

Wonderful Copenhagen

# Mål- og resultatplan 2022

## Indhold

|  |    |
|--|----|
| 1. Wonderful Copenhagens strategiske målbillede..... | 3  |
| 2. Resultatmål for 2022 .....                        | 9  |
| 3. Målopgørelsesoversigt .....                       | 18 |
| 4. Formalia og påtegning .....                       | 28 |

## 1. Wonderful Copenhagens strategiske målbillede

### 1.1. Præsentation af Wonderful Copenhagen

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

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

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

Wonderful Copenhagen har i mere end 25 år været samlingspunkt for turisterhvervet i hovedstaden og haft ansvar for at markedsføre hovedstadsområdet internationalt. 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. 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 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

### 1.2.1. Mission

#### **Erhvervsministeriets mission:**

Skabe konkurrencedygtige og innovative vækstvilkår

#### **Wonderful Copenhagens mission:**

Enable our destination to be shared more

### 1.2.2. Vision

#### **Erhvervsministeriets vision:**

Europas bedste rammer for at udvikle og drive virksomhed.

#### **Wonderful Copenhagens vision:**

Localhood for everyone

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

## 1.3. Kerneopgaver og strategiske målsætninger

### 1.3.1. Kerneopgaver

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

#### **1. Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme og events**

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

#### **2. Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme**

Wonderful Copenhagen er omdrejningspunktet for indsatsen for at tiltrække krydstogtturisme til Danmark og Østersøen i regi af netværkene CruiseCopenhagen, der samler 58 partnere, heraf 12 danske krydstogtdestinationer, og Cruise Baltic, der samler 30 partnere fra landene i Østersøregionen. Indsatsen indebærer netværksaktiviteter, international markedsføring og opsøgende salgsarbejde overfor internationale rederier mm.

#### **3. International og national markedsføring af hovedstaden**

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

#### **4. Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling**

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

##### **1.3.2. Strategiske målsætninger**

Den globale COVID-19-krise har ramt storbyturismen, herunder ikke mindst hovedstadens turisme- og oplevelseserhverv, særlig hårdt. I 2021 havde hovedstaden samlet set 39% færre overnatninger end i 2019, mens resten af landet er tilbage på 2019-niveau.

Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen har derfor – med bred erhvervsinddragelse – udarbejdet en fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme: Comeback Copenhagen 2023.

Comeback Copenhagen 2023-planen er godkendt af parterne bag planen, herunder fondens bestyrelse, ligger i forlængelse af en tilsvarende plan for 2021, og sætter den samlede retning for hovedstadens turisme i de kommende år, herunder for genopretningen og udviklingen. I 2022 vil det strategiske fokus for Wonderful Copenhagen således være at bidrage til genopretningen og udviklingen af hovedstadens turisme.

Fire langsigtede ambitioner vil, jf. 2022-2023-planen, sætte rammerne for genopretningen af hovedstadens turisme og udviklingen af hovedstadsområdet som destination i de kommende år:

1. Turismen tilbage på vækstsporet
2. Omstilling til en ny markedssituation
3. Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere
4. En førende grøn turistdestination.

Wonderful Copenhagens aktiviteter inden for kerneopgaverne tilpasses løbende omverdenssituationen. I 2022 vil aktiviteterne udmøntes inden for rammerne af de fire ambitioner, så der er

sammenhæng og strategisk retning i de offentlige investeringer på området og så hovedstaden kan fastholde sin internationale markedsposition i konkurrence med andre storbyer og genoprettes op en bæredygtig måde, der sikrer vækst, opbakning blandt borgere og reduceret klima- og miljøaftryk.

Det bemærkes, at de fire langsigtede ambitioner i høj grad går på tværs af aktiviteterne og at mange aktiviteter har til formål at understøtte mere end én ambition.

I det følgende fremgår Wonderful Copenhagens økonomi, som bliver efterfulgt af en matrix indeholdende resultatmål fordelt efter de fire ambitioner.

#### **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. Fon- den gearer således sit basisbidrag gennem en lang række forskellige finansieringskilder. Fx bety- der det, at basisbidrag indgår i konkrete projekter med dertilhørende KPI'er som geares med midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse samt eksterne partnere, som også bidrager til projektet (med timer og / eller kontant medfinansiering).

Wonderful Copenhagen modtager i 2022 44,4 mio. kr. i basisfinansiering (en P/L-reguleret stig- ning på 0,6 mio. kr. i forhold til 2021) og 4 mio. kr. i projektmidler øremærket ruteudviklingspro- grammet Greater Copenhagen Connected. Derudover har regeringen og aftalepartier i aftale om sommer- og erhvervspakken af 4. juni 2021 afsat 50 mio. kr. i 2021 til igangsættelse af yderligere initiativer, der kan løbe i 2021-2023.. Basisfinansieringen og sommerpakkemidlerne udmøntes via Wonderful Copenhagen og er med til at finansiere Comeback Copenhagen-planen (i 2022 indgår 3,5 mio. kr. basismidler og i 2022-23 indgår samlet 46,5 mio. kr. sommerpakkemidler i Comeback Copenhagen-planen). Desuden er det lykkedes fonden at tiltrække projektmidler mm. fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse til projekterne Sustainable Choice CPH og som part i de landsdækkende projekter 'Partnerskab for bæredygtig turisme' og 'Hub for Innovation in Tourism'. Hertil kommer bidrag fra Københavns -, Frederiksberg - hhv. Helsingør kommune.

Wonderful Copenhagens samlede aktivitetsbudget ventes i 2022 at være i størrelsesordenen 109,6 mio. kr., jf. nedenstående tabel.

Fordelingen af basisbevilling samt øvrige indtægter er således i budgettet:

| Opgaver  | Basismidler mio.<br>kr.* | Anden indtægt<br>mio. kr.** | Budget 2022<br>mio. kr. i alt*** | Sommerpakke-<br>midler i 2022 i<br>regi af Come-<br>back Copenha-<br>gen 2023-pla-<br>nen**** |
|--|--------------------------|-----------------------------|----------------------------------|---|
| 1. Tiltrækning og udvikling af er-<br>hversturisme og events | 11,2                     | 18,1                        | 28,3                             | 7,9   |

|   |             |             |              |             |
|---|-------------|-------------|--------------|-------------|
| 2 Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme            | 1,0         | 3,7         | 4,7          | 1,2         |
| 3. International og national markedsføring af hovedstaden | 11,1        | 18,7        | 33,3         | 14,5        |
| 4. Bæredygtig og innovativ destinationssudvikling         | 12,3        | 20,6        | 30,5         | 4,1         |
| 5. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og adm.          | 8,7         | 4,1         | 12,8         | -           |
| <b>I alt</b>  | <b>44,4</b> | <b>65,2</b> | <b>109,6</b> | <b>27,7</b> |

|   | Turismen tilbage på vækstsporet  | Omstilling til en ny markedssituations                                      | Turisterne til gavn for hele hovedstaden og hovedstads indbyggere                 | En førende grøn turistdestination  |
|---|--|---|---|--|
| <b>Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme og events</b>              | <i>1.1 International erhvervs- og eventturisme vundet til hovedstaden</i>  | <i>2.1 Måling af langsigtet værdiskabelse ved videnskongresser</i>          | <i>3.1 Maksimal turismeeffekt ved Tour de France i København</i>                  | <i>4.1 Hjælp til mere bæredygtig afvikling af kongresser og events</i>   |
| <b>Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme</b>                       | <i>1.2 Omsætningen fra krydstogtturismen tilbage</i>   |   |   | <i>4.2 Erhvervsopbakning til Østersøen som grøn krydstogtdestination</i> |
| <b>International og national markedsføring af hovedstaden</b>             | <i>1.3 Udarbejdelse af fælles markedsføringsplan for 2022 med VisitDenmark</i>   | <i>2.2 Understøttelse af aktørernes digitale markedsføring</i>              |   |  |
|   | <i>1.4 Effektmåling af kampagner, herunder test af ny pilotmodel</i>   |   |   |  |
|   | <i>1.5 Genetablering af hovedstadens internationale flytilgængelighed</i>  |   |   |  |
| <b>Bæredygtig og innovativ destinasjonsudvikling</b>                      |  | <i>2.3 Omstilling af restauranter</i>                                       | <i>3.2 Udvikling af hovedstadsgeografien uden for København</i>                   | <i>4.3 Certificering af turismeherhvervet</i>                            |
|   |  | <i>2.4 Omstilling af kulturnakternes forretning i en genoprettningfasen</i> | <i>3.3 Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen</i> | <i>4.4 Sustainable Choice Copenhagen</i>                                 |
| <b>Partnertilfredshed</b>   | <i>5.1 Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i><br><i>5.2 Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network</i><br><i>5.3 Partnertilfredshed i Visit Copenhagen Partners</i><br><i>5.4 Partnertilfredshed på tværs af destinasjonsudviklingsprojekter</i> |   |   |  |
|   | <b>Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration</b>   |   |   |  |
| <b>Bidrag til national strategi for dansk turisme samt 2022-2023-plan</b> | <i>6.1 Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</i>  | <i>6.2. Fælles plan for genoprettning af hovedstadens turisme 2022-2023</i> |   |  |

- \* Kolonnen inkluderer 3,5 mio. kr. basismidler som indgår i finansieringen af Comeback Copenhagen 2023
- \*\* Kolonnen medtager indtægter fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, kommuner, private netværk, statens bidrag til Greater Copenhagen Connected (4,0 mio. kr.), den andel af statslige bidrag til MeetDK og Dansk Storbyturisme, der går til Wonderful Copenhagen samt administrationsbidrag fra en række organisationer.
- \*\*\* Copenhagen Card omsætningen er ikke inkluderet i dette tal. Copenhagen Card omsætningen i 2022 er meget afhængig af genåbningen af hovedstaden.
- \*\*\*\* Comeback Copenhagen 2023-planen har et særskilt 2-årigt budget, hvor den samlede finansiering er fordelt på planens initiaiver. Kolonnen er beregnet som sommerpakke midlernes forholdsmaessige andel pr. aktivitet pr. år.

I bilag 1 fremgår den nærmere allokering af den statslige bevilling opdelt på konkrete aktiviteter.

## 2. Resultatmål for 2022

### 2.1. Wonderful Copenhagens resultatmål fordelt på ambitioner

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

#### 2.1 Policy- og udviklingsmål for 2022

##### **AMBITION 1: TURISMEN TILBAGE PÅ VÆKSTSPORET**

Hovedstadens turisme skal tilbage på vækstsporet og spille en stor og positiv rolle for Københavns og Danmarks økonomi og beskæftigelse. Hovedstaden skal være en internationalt kendt destination, som tiltrækker mange udenlandske gæster med udgangspunkt i sine særlige styrkepositioner i konkurrence med andre storbyer internationalt. Væksten skal ske på en bæredygtig måde – med fokus på øget aktivitet uden for højsæsonen og i hele hovedstadsområdet, så flere får gavn af turismen som kilde til erhvervsudvikling og oplevelsestilbud.

##### **Resultatmål 1 – Turismen tilbage på vækstsporet**

For at bidrage til den langsigtede ambition om at bringe hovedstadens turisme tilbage på vækstsporet skal Wonderful Copenhagen i 2022 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 30 pct.

- 1.1 ***International erhvervs- og eventturisme vundet til hovedstaden***  
 Wonderful Copenhagen skal i 2022 vinde kongresser, møder, incentive-rejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismemæssig omsætning på: **709 mio kr.** (svarende til i alt **195.000 overnatninger**)<sup>1</sup>
- 1.2 ***Omsætningen fra krydstogtturismen tilbage***  
 Med udgangen af 2022 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2024 over 2019-niveau, dvs. **1,45 mia. kr.** i turismeøkonomisk omsætning (svarende til **1,2 mio. krydstogtgæster**).  
 (I 2019 besøgte ca. 1,1 mio. krydstogtgæster Danmark).
- 1.3 ***Udarbejdelse af fælles markedsføringsplan for 2022 med VisitDenmark***  
 Wonderful Copenhagen og VisitDenmark iværksætter en ekstraordinær og koordineret markedsføring af hovedstaden som turistdestination. Wonderful Copenhagen vil i den sammenhæng inden udgangen af april 2022 i samarbejde med VisitDenmark udarbejde en fælles markedsføringsplan for international markedsføring af København for 2022 til brug mellem EM, VDK og WOCO.  
 Markedsføringsplanen eksekveres i 2022 og skal indeholde:
1. en plan med beskrivelse markeder, målgrupper, markedsføringsaktiviteter pr. marked, tidsplan, budgetter herunder forventet partnerfinansiering,
  2. en beskrivelse Copenhagen-brandet og sammenhængen mellem Danmarks-brandet og Copenhagen-brandet, herunder hvordan sidstnævnte indgår i DK-brandrammen, og
  3. Fælles aftale om effektmåling af den internationale markedsføring med afsæt i både den nuværende effektmodel og den kommende Marketing Performance-model som bliver udviklet til nærmarkederne i 2022. Der skal opstilles både fælles KPI'er og evt. destinationsspecifikke ved brug af begge modeller i 2022. Fsva, den kommende model er der for 2022 tale om KPI'er som kan ændre sig når modellen bliver færdig.
- Planen detaljeres og konkretiseres løbende mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark i løbet af året afhængig af evt. nye midler (gearing mv.), rejselflyst i målgrupperne, COVID, mv.
- Resultatmålet indgår desuden i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 1).
- 1.4 ***Effektmåling af kampanjer***  
 Med inddragelse og databidrag fra destinationsselskaberne videreudvikler VisitDenmark nye marketing performance-modeller, der skal vise destinationssel-

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

skaber og erhvervsaktørerne mv. hvilke variable, der påvirker turismestrømmen, og hvordan det er muligt at påvirke antallet af turister ved hjælp af markedsføring.

Det er centralt, at der sikres bredt ejerskab til modellen, herunder at Wonderful Copenhagen og øvrige, relevante turismeorganisationer bliver tæt inddraget i de overvejelser, som ligger til grund for modeludformningen og får mulighed for at levere input hertil. Modellen er databaseret og udvikles i første omgang til det tyske, norske og svenske marked og skal på disse markeder anvendes bredt på al offentlig finansieret markedsføring med henblik på, at effekten kan sammenlignes på tværs.

Wonderful Copenhagen vil i 2022 anvende Marketing Performance Modellen på de relevante markeder og levere konstruktiv feedback.

For internationale kampagner uden for de tre markeder, hvor Marketing Performance Modellen ikke anvendes, har WOCO følgende effektmål:

- "Cost pr. click": 4 – 7 dkk
- "View through rate": 35 – 50%
- "Cost pr. acquisition" – sign up til nyhedsbrev: 20 – 40 dkk.

### 1.5

#### *Genetablering af hovedstadens internationale flytilgængelighed*

Den internationale flytilgængelighed er afgørende for hovedstadens turisme (og øvrige eksporterhverv). Ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected vil i 2022 fokusere på at bidrage til at genopbygge det kontinentale rutenettværk og samtidig fastholde vigtige interkontinentale ruter. Desuden vil man om muligt tiltrække nye kontinentale eller interkontinentale ruter (Københavns Lufthavne forventer pt. ikke, at der etableres nye interkontinentale ruter i 2022). Målet/kriterierne er udviklet sammen med Københavns Lufthavne.

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

## **AMBITION 2: OMSTILLING TIL EN NY MARKEDSSITUATION**

For at stå stærkt i den internationale turisme, skal hovedstadens turisme i de kommende år tilpasses sig en ny efterspørgsel blandt turisterne og ruste sig til en ny konkurrencesituation. Turismeerhvervet skal flytte sig fra i dag at have et efterslæb ift. innovation og digitalisering til i fremtiden at gå Forrest i den udvikling med innovative, digitale oplevelsestilbud og services. Det skal ske i samarbejde med aktører uden for det etablerede turismeerhverv.

### **Resultatmål 2 – Omstilling til en ny markedssituations**

For at bidrage til den langsigtede ambition om omstillingen af hovedstadens turismeerhverv skal Wonderful Copenhagen i 2022 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

**Vægt: 20 pct.**

- 2.1 **Måling af langsigtet værdiskabelse ved videnkongresser**  
Wonderful Copenhagen arbejder målrettet med at omstille og få mere værdi ud af destinationens værtskab for internationale kongresser i initiativet Copenhagen Legacy Lab, der i 2021 er internationalt prisbelønnet.
- Copenhagen Legacy Lab skal i 2022 bl.a Videreudvikle en Copenhagen Legacy målemetodik med skelen til EU Kommissionens metodik for impact measurement, som skal kvantificere og måle effekten af kvalificerede legacy cases og dermed danne rammen for effektiv evaluering af legacyarbejdet.
- Legacy Lab-initiativet er et 4-årigt initiativ (2021-24) finansieret af Københavns Kommune. Initiativet indgår i og boostes som led i 2023-planen (initiativ 6). Initiativet er medfinansieret af basismidler.
- 2.2 **Understøttelse af aktørernes digitale markedsføring**  
Hovedstadens samlede markedsføringstryk er i høj grad afhængig af, at destinationens mange turismeaktører – hoteller, restauranter, museer, attraktioner, transporttører mv. – selv markedsfører sig aktivt og professionelt over for deres relevante målgrupper.
- WOCO udvikler og udgiver løbende digitale tool boxes med kampagneindhold og guidance til fri afbenyttelse og afholder gratis webinars for destinationens turismeaktører med vejledning til, hvordan de kan bidrage til nationale og internationale kampanjer. WOCO vil i 2022 udvikle en ny digital tool box til hver af sine større kampanjer mhp. at destinationens aktører kan anvende indhold og styrke deres egen digitale markedsføring og samtidig forstærke den samlede markedsføring. Derudover vil Wonderful Copenhagen afholde mindst et webinar i forbindelse med kampanjerne.
- 2.3 **Omstilling af restauranter**  
Wonderful Copenhagen vil arbejde for at genoprette hovedstadens restaurationsbranche, som er en styrkeposition og reason-to-go, men som er blevet hårdt ramt af COVID-19. Indsatsen foregår i regi af projektet "Restore restaurants" og indebærer bl.a. etablering af netværksklynge, afholdelse af symposium, rådgivning- og sparring, samt innovationsforløb a 4 mdr. varighed for udvalgte virksomheder.
- "Restore restaurants"-indsatsen løber over 2,5 år t.o.m. 2022 og har en samlet økonomi på 5 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder WOCOs basismidler. Partnerkredsen – som tæller erhvervsorganisationer som FOOD, DRC og HORESTA – bakker op om projektets mål, som anses for ambitiøse.
- Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 9).

2.4

#### *Omsætning af kulturaktørernes forretning i en genopretningsfase*

Der er behov for at omstille og styrke kulturinstitutionerne til en post-COVID-19 kontekst. Wonderful Copenhagen skal i 2022 være lead på at gennemføre projektsamarbejdet Kickstart af kulturturisme i Dansk Storbyturisme, som er en fortsættelse af Kickstart Kulturturismen.

Indsatsen løber i 2022 og har en samlet økonomi på 7,5 mio. kr., som dækker initiativer i alle fire storbyer, og som går til realisering af de samlede projekt-mål. 5 mio. kr. kommer fra Sommerpakken 2021, mens de resterende midler kommer fra partnerne i Dansk Storbyturisme, herunder Wonderful Copenhagens basisbevilling.

I første fase af Kickstart Kulturturismen havde vi 17 aktører igennem innovationsforløb. På baggrund af evalueringer af dette forløb i partnerkredsen, vurderes forløb for 20 aktører at være et ambitiøst mål.

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

Turismen i hovedstaden er med til at skabe oplevelser, kulturliv og gastronomi til glæde for både borgere og turister. Samtidig er det lokale liv i høj grad omdrejningspunktet for turismen. Derfor skal turismeudviklingen ske i balance med borgernes hverdag, og borgere og lokale kræfter skal tænkes med ind i turismeudviklingen. Derudover skal turismen spredes mere ud, så turismen kommer hele regionen til gode.

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

For at bidrage til den langsigtede ambition om at fremme en turismeudvikling til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere skal Wonderful Copenhagen i 2022 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 15 pct.

3.1

#### *Maksimal turismeeffekt ved Tour de France i København*

I sommeren 2022 er Danmark vært for de 3 første etaper i verdens største cykelløb Tour de France. Løbet skydes i gang med en enkeltstart i København.

Perioden op til Tour-starten og enkeltstarten d. 1. juli 2022 giver København en unik platform for at tiltrække turister til begivenheden. Samtidigt udgør begivenheden en globalt kendt platform for promovering af Københavns styrkepositioner, både før, under og efter afviklingen. Særligt enkeltstartsruten er unik i forhold til promovering af centrale turistattraktioner og som historiefortælling om byens kvarterer og koblingen mellem verdens største cykelløb og verdens bedste cykelby. Den primære internationale markedsføring af Tour de France i Danmark varetages af VisitDenmark. Wonderful Copenhagen vil samarbejde med VisitDenmark og de øvrige værtsbyer om at understøtte indsatsen.

Resultatmålet indgår i 2023-planen (initiativ 2)

|     |   |
|-----|---|
| 3.2 | <p><b><i>Udvikling af hovedstadsgeografien uden for København</i></b></p> <p>I forlængelse af udviklingsplanen for turismen i hovedstadsregionen, som Wonderful Copenhagen i samarbejde med VisitNordsjælland og Dansk Kyst- og Naturturisme fremlagde i 2021, vil der blive arbejdet med udvikling, - markedsføring og tværkommunale samarbejder uden for København.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 8).</p>  |
| 3.3 | <p><b><i>Involvering af lokale borgere og erhvervsdrivende i turismeudviklingen</i></b></p> <p>Bæredygtig destinationsudvikling beror på inddragende samarbejde mellem turismeaktører, borgere og destinationsselskaber. Wonderful Copenhagen skal i 2022 i projektet Tourism Moves arbejde med udvikling af destinationen, der understøtter lokale borgeres ønsker og gør bydele attraktive for både lokale og besøgende.</p> <p>"Tourism Moves"-indsatsen løber over 3 år (2020-2022) og har en samlet økonomi på 7 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder WOCOs basismidler.</p> <p>I 2021 har indsatsen været koncentreret om aktiviteter i Ørestad. I 2022 færdiggøres aktiviteter i Københavns Havn (Indre By) og en ny indsats for Nordhavn iværksættes baseret på hidtidige erfaringer.</p> |

## AMBITION 4: EN FØRENDE GRØN TURISTDESTINATION

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

### Resultatmål 4 - En førende grøn turistdestination

For at bidrage til den langsigtede ambition og fremme en turismeudvikling til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere skal Wonderful Copenhagen i 2022 nå følgende resultatmål fordelt på fondens kerneforretningsområder.

Vægt: 20 pct.

|     |   |
|-----|---|
| 4.1 | <p><b><i>Hjælp til mere bæredygtig afvikling af kongresser og events</i></b></p> <p>Wonderful Copenhagen skal videreudvikle den digitale bæredygtighedsguide, der er lanceret i 2021. Guiden er et begivenhedsværktøj rettet mod lokale erhvervsaktører og internationale kunder og skal bidrage til, at flere kongresser og events bliver grønne. Guiden videreudvikles med fokus på optimering af</p> |
|-----|---|

den tekniske brugervenlighed og opdatering af content, herunder ved mulig integration af målepunkter (herunder CO2-påvirkning) mhp. at kunne dokumentere og vise effekten af at træffe bæredygtige valg som kunde, leverandør og forbruger.

4.2

***Erhvervsopbakning til Østersøen som grøn krydstogtdestination***

Nordisk Ministerråd har besluttet at arbejde for, at Norden bliver den mest bæredygtige krydstogtdestination i verden i 2030. Et element er brug af landstrøm, som vil medføre reduktion af CO2 og partikeludledning. København ventes at kunne tilbyde landstrøm til krydstogt fra ca. 2024. Samtidig skal rederierne foretage investeringer i at gøre deres flåder klar til landstrøm.

Wonderful Copenhagen vil i 2022 afholde en konference med deltagelse af CEOs fra internationale rederier, der sejler i Østersøen. Målet er, at rederierne underskriver en erklæring om, at deres rederier fra 2024 vil benytte landstrøm på deres krydstogter i Østersøen i de havne, hvor landstrøm er tilgængeligt.

Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 12).

4.3

***Certificering af turisme erhvervet***

I regi af erhvervsfremmeprojektet "Partnerskab for bæredygtig vækst i dansk turisme" samler Wonderful Copenhagen aktører i Dansk Storbyturisme om at højne ambitionsniveauet for bæredygtighed i erhvervet, særligt med fokus på certificering. Målet er at gøre det operationelt for virksomheder at omsætte bæredygtighed til forretning.

4.4

***Sustainable Choice Cph***

Wonderful Copenhagen vil i 2022 i regi af projektet "Sustainable Choice" arbejde med udvikling af hovedstaden, så det på sigt bliver verdens førende bæredygtige turismested. Projektet samler turisme erhvervet om at skabe og synliggøre produkter og services gennem produktudvikling, certificering og kommunikation samt gøre det operationelt at omsætte bæredygtighed til forretning. Et vigtigt element er, at sikre København en topplacering på det internationale GDS-Index (Global Destination Sustainability Index), som næste gang bliver offentliggjort i 2022. København blev i 2021 placeret som nr. 2 efter Göteborg.

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

"Sustainable Choice"-indsatsen løber over 3 år t.o.m. maj 2024 og har en samlet økonomi på 15 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder WOCOs basismidler. Partnerkredsen – som tæller erhvervsorganisationer som Dansk Erhverv, HORESTA, DRC m.fl. – bakker op om projektets mål, som anses for ambitiøse.

## PARTNERTILFREDSHED

### Resultatmål 5: Partnertilfredshed

Wonderful Copenhagen er en partnerorganisation, som gennemfører alle sine aktiviteter i tæt samarbejde med turismens private og offentlige aktører og altid med skarpt fokus på, at aktiviteterne skal komme partnerne til gode. Wonderful Copenhagen har i dag mere end 200 private og offentlige bidragydere, som er organiseret omkring og er med til at finansiere aktiviteterne inden for fondens fire kerneområder. Partnertilfredshed er derfor helt centralt og Wonderful Copenhagen skal i 2022 derfor nå følgende mål.

Vægt: 10 pct.

|     |  |
|-----|--|
| 5.1 | <b><i>Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i></b><br>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 (2020 resultat: ikke opgjort grundet COVID. I 2019 var resultatet 4,1). |
| 5.2 | <b><i>Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network</i></b><br>Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Cruise Copenhagen Network, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne (2020 resultat: 4,2)   |
| 5.3 | <b><i>Partnertilfredshed i Visit Copenhagen Partners</i></b><br>Partnerne i markedsføringsnetværket Visit Copenhagen Partners skal være tilfredse med netværket og WOCOs digitale kampagner. Nyt mål – afrapporteres første gang primo 2022 i forbindelse med slutafrapportering på 2021.  |
| 5.4 | <b><i>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter</i></b><br>Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagens destinationsudviklingsprojekter skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala. Nyt mål – afrapporteres første gang primo 2022 i forbindelse med slutafrapportering på 2021.  |

## 2.2. Hjælpefunktioner samt generel ledelse og administration

### Resultatmål 6: Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme

Vægt: 5 pct.

|     |   |
|-----|---|
| 6.1 | <b><i>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</i></b><br>Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til implementering af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Det gælder både |
|-----|---|

bidrag til implementering af konkrete initiativer i strategien og at skabe sammenhæng til indsatserne i den langsigtede genopretningsplan for hovedstads turisme 2022-2023.

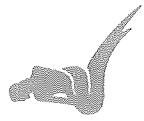
6.2

***Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme 2022-2023***

Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen (sekretariat) har med med inddragelse af hovedstadens turisme erhverv, kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet udarbejdet genopretningsplanen Comeback Copenhagen 2023. Planen lanceres primo 2022 og opstiller fire overordnede ambitioner, der skal sætte retning for udviklingen i hovedstadens turisme i de kommende år.. Realiseringen er forankret hos Wonderful Copenhagen (dog er initiativ 4 vedr. arbejdskraft forankret hos Københavns Kommune) og vil ske med inddragelse af relevante offentlige og private aktører. Wonderful Copenhagen står for betjeningen af koordinationsforummet/styregruppen.

### 3. Målopgørelsesoversigt

| Nr.      | Mål  | Vægt i pct. | Kriterier for delvist opfyldt   | Kriterier for helt opfyldt  |
|----------|--|-------------|---|---|
|          | <b>Policy- og udviklingsmål</b>  | 100         |   |   |
| <b>1</b> | <b>Turismen tilbage på vækstsporet</b>   | <b>30</b>   |   |   |
| 1.1      | <i>International erhvervs- og eventturisme vundet til hovedstaden</i><br><br>Wonderful Copenhagen skal i 2022 vinde kongresser, møder, incentive-rejsler og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 709 mio. kr. (svarende til samlet 95.000 overnatninger).  | 7,5         | Målet er delvist opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejsler og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 709 mio. kr. (svarende til samlet 95.000 overnatninger). | Målet er opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejsler og events svarende til en samlet turismeøkonomisk omsætning på min. 709 mio. kr. (svarende til samlet 95.000 overnatninger). |
| 1.2      | <i>Omsætningen fra krydstogtturismen tilbage</i><br><br>Med udgangen af 2022 skal internationale krydstogtrederier have indgået aftaler med danske havne om anløb i 2024 svarende til 1,2 mia. kr. (svarende til 1,1 mio. krydstogtgæster).<br><br>(I 2019 besøgte ca. 1,1 mio. krydstogtgæster Danmark).  | 5           | Målet er delvist opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2024 svarende til 1,2 mia. kr. (svarende til 1,1 mio. krydstogtgæster).   | Målet er opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2024 svarende til 1,45 mia. kr. (svarende til 1,2 mio. krydstogtgæster).  |
| 1.3      | <i>Udarbejdelse af fælles markedsføringsplan for 2022 med VisitDenmark</i><br><br>Wonderful Copenhagen og VisitDenmark iværksætter en ekstraordinær og koordineret markedsføring af hovedstaden som turistdestination. Wonderful Copenhagen vil i den sammenhæng inden udgangen af april 2022 i samarbejde med VisitDenmark udarbejde en fælles markedsføringsplan for international markedsføring af København for 2022 til brug mellem EM, VDK og WOCO. Markedsføringsplanen eksekereres i 2022 og skal indeholde:<br>1. en plan med beskrivelse markerer, målgrupper, markedsføringsaktiviteter pr. marked, tidsplan, budgetter herunder forventet partnerfinansiering, | 7,5         | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i maj 2022 sammen med VisitDenmark har færdigudviklet en markedsførings-årsplan for 2022 og hvis planen er eksekeret med årets udgang.                  | Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i april 2022 sammen med VisitDenmark har færdigudviklet en markedsførings-årsplan for 2022, og hvis planen er eksekeret med årets udgang                |



|    |  |  |   |
|----|--|--|---|
|    |  |  |   |
| 2. | en beskrivelse Copenhagen-brandet og sammenhængen mellem Danmarks-brandet og Copenhagen-brandet, herunder hvordan sidstnævnte indgår i DK-brandrammen, og  |  |   |
| 3. | Fælles aftale om effektmåling af den internationale markedsføring med afsæt i både den nuværende effektmodel og den kommende Marketing Performancemodel som bliver udviklet til nærmarkederne i 2022. Der skal opsettes både fælles KPI'er og evt. destinationsspecifikke ved brug af begge modeller i 2022. Fsva. den kommende model er der for 2022 tale om KPI'er som kan ændre sig når modellen bliver færdig. | <p>Planen detaljeres og konkretiseres løbende mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark i løbet af året afhængig af evt. nye midler (Bearing mv.), rejselyst i målgrupperne, COVID, mv.</p> <p>Resultatmålet indgår desuden i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 1).</p> | Målet er opfyldt, hvis WOCO i 2022 har anvendt pilotmodellen på 3 markeder, og hvis Wonderful Copenhagenens kampanjer i 2022 er på niveau med de konkrete effektmål, der opstilles i modellen, fx ftf. omkostninger pr. kendskab og præference. |

|     |   |    |  |
|-----|---|----|--|
|     | For internationale kampern uden for de tre markeder, hvor WOCO følgerne effektmål:  |    |  |
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Cost pr. click": 4 – 7 dkk</li> <li>• "View through rate": 35 – 50%</li> <li>• "Cost pr. acquisition" – sign up til nyhedsbreve: 20 – 40 dkk.</li> </ul>  |    |  |
| 1.5 | <p><i>Genetablering af hovedstadens internationale flyttilgængelighed</i></p> <p>Den internationale flyttilgængelighed er afgørende for hovedstadens turisme (og øvrige eksport erhverv). Ruteudviklingsprogrammet Getafter Copenhagen Connected vil i 2022 fokusere på at bidrage til at genopbygge det kontinentale rutenetværk og samtidig fastholde vigtige interkontinentale ruter. Desuden vil man om muligt tiltrække nye kontinentale eller interkontinentale ruter (Københavns Lufthavne forventer pt. ikke, at der etableres nye interkontinentale ruter i 2022). Målet/kriterierne er udviklet sammen med Københavns Lufthavne.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 3).</p> | 5  | <p>Målet er delvist opfyldt, hvis antallet af udbydte sædudde sæder på de prioriterede ruter, som connected-programmet vil arbejde med i 2022, er på min. 50 pct af 2019-niveauet i Københavns Lufthavne.</p>  |
| 2   | <b>Omtilling til en ny markedssituation</b>   | 20 |  |
| 2.1 | <p><i>Måling af langsigtet værdiskabelse ved videnkongresser</i></p> <p>Wonderful Copenhagen arbejder målrettet med at omstille og få mere værdi ud af destinationens værtskab for internationale kongresser i initiativet Copenhagen Legacy Lab, der i 2021 er internationalt prisbelønnet.</p> <p>Copenhagen Legacy Lab skal i 2022 bl.a. Videreudvikle en Copenhagen Legacy målemetodik med skelen til EU Kommissionens metodik for impact measurement, som skal kvantificere og måle effekten af kvalificerede legacy cases og dermed danne rammen for effektiv evaluering af legacyarbejdet.</p>   | 5  | <p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2022 har gennemført et pilotprojekt, der videreudvikler en legacy-målemetodik, der kan validere, kvalificere og kvantificere legacy cases i regi af Copenhagen Legacy Lab.</p> <p>og hvis Wonderful Copenhagen har afprøvet metodikken på mindst 2 cases.</p> |

|     |   |   |  |
|-----|---|---|--|
|     | Legacy Lab-initiativet er et 4-årigt initiativ (2021-24) finansieret af Københavns Kommune. Initiativet indgår i og boostes som led i 2025-planen (initiativ 6). Initiativet er medfinansieret af basismidler.  |   |  |
| 2.2 | <p><i>Understøttelse af aktørernes digitale markedsføring</i></p> <p>Hovedstadens samlede markedsføringstryk er i høj grad afhængig af, at destinationens mange turismeaktører – hoteller, restauranter, museer, attraktioner, transportører mv. – selv markedsfører sig aktivt og professionelt over for deres relevante målgrupper. WOCO udvikler og udgiver løbende digitale tool boxes med kampagneindhold og guidance til fri tilbenyttelse og afdholder gratis webinars for destinationens turismeaktører med vejledning til, hvordan de kan bidrage til nationale og internationale kampanjer. WOCO vil i 2022 udvikle en ny digital tool box til hver af sine større kampanjer mhp. at destinationens aktører kan anvende indhold og styre deres egen digitale markedsføring og samtidig forstærke den samlede markedsføring. Derudover vil Wonderful Copenhagen afdække mindst et webinar i forbindelse med kampanjerne.</p> | 5 | <p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2022 har udviklet 3 tool boxes og afdoldt 3 webinarer med gennemsnitligt 20 deltagende partnere.</p>  |
| 2.3 | <p><i>Omstilling af restauranter</i></p> <p>Wonderful Copenhagen vil arbejde for at genoprette hovedstadens restaurationsbranche, som er en styrkeposition og reason-to-go, men som er blevet hårdt ramt af COVID-19. Indsatseren foregår i regi af projektet ”Restore restaurants” og indebærer bl.a. etablering af netværksklyng, afdelelse af symposium, rådgivning- og sparing, samt innovationsforløb a 4 mdr. varighed for udvalgte virksomheder.</p>   | 5 | <p>Målet er delvist opfyldt, hvis WOCO i 2022 i samarbejde med projekts partners har afdoldt et symposium for topledere i hovedstadens restaurationsbranche med min. 30 deltagere og i regi af travellab har gennemført innovationsforløb med 15 virksomheder i restaurationsbranchen.</p> |
|     | <p>”Restore restaurants”-indsatsen løber over 2,5 år t.o.m. 2022 og har en samlet økonomi på 5 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervstremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder WOCOs basismidler. Partnerkredsen – som tæller erhvervsorganisationer som FOOD, DRC og HORESTA – bakker op om projekts mål, som anses for ambitiøse.</p>  |   |  |

|     |   |    |   |
|-----|---|----|---|
|     | Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 9).   |    |   |
| 2.4 | <p><i>Omtilling af kulturaktørernes forretning i en genopretningsfase</i></p> <p>Der er behov for at omstille og styrke kulturinstitutionerne til en post-COVID-19 kontekst. Wonderful Copenhagen skal i 2022 være lead på at gennemføre projektsamarbejdet Kickstart af kulturturisme i Dansk Storbyturisme, som er en fortsættelse af Kickstart Kulturturismen.</p> <p>Indsatsten løber i 2022 og har en samlet økonomi på 7,5 mio. kr., som dækker initiativer i alle fire storbyer, og som går til realisering af de samlede projektmål. 5 mio. kr. kommer fra Sommerpakken 2021, mens de resterende midler kommer fra partnerne i Dansk Storbyturisme, herunder Wonderful Copenhagen's basisbevilling.</p> <p>I første fase af Kickstart Kulturturismen havde vi 17 aktører igennem innovationsforløb. På baggrund af evalueringer af dette forløb i partnertredsen, vurderes forløb for 20 aktører at være et ambitørt mål.</p> | 5  | <p>Målet er delvist opfyldt hvis Wonderful Copenhagen sammen med de tre øvrige storbyer i første halvår af 2022 har igangsat udviklingsforløb for min. 10 kulturaktører samt gennemført én live udsendelse om indsigt og viden til kultur- og turismeaktører.</p> |
| 3   | <p><i>Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere</i></p>  | 15 |   |
| 3.1 | <p><i>Maksimal turismeeffekt ved Tour de France i København</i></p> <p>I sommeren 2022 er Danmark vært for de 3 første etaper i verdens største cykelrøb Tour de France. Løbet skydes i gang med en enkeltstart i København.</p> <p>Perioden op til Tour-starten og enkeltstarten d. 1. juli 2022 giver København en unik platform for at tiltække turister til begivenheden. Samtidigt udgør begivenheden en globalt kendt platform for promovering af Københavns styrkepositioner, både før, under og efter afviklingen. Særlig enkeltstartstruten er unik i forhold til promovering af centrale turistattraktioner og som historiefortælling om byens kvarterer og koblingen mellem verdens største cykelrøb og verdens bedste cykelby. Den primære internationale markedsføring af Tour</p>   | 5  | <p>Målet er opfyldt, hvis WOCO dertil skaber en digital/virtuel/interaktiv oplevelse af enkeltstartstruten, som skaber kobling mellem Tour de France og World Capital of Architecture 2023 ved at sætte fokus på Københavns unikke arkitektur og design.</p>      |

|     |   |    |  |
|-----|---|----|--|
|     | de France i Danmark varetages af Vi-sitDenmark. Wonderful Copenhagen vil samarbejde med VisitDenmark og de øvrige værtsbyer om at understøtte indsatsen.  |    |  |
|     | Resultatmålet indgår i 2023-planen (initiativ 2)  |    |  |
| 3.2 | <p><i>Udvikling af hovedstadsgroften uden for København</i></p> <p>I forlængelse af udviklingsplanen for turismen i hovedstadsregionen, som Wonderful Copenhagen i samarbejde med VisitNordsjælland og Dansk Kyst- og Naturturisme fremlagde i 2021, vil der blive arbejdet med udvikling, - markedsføring og tværkommunale samarbejder uden for København.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 8).</p>  | 5  | <p>Målet er opfyldt hvis Wonderful Copenhagen i 2022 har gennemført en analyse af turisternes adfærd i forbindelse med Kystbanen, har integreret mindst 1 nyt koncept for oplevelses- sammenhænge på WOCOs digitale platforme og har udviklet grundlag og rammer for tværkommunalt turisme samarbejde om mindst 1 potentialeområde uden for København.</p> |
| 3.3 | <p><i>Involvering af lokale borgere og erhvervstrivende i turismeudviklingen</i></p> <p>Bæredygtig destinationsudvikling berører på inddragende samarbejde mellem turismeaktører, borgere og destinationsselskaber. Wonderful Copenhagen skal i 2022 i projekt Tourism Moves arbejde med udvikling af destinationen, der understøtter lokale borgers ønsker og gør bydelen attraktive for både lokale og besøgende.</p> <p>”Tourism Moves”-indsatsen løber over 3 år (2020-2022) og har en samlet økonomi på 7 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Hovedmålet af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder WOCOs basismidler.</p> <p>I 2021 har indsatsen været koncentreret om aktiviteter i Ørestad. I 2022 færdiggøres aktiviteter i Københavns Havn (Indre By) og en ny indsats for Nordhavn iværksættes baseret på hidtidige erfaringer.</p> | 5  | <p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i første halvår af 2022 har gennemført involverende aktiviteter Nordhavn og udviklet værkøjser til bæredygtig og involverende turismeudvikling til gavn for interesserter i og uden for projektet.</p>  |
| 4   | <b>En førende grøn turistdestination</b>  | 20 |  |

|     |   |   |  |   |
|-----|---|---|--|---|
| 4.1 | Hjælp til mere bæredygtig afvikling af kongresser og events<br><br>Wonderful Copenhagen skal videreudvikle den digitale bæredygtighedsguide, der er lanceret i 2021. Guiden er et begivenhedsværktøj rettet mod lokale erhvervsaktører og internationale kunder og skal bidrage til, at flere kongresser og events bliver grønne. Guiden videovises med fokus på optimering af den tekniske brugervenlighed og opdatering af content, herunder ved mulig integration af målepunkter (herunder CO2-påvirkning) mph. at kunne dokumentere og vise effekten af at træffe bæredygtige valg som kunde, leverandør og forbruger.  | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen senest i Q2 2022 har lanceret version 2.0 af bæredygtighedsguiden i Danmark.   | Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen senest i Q3 har holdt et medlemsmøde for erhvervet og hvis Wonderful Copenhagen senest ved udgangen af Q4 implementerer bæredygtighedsguiden i bud og præsentationer for internationale kunder. |
| 4.2 | <i>Erhversopbakning til Østersøen som grøn krydstogtdestination</i><br><br>Nordisk Ministerråd har besluttet at arbejde for, at Norden bliver den mest bæredygtige krydstogtdestination i verden i 2030. Et element er brug af landstrøm, som vil medføre reduktion af CO2 og partikeludledning. København ventes at kunne tilbyde landstrøm til krydstogt fra ca. 2024. Samtidig skal rederierne foretage investeringer at gøre deres flåder klar til landstrøm.<br><br>Wonderful Copenhagen vil i 2022 afholde en konference med deltagelse af CEOs fra internationale rederier, der sejler i Østersøen. Målet er, at rederiene underskriver en erklæring om, at deres rederier fra 2024 vil benytte landstrøm på deres krydstogter i Østersøen i de havne, hvor landstrøm er tilgængeligt.<br><br>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 12). | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis der i 2022 er afholdt en konference om bæredygtigt krydstogt i Østersøen med det formål at skabe opbakning til anvendelsen af landstrøm.  | Målet er opfyldt, hvis der i 2022 er afholdt en international konference og minimum 3 rederier erklærer, at deres rederier fra 2024 vil benytte landstrøm på deres krydstogter i Østersøen i de havne, hvor landstrøm er tilgængeligt.      |
| 4.3 | <i>Certificering af turismeerhvervet</i><br><br>I regi af erhvervsfremme projektet "Partnerskab for bæredygtig vækst i dansk turisme" samler Wonderful Copenhagen aktører i Dansk Storbyturisme om at højne ambitionsniveauet for bæredygtighed i erhvervet, særligt med fokus på certificering. Målet er at gøre det operationelt for virksomheder at omsætte bæredygtighed til forretning.  | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2022 har gennemført certificeringsforløb for 7 virksomheder sammen med de øvrige 3 storbyer.                       | Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2022 har gennemført certificeringsforløb for 13 virksomheder sammen med de øvrige 3 storbyer.   |
| 4.4 | <i>Sustainable Choice Cph</i>   | 5 | Målet er delvist opfyldt, hvis København i 2022 opnår en placering som en af verdens 3 fastholder sin placering som verdens højest placerede hovedstad på GDS-indeksset. | Målet er helt opfyldt, hvis København i 2022 fastholder sin placering som verdens højest placerede hovedstad på GDS-indeksset.  |

|          |  |   |
|----------|--|---|
|          | <p>Wonderful Copenhagen vil i 2022 i regi af projektet ”Sustainable Choice” arbejde med udvikling af hovedstaden, så det på sigt bliver verdens førende bæredygtige turismedestination. Projektet samler turismehervervet om at skabe og synliggøre produkter og services gennem produktudvikling, certificering og kommunikation samt gøre det operationelt at omsætte bæredygtighed til forretning. Et vigtigt element er, at sikre København en topplacering på det internationale GDS-Index (Global Destination Sustainability Index), som næste gang bliver offentliggjort i 2022. København blev i 2021 placeret som nr. 2 efter Göteborg.</p> <p>Resultatmålet indgår i Comeback Copenhagen 2023-planen (initiativ 11).</p> <p>”Sustainable Choice”-indsatsen løber over 3 år t.o.m. maj 2024 og har en samlet økonomi på 15 mio. kr., som går til realisering af de samlede projektmål. Halvdelen af økonomien kommer fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, mens den anden halvdel kommer fra andre kilder i form af kontant medfinansiering og timer, herunder WOCOs basismidler. Partnerkredsens – som tæller erhvervsorganisatører som Dansk Erhverv, HORESTA, DRC m.fl. – bakker op om projektets mål, som anses for ambitiøse.</p> | <p>højest placerede hovedstæder på GDS-indekset.</p>  |
| <b>5</b> | <b>Partnertilfredshed</b>  | <b>10</b>   |
| 5.1      | <p><i>Partnertilfredshedsindvurdering i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i></p> <p>Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Meetingplace, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne (2020 resultat: ikke opgjort grundet COVID. I 2019 var resultatet 4,1).</p>  | <p>2,5</p> <p>Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 3,5 eller derover på en 5-skala.</p> |
| 5.2      | <p><i>Partnertilfredshedsindvurdering i Cruise Copenhagen Network</i></p> <p>Partnertilfredsheden i netværket Cruise Copenhagen Network skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen</p>   | <p>2,5</p> <p>Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 3,5 eller derover på en 5-skala.</p> |

|     |   |     |  |
|-----|---|-----|--|
|     | i Cruise Copenhagen Network, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne (2020 resultat: 4,2)  |     |  |
| 5.3 | <i>Partnertilfredshed i Visit Copenhagen Partners</i><br><br>Partnerne i markedsføringsnetværket Visit Copenhagen Partners skal være tilfredse med netværket og WOCOs digitale kampanjer. Nyt mål – aflagt rapporteres første gang primo 2022 i forbindelse med slutrapportering på 2021.   | 2,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis den generelle partnertilfredshed i netværket VisitCopenhagen Partners er 4,0 eller derover på en 5-skala.<br><br>Målet er delvist opfyldt, hvis den generelle partnertilfredshed i netværket VisitCopenhagen Partners er 4,0 eller derover på en 5-skala og hvis partnerses tilfredshed specifikt med WOCOs nationale og internationale digitale kampanjer i 2022 er 4,0 eller derover på en 5-skala.   |
| 5.4 | <i>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter</i><br><br>Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagen destinationsudviklingsprojekter skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala. Nyt mål – aflagt rapporteres første gang primo 2022 i forbindelse med slutrapportering på 2021.  | 2,5 | Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 3,5 eller derover på en 5-skala.<br><br>Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.   |
| 6   | <b>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</b>   | 5   |  |
| 6.1 | <i>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</i><br><br>Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til implementering af Det Nationale Turismeforum's strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme. Det gælder både bidrag til implementering af konkrete initiativer i strategien og at skabe sammenhæng til indsætserne i den langsigtede genopretningsplan for hovedstadens turisme 2022-2023.   | 2   | Målet er delvist opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turismeforum's strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder især til implementering af den fælles genopretningsplan for hovedstadens turisme 2022-2023.<br><br>Målet er opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turismeforum's strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme, herunder især til implementering af den fælles genopretningsplan for hovedstadens turisme 2022-2023. |
| 6.2 | <i>Fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme 2022-2023</i><br><br>Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen (sekretariat) har med inddragelse af hovedstadens turisme-erhverv, kulturliv samt VisitDenmark og Kulturministeriet udarbejdet genopretningsplanen Comeback Copenhagen 2023. Planen lanceres primo 2022 og opstiller fire overordnede ambitioner, der skal sætte retning for udviklingen i hovedstadens turisme i de kommende år.. | 3   | Målet er delvist opfyldt, hvis genopretningsplanen er godkendt i Q1 i 2022 og Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har sikret fremdrift i implementeringen af genopretningsplanen.<br><br>Målet er opfyldt, hvis genopretningsplanen er godkendt i Q1 i 2022 og Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har sikret fremdrift i implementeringen af genopretningsplanen.   |



WONDERFUL  
COPENHAGEN

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  | Realiseringen er forankret hos Wonderful Copenhagen (dog er initiativ 4 vedr. arbejdskraft forankret hos Københavns Kommune) og vil ske med inddragelse af relevante offentlige og private aktører. Wonderful Copenhagen står for betjeningen af koordinationsforummet/styregruppen. |  |  |
|--|--|--|--|

## 4. Formalia og påtegning

1. Mål- og resultatplanen indgås mellem Wonderful Copenhagen og departementet. Mål- og resultatplanen træder i kraft ved underskrivelsen og gælder for hele 2022. 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 resultatknav ikke kan nås.
3. Wonderful Copenhagen er en erhvervsdrivende fond, stiftet på privatretligt grundlag og omfattet af lov om erhvervsdrivende fonde. Fonden ledes i henhold til erhvervsfondslovgivningen af en selvstændig bestyrelse, som alene skal varetage fondens formål og interesser. Wonderful Copenhagen er ikke og udøver ikke virksomhed som en offentlig virksomhed eller et offentligretligt organ og er ikke under instruktionsbeføjelse af erhvervsministeren.
4. Mål- og resultatplanen er ikke retsligt bindende og fjerner ikke ministerens beføjelser og ansvar. Ministeren har stadig det sædvanlige parlamentariske ansvar, og gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevilingsregler, overenskomster osv. skal følges, med mindre der på sædvanlig måde er skaffet hjemmel til fravigelse.
5. Såfremt Wonderful Copenhagen er i tvivl om, hvorvidt en konkret aktivitet vil være i strid med statsstøttereglerne, kan Wonderful Copenhagen anmode Erhvervsministeriet om bistand til at vurdere dette.
6. Mål- og resultatplanen er i overensstemmelse med Finansministeriets anbefalinger for mål- og resultatstyring i staten.
7. Status på resultatopfyldelsen i mål- og resultatplanen skal som udgangspunkt rapporteres to gange årligt (midtvejsrapportering og slutrapporering). Slutrapporeringen sker i foråret samtidig med årsrapporteringen. Erhvervsministeriet kan bede om status på fremdriften i resultatopfyldelsen ud over de årlige afrapporteringer, når der er grund dertil.
8. Wonderful Copenhagens administrerende direktør har svaret 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 bevilingsmæssige muligheder således arbejde aktivt for, at en nedlukning af Wonderful Copenhagen kan finde sted på en økonomisk forsvarlig måde.

København den 21. april 2022

Michael Dithmer

Departementschef Michael Dithmer

København den 25. marts 2022

Adm. direktør Mikkel Aarø-Hansen