



NÅR VERDEN MØDES I DANMARK

Strategi for MeetDenmark 2024 - 2027

Det danske udviklingsselskab for erhvervs- og mødeturisme

INDHOLD

FORORD	2
1. NY VIRKELIGHED – NYE MULIGHEDER	3
2. OM MEETDENMARK OG DANSK ERHVERVS- OG MØDETURISME	5
Om MeetDenmark	5
Om dansk erhvervs- og mødeturisme	6
MeetDenmarks vision, mission og effekter	8
3. VÆRDISKABELSE GENNEM SAMARBEJDE, VIDENUDVIKLING OG NYTÆNKNING	11
Strategisk effektmål #1: Vi tiltrækker internationale videnskongresser	14
Strategisk effektmål #2: Vi fremmer bæredygtig omstilling i erhvervs- og mødeturismen og i samfundet	15
Strategisk effektmål #3: Vi styrker erhvervs- og mødeturismens samfundsværdi	17
4. UDMØNTNING	20

FORORD

Det er en ny tid for dansk erhvervs- og mødeturisme. En tid præget af større usikkerhed og markante ændringer. MeetDenmark får derfor en vigtigere rolle i de kommende år, når verden mødes i Danmark.

Med den nye strategi vil vi udvikle svar, der passer til fremtidens efterspørgsel, vi vil tiltrække internationale videnskongresser til landet og gøre dansk erhvervs- og mødeturisme til en del af løsningen på samfundets udfordringer.

Men denne strategi er ikke kun for os i MeetDenmark. Det er en invitation til en fælles rejse. I mødet med usikkerhed og forandring er samarbejde ofte nøglen til succes. Komplekse udfordringer kræver nye løsninger, og det er kun gennem bredt samarbejde, at vi kan opnå en bæredygtig udvikling af fremtidens erhvervs- og mødeturisme.

Udgangspunktet er godt og potentialet er stort. Erhvervs- og mødeturismen er meget mere end blot overnatninger og turismeomsætning. Vi er en platform til innovation og samarbejde.

Fysiske møder er centrale, når der skal udvikles og deles ny viden og skabes nye løsninger – bl.a. fordi tillid, empati og netværk fortsat bedst skabes, når vi mødes ansigt til ansigt. Men det er samtidig ingen hemmelighed, at fysiske møder også rummer udfordringer – bl.a. i form af det CO2-aftryk, der er forbundet med transport til og fra møderne. Derfor er en af MeetDenmarks kerneopgaver også, at vi skal skubbe til den bæredygtige omstilling af erhvervs- og mødeturismen og samfundet, og understøtter de mål, som der er sat i "Nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme".

Vi skal arbejde hen i mod, at fysiske møder skaber mere værdi, end de forbruger. Vi opfordrer klynger, vidensmiljøer, virksomheder, myndigheder og andre interessenter til at engagere sig aktivt i ud-møntningen af MeetDenmarks strategi og bidrage til at skabe størst mulig samfundsmæssig værdi, når verden mødes i Danmark.

God læselyst

Pia Lange Christensen
Formand for MeetDenmark

1 NY VIRKELIGHED - NYE MULIGHEDER

Erhvervs- og mødeturismens strategiske dagsorden har i årtier været præget af ekspansion på grundlag af en kendt forretningsmodel.

Nu er vi et andet sted. Ekspansionen er blevet afløst af usikkerhed, og forretningsmodellen står overfor radikale udfordringer. Det tager MeetDenmark konsekvensen af med denne strategi.

Pandemi og geopolitik har givet branchen et fundamentalt chok og vist, at usikkerhed er et vilkår, som vi igen skal ruste os strategisk overfor. Vi ser samtidig en verden med et markant voksende fokus på klima og bæredygtighed, acceleration af online-muligheder og fremvækst af en ny arbejds- og mødekultur. En udvikling der udfordrer de fysiske møder og stiller et grundlæggende krav om innovation og udvikling.

Vi må i de kommende år forholde os til de helt grundlæggende strategiske spørgsmål for erhvervs- og mødeturismen: Hvorfor, hvornår og hvordan vi skal mødes i fremtiden?

Hvorfor skal vi mødes? Vi skal bl.a. styrke viden om og udvikling af de særlige kvaliteter, der findes i at

mødes ansigt til ansigt, og som ikke kan opnås online. Fx opbygning af relationer, empati og tillid, der er afgørende faktorer for nytænkning. Og vi skal styrke og udbrede viden om, hvordan vi sikrer størst mulig værdi af møder for det omkringliggende samfund.


Hvornår skal vi mødes? Vi skal bl.a. styrke viden om, hvilke mødeformål der egner sig til hvilke mødeformer, og hvornår værdien af det fysiske møde er større end de økonomiske og bæredygtighedsrelaterede omkostninger, som mødet medfører.

Hvordan skal vi mødes? Vi skal bl.a. udvikle viden om møders rammer af hensyn til miljø, klima og sociale aspekter og sikre, at denne viden bliver omsat til praksis i branchen.

Disse spørgsmål tager fat i selve kernen i erhvervs- mødeturismen som branche og produkt. I svaret på disse spørgsmål ligger de strategiske muligheder. Man skal kunne svare overbevisende - som destination, som vært for møder og kongresser, og som deltager.

Og i lyset af den voksende konkurrence fra andre destinationer kan vi tilføje spørgsmålet: Hvor skal





vi mødes? Hvorfor skal kunderne vælge de danske mødedestinationer?

MeetDenmarks strategi 2024-2027 skal bidrage til at udvikle svarene på den nye virkelighed – en opgave, der i en opbrudstid er vigtigere end nogensinde. De internationale møder og kongresser kommer ikke af sig selv. Det gør bæredygtighed og blivende samfundsværdi heller ikke.

Strategien bygger på tre hovedgreb: Samarbejde, videnudvikling og nytænkning.

Ved at vælge dem som strategiens centrale greb lægger vi op til en styrket udviklingsorientering.

Det betyder, at MeetDenmark i alle aktiviteter vil være forankret i:

- **Samarbejde:** Vi vil drive og indgå i partnerskaber med interessenter i og uden for den traditionelle værdikæde - herunder med øvrige erhvervsfremmeaktører, forskere og kunder, når ny viden og nye redskaber udvikles

- **Videnudvikling:** Vi vil udvikle, analysere og formidle den nyeste viden mhp. at styrke forretningsudvikling og værdiskabelse i dansk erhvervs- og mødeturisme.

- **Nytænkning:** Vi vil være inspirator og drivkraft i udforskning af nye muligheder samt i udvikling og afprøvning af nye løsninger i dansk erhvervs- og mødeturisme

Danmark har et stærkt udgangspunkt. Vi er et grønt foregangsland. Vi er internationalt førende ift. at skabe bredere og varig værdi i mødet mellem destination og event. Og vi har samarbejde som et bærende element i dansk samfundsforståelse.

Nu skal vi samarbejde, videnudvikle og nytænke fremtidens erhvervs- og mødeturisme.

Vi skal sammen udvikle de nye svar på den nye virkelighed.

2 OM MEETDENMARK OG DANSK ERHVERVS- OG MØDETURISME

Om MeetDenmark

MeetDenmark er den samlede paraply for dansk erhvervs- og mødeturisme. Vi er Danmarks udviklingselskab for erhvervs- og mødeturisme.

MeetDenmarks strategi understøtter den nationale strategi for dansk turisme og bidrager til opnåelsen af de heri fastsatte pejlemærker.

MeetDenmarks formål er "at udvikle og fremme dansk erhvervs- og mødeturisme ved at styrke den private og offentlige indsats for at tiltrække flere internationale møder og kongresser til Danmark, med henblik på at skabe vækst og udvikling i turisterhvervet og dansk erhvervsliv generelt."

Vi forfølger dette formål aktivt og målrettet:

- Vi byder på og vinder international forretning til Danmark - i samarbejde med lokale og nationale partnere. Og særligt med fokus på den forretning, som de private aktører ikke har incitament eller kapacitet til at fokusere på.
- Vi fremmer innovation i branchens virksomheder og på destinationerne ved at indsamle, udvikle og analysere viden samt sikre deling og operationalisering af de nyeste internationale indsigter på lokalt niveau.
- Vi understøtter bæredygtig omstilling hos branchens virksomheder og destinationer gennem udviklingsforløb og vidensdeling.
- Vi faciliterer, understøtter og kommunikerer erhvervs- og mødeturismens positive effekter i det danske samfund, i virksomheder og hos vidensmiljøer - med særligt blik for danske styrkepositioner som fx Life Science og grøn teknologi.
- Vi udbreder kendskabet til Danmark som møde- og kongresdestination - særligt gennem branding og internationale netværk. Vores primære fokus og konkurrencefordel er de danske styrkepositioner.

- Vi medvirker til udvikling og koordinering af initiativer på tværs af destinationer og værdikædens mange aktører. Som relativt små aktører hver for sig, er det mere effektivt at gøre tingene sammen.

MeetDenmark er etableret som en forening. Medlemmerne er de fire danske destinationer, der byder på internationale videnskabelige kongresser (VisitAarhus, Destination Nord, Destination Fyn og Wonderful Copenhagen) samt Erhvervsministeriet, som repræsenteres af VisitDenmark.

MeetDenmark har en vigtig rolle som videnpartner for de øvrige danske destinationer, der satser på at udvikle deres internationale mødeturisme, inden for foreningens strategiske indsatsområder.

MeetDenmark ledes af en bestyrelse udpeget af foreningens medlemmer og sekretariatsbetjenes af Wonderful Copenhagen. MeetDenmark har en årlig mål- og resultatplan med Erhvervsministeriet, som indeholder konkrete mål for strategiens implementering.

Foreningens arbejde finansieres gennem en bevilling på finansloven samt kontingenter og egenfinansiering fra medlemsdestinationerne. Hertil kommer eventuelle projektbevillinger.

Om dansk erhvervs- og mødeturisme

Erhvervs- og mødeturismen er en væsentlig del af dansk turisme. Da Covid-19 ramte, stod erhvervs- og mødeturismen for 44 pct. af værditilvæksten, 43 pct. af beskæftigelsen og 26 pct. af omsætningen i dansk turisme¹.

Pandemiens forsamlings- og rejserestriktioner ramte hjertet af erhvervs- og mødeturismen. Og den bølgende og internationalt uensartede genåbning blev fulgt af usikkerhed og forsigtighed i markedet. Og i høj grad også af nye behov, ønsker og krav fra kunderne.

Dansk erhvervs- og mødeturisme er nu, som det sidste turismesegment, på vej tilbage efter pandemien. Målt i overnatninger er 2019-niveauet nået,

¹”Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne” (Det Nationale Turismeforum, 2022)

men tallene er præget af de danske gæster. Der er fortsat et stykke vej ift. den internationale forretning og de store kongresser.

Ud over den markante turismeøkonomi som erhvervs- og mødeturismen skaber, bidrager forretningsområdet til at fylde hotellerne og skabe

aktivitet uden for højsæsonen. Erhvervs- og mødeturismen har det højeste gennemsnitlige døgnforbrug blandt alle turistsegmenter og en mindre belastning af og synlighed i lokalmiljøet. Hertil kommer det markante og bredere erhvervsmæssige potentiale, som særligt kongresserne skaber, når verdens førende viden trækkes til Danmark.

ERHVERVS- OG MØDETURISMENS 4 FORRETNINGSOMRÅDER

Erhvervs- og mødeturismen kan opdeles i 4 forretningsområder, som bl.a. adskiller sig ved kundetyper og bearbejdningsmetoder. Disse er:

- **Kongresser:** Store mødebegivenheder, der har til formål at udvikle, dele og debattere ny viden inden for akademiske discipliner og erhvervsfelter. En væsentlig del af forretningsområdet er de internationale videnskabelige kongresser for forskere og andre fagspecialister, der afholdes af videnskabelige foreninger. Kongresserne kan også have tilknyttet en erhvervsudstilling.
- **Firmamøder og belønningsrejser:** Større møder² i regi af virksomheder, organisationer mv. samt virksomhedsarrangerede grupperejser for udvalgte medarbejdere. For dette segment bruges ofte betegnelsen "Meetings & Incentives" (M&I).
- **Messer:** Større udstillinger, der typisk har formål at samle kommercielle aktører i en branche - bl.a. mhp. at fremvise produkter og services for potentielle kunder.
- **Individuelle forretningsrejsende:** Fx individuelle kundebesøg, salgsmøder mv. - typisk bilateralt mellem to virksomheder.

² Møder defineres som en forsamling på mindst 10 personer i mindst 4 timer med et fagligt formål. Mødet skal endvidere foregå på et mødested, der udlejer lokaler mod betaling ("Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark 2017", VisitDenmark og MeetDenmark, 2018).

MeetDenmarks vision, mission og effekter

VISION

”Når verden mødes i Danmark, skaber vi varig værdi gennem udvikling af fremtidens erhvervs- og mødeturisme”

MISSION

”Gennem samarbejde, videnudvikling og nytænkning styrker MeetDenmark bæredygtig omstilling, forretningsudvikling og konkurrenceevne i dansk erhvervs- og mødeturisme”

MEETDENMARKS EFFEKTER

MeetDenmarks strategi skal bidrage til visionen og pejlemærkerne i den nationale turismestrategi og dermed sikre, at erhvervs- og mødeturismen styrker dansk økonomi og det danske samfund gennem en miljømæssig, økonomisk og socialt bæredygtig vækst, der skaber værdi for borgere, turister og lokalsamfund.

Erhvervs- og mødeturismens potentiale for at bidrage til en bæredygtig turismeudvikling, der både tager højde for de miljømæssige, sociale og økonomiske aspekter, er stort. Således kan en stærk og konkurrencedygtig dansk erhvervs- og mødeturismesektor bl.a. trække verdens førende viden til Danmark.

Udgangspunktet vil typisk være fagfelter som Life Science, grøn teknologi, fødevarer og andre danske erhvervs- og forskningsmæssige styrkepositioner, da det er her, vi står stærk ift. at vinde fx videnskabelige kongresser.

Umiddelbart før Covid-19 var omkring 100.000 internationale forskere og specialister til kongres i Danmark hvert år – særligt inden for danske styrkepositioner. Når verdens førende forskere og specialister kommer til Danmark, udgør det en platform for at styrke videnoverførsel og talenttiltrækning samt internationale netværk og samarbejder. Det bidrager til innovation og internationalisering i danske virksomheder, organisationer, videnmiljøer og myndigheder.

Nedenfor visualiseres den samfundsværdi, som erhvervs- og mødeturismen skaber samt de

primære interessentgrupper, vi ser som oplagte samarbejdspartnere.



Som det fremgår, er de potentielle samfundsmæssige effekter og samarbejdspartnere/værdimodtagere mange. MeetDenmark må derfor løbende prioritere og fokusere for at få mest muligt ud af foreningens begrænsede ressourcer. Samtidig vil vi med udgangspunkt i de potentielle effekter gå i dialog med relevante interessenter - særligt udenfor turismens traditionelle værdikæde - for at drøfte investering i indsatsen.

Med afsæt i figurens yderst ring eksemplificeres nedenfor for hvem og hvordan MeetDenmark særligt gerne vil gøre en forskel og skabe varig værdi - særligt via de danske kongresværtsskaber.

For virksomheder inden for danske klynger og styrkepositioner: Styrket produkt- og procesudvikling samt internationalisering og eksport gennem understøttelse af virksomhedernes videnuvikling, internationale netværk og samarbejder, profilering og talenttiltrækning.

For borgere og myndigheder: Bedre velfærd og sundhed samt bæredygtig udvikling gennem overførsel af den nyeste viden fra internationale forskere og specialister til brug i udviklingen af danske politikker, rammer og regler. Hertil kommer den turismeøkonomiske effekt i form af fx styrket værditilvækst og beskæftigelse via den omsætning, som møder og kongresser afleder i Danmark.

For forskere og universiteter: Styrket dansk forskning gennem fremme af danske forskeres synlighed, netværk og fundingmuligheder samt danske universiteters talenttiltrækning, image og 'ranking' gennem kongresværtsskaber³.

For mødeindustriens virksomheder: Styrket produkt- og forretningsudvikling og dermed international konkurrenceevne gennem samarbejde, videnuvikling og nytænkning.



³ "The Impact of Academic Events" (Ph.d. fra Aalborg Universitet af Thomas Trøst Hansen, 2018)

3 VÆRDISKABELSE GENNEM SAMARBEJDE, VIDENUDVIKLING OG NYTÆNKNING

Efter årtier med 'business as usual' har erhvervs- og mødeturismen på få år gennemlevet fundamentale og historiske forandringer. Vi står i en ny virkelighed. Destinationer og virksomheder skal omstille sig strategisk til en verden med markante usikkerheder og kriser samtidig med, at forretningsmodellen skal transformeres. Det er en verden, hvor agilitet og fleksibilitet er vigtigere end nogensinde.

Og det er frem for alt en verden, hvor samarbejde, videnudvikling og nytænkning bliver afgørende

for dansk erhvervs- og mødeturismes fortsatte relevans, omstilling og konkurrenceevne. Derfor er disse elementer grundpillerne i MeetDenmarks strategi for perioden 2024-2027.

MeetDenmark vil løbende sætte fokus på nye behov og muligheder samt udvikle værktøjer i partnerskab med interessenter i og uden for den traditionelle værdikæde, herunder øvrige erhvervsfremmeaktører, forskere og kunder. Vi vil udvikle, analysere og formidle den nyeste viden for at styrke forret-

ningsudvikling og værdiskabelse i dansk erhvervs- og mødeturisme. Og vi vil inspirere til og fremme nytænkning, der kan skabe nye veje.

MeetDenmarks arbejde de kommende år centrerer omkring tre tæt integrerede og gensidigt afhængige strategiske effektmål. De tre strategiske effektmål er:



De tre strategiske effektmål hænger uløseligt sammen og er samtidig hver især både mål og virkemidler. Fx er den bæredygtige omstilling grundlæggende for at sikre Danmarks fremtidige mulighed for at tiltrække international erhvervs-turisme. Det samme er den bredere værdi-skabelse, da konkurrenceparametre som pris og klima ikke er danske forcer. Omvendt kan værtskabet for internationale videnskongresser styrke den samfundsmæssige værdiskabelse, fx ved at udvikle og profilere de danske styrke-positioner, og den danske bæredygtighedsindsats kan bidrage til fremme omstilling internationalt ved at inspirere delegerede og kunder fra udlandet.

Behovet for *bæredygtig omstilling og styrket samfundsmæssig værdiskabelse* er pt. de to største temaer ift. udvikling de kommende år. Disse temaer er tværgående og relevante for alle erhvervs- og mødeturismens forretningsområder (møder, messer og kongresser). Det er derfor ambitionen, at MeetDenmarks videnudvikling og -formidling inden for disse temaer skal være væsentlige input til og inspiration for destinationer og virksomheder på tværs af erhvervs- og mødeturismen.

Bæredygtig omstilling og bredere samfundsværdi er omfattende mål. MeetDenmark vil derfor følge udviklingen, og prioritere skarpt på de dele, som vurderes at blive de mest centrale for de danske aktørers udvikling og konkurrenceevne. Aktuelt er det temaer som data og digitalisering, iværksæteri, ny teknologi og 'tech transfer' samt fremtidens mødeformer.

Markedsmæssigt prioriterer MeetDenmark *de videnskabelige kongresser*, da vi her vurderer at kunne skabe den største effekt og værdi ift. for-eningens ressourcer. Området har de største stykker forretning, og de langvarige og komplekse bud-processer medfører, at meget få (om nogen) private aktører har incitament eller kapacitet til at varetage denne opgave. Samtidig har de internationale kongresdelegerede det højeste gennemsnitlige døgnforbrug blandt alle turistsegmenter⁴ samt et markant og bredere erhvervs- og samfundsmæs-sigt potentiale. Sidst, men ikke mindst, afleder de store kongresser også omsætning i erhvervs- og mødeturismens øvrige forretningssegmenter.

⁴ "Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark 2017" (VisitDenmark og MeetDenmark, 2018).

STRATEGISK EFFEKTMÅL #1: Vi tiltrækker internationale videnskongresser

MeetDenmark og medlemsdestinationerne har et dedikeret fokus på at vinde internationale videnskabelige kongresser til Danmark. Og vi er gode til det. På verdensranglisten⁵ (der ikke tager højde for destinationernes størrelse) lå Danmark nr. 16 i 2022.

MeetDenmark vil fastholde og udvikle denne position med afsæt i den nye virkelighed, og med forankring i vores hovedgreb samarbejde, videnudvikling og nytænkning. Danmark bliver vurderet på de svar og produkter, de danske mødedestinationer og erhvervsturismevirksomheder har ift. kundernes ændrede behov og spørgsmål om, hvorfor, hvornår og hvordan vi skal mødes fysisk.

Kongresserne tiltrækker verdens førende forskere og specialister til Danmark inden for danske styrkepositioner. Og når verdens førende viden kommer til landet, udgør det en platform for at styrke dansk innovation og internationalisering. Der udover skaber kongresserne en direkte og betragtelig omsætning og beskæftigelse hos erhvervs- og mødeturismens virksomheder og i de omkringliggende erhverv.

Men kongresserne kommer ikke til Danmark af sig selv. MeetDenmarks sekretariat vil derfor understøtte og styrke det vigtige salgs- og budarbejde hos foreningens kongresdestinationer, der foregår i tæt samarbejde med diverse lokale og nationale partnere.

MeetDenmark vil også styrke dialogen og samarbejdet med særligt centrale partnere i budarbejdet. Disse er bl.a. de danske universiteter, myndigheder samt klynger og øvrige danske styrkepositioner. En vigtig del af dette arbejde er at styrke formidlingen

af viden om de fordele, et værtskab kan give en destination, et universitet, en forsker eller en klynge.

Det er således ofte en forudsætning for at kunne byde på og vinde en videnskabelig kongres, at en anerkendt dansk forsker påtager sig værtskabet og står i spidsen for budet. Samtidig er vores primære konkurrenceparameter ofte de danske erhvervs- og forskningsmæssige styrkepositioner. Da Danmark hverken er den billigste destination eller destinationen med det bedste vejr er vores styrkepositioner som nævnt typisk grunden til, at kunderne vælger Danmark som destination for deres kongresser.

Sidst men ikke mindst vil MeetDenmark styrke de internationale kunders kendskab til fordelene ved Danmark som kongresdestination. I kongresmarkedet handler det ikke om markedsføring men om netværk og (indirekte) branding af danske styrkepositioner.

MeetDenmark vil de kommende år særligt samarbejde, videnudvikle og nytænke for at:

- ✓ **Understøtte og styrke det lokale budarbejde**
- ✓ **Styrke relationer til myndigheder, videnmiljøer, klynger og kunder**
- ✓ **Styrke internationalt salg og branding af Danmark som kongresdestination med fokus på danske styrker**

⁵ "ICCA Business Analytics – Country & City Rankings" (International Congress and Convention Association, 2023)

STRATEGISK EFFEKTMÅL #2: Vi fremmer bæredygtig omstilling i erhvervs- og mødeturismen og i samfundet

En ambitiøs udvikling af Danmark som bæredygtig møde-, messe- og kongresdestination bliver afgørende for de danske destinationers internationale konkurrenceevne i fremtiden. Og for omverdenens syn på branchen og dens fortsatte relevans.

For MeetDenmark handler bæredygtighed både om miljø, klima, sociale aspekter og økonomi. Det handler om resiliens og en regenerativ udvikling. Ambitionen er, at dansk erhvervs- og mødeturisme skal bidrage mere til samfundet, end vi belaster. Vi skal bidrage til samfundsmæssige forbedringer fremfor blot at reducere vores forbrug. Både herhjemme og internationalt. Hvor det bæredygtige i stigende grad bliver en forudsætning for at være i markedet, bliver omfanget af regenerative elementer med tiden der, hvor vi kan skille os positivt ud.

Erhvervs- og mødeturismen samler folk fra hele verden for at udvikle og dele viden samt for at finde løsninger på samfundsmæssige udfordringer. Dette er særligt tilfældet for de internationale videnskabelige kongresser. Kongresserne kan derfor spille en vigtig rolle som platform ift. FN's bæredygtigheds mål (SDG) 17 ("Partnerskab for handling") og det globale samarbejde for at nå bæredygtighedsmålene. SDG 17 handler således ikke om et specifikt fagligt tema men om, hvordan vi globalt skal arbejde sammen for at dele viden og fremme adgangen til videnskab, teknologi og innovation.

Bæredygtighed er et naturligt fokusområde for MeetDenmark og destinationerne. Regeringens nationale turismestrategi har bæredygtighed som det helt gennemgående fokus. Og Danmark er allerede internationalt anerkendt som en af de mest bæredygtige destinationer, hvilket de danske destinationers høje placeringer på The Global Destination Sustainability Index⁶ (GDSI) underbygger.

Men stort set alle destinationer i verden arbejder målrettet med bæredygtig omstilling. Hvis vi i Danmark fortsat vil være blandt de førende, kræver det en endnu stærkere og mere koordineret indsats. Og i stigende grad med fokus på de regenerative elementer.

MeetDenmark vil styrke viden om status og behov i arbejdet med bæredygtig og regenerativ omstilling hos de danske erhvervs- og mødeturismevirksomheder og på destinationerne. Og vi vil sammenholde og lære af udviklingen hos vores konkurrenter. Hvor står vi fx ift. certificering, strategisk effektmåling og klimaregnskaber, værdikædesamarbejder, og udvikling af produkter, der skaber mere værdi for samfundet end de anvender?

Denne viden skal danne udgangspunkt for nye konkrete initiativer, som følger op på Plan for bæredygtig omstilling af danske erhvervs- og mødeturisme. Målet er at skabe konkrete og målbare

⁶ "Raising the bar - Results, Trends and Insights from the 2022 Global Destination Sustainability Index" (Global Destination Sustainability Movement, 2023)

forandringer hos branchens virksomheder. Det kan bl.a. ske gennem målrettede udviklingsforløb samt udvikling og udbredelse af viden, værktøjer og erfaringer i branchen.

MeetDenmark vil bidrage til at styrke synergi-effekter og koordinering af de mange bæredygtighedstiltag på tværs af turismens brede værdikæde og talrige aktører. Det vil vi bl.a. gøre i regi af Partnerskab for bæredygtig turismeudvikling, der samler de tre nationale turismeudviklingselskaber og VisitDenmark.

MeetDenmark vil de kommende år særligt samarbejde, videnudvikle og nytænke for at:

- ✓ **Styrke viden om den bæredygtige omstilling hos kunder, leverandører og konkurrenter.**
- ✓ **Styrke den bæredygtige omstilling og regenerative udvikling hos danske erhvervs- og mødeturismevirksomheder og på destinationerne gennem nye konkrete initiativer.**
- ✓ **Styrke videndeling og koordinere synergieffekter i arbejdet med bæredygtig omstilling på tværs af dansk turisme.**

STRATEGISK EFFEKTMÅL #3: Vi styrker erhvervs- og mødeturismens samfundsværdi

En vigtig del af en bæredygtig udvikling er at sikre, at de internationale møder og videnskongresser, der afholdes i Danmark, skaber mere værdi for samfundet og kunderne end de miljø- og klimamæssige, social og økonomiske omkostninger, som de afleder.

Videnskongresser kan være et stærkt instrument til at udvikle løsninger på sektorspecifikke eller bredere samfundsmæssige udfordringer. Således er nytænkning, tværgående dialog og netværksdannelse blandt (fysiske) kongressers største forcer.

Samtidig kan de danske værtskaber for internationale videnskongresser som tidligere fremhævet være et redskab til at styrke innovation og internationalisering i danske virksomheder og klynger. Eller en platform til at styrke dansk forskning, udvikle danske regler og politikker og meget mere.

MeetDenmark vil derfor fokusere på at styrke kendskabet, anerkendelsen og udnyttelsen af det markante potentiale for at skabe en større, bredere og mere blivende værdi af de mange danske værtskaber for videnskongresser. Den såkaldte *legacy*.

HVAD ER LEGACY?

Legacy er de varige positive effekter, der efterlades af et givent event. Det kan fx være bredere samfundsmæssig værdi inden for sociale, økonomiske, miljømæssige eller sektorspecifikke områder. Et ambitiøst eksempel på en sektorspecifik legacy kan være en større succesrate inden for en specifik kræftbehandling i Danmark (se eksempel i boks nedenfor). Men ambitionen for og omfanget af effekterne kan variere og både målrettes kunden, deltagerne, værtsdestinationen eller verdenssamfundet mere generelt.

Legacy skabes bl.a. ved at etablere en tættere interaktion mellem de delegerede internationale forskere/specialister og danske virksomheder, organisationer, vidensmiljøer og myndigheder. En tættere interaktion kan bl.a. styrke videnoverførsel og talenttiltrækning til danske aktører, danske aktørers internationale netværk og samarbejde samt profilering af danske løsninger og kompetencer.

Legacy-processer planlægges typisk bagfra. Der defineres en overordnet legacy-vision for et givent event som efterfølgende konkretiseres i mere specifikke og kortsigtede eventmål samt aktiviteter før, under og efter kongressen, der kan lede frem mod både målene og den overordnede vision.



Legacy er et centralt redskab i arbejdet frem mod strategiens vision og de tre strategiske effektmål.

Efter seks års udviklingsarbejde er Danmark aktuelt blandt de førende destinationer i verden inden for legacy og skabelsen af varig samfundsværdi ifm. værtskaber for videnskongresser. MeetDenmark og medlemsdestinationerne har udviklet modeller, processer og værktøjer samt testet disse på en lang række besøgende kongresser.

Men mange andre destinationer har også fået øjnene op for potentialet. Og samtidig er den lokale etablering af en systematisk og mere permanent legacyindsats en ressourcekrævende udfordring. For at opnå vores vision og udbrede anvendelsen af danske kongresværtskaber som redskab til en positiv samfundsudvikling vil MeetDenmark styrke dialogen med relevante interessenter om rammer og finansiering af den danske legacyindsats.

MeetDenmark og medlemsdestinationerne vil særligt fokusere på at udbygge koblingen til og samarbejdet med de danske klynger/styrkepositioner samt kommuner og statslige myndigheder, som er blandt dem, der kan få stor nytte og effekt af de danske kongresværtskaber.

MeetDenmark vil også styrke formidlingen af erfaringer og værktøjer fra arbejdet med bredere og varig

samfundsmæssig værdiskabelse ifm. videnskongresser til de danske destinationer, der fokuserer på møder og messer. Også her ligger der et markant uudnyttet samfundsmæssigt potentiale.

MeetDenmark vil de kommende år særligt samarbejde, videnudvikle og nytænke for at:

- ✓ Styrke kendskabet til og udnyttelse af potentialet ifm. danske kongresværtskaber hos myndigheder, organisationer, virksomheder, klynger, videnmiljøer mv.
- ✓ Styrke dialogen om etablering af mere permanent og systematisk dansk legacy-indsats lokalt eller på tværs af landet.
- ✓ Styrke videndeling og dialog om bredere og blivende værdiskabelse med danske mødedestinationer, der fokuserer på møder og messer



VARIG SAMFUNDSMÆSSIG VÆRDISKABELSE Gennem LEGACY: ET FREMTIDSSCENARIO

Vision: En stor international kræftkongres vindes til Danmark. En gruppe danske virksomheder, der udvikler og sælger produkter, som bruges til behandling af kræftpatienter, ønsker at benytte kongressens besøg til at styrke deres internationale netværk og samarbejder om produktudvikling. En patientorganisation ønsker at anvende kongressens besøg til at skabe offentlig opmærksomhed omkring mulighederne i en ny behandlingsform. Og en offentlig myndighed vil benytte lejligheden til at styrke succesraten i dansk kræftbehandling gennem udvikling og tilpasning af politikker, metoder og regler.

Mål og aktiviteter: Den danske destination (kongresbureauet), hvor kongressen skal afholdes, identificerer og samler relevante danske aktører og den internationale forening bag kongressen. Sammen udvikles fælles mål og konkrete aktiviteter til før, under og efter kongressen. De danske virksomheder, der producerer kræftbehandlingsløsninger, vælger at arrangere nogle virksomhedsbesøg og sociale arrangementer for talenter og kongressens VIPs. Patientorganisationen og den offentlige myndighed går sammen og arrangerer en udstilling i det offentlige rum samt workshops mellem udvalgte delegerede internationale forskere og danske organisationer, embedsmænd og politikere.

Outcome og Legacy: I tiden efter kongressen igangsætter to af de involverede danske virksomheder et samarbejde med en række forskere fra et amerikansk universitet, på baggrund af en dialog der startede på et af de arrangerede virksomhedsbesøg. Tre Ph.d.-studerende, der deltog i VIP-arrangementet, takker ja til job i to af de andre virksomheder. Patientorganisationen har igangsat en offentlig debat på baggrund af de artikler, som en landsdækkende avis kørte under kongressen. Sidst, men ikke mindst, har den offentlige myndighed på baggrund af ny viden fra de gennemførte workshops igangsat et arbejde med at opdatere regelsættet og planlægger også en informationskampagne målrettet behandlere på de danske sygehuse.

4 UDMØNTNING

MeetDenmark vil på baggrund af denne strategi udvikle konkrete årlige mål, der vil indgå i foreningens årlige Mål- og Resultatplan med Erhvervsministeriet.

I foreningens arbejde med at udmønte strategien vil MeetDenmarks sekretariat fungere som en fælles udviklingsafdeling for medlemmernes kongresindsatser og indsatserne for at styrke den bæredygtige omstilling og skabelsen af bredere, større og blivende samfundsværdi.

Foreningens daglige arbejde foregår både decentralt på de enkelte kongresdestinationer og centralt i regi af sekretariatet og arbejdsgruppen, hvor alle medlemmer er repræsenteret på chefniveau. Decentralt ligger bl.a. det konkrete budarbejde, mens det nationale fællesskab anvendes til kollektive udviklingsaktiviteter og erfaringsudveksling. Her er det sekretariatets rolle at igangsætte, faci-

litere og drive de fælles udviklingsaktiviteter, der kan underbygge og styrke både medlemmernes og øvrige danske mødedestinationers udvikling og internationale konkurrenceevne. Sekretariatet kigger i dette arbejde til andre brancher for inspiration og samarbejde samt prioriterer opbygning af internationale netværk.

Men vi kan ikke lykkes alene. Erhvervs- og mødeturismen står overfor markante udfordringer. Strategiens ambitioner om at styrke branchens bæredygtige omstilling og dens erhvervs- og samfundsmæssige værdi kan kun realiseres ved fælles hjælp. Derfor rækker vi ud og indbyder alle relevante aktører til samarbejde og til at tage del i udviklingen og nytænkningen af fremtidens erhvervs- og mødeturisme i Danmark. Potentialet er stort og vores forudsætninger for at lykkes er gode, hvis vi samler kræfterne.





 **MeetDenmark**

www.meetdenmark.dk