



Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark 2017

Endelig rapport

Forord

Vi er glade for at præsentere resultaterne af denne store undersøgelse af mødemarkedets økonomiske bidrag til dansk økonomi. Det er anden gang, at undersøgelsen gennemføres, og syv år siden sidst.

Med denne rapport fremlægger vi, sammen med styregruppens øvrige medlemmer, nye resultater om mødeaktiviteten i Danmark, og dens økonomiske betydning.

Som udførende organisation på undersøgelsen vil VisitDenmark gerne sige tak til alle involverede parter. Først og fremmest til tusindvis af mennesker, der tog sig tid til at besvare lange og detaljerede spørgeskemaer - mødedeltagere, mødeplanlæggere og ansatte på landets mange mødesteder. Undersøgelsen ville ikke have været mulig uden deres deltagelse.

Også tak til projektets styregruppe, der bidrog med finansiering, fagligt input og værdifuld kontakt til mødeerhvervet. Og tak til andre bidragsydere - både de regionale turismeaktører og kommercielle mødevirksomheder. Deres netværk og opbakning til undersøgelsen har været uundværlig.

God læselyst,

Erik Mortensen

Business Events, VisitDenmark

København, december 2018

Styregruppe

- MeetDenmark
- Horesta
- Dansk Industri
- Dansk Erhverv
- Center for Regional og Turismeforskning
- VisitDenmark

Andre bidragsydere

- Wonderful Copenhagen
- VisitAarhus
- VisitAalborg
- InspiringDenmark
- Kursuslex
- Danske Konferencecentre.dk
- MPI



Kort om denne rapport

Formål

Denne rapport præsenterer ny viden om mødemarkedets økonomiske betydning i 2017. Rapporten er en opdatering af en tilsvarende analyse fra 2012, som byggede på data fra 2010 og 2011.

Analysen af mødemarkedets økonomiske betydning har fire overordnede formål:

- At opgøre mødemarkedets kapacitet, volumen og struktur.
- At opgøre mødedeltagernes og mødearrangørernes samlede forbrug.
- At opgøre de samfundsøkonomiske effekter som mødemarkedet skaber.
- At skabe viden om mødedeltagerne, som kan anvendes i markedsføring.

Samlet rapport

I oktober 2018 blev de første resultater præsenteret i en delrapport 1. Nærværende rapport indeholder både de tidligere offentliggjorte resultater fra delrapport 1 samt nye resultater.

Denne rapport er således suppleret med resultater, der belyser mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter på beskæftigelse, værditilvækst og skatteprovenu. Desuden indeholder nærværende rapport resultater, der belyser omfanget af mødedeltagernes ophold før/efter mødet – det såkaldte bleisure.

Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark er en strukturrapport

Denne rapport er en strukturrapport, der belyser mødemarkedets størrelse og sammensætning målt på kapacitet, aktivitet og økonomi. Rapporten bygger på data fra mange kilder, og giver et opdateret og omfattende billede af mødemarkedet. Analysen er et supplement til andre statistikker, der belyser erhvervsturisme og møder i Danmark, men som kun fanger en del af mødemarkedets aktivitet. Ikke alle erhvervsturister er mødedeltagere, og ikke alle mødedeltagere er erhvervsturister.

Rapporten supplerer andre indikatorer for mødemarkedets udvikling

Erhvervsturismen har i årene 2010 til 2017 oplevet en vækst, der har været større end den generelle fremgang i turismen, når man ser på antallet af overnatninger.

Antallet af overnatninger med forretning som formål er steget med 31 pct. fra 2010 til 2017. I samme periode har der været en opadgående trend i antallet af internationale kongresser og konferencer afholdt i Danmark - målt på møder registreret af "International Congress and Convention Association" (ICCA). Overnatningsstatistikker og tal for ICCA-møder giver en løbende indikation af mødemarkedets udvikling, men fanger dog kun en del af mødemarkedets aktivitet.

Mødeanalysen bekræfter en positiv udvikling i mødemarkedet

Denne rapport bekræfter, at der har været fremgang i mødemarkedets aktivitet. Udviklingen er målt i forhold til resultaterne fra den forrige analyse fra 2012, der belyste mødemarkedet i 2010-2011. Eksempelvis fremgår det, at der har været en stort set identisk udvikling i antallet af ICCA-kongresser og konferencer og i antallet af overnattende mødedeltagere fra 2010 til 2017. Det skal dog bemærkes, at overnattende mødedeltagere kun udgør en del af mødemarkedets deltagere, ligesom ICCA-kongresser og konferencer kun udgør en del af mødemarkedet. Ikke desto mindre peger alle indikatorer på fremgang, og understøtter dermed opfattelsen af et marked i fremgang.

Udviklingen i mødemarkedets økonomiske nøgletal i denne rapport er, hvis andet ikke er angivet, opgjort i årets priser. I bilagstabellen "Mødemarkedets økonomiske vækst 2010-2017" p. 67 fremgår både de nominelle og de reale (inflationskorrigerede) vækstrater.

Indhold

- 4. Indhold
- 6. Begreber og definitioner

Resumé og nøgletal

- 8. Resumé
- 9. Mødemarkedets nøgletal
- 10. Udvikling i mødemarkedets nøgletal (tabel)

Mødekapacitet

- 12. Mødekapacitet
- 13. Nøgletal om mødekapacitet (tabel)

Mødeaktivitet

- 15. Antallet af møder
- 16. Mødelængde
- 17. Mødedeltagere
- 18. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype
- 19. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)
- 20. Mødedeltagerdage fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)
- 21. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype og region
- 22. Ændring i sammensætning af mødedeltagere siden sidste undersøgelse

Mødearrangørernes omkostninger

- 24. Mødeomkostninger pr. deltager
- 25. Samlede mødeomkostninger
- 26. Samlede mødeomkostninger fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)
- 27. Samlede mødeomkostninger fordelt efter mødedeltagertype og mødetype
- 28. Ændring i de samlede mødeomkostninger siden sidste undersøgelse

Mødedeltagernes individuelle forbrug

- 30. Deltagerforbrug pr. person
- 31. Deltagerforbrug pr. person fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)
- 32. Samlet deltagerforbrug
- 33. Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)
- 34. Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype og mødetype
- 35. Ændring i det samlede deltagerforbrug siden sidste undersøgelse

Mødemarkedets samlede omsætning

- 37. Døgnforbrug pr. mødedeltager
- 38. Døgnforbrug pr. mødedeltager fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)

- 39. Mødemarkedets samlede omsætning
- 40. Mødemarkedets samlede omsætning fordelt efter mødedeltagertype og mødetype (tabel)
- 41. Mødemarkedets samlede omsætning fordelt efter mødedeltagertype og mødetype
- 42. Ændring i mødemarkedets samlede omsætning siden sidste undersøgelse

Mødemarkedets samfundsøkonomiske betydning

- 44. Beskæftigelse
- 45. Mødemarkedets beskæftigelseeffekt fordelt efter branche (tabel)
- 46. Mødemarkedets beskæftigelse fordelt efter region (tabel)
- 47. Mødemarkedets beskæftigelse i pct. af regionens samlede beskæftigelse (tabel)
- 48. Værditilvækst
- 49. Mødemarkedets værditilvækst fordelt efter branche (tabel)
- 50. Mødemarkedets værditilvækst fordelt efter region (tabel)
- 51. Mødemarkedets værditilvækst i pct. af regionens samlede værditilvækst (tabel)
- 52. Skatteprovenu

Mødedeltagernes ophold før/efter mødet

- 54. Mødedeltagernes ophold før/efter mødet

Indhold

Metode bag analysen

- 56. Analysens metode og datagrundlag
- 57. Relationer mellem mødemarkedet og erhvervsturismen
- 58. Sådan har vi opgjort mødekapaciteten
- 59. Sådan har vi opgjort mødeaktiviteten
- 60. Sådan har vi opgjort mødearrangørernes omkostninger
- 61. Sådan har vi opgjort mødedeltagernes individuelle forbrug
- 62. Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter

Bilagstabeller

- 64. Fordeling af deltagerforbrug på forbrugstype og mødedeltagertype
- 65. Nationalitetsfordeling af overnattende mødedeltagere fordelt efter mødetype
- 66. Overnattende mødedeltageres døgnforbrug fordelt efter mødetype og nationalitet
- 67. Mødemarkedets økonomiske vækst 2010-2017



Begreber og definitioner

Møde

Forsamling af mindst 10 personer i mindst 4 timer med et fagligt formål. Mødet skal endvidere foregå på et mødested, der udlejer lokaler mod betaling.

Mødestedstyper

- Kongres/udstillingscentre
- Hoteller med mødefaciliteter
- Feriecentre
- Konferencecentre og kursusjendomme
- Specielle konferencefaciliteter (fx DGI-huse, fodboldstadions og koncerthuse).
- Attraktioner med faciliteter til at være vært for møder
- Universiteter og andre uddannelsesinstitutioner
- Højskoler
- Andre (fx biografer, teatre og på færger).

Mødetyper

- Kongresser og konferencer¹
- Andre møder (messer/udstillinger, kurser/uddannelse, andre)

Mødedeltagertyper

- Mødedeltagere med overnatning
- Dagsdeltagere (mødedeltager uden overnatning - kan dog godt deltage i flerdagsmøder)
- Lokale deltagere (danske dagsdeltagere, der bor i samme region som mødet afholdes)

Mødelængde

Længde af møde/antal dage pr. møde.

Opholdslængde

Mødedeltagerens gennemsnitlige opholdstid i forbindelse med mødet.

Mødedeltagerdage

Mødedeltagerens samlede antal dage i forbindelse med mødet. Beregnes som antal mødedeltagere x opholdslængde.

Mødeomkostninger pr. deltager pr. dag

Mødearrangørens omkostninger pr. deltager pr. dag i forbindelse afholdelse af selve mødet.

Mødeomkostninger

Mødearrangørens samlede omkostninger i forbindelse med afholdelse af selve mødet. Beregnes som antal mødedeltagerdage x mødeomkostninger pr. deltager pr. dag.

Deltagerforbrug pr. person pr. dag

Mødedeltagerens individuelle forbrug "udenfor" mødelokalet pr. person pr. dag/døgn.

Deltagerforbrug

Mødedeltagerens samlede individuelle forbrug udenfor mødet. Beregnes som antal mødedeltagerdage x deltagerforbrug pr. person pr. dag.

Døgnforbrug pr. mødedeltager

Mødeomkostninger pr. deltager pr. dag + deltagerforbrug pr. person pr. dag.

Mødemarkedets samlede omsætning

Mødeomkostninger + deltagerforbrug.

Værditilvækst

Værditilvækst er i denne analyse betegnelsen for bruttoværditilvækst (BVT), der er et begreb fra nationalregnskabet. BVT måler den økonomiske merværdi, der skabes i forskellige brancher. BVT svarer til BNP i basispriser.

Bleisure (business/leisure)

Mødedeltagere med bleisure er i denne analyse defineret som overnattende mødedeltagere, der rejser med både forretning og ferie som formål, og som har forlænget forretningsrejse med ekstra overnatninger.

¹ Kongresser og konferencer er i denne analyse defineret bredt, og inkluderer eksempelvis videnskabelige kongresser, forbundskongresser samt private virksomheders konferencer. Resultater vedr. kongresser og konferencer i denne analyse kan derfor ikke sammenlignes direkte med tal fra ICCA, der benytter en mere snæver afgrænsning. ICCA's tal dækker kongresser og konferencer arrangeret af internationale videnskabelige foreninger. Disse skal finde sted regelmæssigt, have mindst 50 deltagere, og rotere mellem mindst tre lande.

A group of four business professionals are walking along a wooden pier over the ocean. On the left, a man in a dark suit jacket and a woman in a light blue shirt and dark pants are walking together, smiling and talking. On the right, a man in a green shirt and dark pants is walking towards them, and a woman in a white shirt and dark pants is walking away from them, carrying a black bag. In the background, several white sailboats are on the water under a clear blue sky. A yellow buoy is visible in the distance.

Resumé og nøgletal

Resumé

- Der blev i 2017 afholdt knap 193.000 møder på landets godt 750 danske mødesteder.
- De fleste møder var endagsmøder. Kun 8 pct. af møderne varede tre dage eller længere.
- De 193.000 møder tiltrak 7,8 mio. deltagere.
- De fleste mødedeltagere var dagsdeltagere. Der var 6,2 mio. dagsdeltagere.
- En stor del af de danske dagsdeltagere var lokale.
- De overnattende deltagere udgjorde 20 pct. af det samlede antal mødedeltagere.
- Der var godt 1,0 mio. danske og knap 0,5 mio. udenlandske overnattende mødedeltagere.
- De 7,8 mio. deltagere havde sammenlagt 10,5 mio. mødedeltagerdage.
- Mødemarkedet skabte en samlet omsætning på 26 mia. kr.
- 47 pct. af mødemarkedets omsætning blev skabt i forbindelse med selve mødeafholdelsen.
- Resten blev skabt af mødedeltagernes individuelle forbrug udenfor mødet.
- Den gennemsnitlige mødedeltager havde et døgnforbrug på 2.470 kr. Dette gennemsnit dækker over stor variation mellem de forskellige mødedeltagertyper.
- Udenlandske overnattende kongres- og konferencedeltagere havde det højeste døgnforbrug på 4.190 kr.
- Udenlandske mødedeltagere bidrog med 9,8 mia. kr., svarende til 38 pct. af mødemarkedets samlede omsætning.
- Den regionale fordeling viser en klar sammenhæng mellem udbud af mødesteder, mødeaktivitet og mødeøkonomi.
- Den samlede mødeomsætning var 25 pct. højere i 2017 sammenlignet med den tidligere undersøgelse i 2010.
- Omsætningen i forbindelse med afholdelse af kongresser og konferencer i 2017 var 49 pct. højere end i 2010.
- Mødeomsætningen skabte beskæftigelse svarende til 35.700 fuldtidsjobs.
- Mødeomsætningen skabte værditilvækst for 17,1 mia. kr.
- Mødeomsætningen skabte skatteindtægter for 9,2 mia. kr.
- 4 pct. af de overnattende mødedeltagere valgte at forlænge rejsen med ekstra overnatninger før eller efter mødet.

Mødemarkedets nøgletal

Mødekapacitet



med kapacitet til

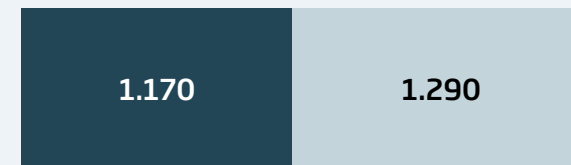


Mødeaktivitet

I 2017 blev der afholdt

193.000 møder med
7,8 mio. deltagere

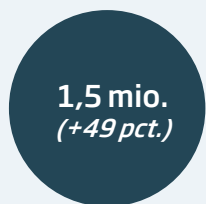
Samlet døgnforbrug pr. mødedeltager på **2.470 kr.**¹



■ Mødeomkostninger ■ Deltagerforbrug

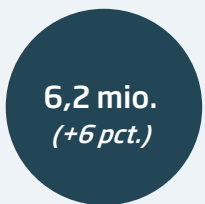
Mødedeltagere

Overnattende deltagere



+

Dagsdeltagere



=

Mødedeltagere

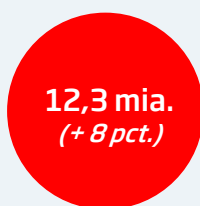


2,6 mio. udenlandske deltagere
5,2 mio. danske deltagere

10,5 mio. mødedeltagerdage i forbindelse med møder
3,6 mio. overnatninger² i forbindelse med møder

Samlet mødeøkonomi

Mødeomkostninger



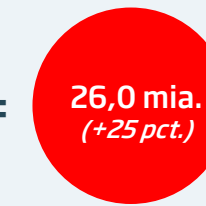
+

Deltagerforbrug



=

Mødemarkedets omsætning



Samfundsøkonomiske effekter

Beskæftigelse =

35.700 fuldtidsjob

Værditilvækst =

17,1 mia. kr.

Skatteindtægter =

9,2 mia. kr.

Tal i parentes viser den procentuelle udvikling i forhold til den tidligere analyse.

¹ Afrundede tal for mødeomkostninger, deltagerforbrug og døgnforbrug. Afrundede tal for mødeomkostninger og deltagerforbrug summer ikke til afrundet tal for døgnforbrug.

² Antal overnatninger i forbindelse med møder er ikke det samme som Danmarks Statistiks tal for antal overnatninger med forretning som formål. Forskellen skyldes, at mødedeltagelse og forretningsturisme ikke er det samme, jf. p. 44.

Udvikling i mødemarkedets nøgletal

| | 2010 | 2017 | Ændring | Ændring pct. | Ændring, pct. gns. pr. år |
|--|--------|--------|---------|--------------|---------------------------|
| Kapacitet | | | | | |
| Antal mødesteder | 692 | 751 | +59 | +9% | +1,2% |
| Deltagerkapacitet (1.000 deltagere) ¹ | 442 | 407 | -34 | -8% | -1,2% |
| Mødeaktivitet | | | | | |
| Antal møder (1.000) | 188 | 193 | +5 | +3% | +0,4% |
| Mødedeltagere | | | | | |
| Antal mødedeltagere (1.000) | 6.930 | 7.766 | +836 | +12% | +1,6% |
| Antal dagsdeltagere (1.000) | 5.912 | 6.247 | +335 | +6% | +0,8% |
| - heraf lokale (1.000) | 4.002 | 3.028 | -974 | -24% | -3,9% |
| Antal overnattende deltagere (1.000) | 1.018 | 1.520 | +502 | +49% | +5,9% |
| Antal overnatninger (1.000) | 2.156 | 3.620 | +1.464 | +68% | +7,7% |
| Mødeøkonomi (årets priser)² | | | | | |
| Mødeomkostninger (mio. kr.) | 11.351 | 12.314 | +963 | +8% | +1,2% |
| Deltagerforbrug (mio. kr.) | 9.416 | 13.641 | +4.225 | +45% | +5,4% |
| Samlet mødeomsætning (mio. kr.) | 20.767 | 25.954 | +5.187 | +25% | +3,2% |
| Døgnforbrug pr. mødedeltager (kr.) | 2.010 | 2.470 | +460 | +23% | +2,9% |
| Samfundsøkonomi (samlet effekt) | | | | | |
| Beskæftigelse (fuldtid) ³ | 37.900 | 35.700 | -2.200 | -6% | -0,8% |
| Værditilvækst (mio. kr.) | 15.260 | 17.145 | 1.885 | +12% | +1,7% |
| Skatteprovenu (mio. kr.) | 7.839 | 9.178 | 1.339 | +17% | +2,3% |

¹ Fald i deltagerkapacitet skyldes primært, at kriterierne for at indgå som mødested i denne analyse er skærpet.

² Bilagstabel "Mødemarkedets økonomiske vækst 2010-2017" p. 67 viser udviklingen i mødeøkonomien opgjort i både årets priser og faste (2010) priser.

³ Afrundede tal for beskæftigelse.

A modern meeting room with a large window overlooking a building with many windows. The room is furnished with several colorful, modern chairs in shades of red, orange, grey, and dark blue. The chairs are arranged in a circle, suggesting a collaborative meeting environment. The room has a dark ceiling with recessed lighting and a light-colored carpet. The text "Mødekapacitet" is overlaid in the bottom left corner.

Mødekapacitet

Mødekapacitet

751 mødesteder med kapacitet til 407.000 mødedeltagere

De danske mødesteder havde en samlet kapacitet til 407.300 mødedeltagere i 2017. Analysen indeholder mødesteder med kapacitet til mindst 10 gæster, og som udlejer mødelokaler mod betaling.

Kapaciteten er opgjort som det maksimale antal mødedeltagere, hvis alle mødelokaler udlejes, og med maksimal pladsudnyttelse - typisk i en såkaldt biografpstilling.

Kongres og udstillingscentre udbyder mest kapacitet

Kongres- og udstillingscentrene udbyder mest kapacitet med en andel på 28 pct. af det samlede udbud. Antallet af kongres- og udstillingscentre er begrænset, men de er typisk meget store. Den gennemsnitlige kapacitet pr. mødested er på 6.720 deltagere for denne type mødesteder. Hotellerne er også en stor udbyder af kapacitet (25 pct.), men det skyldes i højere grad, at der er mange af dem. Den gennemsnitlige kapacitet pr. hotel er på 300 deltagere.

Konferencecentre, kursusjendomme og specielle konferencefaciliteter udbyder 30 pct.

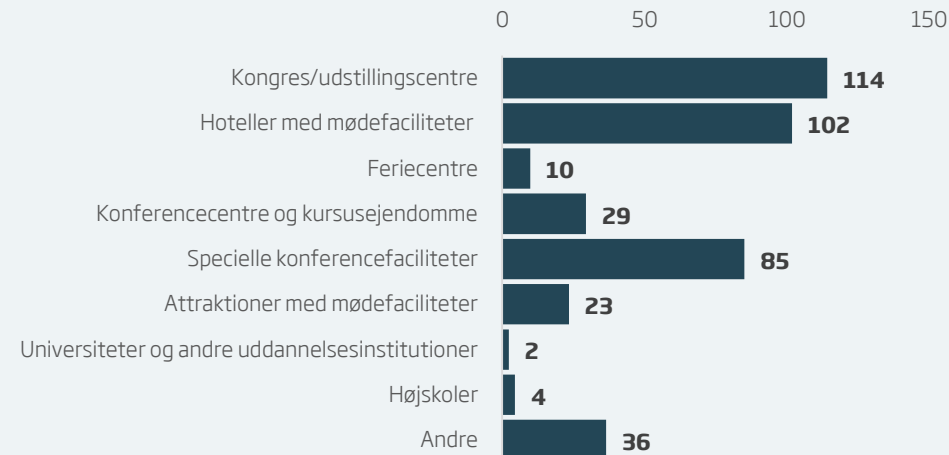
Herudover udbydes der mødefaciliteter af en række knap så specialiserede mødesteder; attraktioner, feriecentre, universiteter, højskoler mv. De står for 19 pct. af kapaciteten..

Størst mødekapacitet i Hovedstaden og Syddanmark

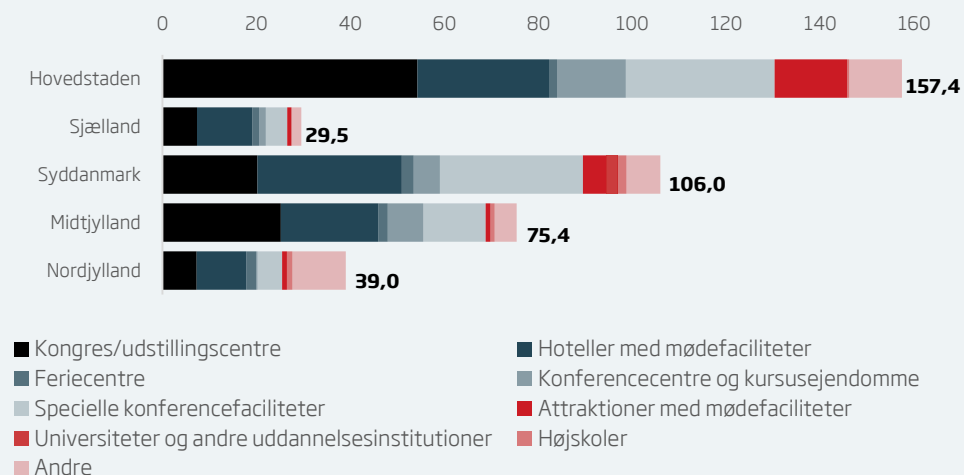
Region Hovedstaden har det største udbud (39 pct. af kapaciteten), efterfulgt af Region Syddanmark (26 pct.). Region Sjælland er mindst med kun 7 pct. Der er klare regionale forskelle i sammensætningen af kapaciteten på de forskellige mødestedstyper. I Region Hovedstaden og Region Midtjylland udgør kongres- og udstillingscentrene den største del af det regionale udbud. I Region Sjælland findes det største udbud på hotellerne. I Region Syddanmark er der mest kapacitet på hotellerne og på de specielle konferencefaciliteter. I Region Nordjylland findes det meste udbud på hotellerne og "andre mødesteder".

Det må forventes, at der er en sammenhæng mellem udbuddet af mødefaciliteter og efterspørgslen - målt som antal møder og mødedeltagere. Denne analyse vil vise, at dette faktisk også er tilfældet. Regioner med stort udbud er også store målt på mødeaktivitet.

Figur 1. Mødekapacitet i 2017 fordelt efter mødestedstype (1.000 deltagere)



Figur 2. Mødekapacitet i 2017 fordelt efter region og mødestedstype (1.000 deltagere)



Nøgletal om mødekapacitet

| Mødestedstype | Antal mødesteder | Deltagerkapacitet (1.000 deltagere) | Andel af kapacitet | Gns. kapacitet pr. mødested | Møder pr. mødested |
|---|------------------|-------------------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|
| Kongres/udstillingscentre | 17 | 114,2 | 28% | 6.720 | 429 |
| Hoteller med mødefaciliteter | 340 | 101,9 | 25% | 300 | 305 |
| Feriecentre | 62 | 9,8 | 2% | 158 | 75 |
| Konferencecentre og kursusjendomme | 80 | 29,5 | 7% | 368 | 604 |
| Specielle konferencefaciliteter | 120 | 85,1 | 21% | 709 | 164 |
| Attraktioner med mødefaciliteter | 43 | 23,5 | 6% | 545 | 65 |
| Universiteter og andre uddannelsesinstitutioner | 2 | 2,4 | 1% | 1.175 | 27 |
| Højskoler | 19 | 4,5 | 1% | 235 | 24 |
| Andre | 68 | 36,5 | 9% | 537 | 78 |
| I alt | 751 | 407,3 | 100% | 542 | 256 |

| Region | Antal mødesteder | Deltagerkapacitet (1.000 deltagere) | Andel af kapacitet | Gns. kapacitet pr. mødested | Møder pr. mødested |
|--------------|------------------|-------------------------------------|--------------------|-----------------------------|--------------------|
| Hovedstaden | 219 | 157,4 | 39% | 719 | 416 |
| Sjælland | 103 | 29,5 | 7% | 287 | 104 |
| Syddanmark | 162 | 106,0 | 26% | 654 | 269 |
| Midtjylland | 136 | 75,4 | 19% | 554 | 275 |
| Nordjylland | 131 | 39,0 | 10% | 298 | 72 |
| I alt | 751 | 407,3 | 100% | 542 | 256 |



Mødeaktivitet

Antallet af møder

193.000 møder i 2017

Der blev afholdt 192.700 møder på de danske mødesteder i 2017.

Der blev afholdt knap 54.000 kongresser og konferencer, svarende til knap 28 pct. af alle møder. Der blev afholdt 139.000 andre møder, hvilket dækker over messer/udstillinger, kurser/uddannelse samt andre forretningsmøder.

Klar sammenhæng mellem udbud af mødesteder og mødeaktivitet

Region Hovedstaden stod for 48 pct. af alle møder. Region Syddanmark 23 pct., Region Midtjylland 19 pct., Region Sjælland 6 pct., og Region Nordjylland 5 pct. Regioner med stort udbud af mødekapaцитet havde også den største mødeaktivitet.

Region Hovedstaden skiller sig ud ved at have en væsentligt større andel møder end kapaciteten tilsiger, fordi der afholdes flere møder pr. mødested end i resten af landet. Dette skyldes generelt flere møder pr. mødestedstype, men også at der er mange specialiserede mødesteder med stor mødeaktivitet.

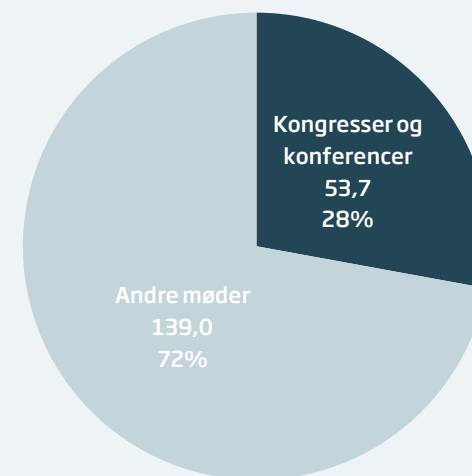
Flere kongresser og konferencer

Der har været fremgang på 3 pct. i antallet af møder i forhold til den seneste undersøgelse. Væksten skyldes primært flere kongresser og konferencer, som er steget med 10 pct. Antallet af andre møder er stort set uændret.

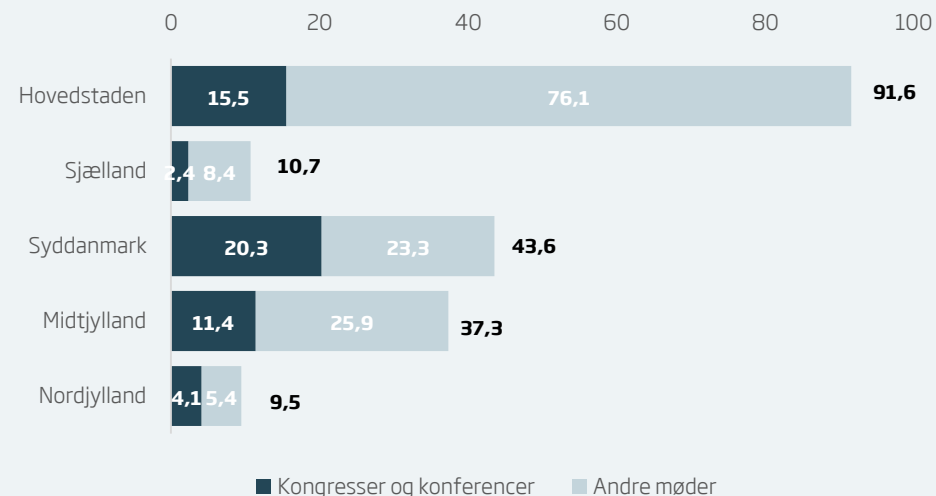
Regionalt har der været fremgang i Hovedstaden (+21 pct.) og Midtjylland (+3 pct.), mens Sjælland (-43 pct.), Nordjylland (-15 pct.) og Syddanmark (-5 pct.) er gået tilbage.

Det skal dog bemærkes, at opgørelsen af antal møder i Region Sjælland er forbundet med større usikkerhed end de øvrige regioner pga. færre besvarelser i de undersøgelser, der ligger bag analysen.¹

Figur 3. Møder i 2017 fordelt efter mødetype (1.000)



Figur 4. Møder i 2017 fordelt efter region og mødetype (1.000)



Mødelængde

273.000 mødedage i 2017

De 193.000 afholdte møder i 2017 svarer til knap 273.000 mødedage. Det betyder, at det gennemsnitlige møde varede i 1,41 dag. Den forholdsvis korte varighed skyldes, at langt de fleste møder er endagsmøder.

De fleste møder er endagsmøder

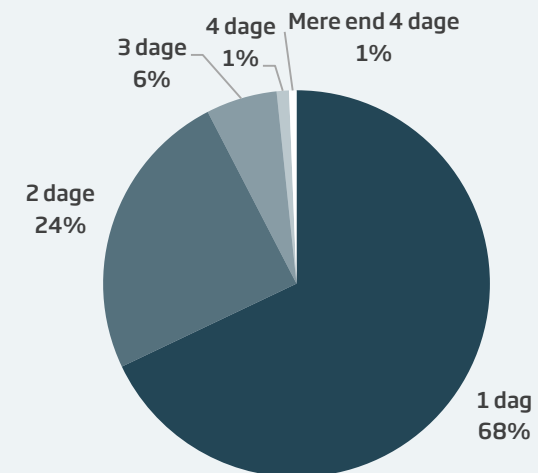
68 pct. af møderne var endagsmøder, og kun 8 pct. varede tre dage eller længere. Kongresser og konferencer varede generelt lidt længere (1,44 dag i gennemsnit) end andre mødetyper, men forskellen var ikke stor.

Ser man på de regionale tal for mødelængden, skiller Region Nordjylland sig ud med noget kortere møder (1,20 dag), mens Region Syddanmark havde de længste møder (1,54 dag). Region Sjælland (1,30 dag), Region Hovedstaden (1,40 dag) og Region Midtjylland (1,42 dag) var nogenlunde på samme niveau.

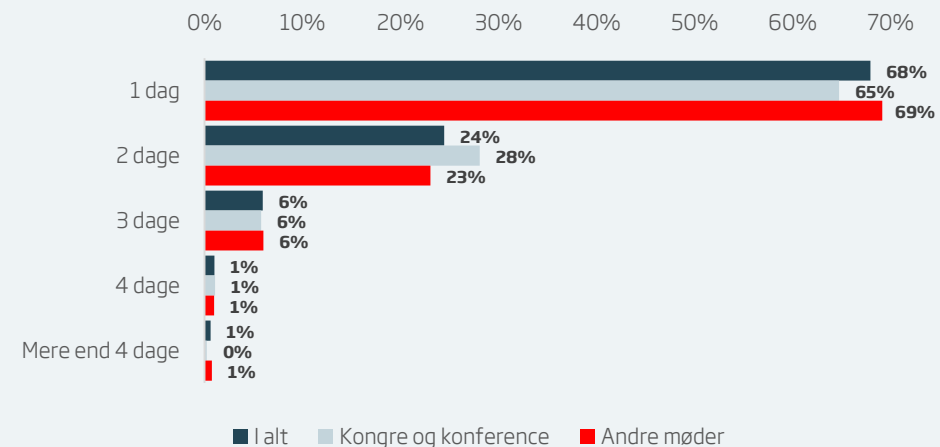
Der blev afholdt godt 77.000 mødedage i forbindelse med kongresser og konferencer, svarende til godt 28 pct. af alle mødedage. Der blev desuden afholdt godt 195.000 mødedage i forbindelse med andre møder.

Det gennemsnitlige møde i 2017 var kortere end i den tidligere undersøgelse, hvor det varede 1,58 dag. Både kongresser og konferencer samt andre mødetyper er blevet kortere.

Figur 5. Møder fordelt efter varighed i 2017



Figur 6. Møder fordelt efter varighed og mødetype i 2017



Mødedeltagere

7,8 mio. mødedeltagere i 2017

Der var knap 7,8 mio. deltagere på de 193.000 møder, som blev afholdt på de danske mødesteder i 2017. Der var 3 mio. deltagere til kongresser og konferencer, svarende til 39 pct. af alle mødedeltagere. Der var knap 4,8 mio. deltagere til andre typer møder.

Antallet af mødedeltagere i regionerne afspejler det regionale udbud af mødekapacitet og den regionale mødeaktivitet. Region Hovedstaden havde 41 pct. af alle mødedeltagerne. Region Syddanmark 29 pct., Region Midtjylland 18 pct., Region Sjælland 6 pct., og Region Nordjylland 6 pct.

I Region Syddanmark udgjorde kongres- og konferencedeltagere en relativt høj andel af regionens samlede antal mødedeltagere. Syddanmark adskiller sig fra landets øvrige regioner ved, at de fleste kongres- og konferencedeltagere deltog i møder afholdt på hoteller. I resten af landet foregik det meste af kongres- og konferenceaktiviteten på kongres- og udstillingscentre, konferencecentre og andre konferencefaciliteter.

Det gennemsnitlige møde havde 40 deltagere

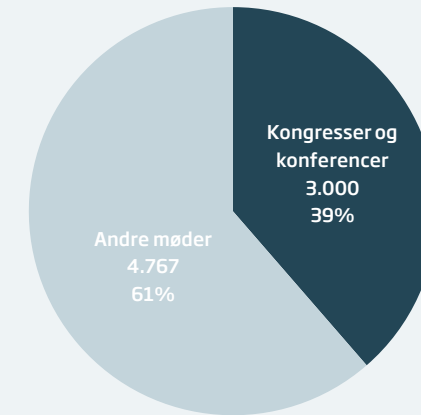
De 7,8 mio. mødedeltagere svarer til 40 deltagere pr. møde i gennemsnit. Der var flest deltagere til kongresser og konferencer (56 deltagere pr. møde), mens andre typer møder i gennemsnit havde 34 deltagere. Antallet af deltagere pr. møde var i 2017 lidt højere end i den tidligere undersøgelse, hvor det var 37 for alle møder, og 53 for kongresser og konferencer.

Der var 10.133 deltagere pr. mødested i 2017. Bag dette landsgennemsnit gemmer der sig stor regional variation. Region Hovedstaden lå i top med 14.207 mødedeltagere pr. mødested, mens Region Nordjylland lå lavest med 3.447. Den store variation afspejler i høj grad forskellen i udbuddet af mødestedstyper. Region Hovedstaden trækkes op af de store kongres- og udstillingscentre med mange møder og mange deltagere pr. møde.

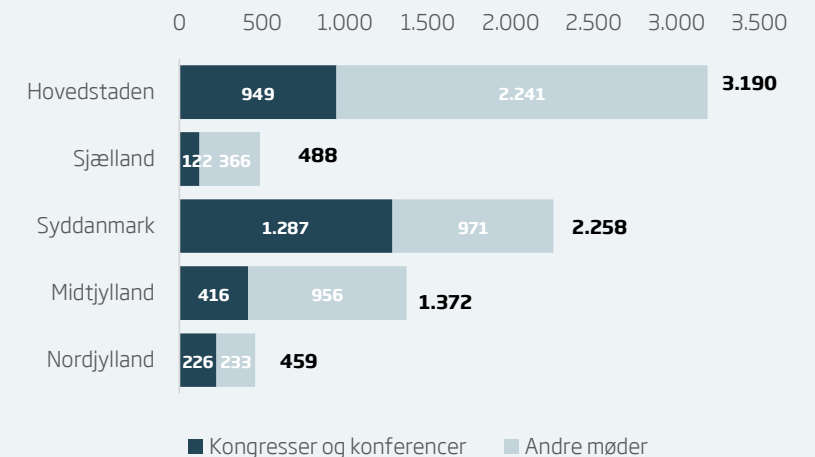
Størst fremgang i mødedeltagere til kongresser og konferencer

Der har været en fremgang i antallet af mødedeltagere på 12 pct. i forhold til den tidligere undersøgelse. Kongresser og konferencer er steget 16 pct., mens andre typer møder er steget 10 pct.

Figur 7. Mødedeltagere fordelt efter mødetype i 2017 (1.000)



Figur 8. Mødedeltagere fordelt efter region og mødetype i 2017 (1.000)



Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype

6,2 mio. dagsdeltagere og 1,5 mio. overnattende mødedeltagere

Langt de fleste mødedeltagere (6,2 mio.) var dagsdeltagere, dvs. at de ikke overnattede i forbindelse med mødet. Dagsdeltagere kan godt deltage i flerdagesmøder, men tager hjem for at overnatte. Ud af de 6,2 mio. dagsdeltagere var 2,1 mio. udenlandske og 4,1 mio. danske. En meget stor del af de danske dagsdeltagere var lokale, dvs. at de bor i samme region, som mødet afholdes. De 3,0 mio. lokale mødedeltagere udgjorde 39 pct. af alle mødedeltagere i 2017.

Der var godt 1,0 mio. danske og knap 0,5 mio. udenlandske overnattende mødedeltagere. De overnattende gæster udgjorde 20 pct. af det samlede antal mødedeltagere.

Kongresser og konferencer havde en markant større andel overnattende deltagere (29 pct.) end andre mødetyper (13 pct.). Der var også en større andel udenlandske deltagere på kongresser og konferencer (36 pct.) sammenlignet med andre møder (31 pct.). Omvendt udgjorde de lokale mødedeltagere en væsentligt mindre andel af gæsterne (34 pct.) blandt kongres- og konferencedeltagerne end for andre mødetyper, hvor de udgjorde 42 pct..

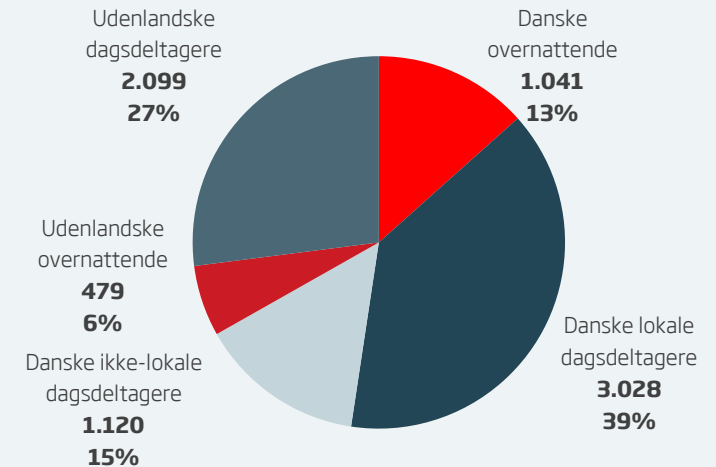
Både antallet af deltagere og sammensætningen af deltagertyper har betydning for mødeøkonomien

Det er ikke kun det samlede niveau for antal mødedeltagere, der er interessant, men også sammensætningen af de forskellige mødedeltagertyper er relevant at se på. Sammensætningen af mødedeltagere har nemlig en betydning for mødeaktivitetens økonomiske effekt, fordi de forskellige grupper har forskellig opholdslængde og forbrug.

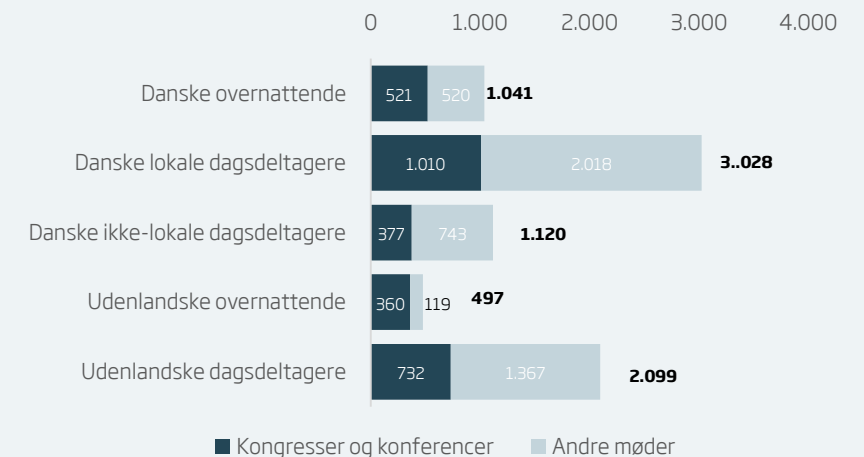
I forhold til den tidligere undersøgelse er der sket en forskydning i sammensætningen af mødedeltagerne mod flere udenlandske deltagere. Desuden er der flere overnattende deltagere. Til gengæld er der sket en tilbagegang i antallet af lokale mødedeltagere.

De 7,8 mio. deltagere havde sammenlagt 10,5 mio. mødedeltagerdage. Overnattende mødedeltagere stod for 34 pct. af dagene. Den relativt store andel skyldes, at en overnattende mødedeltager i gennemsnit havde en længere opholdslængde i forbindelse med mødet (2,38 dage) end dagsdeltageren (1,11 dag).

Figur 9. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype i 2017 (1.000)



Figur 10. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype og mødetype i 2017 (1.000)



Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| 1.000 deltagere | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|----------------------------|--------------|----------------------------------|--------------------|
| I alt | 7.766 | 3.000 | 4.767 |
| Overnattende | 1.520 | 881 | 639 |
| Dagsdeltagere | 6.247 | 2.119 | 4.128 |
| Danske | 5.189 | 1.908 | 3.281 |
| Overnattende | 1.041 | 521 | 520 |
| Dagsdeltagere | 4.148 | 1.387 | 2.761 |
| <i>-heraf lokale</i> | <i>3.028</i> | <i>1.010</i> | <i>2.018</i> |
| <i>- heraf ikke-lokale</i> | <i>1.120</i> | <i>377</i> | <i>743</i> |
| Udenlandske | 2.578 | 1.092 | 1.486 |
| Overnattende | 479 | 360 | 119 |
| Dagsdeltagere | 2.099 | 732 | 1.367 |

Mødedeltagerdage fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| 1.000 deltagerdage | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|---------------------------|---------------|----------------------------------|--------------------|
| I alt | 10.539 | 5.154 | 5.385 |
| Overnattende | 3.620 | 2.303 | 1.317 |
| Dagsdeltagere | 6.920 | 2.852 | 4.068 |
| Danske | 7.553 | 3.340 | 4.213 |
| Overnattende | 2.470 | 1.489 | 981 |
| Dagsdeltagere | 5.083 | 1.851 | 3.232 |
| -heraf lokale | 3.694 | 1.343 | 2.350 |
| - heraf ikke-lokale | 1.390 | 508 | 882 |
| Udenlandske | 2.986 | 1.814 | 1.172 |
| Overnattende | 1.150 | 814 | 336 |
| Dagsdeltagere | 1.837 | 1.001 | 836 |

Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype og region

Betydelig regional variation i sammensætningen af mødedeltagere

Overnattende mødedeltagere udgjorde 20 pct. af alle mødedeltagere på landsplan. Der var en betydelig regional variation, idet Region Nordjylland og Region Sjælland havde relativt mange overnattende mødedeltagere. I regionerne; Syddanmark, Hovedstaden og Midtjylland var andelen af overnattende mødedeltagere lavere.

Ser man på fordelingen mellem danske og udenlandske mødedeltagere, fremgår det også, at der var klare regionale forskelle.

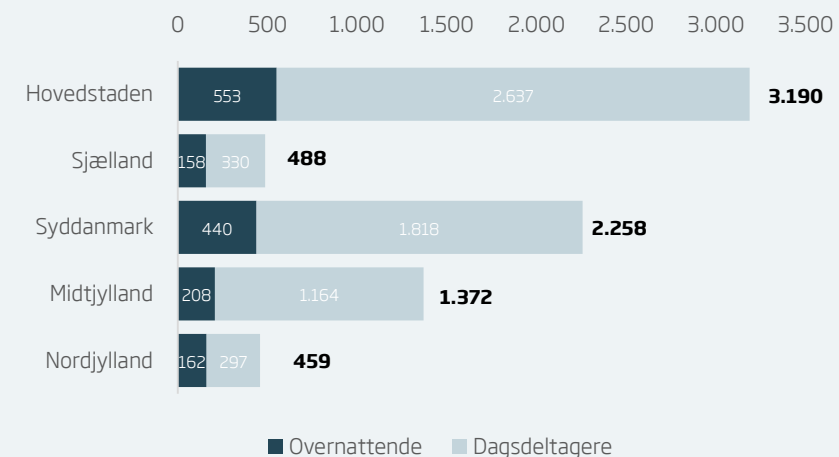
De udenlandske mødedeltagere udgjorde 33 pct. på landsplan. Andelen var højere i Region Hovedstaden og Region Syddanmark, mens den var lavere i de øvrige regioner, og især Sjælland.

Det skal dog bemærkes, at opgørelsen af deltagertallet i Region Sjælland er forbundet med større usikkerhed end i de øvrige regioner pga. færre besvarelser i de undersøgelser, der ligger bag analysen.¹

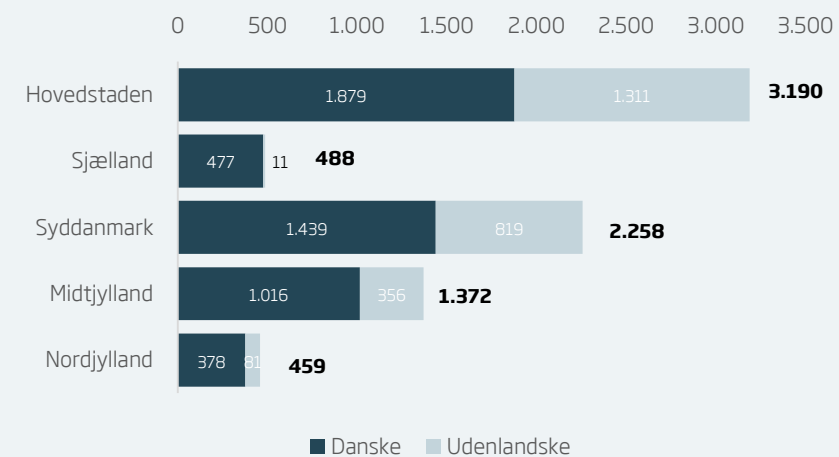
Relativ fordeling af mødedeltagere i regionerne i 2017

| | Hovedstaden | Sjælland | Syddanmark | Midtjylland | Nordjylland | Hele landet |
|----------------------------|-------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Overnattende mødedeltagere | 17% | 32% | 19% | 15% | 35% | 20% |
| Dagsdeltagere | 83% | 68% | 81% | 85% | 65% | 80% |
| Danske mødedeltagere | 59% | 98% | 64% | 74% | 82% | 67% |
| Udenlandske mødedeltagere | 41% | 2% | 36% | 26% | 18% | 33% |

Figur 11. Mødedeltagere fordelt efter region og deltagertype i 2017 (1.000)



Figur 12. Mødedeltagere fordelt efter region og nationalitet i 2017 (1.000)

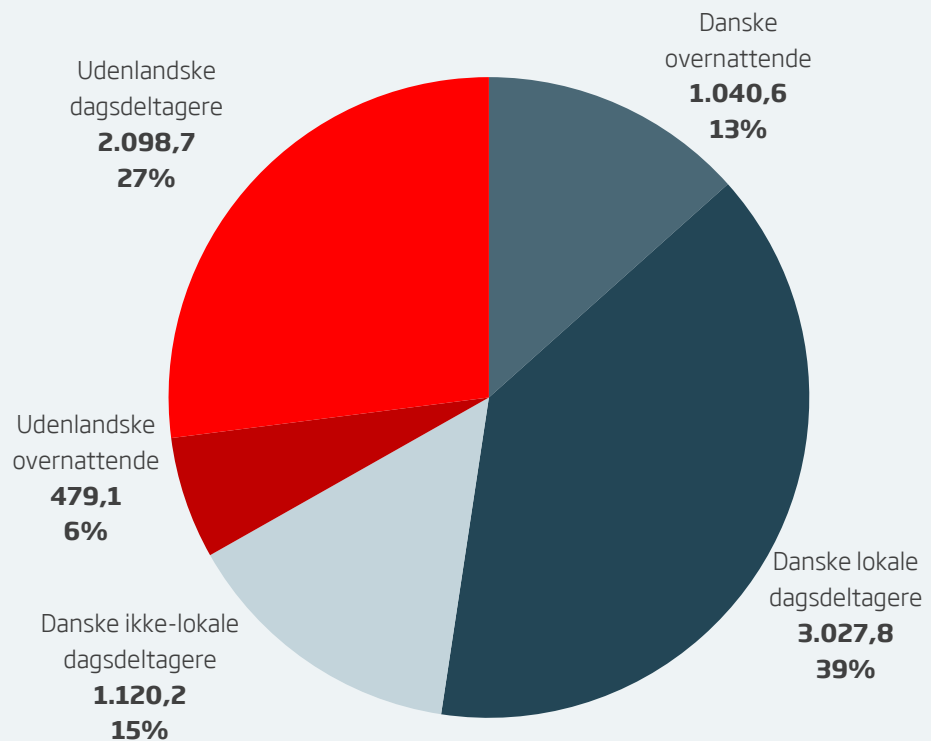


Kilde Turistundersøgelsen 2017, Mødestedsundersøgelsen 2017, Transportvaneundersøgelsen 2017.

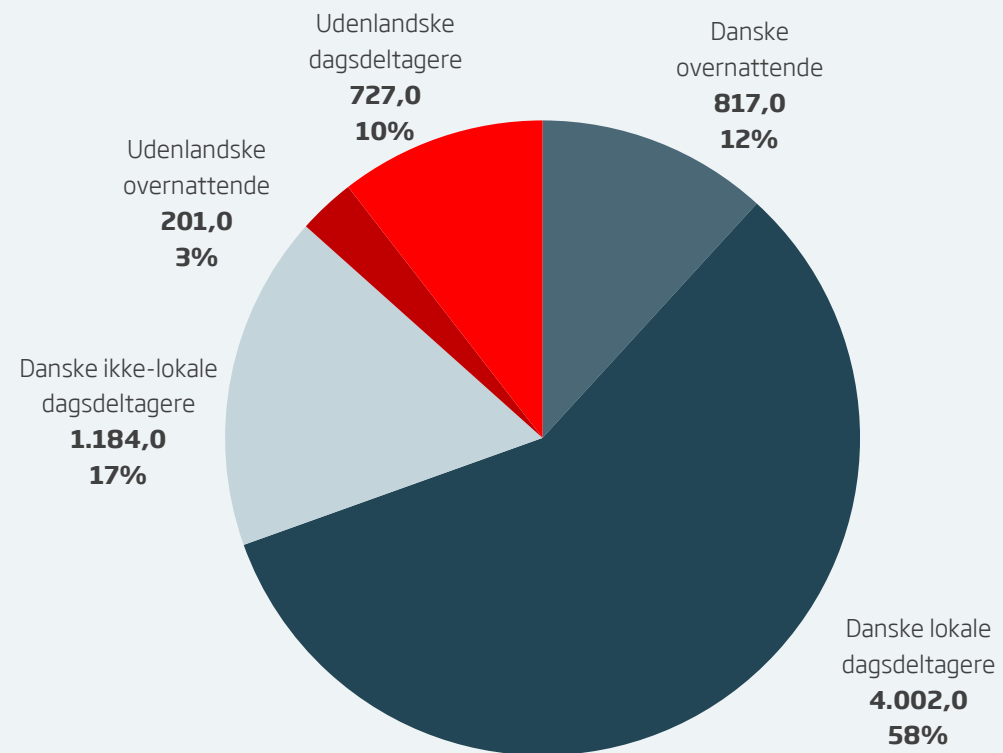
¹ Jf. Metode bag analysen "Sådan har vi opgjort mødeaktiviteten" p. 46, og "Sådan har vi opgjort mødedeltagernes individuelle forbrug" p. 48.

Ændring i sammensætning af mødedeltagere siden sidste undersøgelse

Figur 13. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype i 2017 (1.000)



Figur 14. Mødedeltagere fordelt efter mødedeltagertype i 2010 (1.000)





Mødearrangørernes omkostninger

Mødeomkostninger pr. deltager

Mødeomkostninger på 1.170 kr. pr. deltager

Mødearrangørernes omkostninger pr. deltager pr. mødedag var i gennemsnit på 1.170 kr. i 2017.

Mødearrangørernes omkostninger afspejler udgifter i forbindelse med afholdelsen af selve mødet. Mødeomkostningerne pr. deltager er de samme for alle deltagere i mødelokalet, og er derfor uafhængige af mødedeltagernes nationalitet, og om de er dagsdeltagere eller overnattende.

Leje af mødelokaler (inkl. personale) var den største enkeltpost i mødeomkostningerne, og udgjorde 22 pct. Udgifter til mad og drikke i forbindelse med mødet samt udgifter til talere/oplægsholder mv. var også forholdsvis store udgiftsposter. Tilsammen udgjorde de tre poster halvdelen af mødeomkostningerne. Herudover var der en lang række andre udgifter, der hver for sig var små, men sammenlagt udgjorde knap halvdelen af mødeomkostningerne. Det drejer sig bl.a. om forsikring, administration, reklame, markedsføring og underholdning.

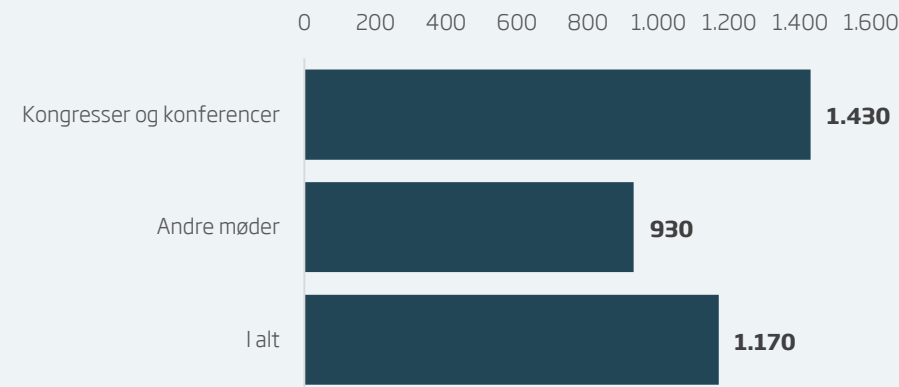
De største mødeomkostninger var i forbindelse med kongresser og konferencer

Mødeomkostningerne pr. deltager var højere for kongres- og konferencegæster end for deltagere ved andre typer møder. Mødeomkostningerne for en gennemsnitlig kongres- eller konferencegæst var på 1.430 kr. mod 930 kr. for andre. Den gennemsnitlige kongres- eller konferencegæst var med andre ord godt 50 pct. dyrere pr. dag end deltagere ved andre typer møder.

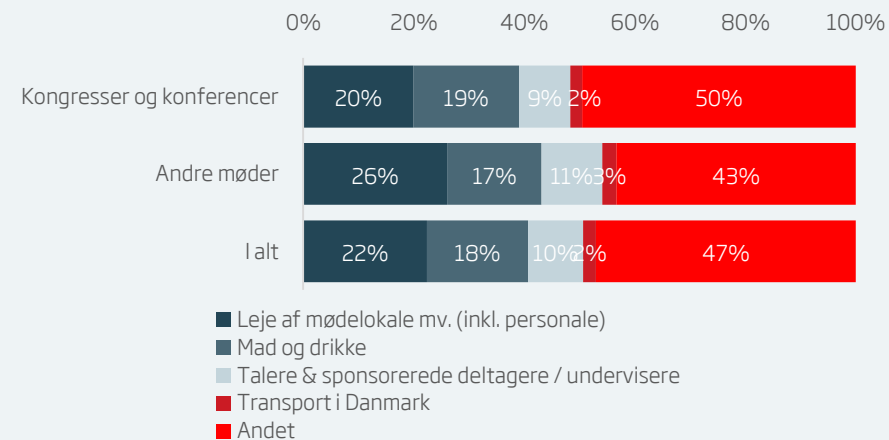
Mødeomkostningerne i forbindelse med kongresser og konferencer er steget

Mødeomkostningerne pr. deltager i 2017 var 7 pct. højere end i den tidligere undersøgelse. Stigningen har dog været mindre end den generelle prisudvikling, hvilket betyder et lille fald i de reale omkostninger på knap 2 pct. Bag den nominelle vækst på 7 pct. ligger en stigning i mødeomkostningerne i forbindelse med afholdelse af kongresser og konferencer på 17 pct. Mødeomkostningerne pr. deltager for andre typer møder faldt med 9 pct.

Figur 15. Mødeomkostninger pr. deltager fordelt efter mødetype i 2017 (kr.)



Figur 16. Mødeomkostninger i 2017 fordelt efter mødetype og hovedudgiftsposter (pct.)



Samlede mødeomkostninger

Mødeomkostninger på 12,3 mia. kr.

Arrangørernes samlede omkostninger i forbindelse med selve mødeafholdelsen var på 12,3 mia. kr.

Kongresser og konferencer fylder meget i de samlede mødeomkostninger

Kongresser og konferencer stod med 7,3 mia. kr. for knap 60 pct. af mødeomkostningerne, mens andre typer møder stod for 40 pct. Kongresser- og konferencers relativt store andel af mødeomkostningerne (de udgjorde kun 39 pct. af mødedeltagerne) skyldes primært de høje mødeomkostninger pr. mødedeltager for denne type møder.

Region Hovedstaden stod for 43 pct. af de samlede mødeomkostninger. Møder i Region Hovedstaden beløb sig til 5,2 mia. kr. Mødearrangørernes omkostninger i Region Syddanmark var på 3,9 mia. kr., 1,8 mia. kr. i Region Midtjylland, 0,7 mia. kr. i Region Nordjylland, og knap 0,7 mia. kr. i Region Sjælland.

Udenlandske mødedeltagere stod for 3,6 mia. kr., svarende til 29 pct. af mødeomkostningerne. Heraf stod de overnattende deltagere for 1,5 mia. kr., mens dagsdeltagerne stod for 2,2 mia. kr. De danske deltagere tegnede sig for 8,7 mia. kr., hvoraf de lokale med 4,1 mia. kr. stod for den største del.

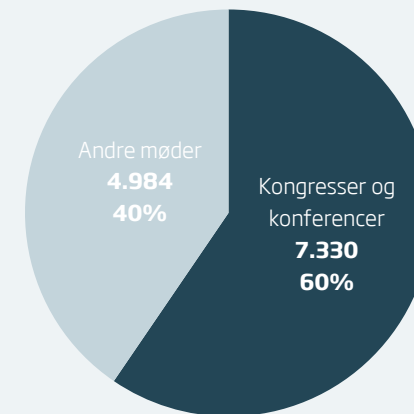
Stigning i de samlede mødeomkostninger skyldes kongresser og konferencer

Mødeomkostningerne i 2017 var ca. 1 mia. kr. højere end i den tidligere undersøgelse, hvor der blev brugt 11,4 mia. kr. Tages der højde for prisudviklingen, var der dog tale om stagnation i de samlede mødeomkostninger. Mødeomkostninger i forbindelse med kongresser og konferencer i 2017 var 2,2 mia. kr. højere, hvilket skyldes en kombination af flere mødedeltagerdage og højere mødeomkostninger pr. deltager. Mødearrangørernes omkostninger i forbindelse med andre typer møder faldt pga. lavere mødeomkostninger pr. deltager samt færre mødedeltagerdage.

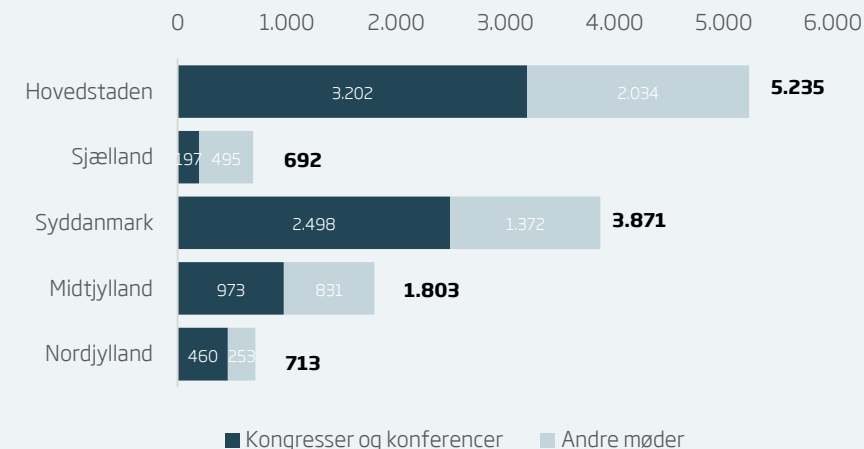
Mødeomkostninger i regionerne i 2017

| | Hovedstaden | Sjælland | Syddanmark | Midtjylland | Nordjylland | Hele landet |
|----------|-------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Mio. kr. | 5.235 | 692 | 3.871 | 1.803 | 713 | 12.314 |
| Andel | 43% | 6% | 31% | 15% | 6% | 100% |

Figur 17. Mødeomkostninger fordelt efter mødetype i 2017 (mio. kr.)



Figur 18. Mødeomkostninger fordelt efter region og mødetype i 2017 (mio. kr.)



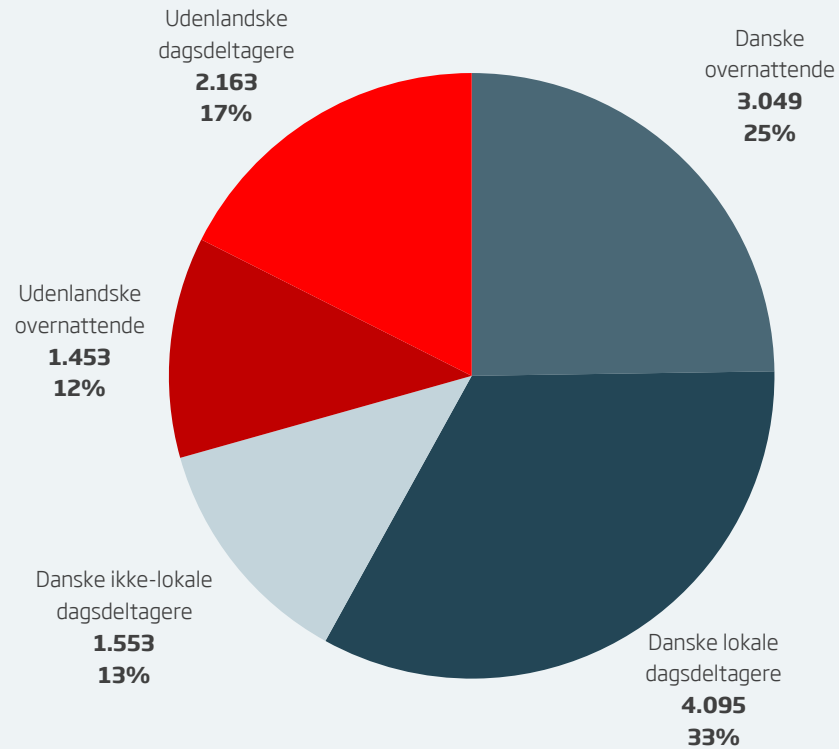
Samlede mødeomkostninger fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| Mio. kr. | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|---------------------------|---------------|------------------------------|--------------|
| I alt | 12.314 | 7.330 | 4.984 |
| Overnattende | 4.502 | 3.275 | 1.227 |
| Dagsdeltagere | 7.811 | 4.055 | 3.756 |
| Danske | 8.698 | 4.750 | 3.947 |
| Overnattende | 3.049 | 2.118 | 931 |
| Lokale dagsdeltagere | 4.095 | 1.910 | 2.185 |
| Ikke-lokale dagsdeltagere | 1.553 | 722 | 831 |
| Udenlandske | 3.616 | 2.580 | 1.036 |
| Overnattende | 1.453 | 1.157 | 296 |
| Dagsdeltagere | 2.163 | 1.423 | 740 |

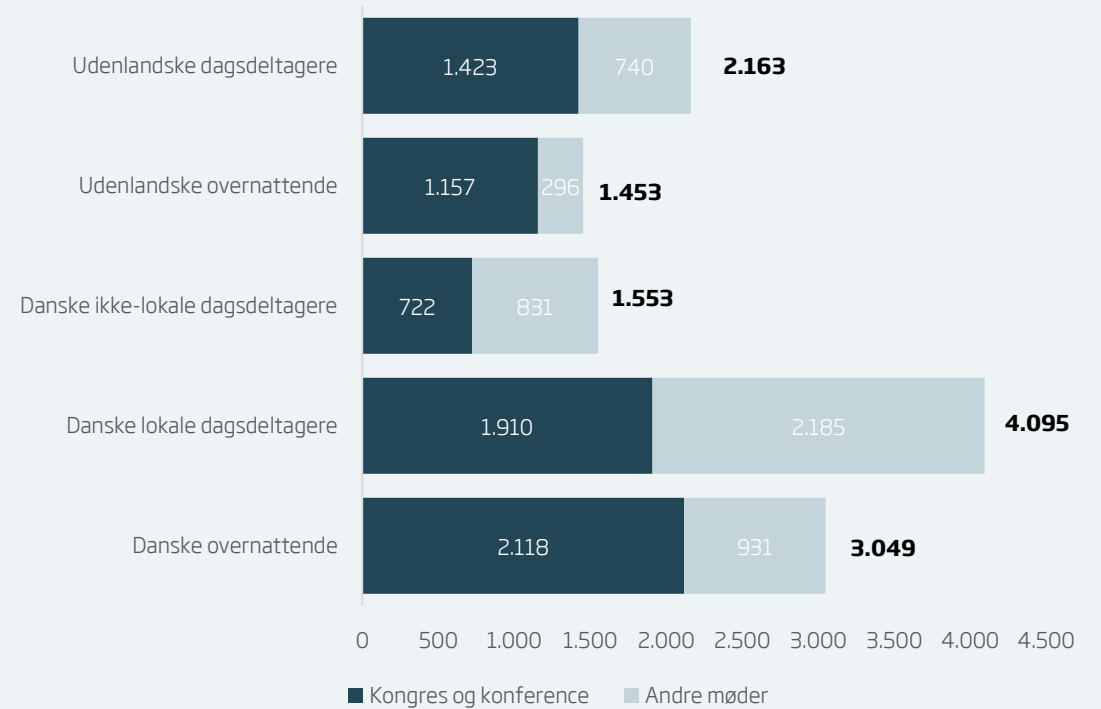
Mødeomkostninger er opgjort i årets priser.

Samlede mødeomkostninger fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

Figur 19. Mødeomkostninger fordelt efter mødedeltagertype i 2017 (mio. kr. og pct.)

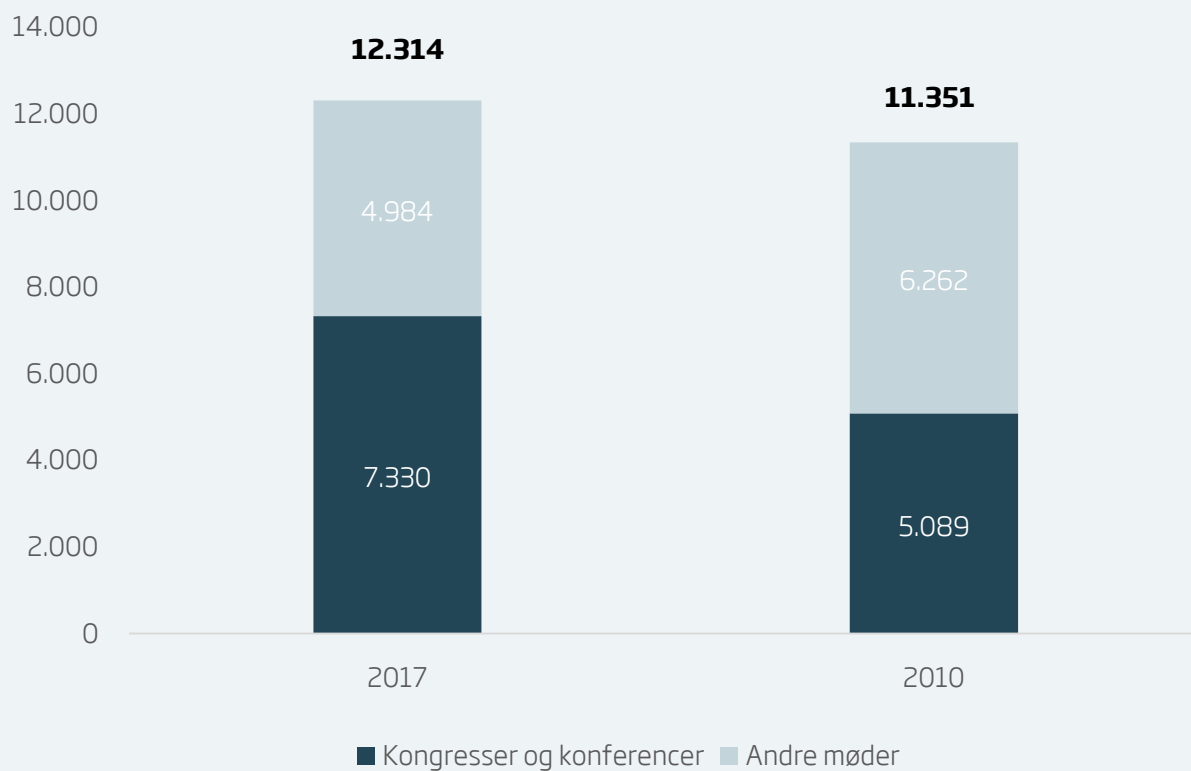


Figur 20. Mødeomkostninger fordelt efter mødedeltagertype og mødetype i 2017 (mio. kr.)



Ændring i de samlede mødeomkostninger siden sidste undersøgelse

Figur 21. Mødeomkostninger fordelt efter mødetype (mio. kr. årets priser)



Udvikling i mødeomkostninger, pct.

| <u>Vækst 2010-2017</u> | <u>Årets priser</u> | <u>2010-priser</u> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Kongresser og konferencer | +44,0% | +32,5% |
| Andre møder | -20,4% | -26,8% |
| I alt | +8,5% | -0,2% |

| <u>Gns. pr. år</u> | <u>Årets priser</u> | <u>2010-priser</u> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Kongresser og konferencer | +5,4% | +4,1% |
| Andre møder | -3,2% | -4,4% |
| I alt | +1,2% | -0,0% |



Mødedeltagernes individuelle forbrug

Deltagerforbrug pr. person

Mødedeltagerens forbrug udenfor mødelokalet var på 1.290 kr. pr. døgn

Deltagerforbruget pr. person var i gennemsnit på 1.290 kr. i 2017.

Deltagerforbruget afspejler mødedeltagerens individuelle forbrug "udenfor" mødelokalet. Deltagerforbruget varierer - i modsætning til mødeomkostningerne - meget mellem de forskellige mødedeltagertyper. Overnattende mødedeltagere havde et højere forbrug end dagsdeltagere, og ikke-lokale dagsdeltagere brugte mere end de lokale mødedeltagere. Udenlandske deltagere havde generelt et højere forbrug end danske deltagere.

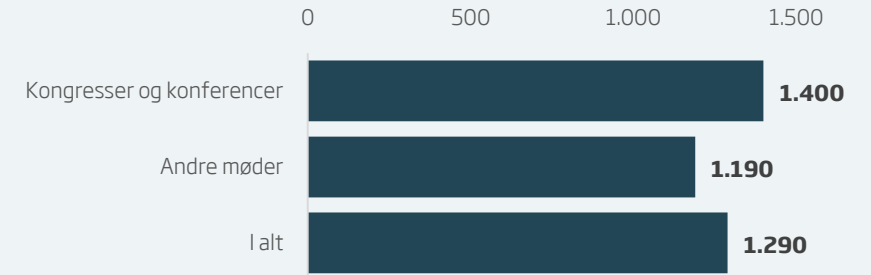
Deltagerforbrug pr. person (kr.)

| | |
|----------------------------------|--------------|
| Overnattende mødedeltagere i alt | 1.950 |
| Dagsdeltagere i alt | 950 |
| Udenlandske mødedeltagere i alt | 2.080 |
| Danske mødedeltagere i alt | 990 |

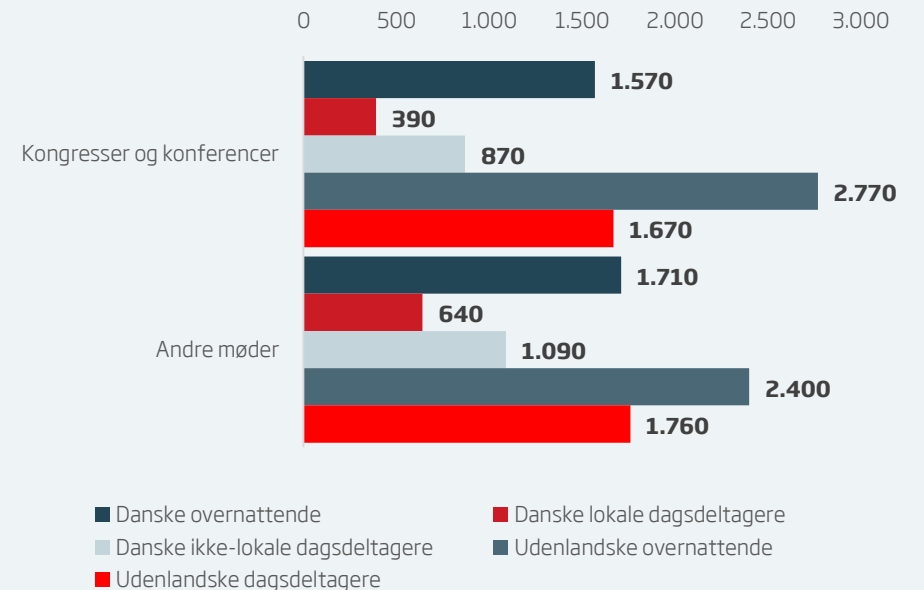
Udenlandske overnattende kongres- og konferencedeltagere havde det højeste forbrug

Udenlandske overnattende kongres- og konferencedeltagere havde det højeste gennemsnitlige deltagerforbrug på 2.770 kr., og bidrog til at trække det samlede gennemsnitlige forbrug for kongres- og konferencedeltagere op.

Figur 22. Deltagerforbrug pr. person fordelt efter mødetype i 2017 (kr.)



Figur 23. Deltagerforbrug pr. person fordelt efter mødetype og mødedeltagertype i 2017 (kr.)



Deltagerforbrug pr. person pr. dag fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| Kr. | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|---------------------------|--------------|---------------------------|--------------|
| I alt | 1.290 | 1.400 | 1.190 |
| Overnattende | 1.950 | 1.990 | 1.890 |
| Dagsdeltagere | 950 | 930 | 970 |
| Danske | 990 | 990 | 990 |
| Overnattende | 1.630 | 1.570 | 1.710 |
| Lokale dagsdeltagere | 550 | 390 | 640 |
| Ikke-lokale dagsdeltagere | 1.010 | 870 | 1.090 |
| Udenlandske | 2.080 | 2.160 | 1.950 |
| Overnattende | 2.660 | 2.770 | 2.400 |
| Dagsdeltagere | 1.710 | 1.670 | 1.760 |

Deltagerforbrug pr. person er opgjort i årets priser. Afrundede tal

Samlet deltagerforbrug

Samlet deltagerforbrug på 13,6 mia. kr.

Den samlede omsætning fra mødedeltagerens individuelle forbrug udenfor mødet var på 13,6 mia. kr. Kongres- og konferencedeltagere bidrog med 7,2 mia. kr., svarende til 53 pct. af det samlede deltagerforbrug. Forbruget i forbindelse med andre typer møder bidrog med 6,4 mia. kr.

Region Hovedstaden stod for 45 pct. af landets samlede deltagerforbrug. Møder i Hovedstaden skabte omsætning for 6,2 mia. kr. Forbruget i Syddanmark var på knap 4,0 mia. kr., Midtjylland 2,1 mia. kr., Nordjylland godt 0,8 mia. kr. og Sjælland godt 0,6 mia. kr.

Udenlandske deltagere stod for 45 pct. af forbruget

Udenlandske deltagere bidrog med 6,2 mia. kr., svarende til 45 pct. af forbruget. Heraf stod de overnattende deltagere for knap 3,1 mia. kr., og dagsdeltagerne bidrog med stort set samme beløb.

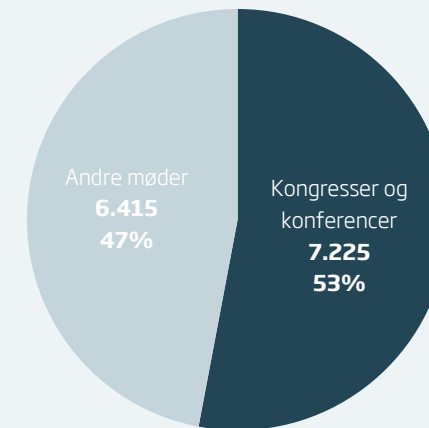
De danske deltageres forbrug løb op i 7,4 mia. kr., hvoraf de overnattende gæster med 4,0 mia. kr. stod for den største del af forbruget.

Deltagerforbruget i 2017 var 4,2 mia. kr. højere end i den tidligere undersøgelse, hvor der blev brugt 9,4 mia. kr. Det er 45 pct. mere end i 2010. Kongres- og konferencedeltagerens forbrug var 2,5 mia. kr. højere, svarende til en vækst på 54 pct. Dette skyldes en kombination af flere mødedeltagerdage og et højere døgnforbrug. Forbruget i forbindelse med andre typer møder var 36 pct. højere.

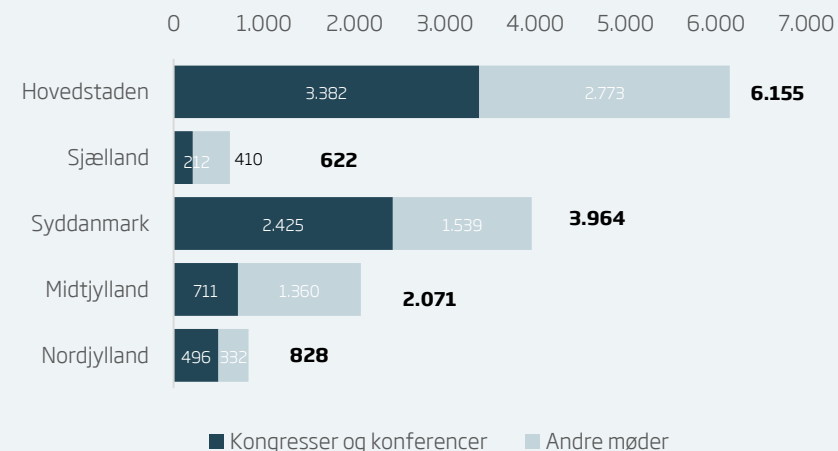
Samlet deltagerforbrug i regionerne i 2017¹

| | Hovedstaden | Sjælland | Syddanmark | Midtjylland | Nordjylland | Hele landet |
|----------|-------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Mio. kr. | 6.155 | 622 | 3.964 | 2.071 | 828 | 13.641 |
| Andel | 45% | 5% | 29% | 15% | 6% | 100% |

Figur 24. Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødetype i 2017 (mio. kr.)



Figur 25. Samlet deltagerforbrug fordelt efter region og mødetype i 2017 (mio. kr.)



Kilde Turistundersøgelsen 2017, Mødestedsundersøgelsen 2017, Transportvaneundersøgelsen 2017.

¹ Beregning af regionale forbrug er baseret på landsgennemsnit for deltagerforbrug pr. person pr. mødetype, jf. "Sådan har vi opgjort mødedeltagerens individuelle forbrug" p. 48. Beløb opgjort i årets priser, hvis andet ikke er angivet.

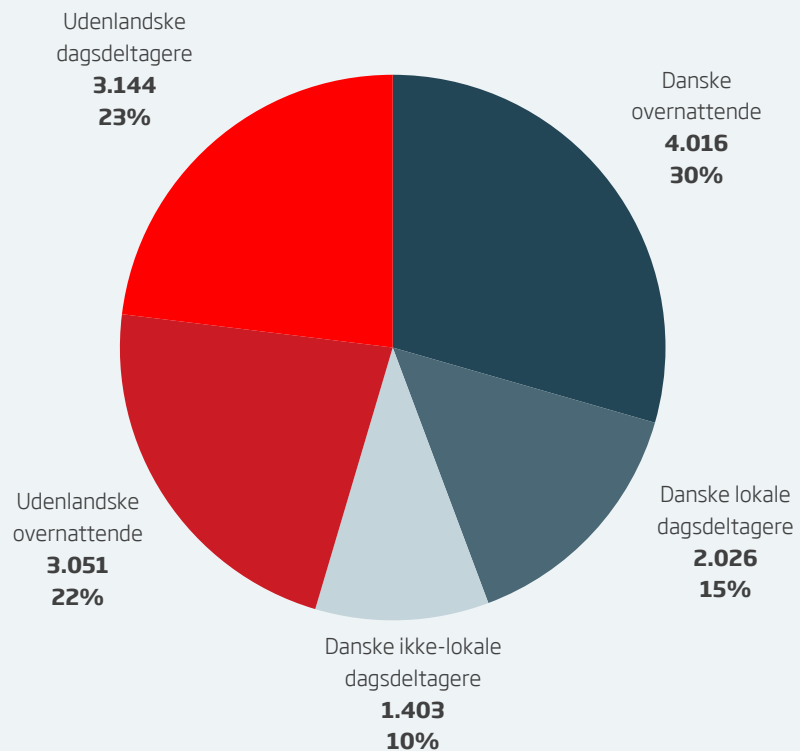
Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| Mio. kr. | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|---------------------------|---------------|----------------------------------|--------------------|
| I alt | 13.641 | 7.225 | 6.415 |
| Overnattende | 7.067 | 4.588 | 2.480 |
| Dagsdeltagere | 6.573 | 2.638 | 3.935 |
| Danske | 7.446 | 3.308 | 4.138 |
| Overnattende | 4.016 | 2.338 | 1.678 |
| Lokale dagsdeltagere | 2.026 | 527 | 1.499 |
| Ikke-lokale dagsdeltagere | 1.403 | 442 | 961 |
| Udenlandske | 6.195 | 3.918 | 2.277 |
| Overnattende | 3.051 | 2.249 | 802 |
| Dagsdeltagere | 3.144 | 1.668 | 1.476 |

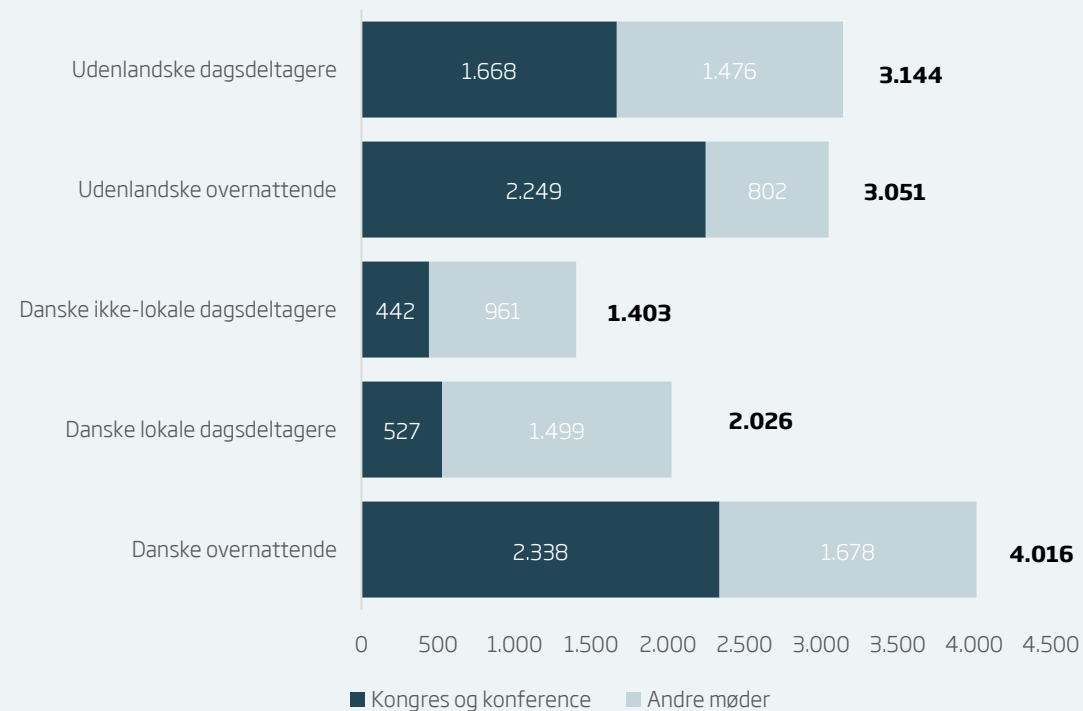
Samlet deltagerforbrug er opgjort i årets priser.

Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

Figur 26. Deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype i 2017 (mio. kr. og pct.)

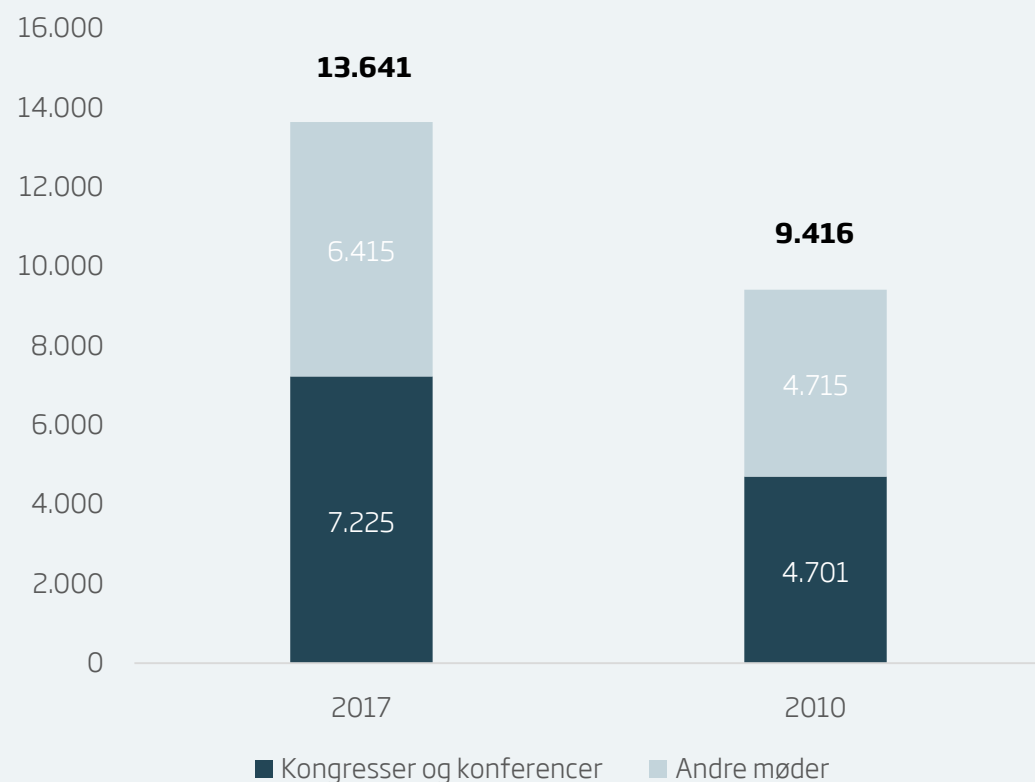


Figur 27. Deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype og mødetype i 2017 (mio. kr.)



Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

Figur 28. Samlet deltagerforbrug fordelt efter mødetype (mio. kr. årets priser)



Udvikling i deltagerforbrug, pct.

| <u>Vækst 2010-2017</u> | <u>Årets priser</u> | <u>2010-priser</u> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Kongresser og konferencer | +53,7% | +41,4% |
| Andre møder | +36,1% | +25,2% |
| I alt | +44,9% | +33,3% |

| <u>Gns. pr. år</u> | <u>Årets priser</u> | <u>2010-priser</u> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Kongresser og konferencer | +6,3% | +5,1% |
| Andre møder | +4,5% | +3,3% |
| I alt | +5,4% | +4,2% |

A group of approximately 20 people are sitting in a circle on a large green lawn. In the background, there is a modern building with a prominent, curved, metallic roof structure. The scene is set outdoors on a clear day with a blue sky. A young tree is visible in the foreground on the left, and another one is in the middle ground. The overall atmosphere is bright and open.

Mødemarkedets samlede omsætning

Døgnforbrug pr. mødedeltager

Døgnforbrug på 2.470 kr.

Døgnforbruget pr. mødedeltager var i gennemsnit på 2.470 kr. i 2017. Døgnforbruget indeholder mødeomkostninger i forbindelse med selve mødet plus mødedeltagerens individuelle døgnforbrug. Døgnforbruget varierer meget mellem de forskellige mødedeltagertyper.

Stor variation mellem forskellige deltagertyper - døgnforbrug mellem 1.570 og 4.190 kr.

Overnattende mødedeltagere havde et højere døgnforbrug end dagsdeltagere. Udenlandske deltagere havde generelt et højere døgnforbrug end danske deltagere. Udenlandske overnattende kongres- og konferencedeltagere havde det højeste gennemsnitlige døgnforbrug på i alt 4.190 kr.

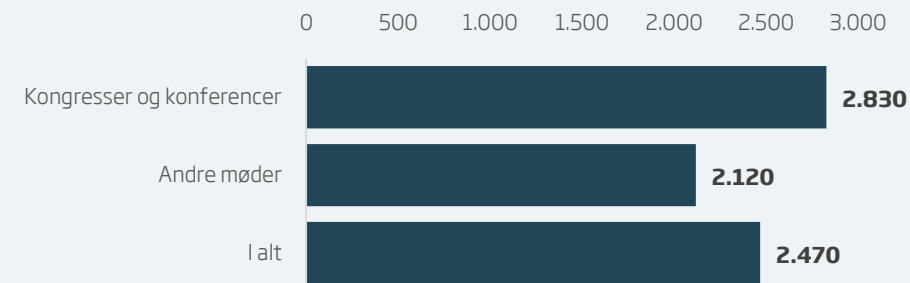
Døgnforbruget er steget

Døgnforbruget var 23 pct. højere i 2017 end i den tidligere undersøgelse. Væksten var på 13 pct., når der justeres for inflation. Døgnforbruget for deltagere på kongresser og konferencer var 21 pct. højere i 2017 end i 2010.

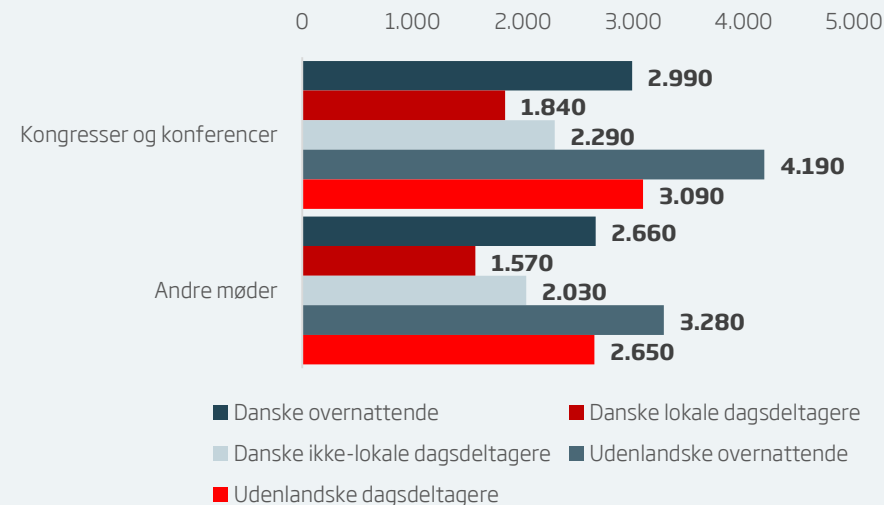
Døgnforbrug pr. deltager (kr.)

| | |
|----------------------------------|--------------|
| Overnattende mødedeltagere i alt | 3.200 |
| Dagsdeltagere i alt | 2.080 |
| Udenlandske mødedeltagere i alt | 3.290 |
| Danske mødedeltagere i alt | 2.140 |

Figur 29. Døgnforbrug pr. mødedeltager fordelt efter mødetype i 2017 (kr.)



Figur 30. Døgnforbrug pr. mødedeltager fordelt efter mødetype og mødedeltagertype i 2017 (kr.)



Døgnforbrug pr. mødedeltager fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| Kr. | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|---------------------------|--------------|----------------------------------|--------------------|
| I alt | 2.470 | 2.830 | 2.120 |
| Overnattende | 3.200 | 3.420 | 2.820 |
| Dagsdeltagere | 2.080 | 2.360 | 1.890 |
| Danske | 2.140 | 2.420 | 1.920 |
| Overnattende | 2.860 | 2.990 | 2.660 |
| Lokale dagsdeltagere | 1.670 | 1.840 | 1.570 |
| Ikke-lokale dagsdeltagere | 2.130 | 2.290 | 2.030 |
| Udenlandske | 3.290 | 3.580 | 2.830 |
| Overnattende | 3.920 | 4.190 | 3.280 |
| Dagsdeltagere | 2.890 | 3.090 | 2.650 |

Døgnforbrug pr. mødedeltager er opgjort i årets priser. Afrundede tal

Mødemarkedets samlede omsætning

Samlet mødeomsætning på 26 mia. kr.

Mødemarkedets samlede omsætning var på knap 26 mia. kr. i 2017.

Den samlede mødeomsætning indeholder totale økonomi fra mødeomkostninger (mødearrangørernes omkostninger i forbindelse med selve mødeafholdelsen) og mødedeltagerforbruget (mødedeltagerens individuelle forbruget udenfor mødet).

Kongresser og konferencer vejede relativt tungt i den samlede mødeomsætning, og bidrog med knap 14,6 mia. kr., svarende til 56 pct. af den samlede mødeomsætning. Omsætningen i forbindelse med andre typer møder bidrog med 11,4 mia. kr.

Region Hovedstaden tegnede sig for 44 pct. af landets samlede mødeomsætning. Møder i Region Hovedstaden skabte omsætning for 11,4 mia. kr. Mødeomsætningen i Region Syddanmark var på 7,8 mia. kr., Region Midtjylland 3,9 mia. kr., Region Nordjylland 1,5 mia. kr. og Region Sjælland 1,3 mia. kr.

Udenlandske mødedeltagere bidrog med 9,8 mia. kr. til den samlede mødeomsætning

Udenlandske mødedeltagere bidrog med 9,8 mia. kr., svarende til 38 pct. af mødeøkonomien. Heraf stod de overnattende deltagere for 4,5 mia. kr., mens dagsdeltagerne bidrog med 5,3 mia. kr. Danske mødedeltagere bidrog med 16,1 mia. kr., hvoraf de overnattende gæster med 7,0 mia. kr. stod for den største del af omsætningen.

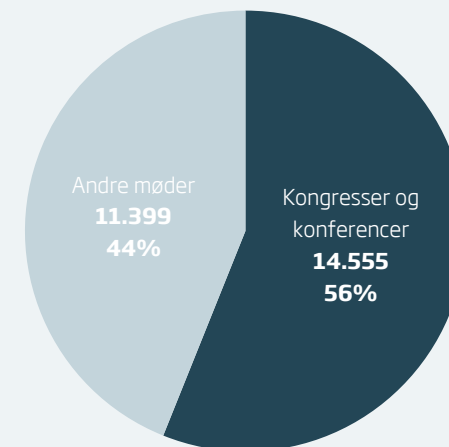
Fremgang på 25 pct. i mødemarkedets samlede omsætning

Den samlede mødeomsætning i 2017 var 25 pct. højere end i den tidligere undersøgelse. Opgjort i faste priser var stigningen på 15 pct. Omsætningen i forbindelse med afholdelse af kongresser og konferencer i 2017 var 49 pct. højere, mens mødeøkonomien i forbindelse med andre typer møder var 4 pct. højere, hvilket dog var lavere end den generelle prisudvikling, og svarer til et reelt fald på 4 pct.

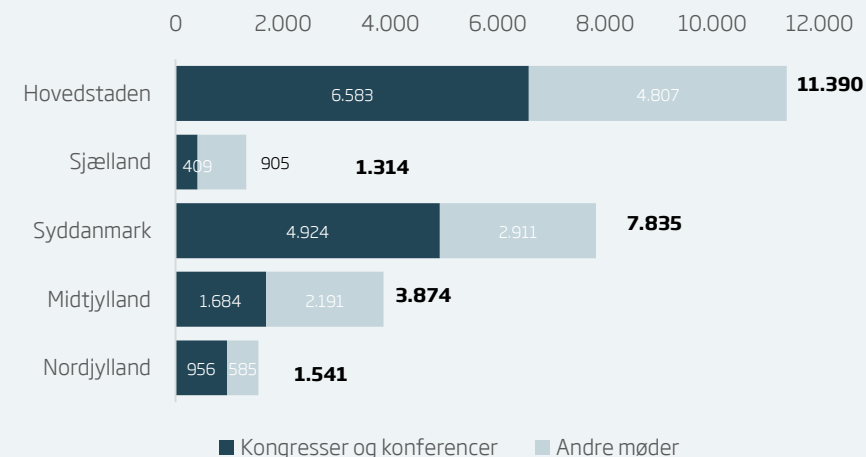
Mødemarkedets samlede omsætning i regionerne i 2017

| | Hovedstaden | Sjælland | Syddanmark | Midtjylland | Nordjylland | Hele landet |
|-----------------|-------------|----------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Mio. kr. | 11.390 | 1.314 | 7.835 | 3.874 | 1.541 | 25.954 |
| Andel | 44% | 5% | 30% | 15% | 6% | 100% |

Figur 31. Samlet mødeomsætning fordelt efter mødetype i 2017 (mio. kr.)



Figur 32. Samlet mødeomsætning fordelt efter region og mødetype i 2017 (mio. kr.)



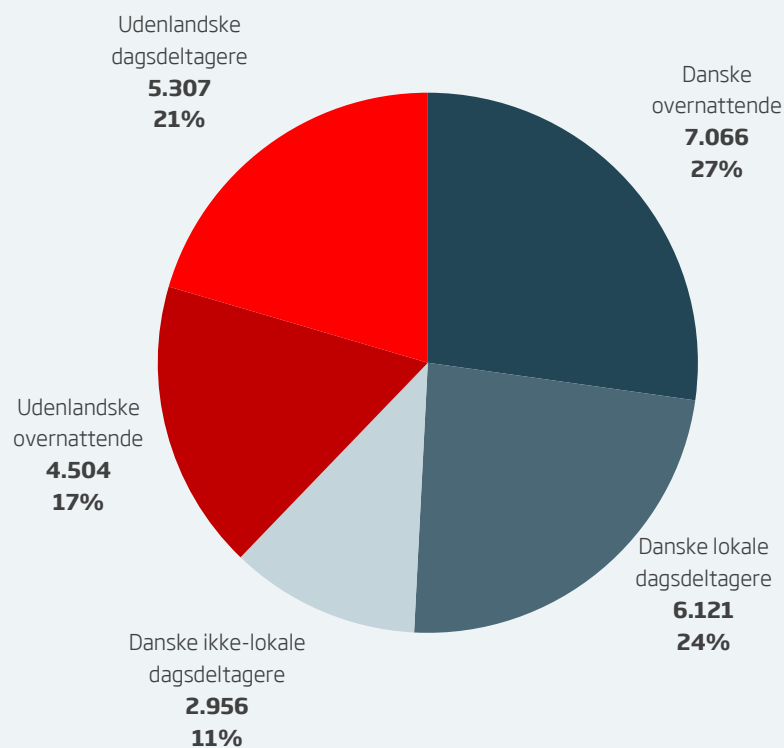
Mødemarkedets samlede omsætning fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

| Mio. kr. | I alt | Kongresser og konferencer | Andre møder |
|---------------------------|---------------|----------------------------------|--------------------|
| I alt | 25.954 | 14.555 | 11.399 |
| Overnattende | 11.570 | 7.863 | 3.707 |
| Dagsdeltagere | 14.385 | 6.693 | 7.692 |
| Danske | 16.143 | 8.058 | 8.085 |
| Overnattende | 7.066 | 4.456 | 2.609 |
| Lokale dagsdeltagere | 6.121 | 2.437 | 3.684 |
| Ikke-lokale dagsdeltagere | 2.956 | 1.164 | 1.792 |
| Udenlandske | 9.811 | 6.497 | 3.314 |
| Overnattende | 4.504 | 3.406 | 1.098 |
| Dagsdeltagere | 5.307 | 3.091 | 2.216 |

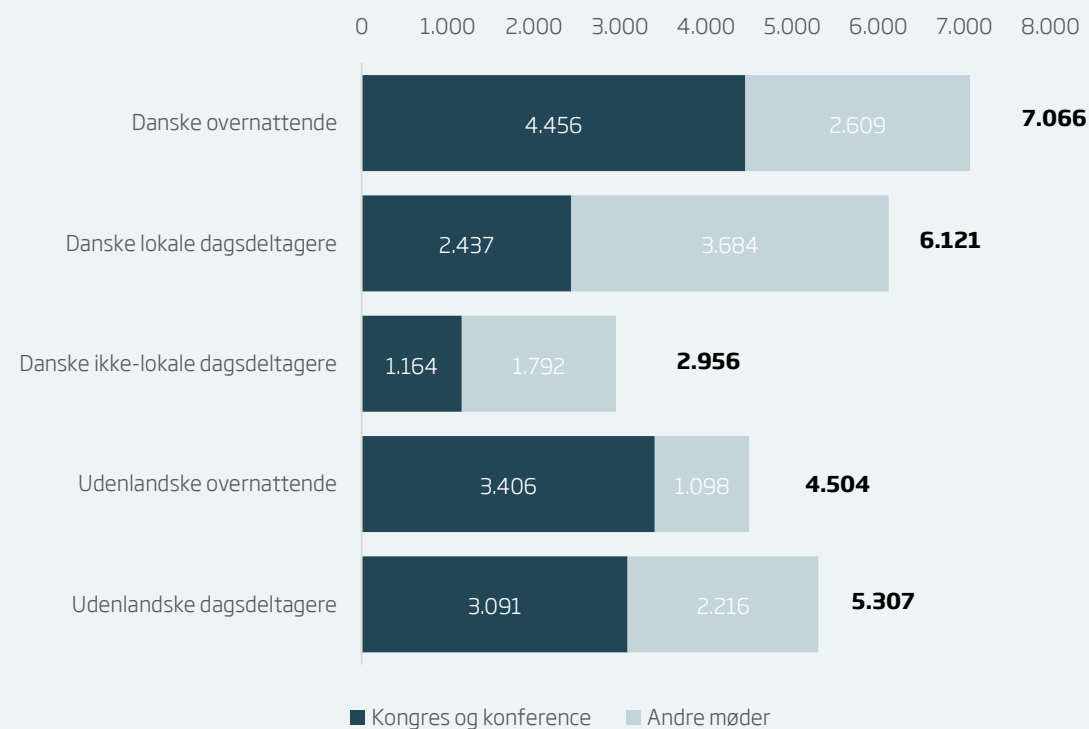
Mødemarkedets samlede omsætning er opgjort i årets priser.

Mødemarkedets samlede omsætning fordelt efter mødedeltagertype og mødetype

Figur 33. Samlet mødeomsætning fordelt efter mødedeltagertype i 2017 (mio. kr. og pct.)

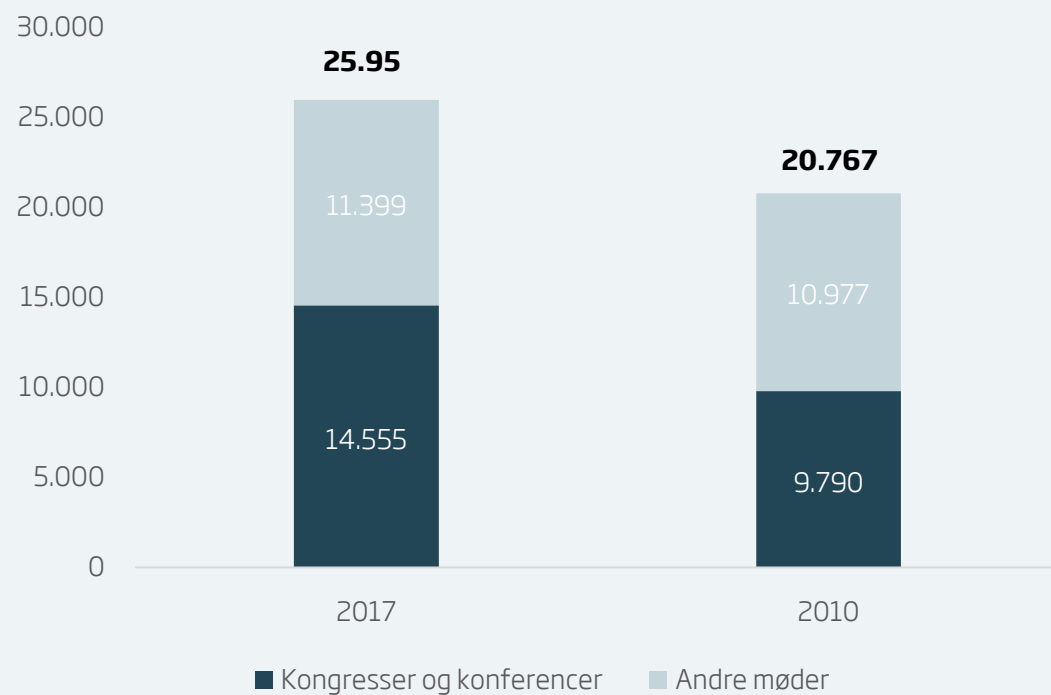


Figur 34. Samlet mødeomsætning fordelt efter mødedeltagertype og mødetype i 2017 (mio. kr.)



Ændring i mødemarkedets samlede omsætning siden sidste undersøgelse

Figur 35. Mødemarkedets omsætning fordelt efter mødetype (mio. kr. årets priser)



Udvikling i mødeomsætning, pct.

| <u>Vækst 2010-2017</u> | <u>Årets priser</u> | <u>2010-priser</u> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Kongresser og konferencer | +48,7% | +36,8% |
| Andre møder | +3,8% | -4,5% |
| I alt | +25,0% | +15,0% |

| <u>Gns. pr. år</u> | <u>Årets priser</u> | <u>2010-priser</u> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| Kongresser og konferencer | +5,8% | +4,6% |
| Andre møder | +0,5% | -0,6% |
| I alt | +3,2% | +2,0% |

A nighttime photograph of the Copenhagen Concert Hall (Mødemarkedet) and the harbor. The building is illuminated from within, showing its modern architecture with large glass windows and a prominent cantilevered upper section. The harbor water is dark, reflecting the lights from the building and the sky. In the background, other buildings and structures are visible along the waterfront, including a crane and a lighthouse. The sky is a deep blue with some clouds. The text "Mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter" is overlaid in white, with a red underline under the word "samfundsøkonomiske".

**Mødemarkedets
samfundsøkonomiske effekter**

Beskæftigelse

Mødemarkedets omsætning skaber beskæftigelse til 35.700

Mødemarkedets omsætning skabte beskæftigelse svarende til 35.700 fuldtidsjobs. Tallet afspejler den samlede beskæftigelseseffekt af mødemarkedets aktivitet. Med en samlet mødeomsætning på 26 mia. kr. betyder det, at en mio. kr. i mødeomsætning i gennemsnit skabte 1,38 fuldtidsjob. Den direkte beskæftigelseseffekt gav 25.300 jobs. Den direkte effekt opstår i forbindelse med selve mødeaktiviteten og mødedeltagerens individuelle forbrug. Den samlede effekt består af den direkte effekt samt den afledte effekt, der skabes når omsætningen breder sig til resten af økonomien som ringe i vandet. Den samlede og direkte effekt fremgår af figur 36-37 og tabellerne på side 45-47.

Mødemarkedets effekter i forskellige brancher

Af figur 36 og tabellen side 45 fremgår det, at der blev skabt beskæftigelse i mange brancher udover møde- og overnatningsstederne. Møde- og overnatningsstederne tegnede sig for 11 pct. af den samlede beskæftigelseseffekt. Der blev skabt flest jobs i restaurationsbranchen, som tegnede sig for 25 pct. af den samlede beskæftigelse.

Fælles for møde- og overnatningsstederne samt restauranterne var, at de fleste jobs kom direkte gennem mødeaktivitet og salg til mødedeltagere. Den direkte effekt udgjorde hhv. 95 pct. og 91 pct. af den samlede effekt i disse to brancher.

Der blev også skabt mange jobs indenfor privat service, handel og transport. I disse branchegrupper opstod meget af jobskabelse gennem de afledte effekter.

Mødeaktivitet tegner sig for 1,2 pct. af den samlede beskæftigelse

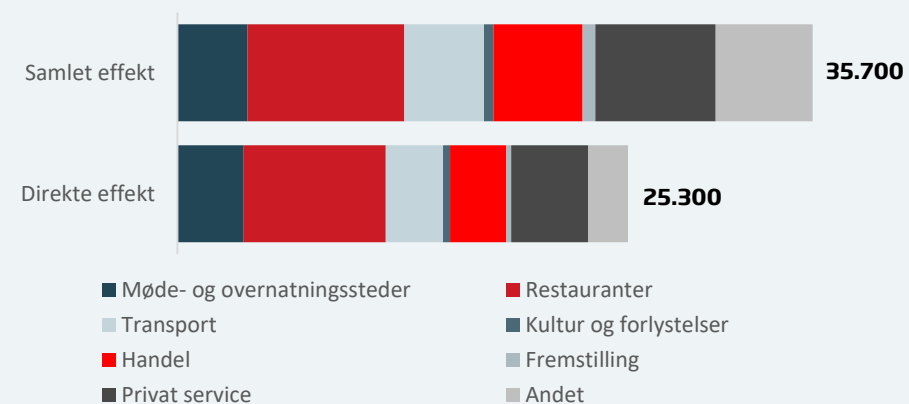
Den regionale beskæftigelse afspejlede i høj grad mødeomsætningen. Der blev skabt flest jobs i Region Hovedstaden og Region Syddanmark, der også havde mest mødeaktivitet. Mødeaktiviteten havde også relativt størst effekt på beskæftigelsen i de to regioner, hvor den udgjorde hhv. 1,4 pct. og 2,0 pct. af den samlede regionale beskæftigelse. På landsplan var tallet 1,2 pct.

Højere omsætning pr. beskæftiget på møde- og overnatningsstederne

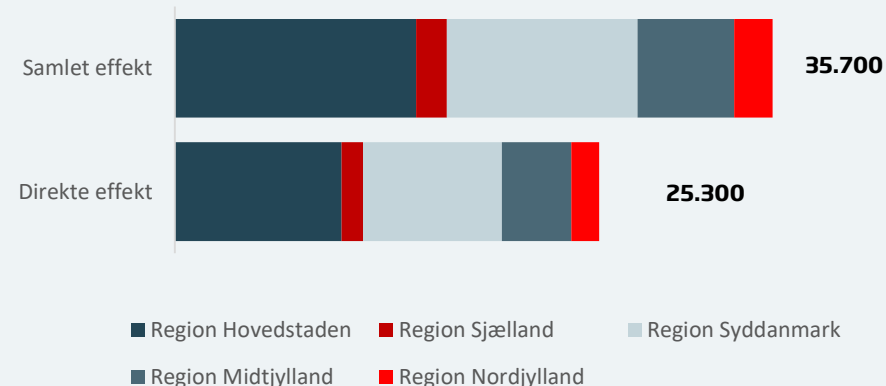
Den samlede beskæftigelseseffekt var knap 6 pct. lavere end i den tidligere undersøgelse. Det skyldes primært møde- og overnatningsstederne samt transportbranchen, hvor beskæftigelseseffekten i 2017 var lavere end i 2010. Udviklingen tyder på, at der er sket en betydeligt stigning i omsætningen pr. beskæftiget i de senere år i disse branchegrupper.

Denne tendens bekræftes i tal for disse branchegrupper faktisk omsætning og beskæftigelse i perioden 2010-2016, der viser en markant stigning i omsætningen pr. ansat - dvs. mindre beskæftigelse pr. omsat mio. kr.¹

Figur 36. Mødemarkedets effekt på beskæftigelsen fordelt efter branchegrupper i 2017 (fuldtidsbeskæftigelse)



Figur 37. Mødemarkedets effekt på beskæftigelsen fordelt efter region i 2017 (fuldtidsbeskæftigelse)



Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter" side 62.

Kilde Turistundersøgelsen 2017, Mødestedsundersøgelsen 2017, Mødeplanlæggerundersøgelsen 2017, Transportvaneundersøgelsen 2017. CRT - Den Regionale Økonomisk Model for Mødeturismens Regional Satellitregnskab (SAM-K/LINE®_MØBBE/RTSA18) udarbejdet af Center for Regional- og Turismeforskning (CRT). Danmarks Statistik.

Afrundede tal for beskæftigelse. Den regionale beskæftigelse er opgjort på arbejdssted. Beskæftigelsen er opgjort som antal fuldtidspersoner.

¹ Danmarks Statistik, regnskabsstatistik for private byerhverv (REGN1)

Mødemarkedets beskæftigelseseffekt fordelt efter branche

| | Direkte effekt | | Samlet effekt | |
|-----------------------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|
| | Fuldtidsbeskæftigede | Andel | Fuldtidsbeskæftigede | Andel |
| I alt | 25.300 | 100% | 35.700 | 100% |
| Møde- og overnatningssteder | 3.700 | 15% | 3.900 | 11% |
| Restauranter | 8.000 | 32% | 8.800 | 25% |
| Transport | 3.200 | 13% | 4.500 | 13% |
| Kultur og forlystelser | 400 | 2% | 500 | 2% |
| Handel | 3.100 | 12% | 5.000 | 14% |
| Fremstilling | 300 | 1% | 700 | 2% |
| Privat service | 4.300 | 17% | 6.800 | 19% |
| Andet | 2.300 | 9% | 5.400 | 15% |

Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter side 62.

Kilde Turistundersøgelsen 2017, Mødestedsundersøgelsen 2017, Mødeplanlæggerundersøgelsen 2017, Transportvaneundersøgelsen 2017. CRT - Den Regionale Økonomisk Model for Mødeturismens Regional Satellitregnskab (SAM-K/LINE®_MØBBE/RTSA18) udarbejdet af Center for Regional- og Turismeforskning (CRT).

Afrundede tal for beskæftigelse. Beskæftigelsen er opgjort som antal fuldtidspersoner.

Mødemarkedets beskæftigelse fordelt efter region

| | Direkte effekt | | Samlet effekt | |
|--------------------|----------------------|-------------|----------------------|-------------|
| | Fuldtidsbeskæftigede | Andel | Fuldtidsbeskæftigede | Andel |
| I alt | 25.300 | 100% | 35.700 | 100% |
| Region Hovedstaden | 10.000 | 39% | 14.400 | 40% |
| Region Sjælland | 1.300 | 5% | 1.800 | 5% |
| Region Syddanmark | 8.300 | 33% | 11.400 | 32% |
| Region Midtjylland | 4.100 | 16% | 5.800 | 16% |
| Region Nordjylland | 1.700 | 7% | 2.300 | 6% |

Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter side 62.

Mødemarkedets beskæftigelse i pct. af regionens samlede beskæftigelse

| | Direkte effekt | Samlet effekt |
|--------------------|----------------|---------------|
| I alt | 0,9% | 1,2% |
| Region Hovedstaden | 1,0% | 1,4% |
| Region Sjælland | 0,4% | 0,6% |
| Region Syddanmark | 1,4% | 2,0% |
| Region Midtjylland | 0,6% | 0,9% |
| Region Nordjylland | 0,6% | 0,8% |

Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter" side 62.

Værditilvækst

Mødemarkedets omsætning skaber værditilvækst på 17,1 mia. kr.

Mødemarkedets samlede betydning for den samfundsøkonomiske aktivitet opgøres i denne rapport ved værditilvæksten.¹

Mødemarkedets omsætning skabte en samlet værditilvækst for 17,1 mia. kr., svarende til 1 pct. af den totale værditilvækst i Danmark.

En mio. kr. i mødeomsætning skabte i gennemsnit samlet værditilvækst for 0,66 mio. kr.

Den direkte effekt i forbindelse med mødeaktivitet og salg til mødedeltagere var på 10,3 mia. kr. Den samlede og direkte effekt fremgår af figur 38-39 og tabellerne på side 49-51.

Værditilvæksten breder sig til mange brancher

Af figur 38 og tabellen side 49 fremgår det, at mødeomsætningens værdiskabende effekter bredte sig vidt ud i samfundsøkonomien, og påvirkede mange forskellige brancher. Møde- og overnatningsstederne samt restaurationsbranchen tegnede sig for hhv. 8 pct. og 11 pct. af den samlede værditilvækst. Hovedparten af værditilvæksten indenfor disse to branchegrupper blev skabt direkte i forbindelse med mødeaktivitet og salg til mødedeltagere.

Der blev også skabt meget værdi indenfor branchegrupper som privat service, handel og transport - både direkte og via de afledte effekter.

For andre branchegrupper opstod værdien hovedsagelig gennem afledte effekter, fordi deres omsætning ikke er knyttet direkte til mødemarkedet.

Regional værditilvækst afspejler mødeomsætningen

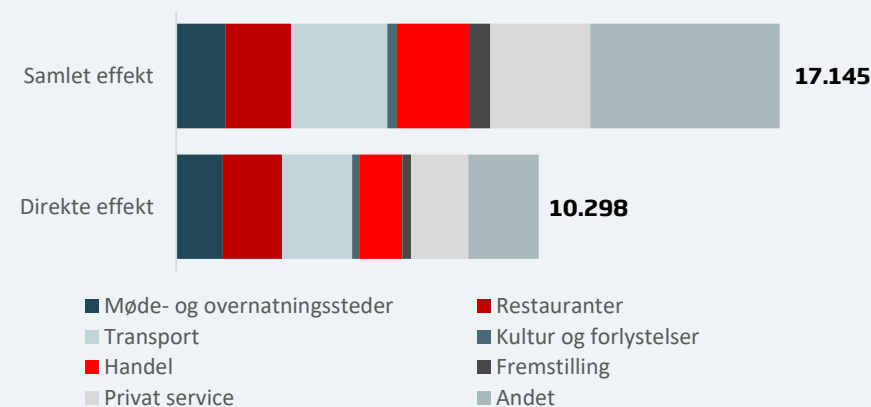
De regionale effekter af værditilvæksten afspejlede mødeomsætningen. Der blev skabt mest værdi i Region Hovedstaden og Region Syddanmark, der også havde mest mødeomsætning. Mødeaktiviteten havde også relativt størst effekt på værditilvæksten i de to regioner, hvor de udgjorde hhv. 1,1 pct. og 1,5 pct. af den samlede regionale værditilvækst.

Moderat fremgang i værditilvæksten

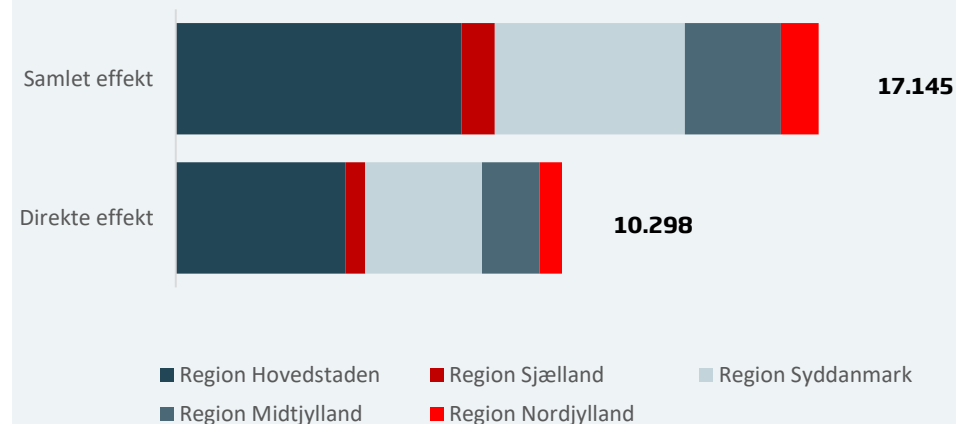
Værditilvæksten i 2017 var 1,9 mia. kr. højere end i den tidligere undersøgelse. Det er en stigning på 12 pct. Opgjort i faste priser var stigningen på godt 3 pct., hvilket er lavere end den generelle vækst i dansk økonomis samlede værditilvækst, som var på godt 11 pct. fra 2010 til 2017.

Det er især en svag udvikling i transportbranchens værditilvækst, der bidrager til at lægge en dæmper på væksten.

Figur 38. Mødemarkedets effekt på værditilvæksten fordelt efter branchegrupper i 2017 (mio. kr.)



Figur 39. Mødemarkedets effekt på værditilvæksten fordelt efter region i 2017 (mio. kr.)



Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter side 62.

Kilde CRT - Den Regionale Økonomisk Model for Mødeturismens Regional Satellitregnskab (SAM-K/LINE®_MØBBE/RTSA18) udarbejdet af Center for Regional- og Turisurforskning (CRT).

¹ Værditilvækst anvendes i denne rapport synonymt med bruttoværditilvækst (BVT). BVT måler den økonomiske merværdi, der skabes i forskellige brancher. BVT svarer til BNP i basispriser (BNP fratrukket produktskatter/tillagt produktsubsidier).

Mødemarkedets værditilvækst fordelt efter branche

| | Direkte effekt | | Samlet effekt | |
|-----------------------------|----------------|-------------|---------------|-------------|
| | Mio. kr. | Andel | Mio. kr. | Andel |
| I alt | 10.298 | 100% | 17.145 | 100% |
| Møde- og overnatningssteder | 1.333 | 13% | 1.412 | 8% |
| Restauranter | 1.679 | 16% | 1.858 | 11% |
| Transport | 1.993 | 19% | 2.735 | 16% |
| Kultur og forlystelser | 195 | 2% | 268 | 2% |
| Handel | 1.232 | 12% | 2.051 | 12% |
| Fremstilling | 244 | 2% | 597 | 3% |
| Privat service | 1.627 | 16% | 2.849 | 17% |
| Andet | 1.995 | 19% | 5.376 | 31% |

Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter side 62.

Mødemarkedets værditilvækst fordelt efter region

| | Direkte effekt | | Samlet effekt | |
|--------------------|----------------|-------------|---------------|-------------|
| | Mio. kr. | Andel | Mio. kr. | Andel |
| I alt | 10.298 | 100% | 17.145 | 100% |
| Region Hovedstaden | 4.530 | 44% | 7.618 | 44% |
| Region Sjælland | 516 | 5% | 884 | 5% |
| Region Syddanmark | 3.115 | 30% | 5.071 | 30% |
| Region Midtjylland | 1.537 | 15% | 2.562 | 15% |
| Region Nordjylland | 599 | 6% | 1.010 | 6% |

Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede), jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter side 62.

Mødemarkedets værditilvækst i pct. af regionens samlede værditilvækst

| | Direkte effekt | Samlet effekt |
|--------------------|----------------|---------------|
| I alt | 0,6% | 1,0% |
| Region Hovedstaden | 0,6% | 1,1% |
| Region Sjælland | 0,3% | 0,5% |
| Region Syddanmark | 0,9% | 1,5% |
| Region Midtjylland | 0,4% | 0,7% |
| Region Nordjylland | 0,4% | 0,7% |

*Den samlede effekt består af den direkte og den afledte effekt (indirekte og inducerede),
jf. "Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter" side 62.*

Skatteprovenu

Mødemarkedets omsætning skaber skatteindtægter for 9,2 mia. kr.

Mødemarkedets omsætning gav skatteindtægter for 9,2 mia. kr. Tallet afspejler det samlede provenu fra personlige indkomstskatter, selskabsskatter og moms, som mødemarkedets omsætning skaber.¹

Det betyder, at en mio. kr. i mødeomsætning i gennemsnit genererede et skatteprovenu fra disse skattekilder på 0,35 mio. kr.

Størst indtægt fra de personlige indkomstskatter og moms

Den største indtægtskilde stammede fra de personlige indkomstskatter, der tilsammen bidrog med 50 pct.

De personlige indkomstskatter gav i alt 4,6 mia. kr., hvoraf de kommunale og statslige skatteindtægter bidrog med langt hovedparten på 4,2 mia. kr.

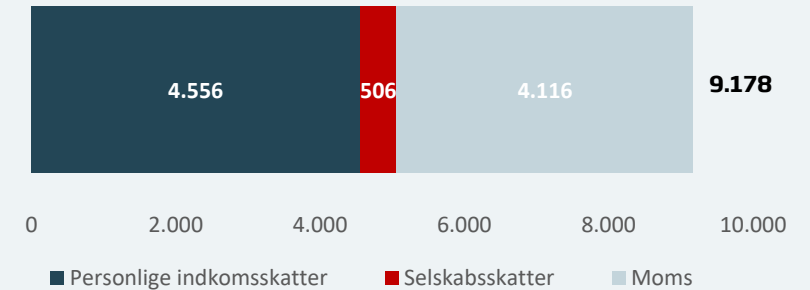
Moms var også en stor indtægtskilde, der bidrog med 4,1 mia. kr. (45 pct.) af det samlede provenu.

Størst stigning i indtægt fra moms

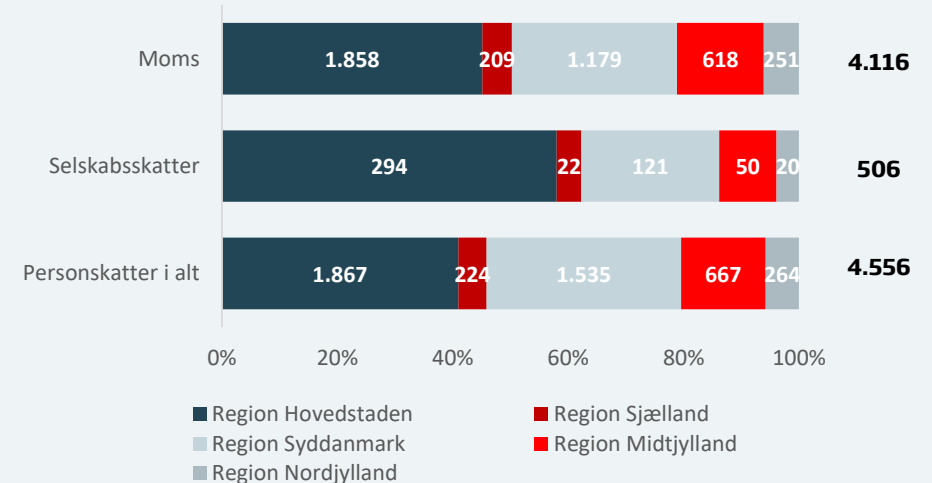
Det samlede provenu fra disse skatter var i 2017 1,3 mia. kr. højere (+17 pct.) end i den tidligere undersøgelse. Momsindtægterne var knap 1 mia. kr. højere (+31 pct.).

Provenuet fra de personlige indkomstskatter og selskabsskatterne steg mindre (hhv. 7 pct. og 15 pct.), hvilket bl.a. skal ses i lyset af nedsatte skattesatser i perioden.

Figur 40. Mødemarkedets samlede effekt på skatteprovenu fordelt efter skatteart i 2017 (mio. kr.)



Figur 41. Mødemarkedets samlede effekt på skatteprovenu fordelt efter region i 2017 (mio. kr.)²



Kilde CRT - Den Regionale Økonomisk Model for Mødeturismens Regional Satellitregnskab (SAM-K/LINE®_MØBBE/RTSA18) udarbejdet af Center for Regional- og Turismeforskning (CRT).

¹ Provenuet indeholder ikke alle indtægter til det offentlige. Ejendomsskatter, obligatoriske bidrag til social ordninger, formueskatter samt vareskatter indgår ikke. Momsrefusion er ikke indregnet. Kommunal udligning er ikke indregnet.

² Personlige indkomstskatter er opgjort på bopæl. Selskabsskatter og moms er opgjort på arbejdssted.

A photograph of a rooftop garden at sunset. A white pop-up tent is set up in the center, with several people gathered inside and around it. The garden is filled with various plants, including sunflowers. String lights are strung across the scene, and a brick building is visible in the background. The overall atmosphere is warm and social.

Mødedeltagerernes ophold før/efter mødet

Mødedeltagernes ophold før/efter mødet

4 pct. af de overnattende mødedeltagere valgte at forlænge rejsen

Det er en relativt lille del af mødedeltagerne, der kombinerer forretningsrejse med ferie/fornøjelse (bleisure¹). Ud af i alt 1,5 mio. overnattende mødedeltagere valgte 68.000 at forlænge rejsen med ekstra overnatninger før eller efter mødet. Det svarer til 4 pct. af de overnattende mødedeltagere.

De overnattende mødedeltagere havde 145.000 ekstra overnatninger udover de møderelaterede overnatninger. Det svarer til 4 pct. ekstra overnatninger.

Hertil kom medrejsende personer. Knap 59 pct. af mødedeltagerne med bleisure rejste med andre, som de har fællesøkonomi med (fx ægtefælle eller samlever). Antallet af overnatninger fra medrejsende kan ikke beregnes præcist, men estimeres til mellem 87.000 og 429.000.

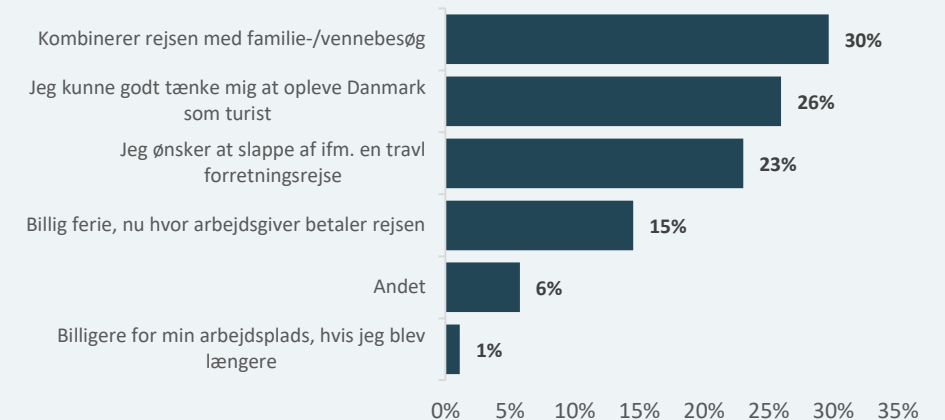
Mange bliver boende på samme overnatningssted

55.000 af mødedeltagerne med bleisure boede på samme hotel før/efter mødet. Det svarer til 81 pct. af alle mødedeltagere med bleisure. Hvor de resterende 19 pct. overnattede, kan analysen ikke give svar på, men besøg hos familie/venner var en vigtig driver for bleisure, jf. figur 42.

Årsager til at forlænge rejsen

De vigtige årsager til at forlænge opholdet var for at besøge familie/venner, ønsket om at opleve Danmark som turist samt afslapning.

Figur 42. Årsager til bleisure (pct.)



Fordeling af svar på spørgsmålet: "Hvorfor valgte du at supplere din forretningsrejse i Danmark med en ferie/fornøjelsestur (gerne flere kryds)."

Bleisureadfærd

| | |
|--|-----|
| Andel mødedeltagere med bleisure | 4% |
| Andel der bliver på samme overnatningssted | 81% |
| Andel der rejser med andre | 59% |
| Andel der rejser alene | 41% |

Kilde Turistundersøgelsen 2017.

¹ Mødedeltagere med bleisure er i denne analyse defineret som de overnattende mødedeltagere der rejser med både forretning og ferie som formål, og som har forlænget forretningsrejsen med ekstra overnatninger. Analysen af bleisure bygger på 117 besvarelser i turistundersøgelsen. Antallet af besvarelser er for lille til, at der kan opgøres resultater opdelt på nationalitet, region, mødetype mv.



Metode bag analysen

Analysens metode og datagrundlag

Analysen bygger på resultater af tre store undersøgelser

Mødestedsundersøgelse

- Mødesteders mødeaktivitet målt på antal møder og mødedeltagere.
- Analysen bygger på besvarelser fra 224 mødesteder.
- Undersøgelsen er gennemført i 1. kvartal 2018. Der spørges til mødeaktivitet i 2017.

Mødeplanlæggerundersøgelse

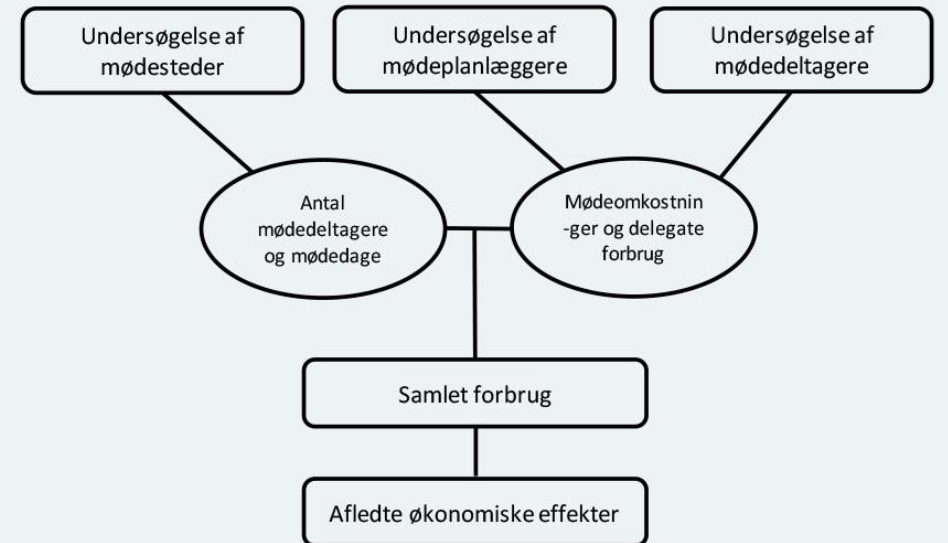
- Mødearrangørers omkostninger i forbindelse med afholdelse af møder.
- Analysen bygger på besvarelser fra 507 mødeplanlæggere.
- Undersøgelsen er gennemført i 1. kvartal 2018. Der spørges til mødeomkostninger i 2017.

Turistundersøgelse

- Overnattende mødedeltageres individuelle forbrug.
- Analysen bygger på besvarelser fra 1.404 mødedeltagere.
- Undersøgelsen er gennemført i hele 2017. Der spørges til turistforbrug mv. i 2017.

Derudover er der indhentet data fra DTU's **Transportvaneundersøgelse**, der belyser danske mødedeltageres rejser i forbindelse med endagsmøder i 2017.

Beregninger af de afledte økonomiske effekter foretages af Center for Regional- og Turismeforskning (CRT) vha. den **samfundsökonomiske model LINE**.

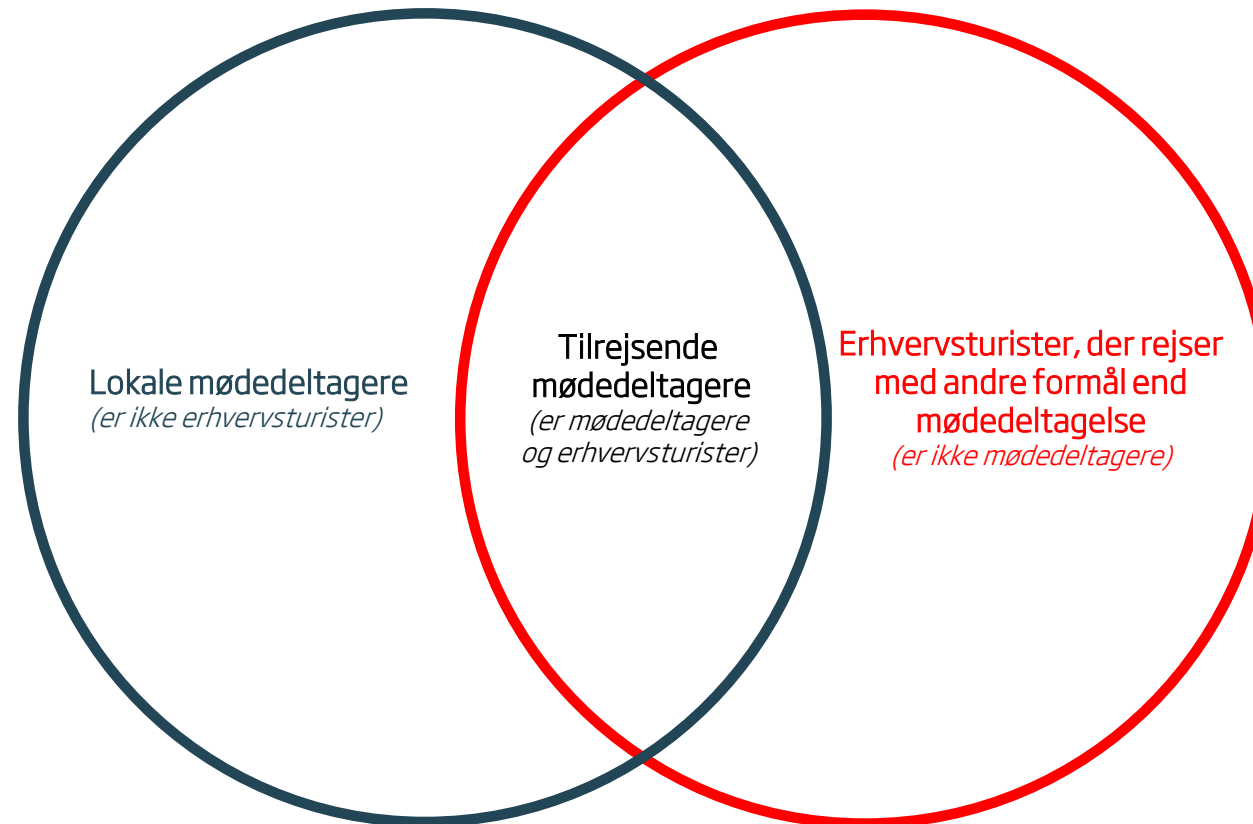


Relationer mellem mødemarkedet og erhvervsturismen

Mødemarkedet

Mødedeltagere er personer, der deltager i møder med et fagligt formål. Mødet skal have deltagelse af mindst 10 personer, og vare i mindst 4 timer. Mødet skal endvidere foregå på et mødested, der udlejer lokaler mod betaling.

Alle personer, der overholder disse kriterier, er mødedeltagere, uanset om de er tilrejsende eller lokale. I denne analyse defineres lokale mødedeltagere som danske endagsdeltagere, der er bosat i samme region, som mødet afholdes.



Erhvervsturisme

Erhvervsturister er personer, der rejser med forretning som formål. Mødedeltagelse kan være et formål, og erhvervsturister med dette formål indgår i analysen som mødedeltagere.

Erhvervsturister med andre formål indgår derimod ikke i analysen som mødedeltagere. Det drejer sig fx om forretningsrejser i forbindelse med kundebesøg, og møder der ikke lever op til kriterierne for mødemarkedet.

Sådan har vi opgjort mødekapaiciteten

Mødekapacitet

Analysen indeholder mødesteder med kapacitet til mindst 10 gæster, og som udlejer mødelokaler mod betaling. Oplysningerne er indhentet af VisitDenmark på baggrund af research af tilgængelig information på mødestedsniveau.

Der indgår 751 mødesteder i den samlede mødestedspopulation. Der findes flere mødesteder i Danmark, men mødesteder, der ikke vurderes at have nogen kommerciel mødeudlejningsaktivitet til erhvervsformål, indgår ikke, selvom de reelt godt kan anvendes til mødeformål. Disse ikke-relevante mødesteder vurderes at udgøre ca. 4 pct. af bestanden målt på deltagerkapacitet.

Små mødelokaler til korttidsudlejning – f.eks. via portalen Gaest.com indgår heller ikke. Selvom der er mange af denne type mødelokaler, vurderes de ikke at udgøre en væsentlig del af mødemarkedets kapacitet. De skønnes at udgøre 4-5 pct. af bestanden i 2017.

Alle 751 mødesteder er kontaktet i en omfattende mødestedsundersøgelse, og 224 har svaret helt eller delvist på undersøgelsen. Resultaterne er brugt til at kvalificere de offentligt tilgængelige kapacitetsoplysninger.

Kapacitetsoplysningerne dækker hele populationen af relevante mødesteder, og er brugt til at opregne møder og mødedeltagere fra mødestedsundersøgelsen.

Det er VisitDenmarks vurdering, at usikkerheden i forbindelse med opgørelsen af mødekapaciteten er begrænset, idet den bygger på en omfattende og grundig gennemgang af hele populationen af relevante mødesteder.



Sådan har vi opgjort mødeaktiviteten

Analysen indeholder møder med deltagelse af mindst 10 personer med en mødevarighed på mindst 4 timer og med et fagligt formål. Mødet skal desuden være holdt på et mødested, hvor der betales for benyttelse af mødefaciliteterne.

Metode ved beregning af møder og mødedeltagere fra Mødestedsundersøgelsen 2017

224 ud af 751 mødesteder besvarede Mødestedsundersøgelsen. Svarprocenten var således på knap 30 pct. Der var færre besvarelser end i den tidligere undersøgelse, hvor der indgik 383 mødesteder. De færre besvarelser har betydning for usikkerheden, og dermed muligheden for detaljeret analyse.

Respondenterne blev spurgt om antal afholdte møder og mødedeltagere fordelt på forskellige mødetyper: kongresser og konferencer, fagmesser og andre faglige udstillinger, forbrugermesser og andre forbrugerudstillinger, kurser og uddannelse, samt andre møder af forretningsmæssig karakter. Antallet af besvarelser er dog ikke stort nok til detaljerede analyser af alle mødetyper. Denne rapport anvender derfor en opdeling i to hovedgrupper; kongresser og konferencer samt andre møder.

Antal møder og mødedeltagere er opregnet på baggrund af kapacitetsvægte fra populationen pr. mødestedstype og region for alle mødesteder inkl. steder, der ikke har besvaret Mødestedsundersøgelsen.

Kun besvarelser med oplysninger om antal møder og antal deltagere pr. mødetype indgår i analysen.

Uoplyste besvarelser er - med enkelte undtagelser - fjernet fra analysen af den pågældende mødetype. VisitDenmark har kontaktet vigtige mødesteder telefonisk med henblik på afklaring af tvivlsomme besvarelser, såfremt respondenterne havde givet tilladelse hertil. For enkelte, meget vigtige mødesteder, er oplysninger om antal møder og deltagere for den pågældende mødetype imputeret på baggrund af besvarelser fra andre sammenlignelige mødesteder mht. mødetype, mødestedstype og region.

Kombination af data fra Mødestedsundersøgelsen 2017, Turistundersøgelsen 2017 og Transportvaneundersøgelsen 2017

Opdelingen af mødedeltagere på mødedeltagertyper er foretaget ved at kombinere resultater fra tre undersøgelser; Mødestedsundersøgelsen 2017, Turistundersøgelsen 2017 og Transportvaneundersøgelsen 2017. Analysen konsoliderer de forskellige kilder ved at justere i antallet af mødedeltagere.

I visse tilfælde har der været uoverensstemmelse mellem resultaterne fra de forskellige kilder. Data fra Turistundersøgelsen 2017 vurderes til at være af bedst kvalitet, så i disse tilfælde prioriteres resultaterne fra denne undersøgelse højest.

Konsolidering af data har betydet en justering i antallet af mødedeltagere. Konkret er antallet af mødedeltagere til "andre møder" justeret med en faktor på baggrund af analyse af frafald. Justeringen er beregnet for hver region, og udgør 5-7 pct. VisitDenmark vurderer, at resultater for Region Sjælland er mere usikre end for de øvrige regioner pga. færre besvarelser i både Mødestedsundersøgelsen 2017 og Turistundersøgelsen 2017.

Metode ved beregning af fordeling af mødedeltagere efter mødedeltagertype

- Først fastlægges det samlede antal mødedeltagere fra Mødestedsundersøgelsen 2017.
- Derefter fastlægges antal overnattende mødedeltagere fra Turistundersøgelsen 2017.
- Det samlede antal dagsdeltagere beregnes residualt.
- Antal danske dagsdeltagere (og fordeling mellem lokale/ikke-lokale) beregnes fra Transportvaneundersøgelsen 2017.
- Det samlede antal danske mødedeltagere beregnes som overnattende + dagsdeltagere.
- Det samlede antal udenlandske mødedeltagere beregnes som forskellen mellem det totale antal mødedeltagere og antallet af danske deltagere.
- Antallet af udenlandske dagsdeltagere beregnes residualt.

Antallet af overnattende deltagere vurderes at være estimeret med større præcision end antallet af dagsdeltagere.

Desuden vurderes antallet af danske dagsdeltagere og lokale deltagere at være mere præcist estimeret end antallet af udenlandske dagsdeltagere, jf. "Sådan har vi opgjort mødedeltagernes individuelle forbrug" p. 48.

Sådan har vi opgjort mødearrangørernes omkostninger

Mødeomkostningerne afspejler mødearrangørens udgifter i forbindelse med afholdelsen af selve mødet. Udgifterne til mødet kan være afholdt af mødeplanlæggeren, mødeværten eller den virksomhed, som mødedeltageren arbejder for.

Metode ved beregning af mødeomkostninger fra Mødeplanlæggerundersøgelsen 2017

507 danske og internationale mødeplanlæggere har besvaret Mødeplanlæggerundersøgelsen. Det er flere besvarelser end i den tidligere undersøgelse, hvor der indgik 223.

Undersøgelsen er udsendt til en stor gruppe på godt 13.300 mødearrangører – både professionelle mødeplanlæggere og virksomheder/organisationer. Det blev i forbindelse med planlægning af undersøgelsen besluttet at kontakte alle potentielle mødearrangører. Den brede udsendelse medførte en lav svarprocent, da mange ikke-relevante kontakter ikke svarede. Dette var forventet, og der er fra VisitDenmarks side ikke gjort yderligere for at indhente svar fra disse kontakter, da den implicite antagelse er, at de er irrelevante for analysen.

Kun besvarelser, hvor der er valide oplysninger om både antal møder og mødeforbrug indgår i analysen. Ufuldstændige besvarelser er fjernet fra analysen af den pågældende mødetype. VisitDenmark har dog kontaktet vigtige mødearrangører telefonisk med henblik på afklaring af besvarelser, såfremt respondenterne havde givet tilladelse hertil. VisitDenmark har ikke imputeret mangelfulde oplysninger om antal møder og mødeforbrug. Det samme gælder besvarelser med ekstreme værdier.

Respondenternes besvarelser om mødeomkostninger er vægtet ud fra antallet af afholdte møder i Danmark pr. mødetype.

Respondenterne er blevet spurgt om forbrug på fem mødetyper; kongresser og konferencer, fagmesser og andre faglige udstillinger, forbrugermesser og andre forbrugerudstillinger, kurser og uddannelse samt andre møder af forretningsmæssig karakter. Antallet af besvarelser er dog for begrænset til at analysere mødeforbrug på alle mødetyper. Datagrundlaget tillader kun opdeling i to mødetyper; kongresser og konferencer samt andre møder.



Sådan har vi opgjort mødedeltagernes individuelle forbrug

Deltagerforbruget afspejler mødedeltagerens individuelle forbrug "udenfor" mødelokalet. Udgifterne afholdes typisk af den virksomhed, som mødedeltageren arbejder for. For dagsdeltagere er det individuelle forbrug beregnet som et dagsforbrug, hvor udgifter til overnatning ikke indgår.

Metode ved beregning af deltagerforbrug fra Turistundersøgelsen 2017

1.404 danske og udenlandske overnattende mødedeltagere har besvaret. Det er flere besvarelser end i den tidligere undersøgelse, hvor der indgik 881. VisitDenmark vurderer, at datagrundlaget i denne analyse er mere robust end i den tidligere undersøgelse.

Databearbejdningen og beregningen af mødedeltagernes forbrug mv. er sket efter samme metode, som den VisitDenmark benytter i forbindelse med beregning af turistforbrug i analyser af turismens økonomiske betydning i Danmark. I analysen indgår kun forbrug i mødeperioden. Forbrug i forbindelse med eventuel ferie før/efter mødet (såkaldt "bleisure") er ikke indregnet. Dette forbrug vil dog kunne beregnes til brug for separate analyser.

Turistundersøgelsen indeholder kun oplysninger om overnattende mødedeltagere. For dagsdeltagere er der beregnet et dagsforbrug baseret på døgnforbruget fratrukket udgifter til overnatning.

For lokale mødedeltagere er der beregnet et dagsforbrug baseret på døgnforbruget fratrukket udgifter til både overnatning og langdistancetransport (udgifter til lokaltransport er derimod inkluderet).

Antallet af besvarelser i Turistundersøgelsen er for begrænset til at opdele efter både region, mødetype og nationalitet. I analysen af mødedeltagernes individuelle forbrug er døgnforbruget derfor beregnet som landsgennemsnittet fordelt på to nationaliteter; danske og udenlandske samt to mødetyper; kongresser og konferencer samt andre møder. For overnattende deltagere er det dog muligt at opdele det individuelle forbrug pr. person på mere detaljerede mødetyper.

Som tidligere nævnt (jf. "Sådan har vi opgjort mødeaktiviteten" p. 46) anvendes Turistundersøgelsen også til at opdele antallet af mødedeltagere efter mødedeltagertyper, idet den opgør antal overnattende mødedeltagere (samt antal overnatninger). Turistundersøgelsens resultater vurderes at være mere pålidelige end andre undersøgelser, og estimatet af overnattende mødedeltagere vurderes at være forholdsvis præcist på landsniveau. Præcisionen på regionalt niveau er mindre pga. mindre stikprøvestørrelser, men vurderes også som forholdsvis god. Dog er resultater for Region Sjælland behæftet med større usikkerhed pga. få (52) besvarelser.



Om mødemarkedets samfundsøkonomiske effekter

Modelberegnete samfundsøkonomiske effekter

Mødeomsætningen viser den direkte effekt på omsætningen, der følger af mødeaktiviteten i Danmark. Den øgede omsætning sætter gang i en økonomisk kædereaktion, der skaber værdi, og breder sig i samfundsøkonomien.

De samfundsøkonomiske effekter belyser, hvordan mødeomsætningen påvirker værditilvækst, beskæftigelse og skatteindtægter.

Værditilvækst og beskæftigelse opgøres for branchegrupper, og kan dermed afdække mødemarkedets betydning for de pågældende brancher.

Resultaterne afspejler ikke det faktiske antal beskæftigede eller den faktiske værditilvækst indenfor mødeerhverv, men er en effektberegning, der viser, hvor meget beskæftigelse og værditilvækst mødeomsætningen skaber.

Beregningerne viser således, at mødeaktiviteten skaber jobs og værditilvækst i mange andre erhverv end de typiske mødeerhverv.

Der er i denne analyse benyttet samme model og metode, som VisitDenmark anvender i forbindelse med beregning af turismens økonomiske betydning.

Mødeomsætningens betydning for beskæftigelse, værditilvækst og skatteprovenu beregnes med CRTs makroøkonomiske model LINE ¹.

Analysen viser mødeomsætningens samlede samfundsøkonomiske betydning ved at inddrage både direkte og afledte effekter.

De direkte effekter opstår i forbindelse med selve mødeaktiviteten og mødedeltagernes individuelle forbrug.

De afledte effekter opstår, når den direkte omsætning skaber mere økonomisk aktivitet. Virksomhederne bruger en del af omsætningen på at købe råvarer fra andre virksomheder (indirekte effekter) og aflønne ansatte, der derefter bruger en del af indkomsten på forbrug (inducerede effekter). Omvendt forsvinder en del af effekten ud af det økonomiske kredsløb i Danmark i form af import fra udlandet og indkomstoverførsel til udlandet.

De samlede effekter består af de direkte og de afledte effekter.



A group of four business professionals (three men and one woman) are standing on a concrete ledge in a modern office building courtyard. The building features white facades, large windows, and balconies with blue glass railings. The sky is clear and blue. The text 'Bilagstabeller' is overlaid in the bottom left corner, with a red underline under the first letter 'B'.

Bilagstabeller

Fordeling af deltagerforbrug på forbrugstype og mødedeltagertype

| Pct. af forbrug | Overnattende deltagere | | Dagsdeltagere | | | Gns. alle |
|------------------------------|------------------------|-------------|----------------------|---------------|-------------|-----------|
| | Danske | Udenlandske | Danske (ikke-lokale) | Danske lokale | Udenlandske | |
| Overnatning | 45% | 40% | 0% | 0% | 0% | 22% |
| Restaurant | 13% | 20% | 24% | 53% | 33% | 27% |
| Transport¹ | 31% | 21% | 56% | 5% | 34% | 28% |
| Indkøb/detailhandel | 10% | 11% | 18% | 39% | 18% | 17% |
| Andet | 1% | 8% | 2% | 3% | 14% | 6% |
| I alt | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% |

Nationalitetsfordeling af overnattende mødedeltagere fordelt efter mødetype

| Antal mødedeltagere | Danske | Udenlandske | Alle |
|----------------------------------|---------------|--------------------|-------------|
| Kongresser og konferencer | 59% | 41% | 100% |
| Messer og udstillinger | 72% | 28% | 100% |
| Kurser og uddannelse | 87% | 13% | 100% |
| Andre møder | 68% | 32% | 100% |
| I alt | 68% | 32% | 100% |

Kilde Turistundersøgelsen 2017.

Denne mødeanalyser afgrænsning af kongresser og konferencer er bredere end ICCAs afgrænsning. Analyser, der bygger på ICCAs definitioner, vil derfor ikke være direkte sammenlignelige med denne analyse. MeetDenmark vurderer, at andelen af udenlandske deltagere er højere, hvis man alene fokuserer på ICCA kongresserne.

Overnattende mødedeltageres døgnforbrug fordelt efter mødetype og nationalitet

| Kr. | Danske | Udenlandske | Alle |
|----------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Kongresser og konferencer | 2.990 | 4.190 | 3.420 |
| Messer og udstillinger | 2.950 | 3.630 | 3.200 |
| Kurser og uddannelse | 2.550 | 3.300 | 2.690 |
| Andre møder | 2.800 | 2.730 | 2.780 |
| I alt | 2.860 | 3.920 | 3.200 |

*Afrundede tal.
Døgnforbrug er opgjort i årets priser*

Mødemarkedets økonomiske vækst 2010-2017

| | Årets priser | | | | | Realøkonomisk vækst | |
|---|---------------|---------------|--------------|---------------|------------------------------|-----------------------|------------------------------|
| | 2010 | 2017 | Ændring | Ændring, pct. | Ændring, pct. gns. pr. år | Ændring, pct. | Ændring, pct. gns. pr. år |
| | Årets priser | | | | | Ændring i 2010-priser | |
| Mødeomkostninger (mio. kr.) | 11.351 | 12.314 | 963 | 8% | 1,2% | -0% | -0,0% |
| - kongres og konference | 5.089 | 7.330 | 2.241 | 44% | 5,4% | 33% | 4,1% |
| - andre møder | 6.262 | 4.984 | -1.278 | -20% | -3,2% | -27% | -4,4% |
| Deltagerforbrug (mio. kr.) | 9.416 | 13.641 | 4.225 | 45% | 5,4% | 33% | 4,2% |
| - kongres og konference | 4.701 | 7.225 | 2.524 | 54% | 6,3% | 41% | 5,1% |
| - andre møder | 4.715 | 6.415 | 1.700 | 36% | 4,5% | 25% | 3,3% |
| Samlet mødeomsætning (mio. kr.) | 20.767 | 25.954 | 5.187 | 25% | 3,2% | 15% | 2,0% |
| - kongres og konference | 9.790 | 14.555 | 4.765 | 49% | 5,8% | 37% | 4,6% |
| - andre møder | 10.977 | 11.399 | 422 | 4% | 0,5% | -4% | -0,6% |
| Døgnforbrug pr. mødedeltager (kr.) | 2.010 | 2.470 | 460 | 23% | 2,9% | 13% | 1,8% |
| Værditilvækst (mio. kr.) | 15.260 | 17.145 | 1.885 | 12% | 1,7% | 3% | 0,5% |

VisitDenmark
Islands Brygge 43, 3.th.
2300 København S
Tel. +45 3288 9900
ISBN: 978-87-93227-6

Om analysen:

Seniorøkonom Robin Rich

robri@visitdenmark.com

Tel. +45 3288 9921

Om erhvervsturisme:

Business & Relationship Manager Erik Mortensen

em@visitdenmark.com

Tel. +45 2062 3592

VisitDenmark 