



Wonderful Copenhagen

# Mål- og resultatplan 2020

20.12.2019

## Indhold

1. Wonderful Copenhagen's strategiske målbillede.....	3
2. Resultatmål for 2020 .....	9
3. Målopgørelsесoversigt .....	20
4. Formalia og påtegning .....	28

## 1. Wonderful Copenhagen's 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 almennyttige 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 Erhvervsfondsloven og ledes af en selvstændig bestyrelse bestående af folkevalgte og erhvervsrepræsentanter (majoren). Bestyrelsen er Wonderful Copenhagens 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* (2014) 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 mere end 25 år været samlingspunkt for turisterhvervet i hovedstaden og haft ansvar for at markedsføre hovedstadsområdet internationalt. Udgangspunktet er fortsat Danmarks hovedstad. Men Wonderful Copenhagen har i dag partnere i hele Danmark, Skandinavien og Baltikum, og varetager både regionale, tværregionale, nationale og tværnationale opgaver, som fremmer fondens formål:

- Wonderful Copenhagen er den overordnede turismeoperatør på dansk side i Greater Copenhagen samarbejdet, som omfatter 85 kommuner samt regionerne Hovedstaden, Sjælland, Skåne og Halland, Østdanmark og Sydsverige, og bidrager derigennem til en mere effektiv og samordnet turismeindsats på Sjælland og omkring Øresund.
- Wonderful Copenhagen varetager nationale opgaver og stiller specialiserede kompetencer til rådighed gennem de landsdækkende udviklingsselskaber Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) og Dansk Storbyturisme, det landsdækkende krydstogt-netværk CruiseCopenhagen samt ruteudviklingsprogrammet Global Connected.
- Endelig har Wonderful Copenhagen ansvar for tværnationale opgaver, herunder det nordiske samarbejde om kinesisk turisme (Chinavia) samt fremme af krydstogt i Østersø-regionen i Cruise Baltic-netværket.

## 1.2. Mission og vision

### 1.2.1. Mission

**Erhvervsministeriets mission:**

Skabe konkurrencedygtige og innovative vækstvilkår

**Wonderful Copenhagen's mission:**

Enable our destination to be shared more

Wonderful Copenhagen har med sin 2020-strategi – *Localhood* – defineret sin mission som at ”sætte vores destination i stand til at blive delt mere.” Wonderful Copenhagen ønsker at være en facilitator og samskaber, der sætter andre – erhvervet, offentlige aktører, borgere, og rejsende mm. – i stand til at dele og udvikle destinationen, så den bliver et endnu mere attraktivt sted både at bo og besøge.

Wonderful Copenhagens mission tager dermed udgangspunkt i og adresserer den aktuelle virkelighed i turistbranchen, som den også er beskrevet i den nationale strategi for dansk turisme (2016). Nemlig en virkelighed, hvor de rejsende i stigende grad søger autentiske og unikkeoplevelser og hvor inspirationen til den næste rejse i stigende grad kommer ”nede-fra-og-op” gennem de sociale medier og anbefalinger fra netværk, venner og familie.

Wonderful Copenhagens mission støtter direkte op om Erhvervsministeriets overordnede mission, ved på turismeområdet at understøtte Hovedstadens, Greater Copenhagens og resten af landets konkurrencedygtighed og vækst og ved at fremme innovation inden for erhvervet.

Wonderful Copenhagen vil i 2020 udarbejde en ny strategi, som forventes at træde i kraft pr. 2021.

### 1.2.2. Vision

**Erhvervsministeriets vision:**

Europas bedste rammer for at udvikle og drive virksomhed

**Wonderful Copenhagen's vision:**

Localhood for everyone

*Note: Det forventes, at der i løbet af 2020 vil blive igangsat et arbejde med at opdatere Erhvervsministeriets mission og vision.*

Wonderful Copenhagen markerer med sin 2020-strategi også en udvidelse af scope, fra kun at

se på turismens direkte målbare effekter i form af antal overnatninger mv. til også at se på turismens bredere værdiskabelse for samfundet, herunder også at inddrage borgernes perspektiv i turismeudviklingen. Det er således en hovedpointe i strategien, at borgernes opbakning til turismevækst, de besøgendes tilfredshed og den samfundsøkonomiske omsætning skal gå hånd-i-hånd på en måde, som sikrer rum for vækst på den lange bane.

Visionen om Localhood er en langsigtet vision om vores destination som et sted, hvor menneskelige relationer står i centrum, hvor beboere og besøgende interagerer og deler fælles, lokale oplevelser, hvor vores lokale særkende er det, der gør os internationalt konkurrencedygtige, og hvor fortsat turismevækst er resultatet af samskabelsesprocesser – på tværs af geografi og industrier – med lokalhood som vores fælles identitet og udgangspunkt.

Visionen understøtter Erhvervsministeriets overordnede vision ved på turismeområdet at understøtte, at destinationen også i fremtiden kan være et attraktivt besøgsmål for internationale rejsende og at der fortsat vil være lokal opbakning til turismen og de godt 57.000 jobs, 48 mia. kr. i omsætning, og estimeret 17 mia. i offentligt provenu (2017-tal), den bidrager med i dag i hovedstadsregionen.<sup>1</sup>

### 1.3. Kerneopgaver og strategiske målsætninger

#### 1.3.1. Kerneopgaver

Wonderful Copenhagen har følgende kerneopgaver:

- 1: Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme
- 2: Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme
- 3: International markedsføring af hovedstaden
- 4: Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling

Kerneopgaverne er uddybende beskrevet neden for i kapitel 2 i forbindelse med resultatlærene for 2020.

#### 1.3.2. Strategiske målsætninger – bæredygtig turismeudvikling

Hovedstadens turisme er en succeshistorie. Antallet af turistovernatninger er vokset uafbrudt de seneste 9 år i træk, og i dag står hovedstadsregionen for ca. 40% af omsætningen i dansk turisme samlet set. Ca. 48 mia. kr. i forbrug, 57.000 fuldtidsstillinger og 17 mia. kr. i skatteindtægter leverer hovedstadens turisme hvert år til det danske samfund.<sup>2</sup> Men succesen kan ikke tages for givet. Hovedstaden står med en særlig udfordring i dansk sammenhæng med at sikre fortsat lokal opbakning. Undersøgelser fra 2017 og 2018 peger på, at der generelt er opbakning til turismen i København, men også, at beboere i visse dele af byen, særligt Indre By, oplever problemer forbundet med turismen.<sup>3</sup> Ligeledes har turismen i København i 2019 været debatteret i medier og lokalpolitisk. Det er vigtigt for hovedstaden og hele landet, at hovedstadsdens turisme fortsat er i stærk udvikling og leverer et markant bidrag til samfundsøkonomien.

<sup>1</sup> Kilde: *Turismens Økonomiske Betydning i Danmark 2017*, VDK, 2019. Tal for regionen ekskl. Bornholm beregnet af Wonderful Copenhagen pba individuelle tal for Danmark, Region Hovedstaden og Bornholm.

<sup>2</sup> Ibid. Tal for Region Hovedstaden ekskl. Bornholm.

<sup>3</sup> Kilde: <https://10xcopenhagen.com/>

I den sammenhæng bliver udviklingen og brandingen af hovedstaden som en bæredygtig turistdestination helt central.

Det stiller nye krav, særligt ift. at sikre strategisk og operationel sammenhæng mellem markedsføring og destinationsudvikling. Markedsføringen af hovedstaden skal fremover understøtte den ønskede lokale udvikling og øge borgernes opbakning for at sikre et grundlag for langsigtet turismevækst. Wonderful Copenhagen har som hovedstadens destinationsselskab, der til dagligt arbejder tæt på destinationen og sammen med destinationens aktører, ansvaret herfor. VisitDenmark og Wonderful Copenhagen har i 2019 indgået en samarbejdsaftale om et tættere og gensidigt forpligtende samarbejde. Heraf fremgår bl.a. at *"VisitDenmark har ansvaret for branding af hele Danmark. Wonderful Copenhagen har ansvaret for branding af hovedstaden samt at sikre, at denne branding understøtter brandingen af Danmark."* Inden for partnernes respektive formål og ansvar er det en fælles opgave for VisitDenmark og Wonderful Copenhagen at markedsføre og brande København, herunder at sikre, at brandingen og markedsføringen af hovedstaden både understøtter brandingen af Danmark samt udviklingen af destinationen, jf. resultatløb 3.4. I det lys er det en priorititet for Wonderful Copenhagen at have et fortsat stærkere samarbejde med VisitDenmark de kommende år, jf. resultatløb 3.4. Med det udgangspunkt vil Wonderful Copenhagen senest i marts 2020 forny samarbejdsaftalen med VisitDenmark.

Wonderful Copenhagen ønsker at gå Forrest og inspirere til en bæredygtig turismeudvikling i og uden for hovedstaden. Fonden har allerede i 2018 formuleret en strategi for bæredygtig turisme – *Tourism for Good* – som tager udgangspunkt i FN's verdensmål og sætter den ambitiøse ambition, at *"turismen i Greater Copenhagen i 2030 skal levere et positivt bidrag til en bæredygtig udvikling lokalt og globalt."*

Indfrielsen af ambitionen og at skabe sammenhæng mellem turismeudvikling og bæredygtighed, herunder fx regeringens ambitioner på klimaområdet og sikre lokal opbakning til turismeudviklingen i København, bliver helt centralt for Wonderful Copenhagen de kommende år.

Fondens arbejde har dermed et langsigtet perspektiv, der rækker flere år frem. Wonderful Copenhagen vil i løbet af 2020 arbejde for at opstille konkrete mål og indikatorer for den bæredygtige turismeudvikling i hovedstaden. Det vil ske som led i fondens strategiarbejde og på baggrund af det igangværende arbejde på europæisk plan samt i sammenhæng til det forestående arbejde med at formulere en ny national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Wonderful Copenhagen vil dermed understøtte udviklingen af en national strategi og arbejde for at sikre, at der er en stærk sammenhæng mellem nationale og decentrale bæredygtighedsindikatorer, så implementeringen af Wonderful Copenhagens strategi understøtter implementeringen af den nationale strategi .

Som retning arbejder fonden for nuværende efter at realisere 7 mål, som sammen sætter retning for en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden – socialt, økonomisk og miljømæssigt. De rækker frem mod 2030, omfatter turismeudviklingen bredt set i hovedstaden og går på tværs af fondens kerneopgaver.

De 7 mål fordelt på de 3 bæredygtighedsdimensioner er:

## SOCIAL BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING

1. Tilfredse turister, der anbefaler destinationen
2. Høj borgeropbakning
3. Bedre geografisk fordeling af turismen

## ØKONOMISK BÆREDYGTIG TURISMEUDVIKLING

4. Bedre fordeling af turismen ud over sæsonen
5. Høje økonomiske fordele for samfundet
6. Høj beskæftigelseseffekt

## MILJØMÆSSIG BÆREDYGTIGHED

7. Minimering af turisternes miljø- og klimabelastning

De 7 mål tager udgangspunkt i det arbejde, der pt. pågår i Danmark og på europæisk niveau i regi af The European Travel Commission med at formulere mål og indikatorer for bæredygtig turismeudvikling. Wonderful Copenhagen deltager i arbejdet gennem Analysearbejdsgruppen og Metodeudvalget under Det Nationale Turismeforum og stiller sin viden og erfaringer til rådighed med et bredere sigte.

Wonderful Copenhagen vil i løbet af 2020 opstille måltal / indikatorer for hvert af de 7 mål.

Realiseringen af målsætningerne kan ikke alene føres tilbage til Wonderful Copenhagen, men påvirkes også af makroøkonomiske faktorer og andre aktører, herunder fondens partnere, mv.

### 1.4 Wonderful Copenhagens økonomi

Wonderful Copenhagen finansierer sine aktiviteter gennem årlige aftaler med Erhvervsministeriet, gennem netværksbidrag, projektbidrag og øvrige bidrag fra erhvervslivet, organisationer og det offentlige, samt gennem salg af serviceydelser. I 2020 modtager Wonderful Copenhagen fra Erhvervsministeriet 43,8 mio. kr. i basisfinansiering og 2,5 mio. kr. i projektmidler øremærket til ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected , dvs. i alt 46,3 mio. kr. Derudover modtager foreningen MeetDenmark, der sekretariatsbetjenes af Wonderful Copenhagen, 4,2 mio. kr. fra Erhvervsministeriet. For den nævnte finansiering tages forbehold for Folketingets godkendelse af finansloven for 2020.

Wonderful Copenhagens omsætning er i 2020 budgetteret til ca. 267 mio. kr. (inkl. projektlønsindtægter og ekskl. netværk). Heraf udgør Copenhagen Card-omsætningen ca. 169 mio. kr. Langt hovedparten af omsætningen i Copenhagen Card udgøres af de indtægter Wonderful Copenhagens salg genererer direkte til attraktionerne, mens den resterende omsætning anvendes til drift og udvikling af kortet samt turismeaktiviteter, der fremmer fondens formål til gavn for de deltagende partnere, herunder ikke mindst at sikre endnu flere fremtidige besøg hos de deltagende museer og attraktioner mv. Copenhagen Card er ikke omfattet af denne mål- og resultatplan.



Wonderful Copenhagen er en netværksorganisation og fonden gennemfører sine aktiviteter sammen med erhvervslivet og med en betydelig privat medfinansiering. Partnernes tilfredshed er derfor helt central, hvorfor der indgår flere delmål herom i mål- og resultatplanen.

## 2. Resultatmål for 2020

### 2.1. Wonderful Copenhagens resultatmål fordelt på kerneopgaver

Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme	Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme	International markedsføring af hovedstaden	Bæredygtig og innovativ og destinationsudvikling
Resultatmål 1:  Samfundsøkonomisk bidrag fra erhvervs- og eventturismen	Resultatmål 2:  Øget samfundsøkonomisk bidrag fra krydstogtturismen	Resultatmål 3:  Effektiv og destinationsnær international markedsføring året rundt	Resultatmål 5:  Mere ud af den tiltrukne turisme gennem brug af data og viden
		Resultatmål 4:  Destinationsmarkedsføring der styrker flytilgængelighed	Resultatmål 6:  Bedre sammenhæng mellem by og land i Greater Copenhagen
			Resultatmål 7:  Innovation som drivkraft for storbyturismens udvikling
<b>Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration</b>			
Resultatmål 8:  Bidrag til ny national strategi for dansk turisme			

### 2.2 Policy- og udviklingsmål

#### KERNEOPGAVE 1: TILTRÆKNING OG UDVIKLING AF ERHVERVSTURISME

Internationale erhvervsrejsende er den type rejsende, der har det højeste gennemsnitlige døgnforbrug. Wonderful Copenhagen er den største aktør i Danmark, når det handler om at tiltrække store, internationale videnkongresser og forretningsmøder. Indsatsen sker primært i regi af netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen, hvor mere end 140 partnere fra turismens værdikæde, hvor mange til daglig er hinandens konkurrenter, samarbejder om at tiltrække international erhvervsturisme. Desuden og for netop at skabe størst mulig synergি i ind-

satserne har det nationale udviklingselskab MeetDenmark sekretariat i Wonderful Copenhagen, som står for 85-90% af de vundne kongresovernatninger i MeetDenmark og er det markant største kompetencecenter inden for møde- og kongresturisme i Danmark, hvilket kommer den nationale indsats i MeetDenmark til gode i foreningens løbende arbejde. (MeetDenmark er en forening, der modtager et selvstændigt tilskud fra Erhvervsministeriet og har en selvstændig mål- og resultatplan med ministeriet).

### **Resultatmål 1: Samfundsøkonomisk bidrag fra erhvervs- og eventturismen**

**Wonderful Copenhagen skal gennem international markedsføring, opsigende salgsarbejde, bud samt udvikling af området tiltrække internationale kongresser, møder og sport og -kulturevents til hovedstadsområdet til gavn for samfundsøkonomien og beskæftigelsen. Indsatsten varetages i regi af netværket Meetingplace på vegne af en værdikæde af erhvervsaktører i hovedstaden og på Sjælland.**

Efter en periode med vækst, oplever hovedstaden i stigende grad udfordringer med at tiltrække store, internationale kongresser, der roterer mellem verdensdele. Wonderful Copenhagen vil i 2020 igangsætte et strategiarbejde, som skal bidrage til, at hovedstaden også på den lange bane kan fastholde og gerne udbygge sine markedsposition vis-a-vis andre metropoler internationalt inden for erhvervturisme. Desuden vil der være fokus på, hvordan destinationen kan få mere ud af de tiltrukne kongresser og events, samt fastholde sine styrkepositioner inden for bl.a. bæredygtighed, medico og life science.

**Vægt: 20 pct.**

- 1.1 Wonderful Copenhagen skal i 2020 vinde kongresser, møder, incentivrejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til:**

Samlet turismeøkonomisk omsætning på 1.354 mia. kr. (svarende til i alt 355.000 overnatninger)<sup>4</sup>

(2016-18-resultat, gns.: 968 mio. kr. (svarende til 350.000 overnatninger))<sup>5</sup>

- 1.2 Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være over 4,0 på en 5-skala.**

<sup>4</sup> Overnatningerne fordeler sig som kongress 310.000, M&I 15.000, Sport og Events 30.000. Til beregningen er brugt følgende døgnforbrugstal: kongress 4.010 (85%\*4.190+15%\*2.990) DKK, M&I 3.200 DKK (kilde: Mødemarkedets Økonomiske Betydning i Danmark 2017, VDK), og Sport og Event 2.100 DKK (kilde: Storbyturister i København 2018, VDK). Overnatningstallet for 2019 fastholdes. Der opleves pt. udfordringer med at vinde store internationale videnkongresser til hovedstaden. Årsagerne er bl.a. hård international konkurrence, produktopgradering i konkurrentbyer, og et højt prisniveau. Samtidig bygges der aktuelt om i Bella Centeret, hvilket udfordrer kapaciteten til særligt store arrangementer. Endelig er der et begrænset antal store kongresser globalt, og København har i de seneste år søgt (og vundet) en stor del, hvorefter der går en årrække, inden man igen kan komme i betragtning. Udfordringen vil blive adresseret ifbm formuleringen af ny Meetingplacestrategi. Wonderful Copenhagen sætter mål sammen med parterne i Meetingplace for sikre stærk lokal opbakning og medfinansiering, hvorfor en evt. måljustering i Meetingplace kan give anledning til en justering i denne MRP også.

<sup>5</sup> Kilde: WOCO årsafrapportering til Region Hovedstaden 2016-2018. Beregner man det gennemsnitlige, årlige omsætningsresultat for 2016-18 med de nyeste døgnforbrugstal er tallet 1.248 mia. kr.

(2016-18-resultat, gns.: 4,0 på en 5-skala)

## KERNEOPGAVE 2: TILTRÆKNING OG UDVIKLING AF KRYDSTOGTTURISME

Krydstogtturisme skaber omsætning og jobs i hele landet. Cirka 1,2 millioner krydstogtgæster besøgte Danmark i 2019 fordelt på 9 havne i Jylland og på Sjælland, Fyn og Bornholm. Wonderful Copenhagen er omdrejningspunktet for indsatsen for at tiltrække krydstogtturisme til Danmark og Østersøen. Det sker i regi af netværkene Cruise Copenhagen Network, der samler 10 danske krydstogtdestinationer og over 60 partnere, og Cruise Baltic, der samler 30 partnere fra landene i Østersøregionen.

### Resultatmål 2: Øget samfundsøkonomisk bidrag fra krydstogtturismen

Wonderful Copenhagen skal skabe fortsat udvikling i dansk krydstogtturisme. Det sker gennem netværksaktiviteter, international markedsføring og opsøgende salgsarbejde overfor internationale krydstogtrederier. Et fokusområde er i den forbindelse at udvikle branchen i bæredygtig retning. Bl.a. har Wonderful Copenhagen sammen med Miljø- og Fødevareministeriet taget initiativ til en konference om bæredygtig krydstogt samt udviklingen af et fælles manifest – 'Cruise Baltic Sustainability Manifesto' – som er underskrevet af 29 havne omkring Østersøen. Wonderful Copenhagen arbejder desuden aktivt med at udvide sæsonen og skabe en bedre geografisk fordeling af krydstogtturismen, så flest mulige havne får gavn af turismens positive effekter i form af jobs og omsætning og så gener i spidsbelastningsperioder mindskes.

Wonderful Copenhagen vil i 2020 have særligt fokus på at skubbe på den bæredygtige udvikling. Fonden vil bl.a. udgive en international rapport, som samler best practice på området fra havnene omkring Østersøen og arbejde for at rejse finansiering til en større, international konference om emnet til afholdelse i 2021. Samtidig vil fonden intensivere indsatsen for at skabe en mere bæredygtig fordeling af og større værdiskabelse fra krydstogtturismen, bl.a. gennem samarbejde med de incoming bureauer, der organiserer krydstogtgæsternes ture på land; gennem fokus på øget vækst i skuldersæsonen; gennem lancering af et nyt ruteplanlægningsværktøj i samarbejde med Cruise Norway; og gennem en målrettet indsats for at krydstogtturismen skal komme hele landet til gode.

**Vægt: 15 pct.**

- 2.1 Med udgangen af 2020 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2022 svarende til 1,873 mia. kr. i turisme-økonomisk omsætning (direkte effekter) i Danmark (svarende til 1,2 millioner krydstogtgæster).<sup>6</sup>
- 2.2 Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være over 4,0 på en 5-skala.  
  
(2016-18-resultat, gns.: 4,3 på en 5-skala)
- 2.3 Wonderful Copenhagen arbejder på en mere bæredygtig fordeling af krydstogtturismen til gavn for hele landet, bl.a. ved udvidelse af sæsonen og bedre geografisk fordeling af krydstogtturismen:  
  
I 2022 er den procentuelle vækst i antal krydstogtgæster min. 10%-point højere i øvrige Danmark end i København.<sup>7</sup>  
  
(2019-resultat: 12%-point under København.)<sup>8</sup>

### KERNEOPGAVE 3: INTERNATIONAL MARKEDSFØRING AF HOVEDSTADEN

Wonderful Copenhagen markedsfører hovedstaden og Greater Copenhagen internationalt over for potentielle rejsende (B2C) på sociale medier og gennem bearbejdning af medier og influencers, og bearbejder den internationale rejsebranche (B2B) med henblik på at få internationale rejseudbydere til at sælge destinationen. Desuden arbejder fonden på at øge tilgængeligheden til hovedstaden og derigennem Danmark gennem markedsføringspartnerskaber med flyselskaber om nye internationale flyruter. International markedsføring er også en integreret del af fondens øvrige aktiviteter – fx når fonden markedsfører destinationen over for internationale kongres- og eventarrangører, krydstogtredderier, mv.

Wonderful Copenhagen har det sammenhængende ansvar for destinationsudvikling og branding af hovedstaden. "Copenhagen" er Danmarks stærkeste destinationsbrand og København

<sup>6</sup> Kilde: Beregning foretaget af WOCO på baggrund af nøgletal leveret af Brea & GP Wild fra "Denmark Economic Impact Study – 2016". Beregningen er foretaget med udgangspunkt i en fordeling mellem turnaround-passagerer og transitpassagerer på 47% hhv. 53%. Det bemærkes, at der vil komme nye nøgletal i starten af 2020, som vil kunne påvirke omsætningstallet.

Aftaler om krydstogtanløb indgås langt ude i fremtiden. Derfor er der opstillet et mål for 2022. Målet skal efter ønske fra Erhvervsministeriet kunne opgøres med udgangen af 2020. Det betyder, at man på opgørelsestidspunktet ikke har realiseret den fulde resultatskabelse (der er på opgørelsestidspunktet endnu knap 2 år til at tiltrække krydstogtanløb), hvorfor det opstillede mål (1,2 mio. passagerer) må forventes at være lavere, end det reelle passagertal, når 2022 er gået og den fulde effekt er realiseret.

<sup>7</sup> Målet opgøres primo 2021 og vedrører de passagerer, som der pr. 31.12.2020, er indgået aftaler om for 2022. Ved "Øvrige Danmark" forstås her havnene Aalborg, Aarhus, Bornholm, Fredericia, Fåborg, Helsingør, Hundested, Kalundborg, Korsør og Skagen.

<sup>8</sup> Det bemærkes, at der er betydelige variationer fra år til år. Målet om min. 10%-point højere vækst i øvrige DK end i Kbh i 2022 anses for at være opnælgt, men ambitiøst.

er mere kendt på 3 ud af 4 af Danmarks hovedmarkeder (Sverige, Norge, Storbritanien og Nederlandene) end Danmark.<sup>9</sup> Hovedstaden har med det udgangspunkt igennem mange år oplevet en kontinuerlig og større vækst i antallet af overnatninger end andre dele af Danmark. For netop hovedstadens vedkommende bliver det derfor fremover stadig vigtigere at sikre en sammenhæng mellem destinationsudvikling og international markedsføring for at sikre en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden. Markedsføringen skal derfor på én og samme tid føre til flere turister og være i overenstemmelse med destinationens behov og potentialer. Konkret betyder det bl.a., at markedsføringen skal bidrage til spredning af turister i sæson, geografi og tid, modvirke lokal turismepres, motivere det grønne valg (som borgerne lægger vægt på), komme både store og små aktører til gode, eksponere konkrete og autentiske oplevelser og være sammenhængende mellem målgrupper (kongres-, event- og feriegæster). Det stiller alt sammen krav til en stadig tættere samtænkning af destination og markedsføring.

Wonderful Copenhagen samarbejder således tæt med VisitDenmark om den internationale markedsføring, jf. nedenfor.

### **Resultatmål 3: Effektiv og destinationsnær international markedsføring året rundt**

**Wonderful Copenhagen markedsfører hovedstadsregionen 365 dage om året på sociale medier og gennem bearbejdning af internationale medier, influencers, brands, turoperatører, online travel agencies, mv.**

**Det er en kontinuerlig målsætning for Wonderful Copenhagen, at fondens digitale markedsføring skal være effektiv, dvs. opnå størst muligt effekt pr. investeret krone.**

**Wonderful Copenhagen vil i 2020 derudover have særligt fokus på, at fondens markedsføring understøtter en bæredygtig turismeudvikling, herunder borgeropbakning til langsigtet turismevækst. Det skal bl.a. ske ved i endnu højere grad målrettet at inspirere rejsende til at komme uden for højsæsonen og besøge en bredere geografi samt vælge en grøn adfærd, under besøget. Wonderful Copenhagen vil med det udgangspunkt arbejde for at sikre, at fondens væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter sker i samarbejde og koordination med VisitDenmark, herunder understøtte den nye, overordnede branding af Danmark. Wonderful Copenhagen vil desuden i 2020 fortsat bidrage til VisitDenmarks arbejde med at udvikle en fælles effektmålingsmodel, som parterne er enige om at anvende til vurdering af væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter.**

**Vægt: 22,5 pct**

<sup>9</sup> Statusanalyse af turismens udvikling og konkurrenceevne, Det Nationale Turismeforum, 2019

- 3.1 Wonderful Copenhagenens digitale, betalte markedsføringsaktiviteter skal være på niveau med eller bedre end internationalt benchmark for sammenlignelige kampagneaktiviteter.
- Wonderful Copenhagen har en 'video first' tilgang i digitale kampagner. Derfor måles der på videovisninger. Facebook er valgt som målestok. Det betyder konkret, at Wonderful Copenhagen i sine betalte, digitale kampagner i gennemsnit skal betale det samme som eller mindre end Facebooks internationale benchmark for at få vist sine videoer på sociale medier overfor de definerede målgrupper. Facebooks internationale benchmark er 0,20 DKK pr. visning (3 sek.)
- 3.2 100 % af Wonderful Copenhagenens midler til betalt markedsføring anvendes til at fremme en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden. Det kan ske ved enten at inspirere til besøg uden for højsæson, inspirere til oplevelser i en bredere geografi og uden for bydelen Indre By, at inspirere til en bæredygtig adfærd under besøget eller inspirere til en højere grad af mobilitet blandt de besøgende.
- 3.3 Wonderful Copenhagen skal i 2020 i samarbejde med VisitDenmark og øvrige relevante turismeaktører, færdigudvikle en fælles effektmålingsmodel, som parterne er enige om at anvende til vurdering af væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter. Målet med modellen er at opstille benchmark for effektfuld indsats på digitale medier. Arbejdet blev igangsat i 2019. VisitDenmark har det overordnede ansvar for arbejdet.
- VisitDenmark udvikler og evaluerer først en pilotmodel. Såfremt pilotprojektet ikke lykkes eller der ikke findes finansiering til at udvikle den endelige model, udgår målet af Wonderful Copenhagenens Mål- og resultatplan.
- 3.4 Wonderful Copenhagen og VisitDenmark vil i 2020 arbejde aktivt for at styrke et gensidigt tæt og tydeligere samarbejde om international markedsføring. Samarbejdet skal bl.a. føre til en større tydelighed om parternes respektive markedsføringsaktiviteter og en bedre sammenhæng herimellem.
- Både Wonderful Copenhagen og VisitDenmark udfører international markedsføring, hvor oplevelser mv. i hovedstaden indgår. Inden for parternes respektive formål og ansvar er det en fælles opgave for VisitDenmark og Wonderful Copenhagen at markedsføre og brande København. Det betyder, at branding og markedsføringen af hovedstaden både understøtter branding af Danmark, udviklingen af destinationen samt er koordineret og effektiv. Wonderful Copenhagenens markedsføring af hovedstaden vil derfor som udgangspunkt ske inden for rammerne af det fælles Danmarks-brand. VisitDenmarks markedsføring og branding af København skal tilsvarende understøtte destinationsudviklingen i hovedstaden.

Med henblik på at opnå større effekt for de investerede midler er det ambitionen, at alle de væsentlige markedsføringsaktiviteter sker i et tættere samarbejde og i bedre gensidig koordination mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark.

Wonderful Copenhagen og VisitDenmark koordinerer således væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter af København med henblik på at skabe styrket samarbejde, øget effekt og sikre sammenhæng i den internationale markedsføring af Danmark og København. Dette gælder også markedsføringsaktiviteter i forbindelse med ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected, som Wonderful Copenhagen er ansvarlig for. VisitDenmark koordinerer tilsvarende alle væsentlige markedsføringsaktiviteter, hvor hovedstaden indgår, med Wonderful Copenhagen.

Afhængig af indsatsen kan der være flere veje til at opnå en effektiv koordination og et effektivt samarbejde. De nærmere rammer for samarbejdet og arbejdsdelingen er beskrevet i en samarbejdsaftale mellem parterne, der evalueres og fornys inden udgangen af 1. kvartal 2020. Måløpfyldelsen vurderes af Erhvervsministeriet på baggrund af en redegørelse primo 2021 om omfanget og karakteren af samarbejdet det forgangne år med udgangspunkt i samarbejdsaf talen.

#### **Resultatmål 4: Destinationsmarkedsføring der styrker flytilgængelighed**

**Flyforbindelser til oversøiske vækstmarkeder og store internationale gateways er afgørende for udviklingen af international turisme, tiltrækning af investeringer, virksomheder og talenter, samt for danske virksomheders eksportmuligheder. Det overordnede ruteudviklingsprogram Global Connected og det eksekverende projektspor Greater Copenhagen Connected er et vigtigt markedsudviklingsinitiativ for Greater Copenhagen.**

**Luftfartens aktiviteter, den tilgængelighed som luftfarten faciliteter, skaber stor samfundsøkonomisk værdi for Danmark, som understøtter grundlaget for aktivitet i Danmark.**

**Programmet understøtter tiltrækning af interkontinentale flyruter og ruteudvidelser til Københavns Lufthavn og destinationsmarkedsføring er én blandt flere vigtige faktorer, der er med i overvejelserne, når luftfartsselskaber placerer kapacitet. Destinationsmarkedsføringen ift. nye flyruter sker inden for rammerne af programmet, herunder hensynet til de medfinansierende danske og svenske parter. Wonderful Copenhagen indgår derudover samarbejdsaf taler med flyselskaber om markedsføring, som skal sikre flyselskabernes medfinansiering. Inden for de rammer vil Wonderful Copenhagen arbejde for at destinationsmarkedsføringen hænger sammen med den øvrige markedsføring af hovedstaden og af Danmark.**

**Wonderful Copenhagen skal i 2020, gennem strategiske partnerskaber med flyselskaber om destinationsmarkedsføring af København og Greater Copenhagen, understøtte åbningen af nye, interkontinentale ruter til København.**

Ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected skal i programperioden 2019-2021 bidrage til mindst 9 nye interkontinentale ruter/ruteudvidelser til København. Programmet vil i 2020 have fokus på inden for sit område at bidrage til at fremme bæredygtig luftfart og bæredygtig adfærd blandt de flyrejsende, der kommer til destinationen.

Vægt: 10 pct.

- 4.1 I 2020 skal ruteudviklingsprogrammet bidrage til åbningen af 3 nye interkontinentale ruter/ruteudvidelser til København.

Der følges op på fremdriften som led i den årlige afrapportering på resultatkontrakten til Erhvervsministeriet (samt i partnergruppen til ruteudviklingsprogrammet).

(2016-18-resultat, gns.: 4 ruter)<sup>10</sup>

- 4.2 Wonderful Copenhagen skal i 2020 udarbejde en metode hvormed programmet operationalt kan bidrage til at fremme bæredygtig luftfart og bæredygtig adfærd blandt de flyrejsende, der kommer til Greater Copenhagen. Der skal indgås aftale med mindst et flyselskab på baggrund af den nye metode.

#### KERNEOPGAVE 4: BÆREDYGTIG OG INNOVATIV DESTINATIONSUDVIKLING

Wonderful Copenhagen producerer viden, igangsætter og gennemfører projekter, som skal medvirke til 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 er desuden sekretariat for det lovfæstede nationale udviklingsselskab for dansk storbyturisme med fokus på at understøtte storbyerne som drivkrafter for professionalisering og udvikling af dansk turisme bredt set.

##### Resultatmål 5: Mere ud af den tiltrukne turisme gennem brug af data og viden

Wonderful Copenhagen skal udvikle og formidle viden og data, redskaber og løsninger, som sætter turismeaktørerne i stand til at få mere ud af turismen. Dette skal ske i processer og netværk med fokus på samskabelse og innovation. I 2020 vil fonden have fokus på at tilvejebringe ny viden om hovedstadens betydning for dansk turisme bredt set samt om turisternes bevægelsesmønstre, mens de er her, og hvad der påvirker dette. Begge dele som grundlag for at kunne skabe stærkere sammenhænge, bedre oplevelser, øget forbrug og en bedre forde-

<sup>10</sup> Programmet har fra midt 2018 introduceret en ny ruteevalueringsmodel, som er godkendt i investorgruppen, hvor Erhvervsministeriet er repræsenteret. Modellen skærper programmets fokus, så der nu udelukkende gives støtte til interkontinentale ruter ( modsat tidligere, hvor der også kunne gives støtte til europæiske ruter). Det betyder, at man ikke direkte kan sammenligne med tidligere års resultater, og at der alt andet lige fremover må forventes færre tiltrukne ruter.

ling af turismens værdiskabelse. Samtidig vil fonden have fokus på at understøtte iværksætteri og nye jobs inden for branchen ved at bygge oven på erfaringerne fra det afsluttede projekt TourismX.

**Vægt: 7,5 pct.**

5.1 Wonderful Copenhagens samarbejdspartnere vurderer med udgangen af 2019, at fonden positivt har påvirket partnernes forståelse for og mulighed for at få mere ud af turismen end ellers (vurderet til over 4,0 på en 5-skala).

5.2 Wonderful Copenhagen igangsætter i 2020 et større, flerårigt analyseprojekt om besøgendes bevægelsesmønstre under deres ophold mhp. at skaffe ny viden som kan øge turismens værdiskabelse. Projektet tænkes bygget op i tre overordnede aktivitetsfaser: 1) kortlægning og analyser, 2) modeludarbejdelse og 3) test. Der skal i 2020 være gennemført min. 1 fase og igangsat yderligere 1.

Projektet ledes af Wonderful Copenhagen med udgangspunkt i rejsendes mobilitet i og fra hovedstaden. Projektet etableres i samarbejde med relevante aktører i Danmark og med kobling til det nationale Data Lake-projekt, som er ledet af VDK.

#### **Resultatmål 6: Bedre sammenhæng mellem by og land i Greater Copenhagen**

Wonderful Copenhagen er den primære drivkraft i turismesamarbejdet i regi af Greater Copenhagen (som omfatter Sjælland og øerne samt Skåne) og arbejder aktivt for en mere sammenhængende turismefremmeindsats mellem by og land og øget samarbejde mellem turismeskaberne på Sjælland. Arbejdet tager afsæt i en fælles turismeambition om, at Greater Copenhagen skal skille sig ud i Europa som det perfekte match mellem land og by. Wonderful Copenhagen er med det udgangspunkt bl.a. ansvarlig for det store rammeprojekt "Styrkelse af sammenhænge mellem land og by", som kører indtil 2021 og som Udviklingsplanen for Sjælland og Øerne, som Dansk Kyst- og Naturturisme har lead på i samarbejde med Wonderful Copenhagen, indgår i.

**Vægt: 7,5 pct.**

6.1 Wonderful Copenhagens samarbejdspartnere vurderer, at fonden i 2019 har igangsat og/eller gennemført initiativer, som har skabt/skaber øget værdi gennem nye sammenhænge mellem oplevelser og/eller aktører i en bredere geografi i Greater Copenhagen (vurderet til minimum 4,0 på en 5-skala).

6.2 Dansk Kyst- og Naturturisme og Wonderful Copenhagen vil sammen skabe rammerne for et operationelt set-up, som allerede i 2020 påbegynder opfølgningen på Udviklingsplan for Sjælland og Øerne. Det specifikke set-up aftales mellem Wonderful Copenhagen og Dansk Kyst- og Naturturisme med respekt for partnernes roller, i samarbejde med kommuner og destinationsselskaberne på Sjælland og øerne og med sammenhæng til det igangværende sjællandske Land-by-projekt, der løber frem til og med 2021.

### Resultatmål 7: Innovation som drivkraft for storbyturismens udvikling

København skal som Danmarks førende storbydestination styrke sin udvikling vis-a-vis andre hovedstæder og Dansk Storbyturisme skal bidrage til at løfte dansk turismes samlede innovationskraft.

Wonderful Copenhagen vil i 2020 gennemføre innovationsprojekter inden for bæredygtig turisme og kulturturisme, som tager udgangspunkt i hovedstaden og hvor erfaringerne vil kunne udbredes til også at komme andre dele af landet til gode. Bl.a. vil fonden i regi af Dansk Storbyturisme tage initiativ til en tværgående kulturturismeindsats, hvor erfaringer høstet i hovedstaden bringes i spil. Og på bæredygtighedsområdet vil fonden arbejde med metoder til at bygge bro og mindske turismens gener, ligesom fonden vil søge at etablere en ny større satning på bæredygtighedsområdet i forlængelse af analyseprojektet 10XCopenhagen.

Vægt: 10 pct.

- 7.1 Wonderful Copenhagen vil i 2020 følge op på Dansk Storbyturismes strategi (2019) ved at igangsætte en større indsats inden for kulturturisme, som bygger videre på de erfaringer, der er gjort i Hovedstaden i projektet Tourism+Culture-Lab. Der skal i 2020 være etableret en partnerkreds, en projektorganisering, samt være rejst ekstern finansiering.
- 7.2 Wonderful Copenhagen vil med projektet Tourism Moves understøtte bæredygtig turismeudvikling gennem ultralokale destinationsudviklingsforløb ("vækst-forløb"). Forløbene skal bidrage til at gøre nye steder attraktive for både turister og lokale, og derigennem understøtte en større spredning af turismen, skabe større omsætning for det lokale erhvervsliv, og styrke de lokales opbakning til turisme. Der skal i 2020 være gennemført et destinationsudviklingsforløb og igangsat yderligere to.
- 7.3 Wonderful Copenhagen vil i 2020 igangsætte endnu en større strategisk indsats med udgangspunkt i anbefalinger fra analyseprojektet 10XCopenhagen med henblik på at bidrage til en bæredygtig turismeudvikling og vende turismens udfordringer til muligheder for hovedstaden og Greater Copenhagen. Der skal i 2020 være etableret en partnerkreds, en projektorganisering, samt være rejst ekstern finansiering.

### KERNEOPGAVE 5: HJÆLPEFUNKTIONER SAMT GENEREL LEELSE OG ADMINISTRATION

I 2020 vil Det Nationale Turismeforum udarbejde en ny national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Strategien erstatter den nuværende nationale strategi "Danmark i vækst" fra 2016, og vil adressere, hvordan væksten i dansk turisme kan fastholdes på en bæredygtig måde, og med en ambition om, at Danmark skal blive en af verdens mest bæredygtige turistdestinationer, herunder et selvstændigt fokusområde om bæredygtig turismevækst i hovedstaden.

### Resultatmål 8: Bidrag til ny national strategi for dansk turisme

Vægt: 7,5 pct.

- 8.1 Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til Det Nationale Tourismforums udarbejdelse af en strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder 1) bidrager til at belyse vækstmuligheder og udfordringer for det danske turismeherhverv med henblik på at tilvejebringe et analytisk og faktuelt grundlag for arbejdet, 2) bistår med at udvikle pejlemærker for bæredygtig vækst i dansk turisme og 3) understøtter udvikling af initiativer til at styrke dansk turisme.

Wonderful Copenhagen vil bidrage særligt med viden om storbyturisme og erhvervs- og mødeturismen samt ift. bæredygtig vækst i hovedstaden sammen med bl.a. Københavns Kommune. Wonderful Copenhagen bidrager ligeledes i relevant omfang til planlægning og afholdelse af møder, konferencer m.v. i forbindelse med strategiarbejdet. Strategien forventes offentliggjort primo 2021.

### 3. Målopgørelsesoversigt

Nr.	Mål	Vægt i pct.	Kriterier for delvist opfyldt	Kriterier for helt opfyldt
	<b>Policy- og udviklingsmål</b>	100		
<b>1</b>	<b>Samfundsøkonomisk bidrag fra erhvervs- og eventturismen</b>	20		
1.1	Wonderful Copenhagen skal i 2020 vinde kongresser, møder, incentiverejser og events til fremtidig at holdelse, der bidrager til:  Samlet turismeøkonomisk omsætning på 1.354 mia. kr. (svarende til i alt 355.000 overnatninger)  (2016-18-resultat, gns.: 968 mio. kr. (svarende til 350.000 overnatninger))	15	Målet er delvist opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentiverejser og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 1.354 mia. kr. (svarende til samlet 355.000 overnatninger)	Målet er opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentiverejser og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 1.354 mia. kr. (svarende til samlet 355.000 overnatninger)
1.2	Partnerstifredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være over 4,0 på en 5-skala.  (2016-18-resultat, gns.: 4,0 på en 5-skala)	5	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertifredsheden er over 3,5 på en 5-skala.	Målet er opfyldt hvis partnertifredsheden er over 4,0 på en 5-skala.
<b>2</b>	<b>Øget samfundsøkonomisk bidrag fra krydstogtturismen</b>	15		
2.1	Med udgangen af 2020 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2022 svarende til 1.873 mia. kr. i turismeøkonomisk omsætning (direkte effekter) i Danmark (svarende til 1,2 millioner krydstogtgæster).	7,5	Målet er delvist opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2022 svarende til min. 1.873 mia. kr. (svarende til 1,0 millioner krydstogtgæster).	Målet er opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2022 svarende til min. 1.873 mia. kr. (svarende til 1,2 millioner krydstogtgæster).

2.2	Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være over 4 på en 5-skala. (2016-18-resultat, gns.: 4,3 på en 5-skala)	5	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er over 3,5 på en 5-skala.	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden i 2020 er over 4,0 på en 5-skala.
2.3	Wonderful Copenhagen arbejder på en mere bæredygtig fordeling af krydstogtturismen til Grønland for hele landet, bl.a. ved udvidelse af sæsonen og bedre geografisk fordeling af krydstogtturismen:  I 2022 er den procentuelle vækst i antal krydstogtgæster min. 10%-point højere i øvrige Danmark end i København.  (2019-resultat: 12%-point under København.)	2,5	Målet er delvist opfyldt, hvis den procentuelle vækst i antal krydstogtgæster er min. 5%-point højere i øvrige Danmark end i København.	Målet er opfyldt, hvis den procentuelle vækst i antal krydstogtgæster er min. 10%-point højere i øvrige Danmark end i København.
3	Effektiv og destinationsnær international markedsføring året rundt	22,5		
3.1	Wonderful Copenhagens digitale, betalte markedsføringsaktiviteter skal være på niveau med eller bedre end internationale benchmark for sammenlignelige kampanjeaktiviteter.  Wonderful Copenhagen har en 'video first' tilgang i digitale kampanjer. Derfor måles der på videovisninger. Facebook er valgt som målestok. Det betyder konkret, at Wonderful Copenhagen i sine betalte, digitale kampanjer i gennemsnit skal betale det samme som eller mindre end Facebooks internationale benchmark for at få vist sine videoer på sociale medier overfor de definerede målgrupper. Facebooks internationale benchmark er 0,20 DKK pr. visning (3 sek.)	7,5	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i sine digitale kampanjer i gennemsnit betaler max 10 % mere end Facebooks internationale benchmark.	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i gennemsnit betaler det samme som eller mindre end Facebooks internationale benchmark.

3.2	100 % af Wonderful Copenhagens midler til betalt markedsføring anvendes til at fremme en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden. Det kan ske ved enten at inspirere til besøg uden for højsæson, inspirere til oplevelser i en bredere geografi og uden for bydelen Indre By, at inspirere til en bæredygtig adfærd under besøget eller inspirere til en højere grad af mobilitet blandt de besøgende.	7,5	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 90% af sine betalte markedsføringsaktiviteter har fremmet bæredygtig turismeudvikling	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 100% af sine betalte markedsføringskampanjer har fremmet bæredygtig turismeudvikling
3.3.	Wonderful Copenhagen skal i 2020 i samarbejde med VisitDenmark og øvrige relevante turismeaktører, færdigudvikle en fælles effektmålingsmodel, som parterne er enige om at anvende til vurdering af væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter. Målet med modelen er at opstille benchmark for effektfuld indsats på digitale medier. Arbejdet blev igangsat i 2019. VisitDenmark har det overordnede ansvar for arbejdet.	2,5	Målet er delvist opfyldt, hvis WOCO har leveret kampangedata til projektet.	Målet er opfyldt, hvis WOCO har leveret kampangedata til projektet samt bidraget til at definere roller, ansvar, valg af software samt succeskriterier til projektet.
3.4	Wonderful Copenhagen og VisitDenmark vil i 2020 arbejde aktivt for at styrke et gensidigt tæt og tydeligere samarbejde om international markedsføring. Samarbejdet skal bl.a. føre til en større tydelighed om parternes respektive markedsføringsaktiviteter og en bedre sammenhæng herimellem.  Både Wonderful Copenhagen og VisitDenmark udfører international markedsføring, hvor oplevelser mv. i hovedstaden indgår. Inden for parternes respektive formål og ansvar er det en fælles opgave for VisitDenmark og	5	Målet er delvist opfyldt, hvis erhvervsministeriet vurderer samarbejdet tilfredstilende og hvis samarbejdsaf-talen er fornyet senest i marts 2021.	Målet er opfyldt, hvis erhvervsministeriet vurderer samarbejdet tilfredstilende og hvis samarbejdsaf-talen er fornyet senest i marts 2021.

Wonderful Copenhagen at markedsføre og brande København. Det betyder, at brandingen og markedsføringen af hovedstaden både understøtter brandingen af Danmark, udviklingen af destinationen samt er koordineret og effektiv. Wonderful Copenhagens markedsføring af hovedstaden vil derfor som udgangspunkt ske inden for rammerne af det fælles Danmarks-brand. VisitDenmarks markedsføring og branding af København skal tilsvarende understøtte destinationsudviklingen i hovedstaden.

Med henblik på at opnå større effekt for de investerede midler er det ambitionen, at alle de væsentlige markedsføringsaktiviteter sker i et tættere samarbejde og i bedre gendigt koordination mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark.

Wonderful Copenhagen og VisitDenmark koordinerer således væsentlige internationale markedsføringsaktiviteter af København med henblik på at skabe styrket samarbejde, øget effekt og sikre sammenhæng i den internationale markedsføring af Danmark og København. Dette gælder også markedsføringsaktiviteter i forbindelse med ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected, som Wonderful Copenhagen er ansvarlig for. VisitDenmark koordinerer tilsvarende alle væsentlige markedsføringsaktiviteter, hvor hovedstaden indgår, med Wonderful Copenhagen.

Afhængig af indsatsen kan der være flere veje til at opnå en effektiv koordination og et effektivt samarbejde. De nærmere rammer for samarbejdet og arbejdssamlingen er beskrevet i en samarbejdsaftale mellem parterne, der evalueres og formys inden udgangen af 1.



4	<b>Destinationsmarkedsføring der styrker flytilgængelighed</b>	10	
4.1	I 2020 skal ruteudviklingsprogrammet bidrage til åbningen af 3 nye interkontinentale ruter/ruteudvidelser til København.  Der følges op på fremdriften som led i den årlige afgangsportering på resultatkontrakten til Erhvervsministeriet (samtid i investergruppen).  (2016-18-resultat, gns.: 4 ruter)	5	Målet er delvist opfyldt, hvis der er åbnet mindst 2 nye, interkontinentale flyruter / ruteudvidelser til København.
4.2	Wonderful Copenhagen skal i 2020 udarbejde en metodé hvormed programmet operationalt kan bidrage til at fremme beredygtig luftfart og bæredygtig adfærd blandt de flyrejsende, der kommer til Greater Copenhagen. Der skal indgås aftale med mindst et flyselskab på baggrund af den nye metode.	5	Målet er delvist opfyldt, hvis den nye metode er udviklet i 2020.
5	<b>Mere ud af den tiltrukne turisme gennem brug af data og viden</b>	7,5	
5.1	Wonderful Copenhagen's samarbejdspartnere vurderer med udgangen af 2019, at fonden positivt har påvirket partnersnes forståelse for og mulighed for at få mere ud af turismen end ellers (vurderet til over 4,0 på en 5-skala).	5	Målet er delvist opfyldt, hvis vurderingen er over 3,5 på en 5-skala)

5.2	<p>Wonderful Copenhagen igangsætter i 2020 et større, flerårigt analyseprojekt om besøgernes bevægelsesmønstre under deres ophold mhp. at skaffe ny viden som kan øge turismens værdiskabelse. Projektet tænkes bygget op i tre overordnede aktivitetsfaser: 1) kontægning og analyser, 2) modeludarbejdelse og 3) test. Der skal i 2020 være gennemført min. 1 fase og igangsat yderligere 1.</p> <p>Projektet ledes af Wonderful Copenhagen med udgangspunkt i rejsendes mobilitet i og fra hovedstaden. Projektet etableres i samarbejde med relevante aktører i Danmark og med kobling til det nationale Data Lake-project, som er ledet af VDK.</p>	2,5	<p>Målret er delvist opfyldt, hvis der er rejst ekstern medfinansiering til at gennemføre projektet og hvis der er igangsat 1 af i alt 3 overordnede aktivitetspor.</p>	<p>Målret er opfyldt, hvis der er rejst ekstern medfinansiering til at gennemføre projektet og hvis der i 2020 er igangsat 1 og igangsat 1 af i alt 3 overordnede aktivitetspor.</p>
6	<p>Bedre sammenhæng mellem by og land i Greater Copenhagen</p>	7,5		
6.1	<p>Wonderful Copenhagen's samarbejdspartnere vurderer, at fonden i 2019 har igangsat og/eller gennemført initiativer, som har skabt/skaber øget værdi gennem nye sammenhænge mellem oplevelser og/eller aktører i en bredere geografi i Greater Copenhagen (vurderet til minimum 4,0 på en 5-skala).</p>	5	<p>Målret er delvist opfyldt, hvis vurderingen er over 3,5 på en 5-skala)</p>	<p>Målret er opfyldt, hvis vurderingen er over 4,0 på en 5-skala)</p>
6.2	<p>Dansk Kyst- og Naturturisme og Wonderful Copenhagen vil sammen skabe rammerne for et operationelt set-up, som allerede i 2020 påbegynder opførgningen på Udviklingsplan for Sjælland og Øerne. Det specifikke set-up aftales mellem Wonderful Copenhagen og Dansk Kyst- og Naturturisme med respekt for parternes roller, i samarbejde med kommuner og destinationsselskaberne på</p>	2,5	<p>Målret er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2020 sammen med Dansk Kyst og Naturturisme har skabt rammerne for et operationelt set-up til opfølgning på planen.</p>	<p>Målret er opfyldt, hvis der i 2020 i regi af det operationelle set-up er igangsat konkrete opfølgningsaktiviteter som opfølgning på Udviklingsplan for Sjælland og Øerne.</p>

	Sjælland og øerne og med sammenhæng til det igaangværende sjællandske Land-by-projekt, der løber frem til og med 2021.		
<b>7</b>	<b>Innovation som drivkraft for storbyturismens udvikling</b>	<b>10</b>	
7.1	Wonderful Copenhagen vil i 2020 følge op på Dansk Storbysturismes strategi (2019) ved at igangsatte en større indsats inden for kulturturisme, som bygger videre på de erfaringer, der er gjort i Hovedstaden i projektet Tourism+CultureLab. Der skal i 2020 være etableret en partnerkreds, en projektorganisering, samt være rejsst ekstern finansiering.	2,5	Målet er delvist opfyldt, hvis der i 2020 er etableret en partnerkreds, en projektorganisering, og der er søgt om ekstern medfinansiering.
7.2	Wonderful Copenhagen vil med projektet Tourism Moves understøtte bæredygtig turismeudvikling gennem ultralokale destinationsudviklingsforløb ("vækstforløb"). Forløbene skal bidrage til at gøre nye steder attraktive for både turister og lokale, og derigennem understøtte en større spredning af turismen, skabe større omsætning for det lokale erhvervsliv, og styrke de lokales opbakning til turisme. Der skal i 2020 være gennemført et destinationsudviklingsforløb og igangsat yderligere to.	2,5	Målet er delvist opfyldt, hvis der er gennemført minimum 1 lokalt vækstforløb og etableret projektorganisering med yderligere minimum 1 lokalt vækstforløb.
7.3	Wonderful Copenhagen vil i 2020 igangsætte endnu en større strategisk indsats med udgangspunkt i anbefalinger fra analyseprojektet 10X Copenhagen med henblik på at bidrage til en bæredygtig turismeudvikling og vende turismens udfordringer til muligheder for hovedstaden og Greater Copenhagen. Der skal i 2020 være etableret en partnerkreds, en projektorganisering, samt være rejsst ekstern finansiering.	5	Målet er delvist opfyldt, hvis der er etableret en partnerkreds, en projektorganisering, og der er ansøgt om ekstern medfinansiering.
<b>8</b>	<b>Bidrag til ny national strategi for dansk turisme</b>	<b>7,5</b>	
8.1	Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til Det Nationale Turismeforums udarbejdelse af en strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder 1) bidrager til at belyse vækstmuligheder og udfordringer for det danske	7,5	Målet er delvist opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen kun delvis tilfredsstillende har bidraget til strategiarbejdet ved at understøtte Det Nationale Turismeforums udarbejdelse af en strategi for bæredygtig vækst

<p>turisme erhverv med henblik på at tilvejebringe et analytisk og faktuelt grundlag for arbejdet, 2) bistår med at udvikle nøjelmærker for bæredygtig vækst i dansk turisme og 3) understøtter udvikling af initiativer til at styrke dansk turisme.</p> <p>Wonderful Copenhagen vil bidrage særligt med viden om storbyturisme og erhvervs- og mødeturismen samt ift. bæredygtig vækst i hovedstaden sammen med bl.a. Københavns Kommune. Wonderful Copenhagen bidrager ligeledes i relevant omfang til planlægning og afdelelse af møder, konferencer m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.</p>	<p>i dansk turisme, herunder ikke har understøttet planlægning og afdelelse af møder, konferencer m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.</p>

for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder bidraget aktivt til fremme af initiativer i strategien samt understøttet planlægning og afdelelse af møder, konferencer m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.

## **4. Formalia og påtegning**

1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Wonderful Copenhagen og Erhvervsministeriets departement. Mål- og resultatplanen træder i kraft den 1. januar 2020 og gælder for hele 2020. 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 offentligretligt 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 for tilskuddet, og gældende lovgivning og hjemmelkrav, 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 (midtvejsrapportering og slutafrapportering). Slutafrapporteringen 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 adm. 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 2020, 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

2. januar 2020

København den 20. december 2019

Michael Dithmer

Departementschef Michael Dithmer



Adm. direktør Mikkel Aarø-Hansen