

Stærke resultater, nye muligheder, fremtidens turisme

Destination
Trekantområdet

BILLUND FREDERICIA KOLDING VEJLE



BILLUND



FREDERICIA



KOLDING



VEJLE



Turismen er en vækstmotor for destinationen

Turismen er en afgørende drivkraft for destinationen. Med over 3,5 mio. årlige overnatninger, heraf 1,6 mio. internationale og en omsætning på over 9 mia. kroner, skaber turismen mere end 9.000 arbejdspladser, vækst og udvikling på tværs af Billund, Fredericia, Kolding og Vejle. For at fastholde og styrke denne vækst kræver det et stærkt samarbejde mellem kommuner og erhvervsliv.

Destination Trekantområdet arbejder målrettet for at styrke områdets position, som en attraktiv international turistdestination. Vi fokuserer på børnefamilier, voksne par og erhvervsturister, og sikrer gennem strategiske partnerskaber og skarp markedsføring, at området står stærkt i den internationale konkurrence.

Bæredygtighed er en integreret del af strategien. Vi reducerer turismens klimaaftryk og understøtter virksomheder, der investerer i grønne løsninger. Samtidig positionerer vi trekantområdet som en destination, hvor ansvarlig turisme og kvalitetsoplevelser går hånd i hånd.

For de 4 kommuner betyder en stærk turismebranche mere end blot omsætning – den skaber arbejdspladser, dynamik og udvikling. Ved at investere i fælles markedsføring, produktinnovation og bæredygtige løsninger fastholder og udbygger vi områdets tiltrækningskraft. Turismen er ikke blot en branche – den er en vækstmotor for hele regionen.

God læselyst. ❤️

Om Destination Trekantområdet

Destination Trekantområdet blev officielt etableret i 2021 som et samarbejde mellem kommunerne Billund, Kolding og Vejle. Senere, i oktober 2022, tilsluttede Fredericia Kommune sig samarbejdet.

Vi arbejder for at samle lokale aktører i et stærkt samarbejde, der tiltrækker turister og skaber vækst, beskæftigelse og oplevelser. Med fokus på international konkurrence og bæredygtighed arbejder vi på tværs af kommunegrænser for at sikre en stærk destination året rundt, gennem markedsføring og udvikling af oplevelser og attraktioner – både nu og i fremtiden.

NYT
MAGASIN
UDE NU



Scan QR-koden og oplev
magasinet komme til live.

explore-mag.dk



3



Banebrydende bedrifter

Internationale markedsføringsbudgetter i millionklassen

Markedsføringsføring af Destination Trekantområdet som en mødedestination	1,3 mio. kr.
Markedsføringsbudget på udenlandske markeder for 'The Heart of Jutland' i 2024	4,28 mio. kr.
Markedsføringsbudget på udenlandske markeder for LEGOLAND® Billund Resort i 2024	20,3 mio. kr.
Samlet markedsføringsbudget på udenlandske markeder i 2024:	25,88 mio. kr.

Overnatningstal for udenlandske turister



	Overnatninger 2024	Udvikling ift. 2023	Udvikling ift. 2019	% udvikling ift. 2023	% udvikling ift. 2019
Destination Trekantområdet	1.604.093	+ 25.521	+280.439	+ 2%	+ 21,1%
Hele landet	34.168.096	+ 2.022.057	+3.288.197	+ 6,29%	+ 18,4%

96%

af turisterne i Destination Trekantområdet har angivet at være tilfredse eller meget tilfredse med deres ophold i Danmark.

Opbakning langt over gennemsnittet

95%

Nationale gennemsnit 90%

Langt de fleste (95%) af borgerne i Destination Trekantområdet mener ikke, at turismen skaber problemer for lokalområdet.

81%

Nationale gennemsnit 68%

81% af borgerne i Destination Trekantområdet mener, at turismen har flere positive end negative konsekvenser for lokalområdet.

Indsigter fra 'Turismen og lokalbefolkningen' rapport af VisitData, december 2024

Lavsæson med udvikling

68%*

af alle samlede overnatninger sker i lavsæson

2,31 mio.*

Samlede overnatninger i lavsæson

Lavsæsonen udgør nu en stor del af de samlede overnatninger i Destination Trekantområdet. Dette viser en stærk udvikling, hvor destinationen oplever stor efterspørgsel efter at besøge vores destination udenfor højsæsonen.

Lavsæson dækker alle måneder undtagen højsæsonen og gælder både nationale og internationale overnatninger.

* Tal fra VisitDanmark



Turismen i destinationen buldrer frem

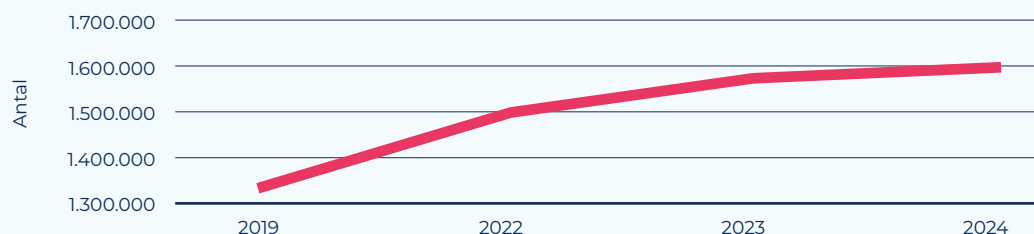
9,1 mia. kr.

i omsætning – en vækst på hele 18%

+18%

vækst i forhold
til 2023

Vækst i international overnatninger



Deltager i projekter med massiv ekstern finansiering

Deltagelse i VisitData	10.513.215 kr.
Udvikling af Naturpark Lillebælt	22.330.000 kr.
Deltagelse i Hope & Despair	14.185.143 kr.

Udviklingsprojekter

(Kan kun søges af destinationsselskaber)

Gentænk Kulturturismen: Fremtidens bæredygtige attraktioner i Destination Trekantområdet (2021-24)	4.992.000 kr.
Regenerativ turisme på verdenskortet - lærende oplevelser og forbedringer over, under og ved havoverfladen i Naturpark Lillebælt (2023-24)	2.936.000 kr.
Let's Meet Again – Innovation og markedsføring af erhvervsturismen i Destination Trekantområdet og VisitHerning (2023-25)	3.589.000 kr.
Fælles Destinationsudvikling i SYD – i samarbejde med Destination Kystlandet, Destination Sønderjylland og DKNT (2024 – 2027)	16.170.000 kr.
I alt	27.687.000 kr.



De overnattende gæsters nationaliteter i 2024:



1. Danmark: 1.921.226



2. Tyskland: 489.483



3. Nederlandene: 247.568



4. Norge og Sverige: 293.215

Nye markeder i vækst:



1. Storbritannien: 110.825 (+29%)

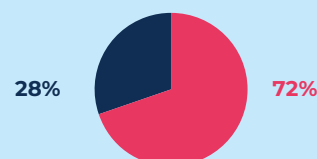


2. Italien, Frankrig og øvrige lande: 412.497 (+10%)

Fordeling i turismeforbrug ml.

● Ferieturisme**

● Erhvervs- og mødeturisme**



** Foreløbige tal fra 2024

1.630 FØLGERE



+43%

Stadig flere aktører og interessenter følger med i udviklingen for vores destination. I 2024 voksede vores owned kanaler med over 43%, så vi nu har direkte adgang til at kommunikere med 2408 aktører.



10.575.000

Markedsføringsmidler i kr. fra udenlandske samarbejdspartnere, i 2024

Billund

Omsætning 2024 i alt:

2,933 mia. kr.



Ferieturisme:
2,574
mia. kr.



Erhvervsturisme:
359
mio. kr.



Foto: LEGO® House, Travis Lacy, Laban Stories

Fordeling:



Danmark: 1,064 mia. kr.



Udland: 1,922 mia. kr.



Fredericia

Omsætning 2024 i alt:

1,084 mia. kr.



Ferieturisme:
614
mio. kr.



Erhvervsturisme:
470
mio. kr.



Foto: Travis Lacy, Laban Stories

Fordeling:



Danmark: 829 mio. kr.



Udland: 255 mio. kr.

Kolding

Omsætning 2024 i alt:

2,336 mia. kr.



Ferieturisme:
1,522
mia. kr.



Erhvervsturisme:
814
mio. kr.



Fordeling:



Danmark: 1,502 mia. kr.



Udland: 835 mio. kr.

Billund Fredericia Kolding Vejle

Vejle

Omsætning 2024 i alt:

2,716 mia. kr.



Ferieturisme:
1,857
mia. kr.



Erhvervsturisme:
859
mio. kr.



Fordeling:



Danmark: 1,627 mia. kr.



Udland: 930 mio. kr.

www.tdto.dk

Større kommunal støtte til turismeudvikling

I 2024 blev det tydeligt, at fællesskab og fremsyn for alvor flytter noget. Billund, Kolding, Vejle og Fredericia har besluttet at investere yderligere 2,4 mio. kroner årligt fra 2025 i udviklingen af turismen i Destination Trekantområdet.

Støtten er en markant tillidserklæring og et tydeligt bevis på, at turismen er en vigtig brik i vores fælles fremtid. Tilliden og ressourcerne giver Destination Trekantområdet et væsentligt løft og mulighed for at styrke eksisterende initiativer samt udvikle nye satsninger, herunder børnefamilie- og mødeturisme.

"Det viser, at turismen prioriteres, og vi ser frem til at skabe stor værdi for lokale aktører og midtbyer. Hos Destination Trekantområdet er vi taknemmelige for den stærke opbakning og arbejder målrettet på at udnytte midlerne bedst muligt for både turister og borgere," siger Martin Perregaard-Bitsch. ♥

Støtten fra de 4 kommuner, fra borgerne og samarbejdet på tværs er fundamentet, vi står på. Den økonomiske støtte viser, at vækst og turisme prioriteres, og vi ser frem til at skabe stor værdi for lokale aktører på tværs af vores samlede destination

Martin Perregaard-Bitsch,
direktør – CEO i Destination Trekantområdet

Kommunal
investering

**8,02
mio. kr.**

”



Ekstraordinær lokal opbakning til turisme i Destination Trekantområdet

I Destination Trekantområdet oplever vi en imponerende opbakning til turisme blandt de lokale borgere. Resultaterne fra interviews af over 1000 borgere viser tydeligt, at turismen i området ikke kun accepteres – men aktivt støttes og omfavnes som en positiv kraft, der beriger både økonomisk og kulturelt.

Hele 80% af de adspurgte borgere ser turismen som en overvejende positiv påvirkning i deres lokalområde – et tal, der er markant højere end det nationale gennemsnit på 71%. Denne høje opbakning indikerer en stærk lokal forståelse for turismens værdi og dens bidrag til samfundet.

Men det er ikke kun de økonomiske gevinster, turismen bringer. Hele 82% af borgerne anerkender også den kulturelle og sociale berigelse, som turisterne tilfører området. Mere end tre fjerdedele af de adspurgte føler en stærk stolthed over at kunne vise deres region frem til besøgende og dele deres hjemegn med verden.

Disse resultater understøtter Destination Trekantområdets strategiske vision om at fortsætte med at udvikle og fremme turismen. Den store opbakning fra lokalsamfundet giver et solidt fundament for at tiltrække både nationale og internationale gæster i fremtiden.

Med en stærk lokal opbakning og en klar forståelse af turismens positive indvirkning er Destination Trekantområdet godt positioneret til at fortsætte med at være en varm og imødekommende destination for alle, der ønsker at opleve regionens skønhed og kultur. ❤️

80% bakker op om turismen – landets stærkeste lokale opbakning

80% af Destination Trekantområdets borgere ser turismen som en overvejende positiv påvirkning af lokalområdet. Det nationale gennemsnit er på 71%. Den høje opbakning indikerer en stærk lokal forståelse for turismens værdi og dens bidrag til samfundet.

9



 Vejle Ådal

10



Destination Trekantområdet



2024 blev rekordernes år

Mere end 1,6 mio.

internationale overnatninger

1.604.093 internationale overnatninger – en milepæl!

Året 2024 blev et rekordår for turismen i Destination Trekantområdet. For første gang nogensinde rundede vi 1,6 mio. udenlandske overnatninger. En rekord, der beviser, at vores destination har international gennemslagskraft.

Den stigende turisme skaber ringe i vandet og styrker omsætningen på hoteller, restauranter og i oplevelsesindustrien i hele området – og det betyder flere arbejdspladser og vækst i lokalsamfundet. Turismen er en afgørende drivkraft for områdets økonomi og identitet. ❤️

”

Vi har nået en milepæl – og ikke bare på papiret. De mere end 1,6 mio. internationale overnatninger i 2024 fortæller os, at vores samlede indsats virker. Det her er et gennembrud, som sætter os på det internationale verdenskort og åbner dørene for endnu større ambitioner.

Martin Perregaard-Bitsch,
direktør – CEO i Destination Trekantområdet





MINISTERBESØG SLÅR FAST:

Destination Trekantområdet er et fyrtårn for helårsturisme

Turismen er ikke kun en sommeraffære – i Destination Trekantområdet er den en motor for vækst, arbejdspladser og lokale fællesskaber hele året. Det var det klare budskab, da turismens minister, Minister for byer og landdistrikter, kirkeminister og minister for nordisk samarbejde, Morten Dahlin, gæstede Koldinghus, og mødtes med centrale turismeaktører fra Kolding, Fredericia, Vejle og Billund.

”

”Turismen skaber arbejdspladser og vækst i hele Danmark, også her i området, hvor der er et rigtig godt og konstruktivt samarbejde kørende. Jeg arbejder målrettet på at styrke turismen, og i den anledning er det altid godt at få input fra virkeligheden - og særligt når det sker i så spændende omgivelser som Koldinghus,” siger Morten Dahlin, minister for byer og landdistrikter.

Men det er ikke kun kulturarven, der trækker turister til. Destination trekantområdet byder på en gastronomisk scene, der spiller en afgørende rolle i at fordele turismen over hele året. De kulinariske oplevelser bidrager markant til væksten i overnatninger uden for højsæsonen og er med til at styrke områdets position som en helårsdestination.

2024 blev et bevis på, hvordan samarbejdet mellem kommunale, lokale og nationale aktører skaber varig værdi. Med en stærk position og en klar strategi ser Destination trekantområdet ind i en fremtid, hvor stadig flere turister lader sig friste af både historie og gastronomi – hele året rundt. ❤️



Danmarks bedste campingplads ligger i Destination Trekantområdet

Grønninghoved Strand Camping har al mulig grund til at fejre. Ikke alene blev de kåret som Danmarks bedste campingplads – de tog også lederskab i den grønne omstilling med støtte fra EU-projektet COASTOUR. Det er en dobbelt milepæl, der gør dem til et fyrtårn for os alle.

14

Prisen som Danmarks bedste campingplads understreger den høje kvalitet og gæstfrihed, der kendetegner Grønninghoved Strand Camping. Men det stopper ikke her. Pladsen vil nu tage et stort skridt i den grønne omstilling ved at udarbejde en ESG-rapport. Rapporten skal afdække nye bæredygtige tiltag, der sikrer en mere klimavenlig drift – og viser vejen for andre turismevirksomheder i Destination Trekantområdet.

EU-støtte skaber rum til at tænke grønt

Turisterne efterspørger i stigende grad bæredygtige oplevelser, og her er Grønninghoved allerede et skridt foran. De inspirerer ikke kun deres egne gæster – men også andre aktører i trekantområdet, der ønsker at kombinere høj kvalitet med ansvarlighed og langsigtet vækst.

Med støtten fra COASTOUR har Grønninghoved Strand Camping fået adgang til både økonomiske midler og strategisk rådgivning. Det har skabt rum til at tænke grønt – ikke kun som en forpligtelse – men som en investering i fremtiden. Det er et stærkt eksempel på, hvordan lokal handlekraft, kombineret med ekstern støtte, kan løfte hele turismeerhvervet. ❤️



”

Samarbejdet med Destination Trekantområdet har været helt fantastisk. Vi har nu et samarbejde, som vi kan forvente os rigtig meget af. Både markedsføringsmæssigt og i forhold til at opbygge et stærkt samarbejde med kommunerne.

Niels Frederik Lund, Direktør, Camping Outdoor Danmark





Nyt samarbejde gør campingbranchen i destinationen stærkere

661.294

Overnatninger på
campingpladser
i 2024

19%

af alle samlede
overnatninger
sker på camping-
pladsen

Campingpladserne i Destination Trekantområdet har for alvor sat samarbejde på dagsordenen. Et nyt netværk mellem campingpladserne er vokset frem, og en stor international markedsførings-kampagne skal tiltrække endnu flere gæster fra blandt andet Holland og Tyskland.

Et markant flertal af campingpladserne i Destination Trekantområdet er med i samarbejdet, der handler om meget mere end markedsføring. Det handler om vidensdeling, udvikling og om at udnytte det store potentiale, der ligger i en samlet indsats.

Ud over markedsføring har campingbranchen fået nye værktøjer til at arbejde smartere. Et inspirerende oplæg om data, trends og økonomi har givet campingpladserne nye perspektiver på, hvordan gæsteoplevelser kan forbedres gennem videnbaserede beslutninger.

Campinglivet i destinationen har altid været noget særligt – og nu står branchen endnu stærkere. Med en fælles indsats er der ingen tvivl om, at destinationen vil tiltrække endnu flere gæster og skabe endnu bedre oplevelser i fremtiden. ❤️

”

Det er imponerende at mærke den fælles opbakning og entusiasme. At samle så mange af vores pladser for at diskutere markedsføring, dele erfaringer og få nye input viser virkelig, hvor stærke vi kan være sammen. Den kommende kampagne bliver en milepæl.

Martin Perregaard-Bitsch,
direktør – CEO i Destination Trekantområdet

BÆREDYGTIG TURISME:

Destinationen som drivkraft

Destination Trekantområdet er sammen med nabodestinationer i gang med en strategisk udviklingsplan, der skal styrke turismen og skabe en bæredygtig vækst på den sydlige del af Jyllands østkyst. Med en bevilling på 8,1 mio. kroner fokuserer projektet på at udvikle turismeinfrastruktur, nye produkter og fælles markedsføring.

Destination Trekantområdet driver stort udviklingsprojekt

Projektet Fælles Destinationsudvikling for SYD samler kommunerne Fredericia, Kolding, Vejle, Haderslev og Billund i et tæt samarbejde med Destination Kystlandet og Destination Sønderjylland.

Som projektleder arbejder Destination Trekantområdet for at skabe en mere sammenhængende turismeindsats i hele regionen – med respekt for lokale styrker og fokus på helhed. Fælles destinationsudvikling for SYD handler om at skabe oplevelseskæder, der forbinder kyst, kultur, by og natur – og som giver både gæster og aktører en stærkere sammenhæng mellem oplevelserne.

Bæredygtig udvikling i fokus

Projektet bygger videre på erfaringerne fra projektet 'Udviklingsplan for Jyllands Østkyst' og skal sikre, at turismevæksten gavner både økonomi, miljø og lokalsamfund.

Med en fælles indsats og strategisk planlægning står Destination Trekantområdet stærkere i arbejdet for en mere bæredygtig og konkurrencedygtig turisme. ❤️





”

My girlfriend and I joined this program to be part of a different movement. A sustainable movement and not to be a consumer as a tourist but also to give something back to the place we are visiting.

Jela, frivilling deltager Retunali, Holland



68%

af alle gæster vil i nogen, i høj eller i meget høj grad deltage i natur- og miljøgenopretningsprojekter i deres ferier*

* Survey: Regenerativ turisme i Naturpark Lillebælt 16. okt. 2023



55%

af alle gæster vil gerne aflevere ferieområdet i bedre stand, end det var, da de kom til stedet.*

* Potentialeanalyse for Naturpark Lillebælt. Implement. S. 31

Gæster har lyst til at give tilbage

Turismen i Destination Trekantområdet tog i 2024 et nyt skridt mod en mere bæredygtig fremtid med projektet 'Regenerativ turisme på verdenskortet'. I samarbejde med lokale partnere har vi testet, hvordan turister aktivt kan bidrage til naturgenopretning – og resultaterne lover godt!

12 turister fra Tyskland og Holland har været med til at stabilisere krabbebestanden samle fiskebørnehaver, plante ålegræs og restaurere et vandløb med gydegrus og nye træer. Det hele blev afsluttet med en smagfuld oplevelse – en påmindelse om, hvordan naturpleje og ferieoplevelser kan gå hånd i hånd.

Efterspørgsel på ny form for turisme

Flere og flere gæster ønsker noget andet end klassisk forbrugsturisme. De vil være medskabere, ikke bare tilskuere. De vil have jord under neglene og kontakt med det sted, de besøger. Regenerativ turisme handler om at skabe balance – mellem menneske og natur, gæst og vært. Og tendensen er voksende.

Projektet blev udført i samarbejde med Naturpark Lillebælt, Destination Fyn og VisitDenmark – som en del af et fælles ønske om at inddrage ansvarlighed som en del af selve ferieoplevelsen. ❤️

Vi ser et stort potentiale i regenerativ turisme, hvor gæsterne eksempelvis aktivt bidrager til naturens trivsel. Det skaber en dybere forbindelse til destinationen – og en større værdi for både lokalsamfund og biodiversitet.

Kim Worrnann Jensen,
projektkoordinator for bæredygtighed og produktudvikling.



Naturpark Lillebælt

Foto: Travis Lacy, Laban Stories

18



Destination Trekantområdet



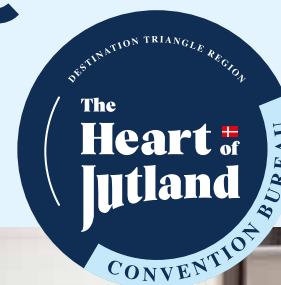


Stærk erhvervsturisme

638.589

**erhvervs-
overnatninger**

Danmarks 3. største mødedestination



Destination Trekantområdet er rykket helt i front som erhvervs- og mødeturismdestination – og nu også som en del af MeetDenmark. Med en omsætning på 2,5 mia. kr. i 2024 er Destination Trekantområdet allerede landets tredje største mødedestination målt på omsætning – og med medlemskabet i MeetDenmark tager vi nu næste skridt i udviklingen af en stærk, international erhvervs- og mødeturisme.

En stærk position med endnu større potentiale

Med medlemskabet får destinationen adgang til specialiseret viden, ressourcer og et stærkt samarbejde, der skal løfte mødeturismen i destinationen.

En økonomisk kickstart til mødeturismen

Med de kommende midler fra turismereserven har Destination Trekantområdet en enestående chance for at styrke sin indsats. De økonomiske ressourcer skal sikre, at området ikke kun kan konkurrere om møder, events og konferencer, men også udvikle mødeturismen på tværs af hele landet.

Sammen med MeetDenmark står Destination Trekantområdet stærkere end nogensinde i arbejdet med at skabe vækst, viden og værdi i dansk erhvervsturisme – hele året rundt. ❤️



”

Med sin infrastruktur og de aktører som er i området, er Destination Trekantområdet langt fremme som erhvervs- og mødeturisme destination.

Peter Dyhr Andreassen, Direktør, MeetDenmark

2,5
mia. kr.

Omsætning i 2024

MeetDenmark giver Destination Trekantområdet mulighed for at:

- Deltage i nationale udviklingsprojekter
- Tiltrække flere internationale møder og kongresser
- Udvikle nye løsninger indenfor mødeturisme
- Viden til vækst og omsætning året rundt
- Samarbejde på tværs af landet





Mødeturismens vigtigste event i Destination Trekantområdet

Vores destination bliver samlingspunkt for beslutningstagere i møde, event og conferencebranchen, når Planner Days gæster Billund. Det er en platform for at dele ideer og lære af eksperter, der er med til at forme fremtidens tendenser.

At vælge Billund som værtsby for Planner Days er en stor gevinst for området. Det bekræfter, at Billund ikke kun er et sted for familier på ferie – men også et vækstcenter for erhvervslivet. Eventen styrker destinationens position som en kreativ og innovativ by, der tiltrækker både lokale og internationale aktører.

For destinationen åbner eventen op for nye erhvervssamarbejder og fordrer idéer mellem lokale virksomheder og de besøgende. Planner Days tiltrækker nemlig relevante beslutningstagere, hvilket giver både synlighed og et stærkere brand for Billund og Destination Trekantområdet som en professionel og innovativ mødedestination.

Kort sagt: Planner Days er med til at sætte Destination Trekantområdet på det kreative møde-landkort og bidrager til at fremme vækst og samarbejde i området. ❤️

”

Planner Days er med til at sætte retningen for, hvor mødebranchen bevæger sig hen. Her spiller destinationen en nøglerolle. Når vi samler stærke faglige kræfter i Billund, skaber vi ikke bare netværk lige nu og her – vi bygger på fremtidens samarbejder i branchen.

Lea Bennedsen, Project Manager - Destination Trekantområdet

Foto: LEGO® House, Travis Lacy, Laban Stories



Fantastiske familieferier

Mere end 1,4 mio. Samlede overnatninger i højsæsonen

22





Den nye digitale forbindelse får børnefamilierne til at blive en dag mere

24

Når børnefamilier planlægger en tur til Destination Trekantområdet, er det ofte med ét ønske: At få en sjov, tryk og mindeværdig ferie sammen. I 2024 udgav LEGOLAND® Billund Resort, som er vores strategiske samarbejdspartner på børnefamilier, Be Happy Pass digitalt. Nu er det lettere end nogensinde at finde vej til nye oplevelser – og blive fristet til at tage en dag (eller to) mere.

Be Happy Pass blev i 2024 lanceret digitalt, og app'en er nu den perfekte rejsekammerat, der guider familien gennem eventyret og sikrer, at alle får en sjov og mindeværdig oplevelse - skræddersyet til at hjælpe familier med at få mest muligt ud af deres besøg og finde og planlægge de bedste oplevelser - før, under og efter at de besøger resortet.

Be Happy Pass er en digital schweizerkniv, der kan bruges til at åbne op for destinationens mange oplevelser – forklædt som en app. Den er et fordelsprogram, en fortæller, et planlægningsværktøj, en guide til de sjoveste aktiviteter og en digital forbindelse til alle de børnefamilier, som planlægger at besøge vores destination. For Destination Trekantområdet handler det om at binde oplevelser sammen og skabe værdi på tværs. Når børnefamilierne i Legoland Billund Resort bliver længere, opdager mere og deler oplevelsen, styrker det hele Destination Trekantområdet.

App'en styrker LEGOLAND Billund Resorts position som en moderne og familievenlig destination, hvor teknologien er medspiller. Den tiltrækker besøgende, forbedrer oplevelsen og hjælper med at sprede opmærksomhed om de mange fantastiske tilbud på tværs af vores destination. ❤️



”

LEGOLAND Billund Resort samler alle destinationens tilbud til børnefamilier, så vi kan vise hvor fantastisk en destination vi er, så vi kan give en fantastisk samlet oplevelse og vi kan markedsføre os samlet.

Alice Monberg , Senior Sales Manager, LEGOLAND Billund Resort





Strategisk turismeudvikling styrker hele destinationens vækst

Fordele for børnefamilier

Personlige anbefalinger:

Be Happy Pass foreslår aktiviteter og forlystelser, der passer til familiens behov og børns alder.

Effektiv tidsstyring:

Med interaktive kort og tidsplaner kan familier undgå de travleste perioder og maksimere sjov og afslapning.

Aktuelle tilbud:

App'en kan løbende formidle rabatter og eksklusive events, så gæster, der bruger app'en, får mest muligt ud af deres besøg.

LEGOLAND® Billund Resort og Be Happy Pass understøtter visionen om at fremme bæredygtig turisme, skabe arbejdspladser og sikre økonomisk fremgang for hele destinationen.

Med en tydelig indsats for at tiltrække og fastholde børnefamilier, skabes nye oplevelser, flere overnatninger og stærkere sammenhæng mellem besøgende, erhvervslivet og borgerne. For når familierne bliver lidt længere styrkes hele destinationen.

Resortet er et konkret eksempel på, hvordan strategisk turismeudvikling kan gavne både de lokale borgere og destinationen som helhed. Ved at understøtte resortet og udnytte Be Happy Pass som et incitament for længere ophold og som et redskab til at dele gæsten – så flere attraktioner og aktører får glæde af besøget – kan hele Destination Trekantområdet styrke sin position som én af Danmarks mest attraktive turisme-destinationer. ❤️



25

Oplevelser skaber liv - og løfter hele destinationen

Alle aktører i LEGOLAND Billund Resort spiller en central rolle i at tiltrække både nationale og internationale besøgende. Resortet skaber ikke kun fantastiske oplevelser for familier, men fungerer også som en væsentlig økonomisk driver for regionen.

Resortet understøtter et væld af lokale virksomheder, lokalsamfund, skoler, foreninger og fritidstilbud, som alle dermed drager fordel af den store turiststrøm, som tiltrækkes af alle de tilbud, som vores destination indeholder, og hvor resortet er landgangsbroen.

Øget synlighed

Med tusindvis af besøgende fra både ind- og udland styrker LEGOLAND Billund Resort Destination Trekantområdets omdømme som en attraktiv feriedestination. Resortet fungerer som en 'brandingmotor' for hele destinationen, som tiltrækker yderligere investeringer og opmærksomhed på både turistniveau og erhvervslivet.

Styrkelse af lokalt samarbejde

Be Happy Pass fremmer samarbejdet mellem forskellige lokale attraktioner, spisesteder, kulturinstitutioner, overnatningssteder og aktører der opererer i oplevelsesindustrien. Aktørerne findes i hele destinationen og tæller blandt andet Givskud Zoo, Lalandia, WOW Park, Fredericia Idrætscenter, Økolariet, Koldinghus og mange flere. Passet giver rabatter og gratis adgang til flere oplevelser, hvilket skaber en større værdi for både turister og de lokale aktører.

Denne form for samarbejde gør det muligt for Destination Trekantområdet at tilbyde en sammenhængende og attraktiv turismepakke, som skaber en økonomisk vækst på tværs af regionen. ❤️



”

Be Happy Pass er den digitale forbindelse mellem vores gæster og destinationens tilbud. Her kan gæsterne se alt resortet kan tilbyde og planlægge deres besøg på forhånd.

Alice Monberg, Senior Sales Manager, LEGOLAND Billund Resort



Download the
Be Happy Pass
app here



153

børne og familie-
venlige aktører på
tværs af hele
destinationen



21

top-attraktioner
for børn



Udenlandske overnatninger

1.604.093

Destination Trekantområdet på verdenskortet



Fra OL i Paris til Billionaire Magazine i New York

I 2024 har Destination Trekantområdet taget store skridt mod international anerkendelse. Med en strategisk og målrettet indsats er destinationen blevet eksponeret i nogle af verdens vigtigste medier og markeder.

30

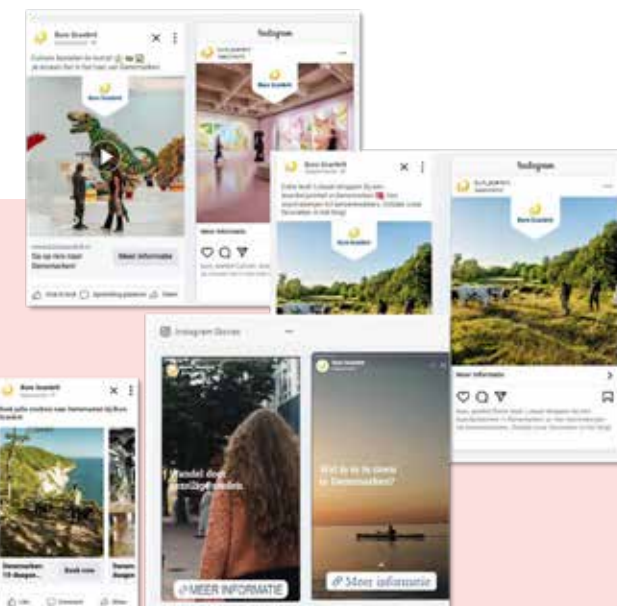
Ved OL i Paris var Destination Trekantområdet en del af den danske pavillon, hvor tusindvis af besøgende fik øjnene op for vores unikke natur, kultur og erhvervsturisme. Samtidig har vi sat et stærkt aftryk på det britiske marked med målrettede fremstød, der har skabt øget interesse fra både rejsende og rejsebranchen.

Nye markeder er også i spotlyset – især Sydeuropa, hvor lande som Spanien, Italien, Frankrig og Polen viser markant vækst. Tendenser som blandt andet 'coolnation' og øget interesse for bæredygtige destinationer gør os særligt relevant for disse markeder.

Globale medier har også haft øje på vores destination. Blandt andet gennem en eksklusiv artikel i Billionaire Magazine har Vejles innovative arkitektur, gastronomi og investeringsmuligheder fået international opmærksomhed. Storbritannien er et vigtigt marked, og vores strategiske markedsføring bærer frugt. Øget fokus på britiske gæster har skabt vækst, og vi arbejder målrettet på at tiltrække endnu flere.

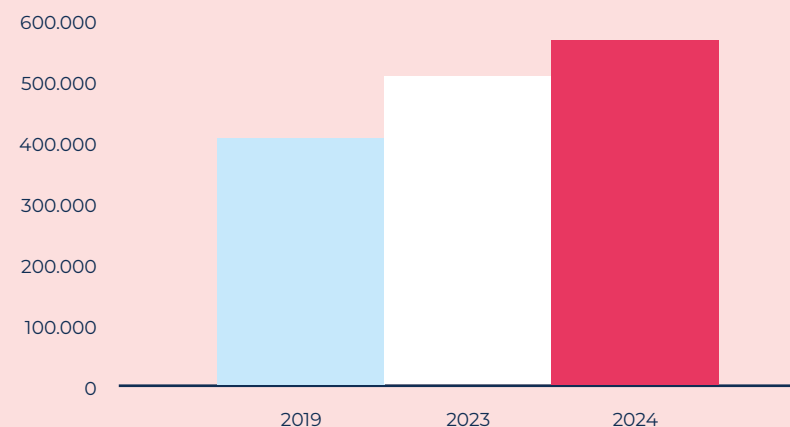
Den digitale indsats har været afgørende. Gennem samarbejder med blandt andet VisitDenmark har vi skabt massiv online synlighed, hvor influencere og rejseblogs har bragt områdets historie ud til et globalt publikum.

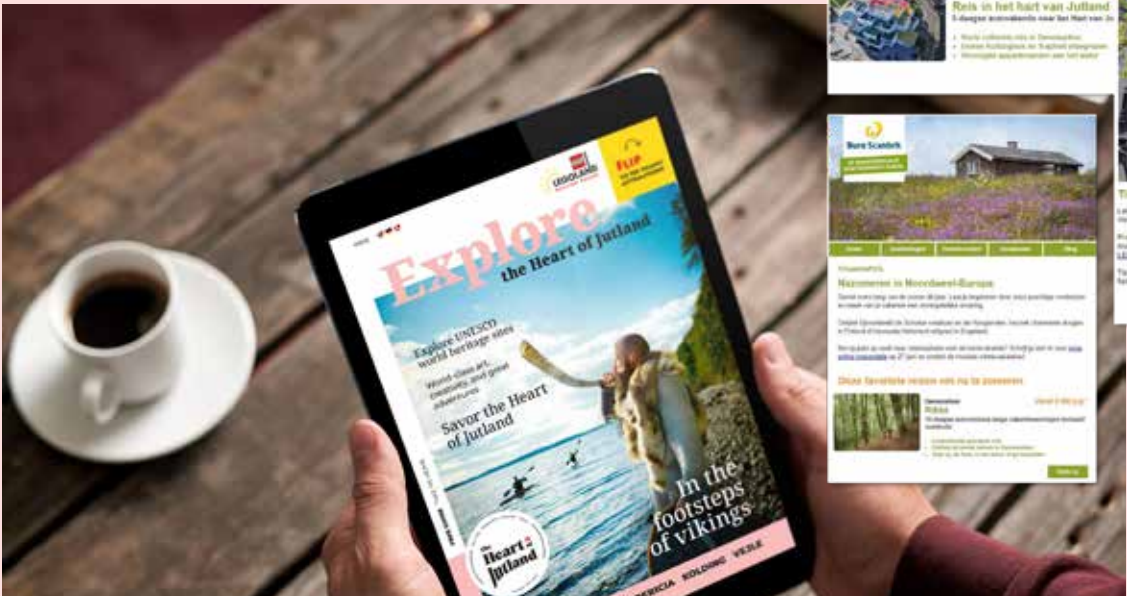
Sammen skaber disse initiativer en stærk international position for trekantområdet – og vi fortsætter med at sætte vores destination på verdenskortet. ❤️



MARKEDSFØRING DER VIRKER Nye markeder vælger Destination Trekantområdet

Samlede antal overnatninger (uden Danmark, Tyskland, Holland, Sverige og Norge)





Årsberetning

I 2024 har vi nået rekordernes milepæl med over 1,6 mio. internationale overnatninger - en præstation, der understøtter vores primære ambition om at tiltrække udenlandske turister til Trekantområdet. Bag de imponerende tal gemmer sig en ambitiøs satsning på bæredygtig turisme, hvor vi ikke alene fornyer sæsonen – men også skaber stærke partnerskaber. Vores succesfulde samarbejde med de mange turismeaktører og den stærke opbakning fra vores udviklingsprojekter har været med til at opbygge en dyb tillid til, at vi sammen kan forme en attraktiv destination - også for fremtiden.

Innovative Initiativer og markedsføring

For at fremme en mere bæredygtig turismestrategi har vi i 2024 arbejdet intensivt på at udvide sæsonen udover de traditionelle højsæsonperioder. Ved målrettet at tiltrække voksne par uden for skolernes ferie har vi opnået en betydelig vækst i skuldersæsonen - et fundament for en jævn fordeling af turismen. Sammen med vores stærke position som et attraktivt område for børnefamilier står tursimen stærkt i Destination Trekantområdet.

Et af årets vigtigste fokusområder i 2024 har desuden været mødeturismen. Vi har udviklet nye koncepter og sikret en robust økonomisk ramme – især med kampagner rettet mod det tyske marked i Hamborg-området, hvor de gode forbindelser og et marked med 5,7 millioner indbyggere åbner store muligheder. Desuden har vores nye strategi mod sydeuropæiske markeder - samt en øget interesse fra Storbritannien og Tyskland - udvidet vores besøgsbase.

Vores arbejde med kulturturisme er yderligere styrket gennem inspirerende fortællinger som 'Smag på historien' og 'Med livet som indsats', der eksempelvis via audioguides er blevet en integreret del af vores samlede 'The Heart of Jutland'-brand. Vi har også afprøvet regenerative turismetiltag, hvor tyske og hollandske besøgende deltog i aktiviteter såsom forbedring af vandløb, indfangning af overskydende krabber og oprettelse af 'fiskebørnehaver'-tiltag, der både skabte unikke oplevelser og styrkede vores bæredygtighedsagenda, hvilket har givet masser af inspiration til fremtidige initiativer.

Samarbejde og fremtidsperspektiver

Et af 2024's væsentligste kendetegn har været den store opbakning fra vores samarbejdspartnere og aktører, der har ydet afgørende støtte i 2024 - noget, vi er meget taknemmelige for. Derudover har året også været præget af et stærkt samarbejde med Destination Trekantområdet influenceres, bloggere og journali-

ster og en lang række internationale partnere, som har spredt de positive historier om Trekantområdet i udlandet, mens de fire kommuner i destinationen har øget deres investering i turismen - både i eksisterende aktiviteter og i den nye satsning på mødeturisme.

Med et budgetteret underskud på en kvart mio. i årsregnskabet afspejler vores investeringer i markedsføring og projekter en bevidst strategisk prioritering, der ruster os til at imødekomme fremtidens udfordringer og muligheder. Disse resultater og erfaringer danner fundamentet for vores fortsatte arbejde, og vi står stærkt til at møde de udfordringer og muligheder, som 2025 byder. Et år, hvor vi sammen med vores samarbejdspartnere vil fortsætte med at styrke Trekantområdets position på den internationale turismescene. ❤️



Jan Hessellund, bestyrelsesformand,
Destination Trekantområdet
CEO i Billund Lufthavn



Martin Perregaard-Bitsch,
direktør – CEO i Destination
Trekantområdet

Øvrige medlemmer af bestyrelsen



Peter Schelde, bestyrelses-
næstformand, Destination Trekantområdet,
Koncernchef i Comwell (Valgt i Kolding)



Michael Ottesen,
direktør i LEGOLAND
(Valgt i Billund)



Sara Ekknud Windell, leder af turisme,
kommunikation og web i
Fredericia Kommune (Valgt i Fredericia)



Lisbet Holten Lambert, Kultur- & eventchef
Kolding Kommune
(Valgt i Kolding)



Camilla Tøllerup, direktør på
Trinity Hotel & Conference
(Valgt i Fredericia)



Morten Damgaard Nielsen,
erhvervschef i Vejle Kommune
(Valgt i Vejle)



Signe Marie Smidt, stabschef for strategi,
HR og Kommunikation i Billund Kommune
(Valgt i Billund)

Resultatopgørelse

	2024 (DKK)	2023 (DKK)
Indtægter	8.091.512	8.285.081
Direkte omkostninger	- 110.184	- 345.092
Bruttofortjeneste I	7.981.328	7.939.989
Personaleomkostninger	- 3.319.275	- 3.034.330
Bruttofortjeneste II	4.662.053	4.905.659
Salgsomkostninger	- 4.117.161	- 4.875.356
Lokaleomkostninger	- 153.627	- 183.195
Administrationsomkostninger	- 654.952	- 389.811
Andre eksterne omkostninger i alt	- 4.907.740	- 5.448.362
Resultat før af- og nedskrivninger	- 245.687	- 542.703
Finansielle indtægter	72	0
Finansielle omkostninger	- 223	- 484
Finansielle poster i alt	-151	- 484
Resultat før skat	- 245.838	- 543.187
Skat af årets resultat	0	0
Årets resultat	- 245.838	- 543.187



Balance

AKTIVER

	31.12.24 (DKK)	31.12.23 (DKK)
Tilgodehavende fra salg og tjenesteydelser	93.750	0
Tilgodehavende selskabsskat	2.000	2.000
Andre tilgodehavender	686.694	989.087
Tilgodehavender i alt	782.444	991.087
Likvide beholdninger	2.306.438	521.871
Omsætningsaktiver i alt	3.088.882	1.512.958
Aktiver i alt	3.088.882	1.512.958

PASSIVER

Overført resultat	759.953	1.005.791
Egenkapital i alt	759.953	1.005.791
Leverandører af varer og tjenesteydelser	50.000	59.448
Selskabsskat	0	0
Anden gæld	2.278.929	447.719
Kortfristede gældsforpligtelser i alt	2.328.929	507.167
Gældsforpligtelser i alt	2.328.929	507.167
Passiver i alt	3.088.882	1.512.958

”

Året 2024 viste os, at vi kan løfte stort, når vi løfter sammen. Destination Trekantområdet står stærkere end nogensinde – med international synlighed, lokal og politisk opbakning og en turismebranche i en rivende, spændende udvikling.

Det stærkeste, vi har, er vores fællesskab og samarbejde. Når vi deler viden og erfaringer – og arbejder i samme retning – skaber vi ikke bare vækst, vi skaber store oplevelser, der forbliver i vores gæsters hjerter. Når vi sammen formår at give vores gæster en oplevelse, de vil vende tilbage til, så er vi i den grad lykkedes med opgaven.

Martin Perregaard-Bitsch, direktør - CEO

LÆS MERE PÅ
WWW.TDTO.DK

Med et areal på 1.288 km² har destinationen et enormt varieret landskab og oplevelsesmuligheder – to UNESCO Verdensarvssteder, mere end 23 museer og oplevelsescentre, utallige seværdigheder og 24 stærke møde-, event- og overnatningsfaciliteter.

**Destination
Trekantområdet** 
BILLUND FREDERICIA KOLDING VEJLE

Åstvej 10 B | DK-7190 Billund
Tlf. 88440850 | info@tdto.dk



Billedkreditering og tak for billeder til: LEGOLAND® Billund Resort, Jacob Vingtoft, MARK i Museet for ny Danmarkshistorie, Travis Lacy, LABAN Stories, Bona Fide Stories, Stjernegaard Fotografi, Elliott Hope Studio, Dannesboe Fotografi, Flying October, Martin Ries, Adobe stock, Michael Jepsen, Shutterstock, Peter Leth Larsen, Kjetil Løtte, Koldinghus, Bridgewalking Lillebælt, Steffen Stamp / Clockwork, WOW Park, Lalandia, LEGO House, LEGOLAND