

Wonderful Copenhagen

# Mål- og resultatplan 2021

## Indhold

1. Wonderful Copenhagen's strategiske målbillede .....	3
2. Resultatmål for 2020 .....	7
3. Målopførelsesoversigt .....	18
4. Formalia og påtegning .....	29

## 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 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* (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 koordinering 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. 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 bilaterale aftaler med en række kommuner;
- Wonderful Copenhagen varetager nationale opgaver og stiller specialiserede kompetencer til rådighed gennem de landsdækkende udviklingsselskaber Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) og Dansk Storbyturisme samt det landsdækkende krydstogtnetværk CruiseCopenhagen. Desuden er Wonderful Copenhagen sekretariat for sammenslutningen af Danske Destinationsselskaber;
- Wonderful Copenhagen er den overordnede turismeoperatør på dansk side i Greater Copenhagen samarbejdet, som omfatter 85 kommuner og 4 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

Wonderful Copenhagen lancerede i 2017 strategien *Localhood*, der påkaldte sig bevågenhed i branchen nationalt og internationalt. Strategien sætter fokus på det autentiske og det nære som centrale *reasons to go*, på data og viden i forretningsudviklingen, og på sociale medier og en netværksbaseret og decentral "nede-fra-og-op"-tilgang i markedsføringen. På målsiden arbejder strategien med en tre-dobbelt bundlinje med fokus på høj turismeskabt omsætning, høj tilfredshed blandt de besøgende og høj borgeropbakning til turismevækst.

Strategien er efterfølgende i 2018 fulgt op af en supplerende bæredygtighedsstrategi.

### 1.2.1. Mission

#### Erhvervsministeriets mission:

Skabe konkurrencedygtige og innovative vækstvilkår

#### Wonderful Copenhagens mission:

Enable our destination to be shared more

### 1.2.2. Vision

#### Erhvervsministeriets vision:

Europas bedste rammer for at udvikle og drive virksomhed

#### Wonderful Copenhagens vision:

Localhood for everyone

*Note: Det forventes, at der i løbet af 2021 vil blive igangsat et arbejde med at opdatere Erhvervsministeriets mission og vision.*

## 1.3. Kerneopgaver og strategiske målsætninger

### 1.3.1 Kerneopgaver

Wonderful Copenhagen inddeler sit arbejde i fire kerneopgaver:

1. Tiltrækning og udvikling af erhvervsrejser og events
2. Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme
3. Internationale og national markedsføring af hovedstaden
4. Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling.

### 1.3.2. Strategiske målsætninger i 2021

Den globale COVID-19-krise har ramt hovedstadens turisme- og oplevelseserhverv særligt hårdt. I 2020 har der været en nedgang i overnatninger i hovedstadsregionen på 56%. Omsætningstab som følge af nedgangen i turismen i hovedstaden estimeres i samme periode at være ca. 28 mia. kr.

I 2021 vil det primære strategiske fokus for Wonderful Copenhagen være at bidrage til genopretningen af hovedstadens turisme.

Fire centrale temaer vil sætte rammerne for genopretningen af hovedstadens turisme og udviklingen af hovedstadsområdet som destination i det kommende år:

- 1) Turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden
- 2) Omstilling til en ny markedssituation
- 3) Turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere
- 4) Bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor.

Wonderful Copenhagens aktiviteter inden for kerneopgaverne tilpasses løbende omverdenssituationen. I 2021 vil aktiviteterne understøtte arbejdet med de fire temaer og genopretningen af hovedstadens turisme.

I 2021 gennemføres i tillæg hertil en række konkrete initiativer, som vil bidrage til genopretningen af hovedstadens turisme, og som er muliggjort af ekstraordinære statslige og kommunale bevillinger. Initiativerne fremgår af *den fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme med fokus på 2021* (lancering primo 2021), som er godkendt af Wonderful Copenhagens bestyrelse.

I 2021 udvikles desuden en *fælles langsigtet plan for hovedstadens turisme frem mod 2023*. Planerne udarbejdes i fællesskab mellem Erhvervsministeriet, Københavns kommune og Wonderful Copenhagen og med inddragelse af hovedstadens turismeerhverv og kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet.

Wonderful Copenhagen og Erhvervsministeriet vil føre en løbende strategisk dialog om udviklingen i hovedstadens turisme. Wonderful Copenhagen skal som grundlag for den strategiske drøftelse monitorere turismeudviklingen i hovedstaden og fremdriften i implementeringen af genopretningsplanen.

Både de initiativer, der er beskrevet i mål- og resultatplanen, og de initiativer, der er beskrevet i genopretningsplanen skal i 2021 bidrage til det samme overordnede mål om at genoprette hovedstadens turisme, så der er sammenhæng og strategisk retning i de offentlige investeringer på området, og så hovedstaden kommer bedst mulig igennem krisen og bliver rustet til at fastholde sin internationale markedsposition. Derfor er der inden for hver af kerneopgaverne opstillet (mindst) et mål for hver af genopretningssplanens fire temaer (for markedsføring dog to mål, nemlig en ekstraordinær indsats med udgangspunkt i en fælles markedsføringsstrategi og et mål specifikt for markedsføringsaktiviteter på det danske marked). Desuden er der inden for hver kerneopgave opstillet et partnertilfredsheds mål.

I det følgende fremgår resultatmålene for 2021 inden for hvert af Wonderful Copenhagens fire kerneopgaver samt hjælpefunktion og generel administration og ledelse. Af tabel 1 neden for fremgår fordelingen af den statslige basisbevilling.

## 1.4 Wonderful Copenhagens økonomi

Wonderful Copenhagen finansierer sine aktiviteter gennem årlige aftaler med Erhvervsministeriet, gennem netværksbidrag, flerårige aftaler med kommuner, projektbidrag og øvrige bidrag fra erhvervslivet, organisationer og det offentlige, samt gennem salg af Copenhagen Card.

I 2021 modtager Wonderful Copenhagen fra Erhvervsministeriet 43,8 mio. kr. i basisfinansiering (uændret ift. 2020) og 4 mio. kr. i projektmidler øremærket ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected. Derudover har regeringen og aftalepartier i 2020 afsat 15 mio. kr. til styrket indsats for genstart af turismen i hovedstaden og 17 mio. kr. til Connected (Sommerpakken) og 10 mio. kr. til den fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme (Eksportpakken). Midlerne udmøntes via Wonderful Copenhagen og størstedelen (37 mio. kr.) anvendes i 2021. Desuden er det lykkedes fonden at tiltrække projektmidler mm. fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samt kommuner.

Wonderful Copenhagens budget er i 2021 væsentligt lavere end i 2019, da fonden normalt gearer den statslige bevilling med en lang række private midler. Pga. COVID-19 er den private medfinansiering særdeles udfordret. Wonderful Copenhagens samlede aktivitetsbudget ventes i 2021 at blive i størrelsesordenen ca. 154 mio. kr., jf. nedenstående tabel.

Fordelingen af basisbevilling samt øvrige indtægter er således i budgettet:

Kerneopgaver	Basismidler mio. kr.	Anden indtægt mio. kr.*	Budget 2021 mio. kr. i alt**	Statslig finansie- ring genopret- ningsplan
1. Tiltrækning og udvikling af erhvervs- og eventsturisme	12,6	16,6	29,2	3,6
2. Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme	0,9	3,7	4,7	1,0
3. International og national markedsføring af hovedstaden	14,8	25,8	40,6	24,2
4. Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling	8,2	18,3	26,5	8,2
5. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og adm.	7,3	8,5	15,8	0,0
<b>I alt</b>	<b>43,8</b>	<b>72,9</b>	<b>116,7</b>	<b>37,0</b>

\* Kolonnen "Anden indtægt" medtager indtægter fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, kommuner, private netværk, øvrige statslige bidrag (dele af midler fra MeetDK, der går til WOCO, dvs. 1,25 mio. kr. og indskud i Connected) samt administrationsbidrag fra en række organisationer.

\*\* Copenhagen Card omsætningen er ikke inkluderet i dette tal. Copenhagen Card omsætningen i 2021 er meget afhængig af genåbningen af hovedstaden.



## 2. Resultatmål for 2021

### 2.1. Wonderful Copenhagen's mål fordelt på kerneopgaver

Tiltrækning og udvikling af erhvervs-turisme og events	Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme	National og international markedsføring af hovedstaden	Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling
Mål 1.1: Turismeomsætning fra kongresser, møder og events tilbage	Mål 2.1: Turismeomsætning fra krydstogt tilbage	Mål 3.1 Ekstraordinær markedsføring af hovedstaden gennem en fælles markedsføringsstrategi	Mål 5.1 Nye vækstpotentiale gennem byland-sammenhænge
Mål 1.2: Omstilling til en ny markedsituation gennem tilpasning af hovedstadens kongressprodukt	Mål 2.2: Omstilling af krydstogtturismen – fra viden til best practice	Mål 3.2 Markedsføring af hovedstaden over for danskere	Mål 5.2: Omstilling af kulturaktørerne til ny COVID-19-situation
Mål 1.3: Events til gavn for byen og borgerne:	Mål 2.3: Krydstogtturisme til gavn for by og borgere	Mål 3.3: Partnertilfredshed	Mål 5.3: Omstilling gennem etablering af Copenhagen Travel Lab
Mål 1.4: Bæredygtig turismeadfærd ifm. kongresser	Mål 2.4: Bæredygtigt krydstogt i samarbejde med centrale aktører	Mål 4.1: Tiltrækning / genetablering af flyruter	Mål 5.4: Viden om konsekvenser af COVID-19 som grundlag for omstilling af hovedstadens turisme
Mål 1.5: Partnertilfredshed i Meetingplace	Mål 2.5: Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network		Mål 5.5: Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen
			Mål 5.6: Bæredygtighed (styrket grundlag for udvikling og monitorering af bæredygtig turismeudvikling)
			Mål 5.7: Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter
Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration			
Mål 6.1: Bidrag til ny national turismestrategi	Mål 6.2: Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme, fase 1 og 2		

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

Wonderful Copenhagen er den største aktør i Danmark, når det handler om at tiltrække international erhvervs- og eventturisme. 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 internationale kongresser, forretningsmøder og sports- og kulturbegivenheder. Desuden er Wonderful Copenhagen sekretariat for det nationale udviklingselskab for erhvervssturisme MeetDenmark (MeetDenmark har en selvstændig mål- og resultatplan med erhvervsministeriet).

### Resultatmål 1: Genopretning af erhvervs- og eventturismen

Efter 10 års ubrudt vækst, hvor København har tilkæmpet sig en stærkere international markedsposition inden for erhvervs- og eventturismen end byens størrelse tilsiger, er hovedstadens erhvervs- og eventturisme nu i dyb krise: Det internationale marked er mere eller mindre sat i stå, mange af de danske og internationale aktører i værdikæden er i fare for at gå konkurs, der er usikkerhed om hvordan og hvornår den internationale erhvervs- og eventturisme vender tilbage, og den samarbejdsinfrastruktur, der over år er bygget op omkring foreningen Meetingplace, er truet pga. svækket betalingsevne hos de private aktører.

Både på erhvervs- og eventturismeområdet bydes der på forretning, der ligger år ude i fremtiden, og hvis budarbejdet skrues markant ned nu eller sættes helt i bero, vil det skabe et betydeligt hul i de fremadrettede ordrebøger i hovedstaden – også efter en normalisering af turismen.

Wonderful Copenhagen skal i 2021 fokusere kongres- og eventindsatsen på at trække mest mulig omsætning til byens aktører inden for de givne rammer og medvirke til udvikling og omstilling af erhvervet til den nye virkelighed, herunder omstilling til en mere grøn og borgervenlig turisme. Ambitionsniveauet for resultatmålene skal ses i lyset af den udfordrede situation for møde- og kongresturismen i forlængelse af COVID-19. Der opstilles fem delmål – et med særligt fokus på hver af de fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme og et for partnertilfredshed. Det bemærkes, at flere delmål bidrager til flere temaer.

Vægt: 30 pct.

#### 1.1 *Turismeomsætning fra kongresser, møder og events tilbage:*

Wonderful Copenhagen skal i 2021 vinde kongresser, møder, incentivrejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismemæssig omsætning på: 696 mio kr. (svarende til i alt 190.000 overnatninger)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Overnatningerne fordeler sig som kongresser 150.000, M&I 10.000, Sport og Events 30.000. Til beregningen er brugt følgende døgnforbrugstal: kongres 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).





	<p>2017-19-resultat, gns.: 1.198 mio. kr. (svarende til 394.390)<sup>2</sup></p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).</i></p>
1.2	<p><b>Omstilling til en ny markedssituation gennem tilpasning af hovedstadens kongresprodukt:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, på baggrund af en grundig mapping opstille forslag til en tilpasset forretningsmodel for kongresområdet, som deles med destinationens private aktører via Meetingplace. Mappingen vil desuden danne grundlag for en tilpasning af Wonderful Copenhagen's rådgivning af lokale og internationale partnere og kunder.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).</i></p>
1.3	<p><b>Events til gavn for byen og borgerne:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 stille et nyt værktøj ("værtsskabsaktiviteringsmodel") til rådighed for destinationens partnere, som de kan anvende i forbindelse med afholdelsen af events i byen. Målet er at gøre events mere inddragende for borgere og få det enkelte event ud at leve på destinationen, samt præsentere det besøgende publikum for en samlet og positiv fortælling med det formål at motivere dem til også at opleve destinationens andre tilbud i forbindelse med eventen.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 3 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere).</i></p>
1.4	<p><b>Bæredygtig turismeadfærd ifm. kongresser:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, udvikle og udbrede kendskabet til en digital bæredygtighedsmanual mhp. at understøtte at flere kongresser bliver grønne og flere danske leverandører kan levere grønne løsninger på fornuftige markedsmæssige vilkår.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 4 i genopretningen af hovedstadens turisme (bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor).</i></p>
1.5	<p><b>Partnertilfredshed i Meetingplace:</b></p> <p>Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være 4,0 eller derover på en 5-skala.</p>

<sup>2</sup> Kilde: WOCO årsrapportering til Region Hovedstaden / Erhvervsministeriet 2017-2019.



(2017-19-resultat, gns.: 3,84 på en 5-skala).

*Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .*

## KERNEOPGAVE 2: TILTRÆKNING OG UDVIKLING AF KRYDSTOGTTURISME

Krydstogtturisme skaber omsætning og jobs i hele landet. Wonderful Copenhagen er omdrejningspunktet for indsatsen for at tiltrække krydstogtturisme til Danmark og Østersøen. Det sker i regi af netværkene CruiseCopenhagen, der samler 58 partnere, heraf 12 danske krydstogtdestinationer, og Cruise Baltic, der samler 30 partnere fra landene i Østersøregionen.

### Resultatmål 2: Genopretning af krydstogtturismen i Danmark

Krydstogtturisme har i en årrække været det hastigst voksende segment inden for turismen. Det er lykkedes København, Danmark og landene om Østersøen at opnå en ledende position på det globale krydstogtmarked. COVID-19 har ramt krydstogtindustrien hårdt. I 2020 var der ingen eller få anløb til danske havne (fra 1,1 mio. gæster i 2019). Og samtidig er industrien fortsat ramt af en vis borgermodstand i havnenære områder, primært på grund af skibenes miljøpåvirkning. Wonderful Copenhagen vil sammen med de to krydstogtnetværk Cruise Copenhagen og Cruise Baltic i 2021 have fokus på at genstarte dansk krydstogtturisme på en grøn og bæredygtig måde. Der opstilles fem delmål – et med særligt fokus på hver af de fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme og et for partertilfredshed. Det bemærkes, at flere delmål bidrager til flere temaer.

Vægt: 12 pct.

#### 2.1 **Turismeomsætning fra krydstogt tilbage:**

Med udgangen af 2021 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2023 svarende til 2019-niveau, dvs. 1,25 mia. kr. i turismeøkonomisk omsætning / 1,1 mio. krydstogtgæster.<sup>3</sup>

*Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).*

#### 2.2 **Omstilling af krydstogtturismen – fra viden til best practice:**

Wonderful Copenhagen skal i 2021 bl.a. tilvejebringe viden om ændringer i krydstogtgæsternes adfærd og i bookingmønstre; indsamle best practice fra andre havne; og undersøge og operationalisere hvad der skal til for, at rederierne indsætter større kapacitet i regionen.

<sup>3</sup> Kilde: Beregning foretaget af WOCO på baggrund af nøgletal leveret af Brea & GP Wild "Passenger and Crew Surveys and Cruise Line Spending - Economic Impacts in Copenhagen 2019" og Wonderful Copenhagen "Cruise Survey 2019". Beregningen er foretaget med udgangspunkt i en fordeling mellem turnaround-passagerer og transitpassagerer i København på 45% hhv. 55%, samt at 30% af turnaround-gæsterne overnatter i København før og/eller efter deres krydstogt.



	<i>Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).</i>
2.3	<p><b>Krydstogtturisme til gavn for by og borgere:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, arbejde for at minimere udfordringer relateret til oplevet trængsel fra krydstogtanløb. I 2021 er fokus, igennem kontakt med rederierne m.fl., på at arbejde for at forlænge sæsonen, så der opnås en bedre sæsonfordeling og understøtte, at krydstogtgæsterne i højere grad besøger nye bydele og attraktioner så trængslen på hotspots i Indre By minimeres.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 3 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere).</i></p>
2.4	<p><b>Bæredygtigt krydstogt i samarbejde med centrale aktører:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, afsøge opbakning til etablering af landstrømsanlæg i de største havne, hvor de største rederier lægger til i Østersøregionen.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 4 i genopretningen af hovedstadens turisme (bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor).</i></p>
2.5	<p><b>Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network:</b></p> <p>Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala.</p> <p>(2017-19-resultat, gns.: 4,27 på en 5-skala).</p> <p><i>Målet bidrager til alle 4 temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .</i></p>

### **KERNEOPGAVE 3: NATIONAL OG INTERNATIONAL MARKEDSFØRING AF HOVEDSTADEN**

Wonderful Copenhagen har det sammenhængende ansvar for destinationsudvikling og branding af hovedstaden. Fonden markedsfører hovedstaden og Greater Copenhagen internationalt og nationalt over for potentielle rejsende (B2C), 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 og national markedsføring er også en integreret del af fondens øvrige aktiviteter, fx. når fonden markedsfører destinationen over for internationale kongres- og eventarrangører, krydstogtredderier, kulturgæster, m.fl. Arbejdet sker i henhold til den fælles strategi for markedsføring af hovedstaden, som er udarbejdet af Wonderful Copenhagen og VisitDenmark.

#### **Resultatmål 3: Danskere og udlændinge tilbage til hovedstaden gennem markedsføring**



For at understøtte genstarten af turismen bedst muligt skal ske en ekstraordinær og ambitiøs indsats for at markedsføre hovedstaden turismemæssigt nationalt og internationalt. Dette forudsætter et tæt og veldefineret samarbejde med en klar rolle- og ansvarsfordeling mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark, så de statslige midler anvendes optimalt, effektivt og uden overlap. Derfor udarbejdes en samlet strategi for markedsføring af hovedstaden, som bidrager til, at turismen i hovedstaden kommer bedst muligt gennem følgerne af COVID-19, og at hovedstaden står stærkt i den internationale konkurrence om de rejsendes opmærksomhed. Strategien omhandler bl.a. markeder, målgrupper, marketingstrategi, stop/go-kriterier, samarbejde med partnere og fordeling af roller, ansvar, prioriteringer, kommunikation mv.

Vægt: 23

3.1 ***Ekstraordinær markedsføring af hovedstaden gennem en fælles markedsføringsstrategi:***

Inden udgangen af februar 2021 foreligger en fælles strategi for markedsføring af hovedstaden, der kan lanceres som en del af den fælles plan for genopretning af turismen i hovedstaden.

Alt markedsføring af hovedstaden i VisitDenmark og Wonderful Copenhagen i 2021 gennemføres i henhold til den fælles strategi for markedsføring af hovedstaden. Det er Erhvervsministeriet som vurderer, om målet er opfyldt.

Det fremgår af den fælles markedsføringsstrategi, at markedsføringen af hovedstaden tilrettelægges, så den understøtter alle de overordnede temaer i den fælles genopretningsplan for hovedstadens turisme.

*Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .*

3.2 ***Markedsføring af hovedstaden over for danskere***

Set i lyset af udviklingen af Covid-19 og den manglende stabilitet i forhold til turister fra internationale markeder, er der som led i genopretningen af hovedstadens hårdt trængte turisme behov for, at Wonderful Copenhagen i 2021 har en særlig indsats for at tiltrække danskere til hovedstaden. Wonderful Copenhagen vil igangsætte og gennemføre nationale kampagner med henblik herpå. Markedsføringen sker inden for den nationale markedsføringsramme og i henhold til Markedsføringsstrategien for hovedstaden og med henblik på at opnå størst mulig effekt af de offentlige midler.

*Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).*



### 3.3 **Partnertilfredshed:**

Partnerne i markedsføringsnetværket Visit Copenhagen Partners skal være tilfredse med netværket og WOCOs digitale kampagner.

*Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .*

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

Flyforbindelser til København er afgørende for udviklingen af international turisme, tiltrækning af investeringer, virksomheder og talenter, samt for danske virksomheders eksportmuligheder.

Ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected, der er forankret i Wonderful Copenhagen, har til formål at understøtte den internationale flytilgængelighed til København - og dermed også resten af Danmark samt Sydsverige. Programmet investerer i destinationsmarkedsføring og er en del af incitamentet for airlines til at vælge at etablere og fastholde ruter til København frem for andre udenlandske lufthavne.

På grund af COVID-19 situationen og rejserestriktioner er luftfartsbranchen blevet hårdt ramt og der er som følge heraf en meget begrænset luftfartsaktivitet. Det er på den baggrund besluttet midlertidigt ikke kun at fokusere på at tiltrække nye interkontinentale ruter, men også at fokusere på europæiske ruter og på fastholdelse af eksisterende ruter.

Wonderful Copenhagen vil i 2021 i regi af GC Connected-programmet inden for de gældende rammer således fokusere på bedst muligt at bidrage til genopretningen af flytilgængeligheden til København ved at bidrage til at genetablere centrale ruter til relevante turisme- og eksportkritiske nær- og fjernmarkeder og – hvis muligt – også gerne gennem åbning af nye flyruter.

**Vægt: 5 pct.**

### 4.1 **Tiltrækning / genetablering af flyruter:**

I 2021 skal ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected bidrage til at genetablere flyforbindelser til og fra relevante eksport- og turismekritiske nær- og fjernmarkeder.

Målopfyldelsen forudsætter, at der fra myndighedsside i 2021 er åbnet for flytrafik mellem København og relevante markeder.

*Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).*

## **KERNEOPGAVE 4: BÆREDYGTIG OG INNOVATIV DESTINATIONSUDVIKLING**

Wonderful Copenhagen producerer viden, igangsætter og gennemfører projekter, som skal medvirke til at udvikle turismeerhvervet 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 nationale udviklingselskab Dansk Storbyturisme og foreningen Danske Destinationer.

## Resultatmål 5: Genstart af hovedstadens turisme gennem destinationsudvikling og brug af data og viden

I 2021 er Wonderful Copenhagens fokus – i strategiudvikling og -implementering, projekter, samarbejder og analyser – på at bidrage til genopretning og omstilling af hovedstadens turisme.

Wonderful Copenhagen vil gennemføre en række kick-startprojekter inden for restauranter, innovation og kulturturisme med fokus på høj partertilfredshed; følge op på de nyligt vedtagne *Strategi for Dansk Storbyturisme* og *Plan for udvikling af turismen – mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen* og følge og tilvejebringe viden om COVID-19's konsekvenser for hovedstadens turisme. Sidst men ikke mindst vil Wonderful Copenhagen lancere og følge op på den fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme 2021 udarbejdet sammen med Erhvervsministeriet og Københavns Kommune.

Vægt: 25 pct.

### 5.1 **Nye vækstpotentialer gennem by-land-sammenhænge:**

Wonderful er ansvarlig for rammeprojektet "land og by" og har sammen med Dansk Kyst- og Naturturisme og VisitNordsjælland taget initiativ til udarbejdelsen af *Plan for udvikling af turismen – mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen*. Planen ligger i forlængelse af de udviklingsplaner, der tidligere er lavet for Vestkysten (2018) og Sjælland og Øerne (2020), og målet er at skabe et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i regionen.

*Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).*

### 5.2 **Omstilling af kulturaktørerne til ny COVID-19-situation:**

Wonderful Copenhagen skal i 2021 være lead på at implementere Dansk Storbyturismens nye strategi med særligt fokus på kulturturisme og innovation. Konkret vil en central indsats være at gennemføre projektet "Kickstart Kulturturismen" samt, jf. genopretningsplanen, at udvikle og igangsætte en kulturturismesatsning, som bygger videre på erfaringerne herfra.

*Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).*



5.3	<p><b>Omstilling gennem etablering af Copenhagen Travel Lab:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, etablere en nyt innovations- og vækstenhed for turisme – Copenhagen Travel Lab. Enheden skal gennem fokuserede innovationsforløb, dataindsamling på tværs af branchen, og netværksskabende aktiviteter skaber rammer for bæredygtig turisme-vækst og -innovation i hovedstaden.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).</i></p>
5.4	<p><b>Viden om konsekvenser af COVID-19 som grundlag for omstilling af hovedstadens turisme:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen er center for viden og analyse om hovedstadens turisme.</p> <p>I 2021 skal Wonderful Copenhagen på analyseområdet gennemføre analyser og data om konsekvenser af COVID-19 for turismen i hovedstaden og stille disse til rådighed for private og offentlige partnere, herunder Erhvervsministeriet.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).</i></p>
5.5	<p><b>Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen:</b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 i regi af projektet Tourism Moves arbejde med at engagere og involvere lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen på udvalgte spots i byen. Målet er ultimativt at skabe større engagement og medejerskab til turismen lokalt, udvikle ideer, der kan håndtere eventuelle udfordringer og bidrage til at gøre stedet mere attraktivt – både for beboere og besøgende – og på lang sigt bidrage til en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 3 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere).</i></p>
5.6	<p><b>Bæredygtighed (styrket grundlag for udvikling og monitorering af bæredygtig turismeudvikling):</b></p> <p>København skal være en af verdens førende bæredygtige turismedestinationer. Wonderful Copenhagen vil i 2021 arbejde på at sikre byen en topplacering på det internationale GDS-Index (Global Destination Sustainability Index), som bliver offentliggjort i 2021.</p> <p><i>Målet bidrager primært til tema 4 i genopretningen af hovedstadens turisme (bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor).</i></p>
5.7	<p><b>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter:</b></p>



Wonderful Copenhagen er en netværksorganisation og gennemfører al destinationsudvikling i tæt samarbejde med partnere fra det private og offentlige turismeerhverv, kulturlivet, kommuner, det øvrige erhvervsliv mv. Partnernes tilfredshed er derfor afgørende. I 2021 er fokus i destinationsudviklingen på indsatser, der skal kickstarte og genoprette destinationens turisme.

Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagen's destinationsudviklingsprojekter skal i 2021 i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.

*Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .*

## HJÆLPEFUNKTIONER SAMT GENEREL LEDELSE OG ADMINISTRATION

I 2021 vil Det Nationale Turismeforum lancere 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 dansk turisme kan genoprettes, og med en ambition om, at Danmark skal blive en af verdens mest bæredygtige turistdestinationer, herunder et selvstændigt fokusområde om hovedstaden.

### Resultatmål 6: Bidrag til ny national strategi for dansk turisme

**Vægt: 5 pct.**

6.1

#### ***Bidrag til ny national turismestrategi:***

Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til udarbejdelsen af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder 1) bidrager til at belyse vækstmuligheder og udfordringer for det danske turismeerhverv med henblik på at tilvejebringe et analytisk og faktisk 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, herunder sammenhæng til indsatserne i genopretningsplanen for hovedstadens 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 m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.

6.2

#### ***Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme, fase 1 og 2:***

Der er i efteråret 2020 afsat midler til udmøntningen af en fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme. Planen udarbejdes af Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen (sekretariat) med inddragelse af hovedstadens turismeerhverv, kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet og skal understøtte ambitionerne i Københavns kommunes erhvervsstrategi (forår 2021) og den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme (medio 2021) og Wonderful Copenhagen's strategiske arbejder.



Det er aftalt, at planen lanceres i to tempi – først en plan, der lanceres i februar med fokus på 2021, dernæst en plan, der lanceres i forlængelse af vedtagelsen af Københavns Kommunes erhvervs politik og den kommende nationale turismestrategi, og som har et længere sigte frem mod 2023.

Wonderful Copenhagen skal qua sin sekretariatsfunktion muliggøre lanceringen af begge planer.

### 3. Målopgørelsesoversigt

Nr.	Mål	Vægt i pct.	Kriterier for delvist opfyldt	Kriterier for helt opfyldt
<b>Policy- og udviklingsmål</b>		<b>100</b>		
<b>1</b>	<b>Genopretning af erhvervs- og eventturismen</b>	<b>30</b>		
1.1	<p>Turismeomsætning fra kongresser, møder og events tilbage:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 vinde kongresser, møder, incentivrejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismemæssig omsætning på: 696 mio. kr. (svarende til i alt 190.000 overnatninger)</p> <p>(2017-19-resultat, gns.: 1.198 mio. kr., svarende til 394.390 overnatninger).</p> <p>Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).</p>	10	Målet er delvist opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentivrejser og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 348 mio. kr. (svarende til samlet 95.000 overnatninger)	Målet er opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentivrejser og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 696 mio. kr. (svarende til samlet 190.000 overnatninger)
1.2	<p>Omstilling til en ny markedssituation gennem tilpasning af hovedstadens kongresprodukt:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, på baggrund af en grundig mapping opstille forslag til en tilpasset forretningsmodel for kongresområdet, som deles med destinationens private aktører via Meetingplace. Mappingen vil desuden danne grundlag for en tilpasning af Wonderful Copenhagen's rådgivning af lokale og internationale partnere og kunder.</p>	5	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen senest inden udgangen af Q2 har gennemført en mapping af kongresrådets kriseramte økosystem.	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen senest ved udgangen af Q4 har beskrevet en post COVID-19 forretningsmodel på kongresområdet, formidlet den til partnerne samt indarbejdet eventuelle nye produkter i salgs og rådgivningsværktøjerne.

	Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).			
1.3	<p>Events til gavn for byen og borgerne:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 stille et nyt værktøj ("værtsskabsaktiveringsmodel") til rådighed for destinationens partnere, som de kan anvende i forbindelse med afholdelsen af events i byen. Målet er at gøre events mere inddragende for borgere og få det enkelte event ud at leve på destinationen, samt præsentere det besøgende publikum for en samlet og positiv fortælling med det formål at motivere dem til også at opleve destinationens andre tilbud i forbindelse med eventen.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 3 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere).</p>	5	Målet er delvist opfyldt, hvis den nye værtsskabsaktiveringsmodel i 2021 er anvendt ifm. afholdelsen af mindst 2 større events i hovedstaden.	Målet er helt opfyldt, hvis den nye værtsskabsaktiveringsmodel i 2021 er anvendt ifm. afholdelsen af mindst 3 større events i hovedstaden.
1.4	<p>Bæredygtig turismeadfærd ifm. kongresser:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, udvikle og udbrede kendskabet til en digital bæredygtighedsmanual mhp. at understøtte, at flere kongresser bliver grønne og flere danske leverandører kan levere grønne løsninger på fornuftige markedsmæssige vilkår.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 4 i genopretningen af hovedstadens turisme (bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor).</p>	5	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen inden udgangen af Q1 har lanceret en digital bæredygtighedsmanual som et brugervenligt opslagsværk og inspirationskatalog for events og kongresser.	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen på grundlag af ovenstående inden Q4 har afholdt mindst et medlemsarrangement i Meetingplace, introduceret bæredygtighedsmanualen for mindst 10 kongreskunder, samt indarbejdet manualen i salgsværktøjerne.
1.5	Partnertilfredshed i Meetingplace:	5	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 3,5 eller derover på en 5-skala.	Målet er opfyldt hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.

	<p>Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. (2017-19-resultat, gns.: 3,84 på en 5-skala).</p> <p>Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .</p>			
<b>2</b>	<b>Genopretning af krydstogtturismen i Danmark</b>	<b>12</b>		
2.1	<p>Turismeomsætning fra krydstogt tilbage:</p> <p>Med udgangen af 2021 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2023 svarende til 2019-niveau, dvs. 1,25 mia. kr. i turismeøkonomisk omsætning / 1,1 mio. krydstogtgæster.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).</p>	4	Målet er delvist opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2023 svarende til 1,17 mia. kr. (svarende til 1,0 millioner krydstogtgæster)	Målet er opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2023 svarende til 2019-niveau, dvs. 1,25 mia. kr. i turismeøkonomisk omsætning (svarende til 1,1 mio. krydstogtgæster).
2.2	<p>Omstilling af krydstogtturismen – fra viden til best practice:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 bl.a. tilvejebringe viden om ændringer i krydstogtgæsternes adfærd og i bookingmønstre; indsamle best practice fra andre havne; og undersøge og operationalisere, hvad der skal til for, at rederierne indsætter større kapacitet i regionen.</p>	2	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2021 har gennemført en panelundersøgelse på 4 primære markeder om krydstogtgæsternes adfærd og gennemført en kvantitativ spørgeundersøgelse blandt rejseagenter om ændrede bookingmønstre – og har kommunikeret ovenstående viden til partnere i Cruise Copenhagen Network.	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2021 har gennemført en panelundersøgelse på 4 primære markeder om krydstogtgæsternes adfærd; gennemført en kvantitativ spørgeundersøgelse blandt rejseagenter om ændrede bookingmønstre, indsamlet best practice fra andre havne og interviewet rederier vedr. muligheder for øget kapacitet – og har kommunikeret ovenstående viden til partnere i Cruise Copenhagen Network.

	Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).			
2.3	<p>Krydstogtturisme til gavn for by og borgere:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, arbejde for at minimere udfordringer relateret til oplevet trængsel fra krydstogtanløb. I 2021 er fokus, igennem kontakt med rederierne m.fl., på at arbejde for at forlænge sæsonen, så der opnås en bedre sæsonfordeling og understøtte, at krydstogtgæsterne i højere grad besøger nye bydele og attraktioner så trængslen på hotspots i Indre By minimeres.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 3 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere).</p>	2	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2021 i samarbejde med Københavns Kommune har udviklet og anvendt konkret information til krydstogtgæster, der informerer om offentlig transport og attraktioner uden for Indre By.	Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2021 i samarbejde med Københavns Kommune har udviklet og anvendt konkret information til krydstogtgæster, der informerer om offentlig transport og attraktioner uden for Indre By og krydstogtsæsonen i København 2021 er længere end i 2019, dvs. over 206 dage (der tages forbehold for eventuelt forbud mod krydstogtanløb i længere perioder).
2.4	<p>Bæredygtigt krydstogt i samarbejde med centrale aktører:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, afsøge opbakning til etablering af landstrømsanlæg i de største havne, hvor de største rederier lægger til i Østersøregionen.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 4 i genopretningen af hovedstadens turisme (bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor).</p>	2	Målet er delvist opfyldt, hvis WOCO / Cruise Baltic i 2021 har afholdt workshop mellem havne, rederier og destinationer om fordelene ved og mulighederne for landstrøm.	Målet er helt opfyldt, hvis WOCO / Cruise Baltic i 2021 har afholdt workshop mellem havne, rederier og destinationer om fordelene ved og mulighederne for landstrøm og hvis WOCO / Cruise Baltic har etableret målepunkter for bæredygtighed inden for krydstogt.
2.5	Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network:	2	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 3,5 eller derover på en 5-skala.	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.

	<p>Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala.</p> <p>(2017-19-resultat, gns.: 4,27 på en 5-skala).</p> <p>Målet bidrager til alle 4 temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .</p>			
<b>3</b>	<b>Danskere og udlændinge tilbage til hovedstaden gennem markedsføring</b>	<b>23</b>		
3.1	<p>Ekstraordinær markedsføring af hovedstaden gennem en fælles markedsføringsstrategi:</p> <p>Inden udgangen af februar 2021 foreligger en fælles strategi for markedsføring af hovedstaden, der kan lanceres som en del af den fælles plan for genopretning af turismen i hovedstaden.</p> <p>Alt markedsføring af hovedstaden i VisitDenmark og Wonderful Copenhagen i 2021 gennemføres i henhold til den fælles strategi for markedsføring af hovedstaden. Det er Erhvervsministeriet, som vurderer om målet er opfyldt.</p> <p>Det fremgår af den fælles markedsføringsstrategi, at markedsføringen af hovedstaden tilrettelægges, så den understøtter alle de overordnede temaer i den fælles genopretningsplan for hovedstadens turisme.</p> <p>Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .</p>	10	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis der inden udgangen af februar 2021 foreligger en fælles strategi for markedsføring af hovedstaden, der kan lanceres og Erhvervsministeriet vurderer, at markedsføringen af hovedstaden i delvist tilfredsstillende grad gennemføres inden for rammerne af den fælles strategi. Vurderingen sker på baggrund af en status fra Wonderful Copenhagen og VisitDenmark, som afleveres til Erhvervsministeriet i januar 2022.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis der inden udgangen af februar 2021 foreligger en fælles strategi for markedsføring af hovedstaden, der kan lanceres og Erhvervsministeriet vurderer, at markedsføringen af hovedstaden i tilfredsstillende grad gennemføres inden for rammerne af den fælles strategi. Vurderingen sker på baggrund af en status fra Wonderful Copenhagen og VisitDenmark, som afleveres til Erhvervsministeriet i januar 2022.</p>
3.2	Markedsføring af hovedstaden over for danskere	8	Målet er delvist opfyldt, hvis der er igangsat og eksekveret to kampagner nationalt i	Målet er opfyldt, hvis der er igangsat og eksekveret tre kampagner nationalt i 2021 og den

	<p>Set i lyset af udviklingen af Covid-19 og den manglende stabilitet i forhold til turister fra internationale markeder, er der som led i genopretningen af hovedstadens hårdt trængte turisme behov for, at Wonderful Copenhagen i 2021 har en særlig indsats for at tiltrække danskere til hovedstaden. Wonderful Copenhagen vil igangsætte og gennemføre nationale kampagner med henblik herpå. Markedsføringen sker inden for den nationale markedsføringsramme og i henhold til Markedsføringsstrategien for hovedstaden og med henblik på at opnå størst mulig effekt af de offentlige midler.</p>		<p>2021, og den gennemsnitlige pris pr. klik til landingpage ligger på 6-8 DKK pr. besøg.</p>	<p>gennemsnitlige pris pr. klik til landingpage ligger på 6-8 DKK pr. besøg.</p>
3.3	<p>Partnertilfredshed:</p> <p>Partnerne i markedsføringsnetværket Visit Copenhagen Partners skal være tilfredse med netværket og WOCOs digitale kampagner.</p> <p>Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .</p>	5	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis den generelle partnertilfredshed i netværket Visit Copenhagen Partners er 4,0 eller derover på en 5-skala.</p>	<p>Målet er helt opfyldt, hvis den generelle partnertilfredshed i netværket Visit Copenhagen Partners er 4,0 eller derover på en 5-skala og hvis parternes tilfredshed specifikt med WOCOs nationale og internationale digitale kampagner i 2021 er 4,0 eller derover på en 5-skala.</p>
<b>4</b>	<b>Destinationsmarkedsføring der styrker flytilgængelighed</b>	<b>5</b>		
4.1	<p>Tiltrækning / genetablering af flyruter:</p> <p>I 2021 skal ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected bidrage til at genetablere flyforbindelser til og fra relevante eksport- og turismekritiske nær- og fjermarkeder.</p> <p>Målopfyldelsen forudsætter, at der fra myndighedsside i 2021 er åbnet for flytrafik mellem København og relevante markeder.</p>	5	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis programmet i 2021 har bidraget til genetablering / åbning af 2 ruter.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis programmet i 2021 har bidraget til genetablering / åbning af 3 ruter.</p>

	Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).			
<b>5</b>	<b>Genopretning af hovedstadens turisme gennem destinationsudvikling og brug af data og viden</b>	<b>25</b>		
5.1	<p>Nye vækstpotentialer gennem by-land-sammenhænge:</p> <p>Wonderful er ansvarlig for rammeprojektet "land og by" og har sammen med Dansk Kyst- og Naturturisme og VisitNordsjælland taget initiativ til udarbejdelsen af Plan for udvikling af turismen – mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen. Planen ligger i forlængelse af de udviklingsplaner, der tidligere er lavet for Vestkysten (2018) og Sjælland og Øerne (2020), og målet er at skabe et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i regionen.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 1 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisterne og turismeomsætningen tilbage til hovedstaden).</p>	3	Målet er delvist opfyldt, hvis <i>Plan for udvikling af turismen – mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen</i> er lanceret og der, jf. genopretningsplanen, er igangsat et tværkommunalt testprojekt, der skal realisere et eller flere konkrete tiltag og ideer i udviklingsplanen.	Målet er opfyldt, hvis <i>Plan for udvikling af turismen – mod et tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen</i> er lanceret og der, jf. genopretningsplanen, er gennemført et tværkommunalt testprojekt, der realiserer et eller flere konkrete tiltag og ideer i udviklingsplanen.
5.2	<p>Omstilling af kulturaktørerne til ny COVID-19-situation:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 være lead på at implementere Dansk Storbyturismens nye strategi med særligt fokus på kulturturisme og innovation. Konkret vil en central indsats være at gennemføre projektet "Kickstart Kulturturismen" samt, jf. genopretningsplanen, at udvikle og igangsætte en kulturturismesatsning, som bygger videre på erfaringerne herfra.</p>	5	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen sammen med de øvrige tre storbyer i 2021 som led i "Kickstart Kulturturismen" har afholdt 3 webinarer med deltagelse af min. 150 kulturaktører pr. webinar og udviklet 15 nye forretningsinitiativer, der tester løsninger på udfordringer opstået under COVID-19 med fokus på kulturgæsten	Målet er opfyldt hvis, Wonderful Copenhagen sammen med de øvrige tre storbyer i 2021 som led i "Kickstart Kulturturismen" har afholdt 3 webinarer med deltagelse af min. 150 kulturaktører pr. webinar og udviklet 15 nye forretningsinitiativer, der tester løsninger på udfordringer opstået under COVID-19 med fokus på kulturgæsten (Wonderful Copenhagen er overordnet ansvarlig på hele projektet og er direkte



	Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).			ansvarlig for afholdelsen af 3 webinarer og udviklingen af 7 forretningsinitiativer).  Desuden skal Wonderful Copenhagen, jf. genopretningsplanen, have udviklet og igangsat en kulturturismesatsning, som bygger på erfaringerne fra "kickstart"-projektet .
5.3	<p>Omstilling gennem etablering af Copenhagen Travel Lab:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021, jf. genopretningsplanen, etablere en nyt innovations- og vækstenhed for turisme – Copenhagen Travel Lab. Enheden skal gennem fokuserede innovationsforløb, dataindsamling på tværs af branchen, og netværksskabende aktiviteter skabe rammer for bæredygtig turismevekst og -innovation i hovedstaden.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).</p>	5	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i første halvår af 2021 har etableret Copenhagen Travel Lab, herunder gennemført interessentworkshops med Erhvervshus Hovedstaden, erhvervsorganisationer samt små og store turismeaktører fra hovedstaden.	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i første halvår af 2021 har etableret Copenhagen Travel Lab og i andet halvår har gennemført innovations- og modningsforløb for mindst 10 SMV'er.
5.4	<p>Viden om konsekvenser af COVID-19 som grundlag for omstilling af hovedstadens turisme:</p> <p>Wonderful Copenhagen er center for viden og analyse om hovedstadens turisme.</p> <p>I 2021 skal Wonderful Copenhagen på analyseområdet gennemføre analyser og data om konsekvenser af COVID-19 for turismen i hovedstaden og stille disse til rådighed for private og offentlige partnere, herunder Erhvervsministeriet.</p>	3	<p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2021 løbende overvåger COVID-19s konsekvenser for hovedstadens turisme og formidler resultaterne i oplæg og artikler.</p> <p>Dertil skal Wonderful Copenhagen have offentliggjort mindst 1 analyse på sin hjemmeside.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2021 løbende overvåger COVID-19s konsekvenser for hovedstadens turisme og formidler resultaterne i oplæg og artikler.</p> <p>Dertil skal Wonderful Copenhagen have offentliggjort mindst 2 analyser på sin hjemmeside.</p>

	Målet bidrager primært til tema 2 i genopretningen af hovedstadens turisme (omstilling til en ny markedssituation).			
5.5	<p>Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen:</p> <p>Wonderful Copenhagen skal i 2021 i regi af projektet Tourism Moves arbejde med at engagere og involvere lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen på udvalgte spots i byen. Målet er ultimativt at skabe større engagement og medejerskab til turismen lokalt, udvikle ideer, der kan håndtere eventuelle udfordringer og bidrage til at gøre stedet mere attraktivt – både for beboere og besøgende – og på lang sigt bidrage til en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden.</p> <p>Målet bidrager primært til tema 3 i genopretningen af hovedstadens turisme (turisme til gavn for hovedstaden og hovedstadens indbyggere).</p>	3	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i første halvår af 2021 har påbegyndt aktiviteter i Indre By med henblik på at involvere borgere og erhvervsdrivende i bydelens turismeudvikling	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen har gennemført involverende aktiviteter i Indre By og i Ørestad samt påbegyndt arbejdet med at udvikle værktøjer til bæredygtig og involverende turismeudvikling.
5.6	<p>Bæredygtighed (styrket grundlag for udvikling og monitorering af bæredygtig turismeudvikling):</p> <p>København skal være en af verdens førende bæredygtige turismedestinationer. Wonderful Copenhagen vil i 2021 arbejde på at sikre byen en topplacering på det internationale GDS-Index (Global Destination Sustainability Index), som bliver offentliggjort i 2021.</p>	3	Målet er delvist opfyldt, hvis København opnår en placering som en af verdens 3 højst placerede hovedstæder på GDS-indekset.	Målet er helt opfyldt, hvis København fastholder sin placering som verdens højst placerede hovedstad på GDS-indekset.

	Målet bidrager primært til tema 4 i genopretningen af hovedstadens turisme (bæredygtig turismeadfærd som central konkurrencefaktor).			
5.7	<p>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter:</p> <p>Wonderful Copenhagen er en netværksorganisation og gennemfører al destinationsudvikling i tæt samarbejde med partnere fra det private og offentlige turismeerhverv, kulturlivet, kommuner, det øvrige erhvervsliv mv. Partnernes tilfredshed er derfor afgørende. I 2021 er fokus i destinationsudviklingen på indsatser, der skal kickstarte og genoprette destinationens turisme.</p> <p>Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagens destinationsudviklingsprojekter skal i 2021 i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.</p> <p>Målet bidrager til alle fire temaer i genopretningen af hovedstadens turisme .</p>	3	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 3,5 eller derover på en 5-skala	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.
<b>6</b>	<b>Bidrag til ny national strategi for dansk turisme</b>	<b>5</b>		
6.1	<p>Bidrag til ny national turismestrategi:</p> <p>Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til udarbejdelsen af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder 1) bidrager til at belyse vækstmuligheder og udfordringer for det danske turismeerhverv med henblik på at tilvejebringe et analytisk og faktisk 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, herunder sammenhæng til indsatserne i genstartsplanen for hovedstadens turisme.</p>	2,5	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 i dansk turisme, herunder ikke har understøttet planlægning og afholdelse af møder m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.	Målet er opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen har bidraget tilfredsstillende til strategiarbejdet ved at understøtte Det Nationale Turismeforums udarbejdelse af en strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder har bidraget aktivt til fremme af initiativer i strategien samt i relevant omfang og under hensyntagen til behovet for at prioritere fondens ressourcer til genopretning af hovedstadens turisme har understøttet planlægning og afholdelse af møder m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.

	<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 afholdelse af møder m.v. i forbindelse med strategiarbejdet.</p>			
6.2	<p>Der er i efteråret 2020 afsat midler til udmøntningen af en fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme. Planen udarbejdes af Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen (sekretariat) med inddragelse af hovedstadens turismeerhverv, kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet og skal understøtte ambitionerne i Københavns kommunes erhvervsstrategi (forår 2021) og den nationale strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme (medio 2021) og Wonderful Copenhagens strategiske arbejder.</p> <p>Det er aftalt, at planen lanceres i to tempi – først en plan, der lanceres i februar med fokus på 2021, dernæst en plan, der lanceres i forlængelse af vedtagelsen af Københavns Kommunes erhvervspolitik og den kommende nationale turismestrategi, og som har et længere sigte frem mod 2023.</p> <p>Wonderful Copenhagen skal qua sin sekretariatsfunktion muliggøre lanceringen af begge planer.</p>	2,5	Målet er delvist opfyldt, hvis 2021-planen er godkendt og lanceret senest i 1. kvartal 2021 og 2023-planen er godkendt inden årets udgang.	Målet er opfyldt, hvis 2021-planen er godkendt og lanceret senest i 1. kvartal 2021 og 2023-planen er godkendt og lanceret inden årets udgang.

## 4. Formalia og påtegning

1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Wonderful Copenhagen og Erhvervsministeriets departement. Mål- og resultatplanen træder i kraft ved underskrivelsen og gælder for hele 2021. Mål- og resultatplanen er en del af ministeriets rullende kontraktstyring. De årlige bevillinger afhænger af årets finanslov.
2. Mål- og resultatplanen kan genforhandles i løbet af kontraktåret, hvis eksterne faktorer, som Wonderful Copenhagen ikke kunne eller burde have forudset, gør, at et eller flere resultatkrav ikke kan nås.
3. Wonderful Copenhagen er en erhvervsdrivende fond, stiftet på privatretligt grundlag og omfattet af lov om erhvervsdrivende fonde. Fonden ledes i henhold til erhvervsfondslovgivningen af en selvstændig bestyrelse, som alene skal varetage fondens formål og interesser. Wonderful Copenhagen er ikke og udøver ikke virksomhed som en offentlig virksomhed eller et offentligt organ og er ikke under instruktionsbeføjelse af erhvervsministeren.
4. Mål- og resultatplanen er ikke retsligt bindende og fjerner ikke ministerens beføjelser og ansvar. Ministeren har stadig det sædvanlige parlamentariske ansvar 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 statsstøttere reglerne, kan Wonderful Copenhagen anmode Erhvervsministeriet om bistand til at vurdere dette.
6. Mål- og resultatplanen er i overensstemmelse med Finansministeriets anbefalinger for mål- og resultatstyring i staten.
7. Status på resultatopfyldelsen i mål- og resultatplanen skal som udgangspunkt rapporteres to gange årligt (midtvejsafrapportering og slutafrapportering). Slutafrapporteringen sker i foråret samtidig med årsafrapporteringen. 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 2021, 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 7. marts 2021

  
\_\_\_\_\_

Departementschef Michael Dithmer

København den 22. MARS 2021

  
\_\_\_\_\_

Adm. direktør Mikkel Aarø-Hansen