde på årsbasis i Ribe. Højdespringeren er august måned med 7.092 besøg. På Fanø ligger vi på 21.784 gæster. Gæsterne er dog lidt mere spredt ud over året og her er højdespringeren juli måned med 4.699 besøg.

Vores digitale platforme bruges mere og mere og er i stærk vækst på både hjemmeside, Facebook og Instagram.

Vi oplever fortsat meget høj opbakning til vores forening.

Fordelingen på medlemmer er:

Vi var i 2024 i alt 167 medlemmer, heraf 145 partnere.

Niveau 1 – 3.500 kr's niveau i alt 77 stk.

Niveau 2 – 12.000 kr's niveau i alt 40 stk.

Niveau 3 – 30.000 kr's niveau i alt 13 stk.

Niveau 4 – 50.000 kr's niveau i alt 9 stk.

Niveau 5 – 75.000 kr's niveau i alt 6 stk.

Vestkyst Partnerskabet og projekter.

På Vestkysten arbejder vi fortsat tæt og særdeles godt med Destination Vesterhavet & Destination Nordvestkysten. Formelt set har vi en lille forening der som vi kalder Partnerskabet for Vestkystturisme hvor formand og næstformand fra hver destination sidder med i bestyrelsen fra hver af de 3 Destinationer. Derudover er VisitDenmark og Dansk Kyst og Naturturisme også repræsenteret + et par erhvervsrepræsentanter. Det er primært her vi laver vores projektansøgninger hos Erhvervsfremmebestyrelsen, men også arbejder sammen på at på Vestkysten på radaren hos de folkevalgte på Christiansborg. Der arbejdes med at implementere en samlet udviklingsplan for hele Vestkysten. Partnerskabet blev i øvrigt stiftet for 10 år siden af den daværende Regionsrådsformand Stephanie Lose. I de fælles projekter vi har søgt penge til har vi haft mulighed for at støtte det nye "Fanø Strik", afløseren for den store succes Fanø Strikkefestival. Her skal nævnes at det lykkedes at få Molslinjen til at gå med som sponsor for første gang i Destinationens historie. Ja det er stort 😊.

Derudover kørte vi også sammen med aktørerne en del events under paraplyen. "Experience in the Dark". Konceptet fortsætter i 2025 under navnet "Dunkel" festival. Vi afholdte også en bæredygtighedsmesse på Fanø med godt 50 deltagende sommerhusejere under samme projekt. Projektet sponsorerede også en virkelig god tur til Island. Kritikere vil måske mene, at det ikke er noget man skal bruge tid og penge på. Men ikke desto mindre - så er det enormt givtigt. Vi var på Island med vores udviklingspartnere. Og vi hvilede ikke på laurbærrene... 3 højintensive dage med fuldt program. Turen til Island betød at vi kunne afholde Ribe Østersfestival. Ribe Østersfestival blev nemlig født på Island. Vi fik inspiration til hvordan man kan bruge det stedbundne - og det man har - kommercielt. Island har masser af lava. Det bruger de. Vi har masser af østers. Det lærte vi at bruge. Det summede af liv under Ribe Østersfestival 7-8 marts i 2025, og nye tal bekræfter den positive stemning. Med godt vejr, flere besøgende og en flot fremgang i byens butikker og spisesteder, tegner første udgave af Ribe Østersfestival et billede af en god start for den nye festival. **Ribe havde flere besøgende - især om lørdagen.** Tal viser, at der var flere danske gæster under festivalweekenden end en almindelig lørdag i Ribe. Folk befandt sig især omkring Domkirken og gågaden, hvor der blev holdt Østers madmarked og østersværksted. Også

Vester Vedsted, hvor Vadehavscenteret ligger, var der flere besøgende i området, men den største stigning så vi på Mandø, som havde ca. 30 % flere besøgende. **Besøgende kom langvejs fra.** Mange gæster kom, ikke overraskende, fra Esbjerg Kommune, men Ribe Østersfestival tiltrak også flere besøgende, som havde kørt flere timer for at komme til Ribe. Større byer som Århus og København var repræsenteret, men også folk fra Middelfart og de nærliggende byer Tønder, Vejen og Varde havde valgt at lægge vejen for Ribe. **Det kunne mærkes i butikkerne og hos spisestederne.** Festivalen gav også en tydelig positiv effekt for byens erhvervsliv. Omsætningen i 7 deltagende butikker og spisesteder er i gennemsnit steget med 17,3 % i forhold til 2024. Detailhandlen alene havde en fremgang på hele 27,3 %, imens spisesteder også oplevede fremgang. I den forbindelse skal det nævnes, at disse tal ikke dækker alle byens erhvervsdrivende, men kan være en indikator af, at festivalen også var god for erhvervet pga. flere mennesker i byen. Så det var et direkte udkomme af inspirationsturen til Island. Jeg kan varmt anbefale jer at tage med på næste inspirationstur.

Ovenstående er et godt eksempel på hvordan der arbejdes og hvordan data kan bruges til at sige noget om attraktiviteten og omsætningen i forbindelse med et arrangement. Det er denne vidensbaserede tilgang vi gerne vil basere vores fremtidige arbejde på.

Vi kørte også et projekt under titlen De Grønne Idealister. Under projektet har vi haft fokus på at lære at forstå Autocamper folket og deres adfærd, med henblik på at få mere ud af dem rent kommercielt.

Ud af de 2 Vestkyst projekter får vi også tildelt penge til international markedsføring.

Vi havde også et enkelt eget projekt der sluttede med udgangen af 2024 som vi kaldte for Esbjerg Havn. Det handler om at få åbnet industrihavnen mere op for vores turister og borgere. Der blevet lavet en udviklingsplan og det er glædeligt at der blandt andet nu er ved at blive lavet pontonbroer så det bliver muligt at sejle mellem Havnen, Fanø og Hjerting.

Lille blip fra Fanø men stabil økonomi, der giver ro på bagsmækken.

Vi kunne i 2024 også glæde os over et stabilt år rent økonomisk som ender tæt på et rundt 0. Det var dog ikke uden drama i det budgetlægningen for 2025 pludselig så udfordrende ud. Især var Fanø i store problemer og pludselig var tilskuddet til destinationen et sted man kunne se en besparelse. Men heldigvis kom Fanø i mål med budgettet og midlerne til destinationen bestod. I samme omgang valgte Esbjerg kommune at tilgodese destinationen yderligere. Det var derfor særligt glædeligt at læse forligsteksten fra Esbjerg Kommunes budgetforlig. Heri kunne man læse

at Esbjerg Kommune valgte at øge tilskuddet til Destinationen med 1. mio. kr. både i 2025 og 2026 til Destination Vadehavskysten. Det giver os en stabil økonomi for et par år og ro på bagsmækken til at arbejde for turismen. Der skal lyde en stor tak til politikerne fra EK for at imødekomme os.

Året 2024 sluttede med den traditionelle Julekur i Ribe. Julekuren er et samarbejde mellem Destinationen, Business Esbjerg og Ribe Handel og vi kunne glæde os over at mere end 120 havde valgt at deltage i nogle hyggelige timer. Vi gentager arrangementet og vil gerne at endnu flere valgte at møde op til arrangementet, så det håber vi må blive tilfældet til jul i 2025.

Det var for øvrigt på selve denne aften at Business Esbjerg gav en tidlig julegave da de gav tilsagn til økonomisk at støtte den nyligt afholdte og succesfulde turismekonference. Vi glæder os over at vi har et tæt og godt samarbejde med dem. Tak til Business Esbjerg.

Apropos turismekonferencen var det endnu en god dag, men et god program og en overvældende tilslutning. Det er bestemt et arrangement der kræver en gentagelse. Og så skal der selvfølgelig lyde et stort tillykke til Fanø Kroggard der løb med den første Turismepris.

Der blev afholdt 5 bestyrelsesmøder sidste år. Fokus var som nævnt især den nye strategi som er landet rigtig fint. Bestyrelsens igangværende opgaver i 2025 er at få implementeret den nye strategi, samt at få det bredere erhvervsliv til at støtte og bakke op om vores Destination. Det håber vi meget på at få til at ske i det nye år. Fremtidens økonomi er også et fokus for 2025.

Jeg skal også nævne at der på GF sidste blev besluttet at de på GF valgte bestyrelsesmedlemmer, nu sidder for 2 år Af gangen. Så det bliver spændende at se hvem der bliver valgt.

Med de ord vil jeg hermed gerne sige tak for et godt 2024. Tak til bestyrelsens indsats og til samtlige medarbejdere samt til destinationsdirektør Hans Peter Folmann. En særlig tak skal dog lyde de medlemmer af destinationen som vi arbejder for og med, for at skabe både gode oplevelser og gode sunde forretninger til glæde for både turister og lokale.

Tak for ordet.