

**SWEDISH NETWORK OF CONVENTION BUREAUS  
KONGRESSRAPPORT**

20

20



Pernilla Körberg Törnqvist, Swedish Network of Convention Bureaus FOTO Lena Larsson

## INTRO

## MÖTEN OCH EVENT ÄR EN METAINDUSTRI

C ovid-19-pandemin tog mötes- och eventindustrin från toppen till botten i ett svep. Den skapade en djupgående kris för hela mötes- och eventindustrin, inte bara i Sverige utan i hela världen. Det som många sett som ett självspelade piano tystnade. Mötesanläggningar och hotell ekade tomt, med uppsägningar och konkurser som följd. Förutom den ekonomiska och personliga krisen för alla inblandade blev det även tydligt hur viktig den här industrin är för kunskapsöverföring, nätverkande och utveckling.

Pandemin har lett till att vår industri har digitaliserats i expressfart. Både möten och event, stora som små, har flyttat in i en digital värld. Vi har sett snygga och proffsiga produktioner, ökad interaktion, kortare och mer genomarbetade möten, innovativa lösningar och nya aktörer. Fantastiskt kul och spännande att observera, mitt i allt det tråkiga. Alla förstasigepåare har menat att vi nu står inför en helt ny mötesvärld. Jag själv inräknat. På senare tid har jag dock funderat på om det verkligen blir en så dramatisk förändring. Kan det vara så att det snarare handlar om att vi under pandemin har fått modernisera det där pianot, och tonat ned vissa aspekter av det medan vi har tonat upp andra? Kanske kan vi hitta en ny balans, och nå ett renare ljud med en bättre klang framöver? Men inte mer än så, för inte ersätter vi väl egentligen pianot med något helt nytt instrument?

Jag tror snarare att vi har fått lärdomar som gör att vi agerar smartare framöver.

- Att vi kan se fram emot effektiva, interaktiva möten och event med tydliga syften och mål och långsiktiga resultat. Ibland digitala, ibland fysiska eller hybrider. Vi låter mötets syfte styra formatet.

- Att vi fortsätter att resa men väljer mer noga när, var och hur utifrån mervärdet av att vara med fysiskt på mötet eller eventet, men även med hänsyn till vår miljö och inte minst vår egen tid.

- Att vi tillvaratar teknik och nya kompetenser som har breddat vår industri och därigenom öppnar upp för en större publik och nya spännande lösningar.

- Att vi behåller trygghet och säkerhet som naturliga delar av mötes- och eventplaneringen, tillsammans med den värme och omtanke vi har visat varandra under pandemin.

- Att vi värdesätter och tar tillvara på tillfällen då vi ses fysiskt. Jag tror att de tillfällena blir extra viktiga och allt bättre framöver.

Vi har tydligt fått se betydelsen av fysiska möten och event för individer, ekonomin och utvecklingen av hela samhället. Huvudinsikten vi tar med oss in i framtiden är att möten och event går rakt igenom alla andra industrier – det är en metaindustri. Och självklart har den här tiden även lärt oss mycket annat värt att ta med in i framtiden, men hälsningen med armbågen däremot, den tycker jag att vi kan lämna bakom oss. Istället har vi många kramar att ta igen.

Pernilla Körberg Törnqvist, *ordförande*  
Swedish Network of Convention Bureaus, SNCVB

## SWEDISH NETWORK OF CONVENTION BUREAUS (SNCVB)

SNCVB är en ideell förening vars medlemmar är svenska Convention Bureaus. Syftet med föreningen är att Sveriges CVBer har ett gemensamt forum där man tillsammans kan driva viktiga frågor för mötesindustrin. Föreningens medlemmar utbyter även kunskap och affärer med varandra. Det gemensamma arbetet inom föreningen ökar Sveriges och de enskilda destinationernas attraktivitet genom möten. Detta bidrar i sin tur till fler och bättre möten i Sverige. En viktig del i föreningens arbete är att öka medvetenheten om mötesindustrins betydelse hos beslutsfattare, opinionsbildare, myndigheter, lärosäten samt politiker, både lokalt, regionalt och nationellt.

Definitionen av en Convention Bureau är:

- En CVB är en icke vinstdrivande organisation som kostnadsfritt och neutralt stöttar den som vill arrangera ett möte i den region man är verksam i. Den kan till exempel vara en del av en tillväxtavdelning, näringslivsavdelning inom en kommun eller tillhöra ett destinationsbolag som ägs av näringslivet eller kommun. Oavsett tillhörighet jobbar alla utefter samma definition.
- En CVB arbetar för att finna, stimulera och stödja personer eller organisationer som kan och vill åta sig värdskapet för ett kommande möte eller event.
- En CVBs huvuduppgift är att utgöra en viktig partner för kommuner, regioner, universitet, högskolor samt andra organisationer och myndigheter i deras långsiktiga arbete med att utveckla sin verksamhet och destinationen som helhet.



### SNCVB MEDLEMMAR 2021

|                                       |                              |                               |
|---------------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
| Borås Convention Bureau               | Jönköping Convention Bureau  | Sundsvall Convention Bureau   |
| Eskilstuna Convention Bureau          | Kalmar Convention Bureau     | Trollhättan Convention Bureau |
| East Sweden Convention Bureau         | Karlstad Convention Bureau   | Umeå Convention Bureau        |
| Gotland Convention Bureau             | Luleå Convention Bureau      | Uppsala Convention Bureau     |
| Gävle Convention Bureau               | Lund Convention Bureau       | Västerås Convention Bureau    |
| Göteborg Convention Bureau            | Malmö Convention Bureau      | Örebro Convention Bureau      |
| Halmstad Convention Bureau            | Skellefteå Convention Bureau | Östersund Convention Bureau   |
| Helsingborg Convention & Event Bureau | Visit Stockholm              |                               |

## STATISTIK FRÅN SNCVB:S DATABAS

Statistiken som presenteras är hämtad från SNCVBs interna databas över nationella kongresser som cirkulerar runt i Sverige. SNCVBs databas har funnits sedan 2011 och i databasen finns det mer än 800 roterande kongresser.

Följande städer rapporterar in nationell statistik: Borås, Eskilstuna, Gävle, Halmstad, Helsingborg, Jönköping, Karlstad, Linköping, Luleå, Lund, Malmö, Norrköping, Skellefteå, Sundsvall, Trollhättan, Umeå, Uppsala, Visby, Västerås, Örebro och Östersund.

Vi presenterar också statistik från den internationella organisationen ICCAs databas över internationella kongresser som arrangerats i Sverige under 2020. Till denna databas rapporterar även Stockholm och Göteborg.

Statistiken är baserad på följande kriterier:

- Minst 50 deltagare.
- Minst en övernattning.
- Roterar mellan minst tre städer i olika län, alternativt tre länder.
- Arrangeras regelbundet (exempelvis varje, vartannat eller vart fjärde år).

*Dessa kriterier gäller för både SNCVBs egen databas och för ICCAs databas.*

*Vi har avgränsat oss ifrån företagsmöten, mässor, evenemang, idrottstävlingar samt destinationsbundna möten.*



### KONGRESSEKONOMI

För att skapa en bättre bild av vad den nationella kongressdeltagaren genererar har SNCVB genomfört 21 mätningar på kongresser som arrangerats på olika destinationer i Sverige. Resultatet visar att en nationell kongressdeltagare spenderar cirka 3 500 kronor inklusive moms per övernattnat dygn. Merparten av summan tillfaller lokala aktörer som mötes- och middagsanläggningar.

Det finns inte någon tillförlitlig statistik som visar på hur mycket en internationell kongressdeltagare spenderar. Därför använder vi samma schablon för dem som för en nationell kongressdeltagare (3 500 kronor per övernattnat dygn).



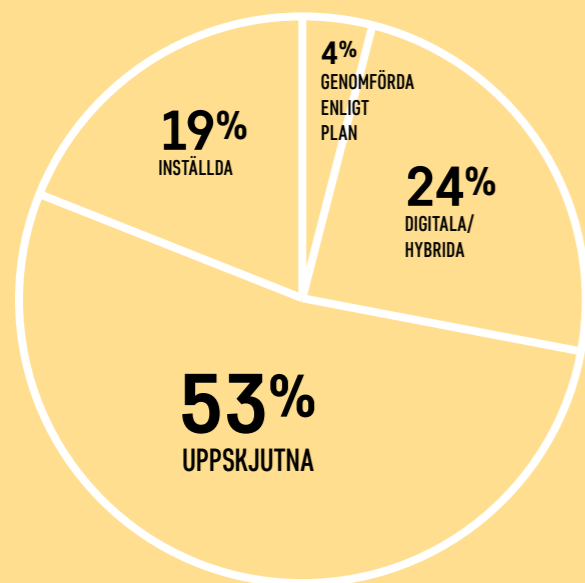
På grund av hur tydligt Covid-19-pandemin har påverkat branschen och årets statistik har vi valt att även lägga med delar av fjolårsrapportens statistik som bilaga i slutet av årets rapport – som referens för den som vill jämföra årets uppgifter mot mer typiska och historiskt representativa uppgifter.

[GÅ TILL TIDIGARE ÅRS STATISTIK →](#)

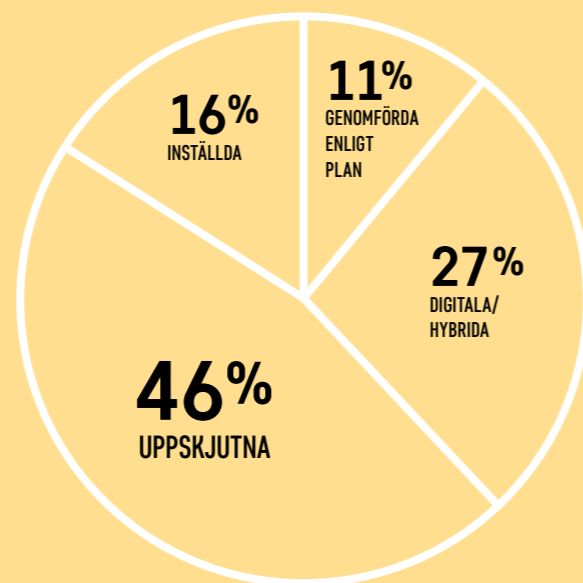


## 2020 I SIFFROR

### Internationella möten



### Nationella möten



| Internationella möten             | Antal möten | Andel möten |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| Möten som skulle ha ägt rum 2020  | 182 st      | 100 %       |
| Dessa 182 möten blev antingen ... |             |             |
| Genomförda enligt plan            | 7 st        | 4 %         |
| Digitala/hybrida                  | 43 st       | 24 %        |
| Uppskjutna                        | 97 st       | 53 %        |
| Inställda                         | 35 st       | 19 %        |

| Nationella möten                  | Antal möten | Andel möten | Antal gästnätter <sup>1</sup> | Värde <sup>2</sup> |
|-----------------------------------|-------------|-------------|-------------------------------|--------------------|
| Möten som skulle ha ägt rum 2020  | 205 st      | 100 %       | 95 464 st                     | 334 124 000 kr     |
| Dessa 205 möten blev antingen ... |             |             |                               |                    |
| Genomförda enligt plan            | 23 st       | 11 %        | 5 762 st                      | 20 167 000 kr      |
| Digitala/hybrida                  | 55 st       | 27 %        | 20 623 st                     | 72 180 500 kr      |
| Uppskjutna                        | 94 st       | 46 %        | 59 277 st                     | 207 469 500 kr     |
| Inställda                         | 33 st       | 16 %        | 9 802 st                      | 34 307 000 kr      |

<sup>1</sup> Formel: deltagare × nätter × 0,65

<sup>2</sup> Formel: antal gästnätter × 3 500 kr



## REFLEKTIONER KRING KONGRESSTATISTIKEN

- Statistiken för år 2020 visar att runt hälften av de kongresser som skulle ha genomförts under fjolåret har flyttats fram till ett senare år.
- Av de kongresser som genomfördes fysiskt skedde samtliga i början av året under perioden januari till mitten av mars, det vill säga innan regeringens införande av strängare riktlinjer.
- Majoriteten av arrangörerna valde att flytta fram kongressen före digitala alternativ eller att helt ställa in.
- Samtliga kongresser som antingen flyttats, genomförts digitalt eller ställts in var planerade från mitten av mars och året ut.
- Statistiken visar inte att varken kongressens storlek eller ämne har haft betydelse för om kongressen flyttats fram, genomförts digitalt eller ställts in, utan det är en jämn fördelning hur man har hanterat detta.
- SNCVB antar att det finns ett visst mörkertal i statistiken då föregående år innehöll 257 registrerade kongresser jämfört med 205 kongresser år 2020, och det trots att antalet rapporterade städer är oförändrat. Mörkertalet kan delvis förklaras av att rapporteringen av om- och avbokningar inte fungerat lika kontinuerligt som rapporteringen av genomförda kongresser under ett normalt år.
- Konsekvensen av den stora andelen förflyttningar och inställda kongresser under år 2020 innebär som följd ett stort intäktsstapp för de drabbade destinationerna, anläggningarna, hotellen och aktörerna inom mötesindustrin.

Statistikgruppen som inom SNCVB ansvarar för statistiken:

Lisa Wästberg, *research and sales*  
[Uppsala Convention Bureau](#)

Catarina Söderholm, *projektledare*  
[Västerås Convention Bureau](#)

Zandra Lewerentz, *projektledare*  
[Gävle Convention Bureau](#)

## INTERNATIONELLA KONGRESSER I SVERIGE

Enligt ICCA (International Congress & Convention Association) skulle det under 2020 ha ägt rum 182 internationella möten i Sverige. Av de som planerades genomfördes sju stycken, medan 97 flyttades framåt i tiden. Ytterligare 35 ställdes in och återstående 43 genomfördes antingen som digitala möten eller hybridmöten.

Det kan ses som en kraftig nedgång då det under 2019 arrangerades 237 internationella kongresser i Sverige vilket då placerade oss på fjortonde plats i världen. Men med tanke på att pandemin har slagit oerhört hårt mot hela mötes- och eventindustrin globalt är ändå ICCAs siffror något som visar att det framöver finns ett stort behov att genomföra kongresser, konferenser och events. Att många kongresser skjuts på framtiden kommer att innebära att det blir fler kongresser som kommer att genomföras några år framöver än vad vi tidigare sett.

Sverige är en stark nation för kongresser, liksom hela Skandinavien har varit under många år. Under 2019 deltog 84 456 deltagare på internationella kongresser i Sverige. Enligt ICCA varar en internationell kongress i genomsnitt 3,39 dagar, vilket då uppskattningsvis genererade 186 907 gästnätter i Sverige under 2019.



## ÖVER HÄLFTEN TROR ATT MYCKET ÅTERGÅR TILL HUR DET VAR FÖRE PANDEMIN

Swedish Network of Convention Bureaus har nyligen beställt en undersökning utförd av Fairlink där 71 föreningar/organisationer som arrangerar möten i Sverige har delgett sina tankar kring framtidens mötesplatser. År 2020 innebar ett hårt slag för dessa mötesarrangörer.

Nästan samtliga organisationer (97 procent) hade planerat ett eller flera större möten under 2020, men bara två procent av dessa genomfördes fysiskt och enligt plan. Vanligast var att mötet genomfördes digitalt istället (65 procent) följt av att det sköts upp till ett annat år (48 procent).<sup>1</sup>

- Tjugo procent av alla planerade möten ställdes in helt. Förändringarna har påverkat organisationernas mötesekonomi både positivt och negativt.
- Femtio procent har tappat intäkter medan 30 procent anger att mötesekonomin förbättrats.
- De flesta av de intervjuade organisationerna ser både positiva och negativa effekter av förändrade mötesformat.
- Exempel på positiva effekter är minskat resande och påverkan på miljön, lägre kostnader samt att man har ökat sin räckvidd.
- Att ha tappat möjligheten att nätverka och att inte kunna vara social är de vanligaste negativa effekterna.
- När det gäller framtiden tror 68 procent att resandet minskar. Allt fler människor åker tåg eller bil, och man prioriterar att lägga sina större möten inom landet. Stor- och småstad får lika många röster.

- Över hälften (53 procent) tror att mycket återgår till hur det var före pandemin. Exempelvis fortsätter möten att rotera mellan olika städer. Därutöver ska befintliga mötesformat ses över och utvecklas.
- Sjuttiofem procent svarar att de ska utveckla hybridmöten, men att det inte gäller alla typer av möten.
- Större möten sker fysiskt och med möjlighet att även delta digitalt. Mindre möten kanske enbart blir digitala men sker betydligt mer ofta än tidigare. Bara en av tio personer säger att man ska undvika personliga möten framöver.
- På frågan om hur man ska arbeta för att covidssäkra framtida möten handlar det i första hand om att alltid ta fram och utgå ifrån en riskanalys.
- De absolut viktigaste framtidsfrågorna kopplade till mötesindustrin är:
  1. När kan vi ses igen?
  2. Digitaliseringen av möten.

Förutom de här övergripande framtidsfrågorna finns det flera olika utmaningar. Det är till exempel medlemmarnas inställning, okunskap om tillgängliga alternativ samt hur man kan ta betalt för olika sätt att mötas.

- En majoritet av organisationerna, 49 procent svarar ja, 27 procent vet ej, de behöver hjälp och vägledning kring tillämpningen av olika mötesformat. Det man framför allt behöver hjälp med från Convention Bureaus är:
  1. Vägledning i respektive stad.
  2. Tekniska lösningar och samarbetspartners vid digitala möten.
  3. Att covidssäkra fysiska evenemang.

<sup>1</sup> Flervalsfrågor gör att totalsumman överstiger 100 procent.



SHERRIF KARAMAT, VD, PCMA:

## BUSINESS EVENTS ÄR VIKTIGA FÖR SAMHÄLLENS UTVECKLING

”Det är av största vikt att inse att mötes- och eventindustrin, eller Business Events som den kallas allt oftare globalt, är en meta-industri som påverkar alla andra industrier. Möten som exempelvis kongresser har en oerhört betydelsefull roll när det gäller att lösa komplexa frågor i samhällen runt om i världen.”

Sherrif Karamat, vd  
Professional Convention Management Association

PCMA har 8 400 medlemmar, inklusive studenter, och en global publik på över 100 000 aktörer inom Business Events. De är spridda över Nordamerika, Europa, Mellanöstern och Asien. PCMA har 17 chapters och aktiviteter i 40 länder.



Sherrif Karamat, vd, PCMA FOTO Jacob Slaton



Anki Carlsson, Trollhättan Convention Bureau FOTO Per Ivarsson

TROLLHÄTTAN CONVENTION BUREAU:

## VI BIDRAR TILL PLACE BRANDING, TALANGREKRYTERING, INVESTERINGAR OCH FÖRETAGSETABLERINGAR

Trollhättan Convention Bureau har en central roll i arbetet med att locka fler besökare till Trollhättan genom professionella möten och evenemang. ”Besöksnäringen i stort, men framför allt möten och evenemang är för Trollhättan Stad strategiska verktyg för att driva på kunskapsutveckling, investeringar, sprida stolthet, få fler personer att flytta hit, förstärka talangrekrytering, öka antalet företagsetableringar samt att sätta fokus på de företag och organisationer som verkar i Trollhättan.”

”I och med den utveckling som pandemin drivit på kring digitala och hybrida möten ser vi ännu tydligare hur möten starkt är med och bidrar till exempelvis place branding.”

”Det gäller speciellt för oss lite mindre och mellanstora städer som tidigare har haft begränsningar att kunna attrahera större möten utifrån den hotell- eller möteskapacitet våra städer har.”

Trollhättan Convention Bureaus säljprocess för att stötta och hitta lokala värdar för att belysa deras forsknings- eller verksamhetsområden, inklusive stadens fokusområden, har tack vare den här digitala utvecklingen utvecklats i en mycket positiv riktning.

”Det har blivit tydligt att vår roll som Convention Bureau har utvecklats till att även ha en betydelsefull roll att kunna kompetensutveckla de aktörer som verkar på destinationen för att kunna arrangera professionella digitala och hybrida möten.”

Anki Carlsson, ansvarig  
Trollhättan Convention Bureau  
Besöksnäringens frågor  
Näringslivsenheten



EMIL HÖGBERG, STATSSSEKRETERARE, NÄRINGSDEPARTEMENTET:

## MAN KAN ABSOLUT KALLA MÖTESINDUSTRIN FÖR EN METAINDUSTRI

Besöksnäringsrådet är ett viktigt instrument för utvecklingen av svensk besöksnäring där möten och event har sin givna plats. Vi fick ställa några frågor till statssekreterare Emil Högborg på Näringsdepartementet varför regeringen tycker det är angeläget att göra den här satsningen.

"Idén med Besöksnäringsrådet är att vi får en möjlighet att diskutera långsiktiga frågor med näringsens företrädare. Den gröna omställningen, digitaliseringen, ändrade rese- och konsumtionsmönster, platsutveckling är exempel på frågor som vi har identifierat som viktiga från vår sida."

"Kortsiktigt jobbar vi inom näringspolitiken givetvis med åtgärder för att dämpa effekterna av pandemin. Besöksnäringens företag har drabbats mycket hårt och alla stödåtgärder som genomförs för att lyfta av kostnader för företagen är vårt främsta fokus. Vi har valt att ändå fortsätta lyfta blicken längre fram i tiden."

"Det pågår ett arbete i Regeringskansliet med att ta fram en nationell strategi för hållbar turism och växande besöksnäring som har ett tioårigt perspektiv. Det finns absolut också frågor kring möten, som kongresser, konferenser, mässor och event som Besöksnäringsrådet ska arbeta med."

"Möten och evenemang har drabbats särskilt hårt samtidigt som det är just möten och evenemang som drar besökare till en plats och därmed gynnar alla delar av besöksnäringen. Redan innan pandemin hade digitaliseringen skapat nya affärsmodeller och behov hos både näringen och besökarna. Ibland är förändringarna snabba och synliga, ibland kommer de mer smygande."

**Vilka politiska åtgärder från regeringen kan vi förvänta oss för att stödja svensk mötes- och eventindustris utveckling nationellt och internationellt framöver?**

"Sveriges regering är beredd att lyssna på alla bra idéer för att Sverige efter pandemin ska kunna fortsätta att utveckla en stark och hållbar mötes- och evenemangsindustri. I grunden handlar det ju om att identifiera

behov. Vilka större möten planeras och av vem? Det här är ju sådant som de som arbetar inom mötesindustrin är experter på. Då ska vi från regeringens håll se till att förutsättningarna för att skapa hållbara möten i Sverige ska vara så bra som möjligt."

"Klimatsmarta, bekväma transporter till möten och evenemang är en viktig del. Att den digitala infrastrukturen fungerar väl är en annan. Levande möten mellan människor är definitivt ett effektivt sätt att förflytta kunskap men det kommer säkert att utvecklas i kombination med digitala lösningar."

"Om Sverige är framgångsrikt och intressant inom en mängd områden, som kultur, idrott, forskning, nya lösningar på samhällsutmaningar och så vidare, har vi också bra förutsättningar att stå värd för viktiga möten. Det kan gälla toppmöten inom politik, vetenskapliga konferenser eller attraktiva evenemang inom kultur och idrott. Allt detta skapar förutsättningar för er att utveckla spetskompetens och erbjuda möten av högsta kvalitet."

**Instämmer du i att möten och event är en metaindustri? Det vill säga är betydelsefull för många andra industri-ers utveckling?**

"Man kan absolut kalla mötesindustrin för en meta-industri. Därför att industrin erbjuder fantastiska mervärden till möten som arrangeras av egentligen alla kategorier verksamheter. Nyss nämnde jag de stora evenemangen. Men tänk alla mindre möten som är så betydelsefulla. När lärare får komma bort från sin vanliga miljö för att diskutera angelägna frågor, eller sjukvårdspersonal som får viktig kompetensutveckling i en lugn och fin miljö. Det här ska vi värna och jag tror alla längtar efter detta nu när vi sett vad det innebär att inte få mötas."

**Vad kan Sverige göra när det gäller kongressindustris utveckling?**

"Först och främst ska vi se till att fortsätta utveckla Sverige som en stark kunskapsnation. Har vi tillräckligt med bra kompetens inom en mängd områden kommer

människor att vilja mötas och lära. Och vice versa, vi behöver få inflöde från andra länder vilket man definitivt får under kongresser och möten. Vi ska också fortsätta utveckla våra kulturella värden. Musik, konst, dans, matupplevelser, allt detta lockar besökare och skapar möjligheter för mötes- och evenemangsindustrin att göra affärer.”

**Hur ska resultaten av exempelvis genomförda medicinska kongresser/konferenser komma mer i fokus? Vilka strategiska initiativ kan regeringen ta för att underlätta den processen?**

”Att synliggöra och skapa nytta från vetenskaplig forskning är något som blir allt viktigare och det ansvaret delas av flera. Regeringen presenterade i december 2020 en forsknings- och innovationsproposition som fokuserar på fem stora samhällsutmaningar: klimat och miljö, hälsa och välfärd, digitalisering, kompetensförsörjning och arbetsliv samt ett demokratiskt och starkt samhälle.”

”Det finns inget utpekade uppdrag att genomföra konferenser men genom att dessa områden är högaktuella och relevanta så skapas möjligheter för er industri att bevaka och utveckla erbjudanden i samarbete med universitet och högskolor, med myndigheter också förstås samt med övriga näringslivet.”

**Hur kan ett högutbildat land som vårt skapa en nationell plattform för att utveckla och attrahera fler internationella möten och evenemang till Sverige? Hur skulle en sådan långsiktig, strategisk satsning kunna se ut?**

”Inom ramen för den strategi som vi planerar att presentera under juni månad ska vi lyfta viktiga frågor för hela besöksnäringen, inklusive mötes- och evenemangsindu-

strin. Strategin ska ses som ett nationellt ramverk som vi ska utveckla handlingsplaner utifrån.”

”Det kommer behövas initiativ från nationellt håll, men också från besöksnäringens olika branscher liksom initiativ på regional och lokal nivå. Marknadsföring är en del, men frågan är ju större än så. Det handlar om att utveckla hållbara och långsiktiga lösningar för besöksnäringens alla delar: resa – bo – äta – göra, där möten och konferenser är en viktig aktivitet som kompletterar fritidsresandet.”

**I Europa finns ett nätverk där 28 europeiska nationella Convention Bureaus ingår. Samtliga har ett politiskt och långsiktigt strategiskt perspektiv för att attrahera olika slags internationella kongresser, konferenser, olika evenemang, mässor etcetera till sina respektive länder. Sverige är det enda landet i Europa utan en nationell Convention Bureau. Skulle du kunna förordna en Sweden Convention Bureau, utifrån hur resten av mötes- och eventindustrin i världen utvecklas?**

”Det är egentligen inte regeringens sak att förordna hur mötes- och eventindustrin väljer att organisera sig. Där tror jag mer på ett ’bottom-up’-perspektiv. Men Tillväxtverket har ett pågående uppdrag att i en uppstartsfas stödja uppbyggnaden av en samverkansarena för besöksnäringen.”

”Arenan ska fungera som en samlingspunkt för besöksnäringen och andra turism-

aktörer och bidra till hållbar utveckling av besök i hela Sverige. På grund av pandemin har uppdraget förlängts och ska slutredovisas den 30 september i år. Svensk Turism har en viktig roll i uppdraget med arenan och där finns ju även mötesindustrin med.”

”Jag tror alla längtar efter detta nu när vi sett vad det innebär att inte få mötas”





## VÄSTERÅS CONVENTION BUREAU:

# VI VILL DIGITALISERA HELA INFÖRSÄLJNINGSPROCESSEN

Västerås Convention Bureau valde i ett tidigt skede att aktivt ställa om och anpassa sin verksamhet efter de nya behov och beteendemönster som de tror att deras kunder har under, men framför allt efter pandemin.

”Vår ambition är och har varit att snabbt ställa om och anpassa oss. Ingen vet hur våra kunders behov och krav ser ut framöver, men det vi vet är att behoven ändras. Därför har vi valt att stå på tå och vara snabba på att anpassa oss till hastiga förändringar.”

Som ett led i utvecklingen har Västerås Convention Bureau ansökt och fått två projekt beviljade från Tillväxtverket och Region Västmanland.

Projekten syftar till att ge förutsättningar till snabbare återhämtning av de företag lokalt som kan kopplas till möten och evenemang.

Målet för det ena projektet är att digitalisera hela försäljningsprocessen för mötesstaden Västerås.

”Det gäller allt från de ansökningar vi gör om möten och evenemang till digitala sitevisits där kunder kan uppleva Västerås utan att behöva resa hit i pandemitider.”

Det andra projektet ska under kommande år utveckla nya arbetssätt och insatser för att bidra till en snabbare återhämtning av besöksnäringens drabbade företag i Västmanland med anledning av pandemin. Fokus gäller särskilt de företag som är beroende av målgrupper inom möten och evenemang.

Projektet ska leda till ...

- ... att ta fram nya arbetssätt och kommunikationsverktyg som bidrar till att företagen utvecklar sina verksamheter och produkter för att möta kundernas behov och krav.
- ... att fler möten med kortare planeringstid arrangeras i Västerås och Västmanland vilket bidrar till mötesindustrins återhämtning.
- ... en ökad samverkan mellan det offentliga och näringslivet i fråga om destinationsutveckling.

Projektet ska även öka konkurrenskraften hos aktörer för möten och evenemang i länet genom att anpassas till de nya vanor och behov som uppstått i samband med pandemin, och att göra det enkelt för arrangörer att välja Västmanland som destination. Projektet ska också stärka konkurrenskraften för mötes- och eventleverantörer i länet. Dessutom ska attraktionskraften av Västmanland som en hållbar mötes- och eventdestination förstärkas. På grund av pandemin förlorar Västerås sin kongressanläggning Aros Congress Center som lägger ner sin verksamhet.

”Det innebär att vi blir tvungna att titta på andra typer av möten än de vi är vana vid och hitta en ny väg framåt som Convention Bureau med vilka vi ska bearbeta framöver. Vi blir även beroende av andra och fler leverantörer än de som traditionellt levererat till våra stora möten.”

Catarina Söderholm, *projektledare*  
Västerås Convention Bureau





HERR OMARS TRENDRAPPORT 2021:

## PANDEMIN FÖRÄNDRAR HUR VI SER PÅ HÄR OCH DÄR

Jörgen Dyssvold, med företaget Herr Omar, har lång erfarenhet av kunskapsbyggnad i mötes- och eventindustrin. Han är eventdesigner, mötesproducent och omvärldsbevakare.

I årets trendrapport har företaget spanat bredare och på hela besöksnäringen, eftersom de numera ser hotell och restauranger som en del av den upplevelseindustri de själva är en del av. Det i kombination med ett händelse-rikt år gör att Herr Omar i årets rapport presenterar tre gånger så många spaningar, 60 stycken.

”En pandemi och ett år som inget annat har framför allt förändrat ordens betydelse. På ett år har vi gått från att tycka att det kändes konstigt att sägs 'vi ses' trots att det bara är via videosamtal. Idag känns det normalt.”

Jörgen Dyssvold säger att för många människor är arbetet inte längre en plats utan ett tillstånd eller en aktivitet. Pandemin kommer för alltid ha förändrat hur vi ser på här och där. Det är därför årets trendrapport har titeln *Mitt hem är där jag hänger min hatt*.

I Swedish Network of Convention Bureaus rapport för 2020 har vi valt ut några övergripande trender från Herr Omars Trendrapport 2021. En länk till alla 60 trender finns i slutet av den här texten.

Men vi börjar med att titta på några större skeenden. De brukar beskrivas som mega- eller makrotrender och handlar om saker som förändrar samhället, världen och människors liv i stort. De är därför själva fundamentet för en trendrapport.

**Ny syn på arbetet som ett tillstånd eller en aktivitet, inte en plats** Tidigare var jobbet eller kontoret en plats. Idag är arbete en aktivitet som vi kan utföra hemma, på ett kontor och många andra ställen.

**Klockan nio-till-fem-samhällets tid är förbi** I en ny tid där människor inte arbetar heltid på kontor sker det

stora förändringar. Restauranger som är fullsatta mellan klockan tolv och ett blir mer sällsynta. Samma sak gäller fullsatta tunnelbanor, spårvagnar, tåg och bussar samt långa bilköer under vissa rusningstimmar.

**Vi gör färre långa resor och reser långsammare när vi gör dem** Efter ett år när de flesta inte har rest alls fattar vi mer medvetna och genomtänkta beslut kring vart vi reser, när och hur. Troligen gör vi längre resor mer sällan, stannar borta en längre tid när vi gör det, och låter resandet få ta mer av tiden. Vi börjar se på själva resan som en viktig del av hela upplevelsen.

**Vi blir mer kräsna vad vi lägger tid och pengar på** Under pandemin har människor inte kunnat konsumera många saker. De som haft möjlighet har också valt att bygga upp en ekonomisk buffert i en tid där framtiden känns oviss. Efter pandemin kommer många personer att vara mer sparsamma med sin tid och sina pengar.

**Workation eller jobbmester** När vi reser längre, mer sällan och långsammare får workations ett genombrott. Det är en kombination av jobb och semester där vi under resan eller framme på resmålet arbetar någon timme per dag, när lusten faller på eller när det är praktiskt möjligt. Vi kanske jobbar intensivt hemma i tio månader för att sedan ta med arbetsdatorn på en resa jorden runt.

**Vi prioriterar att umgås med nära och kära** När man frågar människor vart de helst vill resa när pandemin är över svarar en majoritet "vart som helst, bara jag får göra det med min familj eller mina vänner". Under åtminstone det närmaste året prioriterar man upplevelser tillsammans med nära och kära, och är mindre sugen på att delta i sammanhang med många personer vilka man inte känner.

Här finns hela trendrapporten från Herr Omar: [herromar.se/trender](https://herromar.se/trender)



YASEMIN ARHAN MODÉER, VD, ALTITUDE MEETINGS:

## MÖTEN BLIR MER DEMOKRATISKA

Yasemin Arhan Modéer är vd och huvudägare till Altitude Meetings med säte i Malmö. Hon är känd för att vara en strateg och praktiker i ett, hon får saker att hända.

Hennes superkraft är att hon är proffs på att sammanföra olika delar av näringskedjor och skapa otippade konstellationer som leder till nya tankar, affärer och spännande samarbeten.

Yasemin Arhan Modéer arbetar också som moderator, processledare och projektledare med blick för de stora sambanden. Vad hände i hennes huvud när så många fysiska möten ställdes in?

"Vi ställde om snabbt. Vecka 11 förra året gjorde vi den första stora digitala konferensen för en kund. Det var cirka 100 personer runt om i Sverige som skulle ha träffats fysiskt. Vi hjälpte kunden att ställa om innehållet anpassat till ett digitalt format och producerade och sände det från våra studior i Malmö. Så istället för fysiska möten i våra fina mötesrum, gjorde vi om lokalerna till studior med full teknisk utrustning."

Sedan dess har nästan 50 procent av Altitude Meetings uppdrag varit digitala möten. Kunder behöver hjälp med allt ifrån innehåll, tala-inför-kamera-coaching, en digital facilitator, vilket inte är samma sak som tekniker, till produktion. Dessutom val av rätt plattform och verktyg som Zoom, Teams, och sändningar via desamma eller via Hop In, Streamyard och Zoom.

"Det har varit en enorm utveckling på bara ett år. Zoom har gått från klarhet till klarhet och andra trubbiga verktyg som Teams, Meets, rent av Skype, har utvecklats för att bli mer anpassningsbart till behoven. Även plattformar som Hop In där man kan erbjuda mer interaktivitet har utvecklats liksom workshopverktyg som Miro, Mural och Jamboard. Det finns också en del spännande VR-möjligheter som kanske är mer roliga än att man verkligen använder dem fullt ut."

Mycket behöver fortfarande bli bättre. Att det laggar i sändningar, att bilden inte alltid håller tillräckligt hög kvalitet, att risken finns att allt går ner mitt i en sändning. Ofta beror det på mottagaren, men det är svårt att få

deltagarna att förstå att det inte är mötesarrangörens fel. Men kraven ökar hela tiden, därför är det viktigt med exempelvis 5G som kan skapa bättre förutsättningar.

"Vi har alltid tyckt att möten, rätt designade, med rätt innehåll och rätt deltagare är fantastiska verktyg. Oavsett om det är ett kort veckomöte internt eller stora kongresser. Men tyvärr har det slarvats mycket i olika sammanhang. Det vi ser nu är att fler inser att det är otroligt viktigt med en tydlig agenda, ett genomtänkt syfte, bra inramning och innehåll för att mottagaren ska orka ta till sig det."

"Det är ännu mer betydelsefullt digitalt än fysiskt även om vi anser att det alltid är viktigt. Det kanske medför att alla typer av möten planeras bättre på sikt och att man ser det för vad det är: Ett av världens bästa verktyg för att uppnå stordåd och resultat."

Altitude Meetings tror att digitala möten är här för att stanna, men i kombination med fysiska möten. De tror också att det blir fler riktiga hybridmöten där deltagarna erbjuds exakt samma innehåll och upplevelse oavsett om de är med digitalt eller fysiskt.

"Det leder i sin tur till att möten blir mer demokratiska, man når fler personer och kan vara fler i samtalen oavsett var deltagarna finns i världen och oavsett om de har råd att resa eller inte. Vi tror också att kongressvärlden måste anpassa sina format efter det vi lärt oss under denna pandemi."

"Allt behöver inte göras, upplevas, lyssnas på live, utan kan mycket väl göras digitalt eller som förinspelat material. Däremot när man väl ses ska det handla om konstruktiva diskussioner, workshops och samtal kring det man tagit till sig före mötet eller kongressen. Just nu är allt digitalt, bara ett fåtal är på plats ibland."

"Vi ser fram emot hösten med fler fysiska möten. Vi erbjuder redan idag coronasäkrade möten där man kan ta snabbtest, och har en egen lokal med egen toalett. Och självklart är personalen som serverar också testade. Det erbjuder vi även framöver för de som vill."





TOMMY BROTTE, *INTERAKTIVA MÖTEN:*

## ALLA PRATAR OM HYBRIDEVENEMANG MEN FÅ VET VAD SOM KRÄVS

Tommy Brotte är producent av digitala och analoga konferenser och evenemang. Hans företag Interaktiva Möten finns där dramaturgi och pedagogik möter teknik, och de arbetar med digitala och analoga lösningar för möteskommunikation baserad på engagemang och delaktighet. Förutom en mötes- och dialogapp erbjuds kunderna även utbildningar och processledning inför möten och konferenser.

"När pandemin satte de nya gränserna ställde vi snabbt om till att producera digitala evenemang tillsammans med våra kunder. Vi etablerade samarbete med olika streamingstudior som vi haft som bas för produktionerna."

"De första evenemangen där vi ställde om från fysiskt till digitalt ägde rum i april 2020. Sedan dess har vi producerat ett 70-tal digitala event i olika storlekar och format. Ibland helt digitala, ibland med fysiska men enskilda inslag."

Den tekniska utvecklingen har varit ganska långsam trots att vi har sett en snarast rasande tillväxt digitalt de senaste fem, tio åren. Det svåra har varit att få företag, organisationer och föreningar att faktiskt använda den nya tekniken till att förbättra också möten och event.

"Mötesvärlden generellt har varit saktfärdig i sin utveckling över tid vad gäller teknik och pedagogik. Hur trist pandemin än är så har den inneburit en nyttig utveckling av hur vi planerar, genomför och tar del av möten och evenemang."

"Företagsledning och andra arrangörer har tagit förberedelser på ett mycket större ansvar nu än tidigare och

en hel del tyder på att man lärt sig vikten av både teknik, dramaturgi, varierade format, tydliga syften, förberedelser och mycket annat."

Att människor generellt får bättre uppkoppling genom det kommande 5G-nätverket är positivt. Men fortfarande är det deltagare både framför och bakom kameran som behöver ta möten, evenemang och tekniken på betydligt större allvar.

"Det är pinsamt att våra största ledare fortfarande sitter med halvdan uppkoppling och trassliga hörlurar i öronen och filmar sig själva med datorn i knät hemma från kökssoffan när man medverkar i en direktsändning."

Det är ett stort antal människor som klagat på att för många möten gör att man inte hinner arbeta. Tommy Brotte menar att redan idag är det genom möten som många människor utför sitt arbete.

"Man borde inte klaga på mängden möten, utan på kvaliteten. Alldeles för många möten och evenemang har i alla fall före pandemin planerats och genomförts alldeles för slentrianmässigt och utifrån både bristande kompetens och överdriven oro för konventioner. I takt med ökad digitalisering så är det naturligt att möten blir ännu viktigare. En hel del av dem kan däremot genomföras mycket bra i digital form."

"Om vi huvudsakligen vill informera, kommunicera och entusiasmera är ett digitalt möte mycket effektivt. Om syftet i första hand är att bygga relation eller utveckla något bör vi välja ett fysiskt evenemang. Att samla en stor grupp människor fysiskt, sätta dem i en biosittning och föreläsa för dem borde anses som tjänstefel."



Kongresser är motorer för hela mötesindustrin, och en drivande faktor för nästan all utveckling inom bland annat medicin. På frågan vad ser du när det gäller ert arbete för kongressindustrins utveckling blir svaret:

”Många kongresser som har ett tydligt kunskapsyfte genomförs digitalt framöver. Kostnaden och miljöpåverkan av att transportera tusentals människor över jordklotet för att de ska lyssna på vetenskapliga dragningar är inte på något sätt försvarbart. Däremot kanske man kan ses i mindre hubbar och/eller på kongresser som programmässigt har skapats för nätverkande, socialiserande och informellt kunskapsutbyte.”

”Vi vill gärna visa kongresserna hur de kan göras bra digitalt och inspirera kring hur fysiska kongresser kan göras mycket bättre formatmässigt. Sådana möten är ett typexempel på möten där kultur och konventioner kraftigt har begränsat utvecklingen.”

När det gäller hybridevenemang riktar Tommy Brotte ett stort varningstecken för hela mötesindustrin.

”Alla pratar om hybridevenemang men få vet vad som krävs. Hybridevenemang innebär att du har några deltagare på plats och andra på distans. Efter pandemin ser många framför sig att det är en självklarhet att man som deltagare ska få välja om man vill delta på distans eller vara med fysiskt.”

Tommy Brotte konstaterar att vad många missar är hur svårt det är att fånga och behålla uppmärksamheten hos deltagarna när budskapet kommuniceras via en skärm.

”Det går, det har vi bevisat genom lyckade digitala evenemang, men det kräver ett anpassat program, högre

tempo, flerkameraproduktion, varierade format, interaktivitet, bra dramaturgi och förinspelade inslag.”

”Det digitala evenemanget är enklare att lyckas med än ett hybridmöte. Hybrid innebär deltagare i lokalen som

det går att få ögonkontakt med och vi är programmerade att söka bekräftelse genom ögonkontakt. Kamerorna glöms lätt.”

”Att skapa en bra upplevelse både för deltagarna på plats och för de på distans kan innebära att alla inte ska få ett identiskt program. Du kanske ska tänka som SVT och Vinterstudion där programledare, experter med flera, finns i en egen studio och värmer upp distansdeltagarna.”

”Sedan dyker vi ner i evenemanget och tittar på inledningen. Därefter tillbaka till studion, filminslag och så vidare. Tekniskt kräver hybrid minst lika mycket som helt digitala evenemang. Sannolikt mer.”

Tommy Brotte ser idag med fasa att många mötesanläggningar investerar i en rörlig kamera som placeras längst bak i lokalen, och automatiskt filmar de fysiska evenemangen och strömmar innehållet till distansdeltagarna.

”Hur kan vi på fullt allvar tro att det ska bli en dräglig upplevelse? Att fånga och behålla deltagarnas intresse kräver så mycket mer. Risken är att många nöjer sig med den nivån.”

”Genom den typen av investeringar och genom att godta den ambitionsnivån underminerar vi mötesindustrins långsiktiga existensberättigande. Vi behöver alla hjälpas åt att få upp ambitionsnivån och kvaliteten om vi vill fortsätta finnas kvar som industri.”

”Hur trist  
pandemin  
är så  
har den  
inneburit  
en nyttig  
utveckling”



**GOTLAND CONVENTION BUREAU:**

## DIGITALA HYBRIDA MÖTEN STÄRKER VÅR AFFÄRSMODELL

23

”Vi har skapat vårt ERUF-projekt (Europeiska Regionala Utvecklingsfonden), som heter Digitala Hybrida Lösningar för Gotland. Där arbetar vi tillsammans för att kompetenshöja och affärsutveckla näringen för att möta framtidens behov inom mötesindustrin.”

”Gotlands museum ska ha sitt vårmöte digitalt och skapar vissa digitala produkter som ska finnas kvar efter deras stora möte.”

”Vi stärker också mötesindustrin för ta fram digitala hybrida lösningar som vi som Gotland Convention Bureau kan ha med i våra anbud från och med nu. Det förändrar vår säljprocess och affärsmodell positivt.”

”Det bästa exemplet på ett genomfört digitalt möte på Gotland under 2020 är Medeltidsveckan. Det är inte Convention Bureau-relaterat på något annat sätt än ett mycket lyckat omställningsprojekt som stärkt varumärket Medeltidsveckan och lockat många nya besökare.”

Frida Lindroth, *projektledare*  
*Gotland Convention Bureau*



MARIE JACOBSSON, OPERATION DIRECTOR, MEETX:

## PANDEMIN HJÄLPTE OSS I MÅL

”Pandemin har inte ändrat marknads behov av att mötas, men vi har behövt förändra vårt beteende hur vi möts.” Det säger Marie Jacobsson, operation director för Sweden Meetx, ett helägt bolag inom Svenska Mässan Stiftelse, med huvudkontor i Göteborg.

Meetx erbjuder PCO-tjänster till företag, organisationer och myndigheter som vill genomföra hållbara, effektiva och utvecklande möten, kongresser och konferenser i Sverige och utomlands. Bolaget har fullständig service för hela arrangemang och ett komplett utbud av tjänster före, under och efter mötet. Hållbarhetsarbetet bygger på en successiv anpassning av verksamheten och strävan efter att integrera hållbarhetsaspekten i företagets utbud av produkter och tjänster. PCO-företaget ställer tydliga krav om hållbarhet på sina samarbetspartners och arbetar aktivt för att påverka sina kunders hållbarhetsengagemang.

”Som en viktig del i vårt miljöarbete hade vi redan före pandemin påbörjat arbetet med ett digitalt erbjudande som ett komplement till våra fysiska kongresser. Pandemin hjälpte oss i mål på ett sätt vi aldrig kunnat föreställa oss. Efterfrågan kom naturligt från våra befintliga och nya kunder, tyvärr med tappet av fysiska möten under 2020 och kanske också hela 2021.”

Meetx ställde snabbt om till att erbjuda digitala möten och de kringtjänster som behövs. PCO-företaget erbjuder två olika plattformar beroende på kundens behov och mötets komplexitet.

”Vi har också sett ett ökat behov av nya tjänster inom innehållsproduktion där vi dels har utvecklat oss själva, dels har knutit nya samarbetspartners till vårt erbjudande.”

Utifrån sitt PCO-perspektiv ser Marie Jacobsson positivt på den tekniska utvecklingen. Det går snabbt framåt, mycket nytt händer och användarna blir mer tekniska. Företaget anpassar sig till sina kunders behov och jobbar för att hitta bra och smarta tekniska lösningar till rätt pris. De ser att digitaliseringen fortsätter att öka och att både vi och kunderna tjänar på det. Möten och event finns i alla industrier och är till för att utveckla, utbilda och ta vara på många olika erfarenheter för att driva processer och utveckling framåt oavsett bransch.

”Nu under den pågående pandemin ser vi vilka effekter vår industri har på så många olika näringar, och hur många det är som drabbas inte bara ekonomiskt utan även medför stopp i vidareutvecklingen av olika branscher. Mötesindustrin har drabbats hårt och de regler som gäller har slagit väldigt ojämnt, man förstår inte alltid hur det är tänkt. Jag saknar ett naturligt och starkt språkrör som driver våra frågor framåt och uppåt, det behöver vi se över inför framtiden.”

Enligt Marie Jacobsson fortsätter utvecklingen och förändringen av mötesformer i ökad takt. Kongresser och konferenser förblir ett viktigt verktyg för att dela forskning och utveckling, och den digitala trenden för medverkan är en stor möjlighet för att nå ut bredare. Viktigare än någonsin blir även hållbarhet och säkerhet. Många möten fortsätter att vara digitala – kunderna avstår från att resa för korta möten. Dels med anledning av att man sparar tid, dels ur ett hållbarhetsperspektiv.

”Ta till exempel våra kunders planeringsmöten med olika kommittéer och uppdragsgivare där man tidigare hade maratonmöten, de ersätts av kortare och tätare avstämningar digitalt. De möten vi jobbar med fortsätter att vara fysiska eller hybrida, men självklart kan vissa möten tänkas bli 100 procent digitala. Vi ser en ökad möjlighet för fler personer att delta både som deltagare och talare. Det är ett sätt att sprida kunskap enklare till fler personer.”

Marie Jacobsson konstaterar att de inom företaget har lärt sig otroligt mycket under pandemin, framför allt att alla människor reagerar olika på vad som pågår.

”Det vi tar med oss i förändringsarbetet vi har framför oss är att ta vara på de olika sätt som människor har reagerat, så att vi kan tillgodose allas behov ytterligare.”

Andra erfarenheter Marie Jacobsson har sett uppstå sen pandemin bröt ut är att se hur konkurrenter har gått ihop. Leverantörer har arbetat på ett otroligt sammansvetsat sätt, hjälpt varandra och haft en öppen dialog kring utmaningar och svårigheter.

”Ser vi framåt tror jag att de där onödiga resorna till Stockholm över dagen försvinner. Istället tar man längre jobbmöten när man väl träffas och skapar istället ett kvalitativt möte.”





ULLA CONTI, RESIA KONGRESS:

## FYSISKA MÖTEN ÄR SVÅRA ATT ERSÄTTA MED DIGITALA LÖSNINGAR

Resia Travel Group såg i maj 2020 inte någon annan lösning än att ansöka om rekonstruktion. Tingsrätten utsåg en konstruktör som arbetade intensivt med företaget fram till februari i år, då rekonstruktionen var färdig. Enligt konstruktören var Resia en av de största rekonstruktionerna i Sverige, sett till antalet borgenärer. Han var också tydlig med att understryka att Resia var ett mycket välskött och starkt bolag ekonomiskt som enbart på grund av pandemin hamnat i en ekonomisk krissituation.

Avdelningen för semesterresor påverkades mest där alla butiker stängdes och personal blev uppsagd. Alla övriga avdelningar påverkades också påtagligt. För ett år sedan var det över 300 anställda. Idag är ungefär 60 medarbetare kvar efter flera omgångar av uppsägningar. Nu har företaget ställt om och anpassat personalstyrka och kostnader, som kontorslokaler, efter det nya läget. Efter rekonstruktionen har bolaget huvudfokus på företagsmarknaden inom tre affärsområden: Affärsresor, Möten, Event och Konferens, samt Kongress. Semesterresor säljs idag enbart online.

"Vad gäller affärsmodellen för Resia Kongress så har vi utvecklat oss inom det digitala. Vi fick snabbt ta flera stora och svåra beslut under mars 2020 med de inplanerade stora kongresser som skulle genomföras de närmaste månaderna. De nya besluten och restriktionerna gjorde att vi fick kasta om allt i vår planering, säger Ulla Conti, chef för Resia Kongress.

Hon berättar att de hade många långa och intensiva Teamsmöten med alla olika kommittéer för att kunna fatta rätt beslut. De fick arbeta fram olika och nya versioner av budgetar för skiftande scenarier, och det uppstod nya tekniska behov. De bestämde att flytta fram de flesta av kongresserna för att kunna genomföra dem fysiskt, vilket innebar intensiva förhandlingar med kongressanläggningar, hotell och bankettanläggningar kring möjligheterna att flytta allt, hitta nya datum och att få ta med sig kostnader till det nya datumet.

"Det blev en ny frågeställning för hela branschen som påverkar alla flera år framåt. De kongresser som flyttades fram visade sig sedan inte kunna genomföras fysiskt

ändå i år utan fick ställas om till digitala möten. Från en dag till en annan fick vi sätta oss in i nya tekniska behov, andra än de vi vanligtvis lägger in i beställningar för våra fysiska kongresser. Visst hade de digitala tankarna funnit där innan men nu blev det fart. Nu fick vi hitta partners som kunde erbjuda smidiga lösningar för en digital plattform, för streaming och med digitala studior. Vi arbetar med tre olika partners för de tekniska behoven och har lärt oss väldigt mycket på kort tid."

Att sända live från en studio kräver ett betydligt mer detaljerat körschema än det Resias kongressmedarbetare normalt sammanställer för en fysisk kongress. En livesändning kräver ett minut-sekund-schema med vilken bakgrundsbild som ska visas exakt när, vilken film som ska visas, val av bakgrundsmusik, vilken sida av scenen man ska gå upp på, vilken kamera man ska titta i, vilken mikrofon som ska vara på och många andra detaljer.

"Vi lägger in ett genrep med talarna före sändning. För de presentationer som ska vara förinspelade krävs extremt tydliga instruktioner, hur ska talarna spelas in, var ska det laddas upp, deadlines etcetera. När presentationerna väl kommer in måste längden på dem stämmas av mot programtiden."

Under våren genomför Resia Kongress bland annat ett internationellt möte med åtta parallella sessioner i tre dagar och cirka 500 abstractförfattare som antingen förinspelar sina presentationer eller skickar in en digital poster. Talare och moderatorer ska sedan koppla upp sig på Teams-länkar där moderatorer ska kunna hålla i diskussionen och ställa frågor. Enligt Ulla Conti är digitala posterutställningar dock mycket smidiga.

"Digitala kommersiella utställningar fungerar också bra och vi har haft både utställare och deltagare som varit mer nöjda än de trodde innan. Självklart är det personliga och spontana fysiska mötet i en utställning något som blir lite annorlunda via en chatt på en plattform."

"Det finns ett stort behov och många vinster att ta hem av möten i alla industrier. Det är betydelsefullt inför kunskapsutbytet att kunna träffa andra personer inom ens egen industri eller arbetsområde. Att besöka



varandras verksamheter ger också en helt annan inblick och kan skapa ett nytänkande och generera nya samarbetsformer.”

Det har från politikens och myndigheternas sida talats mycket om kultur och sport under pandemin, men Ulla Conti konstaterar att politikerna inte har inkluderat eller tänkt fullt ut kring mötesindustrin.

”Vissa restriktioner har kunnat tolkats på olika sätt. Det har saknats en enande kraft som kan framföra aspekter, behov och följder från vår del av näringen, någon som kunnat agera för mötes- och eventindustrin och ta en plats i det politiska spelet.”

Kongresser samlar ofta vetenskaplig expertis från olika områden, inom varierande ämnen och ofta från skiftande länder. De samlingarna av människor har ett helt annat beteendemönster än kultur- och sportpublik. Det har också en enorm vikt för de destinationer som står värd för sådana möten. Resia Kongress tror att det digitala fortsätter att utvecklas och vara ett alternativ att ta med och se över när man diskuterar ett nytt uppdrag. Och att det är viktigt att se över målgrupp och syfte med ett möte för att kunna vägleda till rätt mötesformat. Alla planeringsmöten med kommittéer har visat sig fungera mycket smidigt och man kan verkligen ses via skärmen om man är färre personer.

”Vi tror inte man reser till planeringsmöten på det vis vi har gjort tidigare. Miljön och tidsaspekten spelar in här. Trenden att arbeta hemifrån finns nog kvar om än i betydligt mindre form än nu, en hälsosam kombination av arbete från kontor och från hemmet. Ett övergripande tänk om miljö, hälsa och säkerhet har tagit ett kliv framåt och det är positivt.”

Omställningen från personliga möten till digitala har varit ett stort uppsving för företag inom digitalisering.

”Allt gick väldigt fort för det fanns inga andra alternativ med rådande restriktioner. Det är naturligt att de som jobbar med digitalisering tror, och vill tro, att digitala möten tar över.”

”Vi tror att fysiska möten är svåra att ersätta helt med digitala lösningar. Det digitala är ett fantastiskt komplement och det är bra att möjligheterna har tagit stora kliv framåt så snabbt, det har vi stor nytta av framåt. Så länge hårda restriktioner gäller får vi hålla oss till digitala möten, det accepterar både uppdragsgivare och deltagare.”

”Det är svårt att uppnå samma glädje, entusiasm och utbyte när man deltar digitalt som när man är på plats vid ett fysiskt möte. I vissa fall har vi sett att digitala möten kan generera fler deltagare, men vi har också mött flera personer som upplever att om man erbjuder digitalt deltagande vid ett planerat fysiskt genomförande så finns risken att det blir färre som får möjlighet att åka iväg fysiskt till det mötet och istället uppmanas att anmäla sig digitalt.”

Ulla Conti säger att Resia Kongress behöver axla rollen som rådgivare kring det nya inom olika mötesformat och teknik. Som professionell kongressorganisatör ska de fortsätta att vara den erfarna och rådgivande projektledaren till nya uppdrag för föreningar,

organisationer, regioner, kommuner och andra uppdragsgivare och kunna svara på frågor som exempelvis: Vilket format av möte passar bäst för respektive uppdrag? Vad är syftet med mötet? Vilka tekniska partners ska vi använda? Behövs plattformar?

”Inkludera producentrollen förutom att vara projektledare för kongressen. Var även producent med allt vad det innebär kring detaljer inför en studiosändning om mötet ska ske digitalt.”

”Det blev  
en ny  
fråge-  
ställning  
för hela  
branschen  
som  
påverkar  
alla flera  
år framåt”

## GÖTEBORG CONVENTION BUREAU:

# FLER DIGITALA MÖTEN HAR TVINGAT FRAM EN BRANSCHUTVECKLING OCH EN KOMPETENSHÖJNING

Göteborg Convention Bureau arbetar för att värva kongresser och möten som kan skapa positiva bestående avtryck och bidra till stadens hållbara utveckling – så kallad legacy. Organisationerna bakom mötena ges möjlighet att uppnå sina visioner och mål, och det är också en möjlighet för destinationen att identifiera och genomföra aktiviteter som sammanför möten med allmänheten, näringslivet och akademien.

Göteborg Convention Bureau anpassar verksamheten till den föränderliga omvärlden där framtiden kräver andra och nya sätt att agera. Konkurrensen kommer vara hårdare än någonsin när länder och företag behöver återhämta sig. Det skyndar på processen med att driva innovation och förnyelse.

"Fokus för Göteborg under förra året var att bidra till att säkerställa ett så högt deltagande som möjligt på omställda hybridmöten i år, att omvärldsbevaka, att arbeta med den digitala omställningen samt att utveckla och fördjupa internationella samarbeten etcetera. Som convention bureau finns vi med mycket längre i processen och jobbar närmare organisationer och kongressarrangörer och det ser vi fortsätta även efter pandemin."

"Det är naturligt i samband med ett legacyarbete och vi tror att ett tätare partnerskap med organisationen eller kongressarrangören är vägen framåt. En convention bureaus roll som ingång till en stad och region, akademi och näringsliv får ökad betydelse. Fokus framåt är det fortsatta arbetet med att realisera Göteborgs strategiska plan för möten, som blivit ännu mer relevant i och med pandemin."

"Det är positivt att fler digitala möten har tvingat fram en branschutveckling och en kompetenshöjning som annars hade tagit många år. På sikt utvecklar digitala möten de fysiska. Samtidigt finns det en negativ sida. Destinations-

perspektivet kan försvinna. Viktiga långsiktiga värden av mötet går förlorade."

Ett exempel där destinationsperspektivet kunde behållas trots digital omställning var *Beyond*, en världskongress inom hållbart byggande som Chalmers stod värd för, som gick digitalt i oktober 2020 med 877 deltagare, 118 seminarier/sessions och 301 publicerade redovisningar. [Besök beyond2020.se](https://beyond2020.se) »

Två webinarier om hur Göteborg arbetar med 400-årsjubileet 2021 genomfördes som en del i programmet:

- 1. Olika sätt att arbeta med innovation i stadsomvandlingsprojekt** The River City and 400th anniversary of Gothenburg. Different ways of working with innovation at the core in urban transformation projects. [Läs mer om jubileet](#) »
- 2. Ungas inflytande i stadsutveckling** "Power to the Youth, a case of youth participation, and influence in the urban development process of Gothenburg's 400th anniversary" med bland andra Therese Brusberg, Göteborg & Co, som talare samt fyra ungdomar. Dessutom genomfördes en tävling om tio platser att få delta gratis. [Läs mer om ungdomsprojektet](#) »

Göteborg genomförde ytterligare ett webinarium, *Beyond Access City Award 2014: Creating a city for all*, om tillgänglighet, med avstamp i utmärkelsen som Göteborg förärades 2014. Vad hände sedan, diskussion kring vem vi bygger för, hur universell design kan hjälpa oss att hitta lösningar som behövs för att skapa en stad för alla. [Besök Beyond 2020 programöverblick](#) »

Annika Hallman, *chef*  
Göteborg Convention Bureau





CAROLINE KNIES, MEETAGAIN:

## DET ÄR I SMÅ, PERSONLIGA MÖTEN SOM SAMARBETEN OCH DE BÄSTA IDÉERNA FÖDS

S om för alla andra företag inom mötes- och eventindustrin har ordet omställning varit i fokus under det gångna året för PCO-företaget Meetagain.

Caroline Knies, vd, konstaterar att det handlar mycket om att anpassa sig till rådande förutsättningar. Tillsammans med sina kunder har de försökt att anpassa sig och att ställa om möten.

”För oss har det varit viktigt att inte bara fokusera på de kortsiktiga här-och-nu-lösningarna. För att kunna fortsätta att driva en framgångsrik, hållbar verksamhet krävs höjda blickar med delfokus på framtida strategier.”

Meetagain har fortsatt att utveckla sin kvalitetssäkringsmodell som innehåller alla delar av en kongress eller konferens. Det har handlat om att hitta nya tjänster eller att utveckla tjänsterna utifrån det digitala formatet, att diskutera värdet i mötet med organisationerna och därmed innehållet i vetenskapliga kongresser.

”Det krävs också nya affärs- och prismodeller där vi försöker hjälpa organisationerna och föreningarna att hitta mer långsiktiga intäktsflöden. Prissättning av deltagaravgifter till ett digitalt eller ett framtida hybridmöte är också betydelsefulla delar som diskuteras.”

Digitaliseringen har pågått en längre tid och delar av flera möten har ganska länge haft digitala element. Den stora utmaningen har varit att få kunderna att våga ändra traditionsenliga sätt att se och bedriva möten.

”Vi handskas oftast med stora budgetar där det handlar om att våga ta eventuella risker och hur man kan dela på risktagandet. Den tekniska utvecklingen ger många möjligheter, så det gäller att ändra format och program så att det blir attraktivt att delta. Att våga sticka ut och göra något nytt. Man måste se på möten som produk-

tioner. Hittar man rätt intäktströmmar finns enorma möjligheter att öka deltagar-, sponsor- och utställarintäkter.”

Meetagain ser teknikens utveckling som en rad av möjligheter. Det skapar tillfällen att nå många fler och nya deltagare från nya yrkesområden. Men ett komplement till det fysiska mötet är inte något som ersätter det fysiska mötet.

”Så länge deltagarna vill använda alla sina sinnen kvarstår behovet att träffas fysiskt. Det är i små, personliga möten som samarbeten och de bästa idéerna föds.”

”Vår roll som PCO fokuserar mycket kring de professionella möteskonsulter och koordinerings- och projektledarproffs som vi är. Vår roll blir att koordinera alla inblandade aktörer i genomförandet av kongressen. Internationellt har det behovet ökat när många organisationer ser att deras interna kunskaper kring möteshantering inte räcker till.”

”Vi måste kunna visa mötesindustrins betydelse i stort för ekonomin för hela samhället. Möten och event handlar om resultat och är en metaindustri, men hur får vi regeringen att ta till sig mötesindustrins betydelse?”

Meetagains och övriga PCOers roll som kongressarrangör är att sammanföra ledare från och inom akademi, industri, företag och myndigheter som täcker in mängder av frågeställningar och branscher.

Genom sådana "meetings of minds" upptäcks bland annat nya vacciner, lösningar på klimätförändringar diskuteras och banbrytande teknik lanseras. För att få sådana möten och evenemang att äga rum, arbetar och koordinerar PCOn med partners inom bland annat media-produktion, konferens- och hotellanläggningar, mässor, logistik och transport, teknikbolag och restauration.



Caroline Knies säger att många gånger har det känts som att besöksnäringen offras, i alla fall delar av näringen som det inte pratats nämnvärt om.

”Det har varit oerhört få tillfällen där ordet konferens, kongress eller mässa har nämnts. Det känns inte som att näringsministern eller regeringen i övrigt förstår vad mötesindustrin genererar till samhället.”

”Vi måste få fler som aktivt jobbar och lobbyar för mötesindustrin på högsta ort. Visit Sweden och/eller Visita borde självklart även arbeta för och med mötesindustrin. Vi kan inte fortsätta att diskutera i små kluster på olika håll. För att få slagkraft måste något slags råd skapas som får sitta ner och diskutera med regeringen direkt. Det sättet att arbeta finns sedan länge i många andra länder och städer.”

Meetagain tror att fysiska möten kommer tillbaka och i ännu större utsträckning. Det finns ett enormt uppdämt behov av att träffas i grupp. Det blir fler fysiska möten men kanske något mindre i storlek. Komplettering av antal deltagare sker via digitalt deltagande. Det digitala deltagandet ger alltså möjligheter att nå utökade grupper och fler kategorier av människor.

”Det är ett mycket mer inkluderande och hållbart sätt att mötas. Alla ser över sina mötesstrategier, vilket gör att vi träffas mer effektivt. Kan man välja bort resande till annan ort för ett kort möte gör man det och tar det mötet digitalt istället.”

”Vi måste fortsätta att utöka samarbetet med alla aktörer inom sektorn. Våga korssektoriellt samarbete

och inte se varandra som konkurrenter. Ska vi kunna utmana internationellt och fortsätta vinna internationella kongresser till Sverige måste vi samarbeta över

gränserna. Convention Bureaus, akademien, näringslivet och PCOer måste prata mer med varandra, och tillsammans utveckla modeller och arbetssätt där vi kan ta del av varandras kunskaper.”

”Det är avgörande att vi snabbt anpassar oss till vår nya verklighet med alla speciella utmaningar och förändringar vi möter framöver. När pandemin upphör ser vi tillbaka på den här perioden som en tid där vi tillsammans med våra uppdragsgivare tog ett enormt stort kliv framåt.”

Caroline Knies säger vidare att Meetagain fortsätter sitt proaktiva arbete i att leverera säkra fysiska möten. De arbetar med riktlinjer och protokoll som ska följas för att minimera fortsatt smittspridning. Hållbarhet i alla led är viktiga hörnstenar där digitaliseringen är av största vikt.

”Tillsammans vill vi driva innovation inom design av koncept och leverans av professionella hybridmöten för att säkerställa att den vetenskapliga utvecklingen kan fortsätta. Vi vill hitta hållbara lösningar utifrån de globala målen för hållbar utveckling, Agenda 30.”

”Under hela pandemin har vi utvecklat och implementerat olika virtuella lösningar för att säkerställa att den professionella utvecklingen av möten kan fortsätta. Vi har dessutom under tiden före pandemin arbetat tillsammans med

tekniska företagspartners för att digitalisera deltagardata under kongresserna vilket möjliggör användning av statistik för till exempel smittspårning.”

”Det handlar om att våga ta eventuella risker och hur man kan dela på risktagandet”





## JÖNKÖPING CONVENTION BUREAU:

# VI HAR STÄRKT VÅR POSITION UNDER PANDEMIN

”Det vi som Convention Bureau främst gjorde annorlunda under 2020 i samband med de möten som ställdes om och blev digitala är att vi positionerade Jönköping. Det gjorde vi bland annat genom att visa filmer, bilder, även bakgrundsbilder, och quiz om staden. Allt för att man skulle bli nyfiken, få en känsla och kunna uppleva Jönköping trots att mötet var digitalt. Under pandemin har vi dessutom ägnat en del av vårt arbete till att lyfta fram de långsiktiga effekterna, legacy, av att ett möte genomförs här.”

Ett exempel är ett fysiskt möte som genomfördes i februari förra året, precis före pandemins första stora genombrott. *Forum Jämställdhet* med 1 000 deltagare följdes upp i staden och lyfte effekterna av mötet. Det gjordes med bland annat en lokal digital workshop i höstas för att belysa olika programpunkter inom ämnet.

”Under denna workshop lyftes bland annat ämnet jämställdhet inom sponsring och idrott. Det innebar ett klart ökat intresse från flera strategiska partners, vilket innebar att bland andra regionen, kommunen och föreningslivet deltog i mötet.”

Kongressen *Drogfokus* med 1 000 deltagare i november förra året genomfördes helt digitalt. Som en aktivitet till det mötet togs det fram ett särskilt quiz som handlade om Jönköping, där vinsterna bland annat kom från lokala aktörer. Tanken var att deltagarna på avstånd skulle få en känsla för och ett smakprov av Jönköping. En annan av vinsterna var själva entréavgiften till *Drogfokus 2022* som också genomförs i Jönköping.

”Jönköping Convention Bureau har från några arrangörer förstått att omställningen till digitala möten har varit positiv. Från ett sådant möte var svaret att det verkligen gett deltagarna en skjuts i sammanhållningen. Men framför allt ny kunskap om hur man genomför digitala möten, något som den gruppen vill prova fler gånger. Det har också inneburit fler deltagare och möjlighet till en bredare publik. Det negativa är bristen på nätverkande och det sociala programmet som inte går att ersätta digitalt. Eventuella långsiktiga negativa effekter har vi ännu inte kunnat se.”

”Vi har genomfört, och planerar för fortsatta, utbildningsinsatser tillsammans med ledande, lokala aktörer inom mötesindustrin. Insatserna är riktade i den omställningsfas som vår industri befinner sig i, och där vi som Convention Bureau får utbilda oss, och våra anläggningar, inom digitala-hybrida möten.”

”Vi utvecklar också vårt marknadsföringsmaterial som filmer och hemsidan. Vi förbereder oss även för att bearbeta lokala värdar och strategiska partners så att vi är beredda så snart pandemin lättar. Vi planerar för fler nätverksträffar med tidigare lokala mötesvärdar, men även för blivande mötesvärdar kombinerat med intressanta föreläsningar.”

Malin Asking, *projektledare*  
*Möten & Evenemang,*  
*Jönköping Convention Bureau*





Martin Klöfver, Head of New Markets, Trippus FOTO Imex

MARTIN KLÖFVER, TRIPPUS:

## MÅNGA HAR SETT FÖRDELAR MED DIGITALA MÖTEN SOM DE INTE VILL VARA UTAN

Trippus utvecklar webb- och mobilbaserade boknings- och registreringslösningar för mötes- och eventindustrin. Produkten gör det möjligt för arrangörer av evenemang, konferenser, mässor och utbildningskurser att skapa webbplatser och mobilapplikationer för sina arrangemang.

Deltagarna får omedelbart tillgång till all information kring eventet, och kan boka och betala sina biljetter, och arrangören får tillgång till ett realtidsverktyg där deras projekt och klientdatabaser hanteras.

Produkten distribueras som en molnlösning, en Software as a Service, SaaS, vilket innebär att den är skalbar och lätt att distribuera.

Martin Klöfver är företagets grundare och Head of New Markets. Hur ser han på det senaste årets utveckling för hans företag?

"Det blev en stor omställning för hela industrin och den skedde mycket fort. För vår del blev förändringen omfattande. Vi använde byggstenarna i Trippus-systemet för att paketera och utveckla nya tjänster för att stödja konferenser, stämmor och mässor som genomförs digitalt."

Under pandemin har en stor del av företagets arbete bestått i att hjälpa kunderna att ställa om från fysiska till digitala genomföranden.

"Utöver att leverera mjukvara har vi också utvecklat vårt erbjudande till att innefatta mer av rådgivning och handfast hjälp under både planeringen och inte minst genomförandet av digitala evenemang."

Mycket av tekniken fanns redan före pandemin, men nu har många fler kunder fått chansen att prova hur

tekniken fungerar i praktiken. Pandemin har tvingat fram användningen av digitala lösningar för evenemang där det annars inte fanns någon vilja eller ambition att digitalisera.

En pådrivande faktor för Trippus och många av deras branschkollegor har inneburit att de har fokuserat produktutvecklingen på lösningar för digitala event.

"Över tid får nya tekniker som 5G, AR och VR få helt säkert en stor påverkan på vår industri. För digitala möten kan bli ännu bättre med hjälp av de nya teknikerna. När det gäller den typ av event som vi jobbar med och i en relativt överkomlig prisklass, handlar det oftast om smart användning av befintlig teknik."

Enligt Martin Klöfver är det viktigt att hitta den minsta gemensamma nämnaren när det gäller deltagarnas teknikvana.

"Tack vare det utbredda användandet av smartphones och datorer i de allra flesta ålders- och målgrupper ökar acceptansen för att använda allt mer avancerad teknik i vardagen."

Flera av de digitala evenemang som Trippus har varit inblandade i har varit vetenskapliga möten med presentatörer från många olika länder. Åtskilliga gånger har det varit ett stort fokus på innehållet och att få med intressanta talare, snarare än att deras framföranden ska sändas från en flashig studio.

Många talare har gjort sin presentation hemifrån, ibland med begränsad bandbredd och halvdåligt ljus, vilket har påverkat ljud- och bildkvaliteten, men diskussionerna och kunskapsinhämtningen har varit lika intensiv ändå. Även om deltagarna helst hade träffats fysiskt med mat,



dryck, upplevelser och nätverkade så har innehållet stått i centrum.

Digitaliseringen generellt, och det större användandet av teknik i vardagen, gör att Trippus kan skapa mer avancerade lösningar som ändå fungerar för alla målgrupper. Inte minst det senaste året har det visat sig vara jätteviktigt att snabbt kunna anpassa sig efter rådande omständigheter.

”Plötsligt krävde kunder lösningar för att kunna genomföra sina event digitalt, vilket ofta inte alls hade varit på tapeten innan. Det har blivit tydligt att vissa aktörer i mötes- och eventindustrin är snabba på att ställa om och vinner affärer på det, medan andra företag halkar efter.”

”Hybridmöten är en trend som vi inte kan bortse ifrån framöver. Det finns fördelar med det digitala som vi vill ha med oss när vi börjar träffas fysiskt i större utsträckning igen.”

På frågan om de aktörer som har drivit på utvecklingen av bättre digitala möten kanske hoppas att digitala möten i stor utsträckning tar över, svarar Martin Klöfver:

”De flesta vill nog tillbaka till fysiska genomföranden. Dock har många sett fördelar med digitala möten under pandemin som de inte vill vara utan. Det kan vara till exempel vara att mötet har fler deltagare, att de inte behöver resa eller att de kan delta i ett event trots att man har andra aktiviteter inbokade samma dag.”

Martin Klöfver tror att vi får se många spännande varianter av hybridmöten där det fysiska möter det digitala. Kongresser och kunskapsutbytet vid vetenskapliga möten har varit en viktig del av de digitala genomföranden som Trippus har varit inblandat i det senaste året.

”Det har varit tydligt att kunskapsutbytet och innehållet har varit viktigare än ett flashigt genomförande. Talare från hela världen som har kört sina presentationer hemifrån över ett enkelt Zoom-möte har varit mer vanliga än påkostade studiosändningar, även om de också har förekommit och varit roliga att arbeta med.”

Martin Klöfver tror också att vi får se fler spännande former av hybridmöten för kongresser framöver.

”Vi lägger en stor del av våra utvecklingsresurser på den typen av applikationer. Vi tror på det fysiska mötet och på en återgång till att vi ses mer fysiskt redan i höst.”

Samtidigt håller många arrangörer på det slutgiltiga beslutet om när nästa möte blir fysiskt igen.

”Trots vaccinering planerar vissa företag för digitala genomföranden även i höst och låter fysiska möten vänta till år 2022. I höst får vi se en hel del hybridmöten där en del av deltagarna är på plats, medan andra deltar på distans.”

[Läs mer om det här »](#)

”Acceptansen ökar för att använda allt mer avancerad teknik i vardagen”



## LUND CONVENTION BUREAU:

# EN KONGRESS SOM SAMMANFATTAR HELA DEN DIGITALA UTVECKLINGEN

**M**ia Rönnmar, professor Juridiska Institutionen Lunds universitet och president i International Labour and Employment Relations Associations (ILERA) fick ställa om *The 19th ILERA World Congress*. [Besök kongressens webbplats »](#)

Mia Rönnmar är en av Lunds mötesambassadörer som har gått från att genomföra en fysisk kongress för 700 deltagare till en digital världskongress som hålls i Lund den 21–24 juni 2021. Det blir en av de största digitala kongresserna som Lunds universitet har planerat. Kongressen har ett intressant och varierat program med större sessioner i plenum med intressanta keynote speakers och mindre sessioner som möjliggör fördjupad diskussion samt digitala rundabordsamtal med lokalt och regionalt näringsliv. Programmet kommer pågå mellan 08.00 och 23.30 för att tillgodose alla tidszoner.

ILERAs världskongress arrangeras på ämnet "Making and Breaking Boundaries in Work and Employment Relations". Kongressen utgör en unik möjlighet att ta del av aktuell internationell forskning, att lyssna till ledande forskare och beslutsfattare och att diskutera arbetsmarknadens utmaningar och framtidsfrågor med en internationell publik. Världskongressen utgör en viktig mötesplats

för forskare och representanter för arbetsmarknadens parter, regeringar och myndigheter samt internationella organisationer från hela världen.

I och med arbetet med ILERA-kongressen har Mia Rönnmar insett vilket fantastiskt verktyg möten och kongresser utgör för universitetet. Betydelsen av de mjuka värdena av både kunskapsöverföring och kompetensutveckling. Men också komplexiteten i möten och vad som krävs av en arrangör både för ett fysiskt och digitalt event. Samt vikten av samarbete med stad och region.

[Ta del av en intervju med Mia Rönnmar från Lunds mötesambassadörmiddag februari 2020 »](#)

Sofia Björk, projektledare  
[Möten & Evenemang](#)  
[Lund Convention Bureau](#)  
[Visit Lund AB](#)





### UMEÅ CONVENTION BUREAU:

## DET FINNS OTROLIGT MÅNGA FÖRDELAR MED ATT VÄLJA EN HYBRIDLÖSNING

”Under det senaste året har vi i Umeå lagt stor vikt vid samverkan, kunskapsutbyte och kompetenshöjning. Visit Umeå har tillsammans med Visit Skellefteå startat ett utvecklingsprogram för städernas mötesanläggningar där vi tillsammans arbetar för att förflytta oss framåt för att fortsätta att vara relevanta för möteskunder även i framtiden.”

”Vi har också aktörer om Krister Andersson på Umeå Congress som redan före pandemin hade påbörjat arbetet med att utforska möjligheterna med mer digitaliserade möten. Deras proaktivitet har under året varit, och fortsätter att vara, viktig för mötesstadens pågående transformation.”

”När mötesanläggningarna står tomma behöver vi ta till vara på de kundmöten som faktiskt äger rum och lära av dessa. Vi upplever en övergripande generositet där alla delar med sig av sina utmaningar, nya kunskaper och insikter, med mötesstadens bästa i fokus.”

Förutom gemensamma kompetensutvecklingsinsatser tillsammans med arrangörer och anläggningar på respektive ort så planeras inom samarbetet gemensamma säljinsatser för att få möteskunder att lära sig mer om de möjligheter som finns med att arrangera hybridmöten.

”Det finns otroligt många fördelar med att välja en hybridlösning för sitt möte. Hybridmöten möjliggör att träffas fysiskt med det så viktiga nätverkandet och kunskapsutbytet, samtidigt som de omfamnar de digitala fördelarna med ett tydligare hållbarhetsfokus med mindre resande.”

Gabriella Hed Vall,  
ansvarig för evenemang och stora möten  
*Umeå Convention Bureau*



## HALMSTAD CONVENTION BUREAU:

# SNABB DIGITAL OCH KOMMUNIKATIV UTVECKLING LYFTER MÖTESSTADEN

Halmstad Convention Bureau satsar mycket på att fortsätta utvecklas snabbt också digitalt och kommunikativt. Som exempel arrangeras Livsmedelsdagarna på Hotel Tylösand i Halmstad. För att koppla ihop mötet med lokala företag och innovationer placerade företaget Futufarm en av sina odlingscontainrar i anslutning till mötet för att visa på nya hållbara odlingsmöjligheter. I filmen om Livsmedelsdagarna visas delar av Halmstads fördelar som mötesstad med det geografiska läget, miljön, naturen, havet och entreprenörsandan.

Under pandemin har Halmstad Convention Bureau ägnat mycket tid till att skapa nya kommunikationsverktyg som ska förenkla kontakterna med lokala värdar och evenemangs- och mötesarrangörer.

"Tre filmer som illustrerar hur vi jobbar med mer av evenemanget, mer av mötet, och att kunskap föder kunskap, kommer att bli viktiga verktyg i det framtida värvningsarbetet", säger Ann Johansson.

[Filmerna finns under Lyckad legacy i Halmstad >](#)

"Förutom de filmer vi producerat själva finns Halmstad också med i RFs legacy-verktyg där det kulturella kapitalet illustreras."

[Se filmen Legacy – Kulturellt Kapital >](#)

"Lokala värdar är våra viktigaste personer. För att hylla deras ambassadörsskap delar vi årligen ut diplom. 2020 års upplaga av utdelningen skedde digitalt."

Kommunstyrelsens ordförande Jonas Bergman har även gett sin syn på mötens betydelse för en destination.

[Här kan du se filmen >](#)

I ett möte från Högskolan i Halmstad, som genomfördes digitalt, berättar den lokala värden Martin Bergman från Fab Lab om mötet. Fab Lab Halmstad är ett av högskolans laboratorier och en samverkansarena.

[Se film om workshop med stiftelsen SVID >](#)

När det gäller fam trips och site visits har Halmstad Convention Bureau som många andra fått tänka om och hitta nya mer digitala vägar. Det har bland annat gjorts med verktyget "Meet Halmstad – en digital FAM-Session," som är en programserie där mötesplanerare får tips och inspiration om Halmstads utbud av verksamheter, men som också tar emot gruppbokningar och skapar upplevelser för planerare och deras mötesdeltagare.

[Ta del av programserien "Meet Halmstad" >](#)

"Den 9–10 december förra året genomfördes en ny nationell konferens om problematisk skolfrånvaro. Vår förhoppning är att det blir en fortsättning eftersom väldigt många medverkade digitalt. Lokal värd var Henrik Wagersten, enhetschef för centrala barn- och elevhälsan, barn- och ungdomsförvaltningen i Halmstads kommun."

Ann Johansson, *chef*  
[Halmstad Convention Bureau](#)



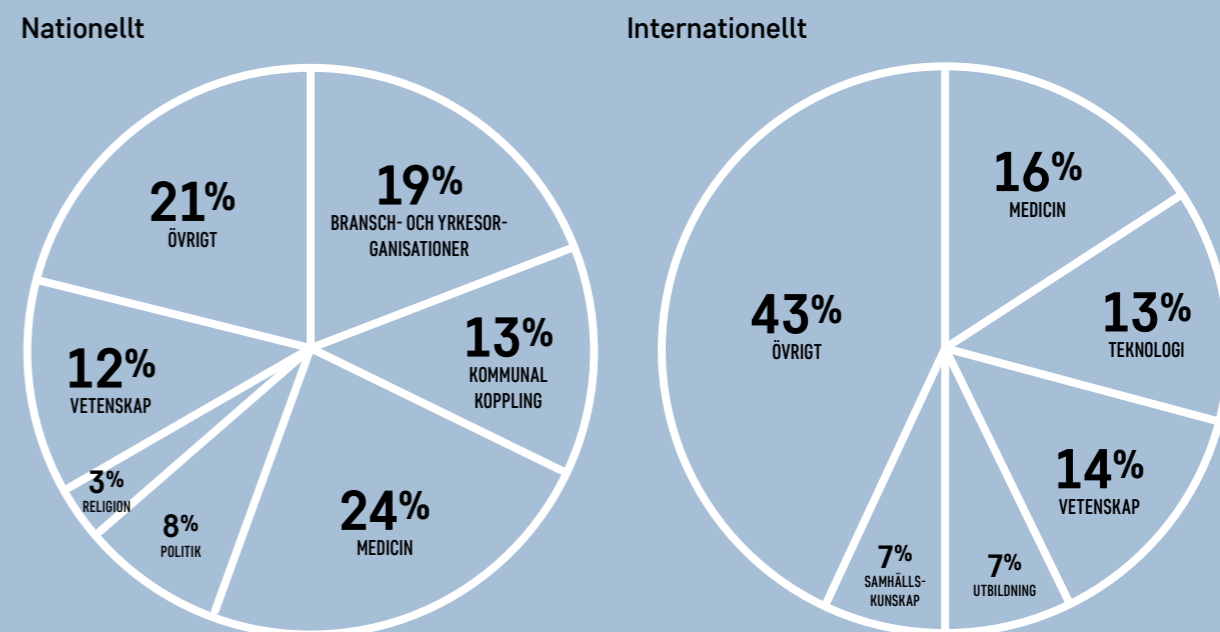
## INTERNATIONELLA KONGRESSER I SVERIGE OCH PLACERINGAR I VÄRLDEN 2019

|                         |                             |
|-------------------------|-----------------------------|
| <b>Stockholm</b> .....  | 91 KONGRESSER / 22:A PLATS  |
| <b>Göteborg</b> .....   | 40 KONGRESSER / 69:E PLATS  |
| <b>Uppsala</b> .....    | 26 KONGRESSER / 112:E PLATS |
| <b>Malmö</b> .....      | 20 KONGRESSER / 150:E PLATS |
| <b>Lund</b> .....       | 17 KONGRESSER / 176:E PLATS |
| <b>Umeå</b> .....       | 7 KONGRESSER / 332:A PLATS  |
| <b>Linköping</b> .....  | 4 KONGRESSER                |
| <b>Norrköping</b> ..... | 4 KONGRESSER                |
| <b>Luleå</b> .....      | 3 KONGRESSER                |
| <b>Västerås</b> .....   | 3 KONGRESSER                |
| <b>Gävle</b> .....      | 2 KONGRESSER                |
| <b>Jönköping</b> .....  | 2 KONGRESSER                |
| <b>Örebro</b> .....     | 2 KONGRESSER                |
| <b>Visby</b> .....      | 2 KONGRESSER                |
| <b>Borås</b> .....      | 1 KONGRESS                  |
| <b>Karlstad</b> .....   | 1 KONGRESS                  |
| <b>Sundsvall</b> .....  | 1 KONGRESS                  |

## 2019 | SIFFROR

### BRANSCHKATEGORIER

Diagrammen visar hur de inrapporterade kongresserna fördelar sig per bransch.



TOTALT ANTAL DELTAGARE UNDER ÅRET

**82 115**  
nationella deltagare

**84 455**  
internationella deltagare

ANTAL DELTAGARE I GENOMSNITT  
PER KONGRESS

**320**  
nationella deltagare

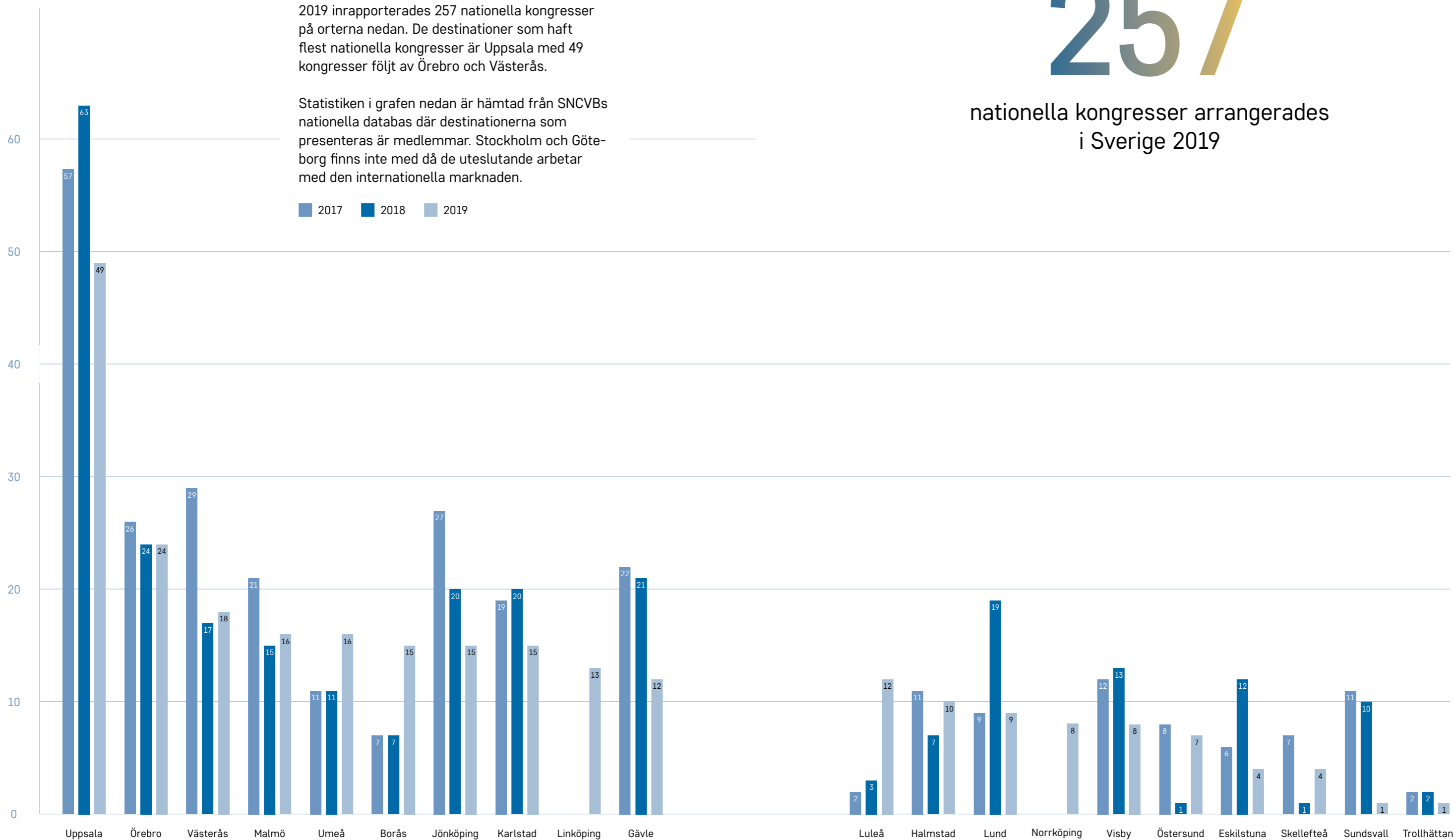
**356**  
internationella deltagare

## NATIONELLA KONGRESSER

2019 inrapporterades 257 nationella kongresser på orterna nedan. De destinationer som haft flest nationella kongresser är Uppsala med 49 kongresser följt av Örebro och Västerås.

Statistiken i grafen nedan är hämtad från SNCVBs nationella databas där destinationerna som presenteras är medlemmar. Stockholm och Göteborg finns inte med då de uteslutande arbetar med den internationella marknaden.

■ 2017 ■ 2018 ■ 2019



# 257

nationella kongresser arrangerades  
i Sverige 2019

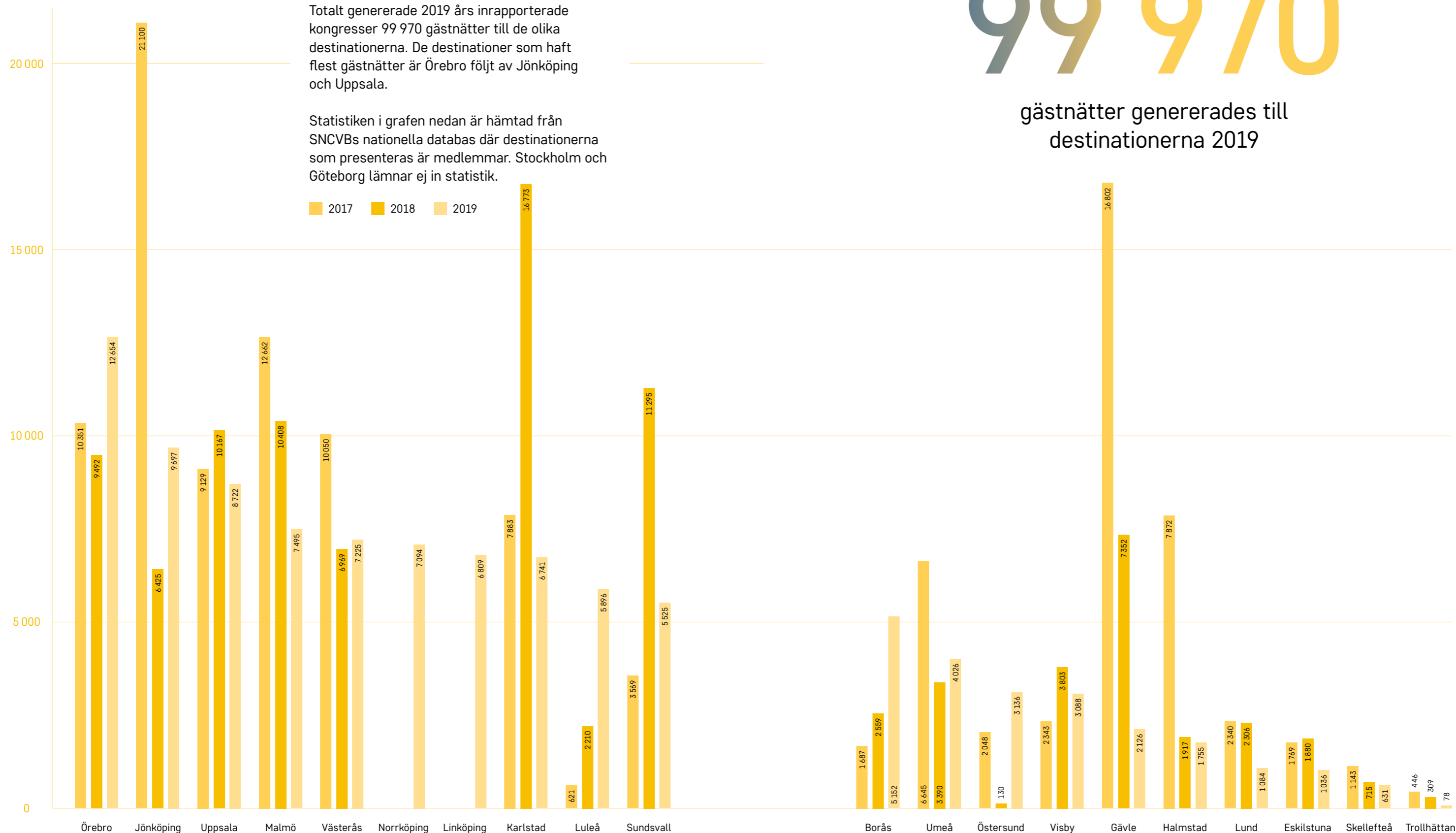


## NATIONELLA GÄSTNÄTTER

Totalt genererade 2019 års inrapporterade kongresser 99 970 gästnätter till de olika destinationerna. De destinationer som haft flest gästnätter är Örebro följt av Jönköping och Uppsala.

Statistiken i grafen nedan är hämtad från SNCVBs nationella databas där destinationerna som presenteras är medlemmar. Stockholm och Göteborg lämnar ej in statistik.

2017 2018 2019



# 99 970

gästnätter genererades till destinationerna 2019



ANSVARIG UTGIVARE Swedish Network of Convention Bureaus  
TEXT & FORM Meetings International Publishing  
Vi reserverar oss för eventuella felskrivningar.  
[sncvb.se](http://sncvb.se)