

Markedsføring Fanø.

Bestyrelsens årsberetning 2016/17 v/Hanne Thyssen.

Dette er den første ordinære generalforsamling for et helt regnskabsår og normal drift efter vi har gennemført de store forandringer.

Bestyrelsen

En af ændringerne i forhold til tidligere er, at hele bestyrelsen er på valg hvert år.

Valgt på generalforsamlingen blev Gorm Sigaard, Hanne Thyssen, Karin Haubjerg Larsen, Lindy Kjølner, Bent Kruse Madsen og suppleanterne Mette Berg Jensen og Henning Balle. Bestyrelsen konstituerede sig umiddelbart efter generalforsamlingen med Hanne Thyssen som ny formand.

Der har været afholdt 6 bestyrelsesmøder.

Medlemsudvikling

Bestyrelsen havde som mål at nå op på 100 medlemmer. Der er kommet en del nye medlemmer til, men der er samtidig også flere, der enten er ophørt med at drive virksomhed eller har meldt sig ud. Medlemstallet ligger således på uændret på 82 medlemmer.

Samlet set har vi kontingentindtægter på 547.000. selvom regnskabet viser et overskud på 184.000,- kr. et det fortsat vores ambition at øge kontingentindtægterne. Vi forventer og håber, at få flere ansøgninger til markedsføringspuljen i de kommende år, så derfor ser vi gerne at puljen bliver større.

Vi håber både at vi kan få flere nye medlemmer, at tidligere medlemmer igen får lyst til at blive medlem og så håber vi også, at der er en række af de nuværende medlemmer, som opgraderer deres medlemskab. Især håber vi, at der er flere af de nuværende C medlemmer som vil opgradere til et B medlemskab.

Sekretariat

Foreningen har fortsat Poul Therkelsen tilknyttet som sekretær og udførende kraft i de aktiviteter, som foreningen gennemfører. Forskellen fra tidligere er, at Poul Therkelsen og Fanø Turistbureau nu drives af Esbjerg Erhvervsudvikling.

Marketing aktiviteter

Vi operer med 2 typer af aktiviteter, basisaktiviteter og kampagneaktiviteter.

Basis aktiviteter

Basisaktiviteterne består af

1. Hjemmesiden www.visitfanoe.dk
2. Sociale medier, primært Facebook.
3. Digitale infocenter.
4. Aktivitetskalenderen "Det sker på Fanø" i både trykt og onlineformat
5. Visitfanøbooking
6. Fanø Guiden.
7. PR-arbejde.

Visitfanoe.dk

Hjemmesiden gennemgik en større renovering i vinteren 2016/17. Målet var at gøre siden mere enkel og overskuelig, samt at øge integrationen med GuideDanmark, som også er database for det digitale infocenter.

Desværre er det ikke muligt for kunderne selv at opdatere i GuideDanmark og det kan give flaskehalsproblemer med opdateringen i sommerperioden. Derfor søger vi at få opdateringsoplysninger ind i vinterperioden, hvor der er bedre tid til dette arbejde.

VisitFanø Facebook

Vi har fortsat 3 Facebook sider (Visitfanø, windfriends og zimmer/room). Vi nærmer os 6.000 venner, hvoraf mange er aktive. Samtidig er vi aktive på FanøFangruppe og UnserFanø, der begge er drevet af stamgæster.

Det digitale infocenter

Det digitale infocenter består af følgende elementer: et ubemandet inforum i lille Amalienborg med en eventskærm og 4 touch skærme, en række touch skærme hos forskellige virksomheder på øen, samt en mobil app Visitfanø. Udvikling af systemet står Business Region Esbjerg for.

Gennem længere tid har der været problemer med touch skærmene på lille Amalienborg og vi overvejede til sidst at skifte skærmene ud. imidlertid viste det sig at være en simpel fejl i strømforsyningen i switch boksen, som forårsagede miseren. Siden har systemet fungeret upåklageligt.

Aktivitetskalenderen.

"Det sker på Fanø" udgives nu som hæfte i hele perioden fra maj-september, og der åbnet op for annoncering i kalenderen.

Både den trykte og onlineversionen baserer sig fortsat på Kultunaut. Det er arrangørerne selv, der lægger arrangementer på kalenderen.

Svagheden ved systemet er at arrangører enten glemmer eller synes at det er for besværligt at lægge arrangementerne ind, men vi har ikke kendskab til et brugbart alternativ. Fanø kommunes Fanøkalender.dk er således også baseret på Kultunaut og viser stort set de samme arrangementer.

VisitFanø booking

Vi har et samarbejde med Dansk Ø Ferie/Færgen om onlinesalg af oplevelser og overnatning. For at tydeliggøre fanøprodukterne tilbød Dansk Ø Ferie at vi kunne få vores egen Fanø booking side, hvor kun Fanø produkter er på. Produkter på Visit Fanø booking sælges således også på Dansk Ø ferie. Pt. er 4 oplevelsesarrangører og 6 overnatningssteder med.

Fanø Guiden

Fanø Guiden 2017 er anderledes både i form af leverandør, format og design. Det er nu det lokale firma Casa Grafika, der laver guiden (layout, trykning og annoncetegning), mens vi fortsat selv producerer det redaktionelle indhold. Formatet er ændret fra A4 til A5, så dels gør den nemmere at have med rundt i lommen eller tasken, dels giver mulighed for at producere den i 3 særskilte sprogversioner. Formålet med at lave særskilte sprogversioner har primært været at gøre den mere læsevenlig. Det har samtidig givet mulighed for at forbedre det redaktionelle indhold.

Guiden blev trykt i henholdsvis 25.000 tyske, 15.000 danske og 5.000 engelske guider. Baseret på de seneste års faldende forbrug fra andre turistbureauer, forventede distributøren at max 8.000 guider til resten af Danmark incl. motorvejsstationer ville være tilstrækkeligt. Vi har ikke tidligere distribueret guiden til motorvejsstationerne.

Det viste sig dog allerede sidst på foråret, at vi havde undervurderet behovet og vi besluttede at trykke yderligere 10.000 danske og 10.000 tyske brochurer.

Frem til ultimo juli har forbruget eksternt således været 13.000 guider, heraf mere end 5.000 til motorvejsstationer i Jylland/Fyn, og vi har måttet lukke for yderligere distribution.

Vi har haft et faldende antal annoncører, hvilket vi tror dels skyldes at vi var sent ude med annoncetegningen, dels en usikkerhed omkring det nye koncept for guiden. Ikke desto mindre er det lykkedes at få et pænt overskud på 2017 guiden på 59.000,- kr.

Samarbejdet med Casa Grafika vil fortsætte i 2017/18, men vil se på, hvor vi kan opgradere guiden endnu mere.

PR arbejdet

I lighed med tidligere år, så fylder pressearbejdet rigtigt meget, både i tidsforbrug og økonomi. Vi bruger samlet set ca 150.000,- kr om året på PR relaterede aktiviteter, primært journalistbesøg.

Antallet af pressture var stigende i det forløbne regnskabsår, hvor vi nåede op på et rekordstort antal på 33 journalistbesøg.

Følgende presserejser er gennemført i 2016/17:

Tyskland:

Frankfurter Rundschau, RadWelt, Tina/Bella, Eckart, Ferngewehrt, Die Zeit, Westfälische Nachrichten, der Tagesspiegel, Sächsische Zeitung, Busfahrt Magazin, Lebensart, Reise Kurier, Travelonboards, NORDIS. Desuden 2 rejsebogsforfattere.

Danmark:

Freelance Jesper Møller, Anne Vibeke Rejser (DK4), Nordjyske medier, Aller koncernen, Lolland-Falsters Folketidende, Jysk-Fynske Medier, infotainment.dk, Rejseblokken, Sklassisk.dk, Caroline thorsfeldt.dk, TV-syd, DR (TV-avisen), vnrTV.

Norge:

Hjemmet, Golferen

Østrig:

ORF Stats TV, Die Presse (Wien),

Desuden har vi haft en præsentationstur for det internationale incoming bureau, TUMLARE.

Vi har ikke et samlet overblik over, hvor meget omtale i form af artikler offline og online, blogindlæg osv presserejserne til Fanø har givet, men nogle enkelte eksempler viser, hvor stor en effekt det kan have.

Freelance journalisten Jesper Møller var på Fanø i slutningen af juli 2016. Det kom der 2 artikler ud af, som har været vist i følgende medier: Dagbladet Køge, Dagbladet Ringsted, Dagbladet Roskilde, Frederiksborg Amts Avis, Nordvestnyt Holbæk, Nordvestnyt Kalundborg, Sjællandske Næstved, Sjællandske Slagelse, Dagbladet Ringkøbing-Skjern og Skive Folkeblad

David Hugendinck fra Die Zeit var i Danmark for at lave en artikel om dansk hygge, og boede som led i rejsen i et sommerhus på Fanø. Die Zeit har næsten 600.000 læsere og artiklen repræsenterer en annonceværdi på ca 1,3 millioner kr.

Esther Koogelboom fra Der Tagesspiegel i Berlin var her i begyndelsen af maj. Der Tagesspiegel har 318.000 læsere og artiklen repræsenterer en annonceværdi på 217.500,- kr

Nogle af presserejserne er lavet i samarbejde med Business Region Esbjerg. Den samlede værdi af de 11 pressemeddelelser og 16 pressebesøg (heraf 6 på Fanø) på det tyske marked er af VisitDenmark opgjort til 25 millioner kroner.

MF var også involveret i presseaktiviteterne i forbindelse med Fanø International Kite Fliers Meeting. For første gang har vi prøvet at lave en video til distribution via de internationale nyhedsbureauer (Reuters, AP osv). vnrTV specialiserer sig i den type produktioner og resultatet var overvældende. Vi har ikke et samlet overblik over alle de nyhedsstationer, der har vist klippet, men DR TV-avisen, TV-2 Norge, ARD, DW, Euronews, Euronews.de, MDR/Brissant, BBC 2 gange), NBC og ABC's store TV-netværk i USA, Kina's CCTV og XinHua netværk samt et utal af nyhedshjemmesider har vist klippet. Det er rigtig mange millioner mennesker, der har set klippet.

Kampagne aktiviteter

En del af aktiviteterne i 2. halvdel var fortsættelse af de aktiviteter, der blev sat i gang i det foregående regnskabsår. Det drejer sig om følgende aktiviteter

Nordsee kampagne i Tyskland

- Købte 1 helsidesannonce + online marketing i de 2 kataloger rettet mod henholdsvis "Sjov, leg og læring" og "Det gode liv". DSVJ er markant i kataloget i 2016. Vi har et fælles dobbeltopslag, Varde og Rømø/Tønder har hver et dobbeltopslag, Fanø har 1 side og der 1 side med annoncer.
- Som led i TV kampagnen, der kørte i april i Nordtyskland, købte vi et dobbeltopslag i april nummeret af Flensburg Journal (oplag 48.000, der husstandsomdeles). Dette blev fortsat med dobbeltopslag i både maj og Juni.

Regional kampagne (Esbjerg og omegn):

- 12 måneders annoncekampagne i JyskeVestkysten/Esbjerg Ugeavis med 1 ugentlig annonce (360 mm),
6 stk ½ sider annoncer i JyskeVestkysten/Esbjerg Ugeavis i 2016.
Bannerannoncering på JV/Ugeavisen.dk med 100.000 visninger pr måned i 12 måneder (ingen klikpriser oveni)
120/180 radioslots a 15 sekunder pr måned i 12 måneder på Radio Scala.

Camping kampagne:

Kampagnen har et samlet budget på 20.000,- kr,

- Deltagelse i CMT turismessen i Stuttgart 15-25 januar, som er en af de helt store messer og specielt for camping/autocamper.

Kite Fliers Meeting (KFM):

- Markedsføring fanø overtager en række af de udgifter, som FET tidligere har afholdt for at sikre dragefestivalen. Kite Fliers Meeting er fortsat det største event på Fanø og af stor betydning for øen.
- KFM deltog i 2017 i fejringen af 150 året for diplomatiske forbindelser med Japan. Den store satsning blev gennemført af EEU i samarbejde med en styregruppe og en række sponsorer. Det medførte et meget spændende program med japanske drageflyvere, workshops, udstillinger og en massiv markedsføring. Resultatet var, at KFM 2017 blev den største nogensinde, både hvad angår deltagende drageflyvere, besøgende og omtale.

Markedsføringspuljen:

2016/17 var året, hvor konceptet med Markedsføringspuljen skulle stå sin prøve.

Ideen bag Markedsføringspuljen har været, at foreningen kan gå ind med medfinansiering af medlemmernes marketing aktiviteter på følgende betingelser:

- Markedsførings Fanøs markedsføringspulje er ikke en normal tilskudsordning. Der er derimod tale om at puljen kan bidrage med maksimum det samme beløb, som ansøgerne selv investerer i projektet.
- I visse tilfælde vil det også være muligt at få yderligere medfinansiering fra Færgen A/S med maksimum det samme beløb som ansøgeren og Markedsføring Fanø har investeret.
- Der vil som udgangspunkt ikke være medfinansiering til enkeltaktørers egne projekter.
- Projekter skal indeholde samarbejde mellem en række aktører og have et formål, der kan komme en bredere kreds af aktører til gode.

Vi må dog nok erkende, at vi ikke har fået mange ansøgninger til puljen. Der er kommet i alt 6 ansøgninger, hvoraf vi har sagt ja til at medfinansiere de 3:

- Produktion af videoer i forbindelse med Fanø Vesterland, som præsenterer både festivalen og de samarbejdspartnere, der deltager i festivalen.
- Produktion af en online restaurantguide.
- Deltagelse i VisitDenmarks Nordsee kampagne

Det er en proces at blive så skarpe som muligt på at beskrive betingelserne for medfinansiering og det har da også medført mange diskussioner i bestyrelsen, så vi forhåbentlig kan blive bedre til at fortælle, hvad man har mulighed for at få medfinansiering til.

Vi håber naturligvis at vi i 2017/18 kan få mange flere ansøgninger.