

# ÅRSBERETNING 2018 FOR WONDERFUL COPENHAGEN

## - HOVEDSTADSREGIONENS OFFICIELLE TURISMEORGANISATION

2018 blev endnu et år med fremgang i hovedstadens turisme. Med det niende vækstår i træk nåede hovedstadsregionen et samlet overnatningstal på godt 11,7 mio. - endda uden at medregne Airbnb. En vækst på 7,3 pct. i forhold til året før. Dermed leverede hovedstaden i 2018 sit bidrag og mere til på vejen mod det overordnede vækstsmål i Den nationale strategi for dansk turisme om en tredjedel flere turister i 2025. Samtidig er hovedstaden dér, hvor vi får mest ud af den enkelte turist. Hovedstaden står således for ca. 20 pct. af overnatningerne i landet, men skaber ca. 40 pct. af de positive effekter i form af omsætning, jobs og skatteindtægter.

Wonderful Copenhagen arbejder målrettet på at skabe vækst og beskæftigelse og samtidig bidrage til en levende hovedstad med et rigt by- og kulturliv igennem bæredygtig udvikling af turismen. Og med afsæt i hovedstaden arbejder Wonderful Copenhagen både lokalt, tværregionalt, nationalt og international og samler mere end 370 medfinansierende samarbejdsrelationer i arbejdet med sikre en bæredygtig turismeudvikling.

2018 var et år, hvor rammerne for dansk turisme blev grundlæggende tegnet op på ny. Folketinget vedtog en reform af området, som bl.a. betød, at man gik fra tre til to offentlige niveauer (kommune og stat), og at der blev igangsat en markant konsolidering af antallet

af lokale destinationsselskaber. For Wonderful Copenhagen betød reformen bl.a., at fonden har fået sæde i Det Nationale Turismeforum og at fondens grundbevilling er overgået fra Region Hovedstaden til Erhvervsministeriet. Wonderful Copenhagen ser frem til et godt og værdiskabende samarbejde med Erhvervsministeriet. Samtidig takker fonden Region Hovedstaden for langvarigt samarbejde.

Samtidig med at de ydre rammer var under forandring, har Wonderful Copenhagen i 2018 haft fuld fokus på resultatskabelsen. Blandt resultaterne kan fre mhæves:

Sammen med de mange private og offentlige partnere har Wonderful Copenhagen i løbet af 2018 skabt en række solide turismeresultater, fx 56 vundne kongresser, 3 internationale sportevents, fire nye, direkte flyruter til København fra Kina og ny krydstogtrekord i de danske havne. Hertil kommer en mængde ny turismeviden, fx det ambitiøse analyseprojekt 10XCOPENHAGEN, der blev offentliggjort primo 2019, flotte resultater for Wonderful Copenhagen's digitale marketingkampanjer, der strategisk markedsfører og synliggør hovedstaden internationalt 365 dage om året med afsæt i destinationens kernefortællinger, som udspringer af det, som både er særligt kendetegnende for hovedstaden og samtidig matcher strategiske, internationale målgrupper.

Med brandet Copenhagen har Danmarks hovedstad markeret sig stærkt globalt i løbet af 2018, ikke mindst da Lonely Planet udråbte København som nr. 1 på listen over byer, man skal besøge i 2019. Men også da Danmarks hovedstad i 2018 både blev nr. 3 på Reputation Institutes indeks "The world's most reputable cities" og nr. 5 på tidsskriftet Monocles "most livable city" - liste.

2018 var også året, hvor hovedstaden fik sin første strategi for bæredygtig turisme, som Wonderful Copenhagen står bag. Strategien "Tourism for Good" adresserer bæredygtig turisme ud fra både en miljømæssig, social og en økonomisk tilgang og anviser veje til, hvordan turismen kan bidrage positivt til indfrielsen af FN's verdensmål. Strategien udløste en innovationspris til København uddelt af den internationale organisation for møde- og kongresbranchen, ICCA, og har været medvirkende til, at Wonderful Copenhagen ved indgangen til 2019 blev verdens første Green Tourism Organization. Med strategien tager Wonderful Copenhagen ansvar for at gå forrest i det fælles arbejdet med at sikre, at turismeudviklingen fremover bliver bæredygtig.

Med stærke turismeresultater, et stort og mangeårigt partnernetværk og et defineret bæredygtighedsfokus er 2018 et godt afsæt for hovedstadens turisme for 2019 og for årene fremover.

**HOVED-  
STADENS  
TURISME I  
2018 I TAL**

**11,7 mio.**  
overnatninger



**7,3% vækst**  
i internationale overnatninger



**51,2 mia.**  
kr. i omsætning



**60.400 års-  
værk**  
i hovedstadens turisme



# MEDFINANSIERENDE PARTNERSKABER

WONDERFUL COPENHAGEN – ERHVERVETS CENTRALE SAMARBEJDSORGANISATION

Det ligger i Wonderful Copenhagens DNA og i hele organisationens struktur at samarbejde og samle aktører på tværs af brancher inden for turismens værdikæde i fælles, fokuserede indsatser. Eksempelvis samler møde-, event- og kongresnetværket Meetingplace Wonderful Copenhagen 134 partnere lige fra flyselskaber, lufthavn, hoteller, konferencecentre og bureauer til attraktioner, taxaselskaber og restauranter. Partnerne investerer i fælles forretningskabelse, der gør Danmarks hovedstad konkurrencedygtig mod langt større spillere på det globale marked. Samme model gør sig gældende i det landsdækkende netværk CruiseCopenhagen, forankret i Wonderful Copenhagens Cruise-afdeling, der samler 63 aktører fra værdikæden omkring dansk krydstogtturisme.

Wonderful Copenhagen samler i alt over 370 kommercielle samarbejdsrelationer i organisationens turismefremmende aktiviteter, i regi af netværk/foreninger og udviklingsprojekter. Derudover samler Wonderful Copenhagen 87 aktører i hovedstadens oplevelseskort, Copenhagen Card. Det både branchemæssige og geografiske bredt funderede samarbejde gør, at Wonderful Copenhagen i 2018 samlet gearede den offentlige basisfinansiering med faktor 5,3 – hvilket betyder endnu mere turismeudvikling for pengene.

Wonderful Copenhagens indsatser eksekveres primært i regi af netværkene for henholdsvis møde/kongresser/events og krydstogt eller i samarbejdende udviklingsprojekter. Derudover bidrager Wonderful Copenhagen til udviklingen i dansk turisme bredt set gennem bredt samarbejde, vidensdeling og bestyrelsesposter.

**370**  
kommercielle samarbejds-  
relationer i Wonderful  
Copenhagens turisme-  
fremmende aktiviteter



# SAMARBEJDSORGANISATION

WONDERFUL COPENHAGEN SAMLER OG UNDERSTØTTER  
SAMARBEJDE GENNEM EN RÆKKE NETVÆRK OG FORENINGER



# CONVENTION

## KONGRESSER, MØDER OG EVENTS

Med afholdelse af en lang række internationale videnkongresser og store sportevents, eks. VM i ishockey, samt sikring af ny forretning til afholdelse de kommende år blev 2018 et travlt år for arbejdet med kongresser, møder og events i hovedstaden.

I løbet af 2018 bød Wonderful Copenhagens kongresafdeling, i tæt samarbejde med partnerne i Meetingplace-netværket, på 100 kongresser, hvoraf 56 blev vundet. Blandt de vundne kongresser er bl.a. Academy Of Management med forventet 10.000 deltagere, reproduktionskongressen ESHRE med forventet 9.000 deltagere, ICOPA, der beskæftiger sig med parasitologi og forventes at få 2.500 deltagere. Og så der er C40 Mayors Summit 2019, der vil samle de beslutningstagere mm. fra de byer i verden, der er førende på bæredygtighedsdagsordenen.

De kongresser, der i løbet af 2018 blev vundet til fremtidig afholdelse, forventes at få over 70.545 deltagere, som tilsammen vil lægge over 292.800 overnatninger i hovedstaden. Det betyder, at Wonderful Copenhagens kongresresultat i 2018 repræsenterer en turismeøkonomisk omsætning på 1,17 mia. kr. og en jobskabelse på 1.620 årsværk.\*

Den internationale konkurrence om at vinde de attraktive videnkongresser er stadig stigende, men Wonderful Copenhagen arbejder målrettet på at fastholde hovedstadens internationale position som populær kongresdestination - bl.a. på baggrund af den mangeårige salgs- og udviklingsindsats i tæt samarbejde med Meetingplace-partnerne og City of Congresses-projektet.

Samtidig understøttes resultatskabelsen på kongresområdet, der i 2018 nåede sin målsætningen, af det nyligt etablerede 'Copenhagen Congress Development Programme', der skal styrke hovedstadens internationale konkurrenceevne i forbindelse med vigtige bud i form af ekstra aktiviteter i tilknytning til de pågældende kongresser.

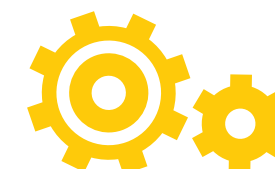
Wonderful Copenhagens indsats for møder og incentives (M&I), som ligeledes sker i tæt samarbejde med partnerne i Meetingplace-netværket, blev i 2018 styrket med deltagelse på 14 proaktive salgspaltforme, seks flere end året før. I løbet af 2018 har M&I-teamet formidlet 450 leads på potentiel forretning til partnerne i netværket. Leads, som til sammen svarer til 104.000 roomnights, hvilket er en fremgang i forhold året før. Det skyldes bl.a. salgsarbejdets mere målrettede fokus på større møder og key accounts - specielt på marked UK, der fortsat er det største mødemarked for hovedstaden. UK er fortsat prioriteret med en kontinuerlig salgindsats, hvilket har øget destinationens forretningsmuligheder. Derudover var der i 2018 fokus på markederne Sverige, Norge, Tyskland samt Kina med både proaktivt salg og online kampagner, eks. samarbejder Wonderful Copenhagen med VisitDenmark om M&I-kampagnen "In Copenhagen everything is closer".

Estimeret afledt effekt af Wonderful Copenhagens og partnernes **KONGRESINDSATS** i 2018

**292.835**  
overnatninger



**1,17 mia. kr.**  
i omsætning



**1.620**  
fuldtidsjob

\*) Der er i løbet af 2018 kommet nye, officielle tal for omsætnings- og jobeffekten af kongres og mødeturismen jf. VisitDenmarks analyse "Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark 2017", som er anvendt her.

< [forrige side](#)

Af de formidlede leads i løbet af året er 154 blevet rapporteret til M&I-teamet som vundne, hvilket svarer til i alt 16.462 roomnights, med heraf afledt turismeøkonomisk omsætning på 52,7 mio. kr. og en jobskabelse på 73 årsværk.

Hvert år byder Wonderful Copenhagen i tæt samarbejde med en række partnere på værtskabet af internationale sport- og kulturevents, som er med til at brande hovedstaden, skabe forretning for erhvervslivet og oplevelser for både besøgende og de lokale.

I 2018 har Wonderful Copenhagen medvirket til at vinde VM Gymnastik 2021 og VM Badminton 2023 i Royal Arena, samt LGBTQ-begivenheden EuroGames, der afvikles i forbindelse med WorldPride 2021. Med en afledt effekt på over 116.000 roomnights, en estimeret omsætning på 180 mio. kr. og en jobskabelse på 222 årsværk overgår event-indsatsen markant sin målsætning i 2018.

Ud over sekretariatet for Meetingplace-netværket, der samler 134 partnere fra hele værdikæden omkring kongresser, møder og events, huser Wonderful Copenhagen også sekretariatet for det nationale udviklingsselskab for dansk erhvervs- og mødeturisme, MeetDenmark.

Ud over den løbende indsats for at fremme erhvervs- og mødeturismen på tværs af landet, har MeetDenmark i 2018 bl.a. bidraget til analysen 'Mødemarkedets økonomiske betydning i Danmark'. Analysen viser bl.a., at det danske mødemarked skaber en årlig omsætning på 26 mia. kr. Derudover har MeetDenmark i 2018 stået bag en analyse med kortlægning af konkurrerende kongresdestinationers arbejde med outreach. En analyse, der danner grundlag for etablering af et dansk outreach-program. Derudover har MeetDenmark i 2018 arbejdet med en omstrukturering i forbindelse med regionernes udtræden af foreningen.



## EFFEKT AF VUNDNE MØDER OG INCENTIVES

**16.462** overnatninger  
**52,7 mio. kr.** i omsætning  
**73** fuldtidsjob



## EFFEKT AF SPORT- OG KULTUREVENTS

**116.000** overnatninger  
**180 mio. kr.** i omsætning  
**222** fuldtidsjob



København kåret som  
**8. BEDSTE SPORTSBY**  
i 2018 på Sportscafs årlige internationale rangliste



**134** partnere i Meetingplace-netværket

# CRUISE

## CRUISECOPENHAGEN OG CRUISE BALTIC

Ud over at sætte ny rekord i antal gæster, og dermed i både omsætning og jobskabelse, var 2018 året, hvor den danske krydstogtbranche understregede to vigtige og meget positive tendenser: Større spredning af anløb gennem en længere sæson i København og større forankring af krydstogtsuccesen på landsplan.

Med omkring 200.000 krydstogtgæster uden for København satte de danske havne rundt i landet ny rekord og cementerede krydstogt som en national turismesucces. Med de ca. 200.000 gæster rundt i landet blev der skabt ekstra omsætning i en række danske havne og mere forretning i de pågældende byer.

Krydstogtbranchen i Danmark bidrog samlet set i 2018 med en beregnet turismeøkonomisk omsætning på 1,56 mia. kr. og skabte job til 2.170 borgere.

I København, der er den næststørste krydstogtsdestination i Østersøregionen (efter Skt. Petersborg, som indtager førstepladsen), var der i 2018 besøg af 343 anløb med i alt 868.000 gæster.

København satte i 2018 ny rekord i forhold til sæsonens længde, som strakte sig over 215 dage fra marts til oktober - til sammenligning varede sæsonen tre år tidligere 173 dage. Ud over de 215 dage lå der i 2018 i alt 7 anløb i løbet af december måned. Udviklingen mod at gøre hovedstaden til en helårssæson for krydstogt understøtter helårsforretning og dermed helårsbeskæftigelse og skaber samtidig en større spredning af besøgende.

På grund af de miljøkrav, der er til skibe i Østersøen, som er de strengeste i verden, har krydstogtskibene i Østersøen, og dermed i Danmark, reduceret deres svovludledning med 90 pct. siden 2015. Krydstogtbranchens arbejde med at gøre krydstogt til en grønner og mere bæredygtig branche er en fortløbende proces, som er højt prioriteret i årene fremover. Hos CruiseCopenhagen og Cruise

Baltic, ligesom hos Wonderful Copenhagen, hvor netværkene er forankret, er der stort fokus på bæredygtig udvikling i turismen. Cruise Baltic har, sammen med partnerne rundt i Østersøregionen, således udviklet et bæredygtighedsmanifest, Cruise Baltic Sustainability Manifesto, som skal vise retningen for det fremtidige arbejde med bæredygtig krydstogt.

Den nationale forankring af krydstogtturismen afspejles i partnerkredsen i branchens danske netværk, CruiseCopenhagen. Netværket repræsenterer 9 danske havne og samler 63 partnere fra hele værdikæden omkring krydstogt - lige fra hoteller, attraktioner, restauranter og detailhandel til destinationsselskaber, transportører, incoming-bureauer, lufthavn og myndigheder.

Netværket arbejder målrettet på at markedsføre det danske krydstogtprodukt med udgangspunkt i de 9 krydstogtdestinationer landet over. I løbet af 2018 har netværket sammen med partnerne deltaget i de vigtigste messer og salgsplatforme i den globale krydstogtbranche, holdt individuelle salgsmøder med 150 turoperatører og rejseagenter samt 19 salgsmøder med de vigtigste rederier med henblik på fortsat udvikling af den danske krydstogtsucces. Herudover har netværket afholdt fam-trips, hvor repræsentanter for udvalgte rederier har været rundt på besøg til danske krydstogtdestinationer. Ture, som deltagerne efterfølgende har evalueret med 4,8 ud af 5 mulige point.

CruiseCopenhagen fik i 2018 stor anerkendelse i form af MARIA-prisen (Marketing Award for Raising International Awareness) som årligt uddeles af HORESTA til en organisation, der har gjort en ekstraordinær indsats for at markedsføre Danmark i udlandet. Prisen blev begrundet med, at CruiseCopenhagen betragtes som en af Danmarks største turismesucceser.

Estimeret afledt effekt af

## KRYDSTOGTTURISMEN I DANMARK i 2018

**1,56 mia. kr.** i turismeøkonomisk omsætning **2.170** fuldtidsjob



**1.088.964** krydstogtgæster i Danmark i 2018. **Heraf 895.177** i hovedstadsregionen.

## 343 KRYDSTOGTANLØB i Københavns Havn i 2018

Heraf **158** turnarounds



## MARKEDSFØRING af danske krydstogtdestinationer i 2018

**6** største messer for den internationale krydstogtbranche  
**19** salgsmøder med rederier  
**450** salgsmøder med internationale rejseagenter

**63** partnere i **CruiseCopenhagen**  
**29** partnere i **Cruise Baltic**

# COMMUNICATION

INTERNATIONAL MARKEDSFØRING, RUTEUDVIKLING OG COPENHAGEN CARD

Med udgangspunkt i digitale kampagner markedsfører Wonderful Copenhagen Greater Copenhagen internationalt på prioriterede markeder over for målgrupper, der strategisk matcher destinationen.

Markedsføringen af hovedstaden, der sker i tæt koordination med VisitDenmark og i samarbejde med en række partnere, udspringer af Wonderful Copenhagens nære kendskab til destinationen og dens aktører og afspejler Wonderful Copenhagens kernefortællinger om Danmarks hovedstad. Markedsføringen eksekveres løbende 365 dage om året, men fik i 2018 ekstra tryk med afsæt i Lonely Planets udnævnelse af København som "Best in Travel 2019". For at udnytte den unikke position optimalt iværksatte Wonderful Copenhagen og VisitDenmark i den forbindelse sammen nye kampagneaktiviteter, bl.a. samarbejde med Expedia.

Nye flyruter er afgørende for at udvikle den internationale turisme i Danmark og for at sikre erhvervslivet både adgang til eksportmarkeder og øget mulighed for tiltrækning af talent og investering. Turisme udgør det afgørende passagergrundlag for at vinde nye flyruter og for ruternes efterfølgende levedygtighed. Derfor eksekveres en del af Wonderful Copenhagens destinationsmarkedsføring i sammenhæng med indsatsen med at udvikle nye flyruter i regi af ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected, som er forankret i Wonderful Copenhagen. Greater Copenhagen Connected har alene i 2018 medvirket til etablering af 4 nye ruter og ruteudvidelser – alle til Kina, herunder Beijing, Hongkong og Chengdu. De ruter og ruteudvidelser, Greater Copenhagen Connected har bidraget til etablering af siden starten i 2010, har alene i 2018 genereret en turismøkonomisk omsætning på 1,8 mia. kr. og en jobskabelse på 2.658 årsværk.

Wonderful Copenhagens internationale markedsføring af Greater Copenhagen eksekveres strategisk segmenteret på bl.a. Facebook og Instagram, og her har Wonderful Copenhagen øget antallet af følgere

med 33 pct. i 2018. I regi af projektet Chinavia bearbejder Wonderful Copenhagen Kina, der er verdens største udrejsemarked. Ud over bearbejdning af traditionelle medier, influencers og rejseudbydere i Kina, driver Wonderful Copenhagen en kinesisk version af turistsitet VisitCopenhagen og hovedstadens officielle profil på det kinesiske sociale medie Weibo, som i 2018 til sammen har opnået over 24 mio. eksponeringer.

Wonderful Copenhagens digitale kampagner understøttes med bearbejdning af traditionelle medier og influencers, typisk i samarbejde med VisitDenmarks markedskontorer. Over 220 internationale influencers og journalister har med Wonderful Copenhagens mellemkomst således været på besøg i Greater Copenhagen i 2018, bl.a. Bloomberg Media, The Guardian, The Economist og National Geographic.

Sideløbende med B2C-indsatserne arbejder Wonderful Copenhagen målrettet på at udvikle Greater Copenhagens position på prioriterede markeder gennem bearbejdning af turoperatører og rejseagenter. Målet med indsatsen er at optimere de led, der skal sælge Greater Copenhagen som destination til slutbrugerne og indbefatter en lang række aktiviteter, herunder messedeltagelser, fam-trips, salgsmøder og presseture.

Hovedstadens oplevelseskort, Copenhagen Card, satte i 2018 ny rekord for antal besøg, som kortet årligt genererer hos partnerne i ordningen. I 2018 kunne partnerne til sammen registrere over 1,2 mio. besøg af Copenhagen Card-turister. Copenhagen Card, der ligger i top i europæisk benchmark over lignende city cards, samlede i 2018 i alt 86 aktører i ordningen, som ud over fri adgang til de deltagende museer og attraktioner også inkluderer fri transport i hovedstadsområdet. Copenhagen Cards stigende popularitet blandt turister i hovedstadsområdet afspejler sig i brugernes tilfredshed med kortet, som kommer til udtryk i en score på 9,4 ud af 10 mulige på Trustpilot.

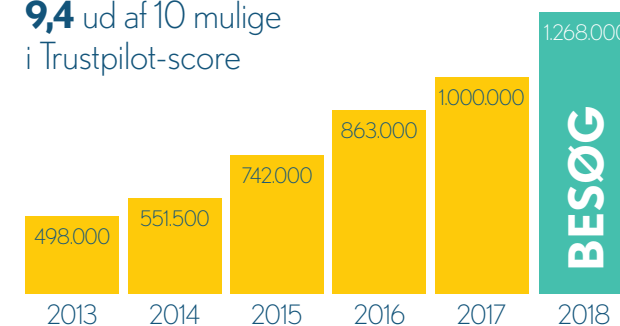
**1.268.000**

besøg hos partnerne i Copenhagen Card 2018

**584.976** kortdøgn

**86** partnere i ordningen i 2018 fra både Region Hovedstaden og Region Sjælland

**9,4** ud af 10 mulige i Trustpilot-score



Over **220** internationale influencers og journalister på besøg i Greater Copenhagen i 2018

**f @ 33%** flere følgere på Facebook og Instagram

**673** internationale rejseagenter og turoperatører bearbejdet og gennemført Copenhagen Academy i 2018

**24,26 mio.** eksponeringer på Wonderful Copenhagens kinesiske platforme i 2018



# DEVELOPMENT

## UDVIKLING AF NY VIDEN, NYE INDSATSER OG NYE PARTNERSKABER

Wonderful Copenhagens turismeudvikling er baseret på nyeste viden og et bredt spektrum af offentlige og private partnerskaber, eks. med kulturinstitutioner, traditionelle turismeaktører, DMO'er, innovationsmiljøer, videnmiljøer og staten, regioner og kommuner. Arbejdet er forankret i Development-afdelingen, der samler vidensproduktion og udviklingsprojekter.

Med fokus på at indfri kulturinstitutioners potentiale i forhold til internationale besøgende, har Wonderful Copenhagen gennem 3 år samlet en række kulturinstitutioner i udviklingsprojektet Tourism+Culture Lab. Projektet styrker hovedstadsregionens markedsposition som kulturdestination gennem rådgivning af og gennemførelse af innovationsprojekter sammen med kulturinstitutioner og kommuner.

I 2018 er der gennemført 25 eksperimenter samt udviklet en ny analyse om det kommercielle potentiale i internationale gæster hos kulturinstitutionerne. Der er indgået internationale partnerskaber med både Airbnb og Google Arts & Culture, som bidrager til at synliggøre hovedstadens kulturtilbud internationalt. Gennem samskabelse med kreative erhverv er der udviklet produkter, baseret på ny teknologi, i form af Virtual Reality på M/S Museet for Søfart og chatbot på Nationalmuseet.

Da Tourism+Culture Lab projektets regionale finansiering udløb med 2018, er der foretaget en partnerevaluering af projektets 3-årige forløb. Undersøgelsen har vist, at kulturinstitutionerne er yderst tilfredse med projektet, som har givet dem indgående kendskab til trends og tendenser, nye redskaber og inspireret dem til at tænke i nye, strategiske baner ift. den internationale gæsteoplevelse. Evalueringen, foretaget af Seismonaut, konkluderer, at »Projektet Tourism+Culture Lab overordnet set har været et yderst succesfuldt projekt, der både har forankret viden og udviklet nye produkter, samt redskaber til og for de involverede kulturinstitutioner og kommuner.«

Kina var i 2018 hovedstadsregionens 10. største internationale marked. Wonderful Copenhagen arbejder i regi af Chinavia med at gøre hovedstadsregionen synlig og konkurrencedygtig i kampen om de kinesiske turister.

I 2018 bidrog Wonderful Copenhagen i samspil med Københavns Kommune med både projektledelse og eksekvering af aktiviteter i forbindelse med den højtprofilerede designevent Beijing Design Week, hvor København i 2018 var medvært. Chinavia udviklede i samarbejde med VisitDenmarks kinesiske kontor en stand i den samlede københavnske udstilling og bl.a. en række salgs- og medieevents.

Ud over eksponering på den kinesiske version af VisitCopenhagen-sitet og på hovedstadens officielle profil på det kinesiske sociale medie Weibo, tilbydes værktøjer og kurser til turismeaktører med henblik på at gøre destinationen Kinaklar.

Det nationale udviklingselskab for storbyturisme, Dansk Storbyturisme, er forankret i Wonderful Copenhagen. Modsat de to øvrige turismeudviklingselskaber skal alle aktiviteter i Dansk Storbyturisme alene finansieres af projektmidler, hvilket betyder, at igangsættelsen af nye initiativer i 2018 har været påvirket af de aktuelle reformer af dansk turisme.

Den løbende dialog mellem de fire storbyer omkring fremadrettet samarbejde var fokuseret på kerneområderne: Kulturturisme, data/smart turismeudvikling og Kina. Det er endvidere besluttet at igangsætte ny strategiproces for samarbejdet i 2019.



fortsættes næste side >



← forrige side

Greater Copenhagen-samarbejdet blev i 2018 styrket med et nyt 3-årigt projekt, hvortil Wonderful Copenhagen sammen med de øvrige DMO'er på Sjælland samt Dansk Kyst og Naturturisme samt VisitDenmark har fået finansiering fra Vækstforum Sjælland. Projektet, der er forankret hos Wonderful Copenhagen, indeholder en række indsatser, herunder udarbejdelsen af udviklingsplan for Sjælland og øerne. Udviklingsplanen, som projektlejdes af Dansk Kyst og Naturturisme med løbende koordinering og involvering af Wonderful Copenhagen, skal med udgangen af 2019 levere klare anbefalinger til og igangsætte indsatser på tværs af Sjælland & øerne frem mod 2025.

Derudover har Wonderful Copenhagen samarbejdet med VisitNordsjælland og Dansk Kyst- og Naturturisme med henblik på at styrke sammenhængen mellem by og land - eks. dialog med aktørsammenslutningen af offentlig transport (DOT) for samarbejde omkring en forbedret rejseoplevelse med fokus på bedre servicedesign og synlighed af oplevelsestilbud udenfor København.

I Greater Copenhagen, på begge sider af Øresund, har der i 2018 bl.a. været fokus på at afdække mobilitet og bevægelsesmønstre mhp. at identificere styrker og svagheder i den samlede Greater Copenhagen-oplevelse. I regi af Greater Copenhagen-samarbejdet er der i 2018 afholdt en matchmaking-event, *Greater Day*, mellem oplevelsesaktører og incoming-bureauer, samt et nyt koncept for dagsture, der skal styrke sammenhængen mellem oplevelser, både med henblik på logistik, fortælling og markedsføring.

Wonderful Copenhagen har i 2018 gennemført en række udviklings- og analyseopgaver, herunder det store analyseprojekt 10XCOPENHAGEN, som gennem en række delanalyser har skabt nyt vidensgrundlag om turismeudviklingen i København - set gennem de lokales og de besøgendes øjne.

Analyserne vil udmønte sig i en række anbefalinger for, hvordan København frem mod 2030 skal løfte sig til en ny international turismeliga.

I regi af det store EU-finansierede projekt TourismX, som Wonderful Copenhagen projektlejdes sammen med Dansk Kyst- og Naturturisme, er indledt en række nye samarbejder med startups inden for turismesektoren. I foråret 2018 gennemførtes åbne auditions for startups i hele landet og på den baggrund blev der udvalgt en række startups med potentiale for at indgå i innovationsforløb, der udvikler og tester nye turismelaterede services, oplevelser og forretningsmodeller.

Sammen med en bred partnerkreds med deltagelse af arbejdsmarkedets parter, myndigheder, uddannelsesinstitutioner, destinationer og virksomheder har Wonderful Copenhagen deltaget i serviceprojektet NICE (New Innovative Customer Experiences). Projektet, der havde til formål at bidrage til at højne serviceniveauet i dansk turisme, udløb i 2018. I løbet af projektets afsluttende år er der gennemført yderligere eksperimenter sammen med en lang række virksomheder samt udviklet metoder, som branchens virksomheder fremadrettet kan anvende til at skabe oplevelser sammen med gæsterne. Endvidere er der afholdt en større, afsluttende konference, NICE LIVE 2018, med deltagelse af 250 personer fra turismens værdikæde.

I 2018 indstillede Wonderful Copenhagen - i samarbejde med Københavns Kommunes Kultur og Fritidsforvaltning - København til prisen European Capital of Smart Tourism 2019, som København vandt i kategorien 'digitalisering'.



# OM WONDERFUL COPENHAGEN

## STRATEGIER, BESTYRELSE OG ORGANISATIONS DIAGRAM

Wonderful Copenhagen er hovedstadsregionens officielle turisme-organisation og har til formål, på non-profitbasis, at fremme og udvikle erhvervs- og ferieturismen til gavn for almennyttige interesser.

I tæt samarbejde med Wonderful Copenhagen's flere hundrede offentlige og private samarbejdspartnere er indsatserne målrettet tiltrækning af kongresser, møder, events, krydstogtgæster, nye flyruter og international markedsføring af hovedstaden samt udvikling af storbyturisme, kulturturisme, nye markeder, begivenheder og ny viden.

Wonderful Copenhagen's arbejde er organiseret gennem fire forretningsområder: Convention, Cruise, Communication og Development.

Med afsæt i hovedstaden varetager Wonderful Copenhagen både regionale, tværregionale og landsdækkende opgaver. Eks. er de nationale udviklingsselskaber MeetDenmark og Dansk Storbyturisme samt det landsdækkende krydstogtnetværk Cruise-Copenhagen, alle forankret i Wonderful Copenhagen.

Ligesom land/by-samarbejdet med resten af Sjælland og øerne projektledes af Wonderful Copenhagen, som også har sekretariatsfunktion for ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected.

Wonderful Copenhagen er en selvstændig erhvervsdrivende fond, stiftet i 1992, med egen bestyrelse. Fonden Wonderful Copenhagen har hidtil modtaget årlig basisfinansiering fra Region Hovedstaden, men er med erhvervs- og turismefremmereformen i 2018 overgået til at modtage basisfinansiering fra Erhvervsministeriet. Med sine mere end 370 medfinansierende samarbejdsrelationer gearer Wonderful Copenhagen sin basisfinansiering samlet med en faktor 5,3.

Den overordnede strategiske retning for Wonderful Copenhagen's arbejde formuleres i turismestrategien Localhood. Derudover lancerede Wonderful Copenhagen i 2018 hovedstadens første strategi for bæredygtig turisme, Tourism for Good, som udstikker retningen og anviser indsatser for en bæredygtig turismeudvikling og med direkte bidrag til indfrielse af FN's verdensmål.

**WONDERFUL COPENHAGENS  
TURISMESTRATEGI 2017-2020  
"LOCALHOOD"**



**WONDERFUL COPENHAGENS  
BÆREDYGTIGHEDSSTRATEGI  
"TOURISM FOR GOOD"**



**ORGANISATIONS DIAGRAM**



**WONDERFUL COPENHAGENS  
BESTYRELSE**



**COPENHAGEN GOODWILL  
AMBASSADOR CORPS**

