

## Referat fra Destination Bornholm ApS's generalforsamling 2018

År 2018, 26. september, afholdtes ordinær generalforsamling på Boderne1.

Valg af dirigent.

**Advokat Bo Hansen blev valgt som dirigent og konstaterede med forsamlingens tiltrædelse, at generalforsamlingen var lovligt indkaldt.**

Bestyrelsens beretning om selskabets virksomhed i det forløbne år.

**Beretningen blev fremlagt af bestyrelsens formand, og beretningen blev taget til efterretning.**

Fremlæggelse af årsregnskab med revisionspåtegning og årsberetning til godkendelse samt beslutning om overskuddets anvendelse eller dækning af tab i henhold til det godkendte regnskab.

**Regnskab og det heri indeholdte forslag om overførsel af årets overskud kr. 58.147 til konto overskud/underskud blev enstemmigt godkendt.**

Behandling af indkomne forslag.

**Der var ingen indkomne forslag.**

Bestyrelsens handlingsplan for det nye år.

**Handlingsplanen blev fremlagt af direktøren.**

Valg af bestyrelsesmedlemmer.

c) Hoteller/feriecentre på Bornholm med mere end 40 værelser:

**Rasmus Lund blev enstemmigt valgt for to år.**

d) Hoteller/feriecentre med færre end 40 værelser, Bed and Breakfast og vandrerhjem på Bornholm:

**David Hunt blev enstemmigt valgt for to år.**

e) Attraktionerne på Bornholm, defineret som museer, historiske monumenter og bygninger, forlystelsesparker og lign.:

**Jacob Bjerring Hansen blev enstemmigt valgt for to år.**

f) Øvrige erhverv på Bornholm, - herunder spisesteder /vidensorganisationer /erhvervsfremmeaktører /eventarrangører, DAT, BAT etc.:

**Jens Borup blev enstemmigt valgt for et år.**

Valg af revisor.

**Bornholms Revision A/S blev valgt.**

Eventuelt.

**Intet.**

**Dirigent: Bo Hansen**

**Referent: Tove Agnete Koefoed**

## Formandens beretning 2018

Tak for ordet.

Når jeg kigger tilbage på året der gik, så må jeg konstatere, at det på mange måder har været et anderledes år.

Først og fremmest var der sommeren. Den var i år sjældent varm og solrig. Mere end 70 registrerede sommerdage med over 25 grader havde vi i flg. DMI.

Det var en sommer, der var god for mange, men bestemt ikke for alle. Meldingerne for året er derfor også blandede. For overnatningsstederne kan langt de fleste melde om en god sæson indtil nu. For restaurationer er meldingerne mere tvetydige. Og for oplevelsesstederne og for detailhandlen er meldingerne heller ikke enslydende. Nogle er glade og tilfredse, mens andre er blevet ramt af det gode vejr, som betød at gæsterne søgte andre steder hen.

Heldigvis viser tendensen, at en god sommer giver et positivt skub til næste års bookinger. Det kan vi alle glæde os over.

For Destination Bornholm har året været præget af det forestående færgeoperatørskifte. Danske Færger A/S har gennem en årrække været en trofast og stor samarbejdspartner som velvilligt har involveret sig i såvel produktudviklingen af øens turismetilbud, men også i øens markedsføring. I 2017 meldte rederiet ud, at man ikke ønskede at involvere sig i markedsføringstiltag og produktudvikling i 2018, da rederiets dage på Bornholm var talte. For Bornholmslinjens vedkommende ønskede man ikke at indgå i samarbejder vedr. produktudviklingen og markedsføringen af Bornholm, før umiddelbart op til rederiets ankomst til Bornholm. Alt sammen forståeligt, men unægtelig også en svær situation for øen og for Destination Bornholm. Vi skylder i den forbindelse en stor tak til Bornholms Brand, som velvilligt gik ind og gav et meget stort tilskud til husets virke.

Destination Bornholm er trods udfordringerne kommet fornuftigt igennem året. Vi har oplevet en omsætningsnedgang, men har formået at løfte en fortsat ganske betragtelig omsætning og dermed opbakning til husets aktiviteter. Huset har en sund økonomi og er en veldrevet virksomhed.

Udover en ganske usædvanlig sommer og følgevirkningerne af operatørskiftet har drøftelser og efterfølgende den politiske aftale omkring erhvervsfremme også præget året.

Regeringen og DF indgik i maj 2018 en aftale med henblik på at forenkle erhvervsfremmesystemet. Aftalen betyder, at det regionale niveau fra 2019 ikke længere har ansvar for erhvervsfremme. Fremover løftes den opgave mellem kommunerne og staten.

7 erhvervshuse landet over skal fremover fungere som kompetencecentre vedr. virksomhedsdrift og virksomhedsudvikling.

Destinationselskaberne landet over skal samles i færre selskaber. Fra godt 80 til et sted mellem 15 og 25 selskaber. Der dedikeres midler til destinationsudvikling, som de tilbageblevne selskaber kan søge.

Der arbejdes i øjeblikket på at definere de kriterier, som lægges til grund for tilblivelsen af de nye destinationselskaber. Blandt dem forventes kriterierne at handle om sammenhængende geografi, kritisk masse af turister, kommunal basisbevilling og krav i forhold til ansvar og indsigt omkring turismefremme.

Destination Bornholm er en stærk destination og en oplagt fortsat selvstændig destination. Det mener vi i bestyrelsen, og det mener heldigvis også Bornholms Regionskommune. Også Erhvervsministeriet har givet udtryk for, at Bornholm helt oplagt skal være en selvstændig enhed også fremover.

Vi har netop nu igangværende forhandlinger omkring samarbejdet mellem Bornholms Regionskommune og Destination Bornholm i årene fremover. Forhandlingerne peger i den rigtige retning, og vi er fortrøstningsfulde omkring fremtiden.

## **Aktiviteter**

Hvis vi ser på aktiviteterne i huset, så har regnskabsåret 2017/2018 været begivenhedsrigt.

Blandt tiltag som jeg vil fremhæve her, er vores fortsatte fokus på outdoorturisme. Vi driver i øjeblikket to projekter i huset i den forbindelse. Dels et Signaturoplevelsesprojekt med fokus på forretningsudvikling. Derudover et Vækstprojekt som omhandler udvikling af faciliteter i naturen. Vi har et godt

samarbejde med Naturstyrelsen og ikke mindst Bornholms Regionskommune, som vi jo også indgik en partnerskabsaftale med i 2017.

Sammen med Rønne Havn styrker og udvikler vi krydstogtturismen. Senest gennem en dedikeret krydstogtkoordinator som skal sikre, at vi høster gevinsten af udbygningen af havnen – også i land. Det er rigtigt set af Rønne Havn at understøtte udviklingen i land, for uden den lykkes Bornholm ikke med at indfri det ambitiøse mål om at nå 100.000 krydstogtgæster indenfor de næste år. Samspelet med øen er afgørende for succes.

## **Markedsføring**

Også markedsføringsinitiativerne er mange. Med vores indsatser nåede vi sammenlagt 192.000.000 mio. eksponeringer af Bornholm i 2018 pr. august måned. Det er et vigtigt arbejde, som vi udfører på vegne af den samlede ø.

Vi gennemførte i 2018 tiltag på en række markeder, nærmere bestemt Danmark, Tyskland, Sverige og Norge. Dels de større kampagner, hvor vi koordinerer et samlet markedsføringstryk i samarbejde med overnatningssteder, der investerer i et fælles og koordineret tryk.

Men også en række andre initiativer fandt vej:

- Mad og Mennesker, som nu på 4. år er blevet en realitet, blev i år udvidet, så Gourmet Bornholms medlemsfolder blev integreret i magasinet. Det styrker samarbejdet og ikke mindst formidlingen til øens gæster.
- Vores nye hjemmeside er nu flyvende og vores gæster tager godt imod den. Vi har nu en platform, som er styrket i forhold til søgemaskineoptimering, og en hjemmeside hvor vores partnere selv kan opdatere eget indhold på sitet. Også eventkalenderen bliver brugt. Mere end 1700 events havde fundet vej til kalenderen pr juni 2018.
- Vi har desuden lanceret en app, som primært er tænkt som et værktøj til gæsten, der er på øen. App'en var i juli måned på en 30. plads over de mest populære rejseapps. Det er godt gået taget i betragtning, at app'en er ny, og at konkurrenterne er internationale store spillere som Hotels.com, Trivago og lign. En tak skal lyde til de mange samarbejdspartnere, som har valgt at profilere app'en overfor deres gæster og dermed været med til at sikre mange downloads.

- Pressearbejdet og effekten af indsatsen blev all-time high. Værdien af den samlede omtale, øen fik i 2017 er på 39 millioner kroner og omtalen nåede ud til mere end 87 millioner læsere/følgere. Det er rigtig flot, og det har vi grund til at være særdeles tilfredse med. Et godt samarbejde med samarbejdspartnere på øen har båret frugt og sikret værdifuld omtale i store internationale medier, men også en styrket indsats internt giver bonus. Blandt andet har vi skabt et presserum på erhvervshjemmesiden, så journalister nemt kan tilgå oplysninger og billeder og meget mere. For at sikre maksimal effekt af omtalen, så er der lavet nye processer internt så de krav vi stiller overfor pressefolkene og influencers skærpes, men også så vi sikrer at omtalens "liv" forlænges gennem omtaler på hjemmeside, sociale medier og meget mere.

I samarbejde med Bornholms Regionskommune driver vi som bekendt Bornholms Turistinformation. Vi oplever synergi og gode effekter af samdriften af alle 7 steder. Vores ansatte supplerer hinanden ved ferie og sygdom og giver udtryk for, at de nyder at være en del af et større "hus" med de muligheder og det kollegiale samspil det skaber. I forhold til fysiske besøg, telefonbesvarelser og mailbesvarelser kan vi konstatere, at husene bliver flittigt brugt. Det glæder os naturligvis.

Netop nu sidder vi og planlægger 2019. Rønne Havn har tilgodeset Destination Bornholm med 1 mio. kr. Det er vi taknemmelige for. Anerkendelsen af huset og af vigtigheden af fælles initiativer betyder meget.

Samarbejdet med Bornholmslinjen er nu indledt. Vi har i 2018 kørt en sensommer og efterårskampagne på den danske og det tyske marked via de midler, som Rønne Havn har sikret huset.

Det glæder os, at vi kan fortsætte de fælles kampagner, som øen med succes har høstet frugterne af gennem mere end 10 år. Kampagnerne har sikret Bornholm en stor synlighed og et koordineret markedsføringstryk, som har betydet en mere effektiv brug af markedsføringsmidlerne.

Men – og der er et men! Vi har en appel til rederiet. En appel om at der allokeres langt flere midler til brug for markedsføringsinitiativer.

Bornholm er Bornholmslinjens vigtigste aktiv.

En ø i vigør og en ø som potentielle gæster får øje på er altafgørende for succes. En succes som i allerhøjeste grad også kommer rederiet til gode i og med, at 90% af trafikken kommer til og fra øen via færge.

Tak til alle vores medlemmer for støtte og opbakning. Tak fordi stadig flere bakker op om vores virke. Tak til vores gode samarbejdspartnere og en særlig tak til BRK, Bornholms Vækstforum og Vækstforums sekretariat samt ikke mindst vores nationale samarbejdspartnere Dansk Kyst- og Naturturisme og VisitDenmark.

Endelig en stor tak til medarbejderne på både Destination Bornholm samt i Bornholms Turistinformation for jeres indsats igennem året.

Jeg vil slutte med at orientere om, at jeg – som det fremgår af indkaldelsen til generalforsamlingen – træder ud af bestyrelsen fra og med i dag.

Jeg er tiltrådt som cateringchef i Bornholmslinjen, og da rederiet har en fast plads i bestyrelsen, finder jeg det naturligt at trække mig.

Tak til bestyrelsen og direktionen for godt samarbejde.