

Wonderful Copenhagen

Mål- og resultatplan 2023

25.01.2023

Indhold

| | |
|---|----|
| 1. Wonderful Copenhagens strategiske målbillede | 3 |
| 2. Resultatmål for 2023..... | 11 |
| 3. Målopgørelsesoversigt..... | 21 |
| 4. Formalia og påtegning | 32 |

1. Wonderful Copenhagen strategiske målbillede

1.1. Præsentation af Wonderful Copenhagen

Wonderful Copenhagen er hovedstadens destinationsselskab, som har til formål på non profit basis at fremme og udvikle erhvervs- og ferie-/fritidsturismen i Region Hovedstadens område til gavn for almenlystige interesser. Wonderful Copenhagen understøtter inden for sit formål realiseringen af den nationale strategi for dansk turisme.

Wonderful Copenhagen er en erhvervsdrivende fond, der er underlagt Erhvervsfundsloven og ledes af en selvstændig bestyrelse bestående af folkevalgte og erhvervsrepræsentanter (majoriteten). Bestyrelsen er Wonderful Copenhagenes øverste myndighed og skal varetage den overordnede og strategiske ledelse, og har det overordnede ansvar for fondens drift og økonomi samt for, at fondens formål efterleves. Bestyrelsen skal i henhold til loven og *Anbefalingerne for god fondsledelse* alene varetage fondens formål og interesser og handle uafhængigt af særinteresser.

Det følger af fondens vedtægter, at fonden skal tage initiativer til igangsætning og koordination og/eller gennemførelse af aktiviteter inden for markedsføring, produkt- og begivenhedsudvikling, turistservice, netværksdannelse, videns- og kompetenceudvikling inden for turismen i Region Hovedstadens område. Det fremgår desuden af vedtægterne, at fonden kan foretage aktiviteter og indgå i samarbejder uden for Region Hovedstadens geografiske område, og at fondens midler alene må anvendes til fremme af fondens formål.

Wonderful Copenhagen har i 30 år været samlingspunkt for turisterhvervet i hovedstaden og haft ansvar for at markedsføre hovedstadsområdet internationalt. Med Danmarks hovedstad som udgangspunkt varetager Wonderful Copenhagen i dag både regionale, tværregionale, nationale og internationale opgaver, som gælder Danmark og fremmer fondens formål, fx:

- Wonderful Copenhagen er destinationsselskab for kommuner i hovedstadsregionen og har særskilte bilaterale aftaler med Københavns Kommune, Helsingør Kommune og Frederiksberg Kommune, og derudover en lang række projektsamarbejder med øvrige kommuner.
- Fonden tilvejebringer gennem sine kerneopgaver et større, fælles offentligt gode ved at binde hovedstadens meget differentierede turismeværdikæde sammen i en række fælles indsatser inden for markedsføring og destinationsudvikling til gavn for hovedstaden og Danmark. De enkelte turismevirksomheder har hverken kapacitet eller incitament til at udføre fondens opgaver.
- Wonderful Copenhagen varetager nationale opgaver og stiller specialiserede kompetencer, der skabes i en hovedstads kontekst, til rådighed gennem de landsdækkende udviklingsselskaber Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) og Dansk Storbyturisme samt det landsdækkende krydstogtnetværk CruiseCopenhagen. Sekretariatet for sammenslutningen af danske destinationsselskaber er også forankret i Wonderful Copenhagen;
- Wonderful Copenhagen er den overordnede turismeoperatør på dansk side i Greater Copenhagen samarbejdet, som omfatter 85 kommuner og fire regioner i Østdanmark og Sydsverige og har bl.a. ansvar for flyruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected;

- Endelig har Wonderful Copenhagen ansvar for tværnationale opgaver, herunder fremme af krydstogt i Østersøregionen i Cruise Baltic-netværket

1.2. Mission og vision

1.2.1. Mission

Erhvervsministeriets mission:

Skabe konkurrencedygtige og innovative vækstvilkår

Wonderful Copenhagens mission:

Enable our destination to be shared more

1.2.2. Vision

Erhvervsministeriets vision:

Europas bedste rammer for at udvikle og drive virksomhed.

Wonderful Copenhagens vision:

Localhood for everyone

Wonderful Copenhagen har med strategien *Localhood* (2017) defineret sin mission som at "sætte vores destination i stand til at blive delt mere" og sin vision som "localhood for everyone," der har fokus på det autentiske og nære som centrale reasons to go. Strategien er fulgt op af en supplerende bæredygtighedsstrategi, *Tourism for Good* (2018), der understøtter, at fonden arbejder med et bredt bæredygtighedsbegreb med fokus på både miljømæssig, social og økonomisk bæredygtighed, samt et manifest for hovedstadens turismeerhverv relateret til Planet Copenhagen jf. nedenfor.

1.3. Kerneopgaver og strategiske målsætninger

1.3.1. Kerneopgaver

Wonderful Copenhagens arbejde med at fremme og udvikle turismen i hovedstaden og bredt i Danmark, sker gennem fire grundlæggende kerneopgaver, der er defineret af fondens bestyrelse og udvikles og eksekveres sammen med hovedstadens og andre turismeaktører – og til gavn for disse.

1. Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme og events

Wonderful Copenhagen er den største aktør og det centrale kompetencecenter i Danmark i forhold til tiltrækning af international kongres-, møde-, og eventturisme. Indsatsen sker primært i regi af netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen, hvor mere end 120 turismeaktører samarbejder om at tiltrække international erhvervsturisme til hovedstadsregionen og Greater Copenhagen. Wonderful Copenhagen varetager også sekretariatsbetjeningen for det nationale udviklingselskab MeetDenmark.

2. Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme

Wonderful Copenhagen er omdrejningspunktet for indsatsen for at tiltrække krydstogtturisme til Danmark og Østersøen i regi af netværkene CruiseCopenhagen, der samler 51 partnere, heraf 11 danske krydstogtdestinationer, og Cruise Baltic, der samler 31 havne fra landene i Østersøregionen. Indsatsen indebærer netværksaktiviteter, international markedsføring og opsøgende salgsarbejde overfor internationale rederier mm.

3. International og national markedsføring af hovedstaden

Wonderful Copenhagen markedsfører hovedstaden og Greater Copenhagen internationalt over for potentielle rejsende (B2C) og bearbejder derudover den internationale rejsebranche (B2B) med henblik på at få internationale rejseudbydere til at sælge destinationen. Desuden arbejder fonden på at øge tilgængeligheden til hovedstaden. International markedsføring er en integreret del af fondens øvrige kerneopgaver og alle internationale markedsføringsaktiviteter inden for alle fire kerneområder udføres i henhold til den fælles strategi for markedsføring af hovedstaden 2021-2023, som er udarbejdet af Wonderful Copenhagen og VisitDenmark, med udgangspunkt i hovedstadens særlige styrkepositioner vis-a-vis andre storbyer internationalt og inden for den ramme, som Danmarks-brandet udgør, ved brug af brandmanualen herfor og i tæt samarbejde med VisitDenmark. Wonderful Copenhagen markedsfører også hovedstaden på det danske marked mhp. at tiltrække danske gæster.

4. Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling

Wonderful Copenhagen varetager den sammenhængende destinationsudviklingsopgave for hovedstaden og producerer viden, udvikler og gennemfører projekter, som er centrale for at udvikle turisterhvervet og destinationen, så hovedstadsregionen og Greater Copenhagen også på lang sigt kan vedblive at være en bæredygtig og internationalt konkurrencedygtig destination. Wonderful Copenhagen's indsats for en bæredygtig destinationsudvikling understøtter de strategiske rammer i den nationale turismestrategi. Det nationale udviklingsselskab Dansk Storbyturisme, der har til formål at udvikle storbyturismen i de fire største byer, er forankret i Wonderful Copenhagen.

1.3.2. Strategiske målsætninger

Regeringen og Det Nationale Turismeforum lancerede i juni 2022 en ny national turismestrategi, *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. Indsatserne i turismestrategien skal gøre Danmark til den grønne destination i Nordeuropa, og Wonderful Copenhagen's arbejde understøtter realiseringen af strategiens mål. *Comeback Copenhagen* indgår i den nationale strategi og understøtter både de nationale pejlemærker og flere konkrete indikatorer. Det er nedenfor nævnt, hvordan Wonderful Copenhagen's resultatmål understøtter realiseringen af den nationale strategi.

Den globale COVID-19-krise har ramt storbyturismen, herunder ikke mindst hovedstadens turisme- og oplevelseserhverv, særlig hårdt. Turismeforbruget i hovedstaden blev under pandemien reduceret med 44,5 mia. kr., svarende til 75 % af den samlede tab i Danmark. Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen har derfor – med bred erhvervsinddragelse – udarbejdet en fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme: *Comeback Copenhagen 2023*.

Fire langsigtede ambitioner vil, jf. Comeback Copenhagen 2023-planen, sætte rammerne for genopretningen af hovedstadens turisme og udviklingen af hovedstadsområdet som destination i de kommende år. De tilhørende pejlemærker er tilføjet i nedenstående liste. Pejlemærkerne understøttes af Comeback Copenhagen 2023-planens 12 initiativer, der på længere sigt skal bidrage til udviklingen af hovedstadens turisme. Derfor er der en naturlig kobling mellem de overordnede pejlemærker i genopretningsplanen og Wonderful Copenhagen's pejlemærker i mål- og resultatplanen for 2023 (der henvises til Comeback Copenhagen 2023 planen for information om initiativer og underliggende indsatser):

1. Turismen tilbage på vækstsporet
 - a. Turismeomsætningen og antallet af turismeovernatninger i hovedstaden skal i 2023 være tilbage på 2019-niveau, og på lang sigt skal hovedstaden bidrage til det nationale mål for turismevækst
 - b. Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli-aug.) skal i 2023 være på niveau med 2019
 - c. De internationale turisters tilfredshed med deres ophold skal i 2023 ligge på niveau med eller bedre end gennemsnittet blandt Københavns vigtigste internationale konkurrentbyer
2. Omstilling til en ny markedssituation
 - a. Den gennemsnitlige tilfredshed med de målrettede omstillingsforløb i 2023-planen blandt deltagende virksomheder og kulturaktører m.fl. er mindst 4 på en 5-punkt-skala
3. Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere
 - a. Niveauet for borgerne i Københavns overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv skal være øget ultimo 2023 ift. 2021-niveau
 - b. Den faktiske beskæftigelse i hotel- og restaurantbranchen i København skal ultimo 2023 være tilbage på 2019-niveau
 - c. Antal overnatninger i regionen uden for København skal i 2023 være på niveau med eller højere end i 2019
4. En førende grøn turistdestination
 - a. København skal i 2023 være verdens mest bæredygtige turistdestination målt på Global Destination Sustainability Index (GDSI)
 - b. 75% af hoteller i København skal i 2025 være bæredygtighedscertificerede eller have igangsat processen
 - c. København skal i 2025 være nr. 1 sammenlignet med sine vigtigste konkurrenter, hvad angår de internationale turisters vurdering af destinationen som et miljøvenligt rejsemål

Wonderful Copenhagen's aktiviteter inden for kerneopgaverne tilpasses løbende verdenssituationen. I 2023 vil aktiviteterne fortsat udmøntes inden for rammerne af de fire ambitioner, så der er sammenhæng og strategisk retning i de offentlige investeringer på området og så hovedstaden kan fastholde sin internationale markedsposition i konkurrence med andre storbyer og genoprettes op en bæredygtig måde, der sikrer vækst, opbakning blandt borgere og reduceret klima- og miljøaftryk. I 2023 forventes pandemien heldigvis at fylde mindre i forhold til turismeudviklingen, der er dog nye alvorlige udfordringer for turismeerhvervet i form af konsekvenserne af krigen i Ukraine og den internationale inflation og energikrise, som indsatsen vil blive tilpasset efter. Det gælder særligt indsatsene under ambition 3 om at omstille til en ny markedssituation. De fire langsigtede ambitioner i høj grad går på tværs af aktiviteterne og at mange aktiviteter har til formål at understøtte mere end én ambition.

1.4. Wonderful Copenhagen's økonomi

Wonderful Copenhagen finansierer sine aktiviteter gennem årlige aftaler med Erhvervsministeriet, gennem netværksbidrag, flerårige aftaler med kommuner, projektbidrag og øvrige bidrag fra erhvervslivet, organisationer og det offentlige, samt gennem salg af Copenhagen Card. Grundlaget for fondens virke er Wonderful Copenhagen's statslige basisfinansiering.

Fonden gearer sit basisbidrag gennem en lang række forskellige finansieringskilder, som samlet skaber større værdi. Fx betyder det, at basisbidrag indgår i konkrete projekter, som geares med midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samt eksterne partnere, som også bidrager til projektet (med timer og / eller konstant medfinansiering). Dette er uddybet nedenfor. Denne Mål- og resultatplan er rammen for udmøntningen af Wonderful Copenhagen's basisfinansiering, som danner grundlag for realiseringen af resultatmålene og gearingen med yderligere midler.

Der er vedtaget en midlertidig bevillingslov for 2023, hvorfor bevillingsniveauet for 2023 endnu ikke kendes. Nærværende mål- og resultatplan tager udgangspunkt i bevillingsniveauet, som dette blev fastlagt på det bortfaldne forslag til finanslov for finansåret 2023. Budgettet vil blive genbesøgt, såfremt den vedtagne finanslov for 2023 ændrer på denne præmis. Wonderful Copenhagen ville jf. det bortfaldne forslag til finanslov modtage 46,8 mio. kr. i 2023 i basisfinansiering (en P/L-reguleret stigning på 2,4 mio. kr. i forhold til 2022). Projektmidler øremærket ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected frafalder i 2023 (4 mio. kr. i 2022). Derudover har regeringen og aftalepartier i aftale om sommer- og erhvervspakken af 4. juni 2021 afsat 50 mio. kr. i 2021 til igangsættelse af yderligere initiativer, der kan løbe i 2021-2023. Basisfinansieringen og sommerpakkebidragene udmøntes via Wonderful Copenhagen og er med til at finansiere Comeback Copenhagen-planen (i 2023 indgår 3 mio. kr. basismidler og i 2022-23 indgår samlet 47,2 mio. kr. sommerpakkebidrag i Comeback Copenhagen-planen). Desuden er det lykkedes fonden at tiltrække projektmidler mm. fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse til projekterne 'Sustainable Choice', 'Cities for Culture', 'World Capital of Architecture', 'Fyrtårn Life Science' og som part i de landsdækkende projekter 'Partnerskab for bæredygtig turisme' og 'Hub for Innovation in Tourism'. Hertil kommer bidrag fra Københavns -, Frederiksberg - hhv. Helsingør kommune.

Wonderful Copenhagen's samlede aktivitetsbudget ventes i 2023 at være i størrelsesordenen 113,7. kr., jf. nedenstående tabel.

Fordelingen af basisbevilling samt øvrige indtægter er således i budgettet:

| Opgaver | Basismidler mio. kr.* | Anden indtægt mio. kr.** | Budget 2022 mio. kr. i alt*** | Sommerpakkebidrag i 2022 i regi af Comeback Copenhagen 2023-planen**** |
|---|-----------------------|--------------------------|-------------------------------|--|
| 1. Convention: Tiltrækning og udvikling af erhvervssturisme og events | 11,9 | 21,1 | 33,0 | 6,3 |

| | | | | |
|---|------|------|------|-----|
| 2. Cruise: Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme | 1,0 | 3,7 | 4,7 | 0,9 |
| 3. Communication: International og national markedsføring af hovedstaden | 11,9 | 27,2 | 39,1 | 7,9 |
| 4. Development: Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling | 13,0 | 9,9 | 22,9 | 3,7 |
| 5. Shared services: Hjælpefunktioner samt generel ledelse og adm. | 9,0 | 5 | 14,0 | - |

* Kolonnen inkluderer 3 mio. kr. basismidler som indgår i finansieringen af Comeback Copenhagen 2023

** Kolonnen medtager indtægter fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, kommuner, private netværk, rest af tidligere tildelte statslige bidrag til Greater Copenhagen Connected , den andel af statslige bidrag til MeetDK og Dansk Storbyturisme, der går til Wonderful Copenhagen samt administrationsbidrag fra en række organisationer.

*** Copenhagen Card omsætningen samt CC23 midlerne er ikke inkluderet i dette tal.

**** Comeback Copenhagen 2023-planen har et særskilt 2-årigt budget, hvor den samlede finansiering er fordelt på planens initiativer. Kolonnen er beregnet som sommerpakkemidlernes forholdsmæssige andel pr. aktivitet pr. år.

| | Turismen tilbage på vækstsporet | Omstilling til en ny markedssituation | Turisterne til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere | En førende grøn turistdestination |
|--|---|--|---|---|
| Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme og events | 1.1 International erhvervs- og eventturisme vundet til hovedstaden | 2.1 Måling af langsigtet værdiskabelse ved videnskongresser | 3.1 Større turismeeffekt ved Københavns udnævnelse som UNESCO-UIA World Capital of Architecture | 4.1 Mere bæredygtige og klimavenlige kongresser og events |
| Tiltrækning og udvikling af krydstogsturisme | 1.2 Omsætningen fra krydstogtturismen tilbage | | | 4.2 Erhvervsopbakning til Østersøen som grøn krydstogtdestination |
| International og national markedsføring af hovedstaden | 1.3 Forlængelse af fælles markedsføringsplan for 2023 med VisitDenmark, samt en forlængelse af den fælles strategiske ramme for markedsføring af hovedstaden frem til 2026. | 2.2 Understøttelse af aktørernes digitale markedsføring | | |
| | 1.4 Effektmåling af kampagner. | | | |
| | 1.5 Genetablering af hovedstadens internationale flytilgængelighed | | | |
| Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling | | 2.3 Omstilling af restauranter | 3.2 Udvikling af hovedstadsgeografien uden for København | 4.3 Certificering af turismeerhvervet |
| | | 2.4 Omstilling af kulturaktørernes forretning i en genopretningsfase | 3.3 Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen | 4.4 Sustainable Choice Copenhagen |
| Partnertilfredshed | 5.1 Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen | | | |
| | 5.2 Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network | | | |
| | 5.3 Partnertilfredshed i Visit Copenhagen Partners | | | |
| | 5.4 Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter | | | |
| | Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration | | | |

| Bidrag til national strategi for dansk turisme samt 2022-2023-plan | 6.1 Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme | 6.2. Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme 2022-2023 | | |
|--|--|---|--|--|
|--|--|---|--|--|

* Kolonnen inkluderer 3,5 mio. kr. basismidler som indgår i finansieringen af Comeback Copenhagen 2023

** Kolonnen medtager indtægter fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, kommuner, private netværk, rest af tidligere tildelte statslige bidrag til Greater Copenhagen Connected, den andel af statslige bidrag til MeetDK og Dansk Storbyturisme, der går til Wonderful Copenhagen samt administrationsbidrag fra en række organisationer.

*** Copenhagen Card omsætningen er ikke inkluderet i dette tal. Copenhagen Card omsætningen i 2022 er meget afhængig af genåbningen af hovedstaden.

**** Comeback Copenhagen 2023-planen har et særskilt 2-årigt budget, hvor den samlede finansiering er fordelt på planens initiativer. Kolonnen er beregnet som sommerpakkemidlernes forholdsmæssige andel pr. aktivitet pr. år.

2. Resultatmål for 2023

2.1 Policy-mål

Wonderful Copenhagenens resultatmål fordelt på ambitioner

Wonderful Copenhagen arbejder inden for hver af sine fire kerneopgaver med at fremme de fire overordnede strategiske målsætninger: vækst, omstilling, borgertilfredshed og bæredygtighed. Derfor er der inden for hver af kerneopgaverne opstillet relevante mål for Comeback Copenhagen 2023-planens fire ambitioner. Desuden er der inden for hver kerneopgave opstillet et partertilfredshedsmaal, som udtryk for at Wonderful Copenhagen er en partnerorganisation, der gennemfører sine aktiviteter for og med turismens aktører. Sammenhængen mellem resultatmål, ambitioner og kerneopgaver fremgår af nedenstående matrix. Den internationale markedsføring vil ske med afsæt i 'Everyday Wonders of Copenhagen' og inden for den ramme som Danmarks-brandet 'The Land of Everyday Wonder' udgør. Al international markedsføring af København tager udgangspunkt i én fælles plan herunder også en medieplan, som udvikles i fællesskab mellem VisitDenmark og Wonderful Copenhagen, så alle aktiviteter og indkøb koordineres for at undgå overlap og sikre bedst muligt samspil mellem indsatser, geografier, målretninger, målgrupper mv. og en effektiv anvendelse af offentlige midler.

AMBITION 1: TURISMEN TILBAGE PÅ VÆKSTSPORET

Hovedstadens turisme skal tilbage på vækstsporet og spille en stor og positiv rolle for Københavns og Danmarks økonomi og beskæftigelse. Hovedstaden skal være en internationalt kendt destination, som tiltrækker mange udenlandske gæster med udgangspunkt i sine særlige styrkepositioner i konkurrence med andre storbyer internationalt. Væksten skal ske på en bæredygtig måde – med fokus på øget aktivitet uden for højsæsonen og i hele hovedstadsområdet, så flere får gavn af turismen som kilde til erhvervsudvikling og oplevelsestilbud. Resultatmålene i dette afsnit understøtter således den nationale strategis pejlemærke om flere turister med et større turismeforbrug og de dertilhørende indikatorer.

Resultatmål 1 – Turismen tilbage på vækstsporet

For at bidrage til den langsigtede ambition om at bringe hovedstadens turisme tilbage på vækstsporet skal Wonderful Copenhagen i 2023 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 30 pct.

1.1 *International erhvervs- og eventturisme vundet til hovedstaden*

| | |
|-----|--|
| | <p>Wonderful Copenhagen skal i 2023 vinde kongresser, møder, incentive-rejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismemæssig omsætning på: 750 mio. kr. (svarende til i alt 205.000 overnatninger)¹</p> |
| 1.2 | <p><i>Omsætningen fra krydstogtturismen tilbage</i> På grund af krigen i Ukraine forventes Skt. Petersborg ikke at kunne anløbes i flere år frem. Det har negative konsekvenser for krydstogtturismen i hele Østersøen, ikke mindst for København som den største turnaround havn. Derfor skal der i 2023 udarbejdes en revideret strategi for, hvordan krydstogtturismen kan komme tilbage på vækstsporet uden Skt. Petersborg. Med udgangen af 2023 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2025 over 2019-niveau, dvs. 1,45 mia. kr. i turismeøkonomisk omsætning svarende til 1,2 mio. Krydstogtgæster. I 2019 besøgte ca. 1,1 mio. krydstogtgæster Danmark.</p> |
| 1.3 | <p><i>Forlængelse af fælles markedsføringsplan for 2023 med VisitDenmark, samt en forlængelse af den fælles strategiske ramme for markedsføring af hovedstaden frem til 2026</i> Wonderful Copenhagen og VisitDenmark fortsætter i 2023 samarbejdet om en ekstraordinær og koordineret markedsføringsindsats af hovedstaden som turistdestination jf. Comeback Copenhagen, da der vurderes fortsat at være et behov. Wonderful Copenhagen og VisitDenmark har i 2022 haft succes med at strukturere samarbejdet efter en fælles markedsføringsplan. Målet for 2023 er, at der inden udgangen af marts 2023 i samarbejde med VisitDenmark er udarbejdet en fælles markedsføringsplan for international markedsføring af København for 2023. Markedsføringsplanen eksekveres i 2023 og skal indeholde en plan med beskrivelse af markeder, målgrupper, markedsføringsaktiviteter pr. marked, tidsplan, budgetter, effektmåling herunder forventet partnerfinansiering. Planen tilrettelægges så den understøtter Den Nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme og den kan detaljeres og konkretiseres løbende mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark i løbet af året afhængig af evt. nye midler (gearing mv.), rejselyst i målgrupperne, COVID, mv.</p> <p>Resultatmålet indgår desuden i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 1).</p> <p>Wonderful Copenhagen og VisitDenmark udviklede i 2020 en fælles markedsføringsstrategi for hovedstaden 2020-2023. Strategien er en ramme for samarbejdet og dækker ferierejser, erhvervsrejser og krydstogt. Denne strategi har begge organisationer arbejdet efter siden da og fortsætter i 2023. Nu kigger hovedstadens turisme ind i en ny krise foranlediget af stigende inflation, krig i Europa og andre globale udfordringer. Det vil derfor være nyttigt med en fælles</p> |

¹ Fordeling af overnatninger: Kongres = 150.000, M&I = 15.000, sport&events = 30.000

| | |
|------------|---|
| | <p>ramme for samarbejdet fra 2024 i form af en samarbejdsaftale, som kan bygge på grundstenene i den fælles markedsføringsstrategi for hovedstaden 2020-2023. Der lægges som udgangspunkt ikke op til en ændring i organisationernes grundlæggende roller og arbejdsdeling. Der skal være enighed om samarbejdsaftalen / rammen senest d. 1. november 2023, så den kan danne baggrund for den nye fælles markedsføringsplan for hovedstaden 2024. Samarbejdsaftalen/rammen skal understøtte Den Nationale Strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme og kan være flerårig og kan omfatte andet end international markedsføring fx datasamarbejder mv.</p> |
| <p>1.4</p> | <p>Effektmåling af kampagner</p> <p>Effekten af den offentligt medfinansierede internationale turismemarkedsføring skal måles ensartet og deles på tværs af aktører med henblik på videndeling og synliggørelse af effekt. Effektmålingen skal forbedres, så kampagneaktiviteter kan optimeres, og så både offentlige og kommercielle aktører får en øget indsigt i effekten, herunder hvilke effekter markedsføringen har, og hvordan det er muligt at påvirke turisterne ved hjælp af markedsføring.</p> <p>Det er centralt, at der sikres bredt ejerskab til modellen, herunder at Wonderful Copenhagen og øvrige, relevante turismeorganisationer bliver tæt inddraget i de overvejelser, som ligger til grund for modeludformningen og får mulighed for at levere input hertil.</p> <p>Wonderful Copenhagen vil i 2023 anvende effektmålingsmodellen på de relevante og tilgængelige markeder og levere data og konstruktiv feedback til Visit-Denmark. For internationale kampagner, hvor effektmålingsmodellen ikke kan anvendes, vil Wonderful Copenhagen fastsætte passende KPI'er afhængig af indsatsens formål og relevante omstændigheder (sæson, medie, budskab, målgruppe osv.) Derudover vil Wonderful Copenhagen løbende sigte efter, at indsatserne så vidt muligt i lyset af den øgede konkurrence ligger inden for følgende effektmål, som er udtryk for 'normal'-værdier for hhv:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Display: "Cost pr. Click": 4 – 7 dkk • Video: "View through rate": 35 – 50% • Nyhedsbreve (sign up) "Cost pr. Acquisition": 20 – 40 dkk. |
| <p>1.5</p> | <p>Genetablering af hovedstadens internationale flytilgængelighed</p> <p>Den internationale flytilgængelighed er afgørende for hovedstadens turisme og dansk erhvervsliv bredt set. Ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected vil i 2023 fokusere på at genoprette rutenetværket omkring Københavns Lufthavn ved at tiltrække interkontinentale flyruter og ruteudvidelser til København. Derudover vil programmet i 2023 udarbejde et endeligt oplæg til partnergruppen om, hvordan programmet bedst kan bidrage til at fremme bæredygtig luftfart og bæredygtig adfærd blandt de flyrejsende, der ankommer til destinationen.</p> |

Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 3).

AMBITION 2: OMSTILLING TIL EN NY MARKEDSSITUATION

For at stå stærkt i den internationale turisme, skal hovedstadens turisme i de kommende år tilpasse sig en ny efterspørgsel blandt turisterne og ruste sig til en ny konkurrencesituation. Turismeerhvervet skal flytte sig fra i dag at have et efterslæb ift. innovation og digitalisering til i fremtiden at gå forrest i den udvikling med innovative, digitale oplevelsestilbud og services. Det skal ske i samarbejde med aktører uden for det etablerede turismeerhverv. Resultatmålene i dette afsnit understøtter flere af den nationale strategis pejlemærker, herunder pejlemærket "Flere turister med et større turismeforbrug".

Resultatmål 2 – Omstilling til en ny markedssituation

For at bidrage til den langsigtede ambition om omstillingen af hovedstadens turismeerhverv skal Wonderful Copenhagen i 2023 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 20 pct.

2.1

Måling af langsigtet værdiskabelse ved videnkongresser

Wonderful Copenhagen arbejder målrettet med at omstille og få mere værdi ud af destinationens værtskab for internationale kongresser i initiativet Copenhagen Legacy Lab, der i 2021 og 2022 er internationalt prisbelønnet.

I 2022 er der udviklet en Copenhagen Legacy målemetodik med skelen til EU Kommissionens metodik for 'impact measurement,' som nu danner rammen for evaluering af legacyarbejdet. Målet i 2023 er at brede anvendelsen af metodikken ud til internationale foreningskunder, hvis kongresser vi arbejder på at sikre til København i fremtiden, og evt. i tilpasset form anvende den på store events.

Legacy Lab-initiativet er et 4-årigt initiativ (2021-24) påbegyndt og delvist finansieret af Københavns Kommune. Initiativet indgår i og boostes også som led i 2023-planen (initiativ 6).

2.2

Understøttelse af aktørernes digitale markedsføring

Hovedstadens samlede markedsføringstryk er i høj grad afhængig af, at destinationens mange turismeaktører – hoteller, restauranter, museer, attraktioner, transportører mv. – selv markedsfører sig aktivt og professionelt over for deres relevante målgrupper.

| | |
|-----|---|
| | <p>Wonderful Copenhagen udvikler og udgiver løbende digitale tool boxes med kampagneindhold og guidance til fri afbenyttelse og afholder webinarer for destinationens turismeaktører med vejledning til, hvordan de kan bidrage til nationale og internationale kampagner. Wonderful Copenhagen vil i 2023 udvikle digitale toolboxe til hhv. kampagner og brand assets (billeder, film, bannere, copy) mhp. at destinationens aktører kan anvende indhold og styrke deres egen digitale markedsføring samt forstærke og bidrage til den fælles markedsføring. Derudover vil Wonderful Copenhagen afholde mindst et webinar i forbindelse med kampagnerne.</p> |
| 2.3 | <p><i>Omstilling af restauranter</i></p> <p>Wonderful Copenhagen vil i 2023 arbejde for at genoprette hovedstadens restaurationsbranche, som er en styrkeposition og reason-to-go, og som er udfordret af de nuværende kriser, herunder inflation og mangel på arbejdskraft. Aktiviteterne bygger videre på de igangsatte aktiviteter fra 2022, men fokuserer på nye behov hos branchen.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 9).</p> |
| 2.4 | <p><i>Hovedstaden som konkurrencedygtig kulturmetropol</i></p> <p>I 2022 lancerede Wonderful Copenhagen Copencore, der er hovedstadens fælles vision for kulturturisme. Visionen sætter en fælles retning for udviklingen af hovedstaden som en international konkurrencedygtig kulturmetropol. Som opfølgningen på visionen og Comeback Copenhagen 2023 er Wonderful Copenhagen i 2023 tovholder på at gennemføre en række udviklingsforløb sammen med kulturaktører, som bl.a. bidrager til at øge de internationale turisternes tilfredshed med kulturudbuddet og deres kulturforbrug.</p> <p>Indsatsen løber frem til 2025 og har en samlet økonomi på 25 mio. kr., som dækker over initiativer i København, Aarhus og på Fyn, samt vidensudbredelse nationalt, 12,5 mio. kr. kommer fra Erhvervsfremmebestyrelsens turismepulje 2022, mens de resterende midler kommer fra partnerne i Dansk Storbyturisme, herunder Wonderful Copenhagen's basisbevilling, samt deltagende partnere (Københavns Kommune og kulturaktører). Wonderful Copenhagen er projekt-ejer. Indsatsen bygger oven på Kickstart Kulturturismen i som bl.a. var finansieret gennem aftale om sommerpakken i 2021.</p> |

AMBITION 3: TURISME TIL GAVN FOR HELE HOVEDSTADEN OG HOVEDSTADENS INDBYGGERE

Turismen i hovedstaden er med til at skabe oplevelser, kultureliv og gastronomi til glæde for både borgere og turister. Samtidig er det lokale liv i høj grad omdrejningspunktet for turismen. Derfor skal turismeudviklingen ske i balance med borgernes hverdag, og borgere og lokale kræfter skal tænkes med ind i turismeudviklingen. Derudover skal turismen spredes mere ud, så turismen kommer hele regionen til gode. Resultatmålene i dette afsnit understøtter således den nationale strategis pejlemærke om tilfredse turister, borgere og medarbejdere.

Resultatmål 3 – Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere

For at bidrage til den langsigtede ambition om at fremme en turismeudvikling til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere skal Wonderful Copenhagen i 2023 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 15 pct.

| | |
|-----|--|
| 3.1 | <p>Større turismeeffekt ved Københavns udnævnelse som UNESCO-UIA World Capital of Architecture</p> <p>I 2023 er København vært for verdens største arkitektkongres "United International Architects". Kongressen afholdes i juli og der forventes i omegnen af 10.000 deltagere fra hele verden. Foranlediget af kongressen er København tilmed af UNESCO blevet udpeget som "World Capital of Architecture" i 2023 og frem mod næste kongres i 2026. Københavns Kommune har projektejerskabet, og har bl.a. indgået samarbejder med en række aktører, der i den anledning planlægger forskellige arkitekturrelaterede aktiviteter i 2023.</p> <p>Både verdens største arkitektkongres og udnævnelsen som verdens arkitekturhovedstad giver hovedstaden en unik platform for at tiltrække turister. Samtidigt udgør begivenheden en platform for promovning af Københavns styrkepositioner, både før, under og efter selve kongressen. Arkitektur er en af hovedstadens absolutte styrkepositioner og indgår allerede i dag som et vigtigt element i den internationale kernefortælling om København.</p> <p>Opgaven er at få størst mulig turismeeffekt ud af arkitekturåret. Det kræver både en stærk samlet markedsføring af hovedstaden som tiltrækker gæster og at de enkelte aktørers aktiviteter synliggøres over for det relevante internationale publikum. Derfor udvikles en værktøjskasse med konkret 'content', som byens aktører kan aktivere i egen markedsføring. Der afvikles også 25-30 presseture for internationale medier, indgås mediesamarbejder og gennemføres international markedsføring. Wonderful Copenhagen samarbejder med VisitDenmark om den internationale markedsføring og pressebearbejdning.</p> |
| 3.2 | <p>Udvikling af hovedstadsgeografien uden for København</p> <p>I forlængelse af udviklingsplanen for turismen i hovedstadsregionen, som Wonderful Copenhagen i samarbejde med VisitNordsjælland og Dansk Kyst- og Naturturisme fremlagde i 2021, og igangsatte aktiviteter under i 2022, vil der fortsat blive arbejdet med udvikling, markedsføring og tværkommunale samarbejder uden for København.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 8).</p> |
| 3.3 | <p>Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen</p> <p>Bæredygtig destinationsudvikling beror på inddragende samarbejde mellem turismeaktører, borgere og destinationsselskaber. Borgeropbakning er central for turismeudviklingen i hovedstaden. Med mange flere hoteller, særligt i Indre</p> |

By, vil det blive strategisk vigtigt for turismeudviklingen i hovedstaden at sikre borgernes opbakning. Wonderful Copenhagen skal derfor i 2023, baseret på viden, faglighed og samarbejde - arbejde med at styrke borgeropbakningen fra Københavnerne og særligt i Indre By.

Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 7) Arbejdet vil bygge videre på Erhvervsfremmeprojektet "Tourism Moves". I 2023 vil Wonderful Copenhagen løbende og systematisk indsamle viden om lokale og besøgendes adfærd og behov. På den baggrund arbejdes der med målrettede forløb med det formål at finde løsninger på udfordringer relateret til mødet mellem turister og lokale.

Wonderful Copenhagen vil, som et fast punkt på de planlagte kvartalsmøder med Erhvervsministeriet, informere løbende om fremdriften med dette arbejde.

AMBITION 4: EN FØRENDE GRØN TURISTDESTINATION

Hovedstaden skal være verdens mest bæredygtige turistdestination – og kendt som sådan. Bæredygtighed skal være en del af kernefortællingen internationalt om hovedstaden, og så skal bæredygtighed tænkes ind i alle former for turismearbejde, så hele turismens værdikæde bidrager til at skabe en grøn hovedstad. Det gælder i alt fra restaurationsbranchen, hvor borgere og turister kan inspireres til mere klimavenlige spisevaner med mindre madspild, til krydstogtsanløbene, hvor landstrøm kan nedbringe både CO2-udledninger og luftforurening. Resultatmålene i dette afsnit understøtter således den nationale strategis pejlemærke om Grønne og bæredygtige løsninger med mindre miljø- og klimaftryk.

Resultatmål 4 – En førende grøn turistdestination

For at bidrage til den langsigtede ambition og fremme en turismeudvikling til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere skal Wonderful Copenhagen i 2023 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 20 pct.

4.1

Mere bæredygtige og klimavenlige kongresser og events

Wonderful Copenhagen har i 2022 videreudviklet og relanceret den digitale bæredygtighedsguide, der først blev lanceret i 2021. Guiden er et begivenhedsværktøj rettet mod lokale erhvervsaktører og internationale kunder og bidrager til, at flere kongresser og events bliver planlagt bæredygtigt. Guiden indgår i buddene på de internationale kongresser. Ved tildeling af midler fra kongresspuljen, er det frem over en forudsætning at kunderne har gjort brug af bæredygtighedsguiden i planlægningsfasen, samt afrapporterer herpå efter kongressens afvikling. Som et skridt vil der i 2023 blive udviklet en specifik plan for, hvordan fremtidige kongresser og events kan reducere sit klimaaftryk og evt. blive CO2-neutrale.

- 4.2 ***Erhvervsopbakning til Østersøen som grøn krydstogtdestination***
 Nordisk Ministerråd har besluttet at arbejde for, at Norden bliver den mest bæredygtige krydstogtdestination i verden i 2030. Et element er brug af landstrøm, som vil medføre reduktion af CO2 og partikeludledning. København ventes at kunne tilbyde landstrøm til krydstogt fra ca. 2024. Samtidig skal rederierne foretage investeringer i at gøre deres flåder klar til landstrøm. Dette mål understøtter initiativ 2.6 i den nationale turismestrategi vedr. etablering af landstrøm.
- I 2022 afholdte Wonderful Copenhagen (Cruise Baltic) en konference med deltagelse af CEOs fra internationale rederier, der sejler i Østersøen. 19 rederier, inkl. de fire største rederier i verden, har underskrevet en erklæring om, at deres flåder fra 2024 vil benytte landstrøm på deres krydstogter i Østersøen i de havne, hvor landstrøm er tilgængeligt. Frem mod 2024 vil Wonderful Copenhagen arbejde for at øge tilslutningen til denne hensigtserklæring.
- For at skabe en bredere udvikling af bæredygtig krydstogtturisme vil Wonderful Copenhagen inden udgangen af 2023 fremlægge en rapport, som samler best practice inden for bæredygtig krydstogtturisme. Formålet er inspirere til yderligere handling i hele Østersøen.
- Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 12).
- 4.3 ***Certificering af turismeerhvervet***
 I regi af det nationale erhvervsfremmeprojekt "Partnerskab for bæredygtig vækst i dansk turisme" samler Wonderful Copenhagen aktører i Dansk Storbyturisme om at højne ambitionsniveauet for bæredygtighed i erhvervet, særligt med fokus på certificering. Målet er på tværs af virksomheder og aktører at løfte hovedstadens og de øvrige storbyers samlede certificeringer med henblik på at leve op til pejlemærket for destinationen om, at "75% af hoteller i København skal i 2025 være bæredygtighedscertificerede eller have igangsat processen" (Comeback Copenhagen 2023-planen).
- 4.4 ***Sustainable Choice Cph***
 Wonderful Copenhagen vil i 2023 i regi af projektet "Sustainable Choice Cph" arbejde med udvikling af hovedstaden, så hovedstaden på sigt bliver verdens førende bæredygtige turismedestination.
- Projektet samler turismeerhvervet på tværs af aktører for at skabe og synliggøre bæredygtige produkter og services mhp. både samlet set at løfte destinationen og gøre det operationelt at omsætte bæredygtighed til forretning. Et vigtigt element er, at sikre København en topplacering på det internationale GDS-Index (Global Destination Sustainability Index)
- København er i 2022 nr. 3 efter Göteborg og Bergen og dermed den bedst placerede hovedstadsdestination (København var i 2021 nr. 2, og er dermed faldet en plads i 2022).

Fastholdelse og udbygning af denne position kan kun ske ved at samle erhvervet i både fælles og stærkere individuelle indsatser. Wonderful Copenhagen har i 2022 sammen med turismeerhvervet udviklet et fælles manifest for en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden, *Planet Copenhagen*. Som et led i manifestet forpligter virksomhederne sig til at udarbejde og dele en handlingsplan. I 2023 vil Wonderful Copenhagen udbygge tilslutningen til manifestet og derigennem samlet øge mængden af bæredygtige handlinger. Alle virksomheder der underskriver manifestet, forpligter sig til at udarbejde og dele en konkret handlingsplan.

Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 11).

”Sustainable Choice Cph”-indsatsen løber t.o.m. november 2024, og har en samlet økonomi på 15 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder Wonderful Copenhagen basismidler.

PARTNERTILFREDSHED

Resultatmål 5: Partnertilfredshed

Wonderful Copenhagen er en partnerorganisation, som gennemfører alle sine aktiviteter i tæt samarbejde med og på tværs af turismens private og offentlige aktører og altid med skarpt fokus på, at aktiviteterne både skal komme destinationen og partnerne til gode. Wonderful Copenhagen har i dag mere end 200 private og offentlige bidragsydere, som er organiseret omkring og er med til at finansiere aktiviteterne inden for fondens fire kerneområder. Partnertilfredshed er derfor helt centralt og Wonderful Copenhagen skal i 2023 derfor nå følgende mål.

Vægt: 10 pct.

- | | |
|-----|---|
| 5.1 | Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Meetingplace, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne |
| 5.2 | Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Cruise Copenhagen Network, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne |
| 5.3 | Partnertilfredshed i Visit Copenhagen Partners Partnerne i markedsføringsnetværket Visit Copenhagen Partners skal være tilfredse med netværket og Wonderful Copenhagen's digitale kampagner. Partnertilfredsheden skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala. |
| 5.4 | Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagen's destinationsudviklingsprojekter skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala. |

2.2. Drifts- og administrationsmål

2.2. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration

| | |
|--|--|
| Resultatmål 6: Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme | |
| Vægt: 5 pct. | |
| 6.1 | <p>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til implementering af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Det gælder både som tovholder af konkrete initiativer i strategien (initiativ 1.1; 2.5; 7.2) samt som bidragsyder til implementering af en lang række andre initiativer fra strategien. Derudover bidrager Wonderful Copenhagen til at skabe sammenhæng til indsatserne i den langsigtede genopretningsplan for hovedstadens turisme 2022-2023.</p> |
| 6.2 | <p>Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme 2022-2023 Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen (sekretariat) har med inddragelse af hovedstadens turismeerhverv, kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet udarbejdet genopretningsplanen Comeback Copenhagen 2023. Planen blev lanceret primo 2022 og opstiller fire overordnede ambitioner, der skal sætte retning for udviklingen i hovedstadens turisme i de kommende år. Realiseringen er forankret hos Wonderful Copenhagen (dog er initiativ 4 vedr. arbejdskraft forankret hos Københavns Kommune) og vil ske med inddragelse af relevante offentlige og private aktører. Wonderful Copenhagen står for betjeningen af koordinationsforummet/styregruppen.</p> |

3. Målgørelsesoversigt

| Nr. | Mål | Vægt i pct. | Kriterier for delvist opfyldt | Kriterier for helt opfyldt |
|---------------------------------|--|-------------|---|--|
| Policy- og udviklingsmål | | | | |
| 1 | Turismen tilbage på vækstsporet | 30 | | |
| 1.1 | <i>International erhvervs- og eventturisme vundet til hovedstaden</i> Wonderful Copenhagen skal i 2023 vinde kongresser, møder, incentive-rejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismemæssig omsætning på: 750 mio kr. (svarende til i alt 205.000 overnatninger). | 7,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejser og events svarende til en samlet turismemæssig omsætning på min. 368 mio. kr. (svarende til samlet 100.000 overnatninger) | Målet er opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejser og events svarende til en samlet turismemæssig omsætning på min. 750 mio. kr. (svarende til samlet 205.000 overnatninger). |
| 1.2 | <i>Omsætningen fra krydstogtturismen tilbage</i> Med udgangen af 2023 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2025 over 2019-niveau, dvs. 1,45 mia. kr. i turismemæssig omsætning (svarende til 1,2 mio. krydstogtgæster). (I 2019 besøgte ca. 1,1 mio. krydstogtgæster Danmark). | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2025 svarende til 1,2 mia. kr. (svarende til 1,1 mio. krydstogtgæster). | Målet er opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2025 svarende til 1,45 mia. kr. (svarende til 1,2 mio. krydstogtgæster). Og hvis der senest i 3. kvartal 2023 foreligger en strategi for genopretning af Østersøens krydstogtturisme i lyset af krigen i Ukraine. |
| 1.3 | <i>Forlængelse af fælles markedsføringsplan for 2023 med VisitDenmark, samt en forlængelse af den fælles strategiske ramme for markedsføring af hovedstaden frem til 2026.</i> Wonderful Copenhagen og VisitDenmark fortsætter i 2023 samarbejdet om en ekstraordinær og koordineret markedsføringsindsats af hovedstaden som turistdestination jf. Comeback Copenhagen, da der vurderes fortsat at være et behov. Wonderful Copenhagen har i 2022 haft succes med at strukturere samarbejdet efter en fælles markedsføringsplan. Målet for 2023 er, at der inden udgangen af marts 2023 i samarbejde med VisitDenmark er udarbejdet en fælles markedsføringsplan for international markedsføring af København for 2023. Markedsføringsplanen eksekveres i 2023 og skal indeholde en plan med beskrivelse af markeder, målgrupper, markedsføringsaktiviteter pr. | 7,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i april 2023 sammen med VisitDenmark har færdiggjort markedsføringsårsplanen for 2023, og hvis planen er eksekveret med årets udgang samt hvis VisitDenmark og WOCO inden 31. december 2023 er blevet enige om en fælles samarbejdsaf-tale/ramme for særligt den internationale markedsføring af hovedstaden fra 2024 som understøtter Den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. | Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i marts 2023 sammen med VisitDenmark har færdiggjort markedsføringsårsplanen for 2023, og hvis planen er eksekveret med udgang af 2023, samt hvis VisitDenmark og WOCO inden 1. november 2023 er blevet enige om en fælles samarbejdsaf-tale/ramme for særligt den internationale markedsføring af hovedstaden fra 2024, som understøtter Den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. |

| | | | | |
|------------|--|----------|--|--|
| <p>1.4</p> | <p>marked, tidsplan, budgetter, effektmåling herunder forventet partnerfinansiering. Planen tilrettelægges så den understøtter Den Nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme og den kan deltages og konkretiseres løbende mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark i løbet af året afhængig af evt. nye midler (gearing mv.), rejseulykkelyst i målgrupperne, COVID, mv.</p> <p>Resultatmålet indgår desuden i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 1).</p> <p>Wonderful Copenhagen og VisitDenmark udviklede i 2020 en fælles markedsføringsstrategi for hovedstaden 2020-2023. Strategien er en ramme for samarbejdet og dækker ferierejser, erhvervsrejser og krydstogt. Denne strategi har begge organisationer arbejdet efter siden da og fortsætter i 2023. Nu kigger hovedstadens turisme ind i en ny krise foranlediget af stigende inflation, krig i Europa og andre globale udfordringer. Det vil derfor være nyttigt med en fælles ramme for samarbejdet fra 2024 i form af en samarbejdsaftale, som kan bygge på grundstenene i den fælles markedsføringsstrategi for hovedstaden 2020-2023. Der lægges som udgangspunkt ikke op til en ændring i organisationernes grundlæggende roller og arbejdsdeling. Der skal være enighed om samarbejdsaftalen / rammen senest d. 1. november 2023, så den kan danne baggrund for den nye fælles markedsføringsplan for hovedstaden 2024. Samarbejdsaftalen/rammen skal understøtte Den Nationale Strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme og kan være flerårig og kan omfatte andet end international markedsføring fx datasamarbejder mv.</p> | <p>5</p> | <p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har anvendt den nye effektmålingsmodel på de markeder, hvor det er muligt.</p> | |
| <p>1.4</p> | <p><i>Effektmåling af kampagner</i></p> <p>Effekten af den offentligt medfinansierede internationale turismemarkedsføring skal måles ensartet og deles på tværs af aktører med henblik på videndeling og synliggørelse af effekt. Effektmålingen skal forbedres, så kampagneaktiviteter kan optimeres, og så både offentlige og kommercielle aktører får en øget indsigt i effekten, herunder</p> | <p>5</p> | <p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har anvendt den nye effektmålingsmodel på de markeder, hvor det er muligt og hvis Wonderful Copenhagen kampagner i 2023 er på niveau med de konkrete effektmål, der opstilles i modellen, fx ift. omkostninger pr. kendskab og præference.</p> | |

| | | | |
|-----|---|----|---|
| | <p>hvilke effekter markedsføringen har, og hvordan det er muligt at påvirke turistene ved hjælp af markedsføring.</p> <p>Det er centralt, at der sikres bredt ejerskab til modellen, herunder at Wonderful Copenhagen og øvrige, relevante turistorganisationer bliver tæt inddraget i de overvejelser, som ligger til grund for modeludformningen og får mulighed for at levere input hertil.</p> <p>Wonderful Copenhagen vil i 2023 anvende effektmålingsmodellen på de relevante og tilgængelige markeder og levere konstruktiv feedback.</p> <p>For internationale kampagner, hvor effektmålingsmodellen ikke kan anvendes, vil WoCo fastsætte passende KPI'er afhængig af indsatsens formål og relevante omstændigheder (sæson, medie, budskab, målgruppe, osv.). Derudover, vil Wonderful Copenhagen løbende holde øje med, at indsatserne så vidt muligt ligger inden for følgende effektmål, som er udtryk for 'normal'-værdier for hhv.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Display: "Cost pr. click" 4 – 7 dkk. • Video: "View through rate" 35 – 50% • Nyhedsbreve (sign up): "Cost pr. acquisition" 20 – 40 dkk. | | |
| 1.5 | <p><i>Genetablering af hovedstadens internationale flytilgængelighed</i></p> <p>Den internationale flytilgængelighed er afgørende for hovedstadens turisme og dansk erhvervsliv bredt set. Ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected vil i 2023 fokusere på at genoprette rutenetværket omkring Københavns Lufthavn ved at tiltrække internationale flyruter og ruteudvidelser til København. Derudover vil programmet i 2023 udarbejde et endeligt oplæg til partnergruppen om, hvordan programmet bedst kan bidrage til at fremme bæredygtig luftfart og bæredygtig adfærd blandt de flyvejende, der ankommer til destinationen.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 3).</p> | 5 | <p>Målet er delvist opfyldt, hvis der er indgået samarbejdsaftaler med flyselskaber om oprettelse og åbning af mindst to nye internationale flyruter.</p> <p>Målet er helt opfyldt, hvis der er indgået samarbejdsaftaler med flyselskaber om oprettelse og åbning af mindst tre nye internationale flyruter.</p> |
| 2 | <p>Omstilling til en ny markedssituation</p> | 20 | |

| | | | | |
|-----|---|---|---|---|
| 2.1 | <p><i>Måling af langsigtet værdiskabelse ved videnkongresser</i></p> <p>Wonderful Copenhagen arbejder målrettet med at omstille og få mere værdi ud af destinationens værktøjskab for internationale kongresser i initiativet Copenhagen Legacy Lab, der i 2021 og 2022 er internationalt prisbelønnet.</p> <p>I 2022 er der udviklet en Copenhagen Legacy målemetodik med skelen til EU Kommissionens metodik for impact measurement, som nu danner rammen for evaluering af legacyarbejdet. Målet i 2023 er at brede anvendelsen af metodikken ud og evt. i tilpasset form anvende den på store events.</p> <p>Legacy Lab-initiativet er et 4-årigt initiativ (2021-24) finansieret af Københavns Kommune. Initiativet indgår i og boostes som led i 2023-planen (initiativ 6).</p> | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har gennemført to kongrescases der inkluderer målemetodikken. | Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har gennemført et pilotprojekt, der videreudvikler en legacy-målemetodik, der er tilpasset major events, og gennemført en event-case, samt to kongres-cases med målemetodikken. |
| 2.2 | <p><i>Understøttelse af aktørernes digitale markedsføring</i></p> <p>Hovedstadens samlede markedsføringstryk er i høj grad afhængig af, at destinationens mange turismeaktører – hoteller, restauranter, museer, attraktioner, transporttørrer mv. – selv markedsfører sig aktivt og professionelt over for deres relevante målgrupper.</p> <p>Wonderful Copenhagen udvikler og udgiver løbende digitale toolboxes med kampagneindhold og guidance til fri afbenyttelse og afholder gratis webinarer for destinationens turismeaktører med vejledning til, hvordan de kan bidrage til nationale og internationale kampagner.</p> <p>Wonderful Copenhagen vil i 2023 udvikle digitale toolboxe til henholdsvis nationale kampagner, internationale kampagner og brand assets (billeder, film, bannere, copy) mhp. at destinationens aktører kan anvende indhold og styrke deres egen digitale markedsføring og samtidig forstærke den samlede markedsføring.</p> | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har udviklet tre toolboxes og afholdt 3 webinarer med gennemsnitligt 20 deltagende partnere. | Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har udviklet fire toolboxes og afholdt 4 webinarer for partnere med gennemsnitligt 20 deltagende partnere. |
| 2.3 | <p><i>Omstilling af restauranter</i></p> <p>Wonderful Copenhagen vil i regi af initiativ 9 i Comeback Copenhagen 2023 fortsat arbejde for at genoprette hovedstadens restaurationsbranche, som er styrkeposition og reason-to-go, og som er udfordret af de nuværende kriser, herunder inflation og mangel på</p> | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har gennemført pilotsamarbejde om datadeling med syv restauranter, samt har udviklet en gratis værktøjskasse | Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har gennemført pilotsamarbejde om datadeling med 10-15 restauranter samt har udviklet en gratis værktøjskasse med |

| | | | | |
|------------|--|--|--|--|
| | <p>arbejdskraft. Aktiviteterne bygger videre på viden fra Restores innovationsforløb fra 2022, men fokuserer på aktuelle behov i branchen.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 9)</p> | | <p>med content, budskaber, viden/data på baggrund af gastro-fortælling.</p> | <p>content, budskaber, viden / data på baggrund af gastro-fortælling</p> |
| <p>2.4</p> | <p><i>Hovedstaden som konkurrencedygtig kulturmetropol</i></p> <p>I 2022 blev Copencore – hovedstadens fælles vision for kulturturisme – lanceret. Visionen sætter en fælles retning for udviklingen af hovedstaden som en international konkurrencedygtig kulturmetropol. Som opfølgningen på visionen og Comeback Copenhagen 2023 skal Wonderful Copenhagen i 2023 være lead på at gennemføre en række udviklingsforløb sammen med kulturaktører, som bl.a. bidrager til at øge de internationale turisternes tilfredshed og kulturforbrug. Dette sker i samarbejde med partnerne i Dansk Storby Turisme og gennem projektet Cities for Culture, der er medfinansieret af Erhvervsfremmebestyrelsen.</p> <p>Indsatsen løber frem til 2025 og har en samlet økonomi på 25 mio. kr., som dækker over initiativer i København, Aarhus og på Fyn, samt vidensudbredelse nationalt, 12,5 mio. kr. kommer fra Erhvervsfremmebestyrelsens turismepulje 2022, mens de resterende midler kommer fra partnerne i Dansk Storbyturisme, herunder Wonderful Copenhagen's basisbevilling, samt deltagende partnere (Københavns Kommune og Kulturaktører). Wonderful Copenhagen er projektejer. Indsatsen bygger oven på Kickstart Kulturturen, og understøtter initiativ 5.2 i den nationale turismestrategi, "Styrket Kulturturisme i hele landet".</p> | <p>5</p> <p>Målet er delvist opfyldt hvis Wonderful Copenhagen sammen med Aarhus og Fyn i 2023 har igangsat fælles udviklingsforløb for min. ti kultur- og erhvervsaktører samt gennemført en analyse om fremtidens kultur-gæst.</p> | <p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen sammen med Aarhus og Fyn i 2023 har gennemført fælles udviklingsforløb for min. 20 kultur- og erhvervsaktører, samt gennemført en analyse om fremtidens kulturgæst.</p> | |
| <p>3</p> | <p>Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere</p> | <p>15</p> | | |
| <p>3.1</p> | <p><i>Større turismeeffekt ved Københavns udnævnelse som UNESCO-UJA World Capital of Architecture</i></p> <p>I 2023 er København vært for verdens største arkitektkongres "United International Architects". Kongressen afholdes i juli og der forventes i omegnen af 10.000 deltagere fra hele verden. Foranlediget af kongressen er København tilmed af UNESCO blevet udpeget som</p> | <p>5</p> <p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen ifm. udnævnelsen udarbejder en værktøjskasse, som byens aktører kan aktivere i egen markedsføring, afvikler 25 presseture og laver et samarbejde med et relevant internationalt medie.</p> | <p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen afvikler i alt 30 presseture, laver to samarbejder med relevante internationale medier og i samarbejde med VisitDenmark ekspekterer to internationale markedsførings-</p> | |

| | | |
|---|---|---|
| <p>"World Capital of Architecture" i 2023 og frem mod næste kongres i 2026. En række aktører planlægger i den anledning forskellige arkitekturrelaterede aktiviteter i 2023.</p> <p>Både verdens største arkitektkongres og udnævnelsen som verdens arkitekturhovedstad giver hovedstaden en unik platform for at tiltrække turister. Samtidigt udgør begivenheden en platform for promovering af Københavns styrkepositioner, både før, under og efter selve kongressen. Arkitektur er en af hovedstadens absolutte styrkepositioner og indgår allerede i dag som et vigtigt element i den internationale kernefortælling om København.</p> <p>Opgaven er at få maksimal turismeeffekt ud af arkitekturåret. Det kræver både en stærk samlet markedsføring af hovedstaden som tiltrækker gæster og at de enkelte aktørers aktiviteter synliggøres over for det relevante internationale publikum. Derfor udvikles en værktøjskasse med konkret content, som byens aktører kan aktivere i egen markedsføring. Der afvikles også 25-30 presseture for internationale medier, indgås mediasamarbejder og gennemføres international markedsføring. Wonderful Copenhagen samarbejder med VisitDenmark om den internationale markedsføring og pressebearbejdnings.</p> <p>Resultatmålet indgår Comeback Copenhagen-2023-planen (initiativ 2)</p> | | <p>kampagner, der performer indenfor benchmark af Wonderful Copenhagen's effektmål for internationale kampagner.</p> |
| <p>3.2 <i>Udvikling af hovedstadsgeografien uden for København</i></p> <p>I forlængelse af udviklingsplanen for turismen i hovedstadsregionen, som Wonderful Copenhagen i samarbejde med VisitNordsjælland og Dansk Kyst- og Naturturisme fremlagde i 2021, og igangsatte aktiviteter i 2022, vil der fortsat blive arbejdet med udvikling, markedsføring og tværkommunale samarbejder uden for København.</p> | <p>5</p> <p>Målet er delvist opfyldt hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har lanceret en plan for turismeudviklingen af Kystbaneanrådet med opbakning fra de relevante kommuner.</p> | <p>Målet er opfyldt hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har lanceret en plan for turismeudviklingen af Kystbaneanrådet med opbakning fra de relevante kommuner, og hvis de værktøjer mm. som Wonderful Copenhagen har udviklet, er taget i brug i mindst tre områder, af de relevante aktører, med det formål at synliggøre lokale oplevelser.</p> |

| | | | | |
|-----|---|----|--|---|
| | Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 8). | | | |
| 3.3 | <p><i>Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen</i></p> <p>Bæredygtig destinationsudvikling beror på inddragende samarbejde mellem turismeaktører, borgere og destinationselskaber. Og borgeropbakning er central for turismeudviklingen i hovedstaden. Wonderful Copenhagen skal derfor i 2023 fortsat arbejde med at styrke borgeropbakningen fra særligt Københavnere og særligt Indre By.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 7)</p> <p>Arbejdet vil bygge videre på Erhvervsfremmeprojektet "Tourism Moves". I 2023 vil Wonderful Copenhagen systematisk indsamle viden om lokale og besøgendes adfærd og behov. På den baggrund arbejdes der med målrettede forløb med det formål at finde løsninger på udfordringer relateret til mødet mellem turister og lokale.</p> | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har fremlagt en analyse over de væsentligste borgerrelaterede udfordringer i København, og har skabt et overblik over mulige handlinger samt igangsat aktiviteter for at imødegå mindst to udfordringer i samarbejde med relevante aktører. | Målet er opfyldt hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har fremlagt en analyse over de væsentligste borgerrelaterede udfordringer i København, og har skabt et overblik over mulige handlinger samt igangsat aktiviteter for at imødegå mindst tre udfordringer i samarbejde med relevante aktører. |
| 4 | En førende grøn turistdestination | 20 | | |
| 4.1 | <p><i>Mere bæredygtige og klimavenlige kongresser og events</i></p> <p>Wonderful Copenhagen har i 2022 videreudviklet og relanceret den digitale bæredygtighedsguide, der først blev lanceret i 2021. Guiden er et begivenhedsværktøj rettet mod lokale erhvervsaktører og internationale kunder og bidrager til, at flere kongresser og events bliver planlagt bæredygtigt. Guiden indgår i buddene på de internationale kongresser. Ved tildeling af midler fra kongresspuljen, er det frem over en forudsætning at kunderne har gjort brug af bæredygtighedsguiden i planlægningsfasen, samt afreporterer herpå efter kongressens afvikling. Som et skridt vil der i 2023 blive udviklet en specifik plan for, hvordan fremtidige kongresser og events evt. kan blive CO2-neutrale.</p> | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis minimum tre kongresser/events har forpligtiget sig til at gøre brug af bæredygtighedsguiden og til at afreportere efter endt afvikling. | Målet er opfyldt, hvis minimum tre kongresser/events har forpligtiget sig til at gøre brug af bæredygtighedsguiden og til at afreportere efter endt afvikling. Og hvis Wonderful Copenhagen dertil senest ved udgangen af Q4 har en plan for, hvordan fremtidige kongresser og events målbart kan reducere deres klimaafttryk og evt. blive CO2 neutrale. |

| | | |
|--|--|---|
| <p>4.2 <i>Erhvervsopbakning til Østersøen som grøn krydstogtdestination</i></p> <p>Nordisk Ministerråd har besluttet at arbejde for, at Norden bliver den mest bæredygtige krydstogtdestination i verden i 2030. Et element er brug af landstrøm, som vil medføre reduktion af CO2 og partikeludledning. København ventes at kunne tilbyde landstrøm til krydstogt fra ca. 2024. Samtidig skal rederierne foretage investeringer i at gøre deres flåder klar til landstrøm. Dette mål understøtter initiativ 2.6 i den nationale turismestrategi vedr. etablering af landstrøm.</p> <p>I 2022 afholdte Wonderful Copenhagen (Cruise Baltic) en konference med deltagelse af CEOs fra internationale rederier, der sejler i Østersøen. 19 rederier, inkl. de fire største rederier i verden, har underskrevet en erklæring om, at deres flåder fra 2024 vil benytte landstrøm på deres krydstogter i Østersøen i de havne, hvor landstrøm er tilgængeligt. Frem mod 2024 vil WOCO arbejde for at øge tilslutningen til denne hensigts erklæring.</p> <p>For at skabe en bredere udvikling af bæredygtig krydstogtturisme vil WOCO inden udgangen af 2023 fremlægge en rapport, som samler best practice inden for bæredygtig krydstogtturisme. Formålet er inspirere til yderligere handling i hele Østersøen.</p> <p>Wonderful Copenhagen indsat i dette mål er således en konkret handling ift. at understøtte og fremme Initiativ 2.6 i den nationale turismestrategi vedr. etablering af landstrøm.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 12).</p> | <p>5</p> <p>Målet er delvist opfyldt, hvis der i 2023 er skaffet to nye tilslutninger fra rederier til erklæringen om at benytte landstrøm på krydstogter i Østersøen.</p> | <p>Målet er opfyldt, hvis der i 2023 er skaffet tre nye tilslutninger fra rederier til erklæringen om at benytte landstrøm på krydstogter i Østersøen.</p> |
| <p>4.3 <i>Certificering af turismeerhvervet</i></p> <p>I regi af erhvervsfremmeprojektet "Partnerskab for bæredygtig vækst i dansk turisme" samler Wonderful Copenhagen aktører i</p> | <p>5</p> <p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har gennemført certificeringsforløb for +15 virksomheder sammen</p> | <p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2023 har gennemført certificeringsforløb for 30 virksomheder sammen med de lokale parter i MeetingPlace og de øvrige tre</p> |

| | | | | |
|-----|--|----|---|---|
| 4.4 | <p>Dansk Storbyturisme om at højne ambitionsniveauet for bæredygtighed i erhvervet, særligt med fokus på certificering. Målet er på tværs af virksomheder og aktører at løfte hovedstadens og de øvrige storbyers samlede certificeringer.</p> <p><i>Sustainable Choice Cph</i></p> <p>Wonderful Copenhagen vil i 2023 i regi af projektet "Sustainable Choice" arbejde med udvikling af hovedstaden, så det på sigt bliver verdens førende bæredygtige turismested. Projektet samler turismeerhvervet om at skabe og synliggøre produkter og services gennem produktudvikling, certificering og kommunikation samt gøre det operationelt at omsætte bæredygtighed til forretning. Et vigtigt element er, at sikre København en topplacering på det internationale GDS-Index (Global Destination Sustainability Index). København er i 2022 nr. 3 efter Göteborg og Bergen og dermed den bedst placerede hovedstadsdestination (København var i 2021 nr. 2, og er dermed faldet en plads i 2022).</p> <p>Fastholdelse og udbygning af denne position kan kun ske ved at samle erhvervet i både fælles og stærkere individuelle indsatser. Wonderful Copenhagen har i 2022 sammen med turismeerhvervet udviklet et fælles manifest for en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden, Planet Copenhagen. Som et led i manifestet forpligter virksomhederne sig til at udarbejde og dele en handlingsplan. I 2023 vil Wonderful Copenhagen udbygge tilslutningen til manifestet og derigennem samlet øge mængden af bæredygtige handlinger. Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 11).</p> <p>"Sustainable Choice"-indsatsen løber 4 år t.o.m. november 2024 og har en samlet økonomi på 15 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder Wonderful Copenhagen's basismidler</p> | 5 | <p>med de lokale parter i Meetingplace og øvrige tre storbyer.</p> <p>Målet er delvist opfyldt, hvis i alt 70 virksomheder fra et bredt spektrum af turismerelationer, har underskrevet Planet Copenhagen Manifestet.</p> | <p>storbyer samt på tværs af forløbene opsamlet og delt relevant viden om certificering med andre turismeaktører i hovedstaden og Danmark.</p> <p>Målet er helt opfyldt, hvis i alt 70 virksomheder har underskrevet Planet Copenhagen Manifestet og København i 2023 bliver verdens mest bæredygtige turistdestination målt på GDS-indekset.</p> |
| 5 | <p>Partnertilfredshed</p> | 10 | | |

| | | | | |
|-----|---|-----|--|---|
| 5.1 | <p><i>Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i></p> <p>Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Meetingplace, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne</p> | 2,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala. | Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala. |
| 5.2 | <p><i>Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network</i></p> <p>Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Cruise Copenhagen Network, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne</p> | 2,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala. | Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala. |
| 5.3 | <p><i>Partnertilfredshed i Visit Copenhagen Partners</i></p> <p>Partnerne i markedsføringsnetværket Visit Copenhagen Partners skal være tilfredse med netværket og Wonderful Copenhagen's digitale kampagner. Partnertilfredsheden skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.</p> | 2,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis den generelle partnertilfredshed i netværket Visit Copenhagen Partners er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala. | Målet er opfyldt, hvis den generelle partnertilfredshed i netværket Visit Copenhagen Partners er 4,0 eller derover på en 5-skala og hvis partnerne tilfredshed specifikt med Wonderful Copenhagen's nationale og internationale digitale kampagner i 2022 er 4,0 eller derover på en 5-skala. |
| 5.4 | <p><i>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter</i></p> <p>Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagen's destinationsudviklingsprojekter skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.</p> | 2,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala. | Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala. |
| 6 | <p>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</p> | 5 | | |
| 6.1 | <p><i>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</i></p> <p>Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til implementering af Det Nationale Turisforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Det gælder både bidrag til implementering af konkrete initiativer i strategien og at skabe sammenhæng til indsatserne i den langsigtede genopretningsplan for hovedstadens turisme 2022-2023.</p> | 2 | Målet er delvist opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turisforums bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder især til implementering af den fælles genopretningsplan for hovedstadens turisme 2022-2023. | Målet er opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turisforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder især til implementering af den fælles genopretningsplan for hovedstadens turisme. |

| | | | | |
|-----|---|---|--|--|
| 6.2 | <p><i>Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme 2022-2023</i></p> <p>Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen (sekretariat) har med inddragelse af hovedstadens turisme-erhverv, kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet udarbejdet genopretningsplanen Comeback Copenhagen 2023. Planen blev lanceret primo 2022 og opstiller fire overordnede ambitioner, der skal sætte retning for udviklingen i hovedstadens turisme i de kommende år. Realiseringen er forankret hos Wonderful Copenhagen (dog er initiativ 4 vedr. arbejdskraft forankret hos Københavns Kommune) og vil ske med inddragelse af relevante offentlige og private aktører. Wonderful Copenhagen står for betjeningen af koordinationsforummet/styregruppen.</p> | 3 | Målet er delvist opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har sikret fremdrift i implementeringen af genopretningsplanen. | Målet er opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen tilfredsstillende har sikret fremdrift i implementeringen af genopretningsplanen. |
|-----|---|---|--|--|

4. Formalia og påtegning

1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Wonderful Copenhagen og departementet. Mål- og resultatplanen træder i kraft ved underskrivelsen og gælder for hele 2023. Mål- og resultatplanen er en del af ministeriets rullende kontraktstyring. De årlige bevillinger afhænger af årets finanslov.
2. Mål- og resultatplanen kan genforhandles i løbet af kontraktåret, hvis eksterne faktorer, som Wonderful Copenhagen ikke kunne eller burde have forudset, gør, at et eller flere resultatkrav ikke kan nås.
3. Wonderful Copenhagen er en erhvervsdrivende fond, stiftet på privatretligt grundlag og omfattet af lov om erhvervsdrivende fonde. Fonden ledes i henhold til erhvervsfondslovgivningen af en selvstændig bestyrelse, som alene skal varetage fondens formål og interesser. Wonderful Copenhagen er ikke og udøver ikke virksomhed som en offentlig virksomhed eller et offentligt organ og er ikke under instruktionsbeføjelse af erhvervsministeren.
4. Mål- og resultatplanen er ikke retsligt bindende og fjerner ikke ministerens beføjelser og ansvar. Ministeren har stadig det sædvanlige parlamentariske ansvar, og gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevillingsregler, overenskomster osv. skal følges, med mindre der på sædvanlig måde er skaffet hjemmel til fravigelse.
5. Såfremt Wonderful Copenhagen er i tvivl om, hvorvidt en konkret aktivitet vil være i strid med statsstøttereglerne, kan Wonderful Copenhagen anmode Erhvervsministeriet om bistand til at vurdere dette.
6. Mål- og resultatplanen er i overensstemmelse med Finansministeriets anbefalinger for mål- og resultatstyring i staten.
7. Status på resultatopfyldelsen i mål- og resultatplanen skal som udgangspunkt rapporteres to gange årligt (midtvejsafrapportering og slutrapportering). Slutrapporteringen sker i foråret samtidig med årsrapporteringen. Erhvervsministeriet kan bede om status på fremdriften i resultatopfyldelsen ud over de årlige afrapporteringer, når der er grund dertil.
8. Wonderful Copenhagens administrerende direktør har ansvaret for overholdelse af og afrapportering på mål- og resultatplanen samt eventuel genforhandling.
9. Det følger naturligt af at have en fast bevilling på finansloven, at pågældende ressortministerium vil skulle tage stilling til, hvordan der sikres en ansvarlig nedlukning af en organisation eller styrelse, hvis det skulle blive besluttet, at bevillingen hertil ikke forlænges. Hvis det mod forventning politisk måtte blive besluttet, at bevillingen til Wonderful Copenhagen ikke forlænges ud over 2023, vil Erhvervsministeriet inden for rammerne af den politiske beslutning og under hensyn til de aktuelle bevillingsmæssige muligheder således arbejde aktivt for, at en nedlukning af Wonderful Copenhagen kan finde sted på en økonomisk forsvarlig måde.

København den 6. februar 2023



Departementschef Michael Dithmer


ADM
Direktør