



# Svensk mødeindustri kaprer danske kunder

**Større udbud af aktiviteter, unik natur og nærheden til København har gjort Sydsverige til en populær konferencedestination blandt danske kunder**

## Destination

AF EVA KIRSTINE BRÜNNICH

Selv om Sverige kun er en smuttur over sundet, klinger det fortsat lidt eksotisk i mange danske konferencenkunders ører. Imidlertid lokker en anderledes natur, uendelige muligheder for aktiviteter og ikke mindst en fordelagtig kronkurs flere og flere danske kunder til det sydsvenske. En udvikling, der for alvor har taget fart, og som lover godt for den svenske mødeindustri.

»Minimum 30 pct. af vores konferencenkunder er danskere, og der kommer stadig flere til,« siger Helle Fromberg, der er ansvarlig for international salg og marketing på spa- og konferencehotellet Hotel Skansen, der ligger i Båstad i det sydlige Sverige.

Hun mener, det er en udvikling, der startede for fem til seks år siden, dels på grund af en mere målrettet markedsføring i Danmark og dels fordi virksomhederne samtidig begyndte at se sig om efter alternativer til klassiske ture til Jylland eller Fyn. Derudover har nogle af de virksomheder, der før rejste på længere – og dyrere – udlandsture, fået øjnene op for de muligheder, der ligger lige rundt om hjørnet.

## Aktiviteter og natur trækker

»Afstanden er kortere, end hvis man rejser fra København til Nordjylland. Og her kan vi tilbyde noget af høj kvalitet, som måske ikke findes andre steder så tæt på København. Vi har havet, en smuk og kuperet natur, bjerge og en lang række muligheder for udendørsaktiviteter, samtidig med at vores kunder kan slappe af i spaen eller løbe en tur langs stranden for at afkoble,« siger hun.

Hotel Skansen har deres eget aktivitetsselskab i huset, som arrangerer alt fra skiture til matchracing, og som

## Børsen Fakta Sådan booker du konference i Sverige

En hel del ord er ret forskellige på svensk og dansk, så derfor kan disse ord være gavnlige, hvis du skal booke konference på svensk:

- Fika = Kaffepause med brød/kage
- Frukost = Morgenmad
- Lunch = Frokost
- Vistelse = Ophold
- Offert = Tilbud
- Roligt = Sjovt
- Trevligt = hyggeligt/vi glæder os til at se jer
- Förfrågan = Forespørgsel
- Vickning = Natmad

hjemsted for tennisturneringen Swedish Open, har hotellet også mulighed for at arrangere tennisturneringer.

Det er stort set alle typer af møder, der bliver henlagt til det sydsvenske.

»Vi har både de helt korte og de længere konferencer, hvor virksomhederne kommer torsdag til søndag og så for eksempel inkluderer en personalefest i opholdet,« siger Helle Fromberg.

Når først kunderne har været der, kommer de tilbage, forklarer hun. Hotel Skansen har gennem et par år haft en række faste danske kunder, mens flere kommer til.

»Vi betragter Danmark som vores nærmarked, og derfor er vi meget aktive på det danske marked via messer og netværk. Og det giver bonus. De, som vi har haft som private spakunder, vender tilbage som konferencenkunder og omvendt,« siger hun.

Ifølge den svenske turistorganisation Visit Sweden er Sverige det mest populære udland at holde møder i for danskerne.

»Det, som danskerne synes er positivt ved Sverige, når de skal planlægge et møde eller konference, er pris, natur, service, at det er anderledes, og at der er unikke bygninger,« siger Niels Mouritzen, der er direktør for Visit Sweden i Danmark. Han vurderer, at potentialet er kæmpestort.



Vild natur og specielle aktiviteter er noget af det, der trækker danske mødedeltagere til Sverige. En af årets store satsninger er naturreservatet Eriksberg, der til oktober slår dørene op for et eksklusivt mødested. Foto: Magnus Møller

## Det koster det samme

Ifølge Visit Swedens direktør i Danmark, Niels Mouritzen, handler det ikke kun om at slå på besparelser, når Sverige skal sælges som konferencedestination.

»Vi kan ikke bare køre på prisen alene, for markedet rykker sig. Og det er ikke blevet dyrere at holde konference i Danmark. Vi markedsfører os på det ekstra,« siger han og forklarer, at de penge, der spares på valutaforskellen, bliver brugt på ekstra oplevelser.

### Få mere for pengene

»Man bruger ikke færre penge, men får i stedet flere oplevelser for de samme penge. Danskerne vælger Sverige, når de vil mere eller have noget ekstra. Det er klart, at dele af markedet har trukket noget på va-

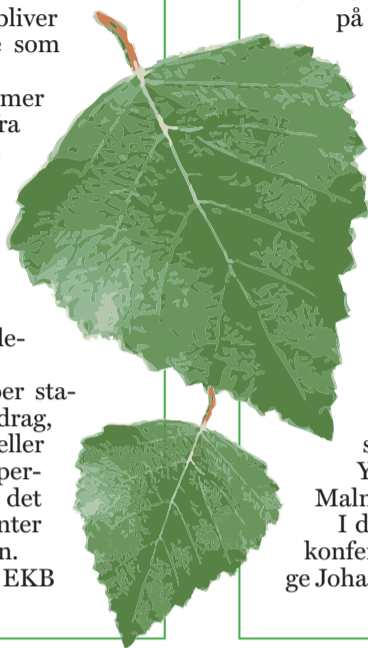
lutavilkårene, men der bliver brugt de samme penge som før,« siger han.

Samme melding kommer fra Helle Fromberg fra Hotel Skansen i Båstad.

Hun erkender, at der naturligvis er et økonomisk incitament til at vælge Sydsverige som konferencedestination, men det betyder ikke, at der bliver spendet færre penge.

»Virksomhederne køber stadig meget til, såsom foredrag, spabehandlinger, band eller dj og vil gerne give deres personale en oplevelse, når det drejer sig om arrangementer og salgsmøder,« siger hun.

EKB



## Svenskerne kommer ikke sovende til det

Danske privatkunder begyndte at strømme til Sverige på lækre weekendophold, så snart den svenske kronekurs nåede et lavpunkt, men konferencesegmentet har været lidt længere om at bide på krogen.

»Hvad angår erhvervslivet har det taget lidt længere tid at skabe interesse. Så vi har for nogle år siden iværksat en massiv indsats på det danske marked rettet mod konferencekunder, fordi vi ved, at det er en stort og lukrativt marked. Og det har givet bonus,« siger Johanna Dahlsjø, der er salgschef på spa- og konferencehotellet Ystad Saltsjöbad tæt på Malmö.

I dag er mellem hver 4. og 5. konferencekunde dansk, og ifølge Johanna Dahlsjø vokser tallet.

Ystad Saltsjöbad har som en del af den målrettede indsats ansat en sælger i Danmark, der via opfølgende arbejde flere gange ugentligt holder møder med potentielle kunder.

### Vi vil have aktiviteter

»Vi satser 100 pct. på de danske kunder, og det vil vi blive ved med. Vi har noget unikt her i Sverige, blandt andet en udendørs spa, som ikke findes tilsvarende i København. Og samtidig er de danske kunder meget mere åbne over for aktiviteter end for eksempel svenskere. Danskerne er festlige, og de vil have oplevelser kombineret med den mere tørre del af en konference, hvad enten det er kajakroning eller surfing,« siger hun og forklarer, at Ystad Saltsjöbad samtidig arbejder målrettet mod internationale kongresser, hvor tilrejsende lander kort derfra i enten Malmö eller København. EKB

## Luksus for de kræsne

Vild natur, masser af historie og 1000 hektar land at boltre sig på. En af årets store satsninger inden for svensk mødeindustri er naturreservatet Eriksberg, der til oktober slår dørene op for, hvad de selv betegner som Sydsveriges mest eksklusive mødested.

»Vi kan tilbyde conferenceophold midt i naturen, uden forstyrrende trafik og med en helt særlig ro, samtidig med at omgivelserne er moderne og bekvemme,« siger Jens Stjernqvist, der er hotel- og restaurantchef på Eriksberg.

Naturreservatet, der ligger 10 km øst for Karlshamn, er et af Europas største indhegnede naturområder, og området byder på kronhjorte, dådyr, vildsvin og europæiske bisonokser, der alle går frit omkring. Inde i området ligger gården Eriksberg, som dateres tilbage til 1700-tallet og både har café, museum og et moderne konferencelokale.

»Vi satser meget på danske konferencekunder. Vi tror, at danskerne sætter pris på den vilde natur, som her er og den intimitet, som vi kan tilbyde,« siger Jens Stjernqvist.

Eriksberg bliver i konferenceøjemed et sted for de mindre konferencer med kun 28 værelser, og et sted for den kræsne konferencekunde, som gerne vil væk fra de store konferencerum, og som samtidig sætter pris på at være de eneste på stedet.

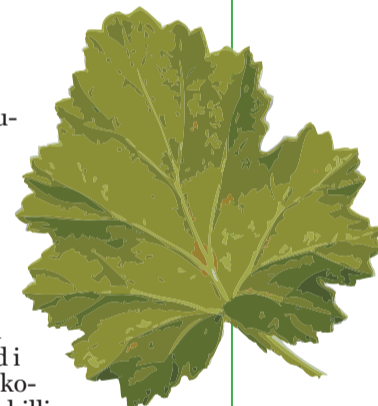
»Det er en del af den luksusfølelse, som vi tilbyder,« siger Jens Stjernqvist.

En smule luksus bliver det også, når man taler pris, erkender han.

»Eriksberg er placeret i den dyre ende efter svensk standard, men det ko-

ster ekstra at have muligheden for at se en kronhjort uden for din dør om morgenen og samtidig have muligheden for at være det eneste conferencehold på området. Og i forhold til, hvad et dansk sted i samme kategori ville koste, mener vi, at vi er billigere,« siger han.

EKB



»Vi satser rent markedsføringsmæssigt mest på ophold, der inkluderer en eller flere overnatninger. Her kan svenskerne noget særligt, fordi de har en lang tradition for mødekultur, og derfor har udbydere på markedet et allerede gennemprøvet koncept og et konstant fokus på produktudvikling. Der skal ikke specialdesignes produkter, som dermed bliver dyrere, og det er med til at give Sverige en konkurrencefordel,« siger Niels Mouritzen.

### Hellere Sverige end Norge

Han fortæller, at danskerne sætter pris på slotte, herregårde, muligheder for naturaktiviteter og følelsen af at komme til udlandet. Og tallene taler for sig selv.

»Vi ved fra vores undersøgelse, at 55 pct. af de adspurgte kan forestille sig at arrangere møder i Sverige, som de normalt vil placere i Danmark. Desuden er 15 pct. af de adspurgte i vores undersøgelse usikre på, om de vil vælge at lægge deres møde i Sverige eller i Danmark. Dvs. at 70 pct. faktisk er åbne for at holde møde i Sverige,« siger han.

Læs også side 6-8



»Afstanden er kortere, end hvis man rejser fra København til Nordjylland. Og her kan vi tilbyde noget af høj kvalitet, som måske ikke findes andre steder så tæt på København. Vi har havet, en smuk og kuperet natur, bjerge og en lang række muligheder for udendørsaktiviteter, samtidig med at vores kunder kan slappe af i spaen eller løbe en tur langs stranden for at afkoble.«

Helle Fromberg,  
Hotel Skansen

## Den mest oplagte destination

Friske tal fra analysen »Mødebarometer 2010« foretaget blandt 720 danske mødeplanlæggere viser, at hele 62,6 pct. af respondenterne nævner Sverige som det land uden for Danmark, der kan komme på tale for virksomhedens arrangementer. Dermed er Sverige den destination, der suverænt topper listen over møde- og konferencedestinationer uden for Danmark med Norge som nummer to, men med kun 14,8 pct.

### Udlandet giver ekstra pif

Lars Blicher-Hansen, der er konsulent inden for mødebranchen, og har været med til at udarbejde analysen, mener, at det giver et ekstra pift at være længere væk hjemmefra. Samtidig har mange virksomheder moder-, søster- eller

datterselskaber eller forretningsforbindelser i udlandet, hvilket gør det fordelagtigt at mødes »på midten«, og så er der det økonomiske incitament.

»Den fulde afløftningsret for moms på møder i Sverige, sammenholdt med et generelt lavere lønnings- og prisniveau og en fordelagtig kronekurs gør det en del billigere at holde møder i Sverige end i Danmark, især når vi taler om møder med overnatning, hvor transporttid og -omkostninger også opvejes af de øvrige fordele,« siger Lars Blicher-Hansen.

Flere mødeplanlæggere har i undersøgelsen givet udtryk for, at det er godt at spare penge ved at lægge et møde i udlandet, men at det kan være et dårligt signal over for omverdenen at bruge penge på udlandsrejser. EKB