



NÅR VERDEN MØDES I DANMARK

Strategi for MeetDenmark 2025 - 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	7
MeetDenmarks vision, mission og effekter	9
3. STRATEGISKE INDSATSOMRÅDER	12
#1: Vi tiltrækker internationale videnskongresser	14
#2: Vi udvikler den internationale erhvervs- og mødeturisme på tværs af Danmark	15
#3: Vi fremmer bæredygtig omstilling i erhvervs- og mødeturismen og i samfundet	16
#4: 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 usikkerhed og fundamentale forandringer, men også af nye muligheder og store potentialer.

Erhvervs- og mødeturisme udgør en væsentlig del af dansk turisme og rummer betydelige samfundsmæssige potentialer. De potentialer danner grundlaget for MeetDenmarks nye strategi, som vi – i tæt samarbejde med erhvervsturismevirksomheder og destinationer – vil omsætte til konkrete indsatser.

Udover den direkte turismeøkonomiske gevinst spiller erhvervs- og mødeturismen en nøglerolle i Danmarks bredere erhvervsudvikling. Det gør den bl.a. ved at bidrage til internationalisering, innovation og vækst i danske virksomheder – særligt inden for danske styrkepositioner. Og samtidig bidrager erhvervs- og mødeturismen til en mere bæredygtig vækst i turismen, da erhvervs- og mødeturister har et markant højere døgnforbrug end ferieturister og typisk besøger Danmark uden for højsæsonen.

Erhvervs- og mødeturismen er en del af løsningen, hvis vi skal realisere visionerne i den nationale turis-

mestragi og sikre bred værdiskabelse i Danmark. MeetDenmark vil derfor få en større rolle i de kommende år, og vores medlemskreds, geografi og markedsfokus er udvidet markant. MeetDenmark favner i dag 11 destinationer på tværs af Danmark, og vores hidtidige fokus på videnskabelige kongresser udbygges med indsatser målrettet møder og messer. Ambitionen er, at MeetDenmark skal bidrage til at udvikle alle de danske møde-, messe- og kongresdestinationer, så de står endnu stærkere i fremtidens internationale efterspørgsel, hvis verden fortsat skal mødes i Danmark.

Denne strategi er ikke kun MeetDenmarks – den er en invitation til en fælles rejse. I en ny tid er samarbejde en af nøglerne til succes. Komplekse udfordringer kræver nye løsninger, og det er kun gennem bredt samarbejde, at vi kan opnå en bæredygtig vækst og udvikling af fremtidens erhvervs- og mødeturisme.

God læselyst

Pia Lange Christensen
Forperson MeetDenmark

1 NY VIRKELIGHED – NYE MULIGHEDER

Erhvervs- og mødeturismens strategiske dagsorden har i årtier været præget af stabil vækst på grundlag af kendte forretningsmodeller. Men Covid-19 pandemien gav branchen et chok og accelererede trends som fremvæksten af nye arbejds- og mødekulturer. I dag præges erhvervs- og mødeturismen bl.a. af voksende konkurrence fra online-teknologi, et stigende fokus på klima og bæredygtighed samt geopolitisk uro.

Denne udvikling udfordrer helt grundlæggende de fysiske møder og stiller krav om innovation i branchen. Vi må i de kommende år forholde os til fundamentale strategiske spørgsmål for erhvervs- og mødeturismen som, hvorfor og hvordan vi skal mødes i fremtiden?

Derfor skal vi styrke vores viden om og udvikling af de særlige kvaliteter, der findes i det fysiske møde. Som fx opbygning af relationer, empati og tillid, der er afgørende faktorer for nytænkning. Og vi skal styrke vores viden om, hvordan vi skaber størst

mulig værdi af fysiske møder for det omkringliggende samfund, så værdien bliver større end de økonomiske og klimamæssige omkostninger, som møderne har. Og i lyset af den voksende konkurrence fra udlandet skal vi også overbevise de internationale kunder om, at de skal vælge Danmark.

Spørgsmålene om, hvorfor og hvordan vi skal mødes i fremtiden, tager fat i selve kernen i erhvervs- mødeturismen som branche og produkt, og det er i svarene på disse spørgsmål, at de strategiske muligheder ligger.

MeetDenmarks strategi 2025-2027 skal bidrage til at udvikle svarene på branchens nye virkelighed. Det er afgørende for opfyldelse af visionen i den nationale turismestrategi – og dermed for erhvervs- og mødeturismens bidrag til dansk økonomi og det danske samfund gennem en miljømæssig, økonomisk og socialt bæredygtig vækst, der skaber værdi for både borgere, turister og lokalsamfund. MeetDenmark vil bidrage til opfyldelsen af de tre



ationale pejlemærker om at tiltrække turister med et større forbrug, at styrke tilfredsheden blandt turister, borgere og medarbejdere samt at skabe flere bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaaftryk.

MeetDenmarks strategi bygger på tre hovedgreb, som alle foreningens indsatser vil være forankret i: Samarbejde, videnudvikling og nytænkning. Ved at vælge disse som strategiens centrale greb lægger vi op til en styrket udviklingsorientering. Vi vil således indgå i partnerskaber med interessenter i og uden for turismens traditionelle værdikæde - herunder med øvrige erhvervsfremmeaktører, forskere og kunder. Vi vil udvikle, analysere og formidle den nyeste viden mhp. at styrke forretningsudvikling og værdiskabelse. Og vi vil være inspirator og drivkraft i udforskning af nye muligheder samt i udvikling og afprøvning af nye løsninger.

Danmark har et stærkt udgangspunkt. Vi er et grønt foregangsland. Vi er internationalt førende ift. at

skabe bredere og varig værdi af møder. Og vi har samarbejde som et bærende element i det danske samfund. Det skal vi udnytte for at skabe svarene på fremtidens erhvervs- og mødeturisme i Danmark.

2 OM MEETDENMARK OG DANSK ERHVERVS- OG MØDETURISME

Om MeetDenmark

MeetDenmark er det danske udviklingsselskab for erhvervs- og mødeturisme og den samlende paraply for de danske møde-, messe- og kongresdestinationers arbejde med udvikling af branchen og Danmarks internationale konkurrenceevne.

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, messer og kongresser til Danmark, med henblik på at skabe vækst og udvikling i turisterhvervet og dansk erhvervsliv generelt."

Vi forfølger dette formål aktivt ved:

- At byde på og vinde internationale videnskabelige kongresser til Danmark. Og særligt inden for danske forsknings- og erhvervsmæssige styrkepositioner. Vi fokuserer på den forretning, der skaber størst samfundsmæssig værdi, men som private aktører ikke har incitament eller kapacitet til grundet de komplicerede og årelange budprocesser, der involverer mange aktører på og uden for destinationen.
- At udvikle den internationale erhvervs- og mødeturisme på tværs af Danmark med særligt fokus på at styrke danske mødedestinationer uden for de store byer. Mødeturismen kan således bl.a. bidrage til at styrke helårsbeskæftigelse og tiltrækning af arbejdskraft i landdistrikter og de danske købstæder.
- At understøtte bæredygtig omstilling hos branchens virksomheder og på destinationerne.
- At fremme 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.
- At fremme innovationskraften i dansk erhvervs- og mødeturisme ved at bidrage til udvikling af startup-miljøet omkring turismen og ved at skabe en tættere kontakt mellem det etablerede erhverv og iværksættere.
- At facilitere, understøtte og kommunikere erhvervs- og mødeturismens positive varige værdi for danske virksomheder, vidensmiljøer

og samfundet generelt - med særligt blik for danske styrkepositioner som fx Life Science og grøn teknologi.

- At udbrede det internationale kendskab til Danmark som møde-, messe- og kongres-destination sammen med VisitDenmark – bl.a. gennem branding og internationale netværk.

Vores primære fokus og konkurrencefordel er de danske styrkepositioner.

- At medvirke til udvikling og koordinering af initiativer på tværs af destinationer og værdikædens mange aktører.

MeetDenmark er etableret som en forening. Foreningen har aktuelt By-, Land- og Kirkeministeriet (repræsenteret ved VisitDenmark) samt 11 danske destinationselskaber som medlemmer.

Storbydestinationerne arbejder grundet deres størrelse, kapacitet og universitet fast med tiltrækning af internationale videnskabelige kongresser samt andre former for international erhvervs- og mødeturisme. De resterende destinationer udgøres af mindre og mellemstore byer, der primært arbejder med andre former for international mødeturisme end internationale videnskabelige foreningskongresser.

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

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

Læs mere om MeetDenmark samt foreningens arbejde og medlemmer på www.meetdenmark.dk.

Om dansk erhvervs- og mødeturisme

Erhvervs- og mødeturismen udgør en væsentlig del af dansk turisme.

Umiddelbart før Covid-19 pandemien (2019) stod erhvervs- og mødeturismen for 44 pct. af værditilvæksten i dansk turisme – altså den samlede økonomiske værdi af turismens produktion fratrullet forbruget i produktionen. Endvidere stod erhvervs- og mødeturismen for 43 pct. af beskæftigelsen og 26 pct. af forbruget. Og ser man alene på turismeerhvervet uden afledte effekter i andre brancher, stod forretningsområdet for 53 pct. af værditilvæksten og 49 pct. af beskæftigelsen i dansk turisme ¹.

Men erhvervs- og mødeturismen blev som bekendt hårdt ramt af pandemiens forsamlings- og rejseforbud. Og den bølgende – og internationalt uensartede – genåbning blev fulgt af usikkerhed og forsigtighed i markedet samt nye behov, ønsker og krav fra kunderne.

De seneste tal for turismens samfundsøkonomiske betydning er fra 2022. De viser, at erhvervs- og mødeturismen på dette tidspunkt fortsat var påvirket. Således udgjorde forretningsområdet i 2022 ca. 22 pct. af forbruget samt ca. 20 pct. af både værditilvæksten og beskæftigelsen. Fokuseres alene på turismeerhvervet, uden afledte effekter i andre brancher, udgjorde erhvervs- og mødeturismen ca. 32 pct. af værditilvæksten og 26 pct. af beskæftigelsen ².

Men erhvervs- og mødeturismen er nu for alvor på vej tilbage. Af de nyeste overnatningstal fremgår det således, at niveauet fra før pandemien igen er nået – selvom tallene i nogen grad fortsat er båret af det danske marked. Ligeledes viser resultatskabelsen

på de danske kongresdestinationer i 2024, at de store internationale kongresser også er tilbage.

Ser man ud over den direkte turismeøkonomiske værdi udgør erhvervs- og mødeturismen også et vigtigt instrument til at sikre en mere bæredygtig vækst i dansk turisme. Således kommer erhvervs- og mødeturister typisk i hverdage uden for højsæsonen. Og samtidig har de et langt højere døgnforbrug end ferieturister.

Erhvervs- og mødeturismens potentiale for at bidrage til bæredygtig vækst i dansk turisme tydeliggøres af det faktum, at forretningsområdets relativt høje andel af turismens værditilvækst, forbrug og beskæftigelse er skabt selvom erhvervs- og mødeturister i hhv. 2019 og 2022 blot stod for 13,4 og 12,1 pct. af alle overnatninger. Via erhvervs- og mødeturismen kan man altså skabe stor værdi med få turister.

Sidst men ikke mindst udgør de danske værtskaber for internationale møder, messer og kongresser en platform til at styrke innovation og vækst i danske virksomheder – særligt inden for danske styrkepositioner som grøn teknologi og Life Science.

Men dansk erhvervs- og mødeturismes markedsandele og vækst samt udnyttelsen af de bredere erhvervsmæssige potentialer er ikke givet fremadrettet. Stadig flere destinationer verden over får øjnene op for erhvervs- og mødeturismens potentialer, og den internationale konkurrence er hård.

Hvis dansk erhvervs- og mødeturisme skal bidrage til den nationale turismestrategis mål om bæredygtig vækst, kræver det nytænkning, videnudvikling, samarbejde og investering på tværs af landet og forretningsområdets komplekse værdikæde.

¹ Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne – april 2022 (Det Nationale Turismeforum)

² Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne – februar 2025 (Det Nationale Turismeforum)

ERHVERVS- OG MØDETURISMENS FIRE FORRETNINGSOMRÅDER

Erhvervs- og mødeturismen kan opdeles i fire forretningsområder, som bl.a. adskiller sig ved forskellige kundetyper og bearbejdningsmetoder:

- **Kongresser:** Typisk større events, 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.
- **Møder og belønningsrejser:** Møder, konferencer, kurser mv. med mindst 10 deltagere og en varighed på minimum 4 timer afholdt på mødesteder, der udlejer lokaler mod betaling* samt virksomhedsarrangerede grupperejser for udvalgte medarbejdere. Dette segment betegnes typisk "Meetings & Incentives" (M&I).
- **Messer:** Større udstillinger, der typisk har til formål at samle kommercielle aktører i en branche - bl.a. mhp. at fremvise produkter og services for potentielle kunder.
- **Individuelle forretningsrejsende og sæsonarbejdere:** Fx individuelle kundebesøg og salgsmøder, rejsende håndværkere mv.

Samlet betegnes de tre øverste forretningsområder (møder, messer og kongresser) typisk som "business events".

* Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark 2017 (VisitDenmark, MeetDenmark m.fl. 2018).

MeetDenmarks vision, mission og effekter

MEETDENMARKS VISION

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

MEETDENMARKS MISSION

"Gennem viden, samarbejde og nytænkning styrker vi udviklingen af dansk erhvervs- og mødeturisme mhp. at tiltrække flere internationale møder, messer og kongresser til Danmark."

MEETDENMARKS EFFEKTER

Erhvervs- og mødeturismens potentiale for at bidrage til visionen og pejlemærkerne i den nationale turismestrategi er stort. Ud over at skabe aktivitet, omsætning og beskæftigelse uden for højsæsonen og weekender bidrager kongresser, møder og messer til at skabe varig værdi på destinationerne på hver deres måde.

Danske værtskaber for internationale videnskabelige kongresser tiltrækker typisk omkring 100.000 internationale forskere og specialister til Danmark hvert år – særligt inden for danske styrkepositioner som grøn teknologi og life science. 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.

Internationale messer, der afholdes i Danmark, kan samle aktører fra hele verden inden for et givent marked. Og ligesom med de videnskabelige kongresser er messerne typisk på destinationen, fordi lokale virksomheder er langt fremme på et givent felt. Messerne fungerer således både som samlingspunkter, der kan fremme videnoverførsel og innovation, og som markedspladser, der skaber eksportmuligheder for dansk erhvervsliv.

Møder (i deres mange former) kan også styrke en bæredygtig vækst og varig værdiskabelse for lokalsamfund – særligt uden for de store byer. Og særligt hvis vi formår at udnytte den stigende efterspørgsel efter møder, der er tættere knyttet til destinationen. Det kan fx være møder, der gør brug af eller interagerer med lokale attraktioner, natur eller virksom-

heder. Endvidere kan møderne bidrage til at skabe mere omsætning og aktivitet i midtbyerne året rundt.

I figuren nedenfor visualiseres den samfundsværdi, som erhvervs- og mødeturismen skaber samt de primære interessentgrupper, vi ser som oplagte samarbejdspartnere.



Som det fremgår, er de potentielle samfunds-
mæssige effekter og samarbejdspartnere/ værdi-
modtagere 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, hvordan og for hvem MeetDenmark
særligt gerne vil skabe varig værdi.

*For virksomheder inden for danske klynger og
styrkepositioner:* Vi vil bidrage til at styrke produkt-
og procesudvikling samt internationalisering og
eksport gennem understøttelse af virksomhedernes
videnudvikling, internationale netværk og sam-
arbejder, profilering og talenttiltrækning.

For borgere og myndigheder: Vi vil bidrage til at
styrke velfærd og sundhed samt bæredygtig udvik-
ling (ifm. kongresser inden for Life Science eller grøn
teknologi) gennem overførsel af den nyeste viden
fra internationale forskere til brug i udviklingen af
danske politikker, rammer og regler. Hertil kommer
den turismeøkonomiske effekt i form af omsætning
og beskæftigelse, som møder, messer og kongres-
ser afleder i Danmark.

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

*For erhvervs- og mødeturismens virksomheder
og destinationer:* Vi vil bidrage til at styrke produkt-
og forretningsudvikling og dermed international
konkurrenceevne gennem kompetenceudvikling,
samarbejde, videnudvikling og nytænkning.

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

3 STRATEGISKE INDSATS- OMRÅDER

MeetDenmarks arbejde de kommende år centrerer omkring fire strategiske indsatsområder:

#1 Vi tiltrækker internationale videnskongresser

#2 Vi udvikler den internationale erhvervs- og mødeturisme på tværs af Danmark

#3 Vi fremmer bæredygtig omstilling i erhvervs- og mødeturismen

#4 Vi styrker erhvervs- og mødeturismens samfundsværdi

Indsatsområde #1 og #2 har fokus på specifikke markeder og geografier – nemlig de store internationale videnskongresser i de store byer samt møder og messer på de mindre mødedestinationer. Indsatsområde #3 og #4

omhandler tværgående temaer, som har relevans for hele landet og alle erhvervs- og mødeturismens forretningsområder.

De fire indsatsområder er tæt integrerede og gensidigt afhængige. Således er de hver især både mål og virkemidler. Fx er den bæredygtige omstilling grundlæggende for at sikre Danmarks fremtidige mulighed for at tiltrække internationale møder, messer og kongresser. Det samme er den bredere værdiskabelse, da konkurrenceparametre som pris og vejr ikke er danske forcer. Omvendt kan værtskabet for internationale møder, messer og kongresser styrke den samfundsmæssige værdiskabelse, fx ved at udvikle og profilere de danske styrkepositioner, mens den danske bæredygtighedsindsats kan bidrage til fremme omstilling internationalt ved at inspirere delegerede og kunder fra udlandet.





#1: Vi tiltrækker internationale videnskongresser

Værtskab for internationale videnskabelige kongresser 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 innovation og internationalisering i dansk erhvervsliv. Derudover skaber kongresserne en betragtelig omsætning og beskæftigelse hos erhvervs- og mødeturismens virksomheder og i de omkringliggende erhverv.

MeetDenmark har derfor sammen med de største danske byer et dedikeret fokus på at vinde internationale videnskabelige kongresser til Danmark. Og vi har historisk set været gode til det. På verdensranglisten (der ikke tager højde for destinationernes størrelse) lå Danmark typisk omkring nr. 20 i årene op til pandemien. I 2023 var vi dog faldet til en 29. plads.

MeetDenmark og de danske kongresdestinationer vil tilbage til en placering i top-20. Vi vil udvikle og fastholde Danmarks position ved at adressere de kundebehov, som den nye virkelighed afleder - med forankring i vores hovedgreb samarbejde, videnudvikling og nytænkning. Det internationale kongresmarked vil således de kommende år vurdere de danske kongresdestinationer på deres løsninger inden for bl.a. bæredygtighed og bredere samfundsmæssig værdiskabelse. Samt deres svar på de helt grundlæggende spørgsmål: Hvorfor og hvordan skal man mødes i Danmark i fremtiden.

MeetDenmarks sekretariat vil understøtte og styrke det vigtige salgs- og budarbejde, der er forankret hos de danske kongresdestinationer i tæt samarbejde med diverse lokale og nationale partnere.

MeetDenmark og de danske kongresdestinationer vil også styrke dialogen og samarbejdet med særligt centrale partnere i budarbejdet. Disse er bl.a. de danske universiteter og myndigheder samt klynger og øvrige danske styrkepositioner, som ofte er en afgørende forudsætning for at kunne byde på og vinde en videnskabelig kongres. En vigtig del af dette arbejde er formidling af viden om de fordele, som et værtskab kan give en destination, et universitet, en forsker eller en klynge.

Sidst men ikke mindst vil MeetDenmark i tæt samarbejde med VisitDenmark styrke de internationale kunders kendskab til fordelene ved Danmark som kongresdestination. På kongresmarkedet handler det ikke om traditionelle markedsføringskampagner men om netværksskabelse og mere indirekte branding - fx gennem de 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 international branding og salg af Danmark som kongresdestination med fokus på danske styrker**

⁴ International Congress and Convention Association (2023).

#2: Vi udvikler den internationale erhvervs- og mødeturisme på tværs af Danmark

De mindre mødedestinationer på tværs af Danmark besidder nogle særlige karakteristika, som i stigende grad efterspørges på det internationale møde-marked. Men udgangspunktet for tiltrækning af flere internationale møder til destinationer uden for store byer er hård konkurrence og lav kendskabsgrad. Derfor kræves opbygning af ny markedsviden, udvikling af strategiske handleplaner samt investering i produktudvikling og kompetencer.

MeetDenmark vil bl.a. analysere de danske mødedestinationer og deres potentiale inden for forskellige (nær)markeder og markedssegmenter. Analysen skal skabe mere viden om destinationernes respektive styrker og udfordringer ift. den aktuelle efterspørgsel og markedstrends samt fremlægge anbefalinger til, hvad der kræves for at få succes. Fx hvilke produkter og værdikæder der skal opbygges, og hvordan integrationen til destinationens lokale særpræg og styrkepositioner bedst kan skabes.

Dette arbejde vil danne udgangspunkt for udvikling og prioritering af den strategiske retning og konkrete indsatser, der kan skabe mere forretning for de relativt begrænsede midler, som MeetDenmark, mødedestinationerne og de ofte relativt små lokale aktører har til rådighed.

MeetDenmark vil også fokusere på kompetenceudvikling. Det er således afgørende at styrke den lokale viden om markedstrends, om markedsbearbejdning og om de særlige behov som internationale mødekunder har. Kompetenceudviklingen målrettes i første omgang medarbejdere hos destinationsselskaberne mhp., at de bedst muligt kan understøtte de lokale erhvervsturismevirksomheder, der ønsker at satse mere på mødeturisme. Fokus kan fx være, hvordan man øger sin

synlighed og tiltrækker flere kunder, der efterspørger anderledes mødeformater og -steder, eller kunder for hvem bæredygtighed og en tættere integration med destinationen og dens erhvervsmæssige styrker har betydning.

Sidst men ikke mindst vil MeetDenmark understøtte den lokale produktudvikling – herunder udvikling af værditilbud på tværs af destinationernes værdikæde samt tilhørende 'storytelling'. Dette skal bl.a. tage udgangspunkt i mødedestinationernes lokale erhvervsmæssige styrkepositioner eller styrker inden for natur og bæredygtighed, unikke og anderledes oplevelser samt lokal kultur, autenticitet og atmosfære. Den opfølgende branding-indsats målrettet internationale nærmarkeder vil ske i tæt samarbejde med VisitDenmark.

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

- ✓ **Styrke videns- og beslutningsgrundlaget for udviklingen af den internationale mødeturisme på tværs af Danmark**
- ✓ **Styrke kompetenceudvikling i relation til erhvervs- og mødeturisme**
- ✓ **Understøtte lokal produktudvikling, storytelling og branding**

#3: 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 samfundets syn på og opbakning til branchen.

For MeetDenmark handler bæredygtighed både om miljø, klima, sociale aspekter og økonomi. Og om at skabe en mere regenerativ udvikling. Ambitionen er, at dansk erhvervs- og mødeturisme bidrager mere til samfundet, end vi forbruger/belaster - herhjemme såvel som internationalt. Netop det regenerative perspektiv kan de kommende år blive der, hvor dansk erhvervs- og mødeturisme kan skille sig positiv ud, mens mange internationale konkurrenter fortsat har fokus på mere traditionelle bæredygtighedstiltag, der i stigende grad blot er en forudsætning for at være i markedet. Sidst men ikke mindst handler bæredygtighed om resiliens. At branchen er modstandsdygtig i en omskiftelig og usikker tid.

Dansk erhvervs- og mødeturisme har også en ambition om at spille en rolle som platform for FN's bæredygtighedsmål nr. 17 ("Partnerskab for handling") og dermed det globale samarbejde om at nå de øvrige bæredygtighedsmål. SDG 17 handler således ikke om et specifikt fagligt tema men om, hvordan vi globalt skal dele viden og fremme adgangen til videnskab, teknologi og innovation.

Bæredygtighed er et naturligt fokusområde for MeetDenmark og foreningens medlemsdestinationer. Således har Regeringens nationale turismestrategi bæredygtighed som det gennemgående fokus, og de danske destinationer er allerede internationalt anerkendt som førende på området, hvilket deres høje placeringer på The Global Destination Sustainability Index ⁵ (GDSI) underbygger. Men stort

set alle destinationer i verden arbejder efterhånden målrettet med bæredygtig omstilling. Hvis vi i Danmark fortsat vil være blandt de førende, kræver det en endnu stærkere og mere koordineret indsats.

Konkret vil MeetDenmark arbejde for at implementere initiativerne i Plan for bæredygtig omstilling af dansk erhvervs- og mødeturisme fra december 2024. Planens 8 initiativer sætter fokus på klimaregnskaber, værdikædesamarbejder, miljøcertificering, socialt ansvar og samspil mellem virksomheder og lokalområde, styrkelse af mødekøberes viden om bæredygtige valg samt national videndeling og koordinering. En vigtig del af arbejdet vil være at finde partnere og finansiering til en række af planens initiativer.

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

- ✓ Styrke den bæredygtige omstilling hos branchens virksomheder - bl.a. med fokus på regenerative perspektiver og sociale såvel som klima/miljømæssige aspekter.
- ✓ Styrke den bæredygtige efterspørgsel - herunder viden om bæredygtige valg hos mødekunderne.
- ✓ Styrke videndeling og koordinering af arbejdet med bæredygtig omstilling på tværs af dansk turisme.

⁵ "Waves of Transformation - 2024 GDS-Index Report 2024" (Global Destination Sustainability Movement).

#4: Vi styrker erhvervs- og mødeturismens samfundsværdi

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

Og netop her ligger et stort og relativt uudnyttet potentiale. Særligt i kongresverdenen har man i en årrække arbejdet systematisk med at forstå samt udnytte de bredere samfundsmæssige potentialer. Det skyldes bl.a., at videndeling, nytænkning og netværksdannelse er hovedelementer i videnskabelige kongresser, hvorfor værtskab for disse kan være et stærkt instrument til at udvikle nye løsninger på sektorspecifikke eller bredere samfundsmæssige udfordringer.

Samtidig kan kongresværtsskaber som nævnt være et instrument til at styrke innovation og internationalisering i danske virksomheder, at tiltrække højt kvalificeret arbejdskraft og brande danske løsninger og styrkepositioner mv. Ligeledes kan værtskaberne udgøre en platform for udvikling af dansk forskning, 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 varig værdi af de mange danske værtskaber for videnskabelige kongresser. Den såkaldte *legacy*.

HVAD ER LEGACY?

Legacy er varige positive effekter, der efterlades af et givent event. Det kan fx være en social effekt, en miljømæssig effekt, en økonomisk effekt eller en effekt på et sektorspecifikt område.

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/omfanget kan variere, ligesom indsatsen kan målrettes både kunder, deltagere og værtsdestination afhængigt af ens ønsker og mål.

Legacy skabes 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, profilering af danske løsninger og kompetencer mv.

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 eventet, der kan lede frem mod både målene og den overordnede vision.

Efter mange års udviklingsarbejde er Danmark blandt de førende destinationer i verden ift. viden om legacy og skabelsen af varig samfundsværdi ifm. værtskaber for videnskabelige kongresser. Og særligt i København er det også lykkedes at etablere en systematisk og strategisk legacy-indsats. Men mange andre destinationer verden over har også fået øjnene op for potentialet.

MeetDenmark vil arbejde for at bevare den danske førerposition – bl.a. ved at sætte fokus på behovet for etablering af en systematisk, strategisk og permanent legacy-indsats på de øvrige danske kongresdestinationer eller nationalt. Da legacy-arbejdet kræver en del ressourcer, vil MeetDenmark styrke dialogen med relevante interessenter om rammer og finansiering af den danske legacy-indsats de kommende år.

MeetDenmark og de danske kongresdestinationerne vil også fokusere på at udbygge økosystemet omkring legacy-arbejdet. Herunder samarbejdet med danske klynger og styrkepositioner, videntunge virksomheder samt kommuner og statslige myndig-

heder. Konkret vil MeetDenmark sammen med udvalgte danske klynger, som samler virksomheder og forskere, identificere de mest relevante og attraktive internationale kongresser og udvikle fælles bud. Ligeledes vil vi sammen udbrede erfaringerne til andre danske mødedestinationer og klynger/styrkepositioner.

MeetDenmark vil også styrke formidlingen af erfaringer og værktøjer fra arbejdet med samfundsmæssig værdiskabelse ifm. videnskabelige kongresser til de danske destinationer, der fokuserer på møder og messer. Også her ligger der et markant samfundsmæssigt potentiale, der skal belyses og udnyttes bedre. Både møder og messer kan gennem en tættere tilknytning til destinationen bidrage til at skabe varig lokal, samfundsmæssig værdi.

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

- ✓ Styrke kendskabet til og udnyttelse af det bredere erhvervs- og samfundsmæssige potentiale ifm. danske værtskaber for internationale møder, messer og kongresser hos myndigheder, organisationer, virksomheder, klynger, videnmiljøer mv.
- ✓ Skabe et tæt og systematisk samarbejde mellem danske styrkepositioner og danske destinationer samt styrke dialogen med relevante interessenter om etablering af en mere permanent og systematisk dansk legacy-indsats lokalt eller på tværs af landet.
- ✓ Styrke viden om - og udvikling af - bredere og blivende værdi ifm. møder og messer uden for de store byer.

VARIG SAMFUNDSMÆSSIG VÆRDISKABELSE AF DANSKE KONGRESVÆRTSKABER: ET FREMTIDSSCENARIE

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, på baggrund af den overordnede vision, 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 af de Ph.d.-studerende, der deltog i VIP-arrangementet, takker ja til job hos nogle af de deltagende danske virksomheder. Patientorganisationen har igangsat en offentlig debat på baggrund af de artikler, som en landsdækkende avis kørte under kongressen. Og sidst, men ikke mindst, har den offentlige myndighed på baggrund af ny viden fra de gennemførte workshops igangsat et arbejde med at opdatere relevante regelsæt og planlægger også en informationskampagne målrettet behandlere på de danske sygehuse.

4 UDMØNTNING

MeetDenmark udvikler på baggrund af denne strategi konkrete mål, der vil indgå i foreningens årlige Mål- og Resultatplan med By-, Land- og Kirkeministeriet.

I arbejdet med at udmønte strategien vil MeetDenmarks sekretariat fungere som en fælles udviklingsafdeling for medlemmerne. Foreningens daglige arbejde foregår dog både decentralt på de enkelte medlemsdestinationer og centralt i regi af sekretariatet og arbejdsgruppen, hvor alle medlemmer er repræsenteret. Decentralt ligger bl.a. det konkrete bud- og salgsarbejde samt lokal produktudvikling, mens det nationale fællesskab anvendes til kollektive udviklingsaktiviteter,

kompetenceudvikling og erfaringsudveksling. Her er det sekretariatets rolle at igangsætte, facilitere og drive indsatserne.

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.





www.meetdenmark.dk