



Markeds- og potentialeanalyse
for international mødeturisme

Destination

Lolland-Falster

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	20
Overnatningsudbud	22
Møde- og konferenceudbud	26
Erhvervsliv	30
Vidensinstitutioner	31
Oplevelser og attraktioner	32
Opsummering	34
Markedspositionering	35
Efterspørgsels- og segmentanalyse	35
SWOT-analyse	38
Mødesegmenter	41
Anbefalinger	42
Bilag	44



FOTO: Christianssæde

Introduktion & Læsevejledning

Markeds- og potentieanalyse har til formål at skabe indsigt i de lokale markedsforhold og udbud i destinationen Lolland-Falster, bestående af kommunerne Lolland og Guldborgsund, 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:

Arbejdet med mødeturisme på Lolland-Falster er i dag fordelt mellem Business Lolland-Falster (BLF) og Visit Lolland-Falster (VLF). Indsatsen er ikke organiseret som et særskilt område, men indgår som en del af de to organisationers bredere erhvervs- og turismeopgaver.

BLF fokuserer på erhvervsudvikling, investeringsfremme og relationer til både nationale og internationale virksomheder. Organisationens håndterer erhvervs-events, netværk og besøg i forbindelse med store projekter inden for bl.a. grøn energi, Femern, datacentre og industriparker. BLF fungerer dermed som indgang til internationale erhvervsaktører, men arbejder ikke med systematisk mødeturismemarkedsføring.

VLF har ansvar for destinationens overordnede turismeudvikling, herunder synlighed for lokale mødesteder og værtskab. Der arbejdes også med Lolland-Falsters turismenetværk. Mødeturisme er en mindre del af den samlede indsats og retter sig primært mod det regionale og nationale marked. En projektleder indgår i arbejdet med mødeturismen, men deler ressourcer i andre leisure projekter. Der arbejdes aktuelt ikke målrettet med internationale mødesegmenter.

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/>

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.

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:

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 conferenceplanlæggere 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.



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.

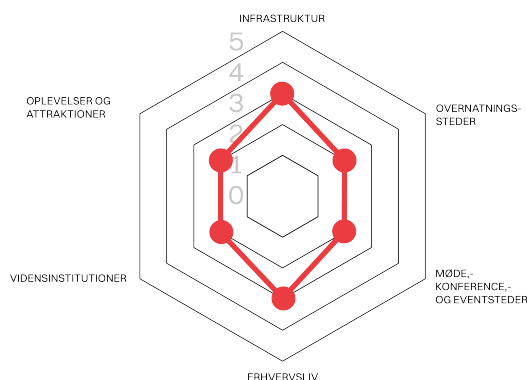
Analysens mest væsentlige indsigter og anbefalinger opsummeres og præsenteres i executive summary.



FOTO:Fedja Salihbasic

Executive Summary

Destination Lolland-Falster Modenhedsanalyse



Kombineret med rapportens SWOT-analyse fremstår Lolland-Falster som en destination med stærke natur- og oplevelsesværdier, konkurrencedygtige priser og unikke mødesteder, men med betydelige udfordringer på kapacitet, tilgængelighed og international synlighed. Femern-forbindelsen og nye oplevelsesprojekter giver dog et klart potentiale for vækst i det tyske marked og for udvikling af nicheprægede mødeprodukter.

Analysen viser, at Destination Lolland-Falster råder over:

- **Unikke mødesteder** på godser og slotte, der skaber differentiering og oplevelsesværdi.
- **Konkurrencedygtigt prisniveau** for både overnatning og mødepakker sammenlignet med øvrige MeetDenmark-destinationer.
- **Attraktiv natur og kultur** med stærke aktiver som Knuthenborg Safaripark, Dodekalitten og kommende projekt KØSTEN.
- **Høj gæstetilfredshed** (83 % for overnatning og 90 % for venues), hvilket indikerer kvalitet i oplevelsen.
- **Styrket tilgængelighed på sigt** via Femern Bælt-forbindelsen og Storstrømsbroen, som reducerer rejsetid fra Tyskland.

Der er dog udfordringer, som kræver strategisk indsats: lav international synlighed, stor afstand til Københavns Lufthavn, spredt og begrænset overnatningskapacitet (kun tre steder med over 100 værelser), få professionelle conferencefaciliteter og meget få bæredygtighedscertificeringer. Disse forhold kan afhjælpes gennem målrettet markedsføring, produktudvikling og styrket samarbejde med erhvervsliv og øvrige destinationer.

Samlet set vurderes potentialet størst inden for mindre og mellemstore møder og konferencer samt belønningsrejser med fokus på natur og kultur. Kongresser vurderes ikke relevante på grund af manglende faciliteter.

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

Øge synligheden på det tyske marked

- Gennemfør målrettede kampagner og fam-trips for mødeplanlæggere.
- Kortlæg relevante brancher (energi, fødevarer, landbrugsteknologi).

Udvikle pakkeløsninger med oplevelsesværdi

- Kombinér møder med lokale råvarer, natur og kultur.
- Skab helhedsorienterede produkter med transport, overnatning og aktiviteter.

Styrke belønningsrejser og teambuilding

- Udarbejd inspirationskatalog og produktpakker med fokus på naturoplevelser.
- Planlæg fam-trips for at øge kendskabet til destinationens særegenhed.

Fokus på bæredygtighed og certificeringer

- Etablér fælles indsats for Green Key og andre certificeringer.
- Positionér destinationen som grøn og ansvarlig i markedsføringen.

Samarbejde med øvrige sjællandske destinationer

- Skab fælles branding og netværk for at styrke regionens samlede mødeprofil.
- Undersøg potentialet for messer og udstillinger efter Femern-forbindelsen åbner.



FOTO:Fedja Salihbasic

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 spørgeskramme, 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?

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:

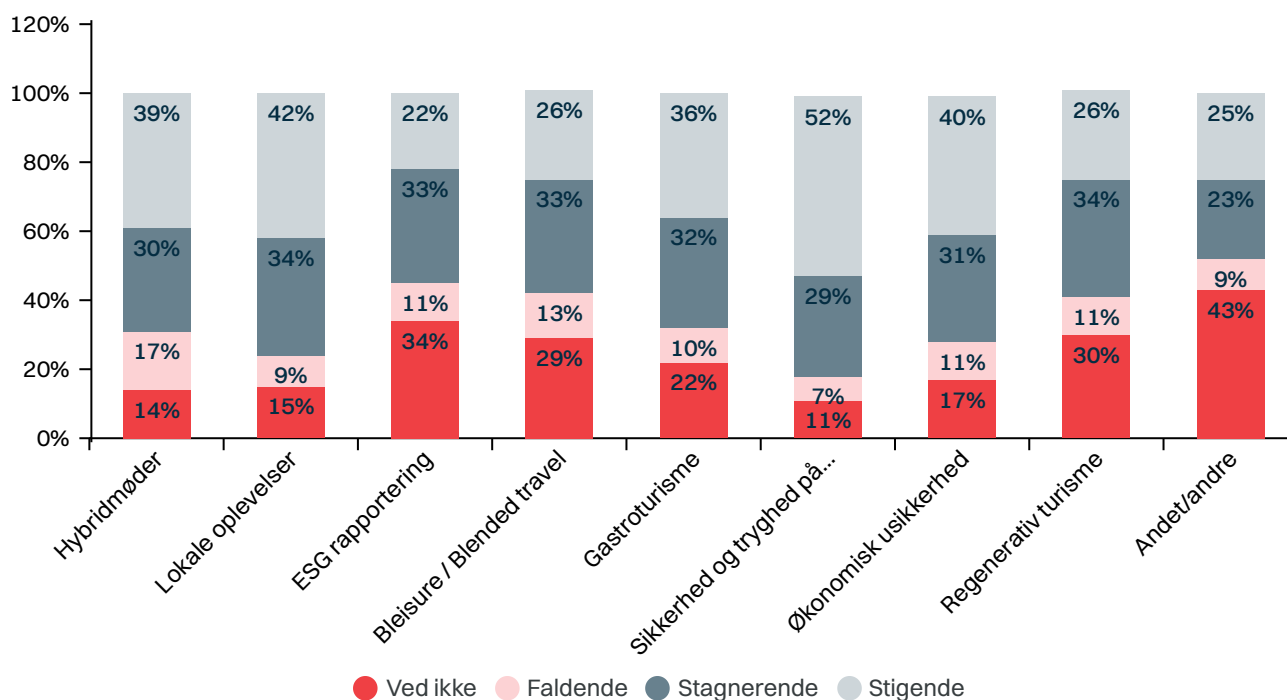
Sikkerhed og tryghed fremhæves samlet set som den mest voksende tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Helt konkret markerer 356 ud af 743 respondenter, at behovet er stigende. Tendensen afspejler, at destinationen vurderes ud fra landets politiske og økonomiske stabilitet samt ud fra,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

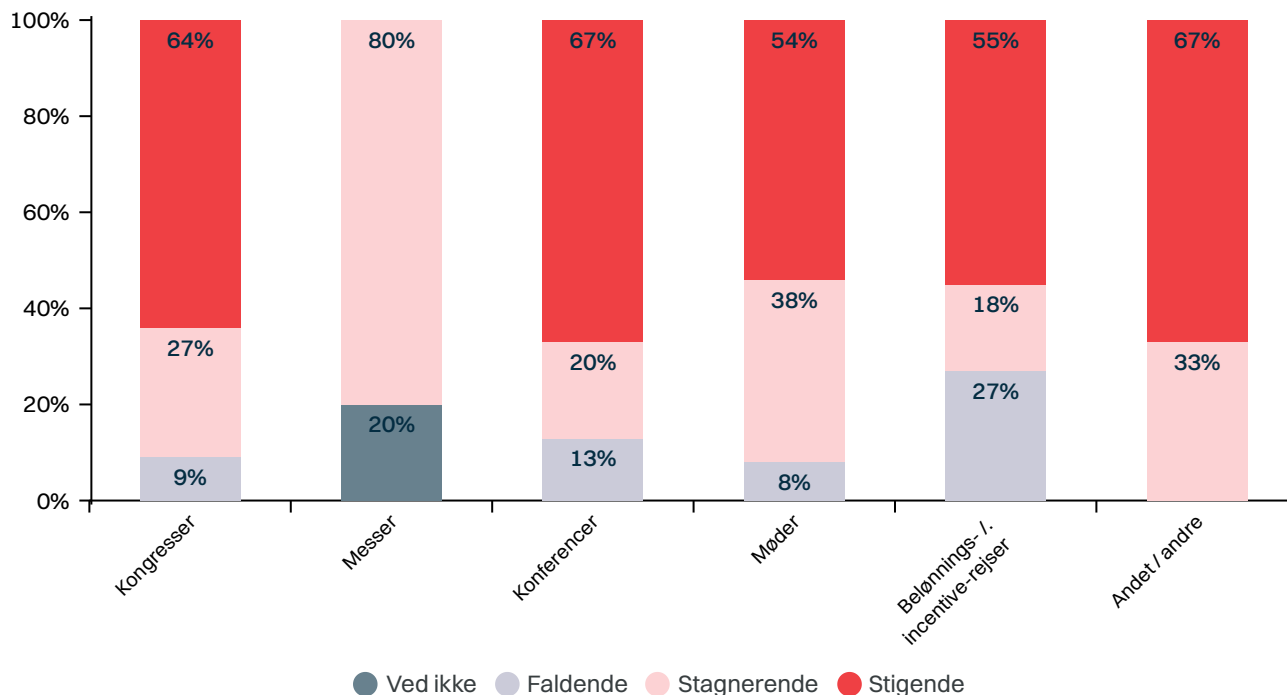
Udvikling i efterspørgslen

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 (mørkegrøn), stigende (rød), stagnerende (lyserød), faldende (lilla), stærkt faldende (blå).

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

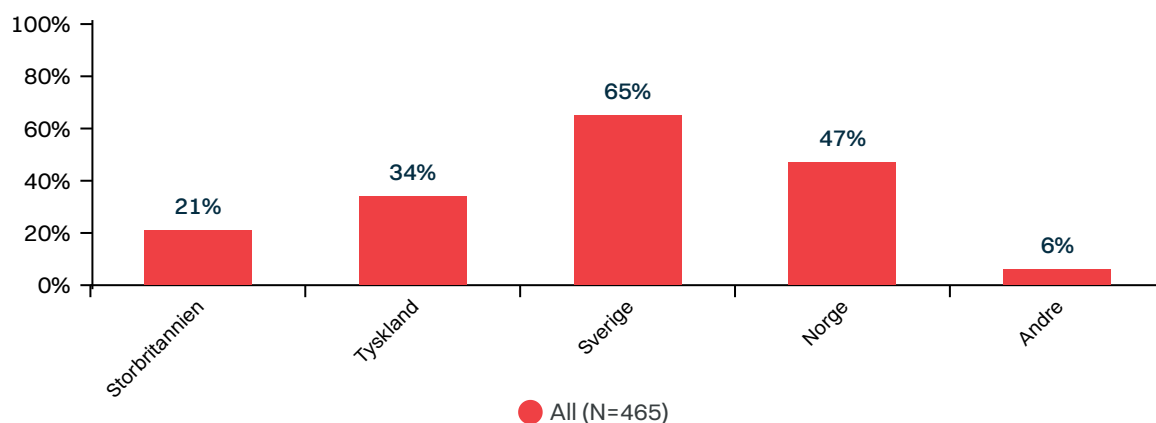
Internationale markeder

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.

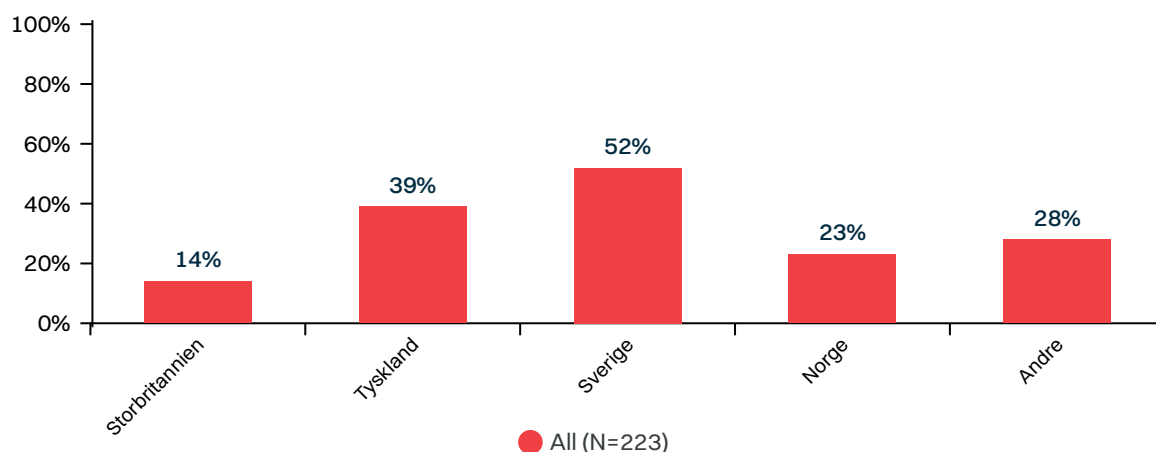
Kilde: Q11 - Hvilke internationale markeder(lande) oplever I efterspørgsel til Danmark fra?

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

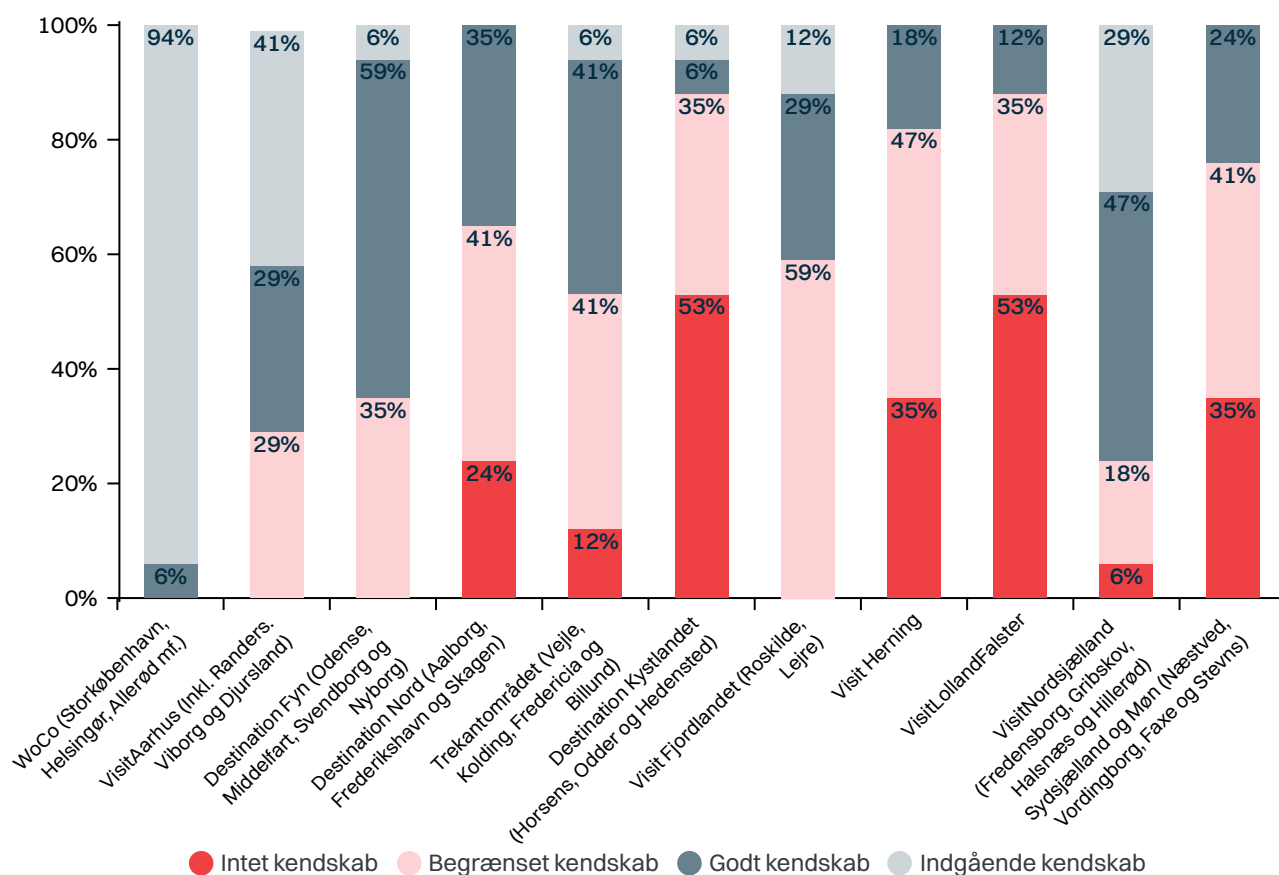
Kendskabet til danske mødedestinationer varierer betydeligt blandt nationale professionelle mødeplanlæggere.

For destinationen Lolland-Falster er det gældende, at blandt de 17 adspurgte nationale professionelle mødeplanlæggere, er det kun to, som nævner, at de har "godt kendskab" til destinationen og dets udbud. Derimod svarer seks, at de har "begrænset kendskab" og ni, at de slet "intet kendskab" har til destinationen og dets udbud.

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

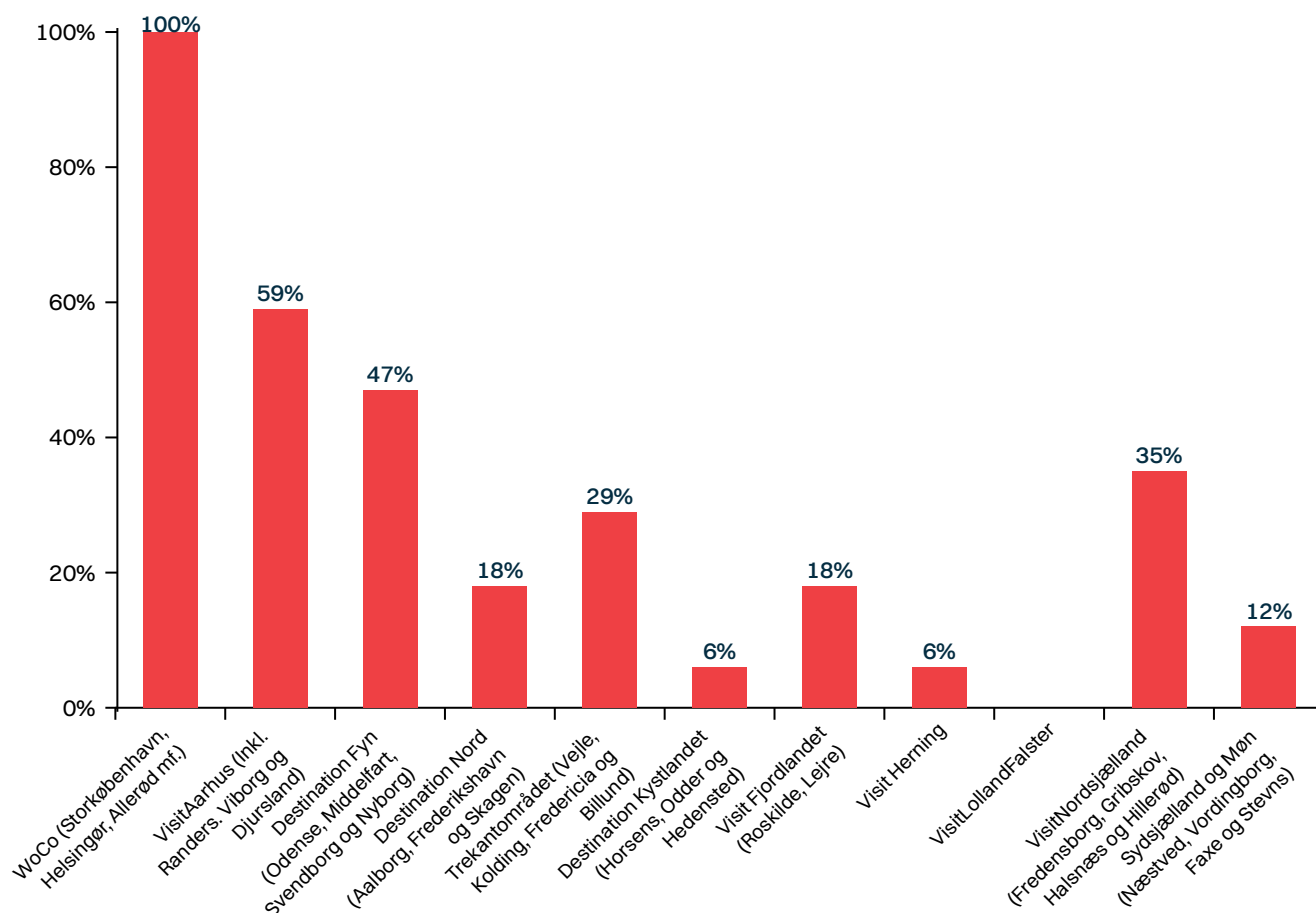
Synligheden for destinationen må derfor konkluderes til at være utilfredsstillende, og at det vil være en af hovedopgaverne for destinationsselskabet at styrke denne synlighed blandt de nationale mødeplanlæggere.

Da ingen af de nationale professionelle mødeplanlæggere har afviklet mødeaktiviteter i destinationen, kan der ikke fremvises, hvad der har fungeret godt eller mindre godt i forhold til at imødekomme markedskravene inden for international mødeturisme.



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?

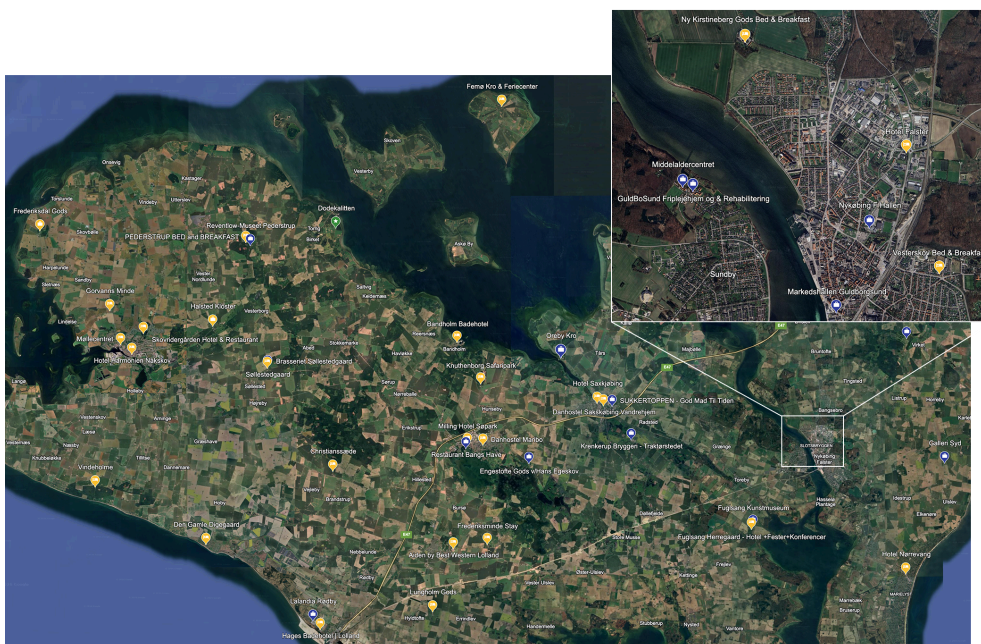


FOTO: Daniel Villadsen

Markedsanalyse

Markedsanalysen præsenterer en vurdering af de infrastrukturelle forhold, det eksisterende udbud af overnatningsmuligheder, venues, erhvervslivet, vidensinstitutioner samt oplevelser og attraktioner i destinationen Lolland-Falster. 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, som omfatter kommunerne Lolland og Guldborgsund. 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 2 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 26 overnatningsudbud, som er kortlagt af Visit Lolland-Falster, at den gennemsnitlige afstand til international lufthavn, Københavns Lufthavn, er 162 km. For afstand til togstationer er gennemsnittet 11 km.

Overnatningsudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	0	0	26
Togstationer	2	11	13

For møde- og konferenceudbud er der kortlagt 17 steder, hvor gennemsnitlig afstand til Københavns Lufthavn er 147 km, og gennemsnitlig afstand til togstation er 7 km.

Møde- og konferenceudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	0	0	17
Togstationer	3	11	3

Nedenstående ses transporttider til Københavns Lufthavn fra destinationens større byer.

Transporttid	Københavns Lufthavn	
	Bil	Offentlig
Nykøbing Falster	1 time, 28 min.	1 time, 43 min.
Nakskov	1 time, 57 min	2 time, 44 min.

Afstanden til den nærmeste internationale lufthavn, Københavns Lufthavn, er generelt i den høje ende for både overnatnings- og møde-/konferenceudbuddet på Lolland-Falster. Dette kan besværliggøre tilgængeligheden for internationale mødeturister, som ankommer via København, og dermed gøre destinationen mindre attraktiv sammenlignet med andre steder med kortere transporttid fra lufthavn.

Derudover er der generelt en forholdsvis stor geografisk spredning på udbuddet, hvilket betyder, at transport og koordinering mellem de forskellige steder kan blive omfattende. Dette kan medføre et forhøjet omkostningsniveau for mødeplanlæggere og dermed også for kunderne.

Infrastrukturelle udviklingsprojekter

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

Femernprojektet forventes at få stor betydning for Destination Lolland-Falster, både som turist- og erhvervsdestination. Med etableringen af verdens længste sænketunnel mellem Danmark og Tyskland, vil rejsetiden mellem de to lande blive markant reduceret, når tunnelen står færdig i 2029. Allerede fra 2025 begynder de første tunnelelementer at blive sænket, og når forbindelsen åbner, vil det eksempelvis være muligt at rejse mellem Hamburg og København på blot 2,5 timer – mod de nuværende 4,5-5 timer^[8].

Denne forbedrede infrastruktur vil ikke blot styrke samhandlen, men også øge tilgængeligheden for internationale møde- og erhvervsturister, især fra det nordtyske marked, men potentielt også fra Sydsverige. For destinationen betyder det et væsentligt større kundegrundlag, da flere gæster vil kunne vælge området til korte forretningsophold, møder og konferencer.

Ifølge en analyse fra Visit Lolland-Falster forventes åbningen af Femern-tunnelen at medføre en markant stigning i antallet af tyske gæster, især dem der rejser i bil og søger naturoplevelser, kortere ophold og mødeaktiviteter tæt på grænsen^[9]. Dermed skabes der en ny direkte forbindelse til centraleuropæiske markeder, hvilket giver Destination Lolland-Falster et stærkere fundament for international turisme og mødeaktivitet^[10].

Derudover arbejdes der på den nye Storstrømsbro, som forbinder Sjælland og Falster via Masedø, og som er en væsentlig del af den fremtidige infrastruktur mellem Skandinavien og Centraleuropa. Broen bliver ca. 4 km lang og udstyres med en tosporet elektrificeret jernbane til 200 km/t, en tosporet landevej til 80 km/t samt en gang- og cykelsti. Den forventes åbnet for biltrafik i slutningen af 2025 og for togtrafik i 2027^[11]. Broen er en nøglekomponent i Femern Bælt-korridoren. Sammen med Femern Bælt-forbindelsen vil Storstrømsbroen muliggøre hurtigere og mere bæredygtig transport af både passagerer og gods mellem Skandinavien og Centraleuropa^[12].

Et mere turismefokuseret infrastrukturprojekt er Projekt KØSTEN. Projekt KØSTEN er en ny, 60 km lang oplevelsesrute langs Falsters kyst, der åbner i etaper fra 2026 til 2028. Ruten kombinerer naturoplevelser, kultur, kunstinstallationer, lydfortællinger og lokale fødevareroplevelser^[13]. KØSTEN vurderes til at kunne skabe muligheder for at integrere natur, kultur og gastronomi i møde- og konferenceprogrammer.

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

8. [Derfor bygger vi Femern Bælt-tunnelen](#)

9. [Ny analyse: Åbning af Femern Bælt-tunnel vil tiltrække tyskere i stort tal](#) | [VisitLolland-Falster](#)

10. [Ruster sig til tyske turister: "En helt unik mulighed" - TURISME24.DK](#)

11. [Tidsplan for byggeriet af den nye Storstrømsbro](#) | [Vejdirektoratet](#)

12. [Storstrømsbroen](#) | [Vejdirektoratet](#)

13. [KØSTEN](#) | [VisitLolland-Falster](#)

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:

- Med Femern Bælt-forbindelsen og Ny Storstrømsbro vil rejsetiden fra Centraleuropa og Nordtyskland blive markant reduceret, hvilket øger destinationens attraktivitet for internationale mødeturister, især fra Tyskland.
- Den nye Storstrømsbro styrker forbindelsen mellem Sjælland og Lolland-Falster, hvilket gør det lettere at kombinere mødeaktiviteter på tværs af regionen.
- Projekter som KØSTEN binder destinationens udbud af oplevelser sammen, hvilket styrker destinationens profil med naturoplevelser, kultur og lokale fødevareroplevelser. Det er en fordel for mødeplanlæggerne, da det gør det mere behændigt at sammensætte og planlægge ture og møder i destinationen.

Svagheder:

- Gennemsnitsafstanden til Københavns Lufthavn er 147-162 km for både overnatnings- og mødeudbud, hvilket gør destinationen mindre tilgængelig for internationale gæster, der ankommer med fly.
- Der er stor geografisk spredning på både overnatnings- og mødefaciliteter, hvilket kræver omfattende transport og koordinering, som kan øge omkostningerne for mødeplanlæggere og deltagere.
- De store infrastrukturelle forbedringer (Femern og Storstrømsbro) realiseres først gradvist frem mod 2028-2029, hvor der også kan forekomme forsinkelser, så det fulde potentiale opnås først på længere sigt.
- Der er ikke nævnt større, centrale konferencecentre tæt på de nye infrastrukturelle projekter, hvilket kan begrænse mulighederne for større internationale events.

Overnatningsudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende steder, der udbyder overnatning i destinationen med relevans for international mødeturisme. Tabellen angiver kommune, opførelsesdato, år for seneste renovering, udbuddets kapacitet af overnatningsenheder (værelser), antal møde- og konferencelokaler samt maks. kapacitet ved største lokalefiguration.

Det ses, at der i hele destinationen udbydes 1.000 værelser på tværs af de 26 kortlagte overnatningssteder, hvor største værelsesudbyder er Aiden by Best Western med 171 værelser. Yderligere ses det, at højeste deltagerkapacitet ved møder og konferencer er ved Danhostel Maribo og Danhostel Saksøbing, som har mødefaciliteter, der kan rumme 1.500 og 1.000 mødedeltagere. Det skal dog bemærkes, at disse store mødefaciliteter er sportshaller og ikke specialiserede mødevenues. Lolland Kommune har den største overnatningskapacitet med i alt 800 værelser og mødekapacitet til 3.402 deltagere, hvor Guldborgsund Kommune rummer 200 værelser og mødekapacitet til 1.870 deltagere.

Overnatningsudbuddet har en stor geografisk spredning (se kortet på side 23), også uden for de større byer. Dette kan give logistiske udfordringer ved større begivenheder med mange deltagere (500+), da det vil kræve transport af deltagerne til flere overnatningssteder med relativt stor afstand mellem sig. Udfordringen forstærkes yderligere af, at langt størstedelen af overnatningsstederne har under 100 enheder, hvor kun tre ud af 26 overstiger dette. Det betyder, at deltagerne nødvendigvis må fordeles på flere lokationer, hvilket kan komplicere planlægning og øge omkostningerne for mødearrangører.

Ejendom	Kommune	Opført	Seneste renovering	Antal værelser	Antal møde og konference lok.	Maks. kapacitet
Danhostel Sakskøbing/Sakskøbing Hallen	Guldborgsund kommune			18	8	1000
Fuglsang Herregaard	Guldborgsund kommune	1869	2021	15	2	90
Hotel Falster	Guldborgsund kommune	1986	2015	70	4	200
Hotel Nørrevang	Guldborgsund kommune		2020	26	4	250
Hotel Saxkjøbing	Guldborgsund kommune	1825	2020	32	5	180
Ny Kristinebjerg Gods	Guldborgsund kommune	1876	2025	17	2	100
Vesterskoven Nykøbing F. Vandrerhjem	Guldborgsund kommune			22	3	50
Aiden by Best Western Lolland (herunder Factory Lodge)	Lolland kommune	2023	2024	171	8	150
Bandholm Badehotel	Lolland kommune	1600- tallet	2022	43	4	90
Christianssæde	Lolland kommune		2025	11	2	80
Dalvang/Lolland Bryghus	Lolland kommune		2026	14	2	70
Danhostel Maribo/Maribo Hallerne	Lolland kommune			11	6	1500
Den gamle Digegaard	Lolland kommune			10	4	85
Femø Kro	Lolland kommune	1986	1999	24	3	60
Frederiksminde Stay	Lolland kommune		2025	7	2	17
Gorvanns Minde	Lolland kommune			17	1	50
Hages Badehotel	Lolland kommune	2024	2024	124	1	30
Harmonien Park Hotel tidl. Møllecentret(plejehjem)	Lolland kommune	1876	2025	65	3	80
Hotel Harmonien	Lolland kommune	1854	2022	56	2	400
Hotel Skovridergaarden	Lolland kommune	1836	1999	20	4	220
Knuthenborg	Lolland kommune		2024	15	1	50
Lungholm	Lolland kommune	1434	2015	37	2	150
Milling Hotel Søpark	Lolland kommune	1968	2023	115	9	240
Pederstrup B&B	Lolland kommune	1863	2019	16	1	50
Vejrø Resorts	Lolland kommune	2005	2012	35	4	60
Vindeholme Slot	Lolland kommune			9	3	20
Total				1000	90	5272

Prissætning

Nedenstående tabel viser udregnede gennemsnitspriser både på kommunalt niveau og for hele destinationen samlet set. Derudfra kan det ses, at Lolland Kommunes overnatningsudbud påtager sig den højeste gennemsnitspris.

Kommune	Gennemsnitspris
Guldborgsund Kommune	907 kr.
Lollands Kommune	938 kr.
Destination Lolland-Falster	929 kr

For udbuddet i destinationen Lolland-Falster gælder det, at den maksimale prisvariation ikke er bemærkelsesværdig høj. I kun tre af de kortlagte tilfælde er differencen over 100 kr., hvor tolv ikke har nogen prisdifference. Alle priser er inkl. moms.

Sammenlignes destinationens gennemsnitlige værelsespris og pris for et konferencedøgn med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, fremgår det, at Destination Lolland-Falster i begge kategorier ligger under MeetDenmarks gennemsnit.

Destination	Værelsespris	Konferencedøgn
Destination Lolland-Falster	929 kr.	1.942 kr.
MeetDenmark gennemsnit	1.236 kr.	2.023 kr.

Bilag 2 viser prisniveauer for februar og september, hvilket har til formål 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.

Gæstetilfredshed og certificeringer

Hvis der udregnes et gennemsnit for overnatningsstedernes ratings via de største OTA'er: Booking.com, Tripadvisor, og Hotels.com, så ses en samlet tilfredshedsscore på 83 % ift. maksimalt antal point akkumuleret gennem de tre hjemmesider. Her ses det, at destinationen befinder sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Overnatning	
Destination Lolland-Falster	83%
MeetDenmark (gns.)	81%

I destinationen har tre ud af de 26 kortlagte overnatningssteder certificeringer af forskellig slags, hvilket er en meget lav andel. Certificeringer kan tydeliggøre udbuddenes fokus på bæredygtighed og de individuelle certificeringer viser, hvor virksomhederne har deres bæredygtighedsfokus.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	3
Svanemærket	0
Økologiske spisemærke	0

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 2

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

Styrkepunkter:

- Enkelte overnatningssteder har adgang til meget store mødekapaciteter (op til 1.500 deltagere), hvilket gør det muligt at afholde større konferencer og events.
- Prisniveauet er generelt stabilt med små sæsonudsving og ligger under sammenligningsgrundlaget, hvilket gør det attraktivt og lettere for nogle mødeplanlæggere at budgettere og planlægge.
- Udbuddet dækker både bynære og naturnære områder, hvilket giver fleksibilitet og mulighed for at kombinere møder med lokale oplevelser.

Svagheder:

- Selvom enkelte steder har adgang til store mødefaciliteter, er det kun få, og de fleste steder har begrænset kapacitet både på værelser og mødelokaler.
- De store mødefaciliteter med kapacitet op til 1.500 deltagere udgøres primært af sportshaller, hvilket kan have begrænset relevans for visse mødesegmenter, særligt i forbindelse med internationale mødeturister, hvor der typisk stilles krav om mere professionelle venues.
- Overnatningsstederne ligger spredt over et stort område, ofte uden for de større byer, hvilket kan give logistiske udfordringer og øgede transportomkostninger ved større arrangementer.
- Kun tre ud af 26 overnatningssteder har over 100 værelser, hvilket betyder, at større grupper nødvendigvis må fordeles på flere overnatningssteder. Dette kan komplicere planlægning og mindske den sociale sammenhæng for deltagerne.
- Kun tre steder har bæredygtighedscertificeringer (Green Key), hvilket kan være en ulempe for internationale kunder med fokus på bæredygtighed.
- Udbuddet domineres af mindre, lokale aktører, hvilket kan være en barriere for internationale arrangører, der foretrækker kendte brands og standardiserede services.

Møde- og konferenceudbud

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

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

Det fremgår, at destinationen Lolland Falster totalt set udbyder 39 møde- og konferencelokaler med en maks. kapacitet på 5.606 deltagere ved største lokalekonfiguration. Fordelt over hele destinationen ses udbud repræsenteret i begge kommuner, med en maks. Kapacitet, der strækker sig fra 15 til 3.000. De to største udbud er Nykøbing Falster Hallerne og Lalandia Rødby, som med henholdsvis 3.000 og 1.000 alene repræsenterer tre fjerdedele af destinationens mødeudbud.

Ejendom	Kommune	Opført	Seneste renovering	Antal møde- og konferencelokaler	Maks. kapacitet
Falster Golfklub	Guldborgsund kommune			2	80
Galleri Syd	Guldborgsund kommune			1	15
Guldbosund	Guldborgsund kommune		2017	8	299
Krenkerup Bryggeri og Slot	Guldborgsund kommune		2000	2	50
KUMUS Fuglsang Kunstmuseum	Guldborgsund kommune	1856	2016	3	132
Markedshallen, Nykøbing	Guldborgsund kommune		2023		
Middelaldercentret	Guldborgsund kommune	1989			
Nykøbing Falster Hallerne	Guldborgsund kommune		2023	5	3.000
Oreby Kro	Guldborgsund kommune	1847	2001	3	80
Restaurant Sukkertoppen	Guldborgsund kommune	1909	2025	3	150
Bangs Have	Lolland Kommune	1911	2006	2	100
Engestofte	Lolland Kommune			1	450
Frederiksdal Gods	Lolland Kommune	1756			
Halsted Kloster (Dr. Sophies Hus)	Lolland Kommune	1591	2023		
Lalandia Rødby	Lolland Kommune	1988	2024	6	1.000
Pederstrup Gods (Rewentlow Museet)	Lolland Kommune	1875	2023	2	100
Søllestedgaard - Brassieriet	Lolland Kommune		2023	1	150
Total				39	5.606

Prissætning

Det ses, at en gennemsnitlig pakkepris pr. deltager for et dagsmøde er 688 kr. inkl. moms.

Sammenlignes den gennemsnitlige pris pr. person for et dagsmøde i destinationen med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, fremgår det, at Lolland-Falster ligger over gennemsnittet.

Destination	Dagsmøde pr. person
Destination Lolland-Falster	688 kr.
MeetDenmark gennemsnit	621 kr.

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

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 90 % sammenlignet med den potentielle maks. score på Tripadvisor. Her ses det, at destinationen befinder sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Venues	
Destination Lolland-Falster	90%
MeetDenmark (gns.)	83%

I destinationen har kun én ud af de 17 kortlagte møde- og konferencesteder certificeringer af forskellig slags. Dermed er det kun en meget begrænset del af udbuddet, som er certificeret.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	1
Svanemærket	0
Økologiske spisemærke	0

Sammenligning af destinationens udbud

Nedenstående tabel viser en oversigt, der har til mål at skabe et overblik over Destination Lolland Falster, dets udbud af overnatningsfaciliteter samt møde- og konferencesteder, da disse må ses i sammenhæng for at kunne vurdere potentialet for international mødeturisme. Det opdeler de respektive 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	Gennemsnitspris overnatning	Gæstetilfredshed overnatning	Antal møde- og konference-lokaler	Maks. kapacitet	Kommunal andel af destination	Dagsmødepris pr. person	Gæstetilfredshed møde og konference-lokaler
Guldborgsund Kommune	200	20%	907 kr.	81%	27	3.806	68%	630kr.	89%
Lolland Kommune	800	80%	938 kr.	84%	12	1.800	32%	775 kr.	92%
Total	1.000				39	5.606			

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.

Der ses en bred fordeling af både overnatningsværelser og mødelokaler over hele destinationen, ift. førstnævnte er Lolland Kommune størst med 800 overnatningsenheder, hvor Guldborgsund Kommune udbyder flest møde- og konferencelokaler med 5.676. Guldborgsund Kommune har altså 52 % af møde- og konferencekapaciteten men blot 20 % overnatningskapaciteten.

Gennemsnitligt ses der forskel blandt kommunernes priser for både overnatning og mødeafholdelse. For overnatningsudbuddene tager Lolland kommune en gennemsnitligt højere pris, hvor dagspris. for mødedeltagelse pr. person er højest i Guldborgsund Kommune. Omvendt er der stor sammenlignelighed og minimal forskel på kommunernes gæstetilfredshed for overnatnings- og mødeudbud.

Nedenstående tabeller sammenligner forholdet imellem kommunernes maksimale antal mødedeltagere sammenholdt med antal tilgængelige værelser, der udbydes i den respektive kommune.

Ved maksimal udnyttelse af mødekapaicitet i hele destinationen er der i destinationen Lolland-Falster i gennemsnit 11 mødedeltagere pr. tilgængelige værelse. Det betyder, at 9 % af deltagerne vil kunne overnatte inden for destinationens grænser, forudsat at alle mødefaciliteter er fuldt udnyttet. Det ses, at det primært er i Guldborgsund Kommune, hvor det er svært at bibeholde mødedeltagende som overnattende erhvervsturister inden for kommunens grænser. Det er primært forårsaget af den store kapacitet hos Nykøbing Falster Hallerne.

Område	Ratio
Guldborgsund Kommune	3,5%
Lolland Kommune	15%
Visit Lolland-Falster	9%

Område	Antal deltagere pr. værelse
Guldborgsund Kommune	28
Lolland Kommune	6,5
Visit Lolland-Falster	11

Udbuddets konfiguration

Møde- og conferenceudbuddet i destinationen er præget af flere forskellige typer faciliteter og rammer. De største kapaciteter findes ikke på egentlige conferencecentre, men primært i multi- og sportshaller, hvilket kan begrænse attraktiviteten for internationale mødedeltagere, der ofte efterspørger specialiserede møde- og conferencefaciliteter. Til gengæld tilbyder destinationen en række unikke mødesteder på godser og slotte, som kan skabe særlige oplevelser og eksklusive rammer for mindre og mellemstore møder.

Projekt KØSTEN, der åbner i etaper fra 2026 til 2028, vil tilføre nye muligheder for at integrere natur, kultur og lokale oplevelser i mødeprogrammerne. Samtidig vil Femern-forbindelsen styrke destinationens tilgængelighed, især fra Centraleuropa, og gøre området til en vigtig korridor for både bil- og togtrafik mellem Skandinavien og resten af Europa.

Der arbejdes målrettet på at få flere overnatnings- samt møde- og konferencesteder på Lolland-Falster med i SKI-aftalerne. SKI-aftalerne har et stærkt fokus på bæredygtighed og kvalitet, hvilket sikrer, at mødeturister får adgang til professionelle og ansvarlige faciliteter. Det styrker områdets position som en tilgængelig og kvalitetsbevidst mødedestination, hvor offentlige aktører kan vælge med tryghed og fokus på grønne løsninger. Samtidig øger det synligheden for de deltagende overnatnings- og mødesteder over for offentlige indkøbere.

Der er generelt meget få certificerede møde- og overnatningssteder, hvilket betyder, at der bør være øget fokus på bæredygtighed og grøn profil for at imødekomme internationale krav og forventninger.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 2

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

Styrkepunkter:

- Destinationen råder over 39 møde- og konferencelokaler med en samlet kapacitet på op til 5.606 deltagere, hvilket gør det muligt at afholde både små og store arrangementer.
- Godser og slotte tilbyder særlige og eksklusive rammer for mindre og mellemstore møder, hvilket kan differentiere destinationen og tiltrække nichegrupper.
- Femern-forbindelsen vil styrke tilgængeligheden og oplevelsesværdien, især for internationale gæster fra Nordtyskland, Sydsverige og Centraleuropa.

Svagheder:

- De største kapaciteter findes i sportshaller og multifunktionelle faciliteter, hvilket kan virke mindre professionelt og attraktivt for internationale konferencer.
- Møde- og overnatningssteder er spredt over et stort område, hvilket kan medføre logistiske udfordringer og øgede transportomkostninger.
- Der er i gennemsnit 5,6 mødedeltagere pr. overnatningsværelse, hvilket betyder, at kun 18 % af deltagerne kan overnatte lokalt ved fuld udnyttelse af mødefaciliteterne (særligt påvirket af sammensætningen i Guldborgsund Kommune).

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:

- Energi- og vindmølleindustri
- Fødevarerproduktion
- Landbrugsteknologi
- Byggeri og infrastruktur

Af de adspurgte virksomheder er der seks ud af 24, som angiver, at de har mødeaktiviteter med international deltagelse. Herunder afholdes der både møder, konferencer og messer.

Flere af de adspurgte virksomheder peger på to gennemgående udfordringer i forhold til destinationens evne til at tiltrække nationale og internationale mødeturister. For det første opleves der en mangel på overnatningssteder med større kapacitet, hvor især muligheden for at samle mere end 100 overnattende gæster på ét sted efterspørges. For det andet fremhæves et behov for flere tilbud med fokus på bæredygtighed, herunder brug af lokale råvarer og grønne certificeringer.

Der er indhentet en forholdsvis begrænset mængde af udsagn omkring virksomhedernes internationale mødeaktivitet i den indledende kortlægning, som er udført af Visit Lolland Falster. På baggrund af de tilgængelige kortlægninger, hvor det i størstedelen af tilfældene ses, at der afholdes begivenheder med international deltagelse, antages det dog, at der eksisterer et væsentligt potentiale for det lokale erhvervsliv. Det skyldes virksomhedernes størrelse, aktivitetsniveau og branchetilknytning. Derfor anbefales det, at dette undersøges nærmere.

Nedenstående ses en tabel, der viser antal medarbejdere for de kortlagte virksomheder med adresse i destinationen. Her fremgår det, at 66 % af de 24 kortlagte virksomheder har en medarbejderbase på over 100 ansatte. Indsigterne i analysen om erhvervslivet har dermed et grundlag i mellemstore og store virksomheder og offentlige institutioner, som vurderes at have et betragteligt aktivitetsniveau, som kan afføde en efterspørgsel for både overnatningskapacitet samt møde- og conferencefaciliteter.

Lav: 1-49 medarbejdere	3
Mellem: 50-99 medarbejdere	5
Høj: + 100 medarbejdere	16

Modenhedsanalyse

Modenhedscore: 3

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	3
4: Stærkt erhvervsliv med brancheklynger og faglige miljøer	
5: Dynamisk erhvervsøkosystem med international tiltrækningskraft	

Styrkepunkter:

- Nogle relevante større virksomheder, som kan bidrage til efterspørgsel på møder, konferencer og erhvervsarrangementer.
- Seks virksomheder har allerede erfaring med at afholde møder, konferencer og messer med international deltagelse, hvilket viser et eksisterende aktivitetsniveau.

Svagheder:

- Virksomhederne efterspørger overnatningssteder med kapacitet til mere end 100 gæster samlet, hvilket begrænser mulighederne for større mødeaktiviteter
- Derudover nævnes det af erhvervslivet, at der er mangel på tilbud med grønne certificeringer og brug af lokale råvarer, hvilket kan være en barriere for internationale virksomheder med fokus på bæredygtighed og CSR.
- Den nuværende kortlægning giver kun et indledende billede og mangler dybdegående indsigt i erhvervslivets mødebehov. Hvilket kan vidne om et behov for stærkere samarbejde mellem destinationsselskabet, erhvervslivet og mødeaktører for at udnytte potentialet fuldt ud.

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 destinationen Lolland-Falster er der identificeret to vidensinstitutioner, som grundet deres forskningsaktiviteter og internationale relationer, vurderes til at have potentiale for at generere arrangementer med international deltagelse.

Living Lab Lolland-Falster (FIERS)

Living Lab Lolland-Falster, en del af FIERS og Region Sjælland, fungerer som en innovativ platform for test og udvikling af sundhedsteknologiske løsninger i et virkelighedsnært miljø. Projektet bygger på det omfattende studie med data fra over 19.000 borgere, hvilket giver en unik base for forskning og innovation inden for sundhed.

Med fokus på åben innovation samarbejder Living Lab med universiteter, forskningsinstitutioner, start-ups og internationale virksomheder. FIERS og Innohub en klar ambition om at tiltrække internationale life science- og medtech-virksomheder til regionen.^[14]

Living Lab Lolland-Falster har dermed et internationalt forskningspotentiale og er allerede involveret i samarbejder, der rækker ud over Danmarks grænser.

Museum Lolland-Falster

Museum Lolland-Falster har markeret sig som en aktiv forskningsinstitution med international rækkevidde. Med over 200 registrerede forskningspublikationer og deltagelse i seks projekter via Kulturministeriets forskningsportal, indgår museet i samarbejder på tværs af landegrænser.

Museet er en del af NORDMUS-netværket, et dansk-tysk samarbejde mellem museer og kulturarvsinstitutioner, og har bidraget til internationale publikationer i anerkendte tidsskrifter.^[15]

14. [Living Lab Lolland-Falster](#)

15. [About us | Museum Lolland-falster](#)

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 2

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

Styrkepunkter:

- Både Living Lab Lolland-Falster og Museum Lolland-Falster har etablerede internationale relationer og samarbejder, hvilket skaber faglig legitimitet og netværk, der kan tiltrække internationale deltagere.
- Living Lab arbejder aktivt med universiteter, start-ups og virksomheder, hvilket skaber en dynamisk platform for innovation og gør det attraktivt som vært for faglige events.

Svagheder:

- Lolland-Falster har ikke et stort universitet med internationalt renommé, hvilket ofte er en nøgelfaktor i tiltrækningen af større kongresser.
- Der kan være begrænsninger i forhold til conferencefaciliteter, overnatningskapacitet og transport, som kan hæmme tiltrækningen af større internationale møder
- Selvom der er internationale samarbejder, er regionens vidensinstitutioner ikke bredt kendt globalt, hvilket kan gøre det sværere at tiltrække deltagere uden stærke ambassadører.
- Der er få profiler med global faglig anerkendelse, som kan fungere som ambassadører og trække internationale arrangementer til regionen.
- Med kun to identificerede vidensinstitutioner er det samlede forskningsmiljø relativt lille, hvilket kan begrænse synergier og volumen af potentielle faglige events.

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
Natur	De smukke naturområder, herunder aktørerne i Smålandsfarvandet, som Fejøs vingårde, Vejro Resort, udgør stærke aktiver for Destination Lolland-Falster. Her tilbydes naturskønne rammer for møder, hvor lokale oplevelser og ro er i centrum. Områdets fokus på biodiversitet og grøn omstilling gør det særligt attraktivt for virksomheder med ESG-profil, og skaber mulighed for mødeformater med naturen som medspiller.	Møder Belønningsrejser Positionering
Historie	Middelaldercentret på Lolland-Falster kan fungere som et historisk oplevelsespunkt for mødeturister. Her får virksomheder mulighed for at kombinere møder med autentiske middelalderaktiviteter, rundvisninger og teambuilding i historiske rammer.	Møder Belønningsrejser
Kultur	Dodekalitten tilbyder en unik kunst- og naturoplevelse, hvor mødedeltagere kan inspireres af monumental granitskulptur og smuk udsigt. Destinationen byder også på stærke dyreoplevelser udover det sædvanlige. Knuthenborg Safaripark giver mulighed for at kombinere møder med eksotiske dyreoplevelser, safariture og teambuilding i unikke omgivelser. Krokodille Zoo, med Europas største samling af krokodiller og alligatorer, tilbyder spændende rundvisninger og formidling, der kan skabe uforglemmelige og anderledes pauser i mødeprogrammet.	Belønningsrejser Formidling

Udviklingsprojekter

Havnebyen i Nykøbing Falster er under udvikling med nye hotel- og ferielejligheder, kulturtilbud, havnebad og rekreative faciliteter, hvilket også styrker områdets attraktivitet for mødeturisme. Den kommende sammenhængende kystlinje med muligheder for cykling og vandring skaber ideelle rammer for aktive pauser og sociale aktiviteter i forbindelse med møder og konferencer. Kombinationen af byliv, natur og moderne faciliteter gør havneområdet til et attraktivt sted for virksomheder, der ønsker inspirerende og fleksible mødeoplevelser.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 2

0: Ingen nævneværdige oplevelser eller attraktioner	
1: Få og ikke relevante for mødeturisme	
2: Nogle oplevelser, men begrænset appel til mødedeltagere	2
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:

- Udbygningen af havneområdet i Nykøbing Falster med hoteller, kultur og rekreative muligheder kan øge områdets attraktivitet for internationale møder.
- Attraktioner som Knuthenborg Safaripark, Krokodille Zoo og Dodekalitten giver mulighed for anderledes og mindeværdige oplevelser, der kan integreres i mødeprogrammer.
- Smålandsfarvandet, Fejøs vingårde og Vejro Resort tilbyder naturskønne og rolige rammer, der appellerer til virksomheder med fokus på bæredygtighed og ESG.

Svagheder:

- Mange attraktioner er ikke kendt internationalt og kræver markedsføring for at tiltrække udenlandske virksomheder.
- Nogle oplevelser og attraktioner kan være svære at nå for internationale gæster uden bil eller direkte forbindelser.
- Nogle steder, især på øerne, har begrænset overnatnings- og mødefaciliteter til større internationale grupper.
- Flere oplevelser er vejrafhængige eller har begrænset åbningstid uden for højsæsonen.

Opsummering

Infrastruktur

Destination Lolland-Falster får styrket den internationale tilgængelighed med Femern Bælt-forbindelsen og den nye Storstrømsbro, som reducerer rejsetiden fra især Tyskland. Projekter som KØSTEN binder oplevelser og attraktioner bedre sammen og gør det lettere at planlægge inspirerende mødeprogrammer. Dog er afstanden til Københavns Lufthavn fortsat en udfordring, og manglen på større, centrale conferencecentre tæt på de nye forbindelser kan begrænse mulighederne for større internationale events på kort sigt.

Overnatningsudbud

Overnatningsudbuddet på Lolland-Falster rummer enkelte steder med stor mødekapacitet, og udbuddet spænder fra bynære til naturnære steder, men kapaciteten er generelt begrænset, og faciliteterne ligger spredt. Få steder har bæredygtigheds-certificeringer, og udbuddet domineres af mindre, lokale aktører, hvilket kan udfordre større, internationale arrangementer.

Møde- og conferenceudbud

Destinationen råder over et bredt udbud af møde- og conferencefaciliteter med kapacitet til både små og store arrangementer. Derudover findes der unikke rammer som godser og slotte, der tiltrækker nichegrupper med fokus på en særlig oplevelsesværdi. Femern-forbindelsen vil styrke tilgængeligheden, især for internationale gæster. Dog er udbuddet med stor kapacitet bestående af sportshaller og multifunktionelle faciliteter, som kan virke mindre attraktive for internationale konferencer. Derudover er faciliteterne geografisk spredt, og begrænset overnatningskapacitet skaber logistiske udfordringer ved større møder.

Erhvervsliv

Af de adspurgte virksomheder har flere allerede erfaring med internationale arrangementer, hvilket vidner om et eksisterende aktivitetsniveau og potentiale. Dog efterspørger flere virksomheder større overnatningskapacitet og flere grønne certificeringer, hvilket kan være en barriere for internationale virksomheder med fokus på bæredygtighed. Samtidig peger den nuværende kortlægning på behovet for et tættere samarbejde og dybere indsigt i erhvervslivets konkrete mødebehov for at udnytte potentialet fuldt ud.

Vidensinstitutioner

Vidensinstitutionerne på Lolland-Falster har etablerede internationale samarbejder og en tydelig faglig profil, særligt inden for sundhedsteknologi og kulturarv. Living Lab og Museum Lolland-Falster betragtes som mulige aktører til at tiltrække niche-prægede internationale møder. Dog begrænses deres gennemslagskraft af manglende universitetsinfrastruktur og lav global synlighed.

Oplevelser og attraktioner

Naturskønne områder som Smålandsfarvandet samt Vejrø Resort og Fejøs vingårde skaber attraktive rammer for møder med særlig oplevelsesværdi. Samtidig kan kultur- og dyreoplevelser, som Knuthenborg Safaripark, Krokodille Zoo og Dodekalitterne, bidrage med anderledes og mindeværdige indslag i mødeprogrammer. Udviklingen af havneområdet i Nykøbing Falster forventes også at bidrage til at skabe nye mødeoplevelser. Dog kræver international synlighed, transporttilgængelighed og kapacitet på visse lokationer fortsat udvikling for at imødekomme international mødeturisme, særligt ift. større grupper.

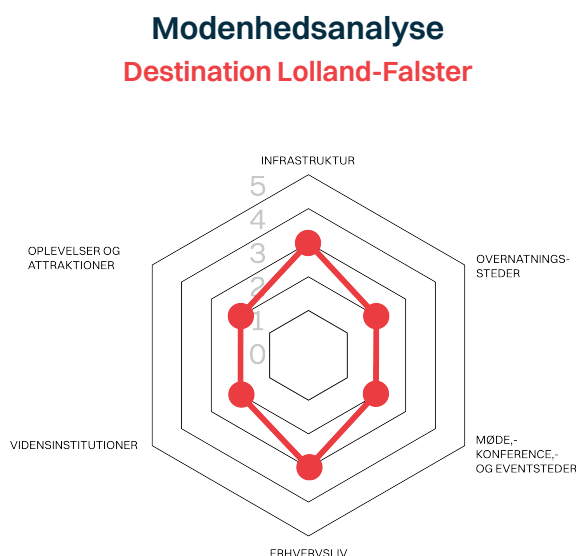




FOTO: BEST-Production

Markedspositionering

Efterspørgsels- og segmentanalyse

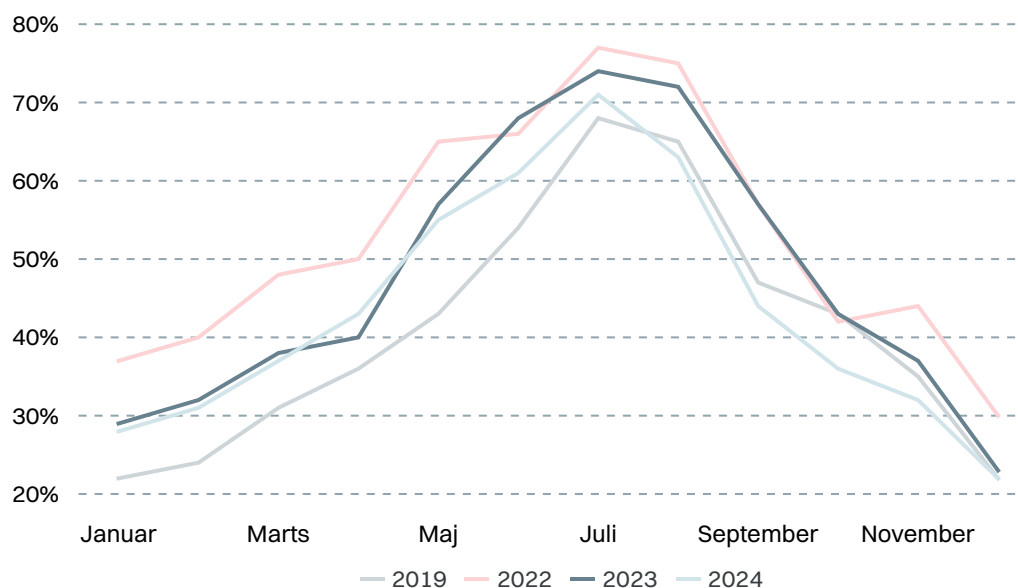
Destinationen Lolland-Falster har en primært leisure-båret efterspørgsel med højsæson fra maj til august. Corporate gruppeovernatninger udgør kun 9 % af det samlede overnatningsgrundlag, men er steget med 6 % fra 2017 til 2024 og viser en stærk post-COVID vækst med 43 % årlig stigning siden 2022. Størstedelen af corporate gruppeovernatningerne sker på Lolland, som fortsat domineres af ferieturisme.

Efterspørgselsanalyse: Hoteller

Efterspørgselsanalysen viser kapacitetsudnyttelsen for hoteller i destinationen og giver et indblik i, hvordan efterspørgslen i forbindelse med mødeturisme fordeler sig over året.

Det fremgår af kapacitetsudnyttelsen over året, at efterspørgslen er størst fra maj til august, hvor juli opnår den højeste kapacitetsudnyttelse. Et sådant mønster for kapacitetsudnyttelse er typisk for et marked, hvor efterspørgslen primært kommer fra leisure-segmentet og i mindre grad fra corporate-segmentet.

Kapacitetsudnyttelse



Segmentfordeling: Hoteller

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.

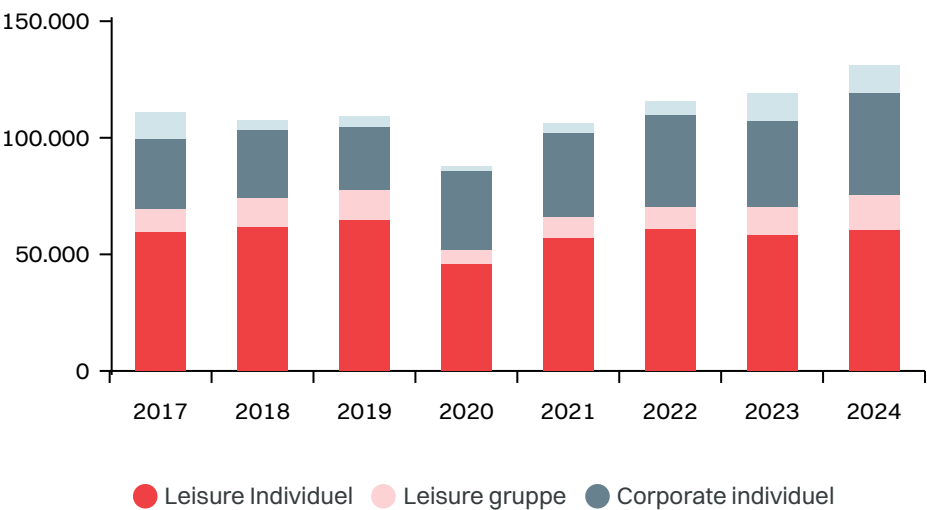
Nedenstående tabel viser, at antallet af corporate gruppe-overnatninger i destinationen stiger fra 11.223 i 2017 til 11.935 i 2024, en stigning svarende til 6 % for perioden. Der ses dog en væsentlig nedgang i corporate gruppe-overnatningerne allerede i 2018, som svækkes yderligere i COVID-19 perioden frem til 2022. Herefter kommer der en stærk stigning fra 2022 til 2023. Betragtes perioden fra 2022 til 2024, altså tiden efter efterspørgslen mere eller mindre er normaliseret efter COVID-19, ses en gennemsnitligt årlig stigning (CAGR) på 43 %.

SEGMENTFORDELING - Visit Lolland-Falster										
										Udv. 2022-2024
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Leisure	Individuel	59.655	61.788	64.875	45.764	57.196	61.041	58.446	60.830	-211
	Gruppe	9.994	12.301	12.901	6.326	8.841	9.435	11.857	14.623	5.188
Corporate	Individuel	29.989	29.381	26.827	33.604	36.237	39.299	36.967	43.729	4.430
	Gruppe	11.223	4.024	4.465	2.024	3.904	5.846	11.801	11.935	6.089
Andre		196	626	1.445	458	1.051	569	553	554	-15
Total		111.057	108.120	110.513	88.176	107.229	116.190	119.624	131.671	20.614
										6%

Kilde: VisitDenmark 2025

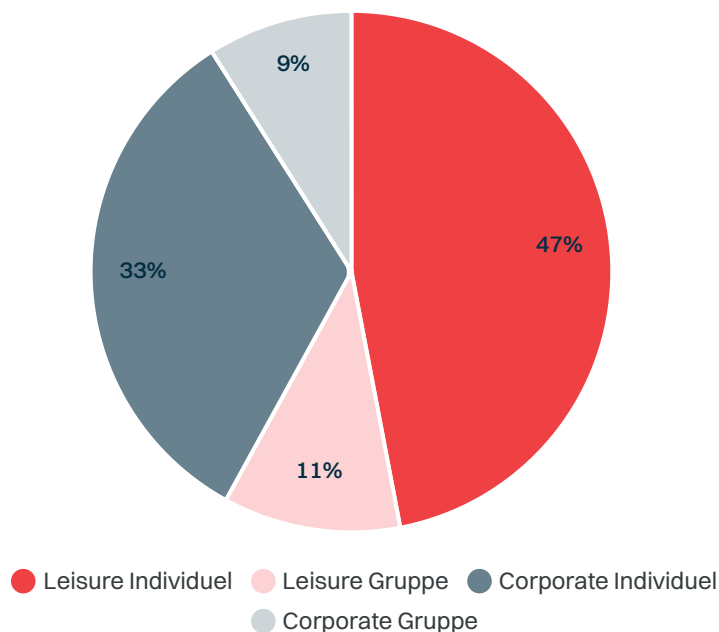
*CAGR= Compound Annual Growth Rate (år til år)

Visit Lolland-Falster

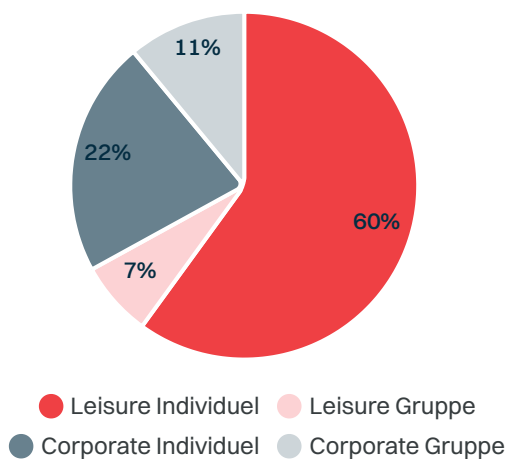


Destination Lolland-Falster er et område præget af en mindre del af erhvervsturisme gruppemæssigt. Helt præcist udgør corporate gruppe 9 % af destinationens samlede overnatningsgrundlag, hvor klart størstedelen overnatter på Lolland (9.700 ud af 11.900). Dette hænger sammen med Lollands omdømme som kendt feriemål med blandt andet Knuthenborg Safaripark og tæt afstand til både natur og kyst.

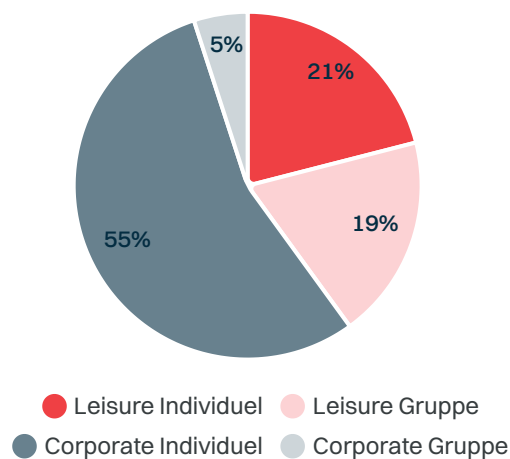
2024 - Visit Lolland-Falster



2024 - Lolland



2024 - Guldborgsund



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

- En attraktiv natur med lang kyststrækning
- Et fordelagtigt prisniveau
- Unikke mødesteder
- Høj gæstetilfredshed

Svagheder

- Lang afstand til international lufthavn
- Flere overnatningssteder ligger afsides fra den centrale infrastruktur
- Stor geografisk spredning
- Mangel på større professionelle konferencesteder
- Få certificerede udbydere
- Få internationale og kendte brands
- Høj belægning i sommersæsonen
- Lav kendskabsgrad blandt nationale professionelle mødeplanlæggere

Muligheder

- Styrket tilgængelighed via Femern Bælt-forbindelsen
- En central placering i "Femern-regionen"
- Styrket positionering gennem projekt "KØSTEN"
- Samlet markedsføringsindsats for Sjælland målrettet møde- og erhvervsturisme
- Det høje aktivitetsniveau af sportsbegivenheder kan udnyttes til afledte mødeaktiviteter

Trusler

- Manglende tilpasning til den internationale mødeturisme før Femern forbindelsen åbner

Styrker

En attraktiv natur med lang kyststrækning

Destinationen byder på enestående natur langs en lang og varieret kystlinje. Den kommende 60 km oplevelsesrute KØSTEN åbner for unikke naturoplevelser, kunst, kultur og lokale smagsindtryk, ideelt til aktive pauser og sociale aktiviteter i møde- og konferenceforløb. Dekalitten og de naturskønne områder i Smålandsfarvandet, herunder Fejøs vingårde og Vejro Resort, tilbyder inspirerende rammer med fokus på ro, biodiversitet og grøn omstilling, særligt attraktivt for virksomheder med ESG-profil.

Et fordelagtigt prisniveau

Destination Lolland-Falster tilbyder et lavere og stabilt prisniveau end øvrige MeetDenmark-destinationer. De konkurrencedygtige værelses- og konferencedøgnpriser gør det lettere at budgettere for mødeplanlæggere, og det giver destinationen et klart økonomisk konkurrenceparameter.

Unikke mødesteder

Destinationen rummer særlige mødesteder på godser og slotte, som tilbyder mindeværdige rammer og tiltrækker nichegrupper, der søger en helt særlig oplevelsesværdi eller eksklusive rammer.

Høj gæstetilfredshed

Destinationen ligger over MeetDenmarks gennemsnit for både mødeovernatningssteder og venues, hvilket tydeligt viser, at udbuddet lever op til, og ofte overgår, gæsternes forventninger.

Svagheder

Høj afstand til international lufthavn

Afstanden til Københavns Lufthavn er relativt lang for både overnatnings- og mødeudbuddet på Lolland-Falster, hvilket kan udfordre tilgængeligheden for internationale mødeturister og gøre destinationen mindre attraktiv end steder med kortere transporttid.

Flere overnatningssteder ligger afsides fra den centrale infrastruktur

Overnatningsudbuddet er geografisk spredt, flere er beliggende uden for de større byer, hvilket kan skabe logistiske udfordringer ved større arrangementer. Deltagerne må ofte fordeles på flere lokationer med betydelig afstand imellem, og det kan gøre planlægningen mere kompleks og øge omkostningerne for arrangørerne.

Stor geografisk spredning

Der er en relativt stor geografisk spredning i udbuddet, hvilket kan besværliggøre transport og medføre en forøget koordinering. Ligeledes kan dette øge omkostningerne for arrangørerne.

Mangel på større professionelle konferencesteder

Udbuddet af større kapaciteter består primært af sportshaller og multifunktionelle faciliteter, som ofte fremstår mindre attraktive for internationale konferencer.

Få certificerede udbydere

Det lokale erhverv efterspørger flere udbydere med tydelige og troværdige bæredygtighedscertificeringer. Samtidig prioriterer især det tyske marked bæredygtighed højt, hvilket understreger behovet for at styrke området yderligere, da kun få steder i dag er certificerede.

Få internationale og kendte brands

Udbuddet domineres af mindre, lokale aktører, hvilket kan være en barriere for internationale arrangører, der ofte kan foretrække kendte brands og standardiserede services.

Høj belægning i sommersæsonen

Efterspørgslen topper fra maj til august, hvilket afspejler et marked domineret af feriegæster frem for erhvervsturisme. Lolland-Falsters profil som etableret feriedestination betyder, at erhvervsturismen udgør en mindre del af det samlede besøg og dermed reducerer kapaciteten til mødeaktiviteter.

Lav kendskabsgrad blandt nationale professionelle mødeplanlæggere

For destinationen Lolland-Falster er der ud af de 17 adspurgte nationale professionelle mødeplanlæggere kun to, som nævner, at de har "godt kendskab" til destinationen og dets udbud. Derimod svarer seks, at de har "begrænset kendskab" og ni, at de slet "intet kendskab" har til destinationen og dets udbud. Derudover er der ingen af de 17 professionelle mødeplanlæggere, som har afholdt/planlagt arrangementer med international deltagelse i destinationen. Synligheden for destinationen må derfor konkluderes til at være utilfredsstillende

Muligheder

Styrket tilgængelighed via Femern Bælt-forbindelsen

Femern Bælt-projektet vil på sigt styrke tilgængeligheden og øge tiltrækningen fra især det nordtyske marked, hvilket åbner nye muligheder for destinationen Lolland-Falster.

Central placering i "Femern-regionen"

Åbningen af Femern-tunnelen forventes at øge tilstrømningen af tyske gæster, med et ønske om mødeaktiviteter tæt på grænsen. Den nye direkte forbindelse til Centraleuropa styrker destinationens potentiale for international turisme og møder. Samtidig bidrager den kommende Storstrømsbro til en mere effektiv infrastruktur mellem Skandinavien og Centraleuropa.

Styrket positionering gennem Projekt "KØSTEN"

Projekt KØSTEN, som åbner i etaper fra 2026 til 2028, tilfører nye muligheder for at integrere natur, kultur og lokale oplevelser i mødeprogrammer. Ruten kombinerer naturoplevelser, kunst, lydfortællinger og gastronomi og skaber dermed stærke rammer for unikke møde- og conferenceformater.

Samlet markedsføringsindsats for Sjælland målrettet møde- og erhvervsturisme

Grundet beliggenheden for destinationen og nærhed til hovedstaden og de øvrige destinationer på Sjælland ses et potentiale i en fælles markedsføring, der kan formidle en stærk fortælling om hele regionens muligheder og identitet.

Trusler

Manglende tilpasning til den internationale mødeturisme før Femern-forbindelsen åbner

Da det nuværende udbud endnu ikke fremstår som en samlet og konceptuelt stærk løsning, kan tyske erhvervsturister finde nærliggende, mere veletablerede destinationer mere attraktive. Den begrænsede kapacitet, fraværet af større professionelle mødesteder og den spredte overnatningsstruktur kan desuden få internationale mødeturister til at vælge andre steder, når Femern-forbindelsen åbner.

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 Udbuddet og kapaciteten kan imødekomme et behov for mindre og mellemstore møder eller konferencer, hvor den primære transportform er bil eller bus, eventuelt kombineret med tog.

Kapacitet: Mindre til mellemstore mødeaktiviteter med 50-250 deltagere.

Potentiale: Hvis unikke mødesteder som godser og slotte markedsføres, og der samtidig sættes fokus på bæredygtighed, lokale råvarer m.v., kan potentialet være betydeligt, og særligt med en målrettet indsats mod det tyske marked.

2.

Belønningsrejser er et attraktivt produkt for destinationen og særligt med etableringen af "KØSTEN" samt de unikke overnatningssteder på godser.

Kapacitet: Mindre til mellemstore mødeaktiviteter med 10-50 deltagere.

Potentiale: Der er et betydeligt potentiale for belønningsrejser, teambuilding og workshops på venues med særlig oplevelsesværdi, og gerne med inddragelse af naturomgivelser. Indsatsen bør især målrettes det tyske marked.

3.

Messer & Udstillinger-segmentet kan med fordel undersøges nærmere for at afdække potentialet for mindre temabaserede messer, eksempelvis inden for grøn energi og ESG og særligt målrettet det nordtyske marked i forbindelse med åbningen af Femern-forbindelsen.

Potentiale: Dette bør undersøges nærmere, da potentialet på nuværende tidspunkt er ukendt.

4.

Kongresser vurderes ikke som relevante, da der mangler faciliteter og et udbud, som kan tiltrække internationale mødeturister.

Potentiale: Bør ikke prioriteres.

Anbefalinger

Anbefalingerne til Destination Lolland-Falster 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.

Øget synlighed på det tyske marked

Fokusområde

- Fokus bør rettes mod det tyske marked, og der bør opbygges en solid forståelse og behov fra de relevante brancher inden for energi, fødevarer og landbrugsteknologi.
- Derudover vil det være værdifuldt at etablere stærke relationer til tyske mødeplanlæggere, så de får et klart indblik i, hvad Lolland-Falster kan tilbyde.

Handling

- Udarbejdelse af en kortlægning af de brancherelevante virksomheder i Tyskland for identificering af relevante segmenter.
- Etablering af relationer og for eksempel Fam-trips for de tyske mødeplanlæggere.

Programmering af udbuddet for møder med særlige oplevelser

Fokusområde

- Der er en særlig position i markedet omkring særlige mødeoplevelser på godser og slotte, og dette kan udnyttes i en kombination med bæredygtige lokale råvarer
- Fokus bør rettes mod at tiltrække flere mindre møder og konferencer, særligt i perioden uden for sommersæsonen.

Handling

- Pakkeløsninger og aktivitetsforslag, hvor alt fra transport, bagagehåndtering, overnatning og aktiviteter defineres og prissættes.
- Planlægning af Fam-trips med henblik på at uddanne DMC'ere i destinationens særegen, kultur og historie.

Forenkle og synliggøre mulighederne for belønningsrejser

Fokusområde

- Destinationens naturomgivelser tilbyder særlige muligheder for mindre grupper på belønningsrejser og team-building-ophold.
- Dette segment kan sprede efterspørgslen til de ydre beliggenheder i destinationen samt i skuldersæsonerne.

Handling

- Produktudvikling målrettet belønningsrejser samt udarbejdelse af et inspirationskatalog med stærke fortællinger med udgangspunkt i naturoplevelserne og kulturen.
- Planlægning af Fam-trips for øget kendskabsgrad til de unikke oplevelser og naturen.
- Pakkeløsninger, hvor alt fra transport, bagagehåndtering, overnatning og aktivitet defineres og prissættes.

Samarbejde med øvrige destinationer og klynger

Fokusområde

- Grundet beliggenheden i nærhed til de øvrige sjællandske destinationer ses et potentiale i en fælles markedsføring.
- Sammen med de væsentligste erhverv kan der igangsættes et samarbejde med andre klynger i Danmark i forhold til særligt agro-industrien.

Handling

- Igangsættelse af en fælles branding for en yderligere styrket position for både destinationen og hele Sjælland.
- Etablering af netværk for en struktureret planlægning af potentiel international mødeturisme i samarbejde med for eksempel områder som Møn, Viborg, Silkeborg og Djursland.

En undersøgelse af potentialet for messer og udstillinger efter åbningen af Femern Bælt-forbindelsen

Fokusområde

- Det nordtyske marked er beliggende i umiddelbar nærhed efter åbningen af Femern Bælt-forbindelsen.

Dette kan udnyttes i tiltrækningen af messer og udstillinger særligt indenfor agro-industrien.

Handling

- I samarbejde med de væsentligste aktører fra erhvervslivet undersøges det fremadrettede potentiale fra det nordtyske marked
- Der kan igangsættes et samarbejde med andre destinationer med klynger indenfor agro-industrien. Disse områder kan være Møn, Viborg, Silkeborg og Djursland.

Certificeringer som et konkurrenceparameter

Fokusområde

- Fra det lokale erhverv efterspørges flere udbydere med tydelige og troværdige bæredygtighedscertificeringer.
- Tyske turister prioriterer generelt bæredygtighed højt, hvilket understreger behovet for at styrke dette område yderligere.

Handling

- Der etableres en fælles koordinering og et styrket samarbejde om certificering af udbuddet på Destination Lolland-Falster, suppleret af fælles support til aktørerne i selve certificeringsarbejdet.

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 (Feb)	Min. pris (Sept)	Max.Pris (Feb.)	Max. pris (Sept)	Konference- døgn	Maksimal prisvariation
Danhostel Sakskøbing/- Sakskøbing Hallen	Guldborgsund kommune	525kr.	525 kr.	525 kr.	525 kr.	1.080 kr.	- kr.
Fuglsang Herregaard	Guldborgsund kommune	787kr.	871 kr.	805 kr.	871 kr.	2.275 kr.	84 kr.
Hotel Falster	Guldborgsund kommune	925kr.	925 kr.	925 kr.	925 kr.	1.360 kr.	- kr.
Hotel Nørrevang	Guldborgsund kommune	945kr.	1.180 kr.	1.000 kr.	2.346 kr.	2.240 kr.	1.401 kr.
Hotel Saxkjøbing	Guldborgsund kommune	1.395 kr.	731 kr.	1.395 kr.	851 kr.	2.125 kr.	544 kr.
Ny Kristinebjerg Gods	Guldborgsund kommune					40.000 kr.	
Vesterskoven Nykøbing F. Vandrerhjem	Guldborgsund kommune	695kr.	695 kr.	695 kr.	695 kr.	1.245 kr.	- kr.
Aiden by Best Western Lolland (herunder Factory Lodge)	Lolland kommune	995kr.	995 kr.	995 kr.	995 kr.		- kr.
Bandholm Badehotel	Lolland kommune	855kr.	684 kr.	855 kr.	864 kr.	2.290 kr.	9 kr.
Christianssæde	Lolland kommune	500kr.	500 kr.	500 kr.	500 kr.	1.795 kr.	- kr.
Dalvang/Lolland Bryghus	Lolland kommune						
Danhostel Maribo/Maribo Hallerne	Lolland kommune	645kr.	645 kr.	645 kr.	645 kr.		- kr.
Den gamle Digegaard	Lolland kommune	895kr.	895 kr.	895 kr.	895 kr.	1.195 kr.	- kr.
Femø Kro	Lolland kommune	840kr.	840 kr.	840 kr.	840 kr.	1.665 kr.	- kr.
Frederiksminde Stay	Lolland kommune					10.000 kr.	
Gorvanns Minde	Lolland kommune	350kr.	350 kr.	350 kr.	350 kr.		- kr.
Hages Badehotel	Lolland kommune	795kr.	745 kr.	805 kr.	1.150 kr.	1.695 kr.	355 kr.
Harmonien Park Hotel tidl. Møllecentret(plejehjem)	Lolland kommune	1.165 kr.	1.165 kr.	1.165 kr.	1.165 kr.	35.000 kr.	- kr.
Hotel Harmonien	Lolland kommune	795kr.	895 kr.	795 kr.	895 kr.	5.000 kr.	100 kr.

Hotel Skovridergaarden	Lolland kommune	1.195 kr.	1.195 kr.	1.195 kr.	1.195 kr.	1.645 kr.	- kr.
Knuthenborg	Lolland kommune						
Lungholm	Lolland kommune						
Milling Hotel Søpark	Lolland kommune	944kr.	989 kr.	944 kr.	989 kr.	1.625 kr.	45 kr.
Pederstrup B&B	Lolland kommune	520kr.	588 kr.	520 kr.	588 kr.		68 kr.
Vejrø Resorts	Lolland kommune	2.495 kr.	2.495 kr.	2.495kr.	2.495 kr.	5.500 kr.	- kr.
Vindeholme Slot	Lolland kommune					16.500 kr.	
Gennemsnitspris		880 kr.	901 kr.	917 kr.	1.016 kr.	1.942kr.	130 kr.

Bilag 3: Prissætning for møde- og konferencesteder

Møde- og konferencested	Kommune	Pakkepris for dagsmøde (Pris pr. deltager)	Min. Lokaleleje (Pris pr. deltager)	Max. Lokaleleje (Pris pr. deltager)
Falster Golfklub	Guldborgsund kommune			
Galleri Syd	Guldborgsund kommune	595 kr.		
Guldbosund	Guldborgsund kommune	731 kr.	1.500 kr.	2.500 kr.
Krenkerup Bryggeri og Slot	Guldborgsund kommune			
KUMUS Fuglsang Kunstmuseum	Guldborgsund kommune		2.000 kr.	8.000 kr.
Markedshallen, Nykøbing	Guldborgsund kommune			
Middelaldercentret	Guldborgsund kommune			
Nykøbing Falster Hallerne	Guldborgsund kommune		250 kr.	
Oreby Kro	Guldborgsund kommune			
Restaurant Sukkertoppen	Guldborgsund kommune	565 kr.		
Bangs Have	Lolland Kommune			
Engestofte	Lolland Kommune	975 kr.	225 kr.	225 kr.
Frederiksdal Gods	Lolland Kommune			
Halsted Kloster (Dr. Sophies Hus)	Lolland Kommune			
Lalandia Rødby	Lolland Kommune	575 kr.	1.000 kr.	1.500 kr.
Pederstrup Gods (Rewentlow Museet)	Lolland Kommune			
Søllestedgaard - Brassieriet	Lolland Kommune			
Gennemsnit		688 kr.	995 kr.	3.056 kr.