



Markeds- og potentialeanalyse
for international mødeturisme

Destination **VisitHerning**

Indhold

Introduktion & Læsevejledning	3
Læsevejledning	5
Executive Summary	8
Markedskrav for international mødeturisme	10
Afgørende faktorer for valg af mødedestination	11
Trends og tendenser som påvirker efterspørgslen	13
Udvikling i efterspørgslen	15
Destinationens synlighed i mødemarkedet	17
Markedsanalyse	19
Infrastruktur og tilgængelighed	19
Overnatningsudbud	22
Møde- og konferenceudbud	25
Erhvervsliv	30
Vidensinstitutioner	32
Oplevelser og attraktioner	34
Opsummering	36
Markedspositionering	37
Efterspørgsels- og segmentanalyse	37
SWOT-analyse	40
Mødesegmenter	43
Anbefalinger	44
Bilag	46



Introduktion & Læsevejledning

Markeds- og potentieanalyse har til formål at skabe indsigt i de lokale markedsforhold og udbud i destinationen, der hører under Visit Herning, bestående af Herning og Ikast-Brande Kommune, med relevans for arbejdet med tiltrækning af international mødeturisme.

Denne rapport er udarbejdet som en del af MeetDenmarks samlede analyse af de 11 medlemsdestinationer, der arbejder strategisk med international mødeturisme uden for storbyerne. Formålet er at give et nuanceret billede af destinationens aktuelle udbud, markedsposition og udviklingspotentiale overfor det internationale mødemarked – med afsæt i både kvantitative data, kvalitative vurderinger og lokale aktørindsigter.

Arbejdet med at styrke international mødeturisme uden for storbyerne rummer et betydeligt økonomisk potentiale – både for de enkelte destinationer og for Danmark som helhed. En forsigtig beregning viser, at en vækst på 5–20 % i erhvervs- og mødeturismen uden for de store byer kan løfte den samlede årlige turismeomsætning i MeetDenmarks 11 medlemsdestinationer med cirka 200–800 mio. kr., baseret på døgnforbrug pr. erhvervsturist. Og det vil typisk være omsætning uden for weekender og højsæsonen grundet forretningsområdets karakteristika.

Effekten stopper imidlertid ikke ved den direkte omsætning: Øget erhvervsturisme skaber typisk afledte effekter i værdikæden (leverandører, transport, restauranter, kulturudbud og detail), og turisme har ofte en relativt høj multiplikatoreffekt sammenlignet med anden lokal serviceøkonomi. Samtidig er der tydelige arbejdsmarkedsperspektiver: flere gæster giver flere lokale job (service, logistik, kultur og gastronomi), job med lav mobilitet der forankrer beskæftigelsen i de respektive lokalområder, og erhvervsturisme kan bidrage til sæsonudjævning, som giver mere stabil drift og beskæftigelse.

Derudover viser flere internationale undersøgelser, at øget international erhvervs- og mødeturisme ikke blot skaber mere aktivitet for overnatningssteder, venues og øvrige led i turismens værdikæde; det gavner også destinationernes virksomheder og vidensinstitutioner på flere områder. Det gælder blandt andet gennem styrkede internationale relationer, øget tiltrækning af specialiseret arbejdskraft, profilering mv.

Analysen vurderer destinationens styrker og udfordringer på tværs af seks centrale områder: infrastruktur og tilgængelighed, overnatningsudbud, møde- og conferencefaciliteter, erhvervsliv, vidensinstitutioner samt oplevelser og attraktioner. Den helhedsorienterede tilgang viser, hvordan fysiske rammer og kapaciteter, erhvervsmæssige ressourcer og vidensmiljøer påvirker destinationens evne til at tiltrække og fastholde international mødeturisme.

For hver faktor er der foretaget en modenhedsvurdering, som angiver, i hvilket omfang destinationen kan imødekomme internationale markedskrav og skabe efterspørgsel på tværs af mødesegmenterne. Vurderingerne bygger på destinationsselskabets egen kortlægning, desk research og aktørinput, udformet gennem lokal sparring med det respektive destinationsselskab.

Dernæst vil destinationens markedsposition blive gennemarbejdet i en SWOT-analyse, som samler indsigterne fra de foregående analyser. SWOT-analysen danner grundlag for en vurdering af, hvilke mødesegmenter destinationen er bedst rustet til at tiltrække og facilitere.

Afslutningsvis vil der, med udgangspunkt i konklusionerne fra markedspositioneringen, blive præsenteret konkrete og handlingsorienterede anbefalinger, som destinationen kan anvende til videreudvikling af indsatser og tiltag i arbejdet med international mødeturisme.

Destinationen har udarbejdet en udtalelse, der sætter ord på den nuværende organisering og prioritering af international mødeturisme, hvilket ses nedenstående:

Mødeturismen i Destination VisitHerning bygger på et tæt samarbejde mellem MCH Messecenter Herning, Herning- og Ikast-Brande Kommune, VisitHerning samt lokale hoteller og oplevelsesaktører. Partnerskabet udspringer af mange års erfaring med nationale og internationale messer, events og konferencer.

VisitHerning fungerer som destinationsselskab og koordinerer indsatsen i samarbejde med MCH, der som Nordens største event- og konferencecenter udgør den centrale venuebase. Kommunerne understøtter arbejdet gennem udvikling af infrastruktur og erhvervsrammer, mens hoteller og venues samarbejder om logistik og kapacitet.

Destinationens mødeturismeindsats er historisk forankret i store events, men omfatter i stigende grad også møder og konferencer. Produktet kendetegnes af kompakt geografi, effektiv logistik, professionelt setup og en stærk værtskabsprofil (*We Have Been Expecting You*). International mødeturisme prioriteres som et strategisk udviklingsområde med fokus på segmenter, der matcher destinationens styrkepositioner: vindindustri, tekstil/design, teknologi og erhvervsudvikling.

De væsentligste barrierer er begrænset international transporttilgængelighed og lavere international synlighed end de større universitetsbyer. Disse adresseres gennem samarbejde med nationale partnere, målrettet markedsføring og udvikling af mødeprodukter, der kombinerer professionel afvikling med stærke lokale oplevelser.

Disclaimer: Det er vigtigt at være opmærksom på, at analysen udgør et øjebliksbillede baseret på den tilgængelige viden og data på analysetidspunktet, pr. januar 2026. Indsigterne er målrettet international erhvervs- og mødeturisme og skal læses inden for dette scope.

Læsevejledning

For at sikre en grundig forståelse af analysens struktur, begreber og argumentationsgrundlag præsenteres følgende læsevejledning.

Mødesegmenter

Analysen fokuserer primært på mødeturisme og vil afdække, hvilke mødesegmenter der potentielt kan være relevante for destinationens fremtidige udvikling. Der tages udgangspunkt i fem centrale segmenter inden for erhvervs- og mødeturisme, med særligt fokus på mødeaktiviteter. Individuelle forretningsrejsende behandles kun i begrænset omfang, da analysens formål er at belyse destinationens muligheder for at tiltrække og facilitere møder, konferencer og lignende arrangementer.

Møder	Møder, konferencer, kurser m.v. med min. 10 deltagere og en varighed på min. 4 timer afholdt på mødesteder der udlejer lokaler mod betaling. Et mødes formål er forudbestemt og har som dagsorden at adressere og evt. løse en udfordring eller mål for virksomheden ^[1] .
Belønningsrejser	Virksomhedsarrangerede grupperejser for udvalgte medarbejdere. Typisk med det formål at anerkende, belønne, motivere, eller fastholde medarbejdere, samarbejdspartnere eller kunder gennem unikke rejseoplevelser. Destinationerne er ofte mere prestigøse og afslappede end det sædvanlige arbejdsmiljø ^[2] .
Kongresser	Større events der har til formål at udvikle, dele og debattere ny viden inden for akademiske discipliner eller erhvervsfelter. Varighed spænder fra en dag til flere døgn og deltagerdiversiteten er høj. Der fremkommer oplæg fra forskellige talere suppleret med andre aktiviteter såsom paneldebatter og workshops^[3]. Det skal bemærkes, at der anvendes en betragtning af forskellen mellem kongresser og konferencer, som tager udgangspunkt i, at kongresser typisk er større og mere formelle end konferencer, og at deltagerne ved kongresser typisk består af faglige sammenslutninger, politiske partier eller internationale organisationer
Messer	Større udstillinger der kan agere som platforme for brancheaktører i fælles branche. Her fremvises nye produkter/services inden for samme industri. Yderligere vil der være mulighed for networking og kontakt til potentielle nye og eksisterende kundekontakter ^{[4][5]}
Individuelle forretningsrejsende og projektarbejdere	Kunde- og salgsmøder samt rejsende håndværkere. Dette segment udgør dog et mindre fokus, da det er et segment, som kun påvirkes i begrænset omfang, særligt i et internationalt perspektiv.

1. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-is-mice?>

2. <https://tourismnotes.com/what-is-mice-tourism/>

3. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/what-is-mice?>

4. https://www.hospitalitynet.org/news/4100274.html?utm_source=chatgpt.com

5. <https://tourismnotes.com/what-is-mice-tourism/>

Kortlægning og analyse af destinationen

For at kunne analysere destinationens udgangspunkt for arbejdet med tiltrækning af international mødeturisme har destinationsselskabet gennemført en kortlægning med fokus på at identificere væsentlige aktører og forhold inden for udvalgte fokusområder. Hvert fokusområde udgør en afgørende faktor for destinationens evne til at fremstå attraktiv og dermed tiltrække international mødeturisme inden for de fem mødesegmenter som beskrevet ovenfor. Destinationens modenhed inden for hver faktor er blevet vurderet på baggrund af analyser af de enkelte fokusområder med udgangspunkt i data fra kortlægningen. Kortlægning og analyse omfatter følgende fokusområder:

Infrastruktur	Gode transportforbindelser (vej, tog, lufthavn) gør det nemt for mødedeltagere at ankomme og komme rundt, hvilket er afgørende for tilgængelighed, logistik, koordinering og omkostningsniveau.
Udbud af overnatningssteder	Et varieret overnatningstilbud med stor kapacitet sikrer, at både små og store grupper kan indkvarteres komfortabelt og tæt på mødestederne.
Udbud af møde-, kongres-, og eventsteder	Moderne og fleksible faciliteter er nødvendige for at kunne afholde alt fra små møder til store kongresser og events med professionel standard.
Erhvervsliv	Et aktivt erhvervsliv skaber efterspørgsel efter møder og netværk og tiltrækker faglige arrangementer. Særligt virksomheder med international markedstilstedeværelse og aktiviteter er afgørende for at kunne tiltrække internationale mødedeltagere.
Vidensinstitutioner	Vidensinstitutioner spiller en central rolle i international mødeturisme, særligt når det gælder kongresser. Universiteter, forskningscentre og hospitaler fungerer som faglige fyrtårne, der tiltrækker internationale eksperter, forskere og beslutningstagere til faglige samlinger og konferencer.
Oplevelser, attraktioner og møderelevante forhold	Sociale aktiviteter, shopping, kultur og gastronomi øger destinationens samlede positionering og tiltrækningskraft og kan bidrage til at gøre destinationen mere attraktiv for både arrangører og deltagere.

De fremviste markedsdata og oplysninger i analyserne stammer fra destinationens egen kortlægningsindsats og i nogle tilfælde yderligere desk research. Der tages forbehold for, at priser, kapacitet og øvrige markedsdata kan være ændret siden dataindsamlingen i sommeren 2025.

Modenhedsanalyse

For at opnå en ensartet model til at analysere, vurdere og sammenligne de 11 destinationers evne til at imødekomme de seks afgørende faktorer, er der udarbejdet en modenhedsanalyse. Denne vurderer dermed hver destination inden for de seks faktorer. Analyseindsigterne og de individuelle bedømmelser præsenteres i afsnittet *Markedsanalyse*, hvor der afslutningsvis findes en opsummering, som giver et visuelt overblik over styrker og svagheder inden for de seks faktorer.

Parametrene for modenhedsanalysen er fastlagt på baggrund af indsigter fra en omfattende mængde interviews, nærmere bestemt 740 besvarelser fra mødeplanlæggere samt personer med øvrig tilknytning til mødeturisme.

Markedskrav fra mødeplanlæggere

For at indsamle indsigt i tidssvarende markedskrav inden for international mødeturisme er der som led i markeds- og potentialeanalysen gennemført interviews med personer, der arbejder med at planlægge, afvikle og indkøbe møder, kongresser, messer og belønningsrejser.

Disse interviews består af dybdegående telefoninterviews og online spørgeskemaundersøgelser med respondenter fra Danmark, Norge, Sverige, Tyskland og Storbritannien. Formålet er at afdække både nationale aktører, der håndterer efterspørgsel fra udlandet, samt udenlandske aktører fra de primære internationale markeder som lejlighedsvis står for planlægning af arrangementer i Danmark. Metoden for denne dataindsamling fremgår af bilag 1.

Med den samlede interviewindsats er der blevet indsamlet indsigter indenfor de markedskrav, behov og forventninger, som professionelle møde- og konferenceplanlæggere prioriterer, når de skal planlægge og afvikle mødeturisme. Det samlede datagrundlag er baseret på 740 besvarelser fra mødeplanlæggere samt personer med øvrig tilknytning til mødeturisme. De væsentligste indsigter samt perspektiveringer til destinationen findes i afsnittet om *Markedskrav ved international mødeturisme*.

Efterspørgsels- og segmentanalyse

Udover destinationens kortlægning er der indhentet øvrige relevante markedsoplysninger omhandlende overnatningstal og sæsonmæssige udsving, med henblik på at identificere efterspørgsel fra mødeturismen på destinationen. Denne data er indhentet fra VisitDenmarks Statistikbank.

Her er der særligt fokus på corporate gruppesegmentet. Dette segment repræsenterer en gruppe på mere end 10 personer, hvis hovedmål er konferencer, møder, messer og lign.

Det er denne gruppe, som vil indeholde internationale mødeturister. Dette segment er særligt interessant i en turismekontekst, da det ikke blot genererer høj overnatningsvolumen, men også skaber afledt omsætning i lokalområdet gennem brug af mødefaciliteter, restauranter, transport og kulturelle oplevelser. Dette segments tydelige sæsonudsving, med efterspørgsels peak-perioder i forårs- og efterårsmånederne, giver destinationerne mulighed for at udnytte kapaciteten uden for de klassiske ferieperioder.

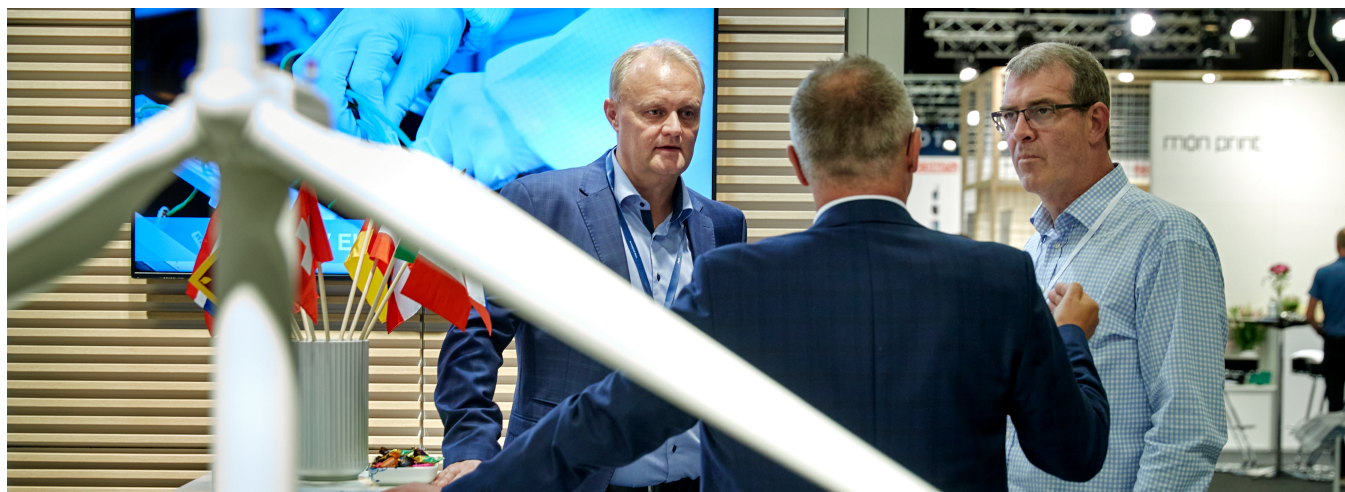


FOTO: Tony Brøchner

SWOT-analyse og anbefalinger

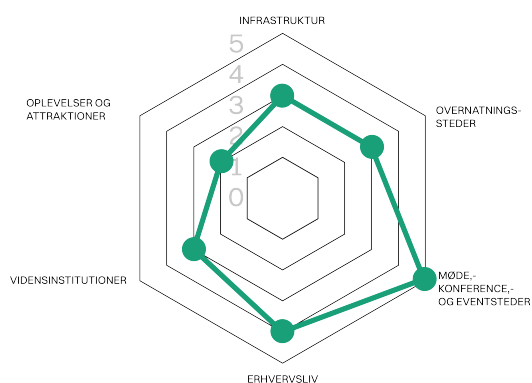
Med afsæt i de indsamlede indsigter fra markedsanalysen er der udarbejdet en SWOT-analyse, som ved at fremhæve destinationens styrker, svagheder, muligheder og trusler, identificerer hvor potentialet ligger for destinationens fremadrettede arbejde med international mødeturisme. Dette potentiale danner grundlag for vurderingen af, hvilke mødesegmenter der er relevante for destinationen, og uddybes yderligere i afsnittet med anbefalinger, hvor det beskrives, hvordan analysens samlede indsigter bør omsættes til konkrete og prioriterede handlinger.

Analysens mest væsentlige indsigter og anbefalinger opsummeres og præsenteres i executive summary.



Executive Summary

Destinationens modenhedsanalyse ser således ud.



Kombineret med rapportens SWOT-analyse fremstår destinationen som et af Danmarks mest kapacitetsstærke mødedestinationer og har en unik position på det nationale mødemarked. Med MCH som Nordens største event- og conferencecenter, kombineret med en kompakt geografi, professionelt setup og markant værtskabsprofil, står destinationen stærkt i forhold til at tiltrække store nationale og internationale arrangementer.

Analysen viser, at Destination VisitHerning råder over:

- **Enestående møde- og conferencekapacitet** med fleksible venues, der kan rumme alt fra små møder til kongresser med op til 12.500 deltagere.
- **Stærke erhvervmæssige styrkepositioner** inden for tekstil og mode, vindmølleindustri, produktion og teknologi, som skaber et solidt fundament for faglige arrangementer.
- **Gode infrastrukturelle forhold** med kort afstand til Billund Lufthavn og togstationer, samt planlagte vejprojekter, der yderligere styrker tilgængeligheden.
- **Høj grad af bæredygtighedscertificeringer** blandt overnatnings- og mødeudbydere, hvilket giver mulighed for grøn profilering.
- **Stabil efterspørgsel** drevet af et stærkt event- og conferenceudbud, hvor corporate segmentet er vokset med 37 % siden 2017.

Der er dog udfordringer, som kræver strategisk indsats: begrænset overnatningskapacitet tæt på de største venues, manglende direkte offentlig transport til Billund Lufthavn, lav international synlighed og et relativt smalt udbud af attraktioner til belønningsrejser. Disse forhold kan delvis afhjælpes gennem målrettet markedsføring, styrket samarbejde med erhvervsliv og vidensinstitutioner samt udvikling af helhedsorienterede mødeprodukter.

Destinationen synes særligt udfordret af den peak-udnyttelse af overnatningskapaciteten, der finder sted ved afholdelse af større events, som skaber 'døde' perioder ind imellem med lav kapacitetsudnyttelse. Dette særligt grundet de større events lange bookinghorisont af både event- og overnatningskapacitet, der skaber 'fastlåste' ledige perioder. Dette resulterer i en særlig lav udnyttelse af overnatningskapaciteten over tid.

Samlet set vurderes potentialet størst inden for mellemstore og store konferencer, kongresser og messer, hvor destinationen allerede har stærke kompetencer og faciliteter. Belønningsrejser vurderes som mindre relevante i traditionel forstand, men med et potentiale for nicheorienterede events.

Rapporten sammenfatter en række anbefalinger til den videre markedsbearbejdning og tiltrækning af international mødeturisme. Hovedpunkterne herfra omfatter:

Udnytte styrkepositionen som event- og kongresdestination

- Positionér destinationen som et alternativ til storbyerne med fokus på fleksible venues og professional afvikling.

Styrke samarbejdet med erhvervsliv og vidensinstitutioner

- Identificér tilbagevendende kongresser og konferencer og skab partnerskaber med toneangivende virksomheder og AU Herning.

Øge synligheden blandt nationale og internationale mødeplanlæggere

- Gennemfør målrettede markedsføringskampagner og fam-trips med MCH som central driver.

Udvikle strategier for kapacitetsudnyttelse på klem dage

- Tilbyd attraktive pakker og fleksible løsninger for møder mellem store events for at reducere udsving i belægningen i overnatningskapaciteten.

Forbedre logistisk overblik og transportløsninger

- Udarbejd rejseplaner og indgå aftaler med transportleverandører for at kompensere for manglende direkte forbindelse til Billund Lufthavn.

Undersøge potentialet for fælles markedsføring med nærliggende destinationer

- Udvid samarbejdet med Trekantområdet og lignende destinationer for at styrke regionens samlede mødeprofil.



FOTO: Jannie Nyegaard

Markedskrav for international mødeturisme

For at samle indsigt i de markedskrav som gør sig gældende for international mødeturisme er der indhentet ca. 743 besvarelser fra personer, der arbejder med at indkøbe, planlægge og afvikle møder, kongresser, messer og belønningsrejser fra Danmark, Norge, Sverige, Tyskland og Storbritannien. Formålet har været at afdække krav, behov, forventninger og markedstendenser blandt både nationale og internationale aktører og på baggrund af disse indsigter udarbejde en analyse af destinationens forudsætninger for at kunne imødekomme disse markedskrav.

Personerne som har bidraget med indsigter kan inddeles i to grupper:

1. Professionelle mødeplanlæggere som håndterer eksterne forespørgsler herunder PCO selskaber (Professional Congress Organizer), DMC selskaber (Destination Management Company), Erhvervsrejsebureauer mm^[6].

2. Interne mødeplanlæggere som primært håndterer organisationens egne arrangementer. Disse omfatter både virksomheder og institutioner samt øvrige private eller offentlige organisationer^[7].

De professionelle mødeplanlæggere har delt deres indsigter og erfaringer gennem dybdegående interviews, og de interne mødeplanlæggere har delt deres indsigter og erfaringer gennem online spørgeskemaer. Begge interviewformer har fulgt samme spørgeramme, men de dybdegående interviews har givet mulighed for mere begrundelse og baggrundsviden.

De nedenstående indsigter tager udgangspunkt i respondenternes erfaringer og markedsindsigter – både generelt om international mødeturisme og i enkelte spørgsmål mere konkret om det danske udbud samt individuelle destinationer.

6. N = Danmark 17, Norge 10, Sverige 10, Tyskland 13, Storbritannien 13

7. N = Danmark 261, Norge 110, Sverige 103, Tyskland 100, Storbritannien 106

Afgørende faktorer for valg af mødedestination

På tværs af både nationale og internationale mødeplanlæggere nævnes en række faktorer og parametre som udslagsgivende, når valg af mødelokation foretages. De to parametre som i højest grad udpeges som værende de markant vigtigste er **udbud og kvalitet af mødefaciliteter** samt **udbud og kvalitet af overnatningssteder**. Tredjevigtigst er **prisniveau** – det at kunne tilbyde konkurrencedygtige priser opholdt imod overnatning, mødefaciliteter og den samlede oplevelse. Slutteligt nævnes **samlet rejsetid** som afgørende faktor, hvor der her kan tilkobles **infrastrukturelle forhold** som central rolle, eksempelvis nærhed til international lufthavn og direkte flyforbindelser som begge har stor betydning for samlet rejsetid.

Disse er nøglefaktorer, som alle har essentiel betydning for valget af mødedestination, både hos nationale og internationale mødeplanlæggere.

Kilde: Q12 - Hvor vigtige vurderer I, at følgende faktorer er for virksomheder/aktører, når de skal udvælge en lokation eller facilitet til arrangementer?

Dog skal det bemærkes at inden disse faktorer kommer i betragtning, må det antages at der ligger et mere grundlæggende forhold: Der skal først opstå et konkret behov for at afholde en mødeaktivitet, før valg af destination bliver relevant. Efterspørgslen opstår typisk, fordi en virksomhed, organisation eller vidensinstitution har et fagligt, strategisk eller driftsmæssigt anliggende, som kræver fysisk samling af deltagere.

Sådanne bagvedliggende behov kan bl.a. udspringe af:

- afholdelse af faglige eller videnskabelige konferencer, hvor nye forskningsresultater skal præsenteres
- bestyrelses- og ledelsesmøder i internationale virksomheder
- produktlanceringer, hvor markeder eller partnere skal aktiveres
- uddannelses- og træningsaktiviteter på tværs af lande eller afdelinger
- netværks- og branchemøder, der samler medlemsorganisationer, NGO'er eller fagfæller

Det er således først, når dette grundlæggende behov er identificeret, at mødeplanlæggerne går videre til at vurdere de øvrige faktorer såsom mødefaciliteter, overnatningskvalitet, prisniveau og samlet rejsetid.

Denne forståelsesrækkefølge er vigtig, da det understreger, at valget af destination er en konsekvens og ikke en årsag af et eksisterende mødebehov.

Udbud og kvalitet af mødefaciliteter samt overnatningssteder

Kvaliteten og udbuddet af overnatnings- og mødefaciliteter har den mest centrale rolle i valget af destination for mødeaktiviteter med international deltagelse, helt præcist er dette angivet som den vigtigste faktor i 32 % af tilfældene. Internationale mødegæster stiller høje krav til komfort og standard, og der efterspørges typisk faciliteter med minimum 3-stjerners niveau. Samtidig er kapaciteten en udfordring, særligt uden for de større byer, hvor det kan være vanskeligt at finde overnatningssteder med over 200 værelser samlet ét sted. Dette skaber begrænsninger for større arrangementer, da mødeplanlæggere helst undgår at sprede deltagerne på flere hoteller. Både nationale og internationale professionelle mødeplanlæggere peger på udbud og kvalitet af overnatningssteder som en væsentlig udfordring i planlægningen af internationale møder i Danmark.

Ved mindre og mere intime møder, konferencer og belønningsrejser, kan alternative overnatningsformer dog anvendes, så længe oplevelsesværdien er høj.



Udfordring kan være størrelsen af overnatningskapacitet. Folk vil gerne bo på samme overnatningssted. Vil helst undgå at dele overnatninger ud på flere hoteller. Det er svært at finde 200 værelser ude i provinsen – National professionel mødeplanlægger

Kilde: Q14 - Har I oplevet nogle af de nedenstående udfordringer ved at imødekomme internationale virksomheders behov og anmodninger i forbindelse med erhvervsturisme – generelt set på det danske marked?

Prisniveau

Størstedelen af de adspurgte professionelle mødeplanlæggere, både nationalt og internationalt angiver pris og økonomi generelt til at have markant betydning for valg af destination til afholdelse af mødeaktiviteter. I Danmark opfattes prisniveauet generelt som højt blandt både nationale og internationale mødeplanlæggere, særligt i sammenligning med Sverige og Tyskland. Danmark vurderes fortsat som konkurrencedygtig i forhold til Norge og har et mere balanceret omkostningsniveau sammenlignet med Storbritannien. Overordnet tegner der sig dog et tydeligt billede af, at Danmark generelt opfattes som et dyrere land end de fleste konkurrenter med Storbritannien som den eneste markante undtagelse. Kun en mindre andel af respondenterne betragter Danmark som et billigere alternativ. Dette billede gentager sig blandt de professionelle mødeplanlæggere, både nationale og internationale, som anser prisniveauet som en tilbagevendende udfordring, når internationale firmaer overvejer Danmark i forbindelse med mødeturisme.



Prisstigningerne efter Covid har været voldsomme både når det gælder hoteller, restauranter og transport. Her taber vi tit til Sverige og Norge – National professionel mødeplanlægger



Danmark kan være udfordrende for internationale kunder på grund af de højere omkostninger – Professionel mødeplanlægger Storbritannien

Kilde: Q14 - Har I oplevet nogle af de nedenstående udfordringer ved at imødekomme internationale virksomheders behov og anmodninger i forbindelse med erhvervsturisme – generelt set på det danske marked?

Kilde: Q23 - Hvilken faktor udgør prisstruktur og øvrige økonomiske forhold for valg af destination?

Kilde: Q24 - Hvordan vurderer du omkostningsniveauet ved at afholde arrangementer i Danmark sammenlignet med Norge, Sverige, Tyskland og Storbritannien.

Infrastrukturelle forhold

Infrastrukturen spiller en væsentlig rolle i international mødeturisme, hvor tilgængelighed via større lufthavne, særligt København, er afgørende. Internationale mødedeltagere er vant til transport fra lufthavn til venue og overnatningssted. Offentlig transport kan være en mulighed, men det afhænger af mødesegmentet. Det er væsentligt at bemærke, at afstande opfattes forskelligt og Danmark fremstår overordnet set som let tilgængeligt og overskueligt sammenlignet med større europæiske destinationer.



Tilgængeligheden er høj og landet er småt, så det er nemt at komme rundt – National professionel mødeplanlægger



Destinationer vælges ud fra infrastruktur, tilgængelighed, omkostninger, bæredygtighed og oplevelser – Professionel mødeplanlægger Storbritannien



Valget træffes ud fra pris og infrastruktur – Professionel mødeplanlægger Tyskland

Kilde: Q22 - Hvad har gjort udslaget for at Danmark er blevet valgt frem for andre destinationer?

Kilde: Q22B - Er der bestemte barrierer, som går igen – fx pris, infrastruktur, kendskab?

Trends og tendenser som påvirker efterspørgslen

Flere tendenser påvirker efterspørgslen inden for mødeturisme, både i stigende og faldende grad. Sikkerhed og tryghed, lokale oplevelser og økonomisk usikkerhed nævnes som faktorer med voksende betydning, mens hybridmøder generelt opleves som en aftagende tendens, dog med fortsat relevans ved interne arrangementer. Bæredygtighed fremhæves desuden som en mindre afgørende faktor ved valg af destination.

Stigende:

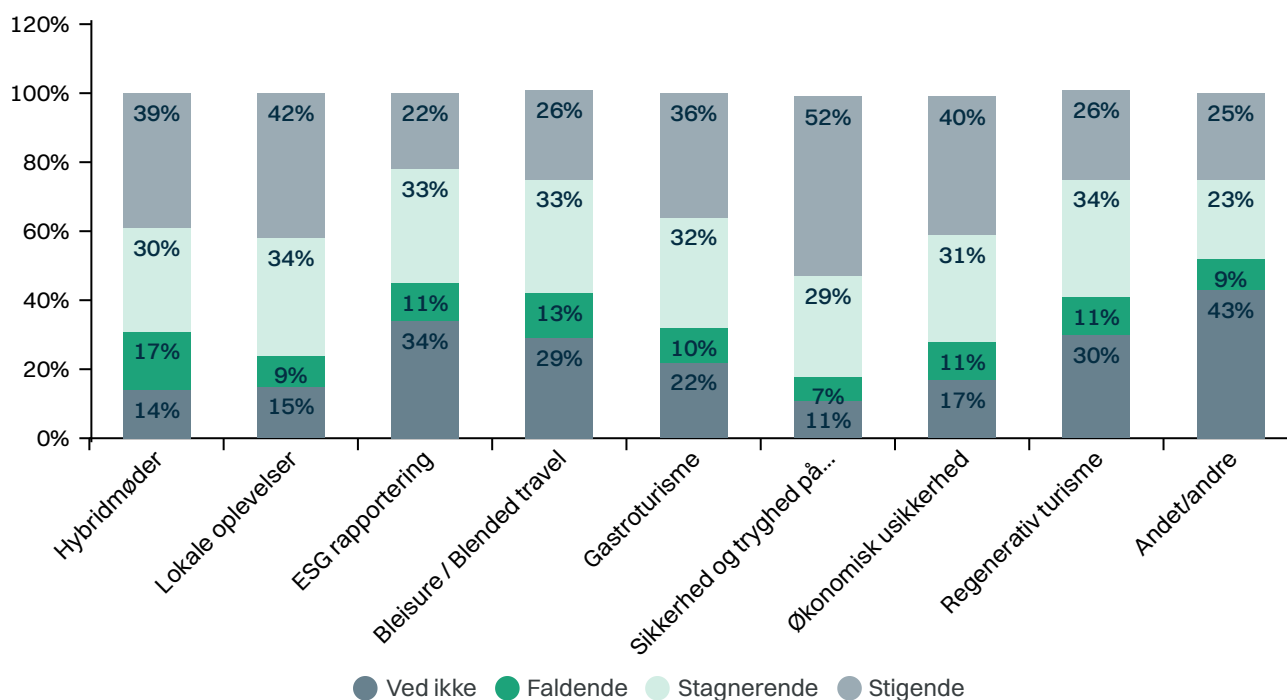
Sikkerhed og tryghed fremhæves samlet set som den mest voksende tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Helt konkret markerer 356 ud af 743 respondenter, at behovet er stigende. Tendensen afspejler, at destinationen vurderes ud fra landets politiske og økonomiske stabilitet samt ud fra, om aftaler og deadlines opfattes som pålidelige.

Lokale oplevelser nævnes især af nationale professionelle og interne mødeplanlæggere samt af internationale professionelle mødeplanlæggere som en tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Tendensen afspejler et ønske om at inddrage lokalt forankrede oplevelser, der tydeliggør det unikke ved den respektive destination.

Økonomisk usikkerhed nævnes af 276 nationale og internationale mødeplanlæggere samt internationale interne mødeplanlæggere som en tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Usikkerheden kan medføre strammere budgetter, øget fokus på omkostningseffektivitet og i nogle tilfælde nedskalering eller udskydelse af internationale mødeaktiviteter. Dog opfattes Danmark generelt som et land med høj stabilitet og sikkerhed, hvilket er en fordel i perioder med økonomisk og politisk uro.

Faldende:

Hybridmøder opleves særligt af de professionelle mødeplanlæggere som en tendens, der i faldende grad påvirker efterspørgslen. Dog nævnes de af interne mødeplanlæggere, hos 31 % af de nationale og 44 % af de internationale, som værende stigende. Det kan derfor betragtes som et behov, der i højere grad eksisterer ved planlægning af interne events, f.eks. i virksomheder. Hybridmøder består typisk af en kombination af fysisk fremmøde og virtuel deltagelse, hvilket giver fleksibilitet og mulighed for at inkludere deltagere på tværs af geografiske placeringer.



N = 743

Kilde: Q15 - Hvilke nuværende trends og tendenser påvirker behov, markedskrav og efterspørgsel fra internationale virksomheder - Både i Danmark og internationalt?

International efterspørgsel på bæredygtighed

Internationale mødeplanlæggere tillægger bæredygtighed stor betydning, når de vælger mødedestinationer. I flere af Danmarks vigtigste markeder anses bæredygtighed ligefrem som en vigtig til meget vigtig faktor:

- 78 % af mødeplanlæggere fra Storbritannien
- 69 % af mødeplanlæggere fra Tyskland
- 59 % af mødeplanlæggere fra Sverige
- 46 % af mødeplanlæggere fra Norge

På trods af denne tydelige internationale tendens og det forhold, at en stor del af de danske professionelle mødeplanlæggere selv angiver bæredygtighed som en væsentlig faktor, oplever flere af dem samtidig, at bæredygtighed fylder relativt lidt i de forespørgsler, de modtager fra internationale kunder. Nogle beskriver endda, at bæredygtighed sjældent nævnes som et afgørende parameter:



Bæredygtighed gøres ofte vigtigere i DK end den er for de internationale kunder. Vi er langt foran i DK. – National professionel mødeplanlægger



Bæredygtighed fylder ikke noget i efterspørgslen fra internationale, da det ikke er et afgørende punkt på prioriteringslisten – National professionel mødeplanlægger

Det er uklart, hvad denne kontrast mellem de internationale mødeplanlæggeres egne udsagn og de danske DMC'er og Incoming bureaux oplevelse skyldes. En mulighed kan være, at internationale kunder netop har valgt Danmark på grund af vores image inden for bæredygtighed og derfor forventer at bæredygtighed er et integreret element. Det kan dog også være, at de internationale mødeplanlæggere – ligesom det typisk er tilfældet herhjemme (jf. de årlige mødekøberanalyser fra Optimeet og MeetDenmark) – har begrænset viden om, hvordan man konkret stiller krav til bæredygtighed.

Det anbefales at grave dybere i denne kontrast for at blive klogere på, hvordan de internationale mødekøbere ser på bæredygtighed, og hvad de mere præcist vægter.

Uanset kontrasten er bæredygtighed en dansk styrkeposition, som bør udnyttes, vedligeholdes og videreudvikles. Man kan f.eks. med fordel gå mere målrettet efter internationale mødekøbere, der særligt vægter bæredygtighed, da man her har en markant konkurrencefordel på de danske mødedestinationer. Dette anerkendes også af flere danske mødeplanlæggere, der ser bæredygtighed som en konkurrencefordel, vi med fordel kan udnytte endnu mere:



Vi skal blive endnu bedre til de ting vi gode til, herunder bæredygtighed. – National professionel mødeplanlægger

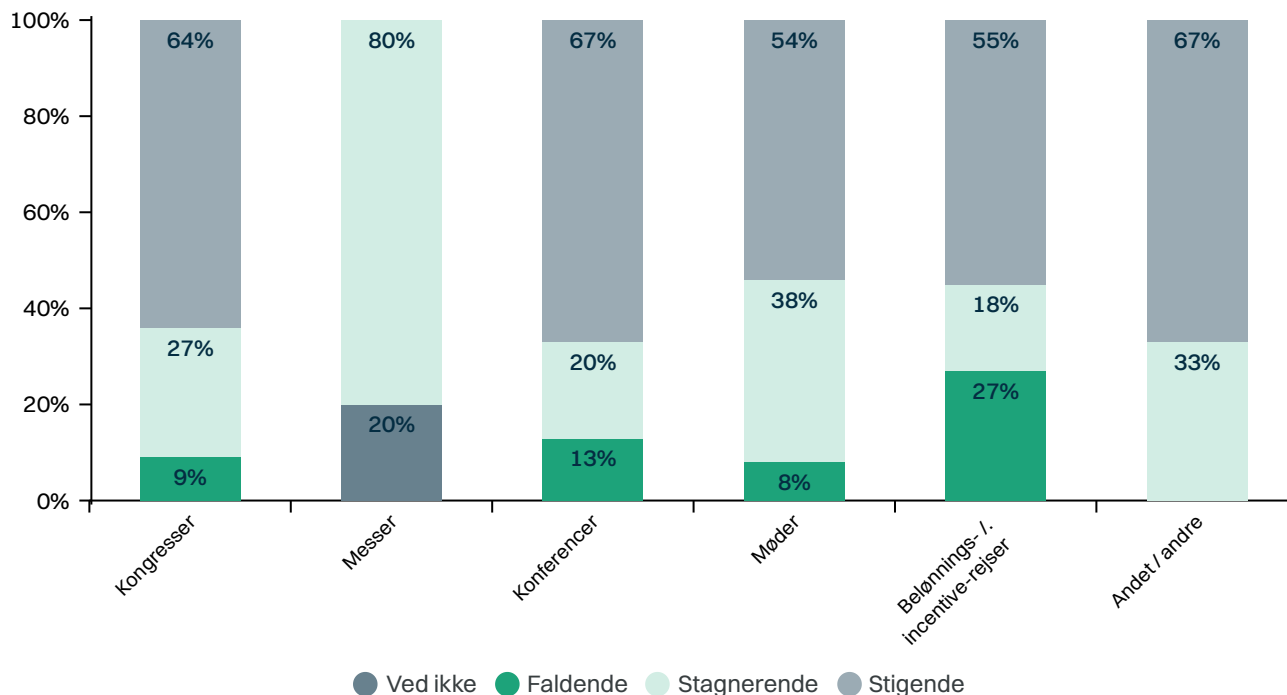
Udvikling i efterspørgslen

Efterspørgslen på mødeaktiviteter med international deltagelse i Danmark udvikler sig forskelligt på tværs af mødesegmenter, brancher og internationale markeder.

Mødesegmenter

Hos de professionelle nationale mødeplanlæggere ses en tydelig vækst i efterspørgslen fra internationale kunder og virksomheder på møder i Danmark på tværs af alle mødesegmenter, med undtagelse af messer, hvor udviklingen af flest opleves som stagnerende. Ingen af de nationale professionelle mødeplanlæggere nævner nogle af mødesegmenterne som værende stærkt stigende.

Nationale professionelle mødeplanlæggere



N = 17

Kilde: Q10 - Hvordan oplever du udviklingen af efterspørgslen fra internationale kunder og virksomheder sig i forhold til at afholde arrangementer i Danmark?

Stærkt stigende (mørkeblå), stigende (grå), stagnerende (lysegrøn), faldende (grøn), stærkt faldende (rød).

Note: Der er ikke modtaget 17 afgivne svar i hver kategori, eksempelvis er datagrundlaget isoleret for messer blot 5 respondenter, hvor det for konferencer er 15.

Brancher

Overordnet ses der størst efterspørgsel på mødeaktiviteter i Danmark fra virksomheder i brancherne:

1. IT / Teknologi / Software,
2. Energi / Miljø / Bæredygtighed
3. Pharma / Life Science.

N = 468

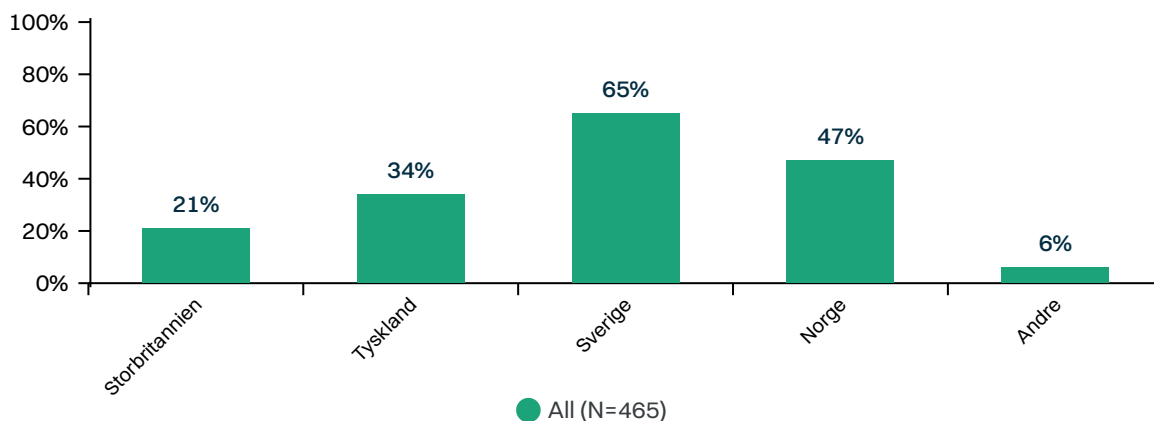
Internationale markeder

Blandt de nationale professionelle mødeplanlæggere er der flest, der oplever efterspørgsel fra Tyskland, efterfulgt af Norge, Sverige og Storbritannien. Derudover nævnes også betydelig interesse fra USA, Holland og Sydeuropa.

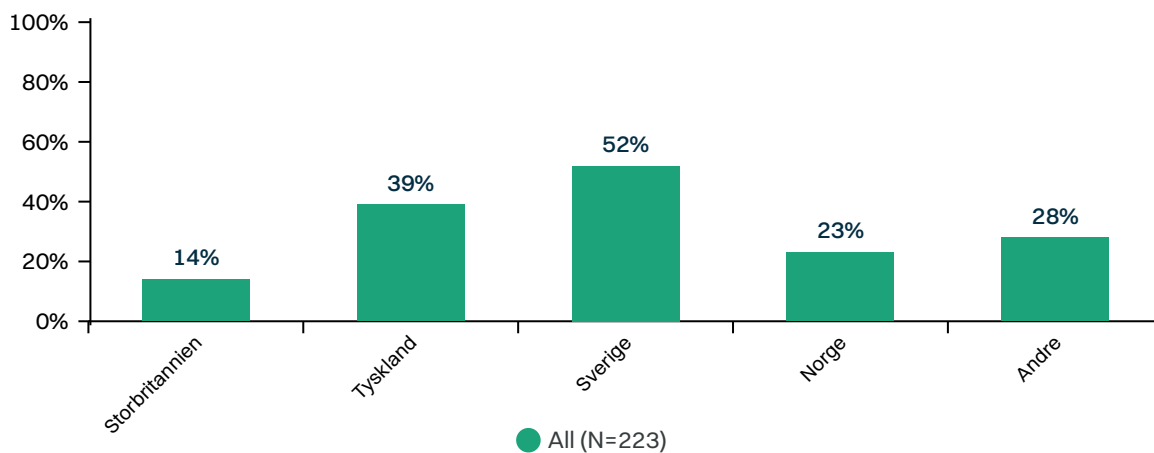
Kilde: Q11 - Hvilke internationale markeder(lande) oplever I efterspørgsel til Danmark fra?

Størstedelen af de adspurgte nationale og internationale professionelle mødeplanlæggere og interne mødeplanlæggere nævner Sverige som den største konkurrent til Danmark, når der skal afholdes arrangementer i Skandinavien. Det gælder også isoleret set for respondenterne i Sverige, Norge og Tyskland, som betragtes som nære markeder.

Internationale professionelle og interne mødeplanlæggere



Nationale professionelle og interne mødeplanlæggere



Kilde: Q20 - Hvilke øvrige lande er Danmark typisk i konkurrence med?

Destinationens synlighed i mødemarkedet

Kendskabet til danske mødedestinationer varierer betydeligt blandt nationale professionelle mødeplanlæggere.

For destinationen Herning er det gældende, at blandt de 17 adspurgte nationale professionelle mødeplanlæggere er der tre, som nævner, at de har "godt kendskab" til destinationen og dets udbud. Derimod svarer otte, at de har "begrænset kendskab" og seks, at de slet "intet kendskab" har til destinationen og dets udbud. Der er ingen af respondenterne, som angiver, at de har indgående kendskab til destinationen og dets udbud.

Derudover er det blot én ud af de 17, som har afholdt/planlagt arrangementer med international deltagelse i destinationen.

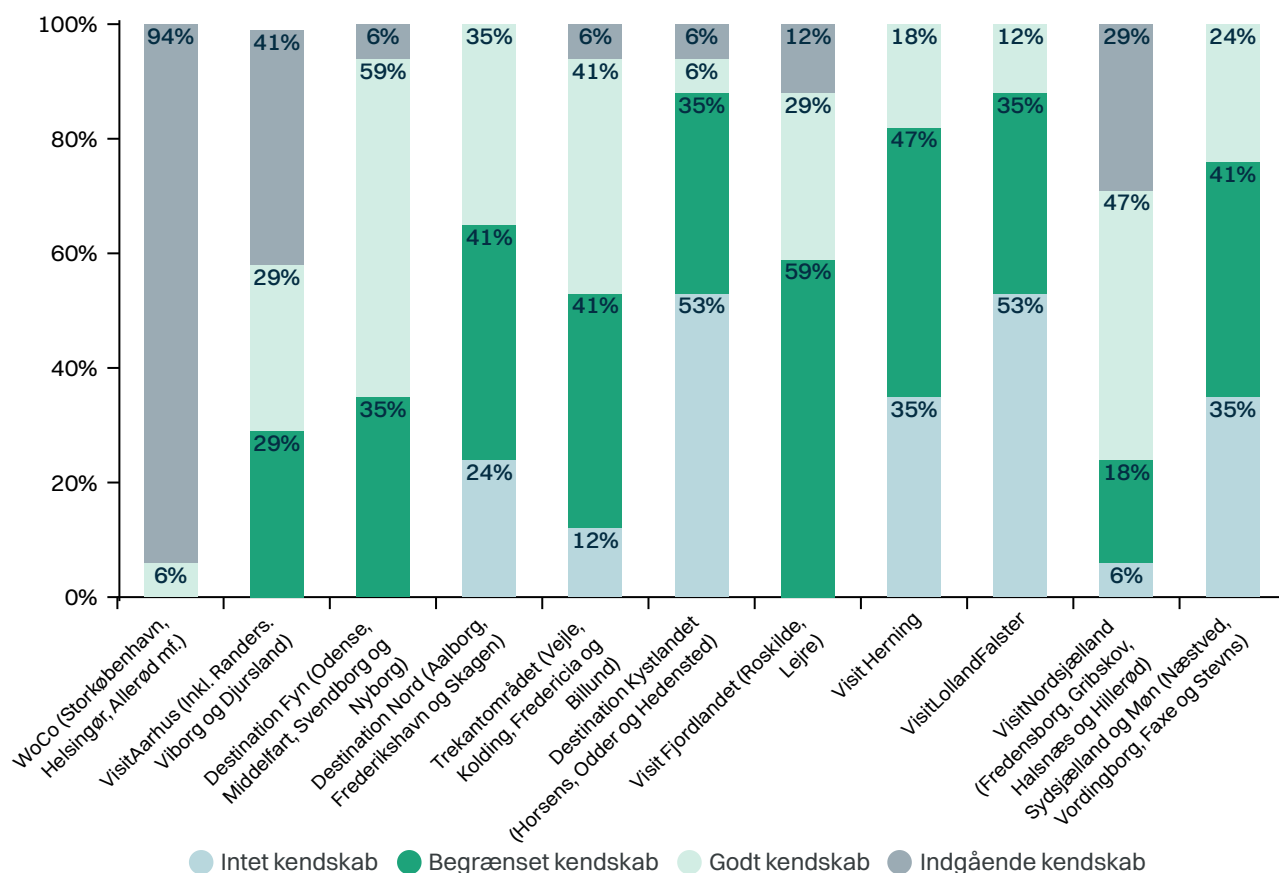
Synligheden for destinationen må derfor konkluderes til at være i den lave ende, og at det vil være en af hovedopgaverne for destinationsselskabet at styrke denne synlighed blandt de nationale mødeplanlæggere.

For destinationerne fremgår det af besvarelsene fra de nationale professionelle mødeplanlæggere, som har afholdt mødeaktiviteter i destinationen, hvad der har fungeret godt og mindre godt i forhold til at imødekomme markedskrav i forbindelse med international mødeturisme i destinationen.

Styrkepunkter	Svagheder
Afstand til lufthavn og flytilgængelighed er tilfredsstillende	Gastronomisk udbud er utilfredsstillende
Naturomgivelser i nær afstand er tilfredsstillende	Offentlig infrastruktur er utilfredsstillende
Bæredygtighedstiltag er tilfredsstillende	Udbud af overnatningssteder er utilfredsstillende
	Prisniveau er utilfredsstillende

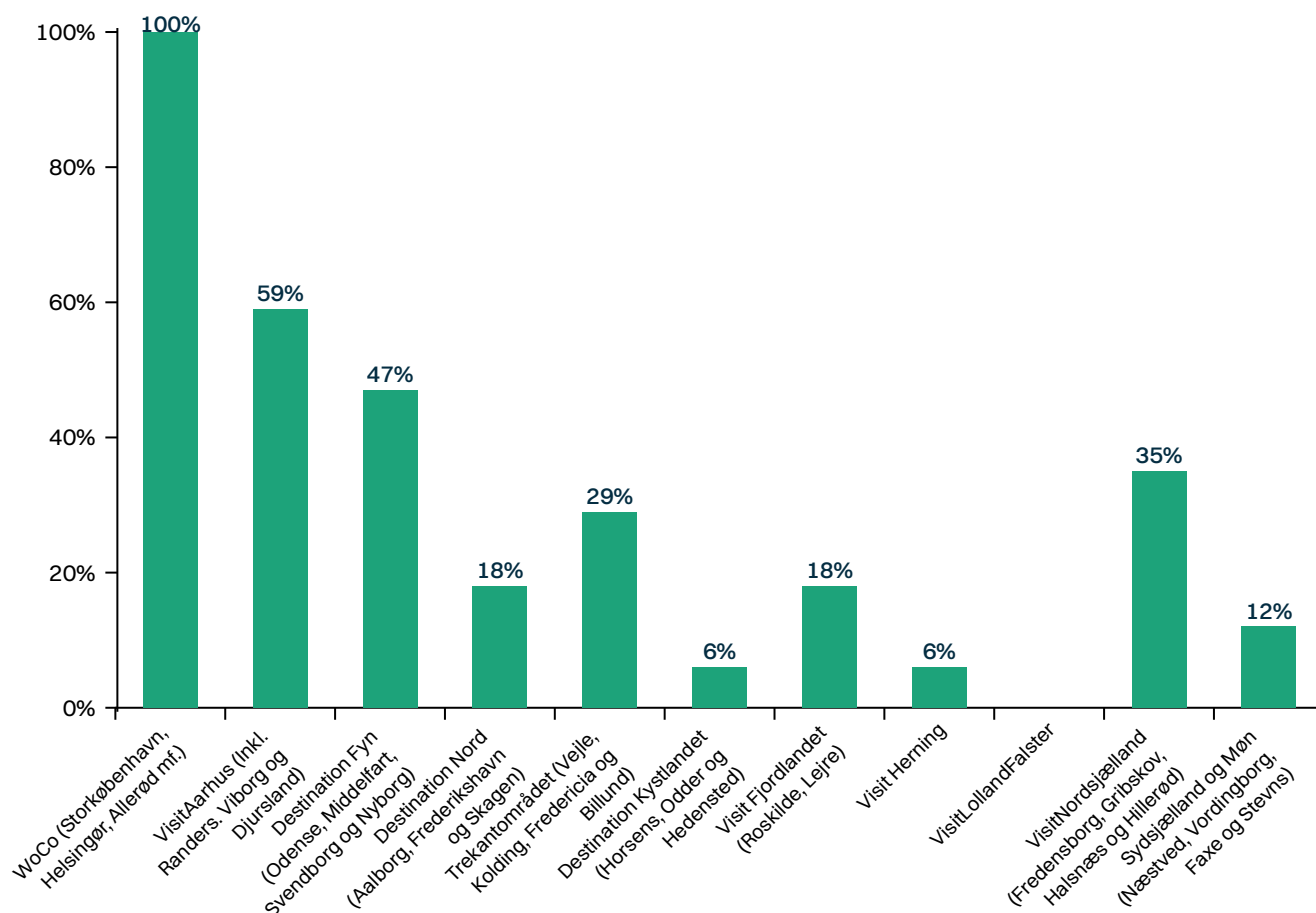
N = 1: Obs. begrænset datagrundlag

Kilde: Q18_8- Hvad fungerede godt/mindre godt ved Visit Herning?



N = 17

Kilde: Q16 - Hvordan vil du betegne dit kendskab til nedenstående 11 destinationer og deres udbud?



N = 17

Kilde: Q17 - Hvilke af de nedenstående destinationer har I afholdt/planlagt arrangementer fra internationale kunder/virksomheder?



FOTO: Jannie Nyegaard

Markedsanalyse

Markedsanalysen præsenterer en vurdering af de infrastrukturelle forhold, det eksisterende udbud af overnatningsmuligheder, venues, erhvervslivet, vidensinstitutioner samt oplevelser og attraktioner i Destinationen VisitHerning. På baggrund af indsigterne fra disse seks fokusområder præsenteres og begrundes en modenhedsanalyse, der angiver, i hvilket omfang destinationen kan imødekomme markedskrav og skabe efterspørgsel inden for international mødeturisme.

De fremviste markedsdata og oplysninger i analyserne stammer hovedsagelig fra destinationens egen kortlægningsindsats. Der tages forbehold for, at priser, kapacitet og øvrige markedsdata kan være ændret siden dataindsamlingen i sommeren 2025.



Note: Kortet viser et udvalg af de aktører som vurderes at have potentiale ift. international mødeturisme. Aktørerne er identificeret af destinationsselskaber.

Infrastruktur og tilgængelighed

Aktørernes afstand til lufthavne og togstationer er inddelt i tre kategorier, henholdsvis: lav, mellem og høj.

Lav

Mellem

Høj

Lufthavn	> 60 km	60-100 km	100 km <
Togstation	> 2 km	2-15 km	15 km <

Ovenstående vurderinger er med til at afdække, hvor belejligt og nemt tilgængeligt den transportmæssige offentlige infrastruktur er for den internationale mødeturist i destinationen. I forhold til togstationer vurderes det, at en afstand på under to km er gå-tilgængelig, en afstand på 2-15 km er ensbetydende med brug af enten bus eller taxa til togstationen, og at en afstand på mere end 15 km oftest vil medføre, at den besøgende vil undersøge andre muligheder end tog.

Nedenfor ses tabeller, der viser antallet af aktører inden for både overnatningsudbud samt møde- og konferenceudbud, opdelt efter afstand til lufthavne og togstationer i henholdsvis lav, mellem og høj kategori.

Det ses for de 17 overnatningsudbud, som er kortlagt af Destination VisitHerning, at den gennemsnitlige afstand til international lufthavn, Billund lufthavn, er 53 km. For afstand til togstationer er gennemsnittet tre km.

Overnatningsudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	13	4	0
Togstationer	10	7	0

For møde- og konferenceudbud er der kortlagt 33 steder, hvor gennemsnitlig afstand til Billund Lufthavn 54 km, og gennemsnitlig afstand til togstation er fire km.

Møde- og konferenceudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	26	7	0
Togstationer	15	17	1

Nedenstående ses transporttider til Billund Lufthavn fra destinationens større byer.

Transporttid	Billund Lufthavn	
	Bil	Offentlig
Herning	41 min.	50 min.
Ikast	42 min.	1 time, 32 min.

Overordnet kan det siges for både overnatnings- samt møde- og konferenceudbud, at afstande til lufthavne befinder sig i den lave ende og har dermed en overskuelig afstand (78 % af overnatningsudbud og 79 % af møde- og konferenceudbud). Internationale lufthavne tilsikrer tilgængelighed og øger attraktivitet fra internationale kundebaser og deltagergrupper. Derudover skaber kortere afstande generelt nem og effektiv transport til infrastrukturelle knudepunkter, som øger tiltrækningskraften hos destinationens udbud.

Infrastrukturelle udviklingsprojekter

Infrastrukturelle udviklingsprojekter og udviklingen af disse kan bidrage til at bibeholde og forbedre udbuddenes tilgængelighed for mødeplanlæggere samt destinationens samlede konkurrencedygtighed.

På infrastrukturensiden blev der primo 2024 påbegyndt en udbygning af Rute 15, Ringkøbing – Herning. Projektet forventes færdigt i 2028 og vil resultere i en hurtigere og lettere tilkobling fra Vestjylland^[8]. Yderligere er der planlagt en større udbygning af rute 18 nord om Herning, som i dag er en tosporet motortrafikvej. Projektet er en del af Infrastrukturplan 2035 og indebærer en opgradering til firesporet motorvej. Anlægsarbejdet forventes påbegyndt i starten af 2026. Udbygningen skal forbedre forbindelsen mellem Nordvestjylland og Sydøstjylland, aflaste det stigende trafikpres i området og sikre hurtigere adgang fra Billund Lufthavn.^[9] Projekterne understøtter Herning som mødedestination ved at reducere rejsetid, forbedre logistik og øge områdets konkurrenceevne i erhvervsturismen.

De ovenstående indsigter om infrastrukturelle udviklingsprojekter er baseret på destinationsselskabets kortlægning samt yderligere desk research.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

0: Meget begrænset adgang; dårlig offentlig transport og ingen nærliggende international lufthavn (<100 km).	
1: Begrænset adgang med få transportmuligheder og lang rejsetid.	
2: Rimelig adgang, men med logistiske udfordringer for større grupper.	
3: God adgang med flere transportformer, men ikke optimal for internationale gæster.	3
4: Meget god adgang med effektiv offentlig transport og nærhed til lufthavn.	
5: Fremragende tilgængelighed nationalt og internationalt, med høj kapacitet og fleksibilitet.	

Styrkepunkter:

- Samtlige overnatnings-, møde- og konferencesteder er placeret i kategorien med kort afstand til både international lufthavn og togstation.
- Flere infrastrukturelle udviklingsprojekter er under planlægning, og forventes at reducere transporttiden til og fra Herning yderligere.

Svagheder:

- Der er ikke direkte motorvejsforbindelse til Billund Lufthavn, men en sådan forbindelse forventes etableret i 2032.
- Der findes ingen direkte togforbindelse mellem Billund Lufthavn og Herning, hvilket betyder, at internationale mødedeltagere skal transporteres med bus eller en kombination af tog og bus. Dette kræver yderligere koordinering.
- Herning ligger ikke i umiddelbar nærhed af nogen af de fire største danske byer, og har dermed ikke adgang til et større infrastrukturelt knudepunkt i nærområdet.

8. <https://www.vejdirektoratet.dk/projekt/rute-15-ringkoebing-herning>

9. <https://www.vejdirektoratet.dk/projekt/udbygning-af-rute-18-nord-om-herning>

Overnatningsudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende aktører, der udbyder overnatning i destinationen, og som er blevet kortlagt af destinationsselskabet med henblik på, at udbyderen rummer et potentiale ift. international mødeturisme. Tabellen angiver kommune, opførelsesdato, udbuddets kapacitet af overnatningsenheder (værelser), antal møde- og konferencelokaler samt maks. kapacitet ved største lokalefiguration.

Det ses, at der i hele destinationen udbydes 1.362 værelser til overnatning, som er aktuelle for corporate gruppe-segmentet, hvor Aiden Best Western er største udbyder med 204 værelser.

For Herning by er der generelt flere overnatningsudbud med højere kapacitet, blandt andet er der DGI Huset Herning, der er placeret i Herning bymidte, men også Scandic Regina Herning og Best Western Plus Hotel Eyde, som har henholdsvis 142 og 136 værelser placeret helt centralt i byen. Det giver destinationen et højt koncentreret udbud i Herning bymidte, hvilket er nødvendigt med møde- og konferencesteder som MCH Arena, MCH Messecenter samt Jyske Bank Boxen som alle ligger tre-fire km syd for Herning centrum og dermed er lokaliseret i relativ tæt afstand til Herning bymidte.

Det fremgår af kommentarer i kortlægningen, at mængden af overnatningsudbud i forhold til møde- og conferenceudbud kan blive begrænset ved spidsbelastning, særligt på grund af MCH's høje kapacitet ved store arrangementer. Omvendt kan der ved lav møde- og messeaktivitet opleves en meget lav kapacitetsudnyttelse blandt overnatningsstederne. Dette uddybes i efterspørgsels- og segmentanalysen i afsnittet om Markedspositionering.

Et billede af Herning og de essentielle overnatnings- og mødeudbud ses på [side 28](#). Det kan nævnes som eksempler på afstande mellem relevante udbud, at der er fire km fra Jyske Bank Boxen til Scandic Regina Herning, 500 meter fra MCH Kongrescenter til Herning Station og 4,6 km fra DGI Huset Herning til MCH Arena.

Overnatningssted	Kommune	Antal værelser	Antal møde og konference lok.	Deltagerkapacitet v. største lokalekonfig.
Aiden Best Western Herning	Herning Kommune	204	2	50
BB-Hotel Herning	Herning Kommune	22	1	66
BEST WESTERN PLUS Hotel Eyde	Herning Kommune	136	7	80
Dolphin Hotel Herning	Herning Kommune	56	7	150
Herning City Hotel	Herning Kommune	52	2	40
Hotel DGI-Huset Herning	Herning Kommune	152	5	80
Hotel Herning	Herning Kommune	103	4	50
Hotel Lynggården Bed&Breakfast	Herning Kommune	56	2	100
Højhuset Kulturhotel	Herning Kommune	86	6	275
Scandic Regina Herning	Herning Kommune	142	8	150
Skarrildhus Sinatur Hotel & Konference	Herning Kommune	80	9	150
Søgaarden	Herning Kommune	20	5	350
Vildbjerg Sports- og Kulturcenter	Herning Kommune	35	7	275
Østergaards Hotel	Herning Kommune	79	12	250
ART Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	9	6	100
Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	73	5	180
Hotel Medi	Ikast-Brande Kommune	57	6	150
Total		1.362	94	2.496

Prissætning

For destinationen VisitHerning gælder det, at den gennemsnitlige maksimale pris for et værelse er 1.753 kr., hvor gennemsnitligt minimum er 953 kr. Prisvariation er i gennemsnit 800 kr. mellem høj- og lavpris. Alle priser er inkl. moms.

Nedenstående tabel viser gennemsnitspriser, inkl. moms, både på kommunalt niveau og for hele destinationen samlet set. Derudfra kan det ses, at Hernings overnatningsudbud påtager sig en marginalt højere gennemsnitspris end Ikast-Brande Kommune.

Kommune	Gennemsnitspris
Herning Kommune	1.367kr.
Ikast-Brande Kommune	1.285 kr.
Hele VisitHerning	1.353 kr.

Bilag 2 viser prisniveauer for februar og september, hvilket har til mål at eksemplificere lavsæson og højsæson. Dataene inkluderer både minimums- og maksimumspriser og giver indblik i sæsonmæssige udsving sammenkoblet med laveste og højeste pris i disse udsving, dermed fremvises den maksimale prisdifference, hvilket i Herning i højere grad lader sig påvirke af større events end bestemte tidspunkter på året.

Sammenlignes destinationens gennemsnitlige værelsespris og pris for et konferencedøgn med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer fremgår det, at Destination VisitHerning ved konferencedøgnspriser befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet, men ved værelsespriser befinder sig over gennemsnittet.

Destination	Værelsespris	Konferencedøgn
VisitHerning	1.353 kr.	1.677kr.
MeetDenmark gennemsnit	1.236 kr.	2.023. kr.

Gæstetilfredshed og certificeringer

Hvis der udregnes et gennemsnit for overnatningsstedernes ratings via de største OTA'er: Booking.com, Tripadvisor, og Hotels.com, ses en samlet tilfredshedsscore på 80 % ift. maksimalt antal point akkumuleret gennem de tre portaler. Her ses det, at destinationen befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Overnatning	
Destination VisitHerning	80%
MeetDenmark (gns.)	81%

I destinationen har ti ud af de 17 kortlagte overnatningssteder certificeringer af forskellig slags. Certificeringer kan tydeliggøre udbuddenes fokus på bæredygtighed, og de individuelle certificeringer viser, hvor virksomhederne har deres bæredygtighedsfokus.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	10
Svanemærket	2
Økologiske spisemærke	4

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

0: Næsten ingen overnatningsmuligheder	
1: Meget få og lav kapacitet, begrænset kvalitet	
2: Nogle muligheder, men ikke tilstrækkeligt til større arrangementer	
3: Godt udvalgt, men med begrænset variation i pris og standard	3
4: Bredt udvalg i forskellige prisklasser og god kapacitet.	
5: Meget stort udvalg og varieret udbud med høj kvalitet og fleksibilitet	

Styrkepunkter:

- Der er en forholdsvis stor samlet kapacitet, fordelt på et stort antal udbydere bestående af i alt 17 aktører
- Der ses en forholdsvis høj andel af overnattingsaktører, som har officielle bæredygtighedscertificeringer, hvilket forøger mulighederne for grøn profilering af møde- og konferenceaktiviteter.
- Fem overnattingsudbud, som alle er centralt placeret, ligger i gåafstand til MCH Kongrescentret.
- Der er etableret et velfungerende samarbejde med omkringliggende kommuners overnattingskapacitet ifm. megaevents.

Svagheder:

- Koncentrationen af de store møde- og konferencevenues ligger ikke i gåafstand fra Herning centrum, hvor størstedelen af overnattingsmulighederne er placeret.
- Der er begrænset overnattingskapacitet helt tæt på størstedelen af de største venues. Dermed vil der ved mødeaktiviteter med høje deltagerantal skulle transporteres mødedeltagere fra de store venues ind til overnattingsudbuddet i bymidten.
- Forholdsvis lav kapacitetsudnyttelse (se afsnit Efterspørgsels- og Segmentanalyse), hvilket kan være modstridende udsagnet om manglende kapacitet. Dog må det antages, at den manglende kapacitet finder sted i perioder med særlig høj spidsbelastning.
- Hotellet med den største kapacitet er Aiden Best Western med i alt 204 værelser, men det ligger med en afstand til de største venues, som vil medføre et øget transportbehov. Det nærmeste hotel til MCH er Hotel Herning, som har 103 værelser.
- Ved store begivenheder opleves en betydelig "spillover"-effekt, hvor overnatninger flyttes til nærliggende byer, da den lokale kapacitet ikke kan følge med efterspørgslen.

Møde- og konferenceudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende steder, der udelukkende udbyder lokaler til møder, konferencer, kongresser og messer i Destination VisitHerning. Af den grund fremgår der ikke udbud, som indeholder både overnatningsenheder og mødelokaler, de fremgår i forrige afsnit.

Tabellen angiver udbuddets opførelsesår, år for seneste renovering, udbud af antal møde- og konferencelokaler samt maksimum kapacitet ved brug af største lokale.

Det fremgår, at der i destinationen samlet udbydes 160 møde- og konferencelokaler med en samlet kapacitet på 36.727 deltagere. Den klart største kapacitet findes i Herning Kommune, hvor faciliteter som Jyske Bank Boxen og MCH Arena skiller sig ud med henholdsvis 12.500 og 5.000 som maksimal kapacitet. Endvidere kan MCH Messecenter Herning ombygges efter kundebehov. Disse steder udgør dermed de primære aktører i destinationens møde- og konferenceudbud, og samlet set over 65 % af hele destinationens kapacitet.

På kommunalt niveau er det altså Herning, der har kapacitet til at facilitere større kongresser, konferencer og arrangementer med mere end tusinde deltagere. I denne opgørelse ses der, relativt til Herning, kun få kortlagte møde- og konferencefaciliteter i Ikast-Brande Kommune, hvilket indikerer en markant overvægt af kapacitet og faciliteter i Herning.

Ejendom	Kommune	Opført	Seneste renovering	Antal møde- og konferencelokaler	Maks. kapacitet
Aiden Best Western	Herning Kommune	2022	2022	1	40
BB-Hotel Herning	Herning Kommune	2007	2024	1	66
BEST WESTERN PLUS Hotel Eyde	Herning Kommune	1893	2015	8	120
ByDolphin	Herning Kommune	2025	-		56
Camp Nørager	Herning Kommune	1965	2025	3	60
Carl-Henning Pedersen & Else Alfelts Museum	Herning Kommune	1976	2015	3	250
Dolphin Garage	Herning Kommune	2025	-		350
Dolphin Hotel Herning	Herning Kommune	2019	2022	4	150
Dropzone Denmark	Herning Kommune	2015	-	2	100
Fermaten	Herning Kommune	2008	2008	2	200
Fonagergaard	Herning Kommune			2	120
HEART - Herning Museum of Contemporary Art	Herning Kommune	2009	2025	2	300
Herning City Hotel	Herning Kommune	1955	2016	1	40
Herning Ny Teater	Herning Kommune	1907	2024	2	330
Hotel DGI-Huset Herning	Herning Kommune	2010	2010	6	250
Hotel Herning	Herning Kommune		2023	1	250
Hotel Lynggården Bed&Breakfast	Herning Kommune	1970	2023	2	120
Højhuset Kulturhotel	Herning Kommune	2023	2023	10	275
Jyske Bank Boxen	Herning Kommune	2010	2018		12.500
MCH Arena	Herning Kommune	2004	2024	4	5.000
MCH Herning Kongrescenter	Herning Kommune	1954	1999	19	1.800

MCH Messecenter Herning (Konferencelokaler)	Herning Kommune	1963	2010	15	400
MCH Messecenter Herning (Konferenceopbygning)	Herning Kommune	1975	2005	1	10.000
Scandic Regina Herning	Herning Kommune	1987	2013	6	150
Skarrildhus Sinatur Hotel & Konference	Herning Kommune	1963	1963	11	150
Søgaarden	Herning Kommune	1965	2024	5	300
Vildbjerg Sports- og Kulturcenter	Herning Kommune	2004	2004	9	1.500
Østergaards Hotel	Herning Kommune	1962	2023	11	400
ART Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	1985	2023	6	200
Axel Månsson A/S	Ikast-Brande Kommune	1976		6	250
Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	1962	2025	6	200
Hotel Medi	Ikast-Brande Kommune	1962	2020	6	270
RemisenBrande	Ikast-Brande Kommune	2006	2022	5	530
Total				160	36.727

Prissætning

Det ses, at gennemsnitlig pakkepris pr. deltager for et dagsmøde er 569 kr. inkl. moms.

Bilag 3 viser destinationen VisitHernings mødeudbudspriser, første kolonne er pris pr. deltager for et dagsmøde, hvor de to følgende kolonner illustrerer højeste og laveste pris for leje af lokale. Der ses en andel af tomme felter, hvilket skyldes, at en andel af de kortlagte udbydere ikke har offentliggjorte listepreiser på udlejning. I stedet henvises der til opkald og specialpriser, hvor prisen determineres ud fra af størrelse, udstyr og præferencer.

Sammenlignes den gennemsnitlige pris pr. person for et dagsmøde i destinationen med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, fremgår det, at Destination VisitHerning befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Destination	Dagsmøde pr. person
VisitHerning	569 kr.
MeetDenmark gennemsnit	621 kr.

Gæstetilfredshed og certificeringer

Med henblik på at udregne en samlet gæstetilfredshedsscore for samtlige møde- og konferenceudbud har vi brugt Google og Tripadvisor, hvor udbuddene samlet set på destinationsniveau opnår en rating på 81 % sammenlignet med den potentielle maks. score akkumuleret på Google og Tripadvisor. Her ses det, at destinationen befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Venues	
Destination VisitHerning	81%
MeetDenmark (gns.)	83%

I destinationen har 13 ud af de 33 kortlagte møde- og konferencesteder certificeringer af forskellig slags. Da det totalt set er lige under 40 %, som har tydeliggjort deres bæredygtighedsindsats via certificeringer, ses der overordnet et rum til forøgelse af udbuddenes fokus på bæredygtighed.

Certificering	Antal Aktører
GreenKey	12
Svanemærket	2
Økologiske spisemærke	4

Sammenligning af destinationens udbud

Nedenstående tabel viser en oversigt, der har til mål at skabe et overblik over Destination VisitHerning, i forhold til dets udbud af overnatningsfaciliteter sammenstillet med udbuddets møde- og konferencesteder. Det opdeler de to kommuners rolle, deres kapacitetsandel sammenlignet med hele destinationen, deres gæstetilfredshedsscore og gennemsnitspris sammenlignet med hinanden.

Overnatningstilbud					Møde- og konferenceudbud				
Kommune	Antal værelser	Kommunal andel af destination	Gennemsnitlig overnatning	Gæstetilfredshed overnatning	Antal møde- og konference-lokaler	Maks. kapacitet	Kommunal andel af destination	Dagsmødepris pr. person	Gæstetilfredshed møde og konference-lokaler
Herning Kommune	1.223	90%	1.367 kr.	80%	131	35.277	96%	576 kr.	82%
Ikast-Brande Kommune	139	10%	1.285 kr.	78%	29	1.450	5%	546 kr.	79%
Total	1.362				160	36.727			

Note: Qua kortlægningsskemaet er der udbud, som både figurerer i tabellen med overnatningsudbud og tabellen med mødeudbud. De udbud, som figurerer begge steder, er ikke talt med to gange, når den kommunale maks. kapacitet udregnes.

Det ses, at Herning Kommune adskiller sig signifikant fra Ikast-Brande Kommune. Hernings kapacitet ift. både overnatnings- og mødeudbud er anseeligt større end Ikast-Brandes. Herning udgør 96 % af destinationens mødeudbud med en maksimal kapacitet på 35.277 og 90 % af destinationens overnatningsudbud med 1.223 værelser. Omvendt er der stor sammenlignelighed og minimal forskel på kommunernes gennemsnitspriser på de kortlagte overnatningsudbud, det samme gælder gæstetilfredshed ved både overnatnings- og mødeudbud, her ses der henholdsvis to og tre procentpoint i difference.

Nedenstående tabeller sammenligner forholdet imellem kommunens maksimale antal deltagende i et møde/konference versus antal overnatningsparate værelser, der udbydes i den respektive kommune.

Her fremgår det, at der ved maksimal udnyttelse af mødekapaleteten i Herning Kommune i gennemsnit er 29 mødedeltagere pr. værelse. Det betyder, at kun omkring 3 % af deltagerne vil kunne overnatte inden for kommunens grænser, forudsat at alle mødefaciliteter er fuldt udnyttet.

Derimod er forholdet i Ikast-Brande Kommune henholdsvis 10 deltagere pr. værelse ved maksimal mødebelastning. Det svarer til, at 10 % af deltagerne i Ikast-Brande vil have mulighed for overnatning i den pågældende kommune, hvis hele kommunens mødekapaletet udnyttes.

Kommune	Ratio
Herning kommune	3%
Ikast-Brande kommune	10%
Total	4%

Kommune	Antal deltagere pr. værelse
Herning Kommune	29
Ikast-Brande Kommune	10
Total	27

Udbuddets konfiguration

Destinationen VisitHerning er en af Danmarks mest kapacitetsstærke mødedestinationer, med faciliteter, der spænder fra intime mødelokaler til en multiarena i international klasse.

Et centralt omdrejningspunkt er MCH, som besidder flere lokationer med rige muligheder for større erhvervsbegivenheder.

MCH Messecenter, MCH Herning Kongrescenter, MCH Arena og Jyske Bank Boxen udgør tilsammen et af Skandinavien største oplevelsescentre med fleksible rammer til både konferencer, kongresser, messer og firmaevents^[10] Eksempelvis kan multiarenaen, Jyske Bank Boxen, rumme op til 15.000 deltagere, hvilket gør den ideel til storskala erhvervsarrangementer og internationale konferencer i moderne rammer.

MCH Herning Kongrescenter tilbyder moderne mødelokaler med kapacitet fra 10 til 1.800 deltagere i ét lokale, og samarbejder med byens hoteller om over 700 værelser, hvilket sikrer logistikken ved større arrangementer. Kongrescentret er placeret centralt i byen med gåafstand til fem overnatningsudbud.

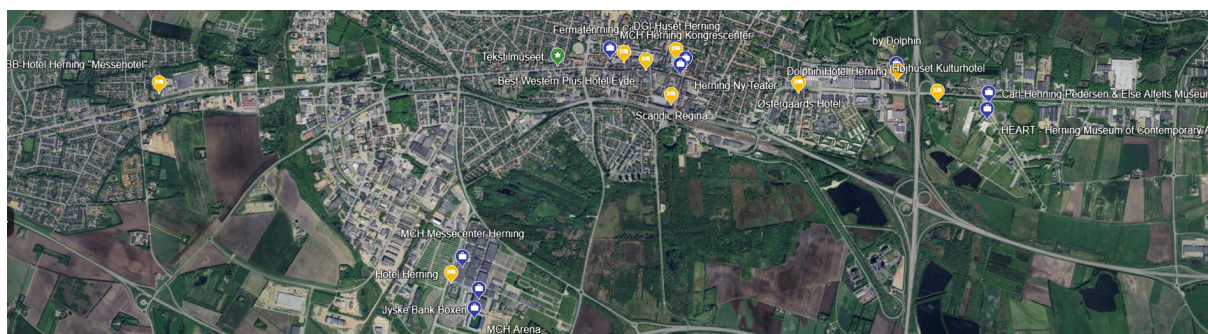
For mere utraditionelle mødeformater tilbyder området venues som DGI Huset Herning, der kombinerer sport, sundhed, wellness og mødefaciliteter, samt RemisenBrande og Bakkehuset Ikast, som giver mulighed for workshops og teambuilding i unikke rammer.

10. <https://www.mch.dk/om-os/koncernen/om-koncernen>

Nedenstående billede viser Herning by med markeringer, der illustrerer henholdsvis overnatnings- og mødeudbud. Det fremgår, at de største mødefaciliteter – Jyske Bank Boxen, MCH Messecenter og MCH Arena – ligger cirka 4 km uden for byens centrum. I dette område findes kun ét hotel, Hotel Herning.

Ved spidsbelastning i forbindelse med større kongresser og internationale events vil mange deltagere være nødt til at blive transporteret til Herning centrum eller lignende for at finde ledige overnatningsmuligheder. Hotel Herning har en maksimal kapacitet på 103 værelser, hvilket hurtigt bliver udsolgt, når MCH Herning afholder begivenheder med højt deltagerantal.

Flere af de virksomheder, der indgår i kortlægningen, oplyser desuden, at der ved større møder med international deltagelse også benyttes overnatningssteder i Silkeborg og Billund. Dette indikerer, at en del af overnatningsudbuddet i omkringliggende byer tiltrækker et kundegrundlag, som ellers ville befinde sig i Herning i forbindelse med en begivenhed.



Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 5

0: Ingen relevante faciliteter	
1: Meget få og små faciliteter uden moderne udstyr	
2: Nogle faciliteter, men begrænset kapacitet og fleksibilitet	
3: Gode faciliteter til mellemstore arrangementer	
4: Flere moderne og veludstyrede steder med god kapacitet	
5: Stort udvalg af topmoderne faciliteter til alle typer arrangementer	5

Styrkepunkter:

- Herning har et stort og veludviklet udbud af aktører med høj kapacitet, som kan imødekomme stort set alle behov for arrangementer – fra mindre møder til store kongresser.
- Fem aktører har kapacitet til over 1.000 deltagere, hvilket muliggør afholdelse af større nationale og internationale begivenheder.
- Herning er en anerkendt destination inden for møder, konferencer, kongresser, messer og events, med professionelle aktører og faciliteter, der matcher internationale standarder.

Svagheder:

- Begrænset udbud af overnatningssteder helt tæt på venues, hvilket kræver koordinering af transport.
- Forholdet mellem den store mødekapacitet og overnatningsudbuddet medfører, at mødedeltagere ved høj mødeaktivitet må transporteres til omkringliggende byer for at finde overnatning. Efter udsagn fra Destination VisitHerning er der etableret velfungerende samarbejdsrelationer med nærtliggende destinationsselskaber, som kan afhjælpe denne svaghed.

Erhvervsliv

Et stærkt og aktivt lokalt erhvervsliv er en central drivkraft for at tiltrække internationale møder og konferencer til en destination. Virksomheder med international tilstedeværelse skaber naturlig efterspørgsel efter faglige arrangementer, netværk og videndeling – og fungerer samtidig som lokale værter og samarbejdspartnere. Deres engagement og aktiviteter kan være afgørende for, om en destination fremstår relevant og attraktiv for internationale mødeplanlæggere og deltagere.

Fremhævede styrkepositioner

I kortlægningen er følgende brancher og klynger identificeret som særlige styrkepositioner i forhold til tiltrækning af mødeaktiviteter med international deltagelse:

- Tekstil og modeindustri
- Produktion og teknologi
- Vindmølleindustri
- Event og messer

Af de kortlagte virksomheder ses der syv, som afholder begivenheder med international deltagelse. Mængden af internationale begivenheder strækker sig bredt, fra en-to årlige møder til 10-12 begivenheder med international mødedeltagelse.

Informationen fra det lokale erhvervsliv er dog begrænset, hvilket medfører, at graden, der indikerer det lokale erhvervslivs internationale mødetiltrækning, ikke præcist kan identificeres. Det vurderes på baggrund af erhvervslivet i og omkring Destination VisitHerning (størrelse, aktivitetsniveau og branchetilknytning), at der er basis for et videre arbejde med virksomhederne med henblik på at udvikle arrangementer med international deltagelse.

Derfor vurderes det, at der kan ligge et potentiale i at få kortlagt virksomhederne i destinationen yderligere med henblik på at afklare, om der kunne være potentiale i at arrangere faglige arrangementer, som kan tiltrække deltagere fra de omkringliggende lande eller øvrige relevante markeder.

Nedenstående ses en tabel, der viser antal medarbejdere for de kortlagte virksomheder med adresse i destinationen.

Lav: 1-49 medarbejdere	3
Mellem: 50-99 medarbejdere	4
Høj: + 100 medarbejdere	19

Modenhedsanalyse

Modenhedscore: 4

0: Ingen erhvervsaktivitet eller relevante virksomheder	
1: Meget begrænset erhvervsliv uden relation til mødeturisme	
2: Nogle relevante virksomheder, men lavt aktivitetsniveau	
3: Aktivt erhvervsliv med potentiale for netværk og samarbejde	
4: Stærkt erhvervsliv med brancheklynger og faglige miljøer	4
5: Dynamisk erhvervsøkosystem med international tiltrækningskraft	

Styrkepunkter:

- Destinationen huser flere store og internationalt anerkendte virksomheder med globale aktiviteter.
- Der vurderes at være et potentiale i at styrke samarbejdet med disse virksomheder, med henblik på at afklare, om man i fællesskab kan fremme øget mødeaktivitet med internationale deltagere.
- Destinationen er omgivet af et stort opland, hvor der også findes virksomheder og erhvervsklynger uden for destinationen VisitHerning, som rummer et betydeligt potentiale for at skabe øget mødeaktivitet med internationalt perspektiv, og som kan afholdes i destinationen.

Svagheder:

- De manglende indsigter fra virksomhederne vurderes at være forårsaget af et begrænset strategisk samarbejde mellem destinationsselskabet og det lokale erhvervsliv, hvilket yderligere begrænser mulighederne for koordinering og fælles udvikling
- Erhvervslivet kan være nødsaget til at flytte overnatninger til omkringliggende byer, når den lokale kapacitet, oftest ifm. afvikling af større arrangementer, ikke ses tilstrækkelig.

Vidensinstitutioner

Vidensinstitutioner spiller en central rolle i tiltrækningen af international mødeturisme, særligt når det gælder kongresser. Universiteter, forskningscentre og hospitaler fungerer som faglige fyrtårne, der tiltrækker internationale eksperter, forskere og beslutningstagere til faglige samlinger og konferencer.

Deres tilstedeværelse skaber faglig tyngde, hvilket gør en destination attraktiv som vært for internationale kongresser. Derudover ses ofte, at nøglepersoner hos f.eks. universiteter (professorer m.v.) fungerer som ambassadører og interessenter i forbindelse med internationale fora.

Disse personer fungerer ofte som nøglepersoner i forbindelse med tiltrækning af arrangementer som kongresser m.v. I analysen er følgende vidensinstitutioner medtaget:

AU Herning

AU Herning er en del af Aarhus Universitet og tilbyder uddannelser inden for erhvervsøkonomi, ingeniørfag og digitalisering. Universitetet har et stærkt fokus på praksisnær undervisning og samarbejde med erhvervslivet, både lokalt og internationalt^[11]

DAMRC – Danish Advanced Manufacturing Research Center DAMRC er et forsknings- og udviklingscenter for avancerede produktionsteknologier. Målet er at styrke danske industrivirksomheders globale konkurrenceevne gennem tæt samarbejde med nationale og internationale universiteter, virksomheder og forskningsinstitutioner. DAMRC skræddersyr også forløb baseret på den nyeste viden, der er målrettet virksomhedernes behov med særligt fokus på metalbearbejdning og kompositindustrien.^[12]

Lifestyle & Design Cluster Lifestyle & Design Cluster er en national erhvervsklynge med fokus på innovation og bæredygtig vækst i livsstilsbranchen – herunder mode, møbler og design. Klyngen har aktiviteter i Herning, Aarhus og København og samarbejder med en lang række vidensinstitutioner som Aarhus Universitet, Aalborg Universitet, CBS, DTU og Designskolen Kolding. Foruden danske vidensinstitutioner og brancheforeninger samarbejder Lifestyle and Design Cluster også med en lang række andre centrale aktører på livsstilsområdet i både ind- og udland inden for både videns-, forsknings- og uddannelsesinstitutioner samt brancheorganisationer og virksomheder.^[13]

NIDO

NIDO er et forsknings- og uddannelsescenter tilknyttet Regionshospitalet Gødstrup. NIDO fremmer tværfagligt samarbejde mellem forskere, studerende, klinisk personale og patienter, og fungerer som en platform for idéudvikling og innovation inden for sundhedsområdet^[14]. Hvert år afholder Regionshospitalet Gødstrup Forskningens Dag for hospitalets forskere, forskningsinteresserede og samarbejdspartnere.

11. [AU Herning – et universitet tæt på dig og erhvervslivet](#)

12. <https://www.damrc.dk/>

13. <https://ldcluster.com/>

14. [NIDO - Fagperson Regionshospitalet Gødstrup](#)

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

0: Ingen vidensinstitutioner	
1: Få vidensinstitutioner, men uden internationalt engagement	
2: Nogle relevante vidensinstitutioner, men lavt aktivitetsniveau	
3: En eller flere vidensinstitutioner med potentiale for internationalt netværk og samarbejde	3
4: Stærke vidensinstitutioner med internationalt anerkendte fagmiljøer	
5: Vidensinstitutioner som er spydspids inden for deres felt og globalt anerkendt	

Styrkepunkter:

- Herning besidder en kombination af vidensmiljøer, erhvervssamarbejde og specialiserede klynger, som kan danne grundlag for at tiltrække og udvikle internationale mødeaktiviteter inden for bl.a. sundhed, teknologi, bæredygtighed og design.

Svagheder:

- Ud fra den indledende research er der identificeret et fremtidigt potentiale for i højere grad at tiltrække større internationale arrangementer .

Oplevelser og attraktioner

Oplevelser og attraktioner spiller en vigtig rolle i mødeturisme ved at tilføre oplevelsesværdi og lokal forankring til professionelle arrangementer. Unikke attraktioner kan skabe inspirerende rammer og styrke deltagernes relationer gennem uformelle aktiviteter. Samtidig formidler de lokal kultur og identitet, og egner sig særligt godt til teambuilding og sociale oplevelser, der komplementerer det faglige program.

Nedenstående tabel fremhæver nogle af de kortlagte udbud inden for oplevelser, attraktioner og øvrige møderelevante forhold i destinationen, som vurderes at kunne have betydning for international mødeturisme.

Udbud	Kendetegn	Møderelevans
Museer	Birk – Den Hvide By, et unikt område, hvor kunst, arkitektur og erhvervsliv mødes. Her finder man HEART (Herning Museum of Contemporary Art), Carl-Henning Pedersen & Else Alfelts Museum, De Geometriske Haver og Elia, Nordeuropas største skulptur, skabt af Ingvar Cronhammar, som markering af årtusindskiftet.^[15] I den mere naturbaserede ende ligger Skovsnogen – Deep Forest Artland, hvor udfordrende samtidskunst integreres med frisk luft i naturen.^[16] For grupper tilbyder destinationen også Jyllands Park Zoo, som kan anvendes til sociale aktiviteter i forbindelse med møder og konferencer.^[17]	Møder Belønningsrejser
Faglige oplevelser	Herning og Ikast-Brande er desuden formet af sin tekstilhistorie, hvilket afspejles i Tekstilmuseet, hvor man kan få indblik i industriens udvikling og identitetsskabelse. Dette er et oplagt stop for grupper med interesse for design, innovation og lokalforankret kulturhistorie. Tekstilfirmaer fra Herningområdet tæller bl.a. JBS, Mascot Workwear og Bestseller.	Faglig vidensdeling
Naturoplevelser	Harrild Hede, Stråse Plantage, Hærvejen (særligt stor turismeudviklingsfokus), Præstbjerg/Trehøje og Søby Brunkulslejer, der sammen med de åbne hede- og skovlandskaber skaber rammer for walk-and-talks, teambuilding og mere sanselige mødeformater. Herunder kan aktiviteter som madlavning over bål ofte arrangeres.	Møder Belønningsrejser
Gastronomi	Destinationen rummer flere unikke kulinariske udbud, som kan bidrage til at skabe særlige oplevelser. Aage Damgaard og A Hereford Beefstouv repræsenterer et traditionsrigt familieføretagende, hvor møde- og conferencefaciliteter kombineres med vinsmagning og gourmetoplevelser. Restaurant Domæne skiller sig ud som den eneste Michelin-restaurant i et stort geografisk område og tilbyder gastronomi på internationalt niveau. Hos Axel Månsson kan besøgende opleve bæredygtighed i praksis hos en af Danmarks største producenter af økologiske grøntsager, en virksomhed, der markerer sig inden for cirkulær ressourceanvendelse og grøn innovation.	Møder Belønningsrejser Positionering

I destinationen er der en række ambitiøse udviklingsprojekter, der har til mål at styrke turismen i Herning og Ikast-Brande. Projekter som Navigator, E.A.T (Eating And Tourism) og The Habitat har fokus på bæredygtig forretningsudvikling, produktinnovation via lokal rådgivning og støtte^{[18][19]} Disse initiativer bidrager til at gøre området mere attraktivt for mødeturisme og bleisure-rejser, hvor forretningsrejsende kombinerer arbejde med fritidsoplevelser såsom gastronomi.

Slutteligt fungerer der et samarbejde mellem Destination Trekantområdet og Destination VisitHerning med økonomisk støtte fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, projektet hedder *Let's Meet Again*. Det har til formål at udvikle de to destinationer som et stærkt og anderledes mødeprodukt, der adskiller sig fra storbyerne, men stadig vil appellere til internationale erhvervsturister. Projektet tager afsæt i områdets lokale DNA og skaber nye muligheder for naturbaserede konferencer og

15. <https://www.visitherning.dk/herning/se-og-oplev/attraktioner/birk>

16. <https://www.deepforestartland.dk/>

17. <https://jyllandsparkzoo.dk/da/oplev-dyrene>

18. <https://www.visitherning.dk/bliv-medlem/udviklingsprojekter/navigator>

19. <https://www.visitherning.dk/herning/diverse/eat-eating-and-tourism>

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 2

0: Ingen nævneværdige oplevelser eller attraktioner	
1: Få og ikke relevante for mødeturisme	2
2: Nogle oplevelser, men begrænset appel til mødedeltagere	
3: Gode muligheder for sociale aktiviteter og fritid	
4: Mange attraktive oplevelser og kulturelle tilbud	
5: Unikke og varierede oplevelser, der styrker destinationens brand og tiltrækning internationalt	

Styrkepunkter:

- Det er primært de faglige oplevelser og erhversklynger, eksempelvis indenfor sundhed, teknologi, bæredygtighed og sundhed, der udgør et oplevelsesmæssigt styrkepunkt, som adskiller Herning fra andre destinationer.

Svagheder:

- Medarbejdere fra internationale virksomheder og internationale mødedelegerede vil typisk efterspørge et større udbud af kulturelle og gastronomiske oplevelser, som der typisk er en højere koncentration af i de større byer.
- De kulturelle oplevelser fremstår som forholdsvis nicheprægede og vurderes at have en begrænset tiltrækningsfaktor for internationale mødedeltagere. Få internationalt anerkendte oplevelser og attraktioner, som muliggør internationalt positionering og øget tiltrækningskraft.

20. <https://www.destinationtrekantomraadet.dk/corporate/udvikling-og-projekter/lets-meet-again-innovation-og-markedsfoering>

Opsummering

Infrastruktur

Destinationen VisitHerning har gode forbindelser med tog, motorvej og international lufthavn, og der er kommende projekter, som vil forbedre tilgængeligheden yderligere. Dog mangler der direkte motorvej og togforbindelse til Billund Lufthavn, hvilket kræver ekstra transportkoordinering. Herning ligger også med betydelig afstand til Danmarks største byer og dermed større infrastrukturelle knudepunkter.

Overnatningssteder

Overnatningskapacitet er fordelt på 17 aktører, hvilket giver et varieret udbud. Dog er kapaciteten begrænset helt tæt på de største venues, og der er afstand mellem overnatningssteder og conferencefaciliteter. Kapacitetsudnyttelsen er overordnet set ret lav, og ved store events, som skaber spidsbelastning, flyttes overnatninger ofte til nabobyer og -kommuner.

Møde og konferencesteder

Destinationen har et stærkt og alsidigt udbud af møde- og conferencefaciliteter med høj kapacitet, der dækker alt fra mindre møder til store kongresser. Der er fire aktører, som kan huse over 1.000 deltagere, hvilket gør det muligt at afholde helt store begivenheder. Faciliteterne er professionelle og lever op til internationale standarder. Det ene af de fire udbud er centralt placeret i Herning centrum og er dermed i gåafstand til byliv, restauranter og overnatningsudbud. Der er dog begrænset overnatningskapacitet helt tæt på de resterende store venues, hvilket kræver ekstra transportkoordinering og -tid, yderligere vil den samlede overnatningskapacitet være udfordret ved høj mødeaktivitet.

Erhvervslivet

I og omkring destinationen findes der flere store, internationalt orienterede virksomheder, hvilket skaber et stærkt fundament for erhvervs- og mødeturisme. Der findes særlige erhvervsmæssige styrkepositioner inden for tekstil og modeindustri, produktion og teknologi, vindmølleindustri samt event og messer. Der er et betydeligt potentiale i at styrke samarbejdet med både lokale og regionale virksomheder for at fremme mødeaktiviteter med internationalt perspektiv. Det noteres, at det lokale erhvervsliv synes at have accepteret, at overnatninger ved større arrangementer flyttes til nabobyer, hvilket begrænser den lokale værdiskabelse.

Vidensinstitutioner

Destinationen rummer vidensmiljøer med tæt kobling til erhvervsliv og specialiserede klynger inden for bl.a. tekstil, design, sundhed og bæredygtighed. Dette giver et grundlag for at tiltrække internationale mødeaktiviteter inden for disse områder. Det vurderes, at der fortsat er potentiale for at øge tiltrækningen af større internationale arrangementer med afsæt i de lokale vidensinstitutioner.

Oplevelser og attraktioner

Destinationen VisitHerning har faglige oplevelser og tætte klyngeforhold, som skaber værdi for møde- og conferenceaktiviteter. Dog efterspørger internationale deltagere ofte et bredere udbud af kulturelle og gastronomiske oplevelser, som typisk findes i større byer.

Modenhedsanalyse

Destination VisitHerning

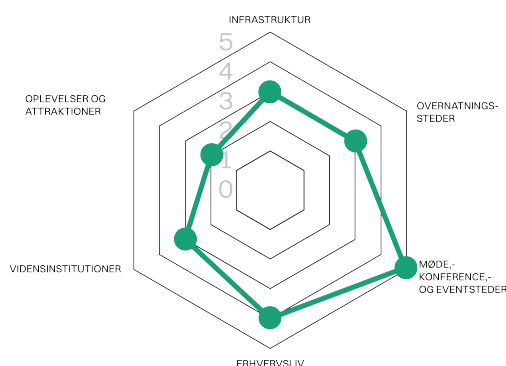




FOTO: Lars Møller

Markedspositionering

Efterspørgsels- og segmentanalyse

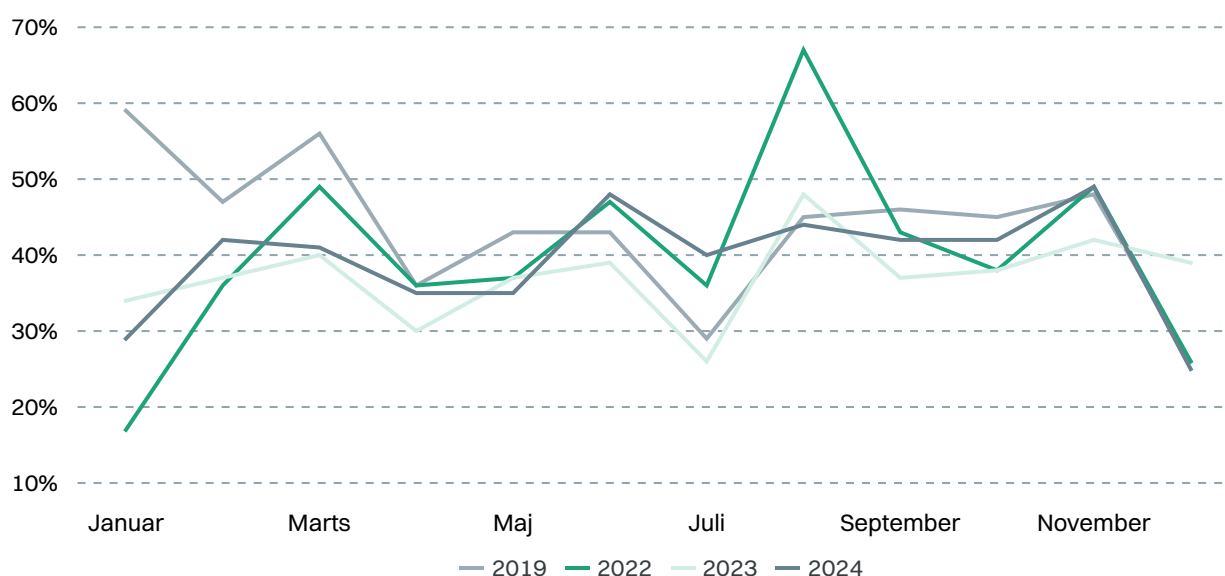
Destinationen VisitHerning har en stabil og helårsbåret efterspørgsel, drevet af et stærkt event- og conferenceudbud. Corporate gruppe-overnatninger ligger tæt på pre-COVID-niveau med 29.000 i 2024 og viser en gennemsnitlig årlig vækst på 15 % siden 2022. Det samlede corporate segment er steget med 37 % siden 2017, hvor gruppeandelen udgør 10 %, corporate individuel udgør 67 % af den samlede overnatningsefterspørgsel.

Efterspørgselsanalyse: Hoteller og feriecentre

Efterspørgselsanalysen viser kapacitetsudnyttelsen for hoteller og feriecentre i destinationen og giver et indblik i, hvordan efterspørgslen i forbindelse med mødeturisme fordeler sig over året. Her fremgår en stabil, men forholdsvis lav kapacitetsudnyttelse i løbet af hele året, hvilket bekræfter, at der er en stabil efterspørgsel fra aktiviteterne i det store event- og conferenceudbud i Herning, dog uden en samlet høj udnyttelse af destinationens samlede værelseskapacitet. Eksempelvis ses det, at samlet kapacitetsudnyttelse i 2024 er 39 %, hvor højest belagte måned er juni med 44 % kapacitetsudnyttelse. For 2023 er gennemsnittet 37 % belægningsgrad, hvor højest belagte måned er august med 48 %.

Den lave kapacitetsudnyttelse over tid antages blandt andet at være forårsaget af antallet af klem dage mellem de store events, som beskrevet i afsnittet Anbefalinger.

Kapacitetsudnyttelse



Segmentfordeling: Hoteller og feriecentre

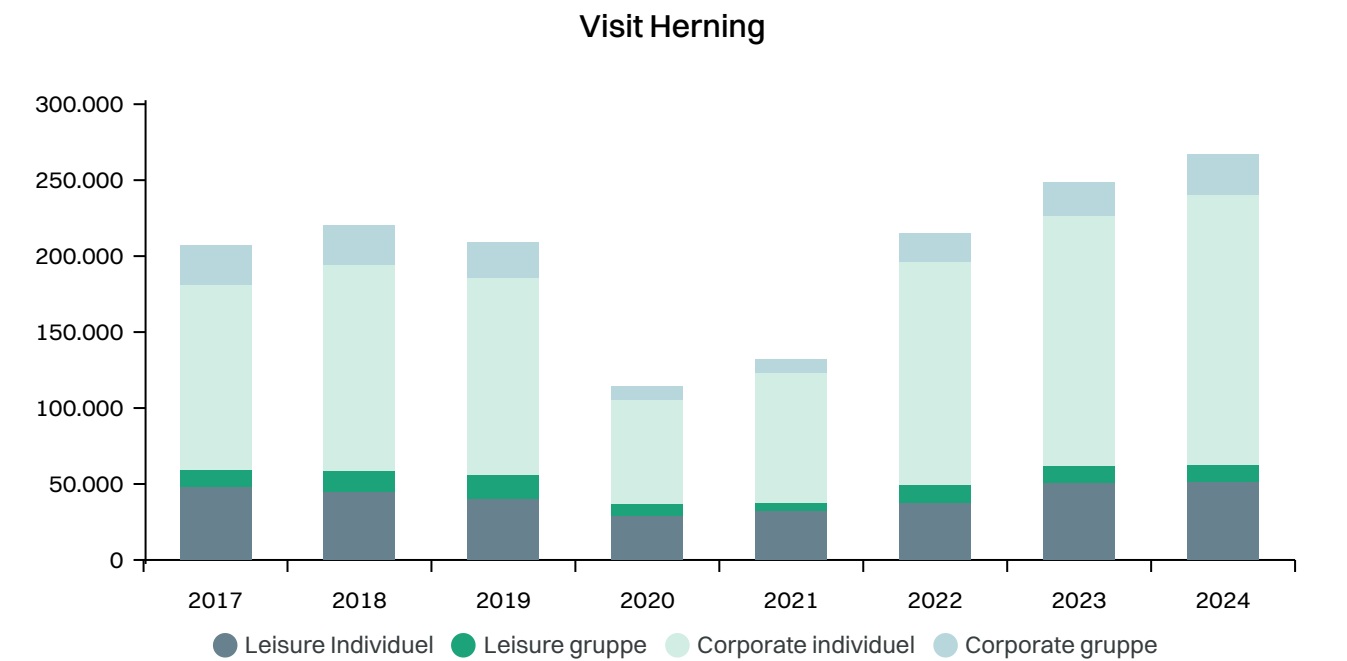
Corporate gruppe-segmentet er særligt interessant i en mødeturismekontekst, da dette segment består af bookinger, som omhandler mere end 10 personer, som repræsenterer en virksomhed, og hvor hovedmålet er konferencer, møder, messer og lignende.

Nedenstående tabel viser, at antallet af corporate gruppe-overnatninger i destinationen falder fra 30.099 i 2017 til 29.007 i 2024, et fald svarende til -4 %. Efterspørgslen er ikke overraskende påvirket negativt i COVID-19-årene fra 2020 til 2022. Herefter kommer efterspørgslen fra corporate gruppe igen i perioden fra 2022 til 2023. Betragtes perioden fra 2022 til 2024, altså tiden efter at efterspørgslen mere eller mindre er normaliseret efter COVID-19, ses en gennemsnitligt årlig stigning (CAGR) på 15 %.

Dog bemærkes det, at corporate individuel-overnatninger i perioden fra 2017 til 2024 stiger med 47 %. Samlet set stiger corporate segmentet 37 % i perioden fra 2017-2024.

SEGMENTFORDELING - Visit Herning										
										Udv. 2022-2024
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Leisure	Individuel	52.056	48.615	45.321	33.208	34.802	39.583	53.564	56.765	17.182
	Gruppe	14.319	17.219	17.419	9.028	7.120	14.159	13.335	11.554	-2.605
Corporate	Individuel	133.163	144.838	142.726	76.207	94.470	166.188	181.092	195.041	28.853
	Gruppe	30.099	29.674	26.807	9.276	12.503	21.929	24.408	29.007	7.078
Andre		458	809	756	136	555	1.626	1.373	3.821	2.195
Total		230.095	241.155	233.029	127.855	149.450	243.485	273.772	296.188	52.703
										CAGR

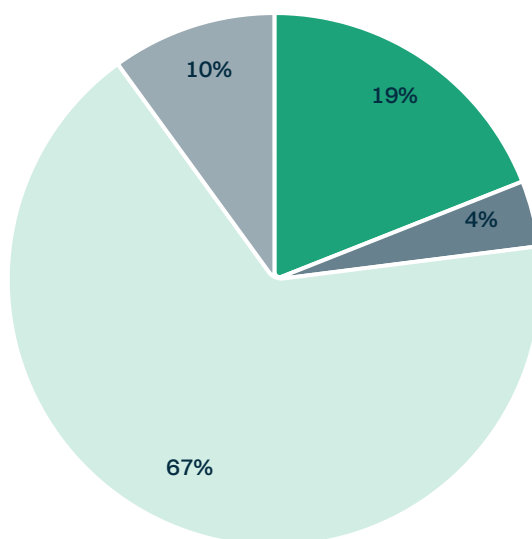
Kilde: VisitDenmark 2025 Note: viser feriecentre og hoteller
*CAGR= Compound Annual Growth Rate (år til år)



For destinationen VisitHerning ses et billede, der er i overensstemmelse med landsgennemsnittet, nemlig en 10 % andel af corporate gruppesegmentet. Billedet går igen på kommune-basis, både for Herning og for Ikast-Brande. Herning kommune står totalt set for langt størstedelen af destinationens samlede turisme, hvor 91 % af alt corporate gruppe ses i Herning i 2024, 26.400 ud af 29.000.

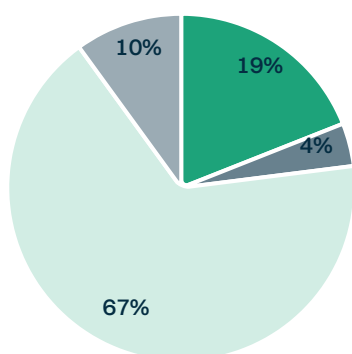
Totalt set ligger Visit Herning i 2024 på 29.000 corporate gruppe-besøgende, hvilket tilsvare pre-corona tallene, 30.000 i 2017 og 29.600 i 2018. Her oplever Ikast-Brande totalt set nedgang, pre-corona var i 2017 4.300, hvor 2023 og 2024 har et gennemsnit på 2.500, hvilket tilsvare et fald på 42 %.

2024 - Destination VisitHerning



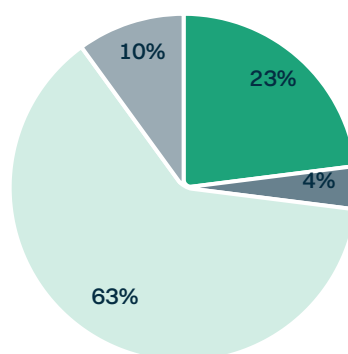
● Leisure Individuel ● Leisure Gruppe ● Corporate Individuel ● Corporate Gruppe

2024 - Herning



● Leisure Individuel ● Leisure Gruppe
● Corporate Individuel ● Corporate Gruppe

2024 - Ikast - Brande



● Leisure Individuel ● Leisure Gruppe
● Corporate Individuel ● Corporate Gruppe

SWOT-analyse

SWOT-analysen giver et helhedsbillede af destinationens styrker og svagheder i forhold til den internationale mødeturisme samt peger på de eksterne muligheder og trusler for det fremtidige arbejde.

Styrker • Stærke venues med stor kapacitet • Herning er en etableret eventdestination • Stærkt erhvervsliv og vidensmiljø • Stor overnatningskapacitet • God beliggenhed i forhold til lufthavn og togstation	Svagheder • Peak udnyttelse af overnatningskapacitet giver "døde" perioder • Ingen direkte offentlig transport til international lufthavn • Overnatningskapaciteten har varierende kvalitet • Afstanden mellem kongresvenue og overnatningssteder kræver transport • Få attraktioner i forhold til belønningsrejser • Lav kendskabsgrad blandt nationale professionelle mødeplanlæggere
Muligheder • Forbedret infrastruktur til Billund Lufthavn vil styrke potentialet for international mødeturisme • Nye ejerforhold i Midtjysk Lufthavn kan styrke rutenettet • Et øget samarbejde med det lokale erhvervsliv • Omsæt stærke faglige vidensmiljøer til yderligere international kongres- og mødeaktivitet • "Let's Meet Again" -projektet i samarbejde med Trekantsområdet • Styrk kendskabet blandt nationale professionelle mødeplanlæggere	Trusler • Stor afstand til de største byer • Lav og svingende belægning på overnatningssteder

Styrker

Stærke venues med stor kapacitet

Destination VisitHerning er en af Danmarks mest kapacitetsstærke mødedestinationer, med faciliteter der spænder fra intime mødelokaler til multiarenaer i international klasse. Et centralt omdrejningspunkt er MCH, der med MCH Messecenter, MCH Herning Kongrescenter, MCH Arena og Jyske Bank Boxen udgør tilsammen et af Skandinaviens største oplevelsescentre med fleksible rammer til både konferencer, kongresser og messer.

Herning er en etableret eventdestination

Herning er en anerkendt destination inden for møder, konferencer, kongresser, messer og events, med professionelle aktører og faciliteter, der matcher internationale standarder.

Stærkt erhvervsliv og vidensmiljø

Destinationen huser flere store og internationalt anerkendte virksomheder med globale aktiviteter og særligt indenfor tekstil og modeindustri, vindmølleindustri samt produktion og teknologi. Området kendetegnes af en stærk kombination af vidensmiljøer, erhvervssamarbejder og specialiserede klynger, der tilsammen skaber et dynamisk fundament for innovation og vækst.

Stor overnatningskapacitet

Destinationen tilbyder et bredt udvalg af overnatningsmuligheder, og primært i Herning findes generelt en høj koncentration af hoteller med betydelig kapacitet.

Godt beliggende i forhold til lufthavn og togstation

De korte afstande til internationale lufthavne og togstationer øger destinationens attraktivitet, og både overnatnings- og konferencefaciliteter ligger inden for en overskuelig radius. Samtidig er der igangsat infrastrukturelle udviklingsprojekter, som særligt vil forbedre tilgængeligheden til Billund Lufthavn.

Svagheder

Peak-udnyttelse af overnatningskapacitet giver 'døde' perioder

Destinationen har mange store events, som fylder overnatningskapaciteten både lokalt og i de omkringliggende kommuner. Disse events bliver typisk booket lang tid i forvejen, hvilket betyder, at der opstår mellemliggende perioder, hvor det kan være svært at afsætte datoer til mindre og mellemstore konferencer og events, fordi kalenderen er låst af de større arrangementer.

Ingen direkte offentlig transport til international lufthavn

Da der ikke findes en offentlig, direkte transportforbindelse mellem destinationen og Billund Lufthavn, må internationale mødedeltagere transporteres med bus eller bil. Ved større kongresser og messer vil dette især kræve ekstra planlægning og koordinering.

Overnatningskapaciteten har en varierende kvalitet

Overnatningskapaciteten er fordelt på 17 aktører, hvilket giver et samlet udbud med en uensartet kvalitet [\[SN1\]](#), [\[ST2\]](#), [\[MG3\]](#). Særligt i mindre byer er kvaliteten af hoteller og venues ofte mindre konsistent og generelt på et lavere niveau end der forventes af internationale mødedeltagere, hvilket vanskeliggør tiltrækningen af internationale mødeaktiviteter. Derudover er det kun et begrænset antal velkendte brands, der er repræsenteret.

Afstanden mellem kongresvenue og overnatningssteder kræver transport

Da størstedelen af overnatningskapaciteten er placeret centralt i Herning, ca. 3-4 km fra MCH's største udbud, foruden MCH Herning Kongrescenter, vil det være nødvendigt at etablere shuttle-service, hvilket medfører ekstra koordinering.

Få attraktioner i forhold til belønningsrejser

Et bredt og kendt udvalg af attraktioner er afgørende for at tiltrække belønningsrejser. Da attraktionerne, og dermed de kulturelle oplevelser, har et relativt nichepræget fokus, vurderes de at have en begrænset tiltrækningsfaktor for internationale mødedeltagere.

Lav kendskabsgrad blandt nationale professionelle mødeplanlæggere

Blandt de nationale professionelle mødeplanlæggere er der blot tre, som har et "godt kendskab" til destinationen og dets udbud, otte har et "begrænset kendskab", og seks har "intet kendskab". Ingen af respondenterne har erfaring med arrangementer med international deltagelse i destinationen, hvilket samlet peger på en lav synlighed og kendskabsgrad.

Muligheder

Forbedret infrastruktur til Billund Lufthavn vil styrke potentialet for international mødeturisme

Flere infrastrukturelle udviklingsprojekter er under planlægning, og forventes at reducere transporttiden til og fra Herning yderligere, hvilket vil styrke destinationens konkurrenceevne.

Et øget samarbejde med det lokale erhvervsliv

Der er potentiale for et struktureret samarbejde med den del af erhvervslivet i destinationen med internationale relationer, således styrkepositionerne i erhvervslivet aktivt kan anvendes til at tiltrække international mødeturisme.

Omsæt stærke faglige vidensmiljøer til international kongres- og mødeaktivitet

Destinationen har stærke vidensmiljøer tæt knyttet til erhvervsliv og specialiserede klynger inden for tekstil, design, vindindustri, sundhed og bæredygtighed, hvilket gør den attraktiv for international mødeturisme.

"Let's Meet Again"-projektet i samarbejde med Destination Trekantområdet

Projektet kan tiltrække den internationale mødeturisme, da det har til formål at udvikle et mødeprodukt, der adskiller sig fra storbyerne, og dermed skaber et alternativ med en klar positionering.

Styrk kendskabet blandt nationale professionelle mødeplanlæggere

Det er identificeret at blot 3 ud af 17 adspurgte nationale mødeplanlæggere har "et godt kendskab" til destinationen, otte svarer et "begrænset kendskab", og 6 adspurgte har "intet kendskab". Det vil være en styrke for destinationen at udvikle kendskabet blandt de nationale professionelle mødeplanlæggere, og gerne med MCH som en væsentlig driver.

Trusler

Stor afstand til de største byer

Herning ligger ikke i umiddelbar nærhed af de største danske byer og har derfor ikke adgang til et større infrastrukturelt knudepunkt. Det betyder, at destinationen i høj grad skal være selvforsynende med udbud, attraktioner og infrastruktur.

Lav og svingende belægning på overnatningssteder

Kapacitetsudnyttelsen er generelt lav på grund af det store værelsesudbud, dog er dette udbud ikke tilstrækkeligt ved de større events, hvor overnatninger flyttes til både nabobyer og -kommuner. Dette skaber en volatil belægning, som kan hæmme investeringer i ny kapacitet.

Mødesegmenter

Med udgangspunkt i den indledende analyse er der for mødesegmenterne vurderet et prioriteret potentiale, og dermed et begrundet fokus for selve udviklingen og dermed tiltrækningen af den internationale mødeturisme til destinationen.

1.

Møder & konferencer vurderes at have det største potentiale, da Destination VisitHerning råder over velkendte venues, stor kapacitet og betydelig erfaring. Destinationen rummer desuden gode muligheder for at øge antallet af afledte fagkonferencer i tilknytning til messer.

Kapacitet: Mellemstore til store mødeaktiviteter med 500+ deltagere.

Potentiale: Der bør arbejdes målrettet med de erhvervsmæssige styrkepositioner inden for tekstil og mode, vindmølleindustrien samt produktion og teknologi. Samtidig bør den geografiske nærhed til det tyske marked udnyttes strategisk for at tiltrække relevante aktører og arrangementer.

2.

Kongresser bør udgøre et centralt fokusområde, da Herning råder over både kompetencer og infrastruktur til at levere professionelle og skalerbare løsninger. Derudover findes der gode muligheder for at koble faglige kongresser med destinationens erhvervsliv og vidensinstitutioner.

Kapacitet: Mellemstore til store mødeaktiviteter med 500+ deltagere.

Potentiale: Mulighederne og dermed potentialet bør afdækkes i tæt samarbejde med MCH, da det forventes at være den væsentligste aktør. Samtidig bør samarbejdet med destinationens vidensinstitutioner styrkes for at forøge faglig tyngde og tiltrækningskraft af både nationale og internationale arrangementer.

3.

Messer & Udstillinger bør, ligesom kongresser, udgøre et centralt fokusområde, da MCH besidder stor erfaring og ekspertise. Samtidig kan destinationens styrkepositioner inden for erhvervsliv og vidensinstitutioner udnyttes effektivt.

Kapacitet: Mellemstore til store mødeaktiviteter med 500+ deltagere.

Potentiale: Mulighederne og dermed potentialet, ligesom kongresser, bør afdækkes i tæt samarbejde med MCH, da det forventes at være den væsentligste aktør. Samtidig bør samarbejdet med destinationens erhvervsliv og eventuelt vidensinstitutioner styrkes for at skabe faglig tyngde og øge tiltrækningskraften af både nationale og internationale arrangementer.

4.

Belønningsrejser vurderes at være et mindre relevant segment, da destinationens attraktioner har begrænset betydning i forhold til international mødeturisme.

Potentiale: Segmentet bør ikke prioriteres, da de væsentlige styrkepositioner inden for de ovenstående mødesegmenter fremstår som mere oplagte fokusområder og med et højere potentiale.

Anbefalinger

Anbefalingerne til Destination VisitHerning vurderes at have en særlig effekt i tiltrækningen af den internationale mødeturisme. Anbefalingerne til udviklingsområderne er inddelt i særlige fokusområder og derefter handlingsorienterede aktiviteter. Dermed sikres baggrund, handling og belysning af anbefalingerne.

Styrke de afledte møder og konferencer i forbindelse med kongresser og messer

Fokusområde

- Opfordre større messe-aktører til at afholde møder og konferencer som afledte muligheder i forbindelse med messer.
- Det vil kunne forlænge belægningsperioderne i forbindelse med messerne og skabe øget efterspørgsel på alternative og mindre venues.
- Det kan bidrage til en bedre udnyttelse af kapaciteten også i perioder med lav belægning.

Handling

- Igangsætte et styrket samarbejde mellem MCH, erhvervslivet, vidensinstitutionerne og Destination VisitHerning for løbende dialog og igangsættelse af konkrete initiativer.

Øget fokus på markedsføring af overnatnings- og mødekapacitet på klem dage

Fokusområde

- Overnatnings- og mødekapaciteten har vist sig vanskelig at afsætte på klem dage mellem større events, der udnytter hele kapaciteten.
- Dette har afledt store udsving i kapacitetsudnyttelsen og lave belægningsgrader over tid.

Handling

- Særligt fokus og ekstraordinære markedsføringstiltag rettet mod mødeplanlæggere, der har mulighed for at være fleksible med hensyn til dato for afholdelse af egne møder og events.

Øget synlighed blandt mødeplanlæggere i relation til messer og møder

Fokusområde

- Herning er beliggende centralt i landet med nem geografisk adgang, og der er en god erfaring med store arrangementer.
- Denne positionering styrkes og forankres hos de professionelle mødeplanlæggere såvel internationalt som nationalt.
- Det strategiske samarbejde med virksomhederne inden for de erhvervsmæssige styrkepositioner kan styrkes.

Handling

- Et styrket samarbejde med MCH, som driveren for samarbejde og udviklingen.

Øget samarbejde med omkringliggende destinationer m. lign. udbud

Fokusområde

- Det eksisterende samarbejde med Trekantområdet bør udvides til tilsvarende destinationer, som ikke har en stor kapacitet på enkelte venues.
- Øget udveksling af leads, erfaringer, markedsføringstiltag mv. mellem destinationerne.

Handling

- Udnytte MeetDenmark og dets netværk for det relationsskabende samarbejde på tværs af destinationer.

Styrke samarbejdet mellem vidensinstitutioner og erhvervslivet

Fokusområde

- Destinationen rummer vidensinstitutioner med internationale aktiviteter, og rummer derfor et potentiale for lokalt forankrede kongresser, konferencer og møder.
- Det lokale erhvervsliv er særdeles aktivt med internationale repræsentationer, som gør det til en oplagt målgruppe for afholdelse af særligt møder og konferencer.

Handling

- Identificere tilbagevendende kongresser og konferencer blandt Vidensinstitutionerne, der roterer mellem lande og regioner, og udarbejdelse af en langsigtet plan for, hvornår Herning kan bringes i spil.
- Etablere et samarbejde med de toneangivende virksomheder på destinationen, særligt dem med international repræsentation med afledt behov for at samle medarbejdere til møder og konferencer.

Udarbejdelse af rejseplan, som overskueliggør logistiske forhold

Fokusområde

- Grundet den manglende direkte offentlige transport fra Billund Lufthavn til Herning kan de infrastrukturelle forhold være en udfordring for nogle mødeplanlæggere.
- For at imødekomme denne udfordring bør der udarbejdes rejseplaner med forskellige løsningsforslag og muligheder, som dermed giver et enkelt og let tilgængeligt overblik

Handling

- Udarbejdelse af oversigter over de logistiske løsningsmuligheder med rejseplaner samt indgåelse af samarbejde med aktuelle nøgleleverandører vedr. bus, taxi, hotel, venues m.m.

Disclaimer: Det er vigtigt at være opmærksom på, at analysen udgør et øjebliksbillede baseret på den tilgængelige viden og data på analysetidspunktet, pr. januar 2026. Indsigterne er målrettet international erhvervs- og mødeturisme og skal læses inden for dette scope.

Bilag

Bilag 1: Metodenotat fra Norstat

Vedhæftes i ekstern fil i endelig udgave.

Bilag 2: Prissætning for overnatningsudbuddet

Overnatningssted	Kommune	Min.pris	Max.Pris	Konference-dag	Maksimal pris-variation
Aiden Best Western Herning	Herning Kommune	812 kr.	2.755 kr.		1.943 kr.
BB-Hotel Herning	Herning Kommune	655 kr.	1.335 kr.		680 kr.
BEST WESTERN PLUS Hotel Eyde	Herning Kommune	1.184 kr.	2.215 kr.	1.995 kr.	1.031 kr.
Dolphin Hotel Herning	Herning Kommune	853 kr.	2.034 kr.		1.181 kr.
Herning City Hotel	Herning Kommune	1.076 kr.	2.145 kr.	1.295 kr.	1.069 kr.
Hotel DGI-Huset Herning	Herning Kommune	796 kr.	1.595 kr.	1.400 kr.	799 kr.
Hotel Herning	Herning Kommune	895 kr.	1.600 kr.	.	705 kr.
Hotel Lynggården Bed&Breakfast	Herning Kommune	940 kr.	1.474 kr.	1.395 kr.	534 kr.
Højhuset Kulturhotel	Herning Kommune	754 kr.	2.034 kr.	1.995 kr.	1.280 kr.
Scandic Regina Herning	Herning Kommune	1.148 kr.	2.180 kr.	1.994 kr.	1.032 kr.
Skarrildhus Sinatur Hotel & Konference	Herning Kommune	1.078 kr.	1.348 kr.	2.155 kr.	270 kr.
Søgaarden	Herning Kommune	941 kr.	2.044 kr.	2.200 kr.	1.103 kr.
Vildbjerg Sports- og Kulturcenter	Herning Kommune	890 kr.	890 kr.	1.598 kr.	0 kr.
Østergaards Hotel	Herning Kommune	1.075 kr.	1.539 kr.	1.395 kr.	464 kr.
ART Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	1.001 kr.	1.784 kr.	1.494 kr.	783 kr.
Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	1.129 kr.	1.584 kr.	1.494 kr.	455 kr.
Hotel Medi	Ikast-Brande Kommune	972 kr.	1.242 kr.	1.395 kr.	270 kr.
Gennemsnitspris		953 kr.	1.753 kr.	1.677 kr.	800 kr.

Bilag 3: Prissætning for møde- og konferencesteder

Mødeudbud	Kommune	Pakkepris dagsmøde	Min. Lokaleleje	Max. Lokaleleje
Aiden Best Western	Herning Kommune		2.500 kr.	2.500 kr.
BB-Hotel Herning	Herning Kommune		1.750 kr.	1.750 kr.
BEST WESTERN PLUS Hotel Eyde	Herning Kommune	715 kr.		
ByDolphin	Herning Kommune			
Camp Nørager	Herning Kommune		2.750 kr.	4.650 kr.
Carl-Henning Pedersen & Else Alfelts Museum	Herning Kommune	600 kr.	6.250 kr.	12.500 kr.
Dolphin Garage	Herning Kommune			
Dolphin Hotel Herning	Herning Kommune			
Dropzone Denmark	Herning Kommune	515 kr.	7.000 kr.	15.000 kr.
Fermaten	Herning Kommune		5.000 kr.	25.000 kr.
Fonagergaard	Herning Kommune	475 kr.	750 kr.	4.500 kr.
HEART - Herning Museum of Contemporary Art	Herning Kommune			
Herning City Hotel	Herning Kommune	455 kr.		
Herning Ny Teater	Herning Kommune		5.000 kr.	12.500 kr.
Hotel DGI-Huset Herning	Herning Kommune	550 kr.	750 kr.	10.000 kr.
Hotel Herning	Herning Kommune			
Hotel Lynggården Bed&Breakfast	Herning Kommune			
Højhuset Kulturhotel	Herning Kommune	550 kr.		
Jyske Bank Boxen (Arena)	Herning Kommune			
MCH Arena	Herning Kommune			
MCH Herning Kongrescenter (Congress Center)	Herning Kommune			
MCH Messecenter Herning (Exhibition Center)	Herning Kommune			
Messecentret	Herning Kommune	850 kr.	1.875 kr.	
Scandic Regina Herning	Herning Kommune	649 kr.	1.350 kr.	6.600 kr.
Skarrildhus Sinatur Hotel & Konference	Herning Kommune	835 kr.		
Søgaarden	Herning Kommune	498 kr.		
Vildbjerg Sports- og Kulturcenter	Herning Kommune	298 kr.		
Østergaards Hotel	Herning Kommune	495 kr.		15.000 kr.
ART Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	569 kr.		
Axel Månsson A/S	Ikast-Brande Kommune			
Hotel Dalgas, BW Signature Collection	Ikast-Brande Kommune	569 kr.		
Hotel Medi	Ikast-Brande Kommune	495 kr.	500 kr.	
RemisenBrande	Ikast-Brande Kommune	550 kr.		
Gennemsnit		569 kr.	2.956 kr.	10.000 kr.