



Markeds- og potentialeanalyse
for international mødeturisme

Helsingør 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	22
Møde- og konferenceudbud	24
Erhvervsliv	27
Vidensinstitutioner	28
Oplevelser og attraktioner	30
Opsummering	32
Markedspositionering	33
Efterspørgsels- og segmentanalyse	33
SWOT-analyse	36
Mødesegmenter	38
Anbefalinger	39
Bilag	41



Introduktion & Læsevejledning

Markeds- og potentialeanalysen har til formål at skabe indsigt i de lokale markedsforhold og udbud i Helsingør Kommune med relevans for arbejdet med international mødeturisme. Ved at sætte fokus på Helsingør ønsker Wonderful Copenhagen at skabe indsigt i, hvordan man bedre kan udnytte potentialet for mødeturisme med international deltagelse i denne del af destinationen.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Helsingør arbejder målrettet på at styrke sin strategiske position som møde- og erhvervsturismdestination med langsigtet fokus på både national og international mødeturisme. Indsatsen er under løbende udvikling og vil blive forankret i et tværgående samarbejde mellem erhvervsliv, kulturinstitutioner, turismeaktører og uddannelsesmiljøer.

Denne organisering skal afspejle Helsingørs DNA: et stærkt lokalt engagement, en samarbejdskultur med dybe rødder og en ambition om at udnytte byens særlige kulturarv og identitet som løftestang for mødeturismen. Samtidig skal strukturen sikre en fælles retning, klare prioriteringer og et solidt organisatorisk fundament, som giver Helsingør de bedste forudsætninger for at udvikle erhvervsturismen systematisk og målrettet.

På internationalt niveau styrker Helsingør sin tilstedeværelse gennem partnerskabet med Wonderful Copenhagen Convention Bureau. Gennem famtrips, målrettede salgs- og synlighedsaktiviteter arbejdes der på at fremhæve destinationens unikke kombination af kulturarv, moderne mødefaciliteter og nærhed til København, samtidig med at Helsingørs position og synlighed i internationale beslutningsprocesser styrkes.

Nationalt planlægges et samarbejde med Optimeet, som skal sikre en stærk tilstedeværelse på det danske mødemarked og styrke kendskabet til Helsingør som attraktiv mødedestination, samtidig med at synligheden øges blandt danske mødeplanlæggere og understøtter en mere koordineret positionering på det nationale marked.

Den strategiske indsats suppleres af markante investeringer i øget kapacitet og nye faciliteter. Etableringen af Cori Hotel i Hornbæk og det kommende udbud af Hamlet-grunden til opførelse af et centralt placeret hotel vil samlet set øge overnatningskapaciteten og forbedre mulighederne for at tiltrække større møder og konferencer. Samtidig bidrager de eksisterende aktører, herunder hotellerne: Marienlyst Strandhotel, Comwell Borupgaard og det kommende CORI Hotel Hornbæk til et stærkt og varieret mødeprodukt, der allerede i dag rummer potentiale til at tiltrække internationale segmenter. Ligeså gør venues såsom Højstrupgaard, M/S Museet for Søfart, Kronborg slot samt det nyligt renoverede Marienlyst Slot.

Samlet set giver den kommende organisering, strategiske partnerskaber og de igangværende investeringer i Helsingør et stærkt afsæt for det videre arbejde med såvel national som international mødeturisme. Denne organisering, kombineret med konkrete investeringer og et stærkt lokalt engagement, giver destinationen relevante erfaringer og gode forudsætninger for at arbejde strategisk med området. Samtidig er indsatsen fortsat i udvikling, og der er behov for løbende at kvalificere og prioritere arbejdet i takt med, at markedet ændrer sig. Det nuværende udgangspunkt skaber derfor et godt grundlag for at identificere de potentialer, muligheder og udfordringer, som analyseres i rapporten.

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

Læsevejledning

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

Mødesegmenter

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

Møder	Møder, konferencer, kurser m.v. med min. 10 deltagere og en varighed på min. 4 timer afholdt på mødesteder der udlejer lokaler mod betaling. Et mødes formål er forudbestemt og har som dagsorden at adressere og evt. løse en udfordring eller mål for virksomheden ^[1] .
Belønningsrejser	Virksomhedsarrangerede grupperejser for udvalgte medarbejdere. Typisk med det formål at anerkende, belønne, motivere, eller fastholde medarbejdere, samarbejdspartnere eller kunder gennem unikke rejseoplevelser. Destinationerne er ofte mere prestigøse og afslappede end det sædvanlige arbejdsmiljø ^[2] .
Kongresser	Større 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 conferenceudbud (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 conferenceplanlæggere prioriterer, når de skal planlægge og afvikle mødeturisme. Det samlede datagrundlag er baseret på 740 besvarelser fra mødeplanlæggere samt personer med øvrig tilknytning til mødeturisme. De væsentligste indsigter samt perspektiveringer til destinationen findes i afsnittet om *Markedskrav ved international mødeturisme*.

Efterspørgsels- og segmentanalyse

Udover destinationens kortlægning er der indhentet øvrige relevante 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

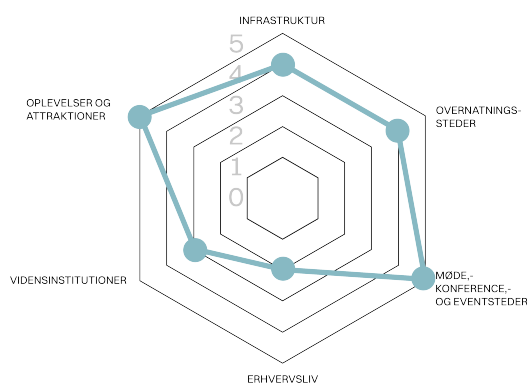
Med afsæt i de indsamlede indsigter fra markedsanalysen er der udarbejdet en SWOT-analyse, som ved at fremhæve destinationens styrker, svagheder, muligheder og trusler, identificerer, hvor potentialet ligger for destinationens fremadrettede arbejde med international mødeturisme. Dette potentiale danner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

Helsingør Kommunes modenhedsanalyse ser således ud.



Kombineret med rapportens SWOT-analyse fremstår Helsingør med et stærkt udgangspunkt som mødedestination med en unik kombination af kulturarv, moderne faciliteter og nærhed til København. Destinationen tilbyder fleksible venues med kapacitet til både mindre møder og store konferencer, herunder Værftshallerne med plads til op til 2.800 deltagere og Kulturværftet med fleksible scener og mødelokaler. Kronborg Slot som UNESCO-verdensarv giver Helsingør en international profil og mulighed for at skabe differentierede mødeoplevelser.

Analysen fremhæver følgende styrker:

- **Attraktive møde- og konferencefaciliteter** med høj kapacitet og unikke rammer, der kan imødekomme alle mødesegmenter.
- **God tilgængelighed** med kun 55 minutters transport fra Københavns Lufthavn og direkte færgeforbindelse til Helsingborg, hvilket åbner for det svenske marked.
- **Stærk kulturprofil og oplevelsesværdi**, som gør destinationen attraktiv for belønningsrejser og møder med storytelling.
- **Planlagte investeringer** i øget overnatningskapacitet, herunder Cori Hotel i Hornbæk og et potentielt nyt centralt hotel på Hamlet-grunden.

Der er dog udfordringer: begrænset overnatningskapacitet i bymidten, lav gæstetilfredshed sammenlignet med MeetDenmark-gennemsnittet og få lokale virksomheder med dokumenteret international mødeaktivitet. Potentialet for kongresser og faglige møder vurderes primært at ligge i samarbejder med vidensinstitutioner i Hovedstadsområdet og i udnyttelsen af Helsingørs kulturarv og maritime profil.

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

Styrke samarbejdet med vidensinstitutioner og erhvervsliv

- Etablere netværk og ambassadørkorps med universiteter og forskningsmiljøer i København og Nordsjælland for at tiltrække kongresser og faglige møder.

Udnytte Helsingørs kulturarv og maritime styrker

- Positionere Kronborg Slot, Kulturværftet og M/S Museet for Søfart som ramme for internationale konferencer og belønningsrejser.

Forøge synligheden blandt mødeplanlæggere

- Gennemføre fam-trips og målrettede kampagner i samarbejde med Wonderful Copenhagen.

Udvikle overnatningskapaciteten og logistikken

- Prioritere nye hotelprojekter og skabe pakkelsninger, der kombinerer venues, overnatning og transport.

Aktivere det svenske marked

- Udnytte færgeforbindelsen til Helsingborg og markedsføre Helsingør som et oplagt valg for svenske virksomheder med internationale aktiviteter.



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:

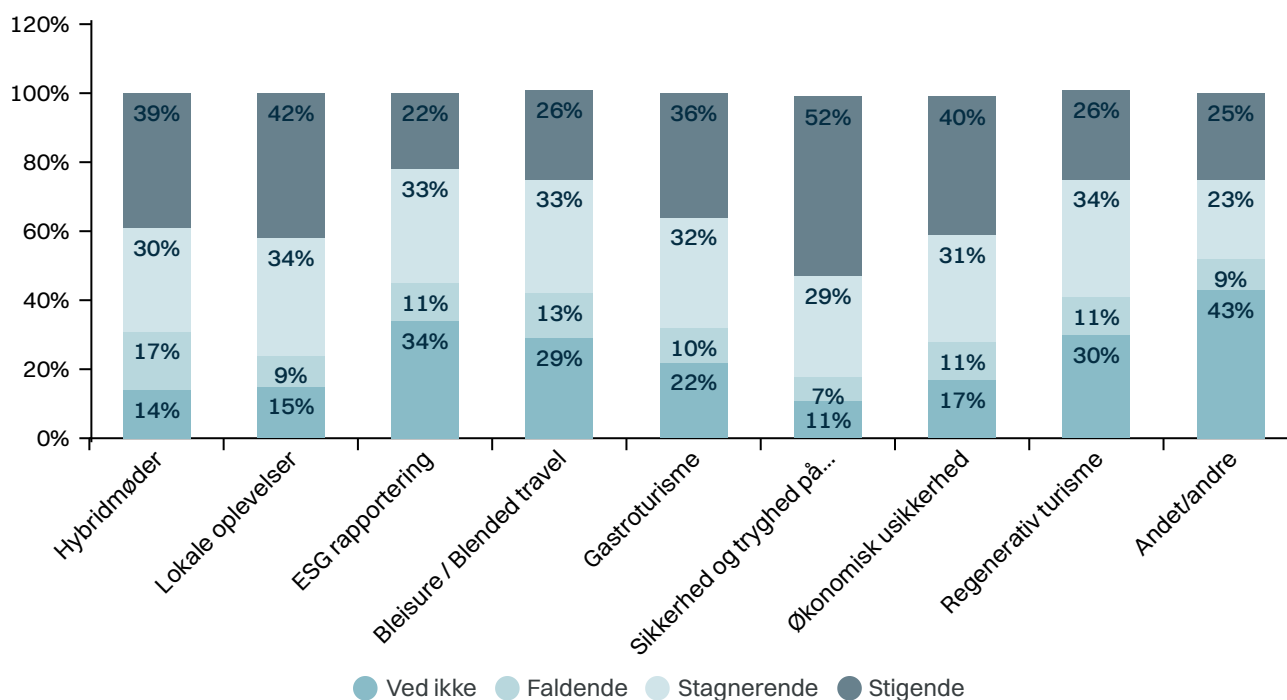
Sikkerhed og tryghed fremhæves samlet set som den mest voksende tendens, der i stigende grad påvirker efterspørgslen. Helt konkret markerer 356 ud af 743 respondenter, at behovet er stigende. Tendensen afspejler, at destinationen vurderes ud fra landets politiske og økonomiske stabilitet samt ud fra, 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 mødeplanlæggeres egne udsagn og de danske DMC'er og Incoming bureaux oplevelse skyldes. En mulighed kan være, at internationale kunder netop har valgt Danmark på grund af vores image inden for bæredygtighed og derfor forventer at bæredygtighed er et integreret element. Det kan dog også være, at de internationale mødeplanlæggere – ligesom det typisk er tilfældet herhjemme (jf. de årlige mødekøberanalyser fra Optimeet og MeetDenmark) – har begrænset viden om, hvordan man konkret stiller krav til bæredygtighed.

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

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

”

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

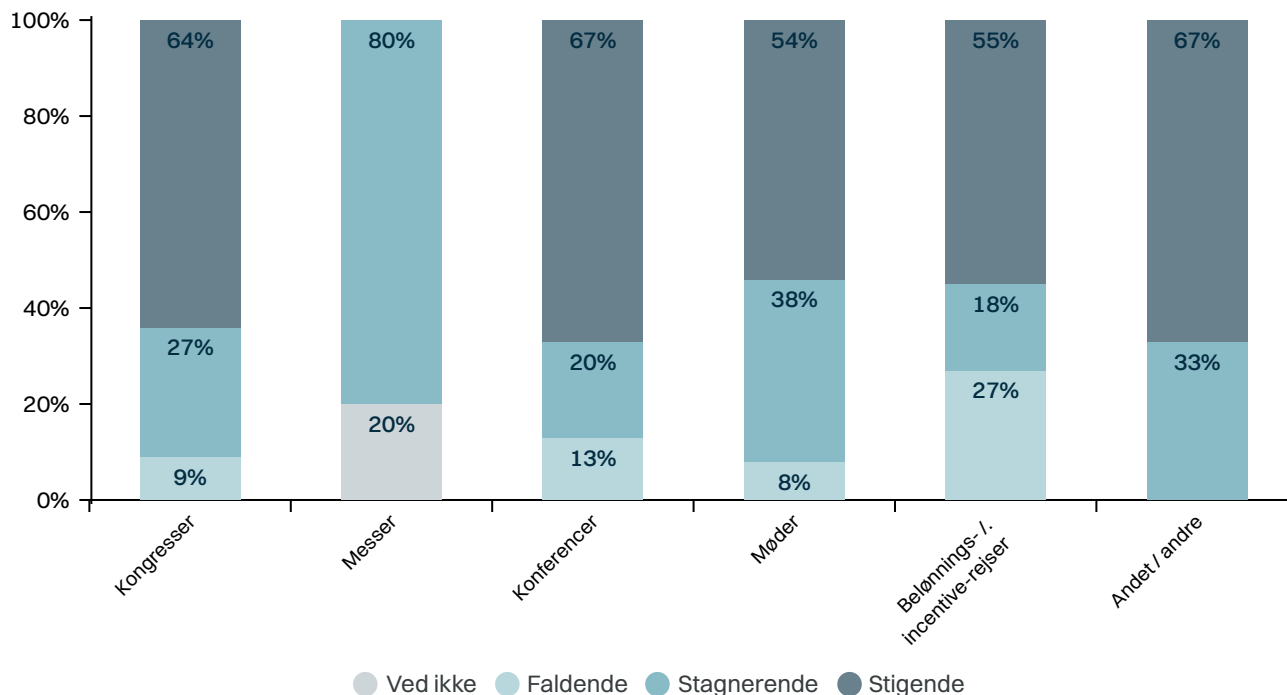
Udvikling i efterspørgslen

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

Mødesegmenter

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

Nationale professionelle mødeplanlæggere



N = 17

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

Stigende (Mørkeblå), stagnerende (blå), faldende (lyseblå), ved ikke (lys grå).

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

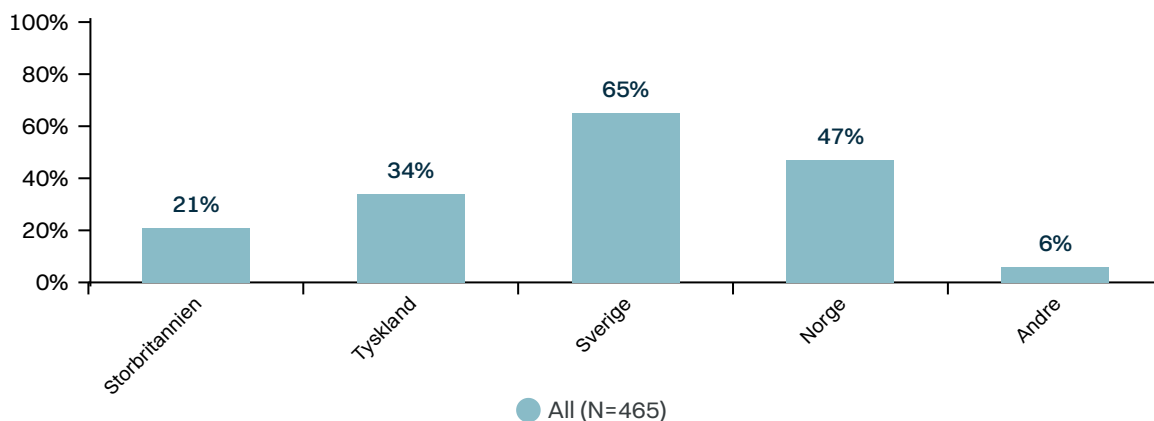
Internationale markeder

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.

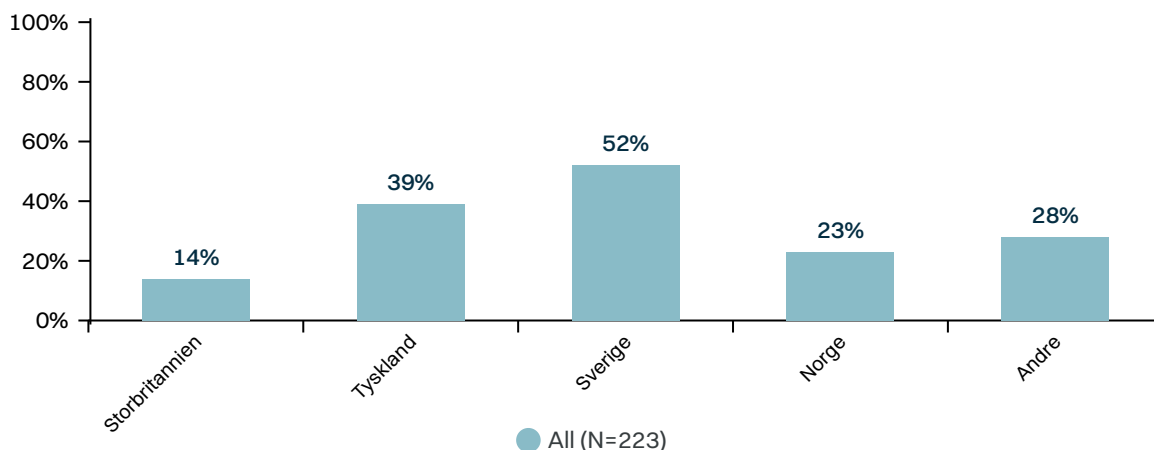
Kilde: Q11 - Hvilke internationale markeder(lande) oplever I efterspørgsel til Danmark fra?

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 for Wonderful Copenhagen, hvilket antages at påvirke svarene i en mere positiv retning, end hvis der var blevet spurgt specifikt for Helsingør Kommune. For destinationen Wonderful Copenhagen er det gældende, at blandt de 17 adspurgte nationale professionelle mødeplanlæggere er der 16, som nævner, at de har indgående kendskab og én, som nævner et godt kendskab til destinationen og dets udbud. Dermed kan det konkluderes, at alle respondenter har kendskab til destinationen.

Alle 17 nationale professionelle mødeplanlæggere har afholdt/planlagt arrangementer med international deltagelse i destinationen. Det er dog ikke afklaret, hvor mange der har afholdt i Helsingør.

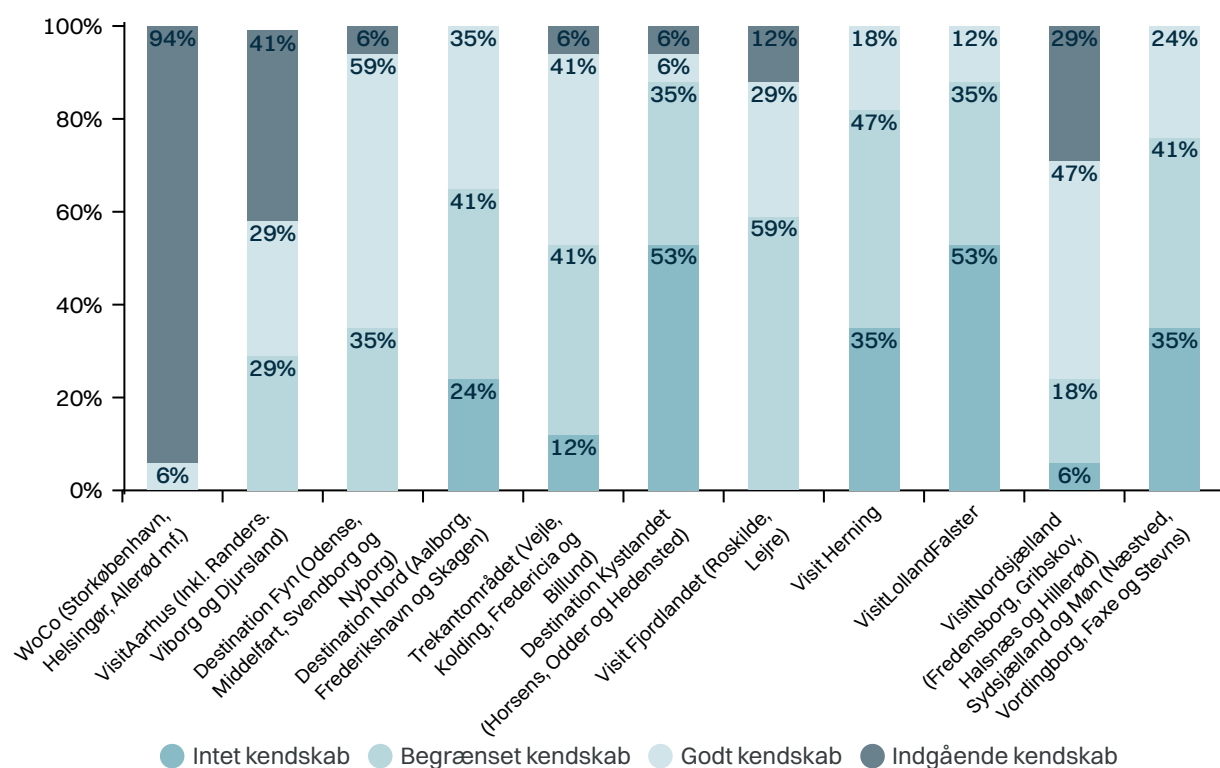
Synligheden for destinationen Wonderful Copenhagen må derfor konkluderes til at være i den helt høje ende, hvilket også må antages at have en positiv effekt på Helsingør. Dog vurderes det som en mulighed, at synligheden omkring Helsingør som en del af mødeproduktet i Wonderful Copenhagen kan styrkes hos de professionelle mødeplanlæggere.

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 og flytilgængelighed er meget tilfredsstillende	Prisniveauet nævnes af 24% som utilfredsstillende og af 6% som meget utilfredsstillende.
Gastronomisk udbud er meget tilfredsstillende	
Offentlig transport er meget tilfredsstillende	
udbud af overnatningssteder er meget tilfredsstillende	

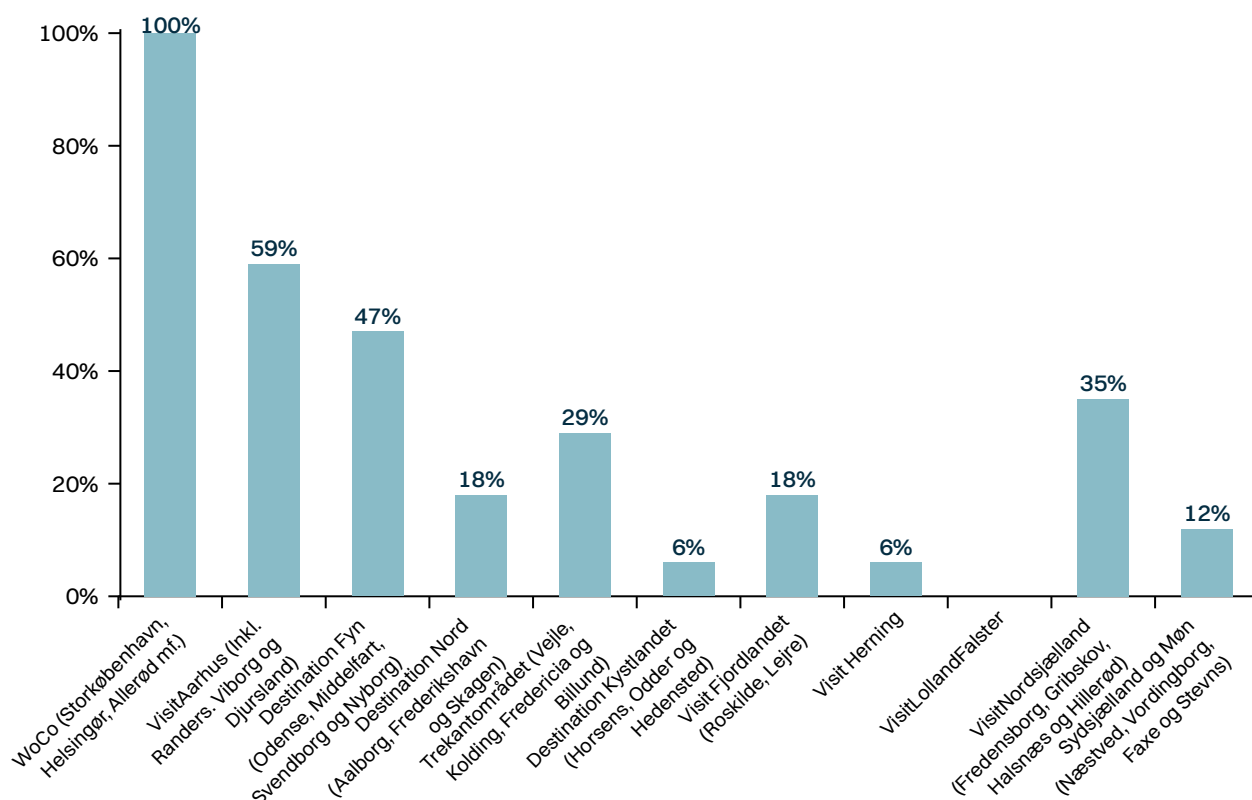
N = 17: Obs. datagrundlaget tager udgangspunkt i hele Wonderful Copenhagen, hvor besvarelserne må antages at være særligt fokuseret på udbuddet i København.

Kilde: Q18_1 - Hvad fungerede godt/mindre godt ved WoCo (Storkøbenhavn, Helsingør, Allerød mf.)?



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?



Markedsanalyse

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

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



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

Infrastruktur og tilgængelighed

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

	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	> 60 km	60-100 km	< 100 km
Togstation	> 2 km	2-15 km	< 15 km

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

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

Det ses for de fire overnatningsudbud i Helsingør, som er kortlagt af kommunen, at den gennemsnitlige afstand til international lufthavn, Københavns Lufthavn, er 65 km. For afstand til togstationer er gennemsnittet to km.

Overnatningsudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	1	3	0
Togstationer	1	3	0

For møde- og konferenceudbud er der kortlagt 10 steder, hvor gennemsnitlig afstand til Københavns Lufthavn, 67 km, og gennemsnitlig afstand til togstation er to km.

Møde- og konferenceudbud	Lav	Mellem	Høj
Lufthavn	1	9	0
Togstationer	7	3	0

Nedenstående ses transporttider til Københavns Lufthavn fra destinationens større byer.

Transporttid	Københavns Lufthavn	
	Bil	Offentlig
Helsingør	55 min.	1 time, 10 min.
Espergærde	47 min.	1 time, 1 min.

Overordnet kan det siges for både overnatnings- samt møde- og konferenceudbud, at afstande til lufthavne befinder sig på et lege fra 60-70 km, da alle de kortlagte udbud befinder sig i og omkring Helsingør, som er 66 km fra Københavns Lufthavn. Internationale lufthavne tilsikrer tilgængelighed og øger attraktivitet fra internationale kundebaser, hvilket klart har effekt for Helsingør, da der kun er 55 min. fra lufthavnen til Helsingør. Derudover skaber kortere afstande mellem infrastrukturelle knudepunkter generelt nem og effektiv transport, hvilket øger tiltrækningskraften hos destinationens udbud.

Udover afstand til international lufthavn samt togstation gælder det særligt for Helsingør, at afstand til international færge er særdeles kort. Med kun 20 minutters sejlads befinder man sig i Helsingborg og dermed på Svensk grund. Dette åbner op for særligt Svensk mødeturisme, grundet bekvemmeligheden og transporttiden på tværs af Øresund.

Infrastrukturelle udviklingsprojekter

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

Vejdirektoratet har sammen med Trafikstyrelsen undersøgt muligheden for fast forbindelse mellem Helsingør og Helsingborg (HH-forbindelse), enten i form af en bro eller en vej-tunnel samt banetunnel under Øresund. Man ønsker at gøre den brugerfinansieret og regner med at delen, der benyttes af personbiler fuldt ud, kan brugerfinansieres.^{[8][9]} For nuværende er der ikke nogen konkrete aktualiseringsplaner, men det forventes, at presset sydfra vil vokse i 2029, når Femern-forbindelsen er færdig, og trafikken sydfra i Europa vil vokse op til Øresunds-området.^[10]

For Helsingør by igangsættes der i 2025-2032 Projekt Helsingør Klimabykerne. Her initieres der omkostningseffektive tiltag, hvis formål er at klargøre Helsingør til at kunne håndtere en øget mængde regnvand, uden at byens kloakker overbelastes. Denne klimatilpasning indbefatter samtidig en opdatering for indre Helsingør, da belægninger vil renoveres i historisk stil, der vil etableres flere gågadezoner, og man vil samtidig påbegynde udrulningen af fjernvarmenet.^[11]

Kystbanen er et transportmiddel, som dagligt benyttes af mange Helsingoranere, men som ifm. inkorporeringen af flere stop på strækningen har betydet en forringelse af rejsetid.^{[12][13]} Dette betyder en forlænget rejsetid på 9 min. fra Helsingør st. til København H.

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

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 4

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

Styrkepunkter:

- Gode transportforbindelser til Københavns Lufthavn, hvilket gør det muligt for mødedeltagere at nå Helsingør Kommune inden for rimelig rejsetid.
- Færgeforbindelsen til Helsingborg gør det muligt at nå det svenske marked og dermed tiltrække mødeaktiviteter herfra.
- Nærheden til København og de gode transportforbindelser gør det muligt at tiltrække mødeaktiviteter, som ellers ville finde sted i hovedstadsområdet.

Svagheder:

- De overnatningssteder og venues, som ligger uden for bymidten, vil kræve yderligere koordinering og transport, hvilket kan påvirke det samlede omkostningsniveau.

8. <https://www.vejdirektoratet.dk/projekt/en-fast-forbindelse-mellem-helsingoer-og-helsingborg>

9. <https://www.trm.dk/nyheder/2021/strategisk-analyse-af-fast-forbindelse-mellem-helsingoer-og-helsingborg-hh/?fbclid=IwAR0t61x9F3XtRmils7AkKU4GzlfuFGvCLmJ1ELOWxxNs4xY3E04HavAFLI8>

10. <https://helsingordagblad.dk/helsingoer/en-fast-forbindelse-mellem-helsingoer-og-helsingborg-har-lange-udsigter-det-er-fremtidsmusik>

11. <https://helsingorklimabykerne.dk/>

12. <https://www.sn.dk/art838257/hoersholm-kommune/debat/debat-faa-nu-fjernet-forringelser-paa-kystbanen/>

13. <https://www.tv2kosmopol.dk/helsingoer/nu-faar-saerlig-gruppe-pendlere-20-procent-laengere-rejsetid>

Overnatningsudbud

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

Det ses, at der i Helsingør udbydes 753 værelser, som er aktuelle for corporate gruppe-segmentet, hvor Marienlyst Strandhotel er største udbyder med 322 værelser. Yderligere er der for Helsingør generelt flere overnatningsudbud med højere kapacitet, blandt andet Konventum og Comwell Borupgaard, som har henholdsvis 259 og 149 værelser. Det ses for de kortlagte overnatningsudbud, at alle er nyrenoveret, med sidste omfattende renovering færdiggjort i indeværende år, f.eks. har Marienlyst for nyligt åbnet op for deres nye terrasseområde, som bl.a. byder på opvarmet pool og udendørs barområde.^[14]

Overnatningssted	Opført	Seneste renovering	Antal værelser	Antal møde og konference lok.	Deltagerkapacitet v. største lokalekonfig.
Comwell Borupgaard	1988	2025	149	30	330
Hotel Bretagne	1939	2025	23	2	60
Konventum	1969	2025	259	32	220
Marienlyst Strandlyst	1861	2025	322	30	450
		Total	753	94	1.060

Til slut skal Cori Hornbæk Hotel nævnes. Det femstjernede badehotel forventes færdigetableret og åbningsparat i m edio 2026 med omkring 80 værelser, spa og restaurant. Yderligere planlægger Helsingør Kommune at udbyde Hamlet-ejendommen til salg,med henblik på hoteldrift. Her forventes et centralt beliggende og tidssvarende hotel med 100-120 værelser.

Prissætning

Sammenlignes kommunens gennemsnitlige værelsespris og pris for et konferencedøgn med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, fremgår det, at Helsingør Kommune i begge kategorier befinder sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Destination	Værelsespris	Konferencedøgn
Helsingør Kommune	1.713kr.	2.297 kr.
MeetDenmark gennemsnit	1.236 kr.	2.023 kr

Bilag 2 viser prisniveauer for februar og september, hvilket har til mål at eksemplificere lavsæson og højsæson. Dataene inkluderer både minimums- og maksimumspriser og giver indblik i sæsonmæssige udsving sammenkoblet med laveste og højeste pris i disse udsving, dermed fremvises den maksimale prisdifference. For Helsingør gælder det, at den gennemsnitlige maksimale pris for et værelse er 1.938 kr. inkl. moms, hvor gennemsnitligt minimum er 966 kr. Prisvariation er i gennemsnit 972 kr. pr. nat mellem høj- og lavpris.

14. https://www.ekj.dk/marienlyst-strandhotel-forvandler-p-pladser-til-pool-oase/?utm_source=chatgpt.com

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 78 % ift. maksimalt antal point akkumuleret gennem de tre hjemmesider. Internt mellem de fire udbud ses der dog bemærkelsesværdig forskel, hvor et udbud scorer 84 % og et andet 73 %, altså 11 procentpoint lavere. Dette vidner om et stort spænd i kvaliteten på den gæsteoplevelse, som udbuddet tilbyder. Det fremgår, at destinationen befinder sig under MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshedsscore - Overnatning	
Helsingør Kommune	78%
MeetDenmark (gns,)	81%

Certificeringer kan tydeliggøre udbuddenes tilstedeværelse i området grundet et ekstraordinært element eller styrke områdets profil inden for et vist felt. For Helsingør er det særligt karakteristisk, at størstedelen (3 ud af 4) af de certificerede steder har opnået miljømærket Green Key, som stiller krav til blandt andet affaldshåndtering, energiforbrug, vandbesparelse og rengøring. Derudover er der én aktør, som har opnået bronze i det økologiske spisemærke.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	3
Svanemærket	0
Økologiske spisemærke	1

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 4

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	
4: Bredt udvalg i forskellige prisklasser og god kapacitet.	4
5: Meget stort udvalg og varieret udbud med høj kvalitet og fleksibilitet	

Styrkepunkter:

- Et bredt og relevant udbud af overnatningssteder, som kan imødekomme forskellige prisbehov og har kapacitet til at kunne huse større arrangementer.
- Stor andel af de kortlagte overnatningssteder har bæredygtighedscertificeringer.
- Der er angivet flere hotelprojekter under udvikling, som bidrager med yderligere kapacitet, også i bymidten, og som umiddelbart vil kunne imødekomme behovene hos forskellige segmenter.

Svagheder:

- Begrænset overnatningskapacitet i bymidten, hvilket kan medføre et behov for transport fra venues til overnatningssteder.

Møde- og konferenceudbud

I nedenstående tabel angives de eksisterende steder, der udelukkende udbyder lokaler til møder, konferencer, kongresser og messer i Helsingør. 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.

Møde- og konferencested	Opført	Seneste renovering	Antal sale samt møde- og konferencelokaler	Deltagerkapacitet ved største lokalekonfiguration
Marienlyst Strandhotel	1861	2025	30	450
Konventum	1969	2025	32	220
Comwell Borupaard	1988	2025	30	360
Hotel Bretagne	1937	2025	2	60
Kronborg	1420	2014	5	350
MS: Museet for Søfart	2013	2013	5	150
Kulturværftet	2010	2025	8	500
Øresundslinjen	1997	2024		
Toldkammeret	1891	1989	3	120
Værftshallerne	1893	2026	1	2.800
Total			116	5.010

Det fremgår, at der i Helsingør udbydes 116 møde- og konferencelokaler med en samlet kapacitet på 5.010 deltagere. Den klart største kapacitet ses hos Værftshallerne, som med 2.800 deltagere udgør 56 % af hele kommunens kapacitet.

Prissætning

Det ses, at gennemsnitlig pakkepris pr. deltager for et dagsmøde er 708 kr.^[15]

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

Destination	Dagsmøde pr person
Helsingør Kommune	708 kr.
MeetDenmark (gns,)	621 kr.

Bilag 3 viser Helsingørs mødeudbuds priser, kolonnen viser pris pr. deltager for et dagsmøde. Der ses to tomme felter i ovenstående 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.

15. Pakkepriser for Kulturværftet, Toldkammeret og Værftshallerne er gennemsnitspriser udregnet via offentligt tilgængelig prisliste: [Kulturværftet & Toldkammeret](#)

Gæstetilfredshed og certificeringer

Med henblik på at udregne en samlet gæstetilfredshedsscore for samtlige møde- og konferenceudbud har vi brugt Tripadvisor, hvor udbuddene samlet set på destinationsniveau opnår en rating på 83 % sammenlignet med den potentielle maks. score på Tripadvisor. Her ses det, at destinationen befinder sig på samme niveau som MeetDenmark gennemsnittet.

Gennemsnitlig gæstetilfredshed - Venues	
Helsingør	83%
MeetDenmark (gns.)	83%

I destinationen har tre ud af de 10 kortlagte møde- og konferencesteder certificeringer af forskellig slags. Dermed er det en begrænset del af udbuddet, som er certificeret.

Certificering	Antal aktører
GreenKey	3
Svanemærket	0
Økologiske spisemærke	1

Overblik over kommunens udbud

Nedenstående tabel viser en oversigt, der har til mål at skabe et overblik over Helsingør som destination, dets udbud af overnatningsfaciliteter samt møde- og konferencesteder. Derudover ses gæstetilfredshedsscore og gennemsnitspris for både overnatnings- og mødeudbud.

Kommune	Overnatningsudbud			Møde- og konferenceudbud			
	Antal værelser	Gennemsnitsp overnatning	Gæstetilfreds overnatning	Antal møde- og konferencelok	Maks. Kapacitet	Dagsmøde pris pr. person	Gæstetilfredst møde- og konferencelok
Helsingør	753	1.713 kr.	78%	116	5.010	708 kr.	83%

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.

Nedenstående tabeller sammenligner forholdet imellem kommunens maksimale antal mødedeltagere sammenholdt med antal tilgængelige værelser, der udbydes i Helsingør Kommune.

Ved maksimal mødekapaцитet i hele kommunen er der i Helsingør i gennemsnit 7 mødedeltagere pr. udbudt overnatningsværelse. Det betyder, at omkring 15 % af deltagerne vil kunne overnatte inden for kommunens grænser, forudsat at alle mødefaciliteter er fuldt udnyttet.

Dette bekræftes i kortlægningen, hvor det bemærkes fra det lokale erhvervsliv, at det ved større konferencer med højt deltagerantal er svært at finde plads til samtlige overnattende gæster på samme hotel, selvom der bookes adskillige måneder før, da hotellerne i forvejen er godt fyldt op af leisure turister.

Kommune	Ratio
Helsingør	15%

Kommune	Antal deltagere pr. værelse
Helsingør	7

Udbuddets konfiguration

Helsingør Kommune er en mødedestination med en kombination af kulturarv, moderne faciliteter og naturskønne omgivelser. Her findes venues, der spænder fra historisk slot på UNESCOs verdensarvsliste, til eksklusivt strandhotel med spa og wellness til moderne conferencecentre. Alle med fleksible rammer til møder og arrangementer i forskellige størrelser.

Et centralt omdrejningspunkt er Kulturværftet og Værftshallerne, der med sin placering ved havnen og nabo til Kronborg Slot tilbyder faciliteter til flere tusind deltagere. Helt konkret ejer Helsingør Kommune ca. 14.000 m², som skal udvikles og ombygges til center for kultur, kunst, uddannelse og teknologi, hvor man estimerer op imod en halv million årligt besøgende.

For mere utraditionelle mødeformater tilbyder Helsingør også venues som Kronborg Slot, hvor historiske rammer skaber en særlig stemning for eksklusive erhvervsarrangementer, samt Marienlyst Strandhotel, der kombinerer luksus, kurophold og professionelle mødefaciliteter med uforstyrret udsigt over Øresund.

Helsingørs stærke kulturprofil kombineret med kun 45 minutters transport til København gør byen til et oplagt valg for virksomheder, der søger en lokation til møder og konferencer med nem infrastruktur adgang og rig mulighed for at integrere kultur, natur og netværk i deres arrangementer.

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 5

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

Styrkepunkter:

- Helsingør har et udbud af møde- og konferencesteder, som har kapacitet og faciliteter til at kunne imødekomme de fleste mødesegmenter.
- Kronborg og Værftshallerne giver mulighed for unikke mødeoplevelser, men som også kan huse større arrangementer. Det er dog primært Værftshallerne, som kan huse kongresser med +1.000 deltagere.

Svagheder:

- Ved større mødeaktiviteter med over 1.000 deltagere kan den nuværende overnatningskapacitet udgøre en udfordring, som potentielt kan påvirke møde- og konferencestedernes evne til at tiltrække arrangementer.

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:

- Museer og historisk formidling
- Produktion og industri

Der er indhentet en begrænset mængde af udsagn omkring virksomhedernes internationale mødeaktivitet i den indledende kortlægning, som er udført af Helsingør. Det antages dog, grundet virksomhedernes størrelse, aktivitetsniveau og branchetilknytning, at der eksisterer et potentiale for det lokale erhvervsliv. Derfor anbefales det, at dette undersøges nærmere.

Af de 3 kortlagte firmaer ses det, at et enkelt af de tre rapporterer om international deltagelse ved halvdelen af de årligt afholdte begivenheder, som i dette tilfælde er to gange med omtrent 30 deltagende.

Det er altså kun ganske få af de kortlagte virksomheder, som giver udtryk for, at de har aktiviteter, som medfører international deltagelse. Det vurderes dog, at der kan ligge et potentiale i at få kortlagt virksomhederne i og omkring destinationen yderligere med henblik på at afklare, om der kunne være potentiale i at arrangere faglige arrangementer, som kan tiltrække deltagere fra de omkringliggende lande eller øvrige relevante markeder.

Der kan således være et såkaldt "mørketal" i efterspørgslen, ved at virksomhederne i destinationen fravælger at afholde arrangementer med mange deltagere på grund af den mangelfulde kapacitet.

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:

- Potentiale for at tiltrække Nordsjællandske og Svenske virksomheder med internationale aktiviteter grundet unikke mødesteder. Dette bør undersøges yderligere.
- Potentiale i at anvende det styrkepunkt, at man er en del af Wonderful Copenhagen, til at skabe relationer til virksomheder.

Svagheder:

- Begrænset indsigt i det lokale erhvervsliv, hvilket kan antyde, at der endnu ikke er skabt de nødvendige relationer til at kunne få en grundig indsigt i det potentielle behov og yderligere muligheder for at skabe mødeaktiviteter med international deltagelse.

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. Deres tilstedeværelse skaber faglig tyngde, hvilket gør en destination attraktiv som vært for internationale kongresser.

I Helsingør er der identificeret tre vidensinstitutioner. Det er dog primært én, som på nuværende tidspunkt vurderes til at have potentiale for at generere arrangementer med international deltagelse, grundet forskningsaktiviteter og internationale relationer. Omfanget af mødeaktiviteterne er dog ikke endeligt afklaret.

M/S Museet for Søfart

M/S Museet for Søfart i Helsingør er et museum, der formidler Danmarks maritime historie gennem 400 år. Museet kombinerer prisvindende arkitektur med moderne udstillingsdesign og interaktive formidlingsformer, der engagerer både fagfolk og publikum. Museet driver forskningsprojekter med både historisk og aktuel relevans.^[16]

Der er fra kommunens side bekræftet mødeaktivitet i tilknytning til M/S Museet for Søfart, og området omkring det tidligere værft i Helsingør, der står over for en ny udvikling. Med U/NORDs indflytning i de historiske værftshaller etableres landets eneste uddannelser inden for bådebyggeri og sejlmaskeri^[17]. Uddannelserne placeres side om side med Hal 16, som er et levende værksted, hvor der undervises i historiske maritime håndværkstraditioner. Kombinationen af museets formidling, forskningsaktiviteter og den nye uddannelsesindsats skaber et stærkt maritimt miljø, som allerede vækker national og international interesse.

Øresundsakvariet

Øresundsakvariet i Helsingør er en del af Københavns Universitet og fungerer som både formidlingscenter og forskningsenhed med fokus på Øresunds unikke og beskyttede havmiljø^[18]. Selvom det er en mindre forskningsenhed, tiltrækker området stor opmærksomhed fra både forskere og besøgende, ikke mindst på grund af nye observationer af arter som tun og spækhuggere.

Akvariet bidrager til forskningsprojekter, blandt andet i samarbejde med danske universiteter og miljøinstitutioner^[19]. Der gennemføres hvert år over 400 ture på Øresund med akvariets både, hvilket understøtter både undervisning, dataindsamling og formidling. Øresundsakvariet spiller dermed en vigtig rolle som regionalt videnscenter og som aktør i den internationale debat om havmiljø og biodiversitet.

Der er ikke identificeret decideret mødeaktiviteter med international deltagelse.

Museerne Helsingør

Museerne Helsingør bedriver aktiv forskning med fokus på lokalhistorie og kulturarv. Deres projekter spænder over industrihistorie, byrum og borgerinddragelse. Forskningen er praksisnær og involverer både akademiske samarbejder og lokal deltagelse, med det formål at styrke forståelsen af Helsingørs historiske identitet, derfor vurderes det at have en begrænset betydning for den internationale mødeaktivitet.

Forskningsmiljøer i København

Med kun 45 minutters togrejse fra Helsingør til København er Helsingør forholdsvis tæt på nogle af Danmarks største universiteter og forskningsmiljøer. Særligt kan Københavns Universitet nævnes og deres stærke forskningsmiljøer inden for marinbiologi, klima, bæredygtighed og kulturarv, tilsvarende miljøer gør sig gældende for Danmarks Tekniske Universitet. Byens nærhed til hovedstaden indeholder dermed et potentiale for at kunne tiltrække internationale videnskabelige kongresser, konferencer, seminarer og faglige netværksmøder, der ønsker en historisk og inspirerende ramme uden at miste forbindelsen til det akademiske centrum.

16. [Organisationen M/S Museet for Søfart](#)

17. [Det Maritime Udviklingscenter | U/NORD](#)

18. [Øresundsakvariet - Københavns Universitet](#)

19. [Øresundsakvariet - Københavns Universitet](#)

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 3

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

Styrkepunkter:

- Den primære årsag til, at Helsingør scorer 3, er den nære geografiske placering til vidensinstitutioner og forskermiljøerne i Hovedstadsområdet samt den ene vidensinstitution, som vurderes at have international tiltrækningskraft.

Svagheder:

- Omfanget af M/S Museet for Søfarts internationale tiltrækningskraft er ukendt, men vurderes til at have et mere begrænset aktivitetsniveau for møder med international deltagelse end traditionelle vidensinstitutioner som f.eks. universiteter og hospitaler.

Oplevelser og attraktioner

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

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

Udbud	Kendetegn	Møderelevans
Kronborg	Kronborg Slot, en UNESCO-verdensarvsdestination og hjem til Shakespeare's <i>Hamlet</i> , tilbyder mødelokaler i royale og historiske rammer. Her kan afholdes alt fra intime bestyrelsesmøder til storslåede gallamiddage. Kronborg Slot arbejder hen imod Helsingør Kommunes Vision 2023, hvor der siden 2021 er set en markant stigning i antal årligt besøgende, med 324.500 besøgende i 2024. ^[20]	Vartegn og international positionering Møder og belønningsrejser
Kulturinstitutioner	Helsingør Kommune rummer en række markante kulturinstitutioner, der kombinerer historisk atmosfære med moderne faciliteter. Et af de mest ikoniske steder er Kulturhavn Kronborg, hvor Kronborg Slot, M/S Museet for Søfart og det prisbelønnede Kulturværftet danner en unik ramme for møder, konferencer og events. Kulturværftet, herunder Værftshallerne, tilbyder fleksible scener, haller og mødelokaler med kapacitet fra 8 til 1.500 deltagere, og Hal 14 kan med sine 3000 m ² rumme op til 2.800 stående gæster. ^[21] Området demonstrerer moderne arkitektur med historiske værftsbygninger og udsigt over Øresund. Helsingørs stærke kulturprofil og nemme tilgængelighed fra København gør byen til et oplagt valg for virksomheder, der ønsker at kombinere faglighed med historiske omgivelser og unikke oplevelser.	Kongres, konferencer og møder Messer
Kunstinstitutioner	Helsingør Kommune er desuden rig på kunsthistorie. I den nordlige del af kommunen, nær Hornbæk, Rudolph Tegnens Museum og Statuepark. Området er dedikeret til den danske billedhugger Rudolph Tegner, hvis værker står i stærk kontrast til den omkringliggende natur. Den tilhørende statuepark, beliggende i det særprægede landskab kaldet "Rusland", skaber en dramatisk og næsten mytisk ramme om kunsten. Her mødes natur og skulptur i en sjælden kombination, der gør området til en karakterfuld kunstdestination i Nordsjælland. Lige uden for Helsingørs kommunegrænse finder man Louisiana Museum of Modern Art. Med et besøgstal på mere end 700.00 er det Skandinaviens mest besøgte museum for moderne kunst. ^[22] Selvom Louisiana ikke ligger i Helsingør, er det alligevel værd at have med i betragtningen ift. kunstinstitutioner med international tiltrækningsevne.	Belønningsrejser og møder Positionering

20. <https://navisen.dk/blog/helsingoer-oplever-kulturboom-turisme-og-jobvaekst-i-fremgang/>
21. chrome-extension://efaidnbmnnnlpcapcgpcjglcfliefndmkaj/https://kuto.dk/wp-content/uploads/2025/01/Prisliste_KV-TK_gr3_2025_final.pdf
22. <https://kulturmonitor.dk/kulturarv/art10229735/G%C3%A6sterne-v%C3%A6ltede-ind-i-2024>

Modenhedsanalyse

Modenhedsscore: 5

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	
5: Unikke og varierede oplevelser, der styrker destinationens brand og tiltrækning internationalt	5

Styrkepunkter:

- Stor koncentration af unikke attraktioner og oplevelser med international tiltrækning, som alle ligger inden for rimelig afstand til overnatnings- samt møde- og konferencestederne.
- Kronborg som en del af UNESCO
- Unik natur og kyst samt en historisk bymidte.

Svagheder:

- Helsingør har traditionelt været påvirket af at være en endagsdestination, hvor en stor del af turisterne besøger byen og ser seværdighederne, men rejser tilbage til København for at overnatte.

Opsummering

Infrastruktur og tilgængelighed

God infrastrukturel placering, som gør det nemt at komme til Helsingør fra København, særligt fra Københavns Lufthavn, for internationale mødedeltagere. Derudover gør færgeforbindelsen til Helsingborg det muligt at nå det svenske marked med ca. 20 minutters sejlads, en rejsetid, der potentielt kan blive endnu kortere, hvis den faste HH-forbindelse bliver en realitet.

Overnatningstilbud

Et forholdsvis bredt udbud af overnatningssteder, som kan imødekomme forskellige kapacitetsbehov. Der er identificeret en maksimal kapacitet på 753 overnatningsenheder blandt de kortlagte steder. Dog er der begrænset kapacitet tæt på bymidten, som samtidig kan imødekomme budgetvenlige efterspørgsler med tidssvarende kvalitet.

Møde og konferenceudbud

Et bredt udvalg af møde- og konferencестeder med høj kapacitet, som kan imødekomme samtlige mødesegmenter. Det største venue har en maksimal deltagerkapacitet på 2.800, hvilket muliggør afholdelse af større mødeaktiviteter. Det bemærkes dog, at overnatningskapaciteten kan være en udfordring ved større arrangementer.

Erhvervslivet

Kun få af de kortlagte virksomheder giver udtryk for, at de har aktiviteter med international deltagelse. Det vurderes dog, at der kan ligge et potentiale i at kortlægge virksomhederne yderligere med henblik på at identificere eventuelle mørketal.

Vidensinstitutioner

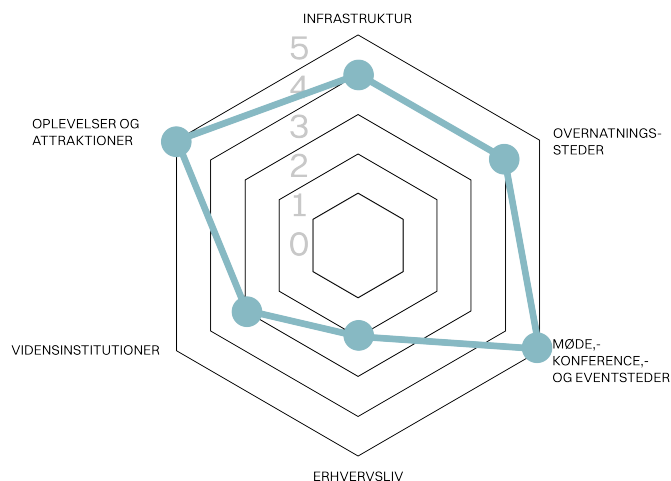
Der er et begrænset udbud af vidensinstitutioner med bekræftet mødeaktiviteter, og omfanget af mødeaktiviteter med international deltagelse er usikkert. Dog vurderes der at være potentiale for at tiltrække kongresser samt afledte møder og konferencer fra vidensinstitutioner i Hovedstadsområdet indenfor marinbiologi, klima, bæredygtighed og kulturarv, og særligt via samarbejdet med WOCO og Copenhagen Convention Bureau.

Oplevelser og attraktioner

Helsingør rummer unikke attraktioner og oplevelser med international tiltrækningskraft, som alle ligger inden for rimelig afstand af overnatnings-, møde- og konferencестederne. Denne faktor vurderes at være et af destinationens væsentligste tiltrækningsparametre for internationale mødedeltagere.

Modenhedsanalyse

Helsingør





Markedspositionering

Efterspørgsels- og segmentanalyse

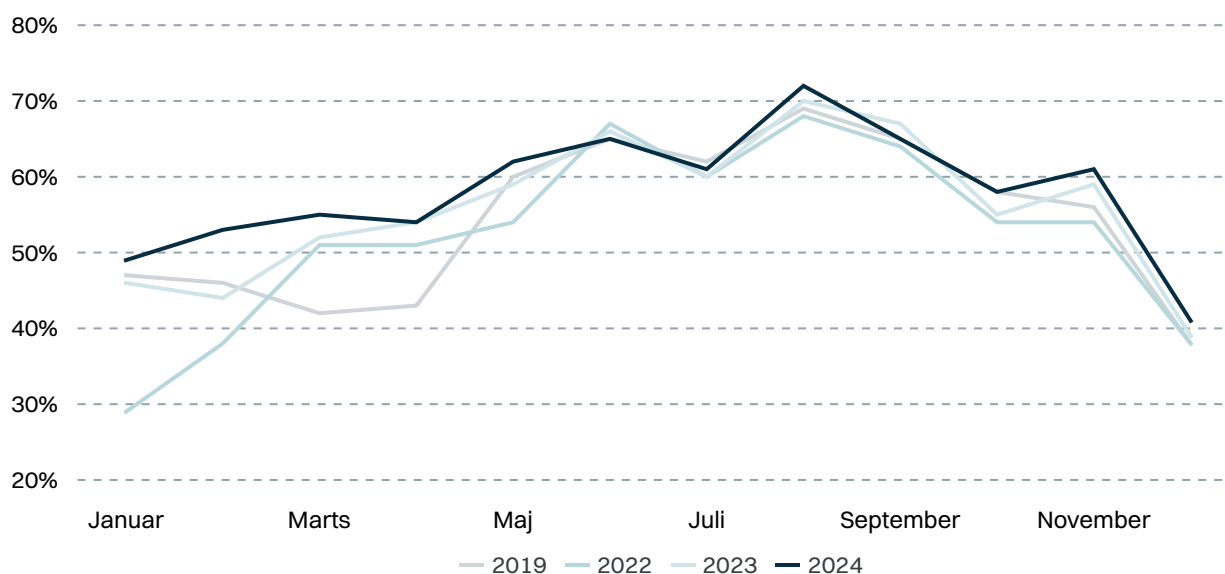
Helsingør har en god position inden for mødeturisme med en høj andel corporate gruppe-overnatninger (26 %) på hoteller og feriecentre i 2024 og en vækst på 27 % fra 2017 til 2024. Efterspørgslen toppe i sommerhalvåret, primært drevet af leisure, men skulderperioderne har stabil kapacitetsudnyttelse. Der er fortsat uudnyttet potentiale i maj og september, hvor erhvervsrejsende typisk er mest aktive.

Efterspørgselsanalyse: Hoteller og feriecentre

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

Det fremgår, at efterspørgslen er højest i august og september, samt at efterspørgslen generelt toppe i sommerhalvåret, hvilket antyder en efterspørgsel, som er domineret af leisure gæster. Dog skal det bemærkes, at der er en ganske stabil kapacitetsudnyttelse i skulderperioderne i løbet af for- og efteråret.

Kapacitetsudnyttelse



Segmentfordeling: Hoteller & 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 lign.

Nedenstående tabel viser, at antallet af corporate gruppe-overnatninger i destinationen stiger fra 71.064 i 2017 til 90.038 i 2024, en stigning svarende til 27 %. 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 2024, hvor efterspørgslen er stødt stigende og opnår det højeste niveau i 2024. Betragtes perioden fra 2022 til 2024, altså tiden efter efterspørgslen mere eller mindre er normaliseret efter COVID-19, ses en gennemsnitligt årlig stigning (CAGR) på 7 %.

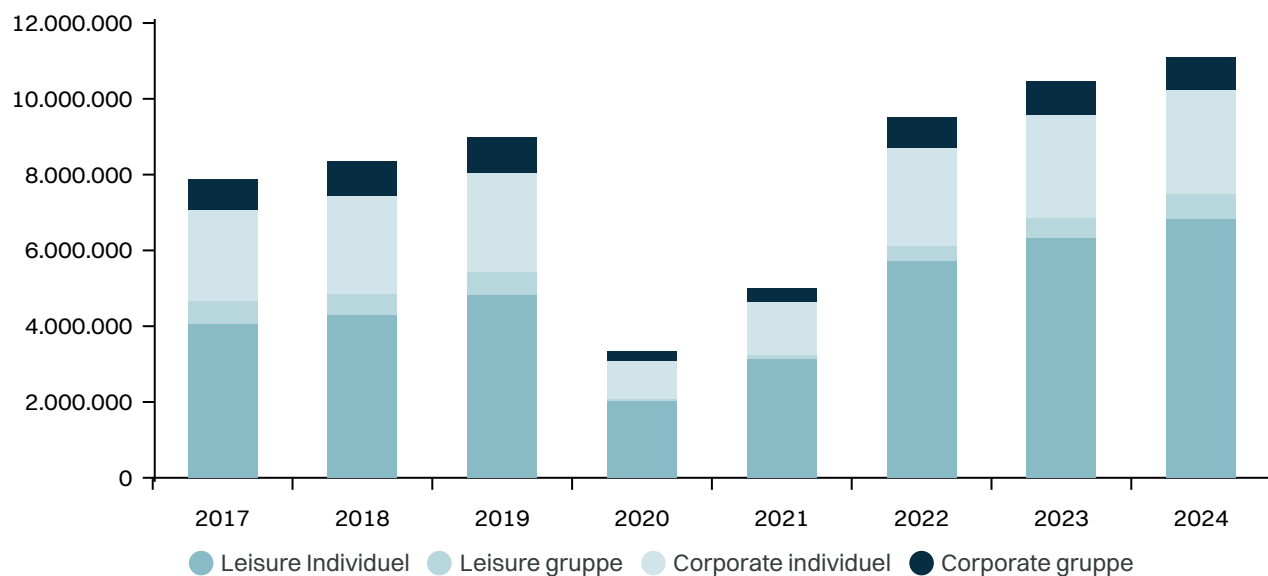
SEGMENTFORDELING - Helsingør										
										Udv. 2022-2024
										Antal CAGR
Leisure	Individuel	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	28.048 8%
	Gruppe	123.755	125.044	136.280	135.804	120.740	173.639	203.622	201.687	-6.550 -15%
Corporate	Individuel	20.444	17.817	18.823	6.919	7.071	23.239	16.885	16.689	-6.589 -9%
	Gruppe	61.157	72.156	64.315	29.984	31.546	38.952	31.123	32.363	11.004 7%
Andre		71.064	82.536	78.855	29.803	58.198	79.034	79.947	90.038	553 78%
Total		102	1.714	2.876	731	117	255	571	808	26.466 4%
		276.522	299.267	301.149	203.241	217.672	315.119	332.148	341.585	

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

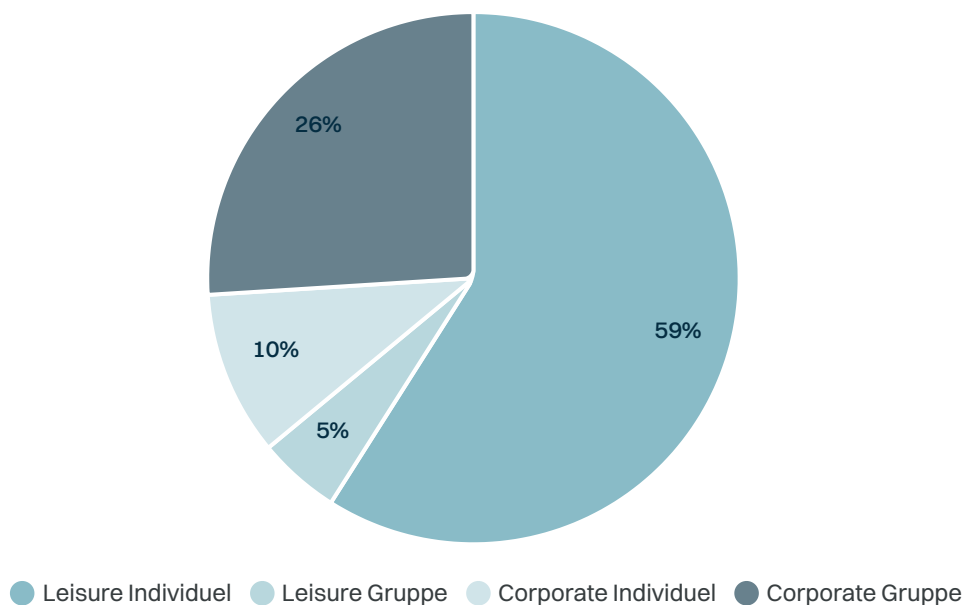
Helsingør skiller sig ud ved at have en signifikant andel af corporate-gruppe-rejsende i kommunen: hele 26 % i 2024 tilsvarende 90.000 overnatninger. Til trods for det er det ikke september og maj, corporate-gruppe segmentets højsæson, som har højeste kapacitetsudnyttelse. Målt på gennemsnittet fra 2022-24 + 2019 er det juni og august, hvor flest værelser er booket. Ergo kan der stadig forøges møde- og erhvervsturisme i Helsingør, selvom andelen af corporate-gruppe er høj.

Dette indikerer, at der stadig er uudnyttet potentiale for at øge møde- og erhvervsturismen i Helsingør. Selvom corporate gruppe-segmentet udgør en betydelig andel af overnatningerne, falder deres højsæson uden for de måneder med højest kapacitetsudnyttelse. Det betyder, at der i maj og september, hvor erhvervsrejsende typisk er mest aktive, stadig er mulighed for vækst, da hotellerne ikke er fuldt booket i disse perioder.

Helsingør Kommune



2024 - Helsingør Kommune



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 • Gode faciliteter for arrangementer op til 1.000 deltagere trds begrænset overnatningskapacitet • Profilerede attraktioner styrker områdets appel • Kort afstand til København giver fleksibilitet • Del af stort destinationsselskab med solid erfaring i international tiltrækning	Svagheder • Manglende bynær overnatningskapacitet • Meget begrænset antal lokale vidensinstitutioner • Manglende samarbejde med lokalt erhvervsliv • Lav efterspørgsel i vinterhalvåret • Generelt højere prisniveau for overnatning og mødeudbud
Muligheder • Øget indsats på det sydsvenske marked • Udvidelse af overnatningskapacitet i bymidten • Samlet markedsføringsindsats for Sjælland • Øget samarbejde med destinationspartner	Trusler • Nærhed til København • Negativ økonomisk position mod det svenske marked

Styrker

Gode faciliteter for arrangementer op til 1.000 deltagere trods begrænset overnatningskapacitet

Et bredt udvalg af møde- og konferencестeder med høj kapacitet og gode faciliteter, suppleret af unikke mødeoplevelser, gør det muligt at imødekomme alle mødesegmenter. Dette differentierer Helsingør Kommune, da den internationale mødeturisme efterspørger både gode faciliteter og særlige mødesteder.

Profilerede attraktioner styrker områdets appel

Oplevelser og attraktioner spiller en central rolle i mødeturismen ved at tilføre både oplevelsesværdi og lokal forankring til professionelle arrangementer. Med Kronborg, de nærliggende museer og øvrige attraktioner placeret i kort afstand fra overnatnings-, møde- og konferencестederne, udgør dette en af destinationens stærkeste tiltrækningsfaktorer for internationale mødedeltagere.

Kort afstand til København giver fleksibilitet

Den fordelagtige infrastrukturelle placering i forhold til København skaber fleksibilitet og kan i visse tilfælde kompensere for den begrænsede overnatningskapacitet.

Del af stort destinationsselskab med solid erfaring i international tiltrækning

Helsingør Kommune kan med fordel udnytte WoCos mangeårige mødeekspertise og markedsindsigt til at løfte Helsingørs position som attraktiv mødedestination.

Svagheder

Manglende bynær overnatningskapacitet

Begrænset overnatningskapacitet i bymidten kan skabe behov for transport mellem venues og overnatningssteder. Dette stiller øgede krav til logistikken ved større arrangementer og kan samtidig have en negativ økonomisk effekt.

Meget begrænset antal lokale vidensinstitutioner

Vidensinstitutioner spiller en central rolle i international mødeturisme, særligt i forbindelse med kongresser. Universiteter, forskningscentre og hospitaler fungerer som faglige fyrtårne, der tiltrækker internationale eksperter, forskere og beslutningstagere til konferencer og andre faglige samlinger. Da Helsingør Kommune kun har få lokale vidensinstitutioner, skal adgangen til dette segment ske gennem et tæt samarbejde med hovedstadens vidensmiljøer.

Manglende samarbejde med lokalt erhvervsliv

Kun få af de kortlagte virksomheder angiver, at de har aktiviteter med international deltagelse. Der kan dog være et uudnyttet potentiale, som kræver en dybere kortlægning og samarbejde med virksomhederne, da der kan være et eksisterende "mørketal".

Lav efterspørgsel i vinterhalvåret

Selvom corporate gruppe-segmentet udgør en betydelig andel af overnatningerne, falder deres højsæson uden for de måneder med højest kapacitetsudnyttelse i Helsingør Kommune. Det betyder, at der i maj og september, og vinterhalvåret, hvor erhvervsrejsende typisk er mest aktive, stadig er mulighed for vækst, da hotellerne ikke er fuldt booket i disse perioder.

Generelt højere prisniveau for overnatning og mødeudbud

Sammenlignes den gennemsnitlige pris pr. person for et dagsmøde i Helsingør Kommune med gennemsnittet for de øvrige MeetDenmark-destinationer, ligger kommunen over landsgennemsnittet. Det samme gør sig gældende for både den gennemsnitlige værelsespris og prisen for et konferencedøgn, hvor Helsingør Kommune ligeledes placerer sig over MeetDenmark gennemsnittet.

Muligheder

Øget indsats på det sydsvenske marked

Med kun 20 minutters sejlads fra Helsingborg står man i Helsingør. Det giver et særligt potentiale i forhold til den sydvestsvenske mødeturisme, hvor både bekvemmeligheden og den korte transporttid på tværs af Øresund er klare fordele.

Udvidelse af overnatningskapacitet i bymidten

Det vil styrke tilgængeligheden og øge destinationens tiltrækningskraft, hvis den nuværende kapacitet udvides i Helsingør by. Kommunens planer om at udbyde Hamlet-ejendommen til salg med henblik på hoteldrift er et godt eksempel på en sådan kapacitetsudvidelse.

Samlet markedsføringsindsats for Sjælland

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

Øget samarbejde med destinationspartner

For at blive en naturlig forlængelse af mødemarkedet i København bør Helsingør styrke og strukturere samarbejdet med WoCo, så kommunens position som mødedestination kan løftes gennem WoCos markedsindsigt og mødeekspertise.

Trusler

Nærhed til København

Der er en risiko for, at Helsingør Kommune blot bliver en dagsudflugtsdestination i forbindelse med større erhvervsturismearrangementer i København. Den korte afstand til hovedstaden, som tilbyder en markant større overnatningskapacitet, kan medføre, at Helsingør fravælges til fordel for København.

Negativ økonomisk position mod det svenske marked

I arbejdet med at tiltrække mødeturisme fra det svenske marked er prissætningen en udfordring, da både den svenske valutakurs og den danske momssats gør danske mødeprodukter relativt dyrere end de svenske.

Mødesegmenter

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

1.

Møder & Konferencer vurderes som et attraktivt marked på grund af de gode mødefaciliteter, ensartet høj kvalitet i overnatningskapaciteten og en velfungerende infrastruktur.

Kapacitet: Mindre til store mødeaktiviteter med 500+ deltagere.

Potentiale: Der vurderes et potentiale fra de nordsjællandske virksomheder med international aktivitet. Hertil kommer et attraktivt marked i det sydvestlige Sverige (Helsingborg, Göteborg), som kan nås med blot 20 minutters sejlads.

2.

Belønningsrejser til Helsingør Kommune har i høj grad potentiale grundet de attraktive overnatningssteder, profilerede attraktioner og smuk natur. Hornbæk skiller sig særligt ud med en unik oplevelsesværdi knyttet til de traditionelle badehoteller.

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

Potentiale: Den øgede overnatningskapacitet i Hornbæk, skaber en øget mulighed for at markedsføre internationale belønningsrejser.

3.

Messer & Udstillinger med mange besøgende kan være udfordret af overnatningskapaciteten, dog vurderes det, at særligt mindre publikumsmesser med deltagere via virksomheder beliggende i Sydvestlige Sverige (Helsingborg, Göteborg) kan være attraktivt.

Kapacitet: Mindre messer

Potentiale: Der vurderes et mindre potentiale, men at det samtidig bør undersøges, hvilke virksomheder der kunne være relevante.

4.

Kongresser vil være påvirket af den begrænsede værelseskapacitet og at de lokalt forankrede vidensinstitutioner ikke har høj mødeaktivitet.

Potentiale: Meget begrænset potentiale, medmindre der kan tiltrækkes kongresser samt afledte møder og konferencer fra vidensinstitutioner i Hovedstadsområdet indenfor marinebiologi, klima, bæredygtighed og kulturarv, og særligt via samarbejdet med WOCO og Copenhagen Convention Bureau.

Anbefalinger

Anbefalingerne til Helsingør Kommune i nedenstående prioriterede rækkefølge vurderes at have en særlig effekt i tiltrækningen af den internationale mødeturisme. Anbefalingerne til udviklingsområderne er inddelt i særlige fokusområder og derefter handlingsorienterede aktiviteter. Dermed sikres baggrund, handling og belysning af anbefalinger.

Tiltrækning af møder og konferencer i vinterhalvåret

Fokusområde

- Hotellerne i Helsingør Kommune har en høj belægning i sommermåneden, men særligt i perioden fra november til april ses et potentiale i at tiltrække den internationale mødeturisme, hvilket vil skabe en mærkbar effekt.
- I relation til mødeturismen er der et potentiale i at konvertere endagsmøder til aktiviteter, hvor overnatning indgår.
- En koordineret udnyttelse af den samlede kapacitet vil styrke området yderligere.
- **Handling**
- Der etableres en konkret markedsføring af Helsingør Kommune som en mødedestination med internationalt fokus.
- Styrke kendskabsgraden til Helsingør Kommune og dens særlige styrker blandt de nationale professionelle mødeplanlæggerne ved etablering af Fam-trips.

Synliggøre og forenkle booking af belønningsrejser

Fokusområde

- I Helsingør Kommune er der en høj koncentration af unikke attraktioner og oplevelser med international tiltrækning, og særligt Hornbæk udmærker sig med et markant potentiale for belønningsrejser.
- Et øget fokus på belønningsrejser vil styrke udnyttelsen af kapaciteten, især på hverdage og udenfor højsæsonen.

Handling

- Etablering af et struktureret samarbejde mellem attraktioner og overnatningssteder samt relevante mødeplanlæggere.
- Udarbejdelse af samlede rejse- og oplevelsesmuligheder for både transport, overnatning og aktiviteter vil øge tilgængeligheden for mødeplanlæggerne i bookingprocessen.

Potentialet i det svenske mødemarked

Fokusområde

- Nærheden til det sydvestlige Sverige og den direkte færgeforbindelse skaber et betydeligt potentiale for at tiltrække møder og konferencer herfra.
- Et styrket fokus herpå vil forbedre udnyttelsen af overnatningskapaciteten, særligt på hverdage og udenfor højsæsonen.

Handling

- Udarbejdelse af en målrettet markedsføringsindsats over for det sydvestsvenske erhvervsliv, baseret på samlede rejse- og mødepakker inklusive de særlige oplevelser området byder på.

Styrke samarbejdet med vidensinstitutionerne i hovedstadsområdet

Fokusområde

- Helsingør har få vidensinstitutioner, men er en attraktiv destination med høj oplevelsesværdi. Med nærheden til blandt andet Københavns Universitet, Danmarks Tekniske Universitet og Roskilde Universitet er der et solidt potentiale for at tiltrække mindre konferencer og afledte møder.

Handling

- Identificering af relevante forskningsmiljøer, særligt inden for marinebiologi, klima, bæredygtighed og kulturarv, samt igangsættelse af et samarbejde med disse vidensinstitutioner med henblik på at placere mindre arrangementer i Helsingør Kommune
- Udnytte relationen til WoCo gennem et tættere, struktureret samarbejde, der trækker på deres stærke mødeekspertise og markedsindsigt for at styrke Helsingørs position som mødedestination.

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	Min.værelsespris	Max.Pris	Konference	Maksimal prisvariation
Marienlyst Strandhotel	1.395 kr.	3.595 kr.	2.945 kr.	2.200 kr.
Konventum	1.095 kr.	1.425 kr.	2.449 kr.	330 kr.
Comwell Borupgaard	982 kr.	2.295 kr.	1.507 kr.	1.313 kr.
Hotel Bretagne	822 kr.	2.095 kr.	2.285 kr.	1.273 kr.
Gennemsnit	1.074 kr.	2.353 kr.	2.297 kr.	1.279 kr.

Bilag 3: Prissætning for møde- og konferencesteder

Ejendom	Pakkepris for dagsmøde (Pr. deltager)
Marienlyst Strandhotel	995 kr.
Konventum	945 kr.
Comwell Borupaard	1.007 kr.
Hotel Bretagne	895 kr.
Kronborg	NA
MS Museet for Søfart	NA
Kulturværftet	527 kr.
Øresundslinjen	427 kr.
Toldkammeret	451 kr.
Værftshallerne	417 kr.
Gennemsnit	708 kr.