

## **Bestyrelsens beretning for 2022 – Turistforeningen for Toppen af Danmark.**

Først rigtig hjertelig velkommen til årets generalforsamling i Toppen af Danmark.

I år bliver det en anderledes generalforsamling, idet vores direktør, René Zeeberg, desværre er langtidssygemeldt. Vi har fået mange henvendelser og er taknemmelige for jeres omsorg. Vi forventer, at René Zeeberg returnerer til sit job, når han igen er rask.

Da vi har en højsæson lige om hjørnet og flere store events på bedding, besluttede bestyrelsen at ansætte en interim leder. Vi rakte ud til Lene Kappelborg, som efter en grundig samtale med bestyrelsen, og nogle få dages overvejelser til vores glæde sagde ja til at hjælpe os, foreløbig for en periode på 4 måneder, selv om hun faktisk havde tænkt sig noget andet med sit liv efter 1. maj. Lene Kappelborg kender de fleste af jer. Lene har en lang karriere i turismebranchen – hotelejer, mange år som succesfuld leder af vores turistforening og senest leder af på "Det grå Fyr" for Naturstyrelsen. Vi glæder os til samarbejdet.

Samtidig vil jeg rose vores personale for den indsats I har ydet. I er virkelig rykket sammen i bussen, og har arbejdet benhårdt for vores forening og medlemmer.

Men tilbage til 2022, som har været et spændende år med mange aktiviteter i vores forening. Det er vores andet år som selvstændig forening uden økonomisk aftale med Frederikshavn Kommune. Der er blevet arbejdet en del med at finde den rigtige vej, som vi mener, vi kører godt på allerede.

Forretningen Toppen af Danmark står på flere ben. Vi har vores feriehusudlejning, som kører fint. Vi investerede i 2021 i et bookingsystem, som giver medlemmerne store fordele og en billigere bookingkanal. Vi samarbejder i byerne om events og har et f.eks. et godt samarbejde med Cruise Skagen – som i 2023 har anmeldt 68 anløb med mange tusind én dags gæster, som vi sørger for at guide rundt i vores skønne område og ud til medlemmerne. Det er alle forretningsben, der kører rigtig godt.

Bookingsystemet skal fremover have mere fokus. Her kan vi virkelig komme til at gøre en stor forskel i forhold til andre destinationer. Som medlem kan man lægge produkter og arrangementer op, som kan købes via systemet. Provisionen er lavere end den ota'erne opkræver – og igen – det der tjenes her, går i egen kasse til mere markedsføring og eventudvikling. Den vil vi bruge mere tid på at få til at spille optimalt.

Jeg vil opfordre alle medlemmer til at bruge systemet – har I f.eks. et arrangement m. musik, frokosttilbud eller andet, som I sælger billetter til – alt kan lægges på sitet – og jo mere der kommer på, jo mere interessant bliver sitet for vores gæster.

Vi har tilbudt markedsføringspakker til medlemmerne med forskelligt indhold. Ingen forretninger er helt ens – og alle har forskellige behov.

I år (23) er der kontraheret med et nyt bureau, Kynetic, med base i Århus. De er gennemført professionelle og meget resultatorienterede. Her får vi samlet masser af data, som kan bruges fremadrettet til at målrette markedsføringen. Vi får også en bedre afrapportering, så vi hurtigere ved, om en indsats giver resultat, eller om der skal ændres på noget.

Vi har fokus på at markedsføre vores medlemmer og især de aktiviteter, der foregår hos og med medlemmerne. Men vi har også antennerne ude for nye tiltag, der kan få gæster til vores område.

Vi er en stor forening med 300 medlemmer fordelt over flere kommuner. Alle, der har en turistmæssig interesse i at være med under Toppen af Danmarks hat, kan melde sig ind.

Som medlem i din lokalt forankrede turistforening Toppen af Danmark får du del i al den fælles markedsføring, der kommer via vores forskellige kanaler. Via vores SoMe kanaler når vi ud til mere end 100.000 følgere. Bl.a. ejer vi VisitSæby, VisitFrederikshavn og VisitSkagen – hvor der hele tiden postes teasere til at besøge vores område.

Vi har et helårsåbent kontor, som jo godt nok ikke er turistinformation, men det betyder ikke, at vi ikke servicerer de mange gæster, der kommer ind og spørger om hjælp og vejledning.

Men det betyder, at vi prøver at guide gæsterne hen til vores medlemmer eller sælge nogle af de produkter, vi har på hylderne – f.eks. en guidet tur, en billet til et arrangement eller måske en overnatning. De events, vi står for, bidrager også til at bringe gæster og opmærksomhed til vores område. Gennem årene har vi arbejdet intensivt med at udbrede sæsonerne, så vi også har gæster udenfor den egentlige højsæson, og det arbejde har båret frugt, og det fortsætter vi med.

Endeligt er det også vigtigt, at Skagen-området hele tiden er i fuld fokus hos vores gæster. Skagen er et af de bedste brands i Danmark – og det nyder hele området godt af – og det skal vi som erhverv være med til at vedligeholde. Så fuld fokus på markedsføring af brandet Skagen – er også noget, du får for dit medlemskab.

Alle medlemskaber – store som små – bidrager til, at vi får gæster hele året i vores område.

I bestyrelsen har vi planlagt at påbegynde at arbejde med strategien. Efter en periode med coronalukninger og ændringer i organisering for turismen, har vi behov for hele tiden at optimere foreningens formål og drift.

Vi er en medlemsejet forening, der drives kommercielt med en ret høj topline. Vi tror på den lokale forankring som medlemmernes forening – det er medlemmerne der er foreningens hjerte og puls. Men hvordan skal tingene skrues sammen i fremtiden? Det vil vi gå i gang med at se på i løbet af efteråret.

Vi føler, at turistservicen fra den kommunale del, stadig er meget mangelfuld i et område med så stor turismebeholdning for Danmark og ikke mindst for Frederikshavn Kommune. Vi vil søge et bedre samarbejde og mere servicering af det brede erhverv, som vi i høj grad består af. Den del vil også være en del af bestyrelsens arbejde i løbet af efteråret og vinteren. Hvordan sikrer vi bedst mulig profilering og fortsat høj kvalitet i udviklingen af turismen? Og ikke mindst – hvordan sikrer vi i fællesskab mere helårsforretning ud til vores medlemmer?

Og slutter med en tak til bestyrelse og personale.