

## **BERETNING TIL DESTINATION BORNHOLMS GENERALFORSAMLING 2023**

Bornholms turisme står stærkt.

Gæsterne kommer i stigende grad - også udenfor sommerperioden.

De er tilfredse med deres ophold på Bornholm.

Vi oplever, at bornholmerne er glade for gæsternes besøg, fordi der er en bred anerkendelse af, at turismen er vigtig for øens økonomi.

Vi har mange naturgivne forudsætninger for turisme på Bornholm, men også stærke og kreative ildsjæle, der er drevet af at skabe.

Vi har en stærk position i forhold til kultur og kunst, natur og outdoor og lokale fødevarer og gode spiseoplevelser.

Det er også Danmarks styrkepositioner, men de færreste destinationer står så stærkt som Bornholm gør indenfor alle de her styrkepositioner.

For at høste, må vi dog så først. Eller med andre ord; uden en fortløbende produktudvikling der binder positionerne sammen, og uden markedsføring der skubber til synligheden af produkterne, så får vi ikke hentet gæster til øen.

Her lidt nedslag fra vores arbejde, som handler netop om det.

### **Markedsføringsindsatser - nedslag**

Vores markedsføringsaktiviteter har i året 2022/2023 netop haft vores lokale **stedsidentitet og unikke oplevelser som grundfortælling**, - naturligvis koblet med de kommercielle tilbud, som vi har på øen.

Særlig de digitale kanaler er fortsat stærke spillere i forhold til opmærksomheden omkring Bornholm. NU: **100.000 følgere på vores sociale medier**.

Stadig flere abonnerer på vores **nyhedsbrev** – mistede **følgere** da vi pligtskyldigt fulgte GDPR -regelsættet for nogle år tilbage, men altså nu er fuldt tilbage i antal - **stærk kommunikationskanal**.

Ved siden af det digitale område har vi fortsat også offline-tiltag.

Som noget nyt besluttede vi i 2023 at udgive **kataloget Destination Bornholm**. Et katalog der blev til på **under 3 måneder**. Vi fik god opbakning til kataloget, og det er

vi meget taknemmelige for. **Uden jeres opbakning** var tiltaget ikke blevet til noget, men I bakkede i vanlig stil op. **Tak** for det.

Vi arbejder nu på **version 2023 af publikationen**, - justerer og finpudser.

Vi har i det forløbne år haft kampagner på **marked Danmark, Tyskland og Sverige**. Vi må vælge: udgangspunkt i vores **analyser**, vores **økonomi**, og hvor opbakningen fra erhvervet er.

Trods en lav kronekurs i **Sverige** har vi valgt at holde fast i indsatserne der. Ikke mindst fordi flere danske destinationer har skruet ned for markedsføringen, og vi dermed står mere alene og stærkere i vores arbejde.

Samlet på tværs af alle **markedsføringsindsatser har vi sikret 390 mio. eksponeringer af Bornholm i 2022.**

### **Udviklingsindsatser - nedslag**

I vores udviklingsarbejde har særlig to indsatser fyldt i den forgangne periode. Det drejer sig om

**vinterturismen** og om

**udviklingsplanen for Bornholms turisme frem mod 2030.**

Vinterturismen har i de senere år været understøttet af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Projektet er dog slut, og dermed står vi nu på egne ben i arbejdet med at produktudvikle og markedsføre vinterperioden. Derfor er det relevant at gøre status over projektet.

I den periode kan vi konstatere at:

- På 4 år er antallet af overnatninger i vintermånederne steget med 85%, og dette har skabt en meromsætning på hele kr. 162 mio kr. Også en slags penge.
- 396 turismerelaterede virksomheder har holdt åbent i løbet af vintermånederne i 2022. En stigning på 92% på 4 år.

Udover de målbare resultater, har det samtidig været vigtigt at skabe reasons-to-go i vinterperioden, og her er **Bornholms Julemarked** et fantastisk eksempel på, at samarbejde hele vejen rundt lønner sig.

En ting er vinteråbne virksomheder og reasons-to-go, men hvis dette ikke er synligt for gæsten, er arbejdet så godt som spildt. Derfor har netop synligheden af vinteroplevelser og åbne virksomheder på Destination Bornholms digitale kanaler været essentielt for hele vinterturisme projektet. Det vil det også fortsat være. Men det kræver, at vi hjælper hinanden og bakker hinanden op.

Kendskabet til arbejdet med Bornholm som vinterø er nået langt udenfor øens grænser. Destination Bornholm vandt i efteråret 2022 en flot pris og dermed også international omtale ved den europæiske prisuddeling European Cultural Tourism Network Awards. Bornholm sikrede sig den fornemme hæder for det digitale arbejde med Bornholm som vinterdestination.

Det er fantastisk, og det er værd at glæde sig over. I nogle medier kunne vi i januar 2023 konstatere, at der var nogle, der mente, at indsatsen ikke var umagen værd. Men tallene taler deres eget sprog. Og resten af landet kigger på os, og synes vi er kommet langt.

For øen som helhed betyder det flere længerevarende ansættelser, flere jobs og større turismeomsætning. Det er positivt for den enkelte virksomhed og for Bornholm.

Derfor; lad os holde fast og arbejde videre. Rom blev ikke bygget på en dag – det har vi vist lige fra starten.

Og så til det andet store udviklingsprojekt, som handler om Udviklingsplanen for Bornholms Turisme frem mod 2030.

Vi er også begyndt at eksekvere på planen på den del, som vi kan tage ansvar for.

Planen har overordnet to spor; et **forretningsudviklingsspor** og et **arealspor**. Sidstnævnte kræver, at først og fremmest Bornholms Regionskommune forholder sig aktivt til arealerne og dertilhørende lokalplaner. Vi har brug for langsigtet planlægning af arealerne, så vi kan tiltrække investeringer, der går i den strategiske retning som er lagt. Vi er i god dialog med Bornholms Regionskommune omkring det, men savner endnu at se en egentlig handlingsplan blive lagt for arbejdet. Vi ser frem til, at det sker.

For nogle få måneder siden har vi fået en bevilling af Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, som skal understøtte den del af planen, der handler om

forretningsudvikling. Det samarbejder vi med Business Center Bornholm om. Vi arbejder på tværs af værdikæden og har det overordnede strategiske ansvar for turismearbejdet.

BCB supporterer indsatserne gennem deres virksomhedsrådgivning, som vil have sin tyngde i de geografiske nedslagsområder. Vi glæder os til samarbejdet med erhvervslivet, byerne og ikke mindst BCB.

I 2022 var vi testområde for en databaseret tilgang i arbejdet med udviklingen. Vi testede brugen af teledata, nets-data og blandt andet machine learning i arbejdet med færge-data.

Det er et spændende projekt, hvor vi samler alle de små bidder af data, som vi hver især sidder med, og sætter dem sammen som et puslespil, så vi får et mere helt billede.

Tak til alle der stillede op og delte data. Arbejdet fortsætter, og vi har derfor per 1/9 ansat en projektleder og dataansvarlig, som skal varetage arbejdet i samarbejde med VisitDenmark, Dansk Kyst- og Naturturisme og de øvrige destinationsselskaber.

I løbet af 2023 har bestyrelsen sammen med direktøren arbejdet med en turismestrategi for årene 2023 til 2027. Under punktet vedr. handlingsplanen sætter vi lidt flere ord på indholdet, men overordnet kan jeg sige, at vi fortsat sætter fokus på perioderne udenfor sommerperioden. Vi er også optaget af, Bornholm skal være et godt sted at bo og virke - og derigennem også at besøge. Det er ikke omvendt.

Jeg startede med at sige, at Bornholms turisme står stærkt. Men Træerne vokser ikke ind i himlen. Så selv om vi i en del år har fået stadig flere overnatninger og deraf følgende højere turismeomsætning, så mærker vi, at gæsterne passer lidt mere på deres penge. 2023 har indtil nu da også været et år, der er lidt en pose blandede bolscher. Der er fortsat usikkerhed i vores omverden, som påvirker forbrugertillid og efterspørgsel. Og vejret kan heller ikke helt bestemme sig til, hvornår det skal være sommer.

Med de ord vil jeg takke for et godt samarbejde i bestyrelsen i det forgangne år. Og tak til Pernille for samarbejdet og for stor ordentlighed og et altid højt ambitionsniveau på bornholms turismes vegne. 50 år

Tak til medarbejderne i Destination Bornholm. Vi har haft udskiftninger og tilføjelser i årets løb, men vi står med et stærkt hold. Tak for jer.

Ikke mindst Stor tak Til alle medlemmer og til kommunalbestyrelsen; tak fordi I bakker op om Destination Bornholm. Det er jeres økonomiske bidrag, der betyder, at vi til stadighed kan stræbe højt og gøre gode ting for Bornholm. Tak for det!