

Kære byråds kandidater





Kære byråds kandidater

Tillykke med din opstilling til kommunalbestyrelsen ved det kommende kommunalvalg. Vi fra Destination Sønderjylland vil gerne ønske dig held og lykke i valgkampen og benytte lejligheden til at give dig et lille overblik over, hvad et område som turismen er for en størrelse og ikke mindst, hvad dette erhverv betyder for Sønderjylland.

Hvem er hvem i dansk turisme?

Dansk turisme er organiseret ved en række organisationer, der hver især har sit eget ansvarsområde. For at give en bedre forståelse af, hvem der er hvem og hvad de laver, introduceres de vigtigste her.

Turistforeninger:

I nogle kommuner har turistvirksomhederne organiseret sig i en turistforening. Turistforeningerne har et lokalt fokus og arbejder for at styrke turismen indenfor egen kommunegrænse igennem dialog med de lokale politikere og organisering af lokale initiativer så som guidede ture, mindre events og lokal markedsføring. I Sønderjylland er der turistforeninger i Sønderborg, Tønder og Aabenraa.

Destinationsselskaber:

Konkurrencen om turisterne er blevet hårdere og derfor har langt de fleste kommuner valgt at indgå i et destinationssamarbejde, der puljer midlerne, så det er muligt at ansætte specialiseret arbejdskraft samt lave større og stærkere markedsføringskampagner. Destinationsselskabet udvikler og markedsfører det samlede område ud fra devisen, at hvis kagen bliver større, er der mere til alle! Du er opstillet i en kommune, der er en del af det tværkommunale turismesamarbejde Destination Sønderjylland, der består af Haderslev, Sønderborg, Tønder og Aabenraa Kommune. Destinationsselskabet er bindeleddet imellem det lokale niveau (Turistforeningen og virksomhederne) og det nationale niveau (VDK, DKNT og Erhvervsfremmebestyrelsen).

VisitDenmark:

– i daglig tale VDK, er den nationale markedsføringsorganisation, der er ansvarlig for at markedsføre Danmark overfor udenlandske markeder. Derudover udarbejder VDK en lang række analyser og statistikker, der bruges af destinationsselskaberne i deres arbejde. VDK markedsfører kun Danmark som helhed, men destinationsselskaberne kan købe sig ind i de nationale kampagner og derigennem opnå en eksponering af deres egen destination i de nationale kampagner. Der foregår derfor en løbende dialog mellem VDK og destinationsselskaber ift. at få mest muligt ud af markedsføringspengene.

Dansk Kyst og Naturturisme:

– i daglig tale DKNT, har til formål at udvikle kyst- og naturturismen i Danmark og sætte en fælles agenda for udviklingen med vision, ambition, retning, prioritering og fokus. Initiativerne udføres i tæt dialog med destinationsselskaberne, der er de lokale eksperter og har den direkte kontakt til turisterhvervet.

Erhvervsfremmebestyrelsen:

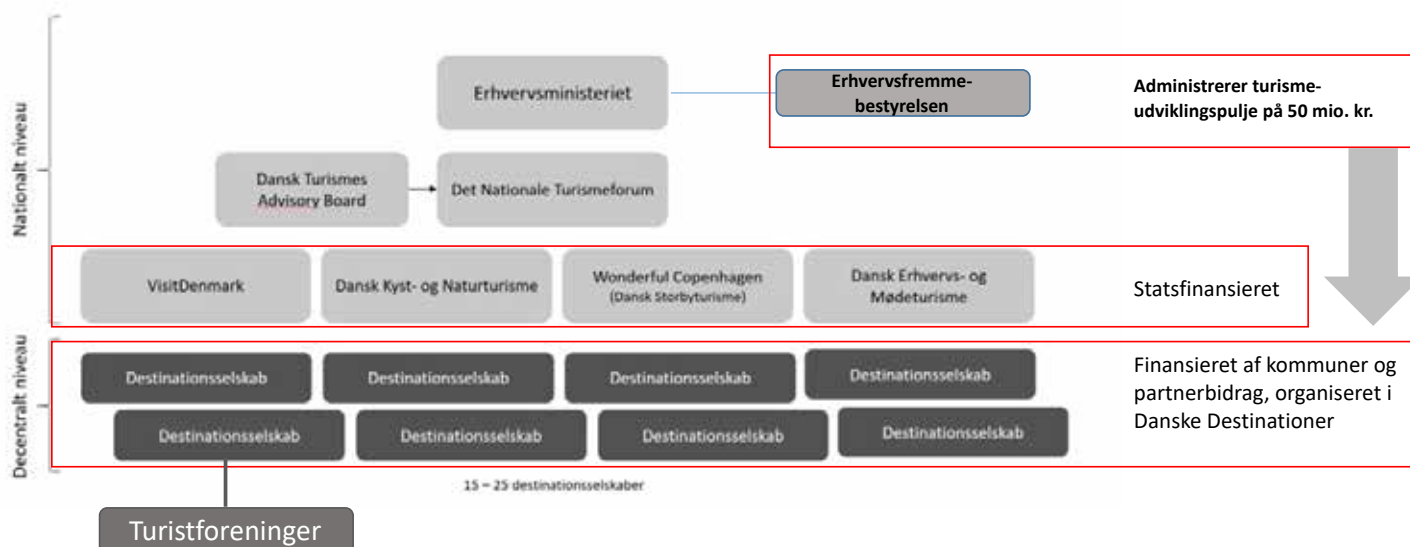
– er sat i verden for at styrke virksomhedernes produktivitet, konkurrenceevne og internationalisering gennem en effektiv, sammenhængende og lokalt forankret erhvervs- og turismeindsats. Erhvervsfremmebestyrelsen har årligt to puljer, der er reserveret til turismefremmeaktiviteter. En pulje på 40 mio. kr. der kun kan søges af destinationsselskaber og en pulje på 10 mio. kr. der kan søges af alle. Erhvervsfremmebestyrelsen kan støtte udviklingsprojekter, der lever op til deres opstillede kriterier med op til 50%.

Øvrige aktører:

Derudover er der en lang række ikke-kommercielle aktører, der er vigtige for turismeudviklingen og det lokale destinationsselskab. Som eksempler kan nævnes Nationalpark Vadehavet, Hærvejens sekretariat, Tøndermarsk Initiativet m.fl.

Hvem er hvem i dansk turisme?

ORGANISERINGEN AF DEN OFFENTLIGE TURISMEFREMMEINDSATS



Sønderjylland som turistdestination

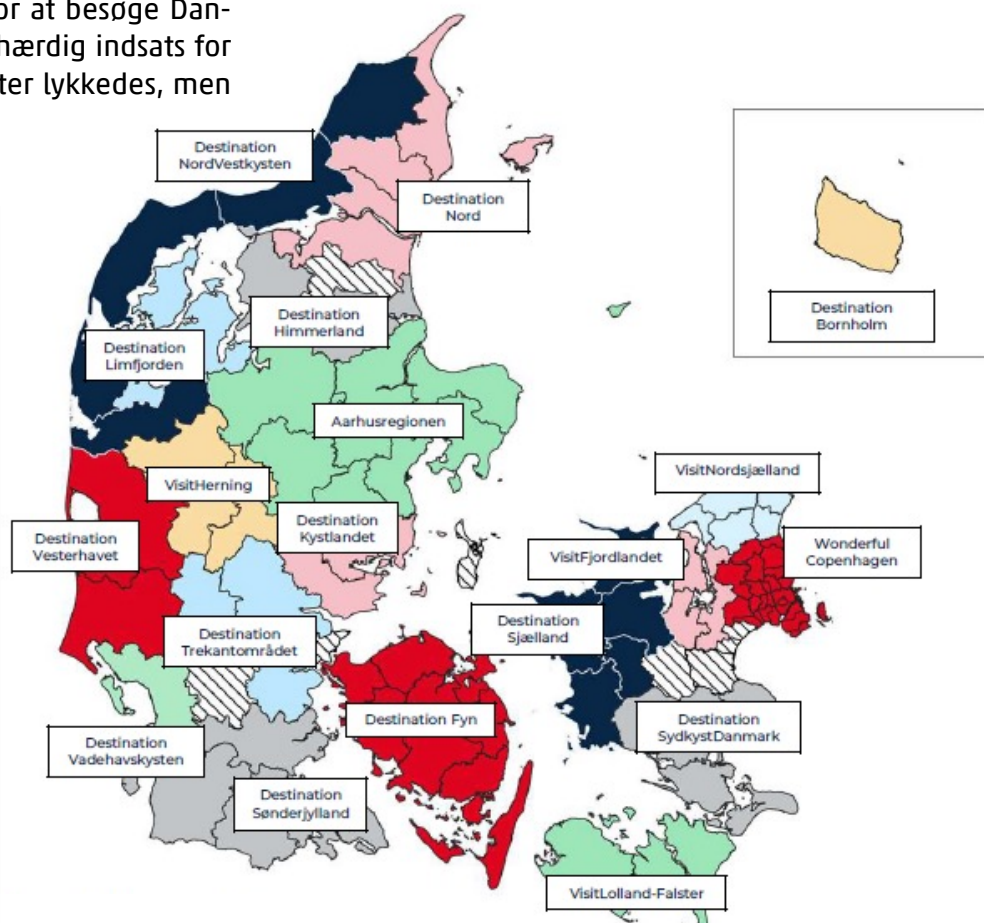
Sønderjylland er en attraktiv turistdestination. I 2019 var Sønderjylland med over 4.2 mio. overnatninger blandt de 5 største turistdestinationer i Danmark og med en fordeling på 42% danske og 58 % udenlandske gæster har Sønderjylland slået sig fast som en populær feriedestination for både danske og udenlandske gæster.

COVID-19 har været hård for turismebranchen

COVID-19 har dog ramt branchen hårdt. Den periodevis lukningen af grænsen, har betydet at Sønderjylland har været afskåret fra de vigtige udenlandske markeder og lukning af restauranter og attraktioner samt efterfølgende krav om mundbind og coronapas, har været udfordringer, der har gjort det vanskeligere at drive virksomhed i turismebranchen. I 2020 endte Sønderjylland med at have en samlet tilbagegang på turismeområdet på 8.2 % svarende til 342.000 overnatninger. Selvom det er betragteligt bedre end landsgennemsnittet på - 20,5 %, er det ikke en udvikling vi kan være tilfredse med. Tilbagegangen i Sønderjylland skyldes primært, at de udenlandske gæster var afskåret for at besøge Danmark i længere perioder. En ihærdig indsats for at tiltrække flere danske turister lykkedes, men

Status for overnatninger 2019 ift. 2018

	Overnatninger 2019	Udvikling ift. 2018	% udvikling ift. 2018
Wonderful Copenhagen	11.253.000	610.000	5,7%
Destination Vesterhavet	8.687.000	319.000	3,8%
Destination NordVestkysten	5.823.000	313.000	5,7%
Aarhusregionen	4.246.000	143.000	3,5%
Destination Sønderjylland	4.180.000	139.000	3,4%
Destination Fyn	3.799.000	- 36.000	-0,9%
Destination Trekantområdet	2.858.000	105.000	3,8%
Destination Nord	2.699.000	86.000	3,3%
VisitLolland-Falster	1.838.000	66.000	3,7%
Destination Bornholm	1.687.000	191.000	12,8%
Destination Vadehavskysten	1.434.000	48.000	3,5%
Destination Sjælland	1.317.000	72.000	5,8%
Destination SydkystDanmark	1.071.000	28.000	2,6%
VisitNordsjælland	966.000	- 8.000	-0,8%
Destination Kystlandet	855.000	21.000	2,6%
Destination Himmerland	851.000	52.000	6,6%
Destination Limfjorden	831.000	36.000	4,6%
VisitFjordlandet	408.000	13.000	3,3%
VisitHerning	328.000	- 18.000	-5,2%
Uden for destinationsselskab	929.000	45.000	5,1%
Hele landet	56.059.000	2.228.000	4,1%



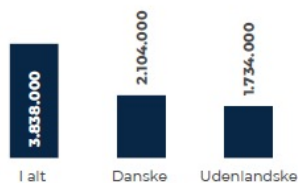
Kilde: Danmarks Statistik. Overnatningstal er afrundede. Overnatningerne dækker hoteller, lejede feriehus, campingpladser, lystbådehavne, vandrerhjem og feriecentre. De dækker ikke overnatninger i fx eget feriehus, AirBnB, Bed&Breakfast og overnatninger hos familie og venner.

selv en fremgang på over 18 % i danske overnatninger, kunne ikke lukke hullet fra de manglende udenlandske overnatninger. Hvordan 2021 kommer til at forløbe er fortsat usikkert, men tendens peger i retning af, at overnatningerne kommer til at ligge på niveau med 2020. Den helt overordnede udfordring for turismen pt. er derfor, at komme tilbage på 2019 niveau og fortsætte den positive udvikling som sønderjyske turisme var inden i frem til COVID-19 holdt sit indtog.

Destination Sønderjylland: Haderslev, Aabenraa, Sønderborg og Tønder

Status 2020

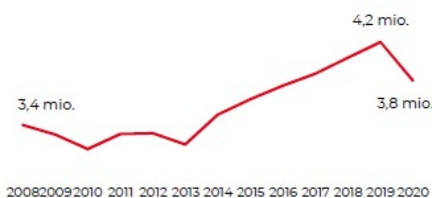
Overnatninger i 2020



Overnatninger i 2020 fordelt på overnatningsform



Årlige overnatninger 2008 - 2020



Turismeomsætning 2018

Turismeomsætning** 5,5 mia. kr.
Andel af turismeomsætningen skabt af udenlandske turister** 49 pct.

Sønderjysk turismen skaber over 5,5 mia. kr. i omsætning og knap 7000 arbejdspladser

Turismen har stor betydning som jobskaber i Sønderjylland. Tager man udgangspunkt i tallene fra 2019 (altså før COVID-19), genererede turismen over 5,5 mia. kr. i årlig omsætning, hvilket svarer til at der skabes knap 7000 jobs. Det er ikke alene jobs i det erhverv, der relaterer direkte til turismen, så som overnatningsbranchen, attraktioner og spisesteder. 42% af turisternes døgnforbrug lægges ved detailhandlen og er dermed medvirkende til, at sikre et levende handelsliv i de store købstæder, men i høj grad også i de mindre landsbyer og samfund i landdistrikterne.

Feriehuse skaber mest omsætning

Feriehusudlejningen udgør 48% af omsætningen for de kommercielle overnatninger og er dermed den overnatningsform, der skaber den største omsætning. Herefter kommer hotelover-

natninger, der udgør 24% og camping med 15%. De øvrige overnatningsformer udgøres af feriecentre, lystbådehavne mv.

Imens der er sker store investeringer indenfor hotel- og feriecentersektoren, er der ikke den sammen udvikling på feriehusområdet. Samtidig er det kun godt 32 % af de sønderjyske feriehusse, der anvendes til udlejning i højsæsonen. Når det sammenholdes med, at disse huse er så godt som fuldt udnyttet i højsæsonen, har vi et problem, hvis vi ønsker at væksten skal tilbage. Der er derfor behov for, at der kigges på muligheden for omplacering og nyudlæg af sommerhusgrunde, så eksisterende grunde med lav attraktivitet, kan erstattes af nye grunde med høj attraktivitet. Dette vil kunne bidrage til at skabe grundlag for private investeringer og øget kapacitet inden for sommerhussektoren.

Aktuel udvikling

Antal overnatninger januar-december

Overnatninger fordelt på nationalitet	2020	Nom. udv.	Pct. udv.	Andel af alle overnatninger
I alt	3.838.000	-342.000	-8,2%	100,0%
Danmark	2.103.800	329.600	18,6%	54,8%
Udlandet	1.734.200	-671.600	-27,9%	45,2%
Tyskland	1.614.700	-471.500	-22,6%	42,1%
Holland	38.700	-86.200	-69,0%	1,0%
Norge	16.400	-37.500	-69,6%	0,4%
Sverige	7.500	-21.800	-74,4%	0,2%
Storbritannien	4.200	-4.500	-51,6%	0,1%
USA	3.600	-2.900	-44,6%	0,1%
Frankrig	1.100	-3.500	-75,7%	0,0%
Italien	600	-1.500	-70,1%	0,0%
Indien	300	-500	-61,5%	0,0%
Kina	200	-1.300	-86,7%	0,0%
Andre lande	46.800	-40.300	-46,3%	1,2%

Overnatninger fordelt på overnatningsform	2020	Nom. udv.	Pct. udv.	Andel af alle overnatninger
I alt	3.838.000	-342.000	-8,2%	100,0%
Feriehus	1.695.200	-232.100	-12,0%	44,2%
Camping	1.300.100	-19.700	-1,5%	33,9%
Hotel	358.200	-29.800	-7,7%	9,3%
Feriecenter	331.900	-41.500	-11,1%	8,6%
Lystbådehavne	104.900	-4.000	-3,7%	2,7%
Vandrerhjem	47.600	-14.700	-23,6%	1,2%

Hvad laver Destination Sønderjylland?

Markedsføring - Destination Sønderjylland er bl.a. ansvarlig for at markedsføre Sønderjylland som turistdestination overfor både danske og udenlandske turister. Det gøres bl.a. igennem Destination Sønderjyllands eget magasin "Sønderjyllandsmagasinet" samt via annoncer, tv kampagner og forskellige former for online kampagner.

Sønderjyllandsmagasinet har fået nyt look



Knap 50% af de sønderjyske overnatninger kommer fra udlandet. Primært Tyskland og Holland, men Covid-19 satte en effektiv stopper for den udenlandske turisme og selvom det lykkedes at tiltrække ekstra mange danske gæster er det langt fra nok til at udfylde hullet fra vores udenlandske overnatninger.

Derfor har Destination Sønderjylland søgt om ekstra midler fra Erhvervsfremmebestyrelsen, således, at vi i 2022 kan fordoble vores udenlandske markedsføring og derved få kick startet vores indsats på de udenlandske markeder. Ansøgningen er blevet godkendt og indsatsen kan derfor starte op fra årsskiftet, så vi hurtigst muligt kan få tilbageerobret vores udenlandske markedsandele.



Udvikling - Markedsføring gør det ikke alene. Vi er nødt til fortsat at udvikle vores turistprodukt, så vi kan imødekomme de nye krav som gæsterne stiller ift. nye produkter, service og bæredygtighed. I 2020 vedtog Destination Sønderjylland den nye strategi, "De bedste ferieoplevelser skaber vi sammen". Her beskriver vi, hvordan et samarbejde imellem virksomhederne, kommunerne og Destination Sønderjylland vil drive udviklingen frem mod 2025 og sammen skabe over 1.4 mio. flere overnatninger end 2019. COVID-19 har måske forsinket denne strategi lidt, men ambitionen er stadig den samme. Hele strategien findes i en digital version på Destination Sønderjyllands hjemmeside.

På baggrund af den vedtagne strategi iværksætter Destination Sønderjylland løbende nye udviklingsprojekter, der har til formål at styrke det generelle turistprodukt i Sønderjylland, opkvalificere turisterhvervet samt øge markedsføringen af Sønderjylland. Som destinationsselskab har Destination Sønderjylland mulighed for at søge ekstern finansiering til disse projekter fra bl.a. erhvervsfremmebestyrelsen. Der kan typisk opnås

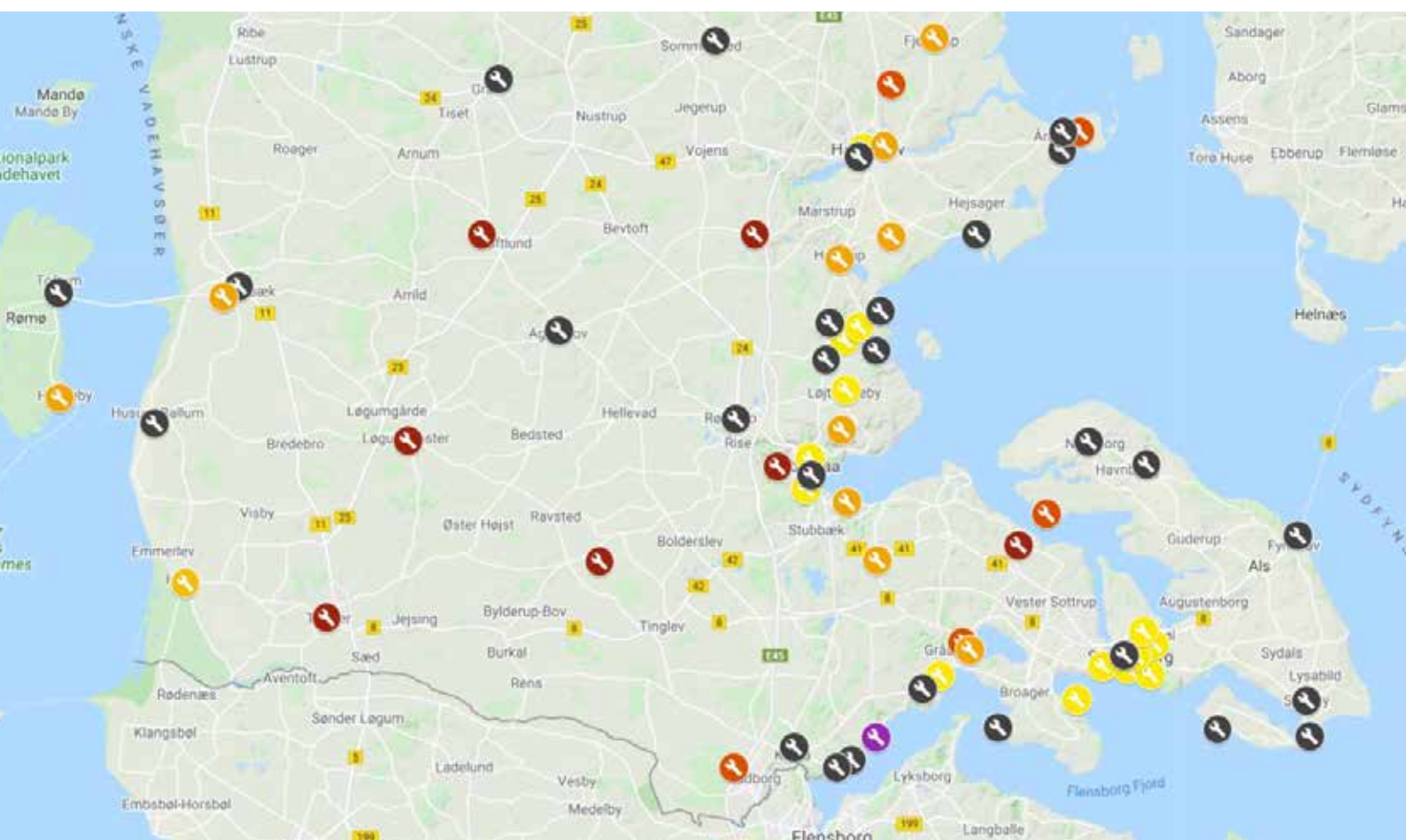




50% medfinansiering af projekter, der opfylder erhvervsfremmebestyrelsens kriterier, mens de resterende midler skal finansieres lokalt. Derfor har Destination Sønderjylland brug for en vis basiskapital for at kunne indgå i udviklingsprojekter. Siden etableringen i 2015 har Destination Sønderjylland hentet over 8 mio. kr. i eksterne midler til turismeudvikling i Sønderjylland.

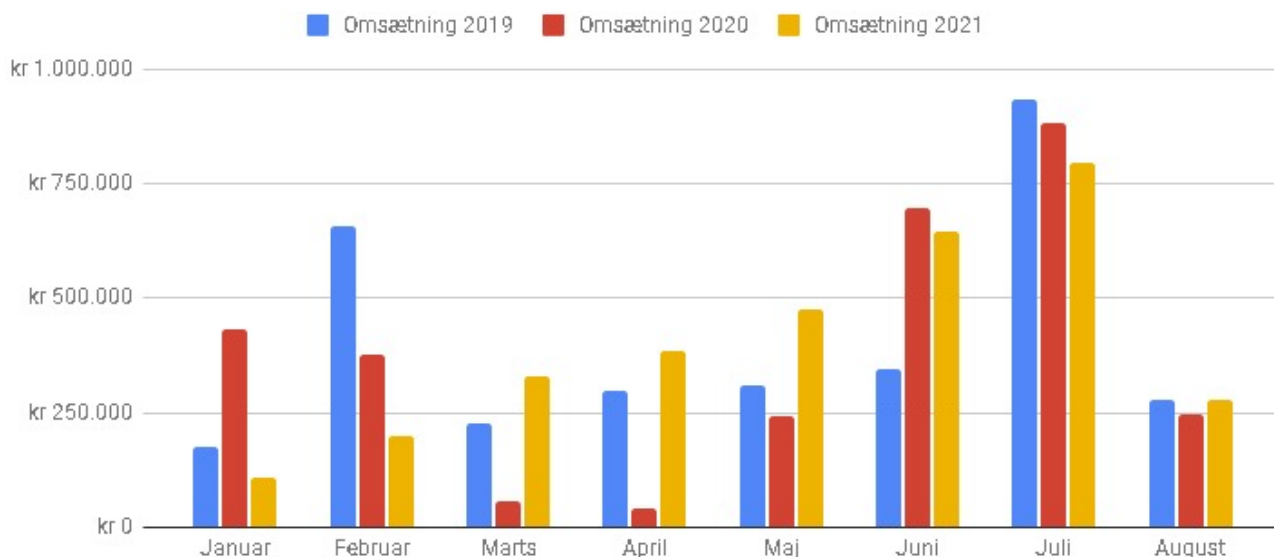


Cykelturisme er et område, hvor Destination Sønderjylland har igangsat flere udviklingsprojekter og Bikefriendskonceptet, der sikre cykelgæsterne optimal service er snart spredt ud i hele Sønderjylland



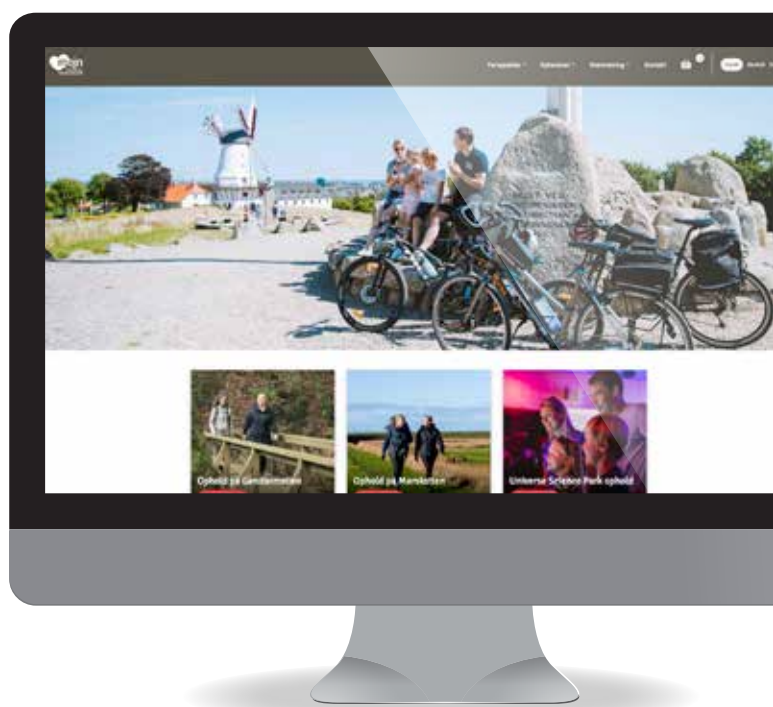
Omsætningen på Destination Sønderjyllands bookingportal

Omsætning 2019, Omsætning 2020 og Omsætning 2021



Afsætning - Formålet med at udvikle turismen er at skabe øget omsætning. Derfor er den fælles bookingportal et vigtigt redskab, der sikrer at selv små virksomheder kan sælge deres produkter online. Destination Sønderjylland hjælper virksomhederne med at gøre deres produkter klar til at komme online og igennem den samlede markedsføring, sikres virksomhederne en optimal eksponering af deres produkt overfor områdets gæster, både før og under deres ophold i destinationen. Den fælles bookingportal er i dag en væsentlig afsætningskanal for flere af de sønderjyske turistvirksomheder.

Lokal turismeservice - Ved Destination Sønderjyllands etablering, var den lokale gæsteservice, der bliver ydet fra turistbureauerne ikke en del af Destination Sønderjyllands ansvarsområde. Destinationen fokuserede primært på digitale løsninger, der kunne benyttes af gæsten, der hvor denne befandt sig. Det har dog vist sig, at der kan opnås gode synergieffekter ved også at lade den lokale gæsteservice blive en del af organiseringen under Destination Sønderjylland. Derfor er der på nuværende tidspunkt indgået aftale med Aabenraa- og Sønderborg Kommune omkring driften af lokale turistbureauer. Medarbejderne her er blevet en del af Destination Sønderjylland og kan nu indgå i et tættere samarbejde med





destinationens sekretariat og samtidig er Destination Sønderjylland nu fysisk tilstede i de kommuner, hvor der indgået samarbejde. I Tønder Kommune er samarbejdet organiseret i en samarbejdsaftale med den lokale turistforening, der i kraft af deres lokale kompetencer, er dem der driver turismeservicen og lokal udviklingstiltag. Vi er sønderjyder og lokale tilstedeværelse giver god mulighed for at give gæsterne et billede af en samlet landsdel og samtidig give dem en god traditionel turismeservice ved at fortælle om de lokale attraktioner.

Partnerskaber med det sønderjyske turisterhverv

Destination Sønderjylland har udarbejdet en partnerskabsmodel, hvor erhvervet inviteres til at tage del i den fælles udvikling af turismen i Sønderjylland. Ved at indgå et partnerskab med Destination Sønderjylland får virksomhederne adgang til de markedsførings- og udviklingsaktiviteter, der etableres i regi af destinationen. Partneres bidrag investeres i yderligere mar-

kedsføring og udviklingsaktiviteter, der er med til at gøre destinationen stærkere. Destination Sønderjylland får i dag over 1 mio. kr. i private partnerbidrag fra det sønderjyske turisterhverv.

Vi sætter tryk på kedlerne

Danmark og Sønderjylland har et godt udgangspunkt for atter at få gang i turismen, når vi er kommet på den anden side af COVID-19 situationen. Danmark og den måde, man har håndteret COVID-19 situationen er blevet positivt omtalt i udenlandske medier og der er fortsat en opfattelse af, at Danmark er et trygt land at tage på ferie i. Det kan blive en vigtig konkurrenceparameter i fremtiden. Derfor skal der i de kommende år fokuseres på, at få tilbageerobret de markedsandele som Sønderjylland havde på de udenlandske markeder før COVID-19.

Med et Tour de France og et VM i Mountainbike Marathon i Sønderjylland vil mange cykelinteresserede rette deres øjne mod denne del af landet i 2022. Destination Sønderjylland har igennem

flere år arbejdet på at gøre Sønderjylland til en af Danmarks mest eftertragtede cykelturismdestinationer. Der er pt. opsat over 40 cykelservicestationer rundt om i destinationen og flere er på vej.

Der er etableret et bikefriendskoncept for særligt cykelvenlige overnatningssteder og der er produceret fotos og film materiale, som virksomhederne kan anvende i deres markedsføring, når cykelturisterne skal lokkes til Sønderjylland. Men det stopper ikke der. I de kommende år introduceres et nyt cykelknudepunktssystem i Danmark, der skal gøre det endnu nemmere at tage op oplevelse på den tohjulede. Destination Sønderjylland er sammen med de 4 sønderjyske kommuner blevet udpeget til et af de områder, hvor det nye knudepunktssystem skal testes og bliver dermed et af de første steder i landet, hvor dette system rulles ud.

Kapacitetsudfordringerne er allerede beskrevet, men på campingområdet findes der nogle lavthængende frugter, der forholdsvis hurtigt vil kunne afhjælpe nogle af de kapacitetsudfordringer turismen står overfor. I en nylig gennemført analyse, har mange af de sønderjyske campingpladser indikeret en stor interesse for at investere i at udvikle deres produkt bl.a. ved at opsætte flere hytter på pladserne. Desværre beskriver pladserne, at de ofte støder på udfordringer, når de møder den kommunale sagsbehandling. Derfor kan der være et behov for at, kommunerne kigger lidt nøjere på henvendelser fra denne branche og giver dem den bedst mulige rådgivning ift. at realisere deres udviklingsplaner, så campingbranchen har optimale forudsætninger for at bidrage til væksten.



Vi skal have gang i væksten igen og når turistbranchen, kommunerne og Destination Sønderjylland arbejder sammen kan målet nås. For i Sønderjylland tror vi på, at de bedste ferieoplevelser skaber vi sammen. Hvis du eller dit parti har lyst til at høre mere om turismen i Sønderjylland, stiller vi os gerne til rådighed.

Med venlig hilsen

Jakob Lei
Bestyrelsesformand
Destination Sønderjylland

Karsten Justesen
Direktør
Destination Sønderjylland





Destination Sønderjylland
Perlegade 48, 1 Sal · 6400 Sønderborg
T. +45 81 82 45 70 · Visitsonderjylland.dk

