



Markeds- og potentialeanalyse
for international mødeturisme

Frederikshavn Kommune

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	23
Møde- og konferenceudbud	26
Erhvervsliv	29
Vidensinstitutioner	31
Oplevelser og attraktioner	32
Opsummering	34
Markedspositionering	35
Efterspørgsels- og segmentanalyse	35
SWOT-analyse	38
Mødesegmenter	40
Anbefalinger	41
Bilag	43



Introduktion & Læsevejledning

Markeds- og potentialeanalysen har til formål at skabe indsigt i de lokale markedsforhold og udbud i Frederikshavn Kommune med relevans for arbejdet med tiltrækning af international mødeturisme. Destination Nord har valgt at fokusere på Frederikshavn med henblik på at undersøge, hvordan denne del af destinationen i højere grad kan inddrages i arbejdet med erhvervs- og 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 destinationselskabets egen kortlægning, desk research og aktørinput, udformet gennem lokal sparring med det respektive destinationselskab.

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:

Destination Nord har arbejdet med at afdække markedspotentialet for møde- og erhvervsturisme i Frederikshavn Kommune (Sæby, Frederikshavn og Skagen). Formålet er at sikre en langsigtet, bæredygtig vækst i erhvervstourismen, styrke Frederikshavns brand og bidrage til lokal økonomisk udvikling gennem øget synlighed, flere konferencer og events, stærkere samarbejder og målbare resultater.

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 uden for de danske storbyer 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 arrangementer 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.

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:

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 og tilgængelighed	Gode transportforbindelser (vej, tog, lufthavn) gør det nemt for mødedeltagere at ankomme og komme rundt, hvilket er afgørende for tilgængelighed, logistik, koordinering og omkostningsniveau.
Overnatningsudbud	Et varieret overnatningstilbud med stor kapacitet sikrer, at både små og store grupper kan indkvarteres komfortabelt og tæt på mødestederne.
Møde- og konferenceudbud (Venues)	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 markedsstiledelse 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 og attraktioner	Sociale aktiviteter, shopping, kultur og gastronomi øger destinationens samlede positionering og tiltrækningskraft og kan bidrage til at gøre destinationen mere attraktiv for både arrangører og deltagere.

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

Modenhedsanalyse

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

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

Markedskrav fra mødeplanlæggere

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

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

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

Efterspørgsels- og segmentanalyse

Udover destinationens kortlægning er der indhentet øvrige relevante markedsoplysning-er 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

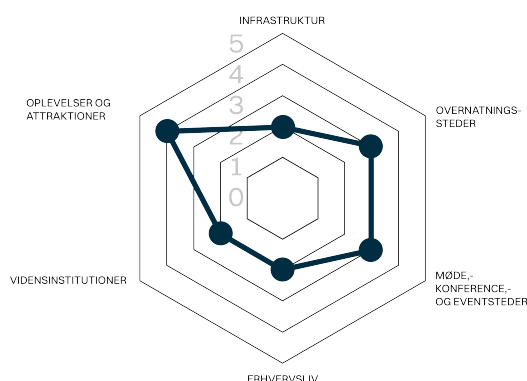
Med afsæt i de indsamlede indsigter fra markedsanalysen er der udarbejdet en SWOT-analyse, som ved at fremhæve destinationens styrker, svagheder, muligheder og trusler, identificerer, hvor potentialet ligger for destinationens fremadrettede arbejde med international mødeturisme. Dette potentiale danner 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.



Executive Summary

Frederikshavn Kommunes modenhedsanalyse ser således ud.



Kombineret med rapportens SWOT-analyse fremstår Frederikshavn Kommune (Frederikshavn, Skagen og Sæby) som en tilgængelig og oplevelsesstærk mødedestination med klar profil mod Skandinavien. Med færgeforbindelser til Oslo og Göteborg, stærke maritime og forsvarsrelaterede fagmiljøer samt signaturvenues som Arena Nord, har kommunen et solidt udgangspunkt for at tiltrække mindre og mellemstore internationale møder, konferencer og belønningsrejser.

Analysen viser, at Frederikshavn Kommune råder over:

- **Et samlet udbud på 1.374 værelser** fordelt på 23 overnatningssteder. En stor del af kapaciteten er nyligt renoveret.
- **Møde- og conferencefaciliteter** med 32 lokaler og en maks. kapacitet på over 2.500 deltagere (over 5.000 deltagere inklusive mødefaciliteter på overnatningssteder).
- **God adkomst for bil og færge** – ca. 45 min. i bil fra Aalborg Lufthavn til Frederikshavn og direkte færger til Sverige, der åbner for nordiske deltagere.
- **Bæredygtighed på vej** – 10 ud af 23 overnatningssteder har Green Key.
- **Faglige styrker i maritime erhverv og Forsvaret** (flådestation, kommende flådeskibsbyggeri) samt MARTEC med internationale samarbejder og certificerede uddannelser.

Der er dog udfordringer, som kræver strategisk indsats: lang rejsetid med offentlig transport fra Aalborg Lufthavn, begrænset overnatningskapacitet ved meget store events, spredt udbud på tværs af byerne og få vidensinstitutioner ud over MARTEC. Disse forhold kan afhjælpes gennem koordineret logistik, kapacitetsmatch mellem venues og hoteller samt målrettet branding mod udvalgte markeder.

Samlet set vurderes potentialet størst inden for møder og konferencer (50-400 deltagere) samt belønningsrejser (10-50 deltagere) – med Skagen som stærk oplevelsesdriver. Messer vurderes mulige i mindre til mellemstor skala i Frederikshavn, mens kongresser vurderes sekundære pga. begrænset universitets- og hospitalsinfrastruktur.

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

Udnytte styrkepositionen som nordisk og maritim mødedestination

- Positionere kommunen som Skandinaviens nærmeste mødepunkt med færger, stærke maritime kompetencer og Arena Nord som løftestang.

Styrke samarbejdet med erhvervsliv og MARTEC

- Etablere netværk/ambassadørkorps på tværs af Forsvaret, værfter, leverandører og MARTEC.
- Udarbejde bids og tematiske formater (fx forsvar, sikkerhed, grøn skibsfart, offshore).

Optimere kapacitetsudnyttelse og logistik

- Matchmaking mellem venues og hoteller på tværs af byerne samt shuttle-aftaler fra lufthavn/færger.
- Udarbejde rejse- og køreplaner (one-pager) til use-case scenarier for internationale grupper.

Øge synligheden i de nordiske markeder

- Målrettede kampagner og fam-trips med fokus på Skagen som incentive-fyrtårn og Frederikshavn som konferencehub.
- Aktivere nordiske partnere og færgerederier i salgsindsatser.

Udvikle nye mødeprodukter og oplevelsesbaserede koncepter

- Pakker, der integrerer Skagens natur, kultur og kulinariske fortællinger (også skuldærsæson).
- Maritime temapakker (facility tours, casebesøg, sustainability-aktiviteter som strandrensning).



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 m.m.^[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 spørge-ramme, men de dybdegående interviews har givet mulighed for mere begrundelse og baggrundsviden. De nedenstående indsigter tager udgangspunkt i respondenternes erfaringer og markedssindsigter – både generelt om international mødeturisme og i enkelte spørgsmål mere konkret om det danske udbud samt individuelle destinationer.

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

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

Afgørende faktorer for valg af mødedestination

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

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

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

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

Sådanne bagvedliggende behov kan bl.a. udspringe af:

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

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

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

Udbud og kvalitet af mødefaciliteter samt overnatningssteder

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

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

”

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

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

Prisniveau

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

”

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

”

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

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

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

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

Infrastrukturelle forhold

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

”

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

”

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

”

Valget træffes ud fra pris og infrastruktur – Professionel mødeplanlægger Tyskland

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

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

Trends og tendenser som påvirker efterspørgslen

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

Stigende:

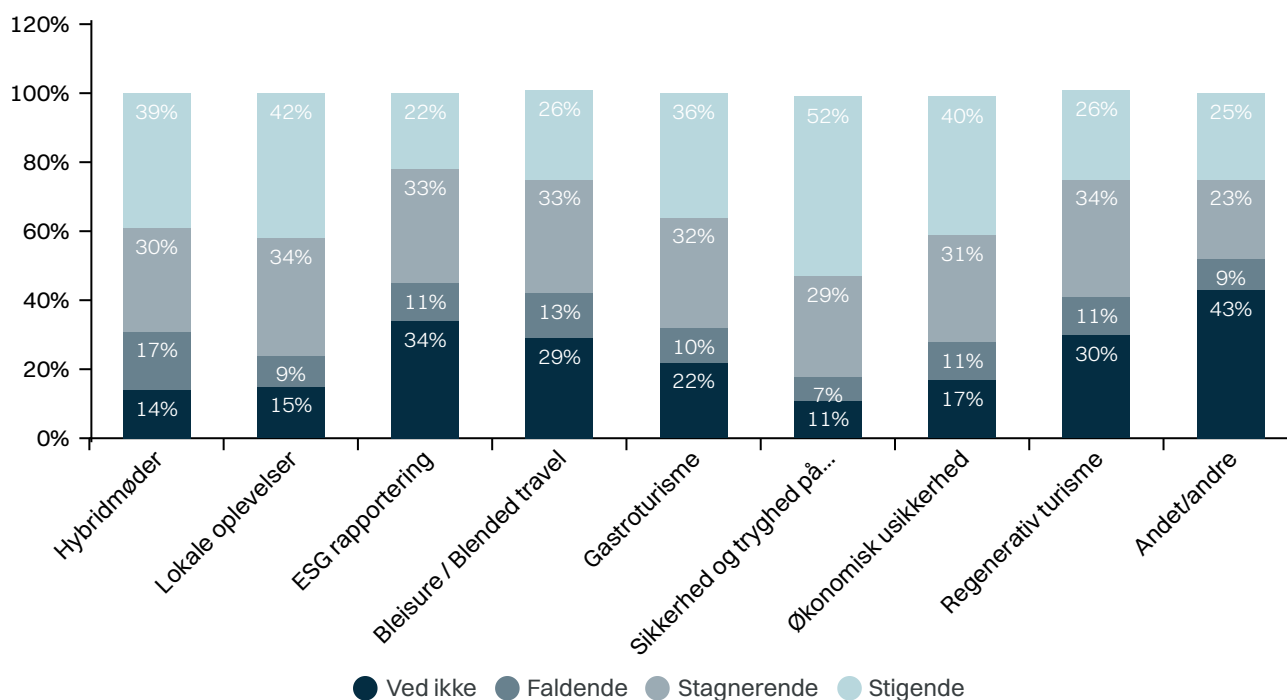
Sikkerhed og tryghed fremhæves samlet set som den mest voksende tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Helt konkret markerer 356 ud af 743 respondenter, at behovet er stigende. Tendensen afspejler, at destinationen vurderes ud fra landets politiske og økonomiske stabilitet samt ud fra,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

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

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

Faldende:

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



N = 743

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

International efterspørgsel på bæredygtighed

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

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

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

”

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

”

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

Det er uklart, hvad denne kontrast mellem de internationale mødeplanlæggers 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

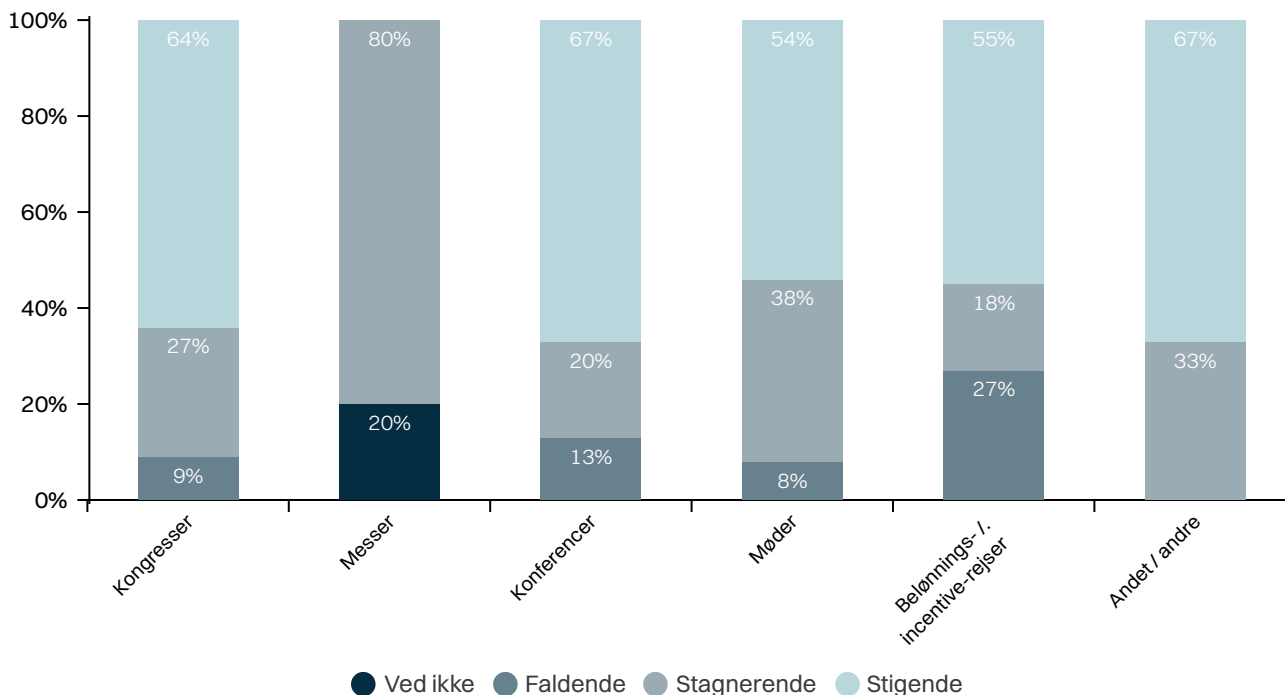
Udvikling i efterspørgslen

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 (lyseblå), stagnerende (grå), faldende (mørkegrå), stærkt faldende (rød).

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

Brancher

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

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

N = 468

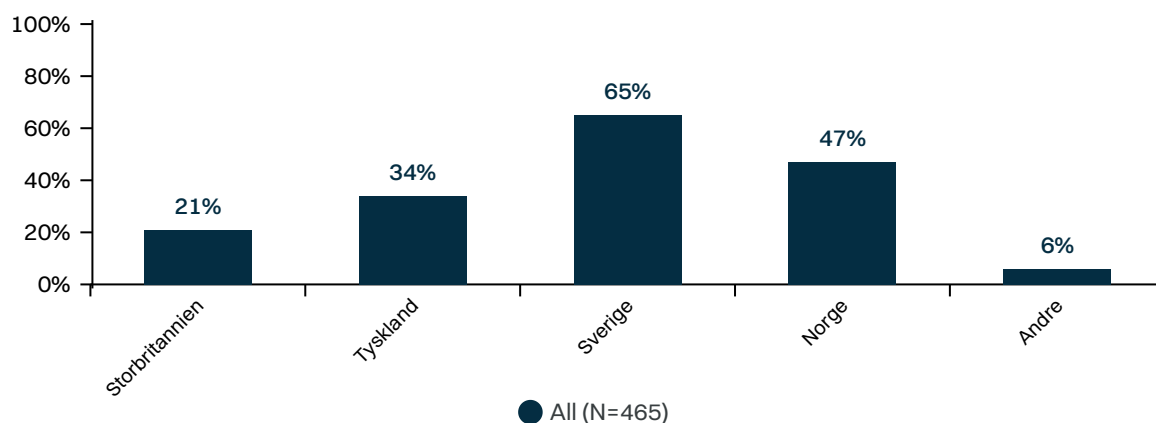
Internationale markeder

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

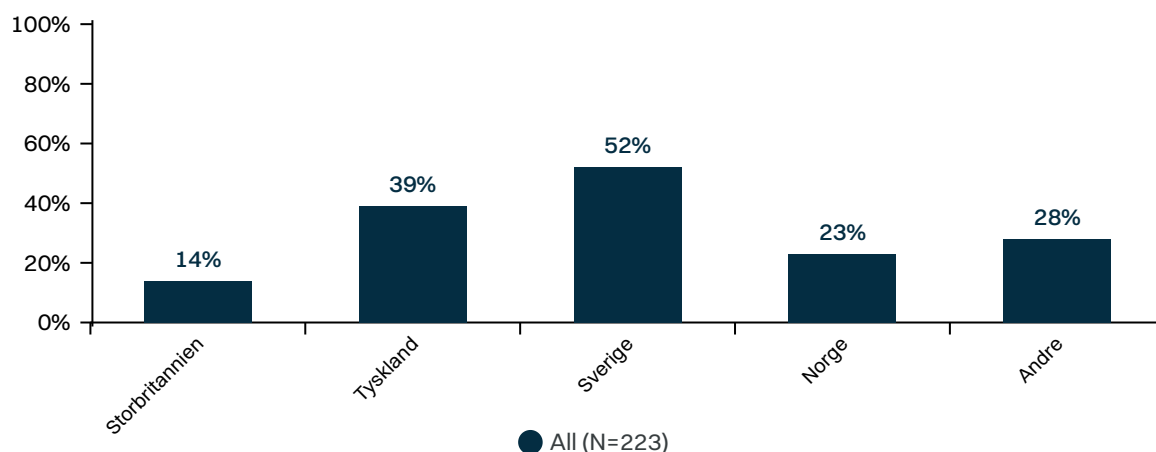
Kilde: Q11 - Hvilke internationale markeder(lande) oplever I efterspørgsel til Danmark fra?

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

Internationale professionelle og interne mødeplanlæggere



Nationale professionelle og interne mødeplanlæggere



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

Destinationens synlighed i mødemarkedet

Kendskabet til danske mødedestinationer varierer betydeligt blandt nationale professionelle mødeplanlæggere.

I spørgeundersøgelsen er der spurgt til den samlede Destination Nord, hvilket antages at påvirke svarene i en mere positiv retning, end hvis der var blevet spurgt specifikt til Frederikshavn Kommune. For Destination Nord gælder det, at blandt de 17 adspurgte nationale, professionelle mødeplanlæggere nævner seks, at de har et "godt kendskab" til destinationen og dens udbud. Derimod svarer syv, at de har et "begrænset kendskab", og fire, at de slet "intet kendskab" har til destinationen og dens udbud. Ingen af mødeplanlæggerne angiver, at de har indgående kendskab til destinationen og dens udbud.

Af de 17 nationale professionelle mødeplanlæggere har tre afholdt/planlagt arrangementer med international deltagelse i destinationen. Det er dog ikke afklaret, hvor mange der har afholdt i Frederikshavn Kommune

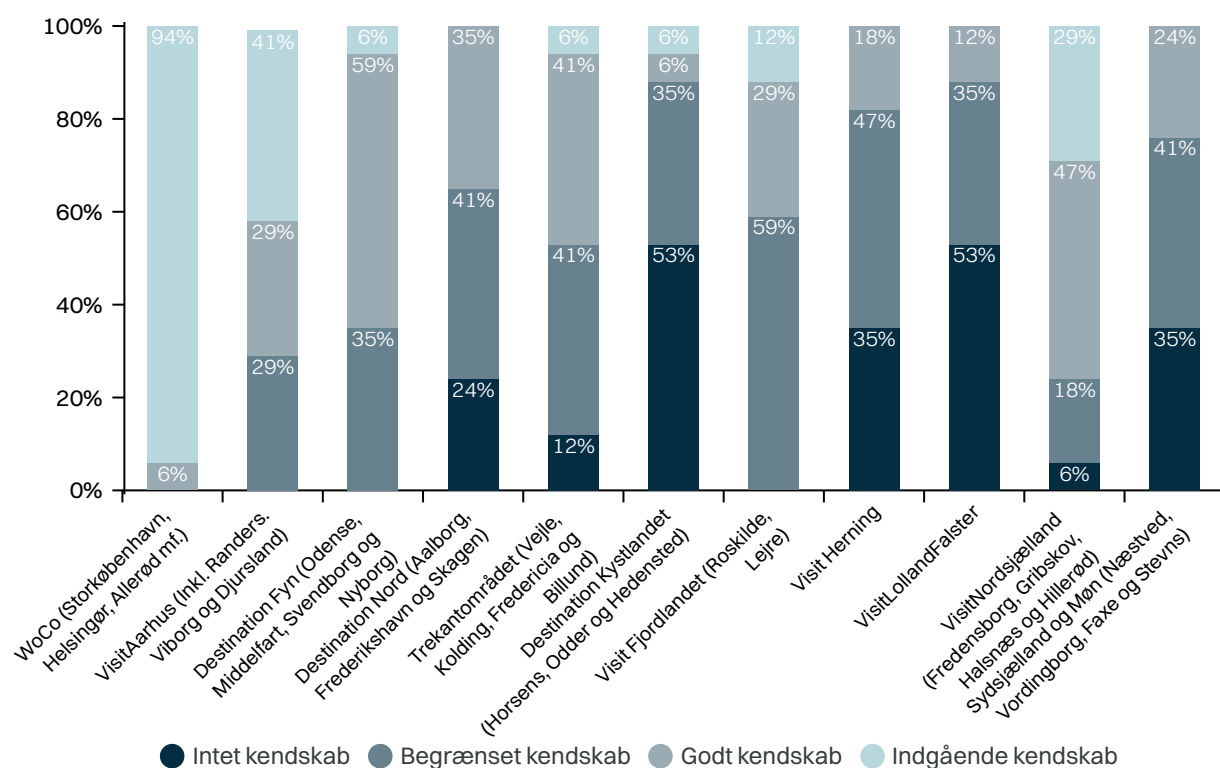
Synligheden af Destination Nord vurderes samlet set som mindre tilfredsstillende blandt de nationale, professionelle mødeplanlæggere. Det er sandsynligt, at den overordnede vurdering er trukket i en mere positiv retning på grund af mødeplanlæggernes kendskab til Aalborg, som udgør en central del af destinationen. Derfor bør det være et strategisk fokus for destinationsselskabet at arbejde mere målrettet med at styrke synligheden af Destination Nord generelt, og særligt med henblik på at øge kendskabet til Frederikshavn Kommune som en del af mødeproduktet, hvis man ønsker at tiltrække flere mødeaktiviteter hertil.

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

Styrkepunkter	Svagheder
Afstand til lufthavn angives som tilfredsstillende og af en én som meget tilfredsstillende.	Det gastronomiske udbud er det eneste, hvor størstedelen af mødeplanlæggerne svarer "hverken/eller"
Naturomgivelser i nærafstand opleves som tilfredsstillende	
Derudover angives følgende faktorer som værende tilfredsstillende: • Lokale kulturelle udbud • Offentlig infrastruktur • Prisniveau • Flytilgængelighed • Udbud af overnatningssteder • Bæredygtighed	

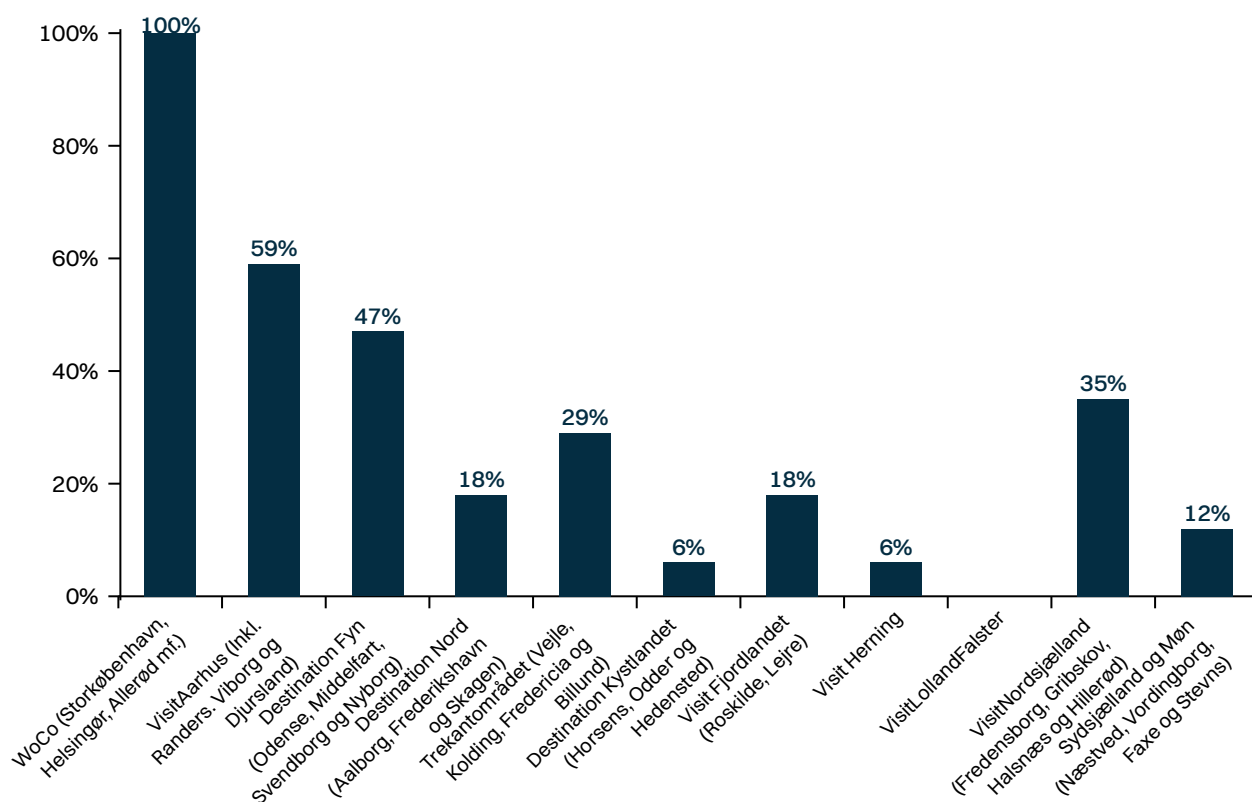
N = 10: Obs. datagrundlaget tager udgangspunkt i hele Destination Nord, hvor besvarelserne må antages at være særligt fokuseret på udbuddet i Aalborg.

Kilde: Q18_4 - Hvad fungerede godt/mindre godt ved Destination Nord (Aalborg, Frederikshavn og Skagen)?



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?

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 let 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 2-105 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.

Nedenstående tabeller 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 23 overnatningsudbud i destinationen, som er kortlagt, at den gennemsnitlige afstand til nærmeste lufthavn, Aalborg Lufthavn, er 83 km. For afstand til togstationer er gennemsnittet 3 km.

Overnatningsudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	3	11	9
Togstationer	17	6	0

For møde- og konferenceudbud er der kortlagt 4 steder, hvor gennemsnitlig afstand til nærmeste lufthavn, 71 km, og gennemsnitlig afstand til togstation er 3 km.

Møde- og konferenceudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	0	3	1
Togstationer	0	3	1

Nedenstående ses transporttider til Københavns Lufthavn fra destinationens større byer.

Transporttid	Aalborg Lufthavn	
	Bil	Offentlig
Frederikshavn	45 min.	1 time, 58 min.
Sæby	38 min.	1 time, 18 min.
Skagen	1 time, 15 min.	2 timer, 17 min.

Generelt gælder det for størstedelen af både overnatningsmuligheder samt møde- og konferencefaciliteter, at afstanden til lufthavne befinder sig i den mellemlange til lange ende. Aalborg Lufthavn kan dog nås med bil inden for cirka en time, mens rejsetiden med offentlig transport typisk er betydeligt længere.

Internationale lufthavne spiller en vigtig rolle i forhold til tilgængelighed og attraktivitet for internationale deltagergrupper og professionelle mødeplanlæggere. Dette gælder også for Aalborg Lufthavn, som bidrager til destinationens internationale tiltrækningskraft. Dog udgør den relativt lange afstand fra nærmeste internationale lufthavn til mødestedet en potentiel udfordring for større grupper. Transport med tog, bus, taxa eller bil kræver øget koordinering og kan påvirke både logistik og det samlede omkostningsniveau for arrangementet.

Frederikshavn fungerer som et vigtigt knudepunkt med direkte færgeforbindelser til Sverige, primært Göteborg. Hertil kommer, at Hirtshals ligeledes fungerer som et centralt udgangspunkt med store og moderne færgeruter til både Kristiansand og Larvik via Color Line, daglige og ugentlige forbindelser til Kristiansand, Stavanger og Bergen via Fjord Line samt regelmæssige afgangene til Færøerne og Island med Smyril Line. Disse forbindelser skaber en adgang til det skandinaviske marked og gør det muligt for internationale mødedeltagere at rejse direkte til Nordjylland uden at skulle benytte fly.

Færgerne tilbyder en komfortabel rejseform, som samtidig kan integreres i mødeoplevelsen. For virksomheder og mødeplanlæggere i Sverige giver dette en attraktiv og fleksibel transportløsning, der styrker Frederikshavns position som en tilgængelig og international mødedestination.

Infrastrukturelle forhold og udviklingsprojekter

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

Kommunen har igangsat en række infrastrukturforbedringer, herunder etablering af en 2+1 vej mellem Ålbæk og Skagen, udbygning af cykelstinet og opsætning af ladestander. Disse tiltag forbedrer mobiliteten og gør det lettere for deltagere at komme til og fra konferencестeder og hoteller – både med bil og cykel.

Det angives, at der fortsat er udfordringer, særligt når konferencer afholdes i Frederikshavn, og overnatninger sker i omkringliggende byer. Her mangler der offentlige transportmuligheder, hvilket kan begrænse fleksibiliteten og tilgængeligheden for mødedeltagere uden bil.

I Skagen arbejdes der målrettet med helårsturisme, hvor wayfinding og adgang til naturen styrkes gennem nye stiforbindelser og etablering af såkaldte "kulturperroner" ved centrale knudepunkter som togstationen og havnen. Disse initiativer understøtter en mere sammenhængende og oplevelsesrig gæsterejse, som også kan komme mødeturismen til gode. Samlet set viser Frederikshavn Kommune en vilje til at investere i infrastruktur og udvikling, hvilket skaber et solidt fundament for at tiltrække og fastholde mødeaktiviteter – både nu og i fremtiden.

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

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 2

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.	2
3: God adgang med flere transportformer, men ikke optimal for internationale gæster.	
4: Meget god adgang med effektiv offentlig transport og nærhed til lufthavn.	
5: Fremragende tilgængelighed nationalt og internationalt, med høj kapacitet og fleksibilitet.	

Styrkepunkter:

- Biltransport fra lufthavnen til Frederikshavn tager ca. 45 minutter, hvilket er attraktivt for internationale mødedeltagere.
- Frederikshavn har færge til Göteborg, hvilket giver en unik og komfortabel adgangsvej for skandinaviske deltagere uden behov for fly.
- 17 ud af 23 overnatningssteder ligger under 2 km fra en togstation, hvilket gør dem gå-tilgængelige og nemme at nå for internationale gæster, som benytter sig af offentlig transport.
- Flere kommunale investeringer i infrastruktur.
- Kommunen viser en aktiv indsats for at forbedre tilgængelighed og konkurrencedygtighed som mødedestination.

Svagheder:

- Offentlig transport fra Aalborg Lufthavn til Frederikshavn tager op mod 2 timer, hvilket kan være upraktisk og logistisk udfordrende.
- Der mangler offentlige transportmuligheder mellem konferencesteder og overnatningssteder i omkringliggende byer, særligt Skagen, hvilket kan skabe problemer for deltagere uden bil.
- Den samlede rejse kræver ofte flere transportformer (fly, tog, bus, taxa), hvilket kan øge kompleksiteten og omkostningerne ved mødeplanlægning.
- Isoleret set ville Frederikshavn by kunne score højere, men som samlet destination kan der ikke gives en højere score end 3.

Overnatningsudbud

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

Det fremgår, at der i kommunen udbydes 1.374 værelser fordelt på de 23 kortlagte overnatningssteder. Den største værelsesudbyder er Quality Hotel The Reef i Frederikshavn med 210 værelser, efterfulgt af Color Hotel Skagen i Skagen med 157 værelser. I Sæby er den største udbyder Hotel Viking Aqua Spa & Wellness med 75 værelser, som også har kommunens største mødekapa-citet blandt overnatningsstederne med plads til 350 deltagere.

Overnatningssted	By	Opført	Seneste renovering	Antal værelser	Antal møde- og konference-lokaler	Deltagerkapacitet v. største konfiguration
BB - Hotels Frederikshavn	Frederikshavn					
Best Western Hotel Herman Bang	Frederikshavn	1897	2020	68	4	12
Hotel Frederikshavn	Frederikshavn			55		
Hotel Lisboa	Frederikshavn	1962	2024	32	2	70
Jutlandia Hotel	Frederikshavn	1968	2025	108	3	70
Park Hotel & Vinbar	Frederikshavn	1912	2022	18		
Quality Hotel The Reef	Frederikshavn	1987	2025	210	10	210
Brøndums Hotel	Skagen	1859		45	3	75
Color Hotel Skagen	Skagen	1968	2025	157	5	260
Foldens Hotel	Skagen			50		
Hjorts Badehotel	Skagen	1890	2022	35	3	120
Hotel Hvideklit	Skagen	1984	2025	46	5	50
Hotel Marie	Skagen	2018	2018	24	2	50
Hotel Strandly Skagen	Skagen			29		
Plesners Badehotel	Skagen	1907	2024	61		
Ruths Hotel	Skagen		2025	54		
Skagen Harbour Hotel	Skagen			27		
Skagen Hotel	Skagen			32		
Skagen Strand Feriecenter	Skagen	1989		142	2	140
Aalbæk Badehotel	Skagen	1850	2009	59	2	50
Hotel Viking Aqua Spa & Wellness	Sæby		2024	75	9	350
Hotel Aahøj	Sæby			10		
Sæby Spektrum & Hostel	Sæby	1987	2016	37	1	150
				1.374	51	1.607

Af kortlægningen fremgår det også, at en stor andel af overnatningsudbuddet er renoveret inden for de seneste år, hvilket giver grundlag for at antage, at udbuddet generelt fremstår i tidssvarende stand.

Prissætning

Nedenstående tabel viser udregnede gennemsnitspriser på byniveau og for hele Frederikshavn Kommune. Derudfra kan det ses, at Sæby overnatningsudbud påtager sig den højeste gennemsnitspris, og at Frederikshavn by har den laveste.

By	Gennemsnitspris
Frederikshavn	1.122 kr.
Skagen	1.381 kr.
Sæby	1.432 kr.
Frederikshavn kommune	1.306 kr.

For Frederikshavn Kommune gælder det, at den maksimale sæsonmæssige prisvariation fra lavsæson til højsæson ikke er bemærkelsesværdig høj. Overordnet er gennemsnittet på den maksimale prisvariation 276 kr. inkl. moms. Sammenlignes destinationens gennemsnitlige værelsespris med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer fremgår det, at Frederikshavn Kommune befinder sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Destination	Værelsespris
Frederikshavn Kommune	1.306kr.
MeetDenmark gennemsnit	1.236 kr.

Bilag 2 viser prisniveauer sammenlignet mellem februar og september, hvilket har til mål at eksemplificere lavsæson og højsæson. Dataene inkluderer både minimums- og maksimumspriser og giver indblik i sæsonmæssige udsving sammenkoblet med laveste og højeste pris i disse udsving, dermed opnås maksimal prisdifference. Det skal bemærkes, at der ikke er modtaget prisinformation vedrørende konferencedøgn.

Det skal nævnes, at selvom prisdifference mellem februar og september måles, vil de højeste priser, særligt i Skagen, utvivlsomt forekomme i uge 29 år efter år, grundet det store indryk af turister i denne populære uge.

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 81 % ift. maksimalt antal point akkumuleret gennem de tre hjemmesider. Her ses det, at destinationen befinder sig på samme niveau som MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Overnatning	
Frederikshavn Kommune	81%
MeetDenmark (gns.)	81%

Den primære certificering, der fremgår af kortlægningen af Frederikshavn Kommune, er Green Key, som 10 ud af 23 har modtaget. Derudover ses en enkelt anden certificering, Svanemærket, hos et enkelt udbud.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	10
Svanemærket	1
Økologiske spisemærke	0

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

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

Styrkepunkter:

- Med 1.374 værelser fordelt på 23 overnatningssteder har kommunen en base til at huse mindre og mellemstore grupper.
- En stor andel af overnatningsstederne er renoveret inden for de seneste år, hvilket indikerer tidssvarende standarder og komfort, hvilket er vigtigt for internationale gæster.
- Særligt i Skagen er der flere overnatningsudbud med særlig oplevelsesværdi, hvilket er relevant for intime møder og belønningsrejser.

Svagheder:

- Kun én overnatningsaktør i kommunen råder over mere end 200 værelser, hvilket begrænser mulighederne for at huse større møder og konferencer samlet ét sted. Dette kan medføre logistiske udfordringer og mindske områdets attraktivitet for arrangører, der efterspørger høj kapacitet og enkel koordinering.
- Kun ét sted har kapacitet til 350 mødedeltagere. De øvrige steder har mindre mødefaciliteter, hvilket begrænser mulighederne for at imødekomme behov for større møder og konferencer.
- Kun 10 ud af 23 steder har Green Key-certificering, og et enkelt udbud har Svanemærket. Dette kan være en barriere for internationale aktører med fokus på bæredygtighed.
- Sæby har den højeste gennemsnitspris, hvilket kan virke mindre attraktivt for prisfølsomme segmenter, særligt når man ser det i lyset af, at Sæby kan opleves som afsides i forhold til øvrige overnatningsudbud for internationale mødedeltagere.
- 'Overnatningsstederne er spredt over Frederikshavn, Skagen og Sæby, hvilket kan give logistiske udfordringer ved større arrangementer, hvor deltagere skal transporteres mellem lokationer.

Møde- og konferenceudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende steder, der udelukkende udbyder lokaler til møder, konferencer, kongresser og messer i Frederikshavn og Skagen, da der ikke er registreret noget møde- og konferenceudbud i Sæby. 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 Frederikshavn Kommune samlet set udbyder 32 møde- og konferencelokaler med en maksimal kapacitet på 2.550 deltagere ved den største lokalekonfiguration. Udbuddet er primært centreret i Frederikshavn med et enkelt udbud i Skagen, og har kapaciteter, der spænder fra 150 til 1.800 deltagere. De to største lokationer er Arena Nord med en maksimal kapacitet på 1.800 deltagere og Maskinrummet i Skagen, som får plads til 400 deltagere, når det åbner i 2026.

Møde- og konferencested	By	Opført	Seneste renovering	Antal møde- og konferencelokaler	Deltagerkapacitet v. største konfiguration
Arena Nord - Frederikshavn	Frederikshavn	2003	2021	19	1800
Det Musiske Hus i Frederikshavn	Frederikshavn	2004		2	900
Kattegat silo	Frederikshavn	2006		8	150
Maskinhallen Frederikshavn	Frederikshavn	1899	2021	1	80
Restaurant Møllehuset	Frederikshavn	1883	2006	4	200
Maskinrummet Skagen	Skagen	2026		1	400
Total				35	3530

Prissætning

Det ses, at gennemsnitlig pakkepris pr. deltager for et dagsmøde er 335 kr. inkl. moms.

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

Destination	Dagsmøde pr person
Frederikshavn Kommune	335 kr.
MeetDenmark gennemsnit	621 kr.

SBilag 3 viser mødeudbuddets prissætning for de to byer og den første kolonne viser pris pr. deltager for et dagsmøde. Der ses tomme felter i nedenstående oversigt, hvilket skyldes, at en andel af de kortlagte udbydere ikke har offentliggjorte listepreiser på udlejning. I stedet henvises der til opkald og specialpriser, hvor prisen determineres ud fra 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 75 % sammenlignet med den potentielle maks. score på Tripadvisor. Her ses det, at destinationen befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshed - Venues	
Frederikshavn Kommune	75%
MeetDenmark (gns.)	83%

I destinationen har kun én ud af de seks 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 de tre større byer i Frederikshavn Kommune, deres 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 byers rolle, deres kapacitetsandel sammenlignet med hele kommunen, deres gæstetilfredshedsscore og gennemsnitspris sammenlignet med hinanden.

By	Overnatningsudbud				Møde- og konferenceudbud				Gæstetilfredshed møde- og konference-lokaler
	Antal værelser	Kommunal andel af destination	Gennemsnitspris overnatning	Gæstetilfredshed overnatning	Antal møde- og konference-lokaler	Maks. Kapacitet	Kommunal andel af destination.	Dagsmøde pris pr. person	
Frederikshavn	491	36%	1.122 kr.	76%	53	3.492	68%	335 kr.	75%
Skagen	761	55%	1.381 kr.	86%	23	1.145	22%	-	
Sæby	122	9%	1.432 kr.	70%	10	500	10%	-	
Total	1.374				86	5.137			

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

Det fremgår, at Frederikshavn by med 491 overnatningsenheder står for 36 % af kommunens samlede overnatningskapacitet, men samtidig råder over mødefaciliteter med plads til 3.492 deltagere, hvilket svarer til 68 % af kommunens mødekapa- citet. Skagen har derimod 55 % af kommunens overnatningskapacitet med hele 761 enheder, men blot 22 % af mødekapa- citeten. Dette skyldes i høj grad den store efterspørgsel fra leisure-segmentet i Skagen, hvilket muliggør et større udbud af overnatningsmuligheder.

Sæby udgør med 122 overnatningsenheder og en maksimal mødekapa- citet på 500 deltagere en mindre del af det samlede udbud.

Nedenstående tabeller sammenligner forholdet imellem byernes maksimale antal deltagere i møde/konference versus antal tilgængelige værelser, der udbydes i den respektive by. Her fremgår det, at Frederikshavn har den laveste ratio på 14 % eller med andre ord, at der er 7 mødepladser i kommunen for hvert hotelværelse.

Det antages derfor, at Frederikshavn by kan være udfordret på overnatningskapacitet ved mødeaktiviteter med mange deltagere, hvilket kan påvirke byens evne til at tiltrække større konferencer og kongresser med over 500 deltagere.

Kommune	Antal deltagere pr. værelse	Ratio
Frederikshavn	7	14%
Skagen	2	66%
Sæby	4	24%

Udbuddets konfiguration

Møde- og konferenceudbuddet i Frederikshavn Kommunes tre hovedbyer fremstår alsidigt og kan imødekomme forskellige behov. Frederikshavn by og Skagen er konfigureret til at håndtere større møder og mellemstore konferencer med op til ca. 500 deltagere.

Særligt Skagen tilbyder også gode rammer for mindre møder og belønningsrejser, hvor de unikke omgivelser og destinationens leisure-præg bidrager til en særlig oplevelse.

Sæby har et mere begrænset udbud og egner sig primært til mindre møder og konferencer, men bidrager stadig til den samlede kapacitet i kommunen.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

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

Styrkepunkter:

- Kommunen råder over 32 møde- og konferencelokaler med plads til op til 2.550 deltagere (5.137 inkl. mødefaciliteter hos overnatningsstederne), hvor den største aktør har kapacitet til 1.800 deltagere, hvilket giver mulighed for både mellemstore til store mødeaktiviteter.
- Skagen tilbyder unikke rammer for mindre møder og belønningsrejser, hvilket kan tiltrække internationale virksomheder med fokus på oplevelsesbaseret mødeturisme.

Svagheder:

- Sæby har kun kapacitet til mindre møder og konferencer, hvilket begrænser den geografiske fleksibilitet i kommunen.
- Overnatningskapaciteten i særligt Frederikshavn by kan være presset ved større mødeaktiviteter, hvilket kan hæmme tiltrækningen af internationale events.
- Flere venues har ikke offentliggjorte priser, hvilket kan skabe usikkerhed for internationale planlæggere og reducere tilgængeligheden.
- Kommunen er ikke bredt kendt som mødedestination internationalt, hvilket kræver markedsføringsindsats for at øge synligheden.

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:

- Maritime uddannelser og værfter
- Forsvaret

De omfattende investeringer i og omkring Frederikshavn Kommune som led i den nationale satsning *"Sammen om Forsvaret"*, hvor Danmarks nye flådeskibe skal bygges i Frederikshavn, styrker ikke alene den lokale økonomi og arbejdsmarked med 500-700 nye arbejdspladser og 40 mia. over de kommende 25 år, så udgør de også en strategisk mulighed for at positionere kommunen som en relevant destination for international mødeturisme. Derudover medfører tilstedeværelsen af Forsvaret i Frederikshavn med Flådestation Frederikshavn samt det maritime erhverv og relaterede industrier, et potentiale for at skabe faglige konferencer, strategiske møder og samarbejdsfora med både nationale og internationale aktører. Dette kan bidrage til at skabe et fundament for at tiltrække arrangementer med fokus på forsvar, sikkerhed, teknologi og logistik.

Frederikshavn Kommune rummer et varieret og aktivt erhvervsliv med både lokale virksomheder og eksportorienterede aktører, som vurderes at have potentiale for at tiltrække og afholde internationale møder, konferencer og messer, både internt og i samarbejde med partnere og kunder.

Dog har det i kortlægningsfasen ikke været muligt at identificere, i hvilket omfang virksomhederne aktuelt afholder møder med international deltagelse. Dette peger på et behov for øget synlighed og et styrket samarbejde mellem erhvervslivet og destinationsselskabet, med henblik på at integrere erhvervslivets mødeaktiviteter i den samlede turismestrategi. Informationen fra det lokale erhvervsliv er dermed begrænset, hvilket gør det vanskeligt at fastslå den præcise internationale tiltrækningskraft. På baggrund af erhvervslivets karakter, størrelse og branchetilknytning vurderes der at være et grundlag for videre dialog og samarbejde med virksomhederne om udvikling af arrangementer med international deltagelse.

Der er kortlagt fem virksomheder i Frederikshavn Kommune, hvor samtlige fem har medarbejderstyrker på over 100. Gennemsnittet ligger på 234, hvilket betyder, at der kan ligge et potentiale i at få kortlagt virksomhederne i kommunen mere præcist med henblik på at afklare, om der kunne være potentiale i at arrangere faglige arrangementer, som kan tiltrække deltagere fra de omkringliggende lande eller øvrige relevante markeder.

Modenhedsanalyse

Modenhedscore: 2

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

Styrkepunkter:

- Tilstedeværelsen af maritime uddannelser, værfter og Flådestation Frederikshavn skaber et naturligt grundlag for faglige konferencer og internationale møder inden for forsvar, sikkerhed og logistik.
- De nationale investeringer i flådeskibsbyggeri og forsvarsinfrastruktur styrker Frederikshavn som en strategisk erhvervsdestination og åbner for internationale samarbejder og faglige arrangementer.
- Kommunen huser virksomheder med international rækkevidde, hvilket skaber potentiale for netværksaktiviteter og møder med deltagere fra udlandet.

Svagheder:

- Det har ikke været muligt at identificere, i hvilket omfang lokale virksomheder afholder møder med international deltagelse, hvilket gør det svært at vurdere det aktuelle potentiale.
- Sammenlignet med øvrige destinationer er koncentrationen af større virksomheder med høj international aktivitet begrænset.

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.

Ved en gennemgang af kommunens vidensinstitutioner er MARTEC fremhævet som en institution med potentiale for at skabe mødeaktiviteter med international deltagelse.

MARTEC – Maritime and Polytechnic College

MARTEC i Frederikshavn er en central aktør inden for maritim uddannelse og teknisk innovation, med et internationalt fokus. Institutionen samarbejder med globale virksomheder som MÆRSK og deltager i udviklingen af fremtidens grønne og sikre skibsteknologi. Gennem partnerskabet med Danmarks Tekniske Universitet (DTU) tilbyder MARTEC en ny skibsingeniøruddannelse, der kombinerer forskning og praksis med internationalt sigte^[8].

MARTEC udbyder certificerede kurser efter internationale standarder som STCW, OPITO og GWO, hvilket gør skolen attraktiv for studerende og fagfolk fra hele verden. Skoleskibet DANMARK fungerer som en mobil uddannelsesplatform og repræsenterer Danmark i internationale maritime netværk, hvilket yderligere styrker MARTECs globale profil.^[9]

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:

- MARTEC har stærke internationale samarbejder, bl.a. med DTU og globale maritime aktører som MÆRSK. Uddannelser og kurser er certificeret efter internationale standarder, hvilket gør institutionen relevant for faglige møder og konferencer med international deltagelse.
- Frederikshavn har en tydelig faglig styrke inden for søfart, skibsteknik og offshore, hvilket giver mulighed for at tiltrække tematiske konferencer og netværksarrangementer med internationalt fokus.

Svagheder:

- Udover MARTEC er der få institutioner i kommunen med dokumenteret forskningsaktivitet og international rækkevidde, hvilket begrænser bredden af faglige miljøer, der typisk tiltrækker kongresser.
- Kommunen mangler universitetsmiljøer og større forskningshospitaler, som ofte fungerer som faglige fyrtårne og ambassadører for internationale kongresser og forskningsbaserede møder.

8. [MARTEC ⇒ Tag din uddannelse på MARTEC](#)

9. [Martec - Maritime Network Frederikshavn](#)

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 Frederikshavn Kommune, som vurderes at kunne have betydning for international mødeturisme.

Det bemærkes, at oplevelser og attraktioner primært er koncentreret omkring Frederikshavn by og Skagen, mens Sæby generelt har et mere begrænset udbud.

Udbud	Kendetegn	Møderelevans
Attraktioner	Skagen tilbyder enestående rammer for mødeturisme med sin ikoniske natur, kulturelle arv og særlige lys, der har inspireret kunstnere i generationer. Med Grenen, Skagens Museum til lokale kulinariske oplevelser og den særegne arkitektur, er der potentiale for at skabe høj oplevelsesværdi for mødedeltagere. Destinationens stærke leisure-profil og internationale tiltrækningskraft (særligt Norge og Sverige) gør Skagen til et oplagt valg for belønningsrejser og mindre møder.	Positionering Møder Belønningsrejser
Natur	Frederikshavn Kommune byder på varieret og tilgængelig natur, fra Palmestranden og Bangsbo-området i Frederikshavn til det ikoniske Grenen i Skagen, hvor to have mødes samt Råbjerg Mile. Området tilbyder vandruter, kystlandskaber og naturoplevelser året rundt. Flere mødeaktører i Skagen integrerer naturoplevelser i deres mødeprodukter, f.eks. aktiviteter som strandrensning, hvor deltagerne samler plastikaffald langs kysten.	Positionering Belønningsrejser
Kultur	Kommunen rummer en række kulturelle oplevelser med international appel, fra Skagens Museum og de berømte Skagensmalere til Bangsbo Forts historiske udstillinger. Skagen Odde Naturcenter og Skoleskibet DANMARK tilbyder oplevelser, der kombinerer kunst, natur og maritim kultur.	Positionering

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 4

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

Styrkepunkter:

- Skagen tilbyder unikke rammer med særlig oplevelsesværdi, herunder Grenen, Skagens Museum og lokale kulinariske oplevelser, som er relevante for særligt belønningsrejser.
- Flere mødeaktører integrerer naturoplevelser som strandrensning og vandring, hvilket styrker deltagernes engagement og relationer gennem bæredygtige aktiviteter.
- Skagen er et populært rejsemål for særligt Norske turister, hvilket medfører en højere kendskabsgrad for destinationen i Norge.

Svagheder:

- Oplevelser og attraktioner er primært koncentreret omkring Frederikshavn by og Skagen, mens Sæby har et mere begrænset udbud, hvilket kan skabe ubalance i mødeaktiviteter på tværs af kommunen.
- Flere af de kulturelle og naturbaserede attraktioner er bedst egnet til mindre grupper, hvilket kan begrænse anvendeligheden ved større internationale konferencer.
- Selvom attraktionerne har høj kvalitet og oplevelsesværdi, er flere af dem ikke bredt kendt internationalt, hvilket kræver en styrket indsats for branding og synlighed over for internationale mødeplanlæggere.

Opsummering

Infrastruktur og tilgængelighed

Frederikshavns by har god biltilgængelighed fra Aalborg Lufthavn og færgeforbindelser til Oslo og Göteborg, hvilket styrker den internationale adgang. Mange overnatningssteder ligger tæt på togstationer, hvilket letter logistikken. Dog er offentlig transport til og fra Skagen og Sæby begrænset, og transporten kræver ofte flere transportformer, hvilket kan øge kompleksiteten for mødedeltagere.

Overnatningsudbud

Frederikshavn Kommune har et bredt og tidssvarende overnatningsudbud med 1.374 værelser, velegnet til mindre og mellemstore grupper. Skagen tilbyder oplevelsesrige rammer, men manglen på større kapacitet, bæredygtighedscertificeringer og geografisk spredning begrænser potentialet for større internationale mødeaktiviteter. Sæby har en begrænset kapacitet og egner sig dermed primært til mindre mødeaktiviteter.

Møde- og konferenceudbud

Frederikshavn Kommune råder over 35 møde- og konferencelokaler med kapacitet op til 3.530 deltagere (5.137 inkl. mødekapaciteter fra overnatningsudbuddet), hvilket muliggør både mellemstore og større arrangementer. Frederikshavn kan huse de større arrangementer, mens Skagen tilbyder unikke rammer for mindre møder og belønningsrejser. Udbuddet i Sæby er begrænset. Særligt i Frederikshavn kan overnatningskapaciteten være presset ved større mødeaktiviteter. Manglende prisgennemsigtighed og lav international profil kræver en styrket indsats for synlighed og tilgængelighed.

Erhvervsliv

Frederikshavn Kommune har et erhvervsliv med stærke maritime og forsvarsrelaterede kompetencer, understøttet af nationale investeringer i flådeskibsbyggeri og infrastruktur. Dog er det uklart, i hvor høj grad lokale virksomheder afholder møder med international deltagelse, og koncentrationen af større, globalt aktive virksomheder er begrænset sammenlignet med andre destinationer.

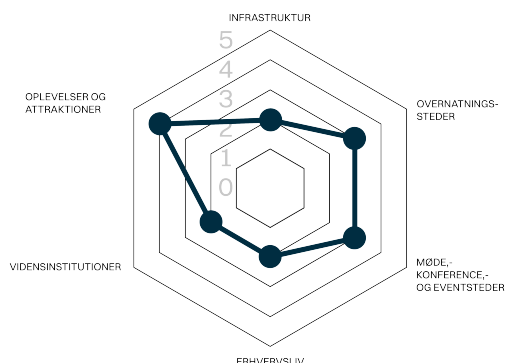
Vidensinstitutioner

Frederikshavn Kommune har en tydelig faglig profil inden for søfart og offshore, med MARTEC som central vidensinstitution. MARTEC samarbejder internationalt med bl.a. DTU og MÆRSK og tilbyder certificerede uddannelser, hvilket skaber potentiale for tematiske konferencer og faglige møder. Dog er antallet af forskningsaktive institutioner begrænset, og kommunen har ikke universitetsmiljøer og større forskningshospitalet, som typisk fungerer som primær faktor for tiltrækning af internationale kongresser.

Oplevelser og attraktioner

Skagen udgør en stærk oplevelsesmæssig styrkeposition med attraktioner som Grenen, Skagens Museum og lokale kulinariske oplevelser, der egner sig særligt godt til belønningsrejser og mindre møder. Dog er oplevelserne geografisk koncentreret omkring Frederikshavn og Skagen, og flere attraktioner er bedst egnede til mindre grupper. Samtidig kræver international synlighed en styrket brandingindsats.

Modenhedsanalyse Frederikshavn Kommune





Markedspositionering

Efterspørgsels- og segmentanalyse

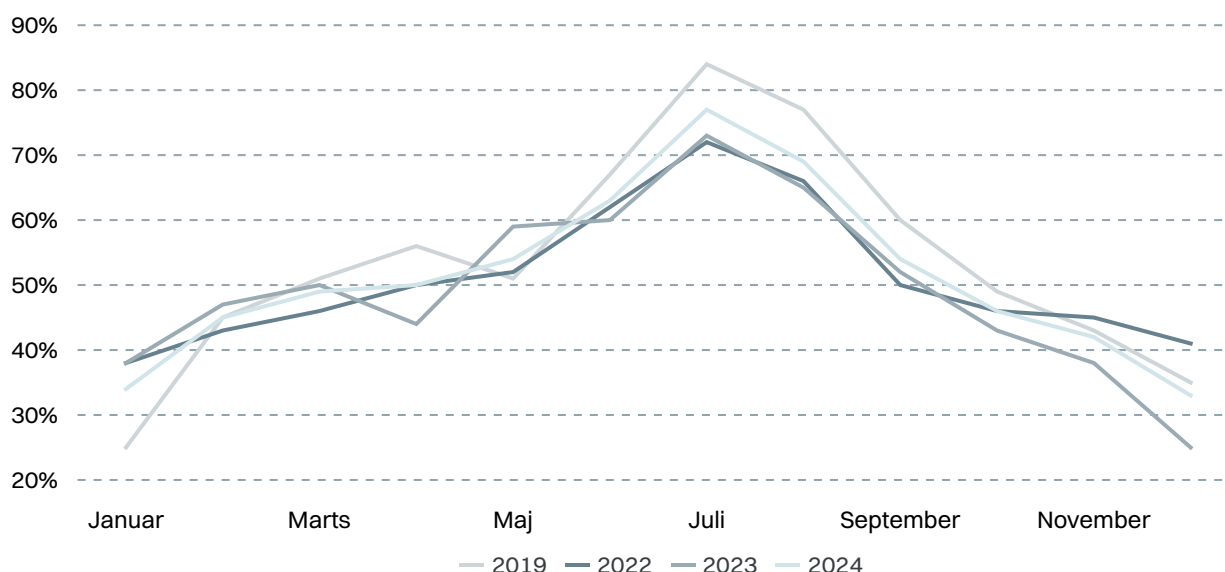
Frederikshavn Kommune har en overnatningsefterspørgsel, der primært er ferieorienteret med højsæson i juli. Corporate gruppe-overnatninger er steget med 9 % fra 2017 til 2024, men har haft fald siden 2022. Det samlede corporate segment er vokset med 22 % over perioden, dog også med fald efter COVID-19, hvilket medfører, at segmentet i 2024 udgør blot 23 % af overnatningerne på hoteller og feriecentre i kommunen.

Efterspørgselsanalyse: Hoteller og feriecentre

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

Det fremgår af kapacitetsudnyttelsen over året, at efterspørgslen er forholdsvis stabil i begyndelsen af året, hvor den højeste kapacitetsudnyttelse opnås i juli. Et sådant mønster for kapacitetsudnyttelse er typisk for et marked, hvor efterspørgslen primært er drevet af ferieaktiviteter og i mindre grad erhvervs- og mødeturisme.

Kapacitetsudnyttelse, Frederikshavn Kommune



Segmentfordeling: Hoteller og feriecentre

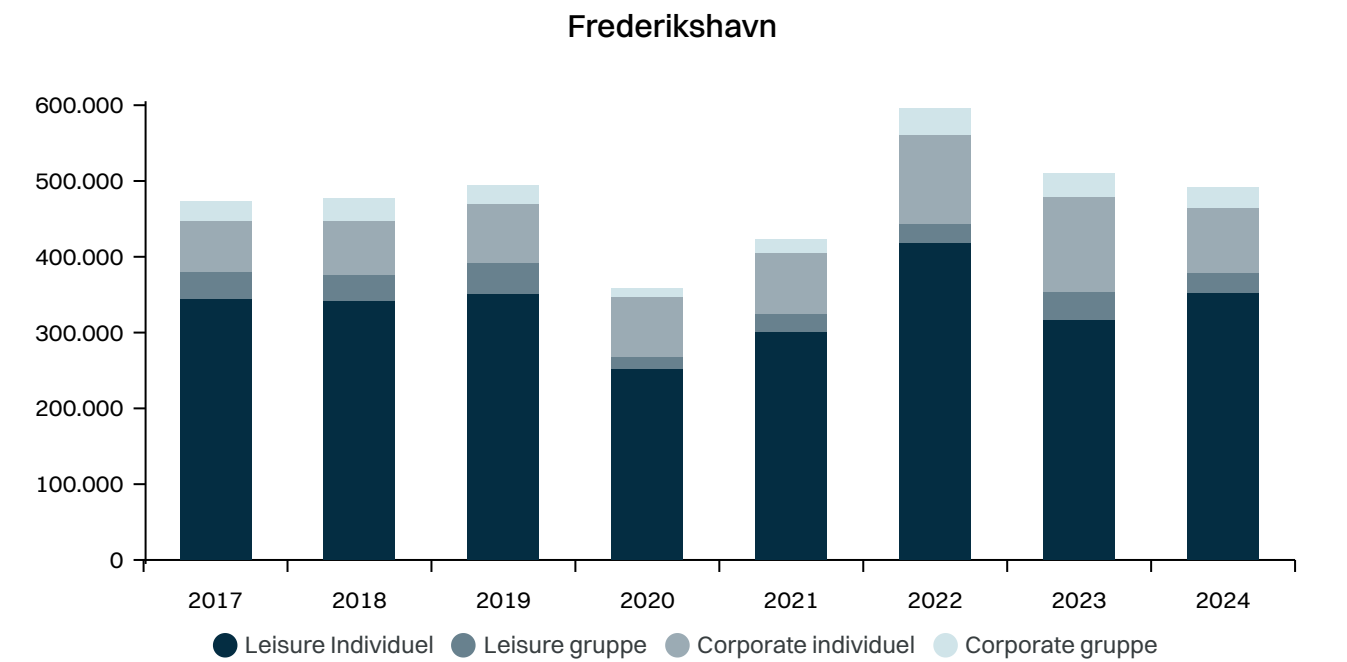
Corporate gruppe-segmentet er særligt interessant i en mødeturismekontekst, da dette segment består af bookinger, som omhandler mere end 10 personer, som repræsenterer en virksomhed, og hvor hovedmålet er konferencer, møder, messer og lignende.

Nedenstående tabel viser, at antallet af corporate gruppe-overnatninger i Frederikshavn Kommune stiger fra 25.260 i 2017 til 27.643 i 2024, en stigning svarende til 9 % for perioden. Der ses dog en væsentlig stigning i corporate gruppe-overnatningerne fra 2017 til 2018, som dog falder igen i 2019. Efterspørgslen er ikke overraskende påvirket negativt i COVID-19-årene fra 2020 til 2022. Herefter kommer efterspørgslen fra corporate gruppe igen i perioden fra 2022 til 2023, hvor det højeste niveau opnås i 2022. Betragtes perioden fra 2022 til 2024, altså tiden efter efterspørgslen mere eller mindre er normaliseret efter COVID-19, ses et gennemsnitligt årligt fald (CAGR) på -12 %.

Betragtes udviklingen for de samlede corporate overnatninger, altså både individuelle og gruppe, er der i perioden fra 2017 til 2024 en stigning på 22 % og i perioden fra 2022 til 2024 et fald på -26 %. Dette bekræfter, at niveauet lige efter COVID-19 var særligt højt.

SEGMENTFORDELING - Frederikshavn										
										Udv. 2022-2024
		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Leisure	Individuel	344.574	342.271	351.773	252.414	300.787	419.061	316.917	352.105	-66.956 -8%
	Gruppe	35.758	34.057	39.991	16.114	24.521	24.279	36.871	26.758	2.479 5%
Corporate	Individuel	67.518	70.693	78.472	78.999	79.167	117.903	126.238	85.517	-32.386 -15%
	Gruppe	25.260	30.062	24.955	10.717	18.285	35.311	30.396	27.643	-7.668 -12%
Andre		10.714	6.866	9.123	4.275	3.499	5.828	7.822	3.998	-1.830 -17%
Total		483.824	483.949	504.314	362.519	426.259	602.382	518.244	496.021	-106.361 -9%

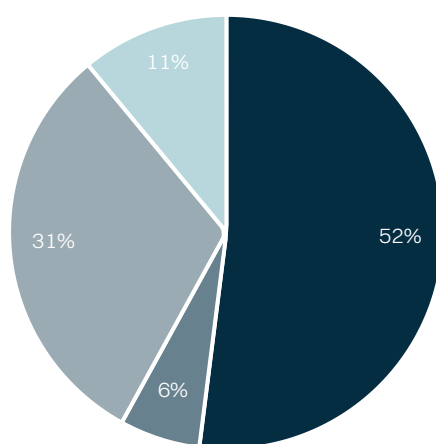
Kilde: VisitDanmark, 2025 Note: viser feriecentre og hoteller
*Cagr = Compound Annual Growth Rate (År til År)



For Destination Nord er billedet forholdsvis fragmenteret, hvor andelen af corporate gruppe-besøgende ses markant størst i Aalborg med 15 %, hvor Læsø med 0 % og Brønderslev med 2 % corporate gruppe-repræsentation klart udgør feriemål med ingen til meget få corporate gruppe-besøgende. Dette afspores også til destinationens samlede kapacitetsudnyttelse, som er størst i juli, hvilket mismatcher med flest antal corporate gruppe-rejsende i september – ergo ses der højest kapacitetsudnyttelse i destinationen i perioder, hvor corporate gruppe-segmentet er mindre repræsenteret, og ferierejsende-segmentet er overrepræsenteret.

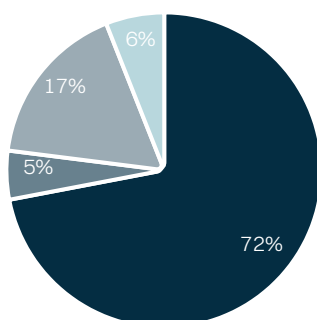
For Aalborg, som udgør ca. 75 % af hele destinationens corporate gruppe-segment, ses der en markant vækst på 26.000 (32 %) fra 2019 til de sidste år, 2023 og 24. Dette illustrerer destinationens vækstpotentiale og mulighederne for dette, noget, der pt primært forankres i Aalborgs markante tilvækst af corporate gruppe-besøgende, når pre-corona sammenlignes med post-corona år. Frederikshavn beviste i 2022, at forøgelse af corporate-gruppe-rejsende er mulig med et rekordår på 35.000 besøgende. Generelt er tilstedeværelsen af erhvervsturisme klart tiltaget i Frederikshavn over en årrække, fra 2017 til 2024 er der sket en 22 % vækst i corporate segmentet i Frederikshavn. Juli måned er ubestridt travleste i Frederikshavn med et gns. på 77 % kapacitetsudnyttelse fra 2022-24, en måling, der klart signalerer ferieturisternes tilstrømning til kommunen.

2024 - Destination Nord



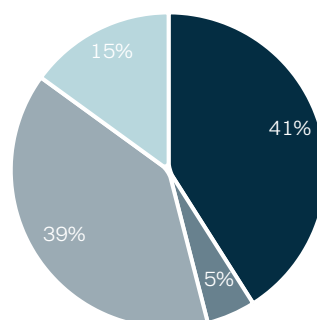
● Leisure Individuel ● Leisure Gruppe ● Corporate Individuel ● Corporate Gruppe

2024 - Frederikshavn



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

2024 - Aalborg



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

SWOT-analyse

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

Styrker - Nærhed til Aalborg Lufthavn - Unik oplevelsværdi i Skagen - Færgeforbindelser til Sverige - Stærke maritime fagmiljøer - Forsvarets tilstedeværelse	Svagheder - Kompliceret offentlig transport fra Aalborg Lufthavn til Skagen - Begrænset overnatningskapacitet i Frederikshavn ved større arrangementer - Sæby mangler mødefaciliteter og oplevelsesmuligheder - Begrænset tilstedeværelse af vidensinstitutioner og virksomheder med international tiltrækning
Muligheder - Forsvarsinvesteringer kan styrke Frederikshavn maritime erhverv - Udnyt Skagens høje kendskab til det norske marked	Trusler - Destinationen kan opfattes som langt fra infrastrukturelle knudepunkter - Nærhed til Aalborg store udbud af møde-overnatningsfaciliteter

Styrker

Nærhed til Aalborg Lufthavn

Internationale lufthavne spiller en vigtig rolle i forhold til tilgængelighed og attraktivitet for internationale deltagergrupper og professionelle mødeplanlæggere. Dette gælder også for Aalborg Lufthavn, som bidrager til destinationens internationale tiltrækningskraft. Selvom der er en afstand til både Sæby, Frederikshavn og særligt Skagen, er det fortsat en overskuelig transport, såfremt den foretages i bil eller bus.

Unik oplevelsesværdi i Skagen

Skagen tilbyder enestående rammer for mindre møder og belønningsrejser og har dermed et stærkt potentiale for at tiltrække internationale virksomheder med fokus på oplevelsesbaseret mødeturisme. Den ikoniske natur, den rige kulturarv og det særlige lys, der gennem generationer har inspireret kunstnere, skaber en unik atmosfære. Med oplevelser som Grenen, Skagens Museum, lokale kulinariske tilbud og den karakteristiske arkitektur kan destinationen levere høj oplevelsesværdi for mødedeltagere.

Færgeforbindelse til Sverige

Frederikshavn er et centralt knudepunkt med direkte færgeforbindelse til Sverige. Det giver nem adgang til det skandinaviske marked og gør det muligt for internationale mødedeltagere at rejse direkte til Nordjylland uden at skulle flyve. Færgerne tilbyder en komfortabel rejseform, som kan integreres i selve mødeoplevelsen. For virksomheder og mødeplanlæggere i Sverige er dette en attraktiv og fleksibel transportløsning, der styrker Frederikshavns Kommunes position som en tilgængelig international mødedestination.

Stærke maritime fagmiljøer

Frederikshavn har en tydelig faglig styrke inden for søfart, skibsteknik og offshore, hvilket giver mulighed for at tiltrække tematiske konferencer og netværksarrangementer med internationalt fokus.

Tilstedeværelse af Forsvaret

De omfattende investeringer i og omkring Frederikshavn Kommune som led i den nationale satsning "Sammen om Forsvaret", hvor Danmarks nye flådeskibe skal bygges i byen, styrker ikke alene den lokale økonomi og arbejdsmarkedet, de udgør også en strategisk mulighed for at positionere kommunen som en relevant destination for international mødeturisme. Samtidig bidrager Forsvarets tilstedeværelse, herunder Flådestation Frederikshavn, til at understøtte denne positionering og skabe yderligere erhvervsmæssige muligheder.

Svagheder

Kompliceret offentlig transport fra Aalborg Lufthavn til Skagen

Rejsen med tog fra Aalborg Lufthavn til Skagen kræver et skift undervejs og har en samlet rejsetid på over to timer, hvilket kan være en barriere for nogle deltagere.

Begrænset overnatningskapacitet i Frederikshavn ved større arrangementer

Kun et overnatningsudbud råder over mere end 200 værelser, og den øvrige kapacitet er fordelt på mindre aktører, hvilket giver udfordringer ved større arrangementer med op til 1.800 deltagere i Frederikshavn.

Sæby mangler mødefaciliteter og oplevelsesmuligheder

Sæby har kun kapacitet til mindre møder og konferencer, hvilket begrænser den geografiske fleksibilitet i kommunen. Ligeledes er der en mangel på oplevelsesmuligheder i forhold til international mødeturisme set i forhold til andre destinationer eller for eksempel Skagen.

Begrænset tilstedeværelse af vidensinstitutioner og virksomheder med international tiltrækning

Antallet af forskningsaktive institutioner begrænset til MARTEC, og kommunen har ikke universitetsmiljøer og større forskningshospitalet, som typisk fungerer som primær faktor for tiltrækning af internationale kongresser. Det er uklart, i hvor høj grad lokale virksomheder afholder møder med international deltagelse, og koncentrationen af større, globalt aktive virksomheder er begrænset sammenlignet med andre destinationer.

Muligheder

Forsvarsinvesteringer kan styrke Frederikshavns maritime erhverv

Tilstedeværelsen af Forsvaret i Frederikshavn og særligt de kommende forsvarsinvesteringer og det eksisterende maritime erhverv og relaterede industrier, vil styrkes og dermed skabe et potentiale for faglige konferencer, strategiske møder og samarbejdsfora med både nationale og internationale aktører. Dette kan bidrage til at skabe et fundament for at tiltrække arrangementer med fokus på forsvar, sikkerhed, teknologi og logistik.

Udnyt Skagens høje kendskab i det norske marked

Der er en høj kendskabsgrad fra det norske marked særligt fra leisure markedet i henhold til Skagen, og dette kan med fordel udnyttes i tiltrækningen af den internationale mødeturisme.

Frederikshavns potentiale som sportsby

Med både Arena Nord og Iscenter Nord og en historik gennem flere år med afholdelse af internationale sportsevents og med den direkte færgeforbindelse fra Sverige kan der udnyttes et potentiale i afledte møder og mindre konferencer i forbindelse med disse events.

Trusler

Destinationen kan opfattes som langt fra infrastrukturelle knudepunkter

Den store geografiske spredning af udbud og overnatningsmuligheder samt afstanden til Aalborg kan få destinationen til at fremstå mindre tilgængelig og mere besværlig at nå frem til.

Nærhed til Aalborgs store udbud af møde- og overnatningsfaciliteter

Med det større og mere veludviklede udbud af møde- og overnatningsfaciliteter i Aalborg kan dette medføre, at nogle internationale mødeturister vælger Aalborg frem for Frederikshavn Kommunes udbud.

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 med afholdelse i Frederikshavn og Skagen giver muligheder for at tilbyde de lidt større møder og konferencer i Frederikshavn og i Skagen de mindre, eksklusive og intime møder med fokus på særlige oplevelser. Sæby vurderes i denne sammenhæng som mindre relevant.

Kapacitet: Mindre til mellemstore mødeaktiviteter med 50-400 deltagere.

Potentiale: Det største potentiale vurderes at ligge inden for den maritime sektor, Forsvaret og Flåden, hvor der allerede findes stærke faglige miljøer og en strategisk tilstedeværelse. Der forventes desuden interesse fra internationale samarbejdspartnere og leverandører.

Derudover er der gode muligheder for at tiltrække bestyrelsesmøder, strategiseminarer og lignende arrangementer, som efterspørger eksklusive rammer og unikke oplevelser. Det norske marked vurderes særligt relevant på grund af det generelt høje kendskab til området.

2.

Belønningsrejser til især Skagen vurderes at have en særlig høj oplevelsesværdi, som gør destinationen attraktiv til dette segment. Kombinationen af unikke naturoplevelser, eksklusive rammer og stærke kulturelle tilbud giver optimale forudsætninger for at skabe en mindeværdig og differentieret mødeoplevelse for gæsterne.

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

Potentiale: Skagen rummer et stærkt potentiale som destination for belønningsrejser med sit fokus på natur, det maritime miljø, fiskeritraditioner og en rig kulturarv. Kombinationen af autentiske oplevelser og eksklusive rammer gør det muligt at udvikle unikke rejseprogrammer, der tydeligt differentierer destinationen.

Det norske marked vurderes igen som særligt attraktivt på grund af den kulturelle og geografiske nærhed samt en veletableret tradition for at efterspørge oplevelsesbaserede rejser af høj kvalitet.

3.

Messer & udstillinger kan være svære at tiltrække grundet den manglende overnatnings-kapacitet. Dog kan der potentielt tiltrækkes mindre og mellemstore messer til Frederikshavn, som har en stor venue kapacitet.

Kapacitet: Mindre til mellemstore messer med op til 1.800 deltagere.

Potentiale: Den maritime branche bør være det primære fokus og eventuelt i samarbejde andre destinationer som Trekantområdet og Fyn.

4.

Kongresser vil være udfordret grundet de manglende vidensinstitutioner med internationale aktiviteter og dermed relationer til at skabe tiltrækning.

Potentiale: Begrænset potentiale, og det bør derfor ikke prioriteres.

Anbefalinger

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.

Nordisk kendskab til Skagen

Fokusområde

- Særligt de nordiske lande kender Skagen godt som leisure destination, og det bør udnyttes for mindre møder og belønningsrejser.
- Der er direkte færgeforbindelse til Frederikshavn fra Sverige.
- Fokus på skuldersæson og en forbedret kapacitetsudnyttelse.

Handling

- Udarbejdelse af samlede pakker med præsentation af mulighederne for mindre møder inklusive venue, overnatning, logistik-løsninger samt muligheder for særlige oplevelser.
- Beskrivelse og tydelighed omkring tilgængeligheden vil være essentiel.

Synliggøre mulighederne for belønningsrejser

Fokusområde:

- Skagen har unikke naturoplevelser og en helt særlig stemning, hvilket skal bindes op på særlige aktiver og oplevelser i forbindelse med belønningsrejser.
- Nemmere adgang, overblik og dermed reservationsmuligheder for de professionelle mødebookere kan skabe et øget potentiale.

Handling

- Udarbejdelse af et inspirationskatalog, der tydeligt fremhæver destinationens særlige udbud og pakketeringer inden for belønningsrejser. Kataloget skal give mødeplanlæggere et hurtigt og overskueligt indblik i relevante muligheder, herunder overnatningssteder, unikke oplevelser, aktiviteter samt logistik- og transportløsninger, der egner sig specifikt til dette mødesegment. Materialet kan med fordel understøttes af målrettede fam-trips for mødeplanlæggere, der arbejder med belønningsrejser, så kendskabet til destinationens tilbud styrkes yderligere.

Udnyttelse af de maritime forsvarskompetencer i Frederikshavn

Fokusområde

- I forbindelse med etableringen af forsvarsværftet i Frederikshavn bør den tilstedeværende viden, forøgelsen deraf samt relaterede kompetencer og netværk indenfor områder såsom maritim teknologi, forsvarsindustri, skibsdrift aktivt bruges til at tiltrække møder og konferencer.
- Dette vil skabe en øget efterspørgsel.

Handling

- Udvikling af et tæt samarbejde med berørte interessenter, herunder flådestation Frederikshavn, og erhvervslivet omkring, således aktiviteterne også understøtter branchens parter og deres behov.

Synliggørelse af overskuelige rejseplaner

Fokusområde

- Den store geografiske spredning i det samlede udbud kan skabe infrastrukturelle udfordringer for nogle mødeplanlæggere.
- For at imødekomme dette bør der udarbejdes rejseplaner, der adresserer og løser de infrastrukturelle udfordringer.

Handling

- Udarbejde logistiske løsninger og indgå samarbejder med nøgleleverandører såsom bus og transportservices, hotel, venues mv.

Udvikling af de kulinariske oplevelser i Skagen

Fokusområde

- Skagen har gode oplevelser og overnatningsmuligheder, men savner kulinariske oplevelser med den rette fortælling og identitet, og dette særligt udenfor højsæsonen.
- Et øget kulinarisk fokus vil øge efterspørgslen på særligt belønningsrejser.

Handling

Udvidelse af det kulinariske og gastronomiske udbud inklusive en stærk historiefortælling med udgangspunkt i lokalområdets særlige egenskaber.

Udnytte Sæbys potentiale som kystdestination for belønningsrejser samt mindre til mellem mødeaktiviteter

Fokusområde

- Sæby rummer et målrettet potentiale inden for belønningsrejser samt mindre og mellemstore mødeaktiviteter med mulighed for at tilknytte wellness. Byens kystnære beliggenhed og rolige atmosfære skaber en naturlig ramme for fordybelse, netværk i særlige omgivelser og trivsel.
- Sæby kan dermed positioneres som en lokation i kommunen der tilbyder retreat-lignende møder, lederseminarer og belønningsrejser med fokus på velvære, trivsel og kvalitet frem for volumen.
- En væsentlig forudsætning for at realisere potentialet er dog at reducere den oplevede transportbarriere fra Aalborg Lufthavn. En manglende direkte transportløsning udgør en barriere for internationale mødeplanlæggere.

Handling

- Udarbejdelse af målrettede møde- og incentive-pakker som gør Sæby attraktiv over for de professionelle mødeplanlæggere, der samler overnatning, mødefaciliteter, forplejning, wellness og kystnære aktiviteter. Pakkernes kapacitet vil være 50–350 deltagere, derudover skal de for professionelle mødebookere illustrere Sæbys anvendelsesmuligheder som destination.
- Der bør prioriteres en profilering af Sæbys kystnære rammer, wellnessprofil og egnede mødeformater.
- Udvikle planer for logistiske forhold, for eksempel en fast shuttle-ordning mellem Aalborg Lufthavn og Sæby som kan integreres direkte i tilbudsmaterialet.
- Indsatsen kan med fordel understøttes af målrettede fam-trips for udvalgte mødeplanlæggere fra nærmarkeder som Norge, Sverige og Tyskland, hvor fokus er på at opleve kombinationen af Sæbys mødefaciliteter, wellness og kystnær atmosfære i praksis.

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	By	Min. Pris (Februar)	Min. Pris (September)	Max. Pris (Februar)	Max. Pris (September)	Maksimal prisvariation
BB - Hotels Frederikshavn	Frederikshavn	795 kr.	795 kr.	1.050 kr.	1.050 kr.	255 kr.
Best Western Hotel Herman Bang	Frederikshavn	956 kr.	956 kr.	1.595 kr.	1.295 kr.	339 kr.
Hotel Frederikshavn	Frederikshavn	995 kr.	995 kr.	1.395 kr.	1.095 kr.	100 kr.
Hotel Lisboa	Frederikshavn	805 kr.	805 kr.	895 kr.	895 kr.	90 kr.
Jutlandia Hotel	Frederikshavn	999 kr.	999 kr.	1.399 kr.	1.201 kr.	202 kr.
Park Hotel & Vinbar	Frederikshavn	1.295 kr.	1.295 kr.	1.895 kr.	1.295 kr.	- kr.
Quality Hotel The Reef	Frederikshavn	972 kr.	1.158 kr.	1.204 kr.	1.344 kr.	372 kr.
Brøndums Hotel	Skagen	845 kr.	1.195 kr.	995 kr.	1.645 kr.	800 kr.
Color Hotel Skagen	Skagen	1.275 kr.	1.275 kr.	1.275 kr.	1.650 kr.	375 kr.
Foldens Hotel	Skagen	785 kr.	1.295 kr.	845 kr.	1.495 kr.	710 kr.
Hjorts Badehotel	Skagen	1.595 kr.	1.595 kr.	1.595 kr.	1.795 kr.	200 kr.
Hotel Hvideklit	Skagen	849 kr.	799 kr.	849 kr.	899 kr.	50 kr.
Hotel Marie	Skagen	1.530 kr.	985 kr.	1.530 kr.	1.255 kr.	275 kr.
Hotel Strandly Skagen	Skagen	945 kr.	1.195 kr.	1.045 kr.	1.195 kr.	250 kr.
Plesners Badehotel	Skagen	1.205 kr.	1.315 kr.	1.775 kr.	1.645 kr.	440 kr.
Ruths Hotel	Skagen	2.200 kr.	2.750 kr.	2.860 kr.	3.410 kr.	1.210 kr.
Skagen Harbour Hotel	Skagen	995 kr.	1.295 kr.	1.195 kr.	1.695 kr.	700 kr.
Skagen Hotel	Skagen	875 kr.	1.375 kr.	875 kr.	1.675 kr.	800 kr.
Skagen Strand Feriecenter	Skagen					- kr.
Aalbæk Badehotel	Skagen	1.205 kr.	1.260 kr.	1.205 kr.	1.260 kr.	55 kr.
Hotel Viking Aqua Spa & Wellness	Sæby	2.570 kr.	1.517 kr.	2.570 kr.	1.866 kr.	704 kr.
Hotel Aahøj	Sæby	1.270 kr.	1.270 kr.	1.370 kr.	1.370 kr.	100 kr.
Sæby Spektrum & Hostel	Sæby	895 kr.	795 kr.	895 kr.	795 kr.	
Gennemsnit		1.175 kr.	1.224 kr.	1.378 kr.	1.447 kr.	276 kr.

Bilag 3: Prissætning for møde- og konferencesteder

Møde- og konferencested	By	Pakkepris for dagsmøde	Min. Lokaleleje	Max. Lokaleleje
Arena Nord - Frederikshavn	Frederikshavn	481 kr.		
Det Musiske Hus i Frederikshavn	Frederikshavn			
Kattegat silo	Frederikshavn	149 kr.		
Maskinhallen Frederikshavn	Frederikshavn			
Restaurant Møllehuset	Frederikshavn	375 kr.	1.000 kr.	2.000 kr.
Maskinrummet Skagen	Skagen			
Gennemsnit		335 kr.	1.000 kr.	2.000 kr.