



**Generalforsamling i  
Svendborg Turistforening  
torsdag den 5. marts 2026 kl.8.00 på Stella Maris**

\*\*\*\*\*

*Der deltog 12 personer i dagens generalforsamling.*

Anders Ulrich bød velkommen,

**1. Valg af dirigent:**

Anders havde spurgt Søren Brønserud fra Svendborg Event- & turisme, om han også i år ville påtage sig rollen som dirigent, hvilket han havde accepteret.

Søren konstaterede, at generalforsamlingen blev afholdt i henhold til foreningens vedtægter.

Søren gav herefter ordet videre til Anders.

**2. Aflæggelse af bestyrelsens beretning**

**Anders** aflagde bestyrelsens beretning (se bilag)

**Søren** takkede for beretningen og spurgte, om der var spørgsmål til denne.

**Tom Pelle:** Med hensyn til den store stigning for airbnb overnatninger i Svendborg ville det være ønskeligt, hvis de kulturarrangører - som bl.a. også får støtte fra byens overnatningssteder - blev tilgodeset, når der var brug for overnatning. Kedeligt, hvis støtten blev anvendt på airbnb, som i stor udstrækning er skattefrie indtægter. Antallet af airbnb muligheder i Svendborg er store. Der er enkelte personer, der har virkelig mange enheder.

**Søren Brønserud:** Kulturarrangementerne understøtter naturligvis en helårsby, men korrekt, at det er vigtigt at tænke sig om, når man køber ind hos hinanden.

**Lui Haas:** turismeundersøgelser viser, at B & B gæsterne i private hjem bruger penge i byen, og det er ikke sikkert, at det er bedre at lægge pengene på hoteller, der er ejet af kapitalfonde.



Mener til gengæld ikke, at kommunens strategi om nyopførelser af hoteller i byen giver nogen mening. Meget bedre at bruge de bygninger der er.

**Søren Brønserud:** Hellere lokal forankrede hoteller end kapitalforankrede hoteller.

**Søren Bach-Hansen:** Det er betænkeligt, hvis enkeltpersoner kan udleje 17 lejligheder som airbnb. Når det er så mange, så er det mere korrekte at behandle det som hoteldrift og beskatte det derefter.

**John Arly:** efterspørgslen på B & B er stor. Han kunne udleje sin værelser året rundt, hvis han havde lyst, og det er meget ofte de samme personer, der kommer igen år efter år.

**Kristina Møller-Nielsen:** positivt at byens hoteller differentierer i måden at indrette værelser på – nogle er ren business og andre har mulighed for at have familier, der har brug for lidt køkkenfaciliteter.

### 3. Fremlæggelse af regnskab

**Anders Ulrich** præsenterede regnskabet samt det kommende års budget.

Administrationsudgifterne og tilskud til bridgefestivalen var større end budgetteret, hvorfor underskuddet blev 61.000 i stedet for 37.000.

Beløbet tages fra egenkapitalen.

Der var ingen kommentarer til regnskabet, hvorefter dette var godkendt.

### 4. Fastlæggelse af kontingent

Kontingentsatserne blev på generalforsamlingen i 2025 efter 10 år – uden prisstigninger - forhøjet med 10 %. Derfor ingen stigninger i år.

Antallet af medlemmer er dalene, men det er foreningens målsætning af få nye medlemmer fremadrettet.

**Carsten Kim Nielsen** foreslog, at medlemmer fik tilsendt nyhedsbreve med information om, hvad der rører sig i området, og at man lavede et årligt arrangement for medlemmer. Fandt, at kontingentet var så beskedent, at mange gerne vil betale for information om, hvor man turismemæssigt er på vej hen, og med en opfordring til at støtte lokalt.



**Tom Pelle:** god ide at finde en person, der mod betaling kunne skaffe medlemmer fra hele vores område.

**Søren Bach-Hansen:** mente, at der manglede et turismenetværk, for det var vigtigt, at vi kunne facilitere området.

**Anders Ulrich:** Mange mulige medlemmer er små aktører, så det er vigtigt at fortælle, hvad pengene får til, for det er svært at få dem overbevist om, at det er nyttigt og gavnligt for dem at være med.

**Heiko Buch-Iling:** Man kunne måske gøre det gratis, at være medlem det første år?

**Anders Ulrich:** Bestyrelsen kigger på, hvad man kan gøre for eksisterede medlemmer, og hvad der skal til for at få nogle nye. Ambitionen er, at kontingentindtægterne skal stige med 10%.

## 5. Fremlæggelse af budgetforslag for den kommende

Blev behandlet under pkt. 3

## 6. Behandling af indkomne forslag

Der var ikke indkommet forslag til foreningen

## 7. Valg af bestyrelsesmedlemmer

På valg: Anders Ulrich, Tom Pelle-Jensen, Lui Haas-Jensen og Kristina Møller-Nielsen.

Anders Ulrich, Lui Haas-Jensen og Kristina Møller-Nielsen var villige til genvalg – og blev valgt.

Tom Pelle ønskede ikke genvalg.

Anders Ulrich spurgte, om der var nogle, der havde interesse i at komme i bestyrelsen, og det havde **Anne Holm, Halberg Hotels – Hotel Ærø**.

Der var ingen modkandidater – og Anne Holm var valgt.





SVENDBORG TURISTFORENING



**Anders Ulrich** spurgte **Carsten Kim Nielsen fra AL Bank** om han ville påtage sig jobbet som revisor. Det havde han, og blev valgt uden modkandidater.

### 9. Eventuelt

**John Arly** fortalte om projekt Den Fynske Højderyg, og om den 4 meter høje Trolde, der er bestilt til placering i den grønne Lund ved Nymarksskolen.

Han fortalte ligeledes om projekt sti-loop, der er i gang i Vejstrup, således man kan en strækning af Øhavsstien og komme tilbage til udgangspunktet.

**Heiko Buch-Iling** spurgte, om der kunne kobles en historie til trolden, og John Arly fortalte, at der kom en historie sammen med trolden.

Der var herefter ikke mere under eventuelt, og Anders Ulrich takkede Søren Brønserud for godt arbejde som dirigent og generalforsamlingen var hermed afsluttet.

Svendborg, den 5. marts 2026

Søren Brønserud, dirigent

\_\_\_\_\_  
Mette Dennig, Referent

## Beretning – Generalforsamling i Svendborg Turistforening

Marts, 2026

### Tilbageblik på 2025

Ser man på 2025 med turistmæssige briller, har det været et år præget af stilstand snarere end fremgang. Udviklingen i antallet af overnatninger ligger generelt tæt på niveauet fra året før. Det er ikke en udvikling, der helt flugter med vores ambitioner eller med vores selvforståelse som en attraktiv destination med mange stærke kvaliteter.

Når det er sagt, er der flere positive tendenser, som giver grund til optimisme, og som peger på nogle strukturelle udviklinger i turismen, der passer godt til de styrker, vi har i **Svendborg** og i **Det Sydfynske Øhav**.

En af de tydeligste tendenser er væksten i privat udlejning gennem platforme som **Airbnb**. Denne overnatningsform udgør en stadig større andel af det samlede udbud. Selv om vi ikke har fuldt indblik i alle tal – blandt andet fordi overnatninger via **Booking.com** og lignende platforme ikke indgår fuldt i statistikkerne – er der meget, der tyder på, at denne udvikling i praksis betyder, at den samlede turisme i området faktisk har haft en mindre vækst.

Det interessante ved denne udvikling er, at BnB-segmentet i høj grad ser ud til at substituere den traditionelle feriehusferie. Det er i udgangspunktet positivt for vores område, da vi historisk har haft et relativt begrænset udbud af klassiske feriehus sammenlignet med mange andre danske kystdestinationer. **Svendborg** fremstår i stigende grad som en by, der tiltrækker netop dette segment – gæster, der ønsker en autentisk base i en levende by med adgang til natur, kultur og oplevelser.

Samtidig peger flere analyser på, at denne type overnatning er mindre sæsonfølsom end feriehussegmentet. Det gør den til en interessant platform for udviklingen af helårsturisme, hvilket er et centralt mål for turismeudviklingen i området.

En anden positiv tendens er udviklingen på det tyske marked. Tyskland har i mange år været et af de vigtigste internationale markeder for dansk turisme, og vi ser nu en stadig stærkere interesse herfra. Det er positivt af flere grunde. Dels er det tyske marked traditionelt meget loyalt, og dels efterspørger tyske gæster netop de kvaliteter, som Sydfyn kan tilbyde: kystlandskaber, øhav, natur, cykel- og vandremuligheder, maritime miljøer samt mindre, autentiske købstæder.

En tredje positiv udvikling er, at den nedadgående tendens i antallet af overnattende lystsejlere ser ud til at være vendt. Lystsejlerturismen har historisk haft stor betydning for **Det Sydfynske Øhav**, som er en af Danmarks stærkeste destinationer for sejlads. Kombinationen af korte afstande mellem øerne, hyggelige havnemiljøer og gode muligheder for at gå i land og opleve lokale byer, restauranter, kultur og natur giver området nogle helt særlige styrker.

Endelig er der en tydelig udvikling i udbuddet af oplevelser i **Svendborg** og på Sydfyn generelt. Udbuddet bliver stadig mere alsidigt, og nye initiativer opstår løbende – både i byen og i de mindre lokalsamfund i kommunen. Det er vigtigt af flere grunde. For det første er lokalbefolkningen i høj grad selv aktive brugere af oplevelser, og et stærkt lokalt publikum er ofte en forudsætning for, at nye initiativer kan udvikle sig. For det andet er alsidighed en vigtig faktor i arbejdet med at tiltrække gæster uden for højsæsonen.

Ser man på de bredere tendenser i turismen, peger meget i retning af, at netop mindre destinationer med stærke natur- og kulturkvaliteter står stærkt i de kommende år. Turister efterspørger i stigende grad

autentiske oplevelser, mindre skala, lokale fødevarer, maritime miljøer og adgang til natur. Alle disse elementer er karakteristiske for Sydfyn og Øhavet.

### Indsatser i 2025

I løbet af sæsonen har vi fortsat arbejdet målrettet med at styrke campingsegmentet. Der har været en række gode møder med campingpladserne og en konstruktiv dialog på tværs af aktørerne. Samtidig har vi fortsat den målrettede markedsføring over for dette segment. Flere af campingpladserne giver udtryk for en vis optimisme i forhold til udviklingen fremadrettet, og vi håber, at den negative tendens i segmentet kan vendes i de kommende år.

Markedsføringen er også blevet styrket mere generelt – ikke mindst på de sociale medier. Det har øget synligheden af **Svendborg** som destination og skabt en større interaktion på de digitale platforme. Selv om denne indsats ikke umiddelbart har kunnet aflæses i en klar vækst i overnatninger, er det sandsynligt, at den har været med til at stabilisere udviklingen og modvirke en negativ tendens.

Vi har også videreudviklet vores byture i sommerferieperioden. Turene henvender sig både til lokale og til turister. Der er dels arbejdet med at udvide det tematiske udvalg af ture, og dels har vi indført brugerbetaling – et tiltag som har vist sig at fungere godt.

Endelig er der etableret et eventnetværk, som har til formål at styrke dialogen og samarbejdet mellem de mange aktører, der arrangerer aktiviteter og events i området. Netværket skal bidrage til større synlighed og bedre koordinering mellem de mange tilbud, som tilsammen udgør destinationens samlede oplevelsesudbud.

### Turistforeningens indsats i 2026

I 2026 vil vi fortsætte og udbygge markedsføringsindsatsen på de sociale medier. Samtidig vil vi arbejde på at positionere os stærkere i forhold til de nye digitale platforme og intelligente søgesystemer, som i stigende grad overtager den rolle, traditionelle søgemaskiner tidligere havde i turisternes planlægning af rejser.

Der vil fortsat være fokus på at udvikle turismen uden for højsæsonen. Særligt forår og efterår rummer et stort potentiale, men også vinterperioden – herunder jul og vinterferie – vil få større opmærksomhed i arbejdet med at tiltrække flere gæster til området.

Vi vil desuden arbejde for at gøre det lettere for aktører på Sydfyn at udvikle og sælge sammensatte oplevelser på tværs af virksomheder og aktiviteter. På den måde kan destinationens alsidighed i højere grad komme til udtryk både i markedsføringen og i de konkrete produkter, som gæsterne møder.

Byturene vil fortsat blive udviklet som en del af markedsføringen af destinationen. **Svendborg by** vil fortsat være det naturlige udgangspunkt, men turene vil i stigende grad også inspirere gæsterne til at udforske resten af kommunen og **Det Sydfynske Øhav**.

Endelig vil vi fortsætte arbejdet med at følge udviklingen i BnB-markedet tættere. Formålet er at få en bedre forståelse af besøgs- og rejsemønstre, rejseformål, forbrug og sammensætningen af gæsterne, så vi i højere grad kan målrette vores indsatser fremover.

Anders Chr. Ulrich

Fmd.