

Wonderful Copenhagen

Mål- og resultatplan 2025

18.03.2025

Indhold

1. Wonderful Copenhagens strategiske målbillede	3
2. Resultatmål for 2025.....	9
3. Målopgørelsesoversigt.....	11
4. Formalia og påtegning	20

1. Wonderful Copenhagen's strategiske målbillede

1.1. Præsentation af Wonderful Copenhagen

Wonderful Copenhagen er hovedstadens destinationsselskab, som har til formål på nonprofit 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 Erhvervsfundsloven og ledes af en selvstændig bestyrelse bestående af folkevalgte og erhvervsrepræsentanter (majoriteten). Bestyrelsen er Wonderful Copenhagen's 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 32 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 gavner Danmark og fremmer fondens formål, fx:

- Wonderful Copenhagen er destinationsselskab for kommuner i hovedstadsregionen og har særskilte bilaterale aftaler med Københavns Kommune og Helsingør Kommune m.fl. og derudover en lang række projektsamarbejder med øvrige kommuner.
- Fonden tilvejebringer gennem sine kerneopgaver et større, fælles offentlig 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 hovedstadskontekst, til rådighed gennem de landsdækkende udviklingsselskaber Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) og Dansk Storbyturisme samt det landsdækkende krydstogtnetværk, CruisDenmark - Copenhagen and Beyond. 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

By-, Land-, og Kirkeministeriets mission:

By-, Land- og Kirkeministeriet arbejder for et sammenhængende Danmark og for gode rammer for lokal udvikling i hele landet.

Wonderful Copenhagen's mission:

Turisme skal gøre verden til en bedre destination

1.2.2. Vision

By-, Land-, og Kirkeministeriets vision:

By-, Land- og Kirkeministeriet giver borgere, virksomheder og kommuner gode rammer for at skabe lokal udvikling og arbejder for, at det er attraktivt at leve, bo og arbejde i alle dele af landet.

Wonderful Copenhagen's vision:

Vi er her for, at din rejse til Danmarks hovedstad skaber en bedre verden, end hvis du blev hjemme.

Wonderful Copenhagen udgav i efteråret 2024 en ny strategi: *Copenhagen, All Inclusive. Hovedstadens Turisme 2024-2030*. Strategien bygger videre på den strategiske retning fra *Comeback Copenhagen 2023* og understøtter implementeringen af både den nationale turismestrategi fra 2022 og *Veje til Bæredygtig Turismevækst - National Strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme 2024*.

Med strategien ønsker Wonderful Copenhagen at sætte en ny dagsorden og standard for, hvordan turismens værdi bliver opgjort. Det indebærer, at der stilles fokus på både på de afledte plusser og minusser som turismen har, med den ambition at udvikle en turisme, som bidrager positivt til den lokale, nationale og globale udvikling, når alt gøres op. Den nye strategi har tre specifikke mål for hovedstadens turisme: at sætte fart på den grønne omstilling, skabe berigende møder og varig værdi samt skabe større socioøkonomisk værdi for endnu flere.

Strategien sætter således en fælles retning for turismen i Hovedstaden, som forener erhvervet, borgere og offentlige aktører. Der henvises til kapitel 1.3.2 nedenfor for yderligere information vedr. de strategiske rammer.

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.

1.3. Kerneopgaver og strategiske målsætninger

1.3.1. Kerneopgaver

Wonderful Copenhagen arbejder 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) IMPACT – kongresser, events og bæredygtighed

Wonderful Copenhagen er den største destinationsaktør i Danmark i forhold til tiltrækning og branding af international kongres-, møde-, og eventturisme. Indsatsen sker primært i regi af netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen, hvor mere end 140 turismeaktører samarbejder om at tiltrække international erhvervsturisme til hovedstadsregionen og Greater Copenhagen.

Fonden har i den forbindelse ansvar for at skabe bred og langsigtet værdi gennem tiltrækning og udvikling af internationale videnkongresser, business-, kultur- og sport events – med fokus på at løse globale udfordringer, herunder bæredygtighed, klima, grøn omstilling og sundhed, til gavn for det danske samfund.

Der arbejdes, via Legacy Lab, sideløbende på at sikre, at kongresser og megaevents er med til at skabe positive og langsigtede effekter, der adresserer nationale dagsordener og hjælper foreninger og lokale kapaciteter med at arbejde med bredere værdiskabelse. Det inkluderer bl.a. at involvere relevante stakeholders på tværs af sektorer og i fællesskab udvikle og designe aktiviteter, der kan støtte op om kongressen (f.eks. en talentworkshop). Wonderful Copenhagen varetager i tillæg til ovenstående også sekretariatsbetjeningen for det nationale udviklingsselskab MeetDenmark.

Herudover har Wonderful Copenhagen ansvar for arbejdet med at styrke den bæredygtige omstilling i hovedstadens turisme. En indsats der går på tværs af alle fondens kerneopgaver.

2) CONNECT – mobilitet, kultur og destinationer

Wonderful Copenhagen har ansvar for at få hovedstadens turisme til at gavne endnu flere ved at styrke den fælles destinationsudvikling, særligt på kulturområdet, ved at skabe mobilitet og tilgængelighed og ved at fremme samarbejdet på tværs af hovedstaden, Danmark og Østersøen. Wonderful Copenhagen er desuden omdrejningspunktet for indsatsen for at tiltrække krydstogtturisme til Danmark og Østersøen i regi af netværket CruiseDenmark - Copenhagen and Beyond, der samler 56 partnere, heraf 9 danske krydstogtdestinationer, og Cruise Baltic, der samler 33 havne fra landene i Østersøregionen. Indsatsen, der har fokus på en bæredygtig udvikling, indebærer netværksaktiviteter, international markedsføring i samarbejde med VisitDenmark, opsøgende salgsarbejde overfor internationale rederier og understøttelse af øget tilgængelighed til hovedstaden mm.

3) INSPIRE – marketing, kommunikation og adfærd

Wonderful Copenhagen har ansvar for turismetiltrækning og international branding af hovedstaden, og har ansvaret for at udvikle hovedstaden som helårsdestination og for at inspirere de besøgende til et større kulturforbrug. Wonderful Copenhagen arbejder på at inspirere de besøgende til en mere bæredygtig adfærd under besøget, gennem international markedsføring af hovedstaden, internatio-

nal presse og kommunikation om hovedstaden og øget kulturforbrug gennem Copenhagen Card. International markedsføring er en integreret del af alle fondens kerneopgaver, og alle internationale markedsføringsaktiviteter udføres i henhold til den fælles samarbejdsaftale mellem 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.

4) SHARE – ressourcer, organisation og viden

Wonderful Copenhagen producerer og formidler ny viden og data som grundlag for turismeindsatsen og destinationsudviklingen. Resultaterne deles med og stilles til rådighed for branchens aktører. Wonderful Copenhagen står også for hovedstadens del af den nationale turismedataplatform, VisitData, og samarbejder og videndeler både med andre danske turismeorganisationer og med internationale analysebureauer, databaser og ikke mindst med de andre storbydestinationer i Europa. Derudover har Wonderful Copenhagen fokus på forretningsudvikling med henblik på at udvikle nye værditilbud til destinationens aktører samt nye partnerskaber på tværs af branchen. Desuden deler Wonderful Copenhagen hus med Copenhagen Capacity, Greater Copenhagen, String og andre organisationer, der arbejder med afsæt i Danmarks hovedstad. Det skaber både faglige synergier og administrative besparelser. Det sidste sker gennem fælles og effektive back-office-funktioner, herunder økonomi, HR og intern service.

1.3.2. Strategiske målsætninger

2024 var et markant år for Hovedstadens turisme, præget af solid vækst, nye ambitiøse strategiske mål på både regionalt og nationalt plan samt en overdragelse af turismeområdet fra Erhvervsministeriet til By-, Land- og Kirkeministeriet.

Wonderful Copenhagen's nye strategi "Copenhagen, All Inclusive – Hovedstadens turisme 2024-2030" har som ambition at sætte lys på turismens reelle bidrag til samfundet (både den negative og den positive), med en vision om, at turisme skal gøre verden til en bedre destination. Denne ambitiøse målsætning skal gennemføres via tre overordnede mål:

1. Turismen i Danmarks hovedstad skal accelerere den grønne omstilling lokalt og globalt
2. Turismen skaber berigende møder og varig værdi
3. Turismen i Danmarks hovedstad skal skabe større samfundsøkonomisk værdi for flere

Hvert overordnet mål har tre delmål og en række pejlemærker og handlinger, der skal understøtte realisering og implementering af strategiens mål. Delmålene for de tre overordnede mål er:

1. Turismen i Danmarks hovedstad skal accelerere den grønne omstilling lokalt og globalt
 - a. *Wonderful Copenhagen arbejder efter et klimaroadmap frem mod, at hovedstadens turisme bliver 'klimaneutral' (net zero) senest i 2050, alt inklusive*
 - b. *Wonderful Copenhagen vil være verdens førende bæredygtige destination og derigennem bidrage til at øge den internationale konkurrence om at blive det*
 - c. *Wonderful Copenhagen inspirerer gæsterne til at træffe flere mærkbare og varige bæredygtige valg*

2. Turismen skaber berigende møder og varig værdi
 - a. *Wonderful Copenhagen skaber flere og bedre møder mellem lokale og besøgende*
 - b. *Når verden samles i Danmarks hovedstad, skal det være løftestang for varig lokal og global værdi*
 - c. *Wonderful Copenhagen vil få gæsterne til at blive længere, så vi styrker læring, dannelse og kulturudveksling*

3. Turismen i Danmarks hovedstad skal skabe større samfundsøkonomisk værdi for flere
 - a. *Wonderful Copenhagen vil gennem turismen gøre hovedstaden mere attraktiv hele året for borgere og besøgende og derigennem skabe større samfundsøkonomisk værdi*
 - b. *Wonderful Copenhagen vil øge hovedstadsturismens bidrag til lokaløkonomier*
 - c. *Wonderful Copenhagen vil styrke turismen som beskæftigelsesmotor og understøtte turismens sociale ansvar*

Wonderful Copenhagen's strategi understøtter således både ambitionerne og indsatserne i de nationale strategier og Comeback Copenhagen-planen, og alle mål i nærværende mål- og resultatplan er udarbejdet, så de understøtter den fælles strategiske retning for både Wonderful Copenhagen og By-, Land- og Kirkeministeriet.

1.4. Wonderful Copenhagen's økonomi

Wonderful Copenhagen finansierer sine aktiviteter gennem årlige aftaler med By-, Land- og Kirkeministeriet, 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 kontant 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.

Nærværende mål- og resultatplan tager udgangspunkt i bevillingsniveauet i den vedtagne finanslov for 2025, hvor Wonderful Copenhagen modtager 50 mio. kr. i 2025 i basisfinansiering (en stigning på 0,6 mio. kr. i forhold til 2024). Regeringen har i sit udspil om grøn luftfart "Vejen til grøn luftfart" (november 2023) afsat ca. 5 mio. kr. i 2025 (hvoraf 4,24 går til det østdanske programspor) og herefter ca. 11 mio. kr. årligt til videreførelse af det overordnede ruteudviklingsprogram, Global Connected. Udover ovennævnte midler fortsætter projekterne 'Sustainable Choice', 'Cities for Culture', 'Tourism Together' og 'Hub for Innovation in Tourism' i 2025 med projektmidler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Det er også lykkedes at tilvejebringe projektmidler til et nyt EU-projekt 'CULTIGEN' i samarbejde med bl.a. Københavns Kommune (som er lead på projektet). Hertil kommer det årlige bidrag fra Københavns kommune og bidrag fra Helsingør kommune m.fl.

Wonderful Copenhagen arbejder aktivt for at geare sin statslige basisbevilling. Det sker via projektsamarbejder, kommunesamarbejder, faste erhvervsnetværk med medlemsbidrag, konkrete markedsføringssamarbejder og egne indtægter, som investeres i den erhvervsdrivende fonds formål. Basisbevillingen skaber grundlaget for denne gearing, som ellers ikke ville kunne finde sted. I 2025 vil fonden intensivere arbejdet med at øge gearingen af den statslige basisbevilling. Der vil blive arbejdet for dette på alle ovennævnte områder. Målet er samlet at geare basisbevillingen med et tilsvarende beløb (1:1). Det samlede aktivitetsbudget ventes i 2025 at være i størrelsesordenen 116,3 mio. kr. *jf. nedenstående tabel.*

Fordelingen af basisbevilling samt øvrige indtægter er således i budgettet:

Opgaver	Basismidler mio. kr.	Anden indtægt mio. kr.*	Budget 2024 mio. kr. i alt**
1. IMPACT Congresses, Events & Sustainability	22,1	16,4	38,5
2. CONNECT Mobility, Culture & Destinations	8,9	27,6	36,5
3. INSPIRE Marketing, Communication & Behaviour	9,6	20,2	29,9
4. SHARE Management, Organisation & Knowledge	9,4	2,1	11,5
Total	50,0	66,3	116,3

Anm.: Afvigelsen skyldes afrunding

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

** Copenhagen Card omsætningen er ikke inkluderet i dette tal.

2. Resultatmål for 2025

2.1 Policy-mål

Wonderful Copenhagens resultatmål

Wonderful Copenhagens strategi 'Copenhagen All Inclusive – Hovedstadens turisme 2024 – 2030' arbejder inden for hver af de fire kerneopgaver med at fremme en bæredygtig udvikling af turismen og bygger videre på den strategiske retning, der blev sat med Comeback Copenhagen-planen. Inden for hver kerneopgave er der opstillet 1-3 resultatmål samt et partnertilfredsheds-mål som udtryk for, at Wonderful Copenhagen er en partnerorganisation, der gennemfører sine aktiviteter for og med turismens aktører.

Matrixen nedenfor er opdelt i rækker og kolonner, der hhv. beskriver 1) Wonderful Copenhagens kerneopgaver 2) de tre overordnede strategiske målsætninger i fondens strategi, *jf. kapitel 1.3.2* og 3) en række mål om partnertilfredshed og om bidrag til By-, Land- og Kirkeministeriets arbejde.

	Mål 1: Grøn omstilling	Mål 2: Berigende møder og varig værdi	Mål 3: Større samfunds- øko- nomisk værdi
Kerneopgave 1: IMPACT - Kongres- ser, events & bæ- redygtighed	1.1 <i>Acceleration af klima- venlige kongresser og events</i>	1.2 <i>Bredere værdi af interna- tionale videnkongresser og events</i>	1.3 <i>Vinde international er- hvervs- og eventturisme til hovedstadsområdet</i>
Kerneopgave 2: CONNECT - Mobili- tet, kultur & desti- nationer	2.1 <i>Styrket togturisme til Hovedstaden</i>	2.2 <i>København som drivkraft for turismeudvikling i by og land</i>	2.3 <i>Bæredygtig vækst i kryds- togturisme over hele året</i>
Kerneopgave 3: INSPIRE - Markeds- føring, kommuni- kation & adfærd	3.1 <i>Markedsføring som in- spirerer til grøn adfærd</i>		3.2 <i>Effektfuld branding og markedsføring af Hoved- staden, med særligt fokus på helårsturisme</i>
Kerneopgave 4: SHARE - Ressour- cer, organisation & viden	4.1 <i>Udvikling af en førende grøn turistdestination</i>		4.2 <i>Stærkere sammen gen- nem fælles data (Visit- Data)</i>

5: Partnertilfredshed	5.1 <i>Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i>
	5.2 <i>Partnertilfredshed i Cruise Denmark – Copenhagen and Beyond Network</i>
	5.3 <i>Partnertilfredshed ifm. markedsføringsevents</i>
	5.4 <i>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter</i>
6: Bidrag til By-, Land- og Kirkeministeriets arbejde	6.1 <i>Implementering af de nationale strategier for bæredygtig vækst i dansk turisme og understøttelse af By-, Land- og Kirkeministeriets arbejde med European Tourism Forum</i>

3. Målopfølgelsesoversigt

Nr.	Mål	Vægt i pct.	Kriterier for delvist opfyldt	Kriterier for helt opfyldt
1	Kerneopgave 1: IMPACT - Kongresser, events og bæredygtighed	24		
1.1	<i>Acceleration af klimavenlige kongresser og events</i> Wonderful Copenhagen vil fortsat udbrede anvendelsen af Copenhagen Sustainability Guide. Guiden er et pre-planning værktøj, rettet mod lokale erhvervsaktører og internationale kunder og bidrager til, at flere kongresser og events bliver planlagt og gennemført bæredygtigt. Guiden indgår i buddene på de internationale kongresser. Ved tilde- ling af midler fra kongresspuljen stilles det som krav, at kunderne har gjort brug af bæredygtighedsguiden i planlægningsfasen, samt afrap- porterer herpå efter kongressens afvikling. Dette kræver en målret- tet og styret indsats både i planlægningsfasen samt efter afholdt kongres. Kongresser, der modtager tilskud fra Copenhagen Congress Development Fund, er målgruppen for anvendelse af Copenhagen Sustainability Guide.	6	Målet er delvist opfyldt, hvis minimum 8 kongresser gennemfører et forløb i brugen af bæredygtighedsguiden og afreporterer ef- ter endt afvikling.	Målet er opfyldt, hvis 15 kongresser gennemfører et forløb i brugen af bæredygtighedsguiden og af- reporterer efter endt afvikling.
1.2	<i>Bredere værdi af internationale videnkongresser og events</i> Wonderful Copenhagen arbejder målrettet med at sikre bredere værdiskabelse i forbindelse med værtskab for internationale kon- gresser i det prisbelønnede initiativ Copenhagen Legacy Lab. Copenhagen Legacy Lab, der nu er et funktionsområde i Wonderful Copenhagen, hjælper foreninger og destinationer med at maksimere og evaluere positive og langsigtede effekter fra kongresser og events. Målet i 2025 er at gennemføre legacy processer på 2 kongresscases, afklaringsforløb på 5 kongresscases, samt at gennemføre 2 eventca- ses. På et afklaringsforløb afsøges legacy-potentialet i samspillet mellem den pågældende kongres og de Københavnske erhvervs- og vidnemiljøer med henblik på at blive præsenteret som en anbefaling	8	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Co- penhagen i 2025 har gennemført og kommu- nikeret 1 kongresscase, afklaringsforløb på 3 kongresscases samt gennemført 1 eventcase med anvendelse af den tilpassede legacy me- todik, der dækker både kongresser og events.	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2025 har gennemført og kommunikeret 2 kongres- cases, afklaringsforløb på 5 kongresscases, samt gennemført 2 eventcases med anvendelse af den tilpassede legacymetodik, der dækker både kon- gresser og events.

	til videre udvikling af de involverede partnere. Afklaringsforløbet kan for eksempel indbefatte en workshop, møder og/eller anden dialog. Samtidig arbejdes der videre på at brande København nationalt såvel som internationalt som førende inden for legacy arbejde samt brede anvendelsen af metodikken ud til internationale foreningskunder, der overvejer at lægge en kongres i København eller allerede har valgt København som destination.			
1.3	<i>Vinde international erhvervs- og eventturisme til hovedstadsområdet</i> Tiltrækning af internationale kongresser, møder og events er en kerneindsats i Wonderful Copenhagen. 2024 har været et ekstraordinært godt år med mange vundne møder, kongresser og begivenheder. Der forventes en relativ stabilitet for erhvervs- og eventturismen i 2025. Dog kan geopolitiske uroligheder, potentielle økonomiske udsving og ikke mindst sektorens udfordringer med arbejdstilladelser påvirke forretningen negativt. Wonderful Copenhagen skal i 2024 vinde kongresser, møder, incentive-rejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismeomsætning på: 1 mia. kr. (svarende til i alt 280.000 overnatninger). Wonderful Copenhagen vil i 2025 bidrage til det fælles arbejde med at tiltrække og understøtte branding af bl.a. følgende vigtige events: EM Kvindefodbold 2029, World Tour Cykelløbet Copenhagen Sprint, afholdelse af Michelin Nordic 2025 og 2026 og eventuelle relevante større events uden for højsæsonen.	10	Målet er delvist opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejser og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 800 mio. kr. (svarende til samlet ca. 200.000 overnatninger) Og hvis WOCO understøtter arbejdet med at tiltrække EM kvindefodbold samt brande og udvikle følgende vigtige events: 1) Copenhagen Sprint 2) Michelin Nordic. 3) Copenhagen Gaming Week	Målet er opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejser og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 1 mia. mio. kr. (svarende til samlet 280.000 overnatninger). Og hvis WOCO understøtter arbejdet med at tiltrække EM kvindefodbold samt brande og udvikle følgende vigtige events: 1) Copenhagen Sprint 2) Michelin Nordic. 3) Copenhagen Gaming Week
2	Kerneopgave 2: CONNECT - Mobilitet, kultur & destinationer	24		
2.1	<i>Styrket togturisme til Hovedstaden</i> Som bl.a. beskrevet i den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme stammer klimaaftrykket fra turismen i høj grad fra turisternes transport og skal adresseres som en del af den samlede grønne omstilling af transportsektoren.	7	Målet er delvist opfyldt, hvis WOCO har kortlagt centrale statslige aktører ift. at etablere et samarbejde om styrket togturisme og involveret dem i udformningen af et fælles videns- og erfaringsgrundlag for det videre samarbejde.	Målet er helt opfyldt, hvis WOCO har kortlagt centrale statslige aktører ift. at etablere et samarbejde om styrket togturisme og involveret dem i udformningen af et fælles videns- og erfaringsgrundlag for det videre samarbejde.

	Samtidig skal turismevirksohmederne, på linje med resten af dansk erhvervsliv, gennem en grøn omstilling reducere turisternes klimaaftryk. En udvikling som er adresseret konkret i Wonderful Copenhagen's nye strategi 'Copenhagen All Inclusive – hovedstadens turisme 2024-230. Turismen til København vil forventelig vækste med 25% mod 2030, samtidig med at de internationale turister fortrinsvis besøger København via fly. Der er således både et potentiale og et behov for at skabe øget togturisme fra nærmarkederne til København. Der er både et øget internationalt og nationalt ønske om at øge antallet af turister der rejser med tog (bl.a. fra Københavns Borgerrepræsentation) samt et øget internationalt fokus på tværnationalt togturisme. Det internationale fokus på forbedring af den internationale passagertransport med tog har fokus på at fjerne barrierer, forbedre interoperabilitet, modernisere infrastruktur og højne serviceniveauet. Wonderful Copenhagen's rolle ifm. at lede netværk, styrke koordinering, sikre erfaringsudveksling og udvikling er afhængig af en indgående involvering af de statslige organisationer, såsom Banedanmark, Transportministeriet og Trafikstyrelsen, for at få den nødvendige forankring og viden i spil. Derudover vil Wonderful Copenhagen samarbejde med Dansk Storbysurisme om den nationale skalering og erfaringsudveksling i forbindelse med tiltrækningen af yderligere togturisme til de andre storbyer og på nationalt plan.		Og hvis WOCO har udfærdiget et konsolideret vidensgrundlag på tværs af statslige og private aktører, der sætter en fælles retning for et styrket samarbejde omkring togturismen. Og hvis WOCO har afholdt ét møde om det fælles vidensgrundlag med de centrale statslige, kommunale og private aktører.	Og hvis WOCO har udfærdiget et konsolideret vidensgrundlag på tværs af statslige og private aktører, der sætter en fælles retning for et styrket samarbejde omkring togturismen.	Og hvis WOCO har udfærdiget et konsolideret vidensgrundlag på tværs af statslige og private aktører, der sætter en fælles retning for et styrket samarbejde omkring togturismen.
2.2	<i>København som drivkraft for turismeutvikling i by og land</i> Den lokale forankring og mobilisering er central for både at lykkes med borgeropbakning og med at skabe en sammenhængende fortælling og attraktionsværdi overfor turister i København og regionen. WOCO har derfor udviklet mini-destinationer rundt om Indre By, som instrument til at sprede turismen bedre. Samtidig har WOCO udviklet tværkommunale destinationsamarbejder i regionen, der med udgangspunkt i samme logik skal opbygge infrastrukturen til at tiltrække turisme.	7	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen har udviklet 2 nye bydele i København, som "mini-destinationer" og markedsført områderne i en spredningskampagne. Desuden skal der udvikles og lanceres én konsolideret Københavner-model for bæredygtig og lokalinddragende destinationsudvikling og turismespredning, samt afvikles én	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen har udviklet 3 nye bydele i København, som "mini-destinationer" og markedsført områderne i 2 spredningskampagner. Derudover skal WOCO i 2024 udvikle og teste 3 cases omkring udfordringer relateret til trængsel og turisme i Indre By med afsæt i vidensgrundlaget fra Tourism Together, samt udvikle og lancere én kon-	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen har udviklet 3 nye bydele i København, som "mini-destinationer" og markedsført områderne i 2 spredningskampagner. Derudover skal WOCO i 2024 udvikle og teste 3 cases omkring udfordringer relateret til trængsel og turisme i Indre By med afsæt i vidensgrundlaget fra Tourism Together, samt udvikle og lancere én kon-

	I 2024 udviklede WOCO 2 nye mini-destinationer i København og 2 tværkommunale destinationssamarbejder i regionen, i samarbejde med borgere, kulturaktører og lokale erhvervsdrivende. Dette vil fortsætte i 2025, hvor der skal udvikles yderligere mini-destinationer rundt om Indre By, etableres endnu ét tværkommunalt destinations-samarbejde udenfor for København og mobiliseres flere aktører omkring det delte ejerskab i at sprede turismen geografisk. Indsigterne og erfaringerne med mini-destinationsudvikling og den aktivt lokalinddragende metode, vil i 2025 munde ud i en model for inddragende og bæredygtig destinationsudvikling.		kompetenceaktivitet for at engagere lokale-turismeaktører i destinationssamarbejdet. I Beyond Copenhagen skal der udvikles ét nyt destinationssamarbejde på tværs af min 3 kommuner.	solideret København-model for bæredygtig og lokalinddragende destinationsudvikling og turismespredning samt afvikle 2 kompetenceaktiviteter for at engagere lokalurismeaktører i destinations-samarbejdet. Desuden skal WOCO, udvikle ét nyt destinations-samarbejde på tværs af min 3 kommuner og afvikle min 3 kompetenceudviklende aktiviteter med kommunerne i hovedstaden.
2.3	<i>Bæredygtig vækst i krydstogtturisme over hele året</i> Der forestår fortsat i 2025 en stor opgave i at få, særligt de amerikanske, krydstogtgæster til regionen, men samtidig en opgave i at få krydstogtgæster – også europæiske – til at ankomme spredt ud over året. Parallelt hermed skal den bæredygtige omstilling af hele krydstogtturismen og industrien accelereres. I løbet af 2025 åbner det første landstrømmanlæg for krydstogtskibe i Københavns Havn. Frem mod åbningen vil WOCO sammen med branchen og CMP udarbejde en plan for hvordan det sikres at anlægget anvendes i videst muligt omfang, ifm. at skibene lægger til kaj. På sigt er ambitionen at København, Danmark og Østersøregionen bliver den mest miljø-/klimarigtige krydstogtdestination i verden, jf. Cruise Baltics strategi 'Responsible Cruising 2023 – 2026'. Parallelt hermed forventes 'Cruise Denmark – Copenhagen and beyond' kommende strategi 2025-2030 (vedtages forår 2025), at indeholde en række ambitiøse målsætninger om at sikre, at krydstogtgæsten 1) får grøn inspiration med hjem, 2) bruger mere tid i Danmark og 3) deltager i mødet mellem mennesker.	10	Målet er delvist opfyldt, hvis der ultimo 2025 er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2026 svarende til 1,8 mia. kr. (svarende til 1,4 mio. krydstogtgæster). (2019-niveau: 1.1 mio. krydstogtgæster). Og at 45% af anløbene sker i månederne fra september til maj (2024 niveau: 43%). Og hvis det er lykkedes WOCO i 2025 i dialog med relevante aktører at øge antallet af turn-around anløb i København med 5% ift. 2024. Og hvis WOCO i 2025 har holdt oplæg på 2 Internationale krydstogt-/turismekonferencer om den igangværende grønne omstilling af krydstogtturismen i København, Danmark og Østersøregionen samt gennemført mindst et 'åbent skib' arrangement i en dansk havn.	Målet er opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2026 svarende til 2 mia. kr. (svarende til 1,6 mio. krydstogtgæster) og at 47% af anløbene sker i månederne fra september til maj. Og hvis det er lykkedes WOCO i 2025 i dialog med relevante aktører at øge antallet af turn-around anløb i København med 5% ift. 2024. Og hvis WOCO i 2025 har holdt oplæg på 2 Internationale krydstogt-/turismekonferencer om den igangværende grønne omstilling af krydstogtturismen i København, Danmark og Østersøregionen samt gennemført mindst et 'åbent skib' arrangement i en dansk havn.

	København, Danmark og Østersøregionen skal fortsat være et eksempel til inspiration for udviklingen af den globale krydstogtturisme.			
3	Kerneopgave 3: INSPIRE - Markedsføring, kommunikation & adfærd	17		
3.1	<i>Markedsføring som inspirerer til grøn adfærd</i> Som beskrevet i den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme er bæredygtighed en stor global drivkraft med indflydelse på forbrugernes adfærd. Markedsstudier peger på øget efterspørgsel og bevidsthed om individuelt ansvar for bæredygtig adfærd, men også et ønske om at muligheden for at træffe bæredygtige valg gøres let og tilgængelig. Dette mål er integreret i Wonderful Copenhagen's generelle markedsføring, men er i særskilt fokus igennem indsatsen CopenPay. CopenPay bliver eksekveret i de travle sommer måneder, hvor vi kan påvirke fleste besøgende. Indsatsen har til formål at animere besøgende til at bidrage positivt til byen og til aktiv stillingtagen i forhold til de valg de træffer, og hvordan det påvirker deres miljø- og klimaftryk. CopenPay bliver eksekveret af Wonderful Copenhagen i tæt samarbejde med byens aktører og ikke mindst VisitDenmark. Indsatsen fokuserer i hele hovedstadsregionen med inddragelse af så mange kommuner som muligt.	7	Målet er delvist opfyldt hvis: - Wonderful Copenhagen får 25 partnere med i CopenPay - 4.000 personer deltager i CopenPay - Wonderful Copenhagen genererer 100 artikler om CopenPay i internationale medier.	Målet er helt opfyldt hvis: - Wonderful Copenhagen får 50 partnere med i CopenPay - 6.000 personer deltager i CopenPay - Wonderful Copenhagen genererer 150 artikler om CopenPay i internationale medier.

	CopenPay er designet til både at nudge gæster mod grøn adfærd og til at skabe international omtale om hovedstaden som grøn destination.			
3.2	<i>Effektiv branding og markedsføring af Hovedstaden med særligt fokus på helårsturisme</i> Wonderful Copenhagen arbejder kontinuerligt på at styrke hovedstadens brand og den samlede markedsføring i den internationale konkurrence med andre metropoler. Det er et arbejde, som vi fortsætter i 2025 - dog med et særligt fokus på at vækste 1. kvartal, da det er en periode kendetegnet ved lave belægningsstal hos hotelterne og dermed et stort potentiale. Derudover er fortsat borgertilfredshed til vækst i turismen også en vigtig faktor, og en spredning af turisterne hen over året kan være medvirkende til øget borgeropbakning. En målrettet og strategisk indsats er afgørende, og Wonderful Copenhagen skal i tæt samarbejde med byens partnere brande og markedsføre hovedstaden som vinterdestination samtidig med, at vi udvikler udbuddet i byen og fastholder styrkepositioner inden for gastronomi, kultur, mm. VisitDenmark spiller en stor rolle i samarbejdet om helårsturisme, særligt ifm. at sikre at markedsføringen både styrker hovedstadens brand og samtidig understøtter Danmarks ét-brand strategi og den nationale indsats omkring helårsturisme, samt at der er fælles fodslag i markedsføringen af hovedstaden internationalt på tværs af markeder, kanaler, målgrupper og medier. Omdrejningspunktet for dette samarbejde er en fælles årlig markedsføringsplan, løbende møder og en flerårig rammeaftale, der til sammen skaber overblik og sætter retning på tværs af Visit Denmark og Wonderful Copenhagen	10	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2025 eksekverer en kampagne for helårsturisme med fokus på at tiltrække internationale gæster i Q1 i 4 markeder, som beviseligt øger rejseoplevelsen i perioden samt fastholder eller hæver det høje niveau af kendskab. Og hvis Wonderful Copenhagen afholder 2 partnerrettede events for at sikre udbredelse og involvering. Samt hvis Wonderful Copenhagen producerer og deler en content-pakke med fokus på vinter i København med ca. 80-100 relevante turisme-aktører i hovedstaden og eksekverer min. 1 indsats med relevante partnere, som tager udgangspunkt i hovedstadens fælles fortælling om København som vinterdestination.	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2025 eksekverer en kampagne for helårsturisme med fokus på at tiltrække internationale gæster i Q1 i 4 markeder, som beviseligt øger rejseoplevelsen i perioden samt fastholder eller hæver det høje niveau af kendskab. Og hvis Wonderful Copenhagen afholder 2 partnerrettede events for at sikre udbredelse og involvering. Samt hvis Wonderful Copenhagen producerer og deler en content-pakke med fokus på vinter i København med ca. 80-100 relevante turisme-aktører i hovedstaden og eksekverer min. 1 indsats med relevante partnere, som tager udgangspunkt i hovedstadens fælles fortælling om København som vinterdestination.
4	Kerneopgave 4: SHARE - Ressourcer, organisation & viden	17		

4.1	<i>Udvikling af en førende grøn turistedestination</i> Wonderful Copenhagen arbejder målrettet på at fremme en grøn omstilling i turismeerhvervet. Målet er at sikre, at Hovedstaden bliver en førende og innovativ destination, der aktivt bidrager til en grønner og mere ansvarlig by. Dette sker gennem både klima- og miljøtiltag samt ved at styrke den sociale indsats, så turismen kan være en katalysator for positive forandringer – også uden for selve turismeerhvervet – og som led i partnerskaber med relevante aktører, der binder viden og handling sammen. Wonderful Copenhagen vil arbejde for en bredere implementering af Planet Copenhagen manifestet og engagere flere aktører til at styrke indsatsen inden for både klima- og sociale forhold. Wonderful Copenhagen vil derudover arbejde på en implementeringsplan for konkrete handlinger, der reducerer CO2-udledninger i turismens værdikæde. Planen vil have en direkte sammenhæng til det nationale turismeregnskab og Københavns Kommunes klimaaambitioner. Planet Copenhagen-fællesskabet og Meetingplace-platformen vil være aktive aktører i arbejdet, så bæredygtighedstiltagene kan implementeres direkte, og vi dermed får størst mulig effekt af disse i turismebranchen.	10	Målet er delvist opfyldt, hvis 110 medunderskrivere har underskrevet Planet Copenhagen manifestet, og hvis minimum 1 partnerskab er indgået. Målet er delvist opfyldt hvis der foreligger en implementeringsplan for konkrete handlinger der reducerer CO2-udledninger i turismens værdikæde, samt at mindst en handling er iværksat. Målet er delvist opfyldt, hvis København er placeret i top-5 på Global Destination Sustainability Index.	Målet er helt opfyldt, hvis 120 medunderskrivere har underskrevet Planet Copenhagen manifestet og 20 % af medunderskrivere har implementeret en eller flere handlinger fra planen og hvis minimum 2 partnerskaber er indgået. Målet er helt opfyldt hvis der foreligger en implementeringsplan for konkrete handlinger der reducerer CO2-udledninger i turismens værdikæde, samt at mindst to handlinger er iværksat. Målet er helt opfyldt, hvis København er placeret i top-3 på Global Destination Sustainability Index.
4.2	<i>Stærkere sammen gennem fælles data (VisitData)</i> Wonderful Copenhagen fortsætter arbejdet påbegyndt i 2024 med at understøtte udviklingen af den nationale dataplatform 'Visitdata' samt at on-board destinationens mange partnere. Dataplat-formen er gennem vidensdeling og benchmark med til at sikre at turismens mange aktører kan integrere data i deres daglige arbejde og strategiske forretningsudvikling. Ligesom platformen understøtter Wonderful Copenhagen arbejde med destinationsudvikling. Wonderful Copenhagen har fokus på at on-board strategisk vigtige partnere. Med strategisk vigtige partnere menes partnere, der kan	7	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2025 har gennemført onboarding af min. 5 strategisk vigtige partnere der kan agere som ambassadører ifm. dataplat-formens videre udruining.	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2025 har gennemført onboarding af min. 10 strategisk vigtige partnere samt 3 mindre partnere, der kan agere som ambassadører ifm. dataplat-formens videre udruining.

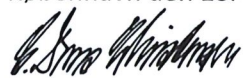
	agere ambassadører for projektet, og som evt. har flere aktører under samme administration (f.eks. en hotelkæde med flere hoteller). Derudover er strategisk vigtige partnere partnere, der reelt er interesserede i at bruge og betale for platformen, også på længere sigt, når der opkræves en licens. I 2025 betales der ikke licens, kun et engangsbeløb for opkobling af data.			
5	Partnertilfredshed	12		
5.1	<i>Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i> 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.	3	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	<i>Partnertilfredshed i Cruise Denmark Network</i> Partnertilfredsheden i netværket Cruise Denmark Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Cruise Denmark Network, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne.	3	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	<i>Partnertilfredshed ifm. markedsføring af events</i> Wonderful Copenhagen måler løbende partnertilfredsheden ifm. større events. Gennemsnitsresultatet af disse målinger vil blive oversat til en 5-skala og skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.	3	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.
5.4	<i>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter</i> Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagen destinationsudviklingsprojekter skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.	3	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	Bidrag til By-, Land- og Kirkeministeriets arbejde	6		

6.1	<i>Implementering af både den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme 2022 samt 'Veje til bæredygtig turisme'vækst - National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme 2024.</i> Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til implementering af Det Nationale Turismedforums strategier for bæredygtig vækst i dansk turisme. Da Danmark har EU-formandskabet i efteråret 2025, og da By-, Land- og Kirkeministeriet skal afholde European Tourism Forum, skal Wonderful Copenhagen bidrage til og understøtte ministeriets arbejde med afholdelse af forummet, herunder evt. logistik, overnatningsmuligheder mv.	6	Målet er delvist opfyldt, hvis By-, Land- og Kirkeministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turismedforums strategier for bæredygtig vækst i dansk turisme. Og hvis Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har understøttet arbejdet med afholdelsen af European Tourism Forum.	Målet er opfyldt, hvis By-, Land- og Kirkeministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turismedforums strategier for bæredygtig vækst i dansk turisme. Og hvis Wonderful Copenhagen tilfredsstillende har understøttet arbejdet med afholdelsen af European Tourism Forum.
-----	--	---	--	--

4. Formalia og påtegning

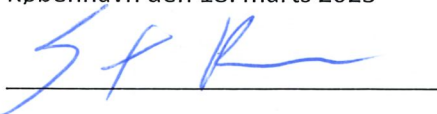
1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Wonderful Copenhagen og By-, Land- og Kirkeministeriets departement. Mål- og resultatplanen træder i kraft ved underskrivelsen og gælder for hele 2025. Mål- og resultatplanen er en del af ministeriets rullende kontraktstyring. De årlige bevillinger afhænger af 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 ministeren for byer og landdistrikter.
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 By-, Land- og Kirkeministeriet 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 Copenhagenes 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 2025, vil By-, Land- og Kirkeministeriet 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 18. marts 2025



Departementschef, Christian Dons Christensen

København den 18. marts 2025



Administrerende Direktør, Søren Tegen Pedersen

