

Wonderful Copenhagen

# Mål- og resultatplan 2024

04.04.2024

## Indhold

1. Wonderful Copenhagens strategiske målbillede .....	3
2. Resultatmål for 2024.....	8
3. Målopførelsesoversigt.....	10
4. Formalia og påtegning .....	19

# 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 almenlystige 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 fondsledning* alene varetage fondens formål og interesser og handle uafhængigt af særinteresser.

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

Wonderful Copenhagen har i 31 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 gælder Danmark og fremmer fondens formål, fx:

- Wonderful Copenhagen er destinationsselskab for kommuner i hovedstadsregionen og har særskilte bilaterale aftaler med Københavns Kommune, Helsingør Kommune og Frederiksberg Kommune, og derudover en lang række projektsamarbejder med øvrige kommuner.
- Fonden tilvejebringer gennem sine kerneopgaver et større, fælles offentlig gode ved at binde hovedstadens meget differentierede turismeværdikæde sammen i en række fælles indsatser inden for markedsføring og destinationsudvikling til gavn for hovedstaden og Danmark. De enkelte turismevirksomheder har hverken kapacitet eller incitament til at udføre fondens opgaver.
- Wonderful Copenhagen varetager nationale opgaver og stiller specialiserede kompetencer, der skabes i en hovedstadskontekst, til rådighed gennem de landsdækkende udviklingsselskaber Dansk Erhvervs- og Mødeturisme (MeetDenmark) og Dansk Storbyturisme samt det landsdækkende krydstogtnetværk 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 fire regioner i Østdanmark og Sydsverige og har bl.a. ansvar for flyruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected;

- Endelig har Wonderful Copenhagen ansvar for tværnationale opgaver, herunder fremme af krydstogt i Østersøregionen i Cruise Baltic-netværket

## 1.2. Mission og vision

### 1.2.1. Mission

#### **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, samt et manifest for hovedstadens turismeerhverv relateret til Planet Copenhagen *jf. nedenfor*. Wonderful Copenhagens nye strategi 2024 – 2030, der er under udarbejdelse, bygger videre på den strategiske retning fra Comeback Copenhagen 2023 og understøtter implementeringen af *National Strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. Strategien skal sætte en fælles retning for turismen i hovedstaden, som forener erhvervet, borgere og offentlige aktører.

Nærværende mål- og resultatplan er udarbejdet, så WOCOs kerneopgaver understøtter implementeringen af *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*, Comeback Copenhagen-planens langsigtede retning samt WOCOs kommende strategi. Der henvises til kapitel 1.3.2 nedenfor for yderligere information vedr. de strategiske rammer.

## 1.3. Kerneopgaver og strategiske målsætninger

### 1.3.1. Kerneopgaver

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

#### 1. 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. Wonderful Copenhagen varetager også sekretariatsbetjeningen for det nationale udviklingselskab 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 50 partnere, heraf 11 danske krydstogtdestinationer, og Cruise Baltic, der samler 32 havne 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 samarbejdsaftale mellem Wonderful Copenhagen og VisitDenmark, med udgangspunkt i hovedstadens særlige styrkepositioner vis-a-vis andre storbyer internationalt og inden for den ramme, som Danmarks-brandet udgør, ved brug af brandmanualen herfor og i tæt samarbejde med VisitDenmark. 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. Wonderful Copenhagens indsats for en bæredygtig destinationsudvikling understøtter de strategiske rammer i den nationale turismestrategi. Det nationale udviklingselskab Dansk Storbyturisme, der har til formål at udvikle storbyturismen i de fire største byer, er forankret i Wonderful Copenhagen.

### 1.3.2. Strategiske målsætninger

I løbet af 2020 faldt turismen i hovedstaden med 65 pct. i forhold til før pandemien og blev reduceret til det niveau, erhvervet havde for over 20 år siden. Hovedstaden led i 2020 og 2021 et samlet tab på 41,5 mia. kr. i turismeomsætning, hvilket var 77% af Danmarks samlede tab.

Den fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme, Comeback Copenhagen 2023 opstillede fire overordnede ambitioner og en række centrale udviklingsspor for genopretning og udvikling af hovedstadens turisme. 2023 har bekræftet, at genopretningsplanen og den ekstraordinære investering og målrettede indsats i hovedstadens turisme, har virket efter hensigten. Hovedstadens turisme er igen i vækst, og antallet af overnatninger ligger år til dato over 2019 niveau.

Comeback Copenhagen planen udløber i 2023, men flere af planens retningsgivende elementer er fortsat relevante for udviklingen af turismen frem mod 2030. Desuden lancerede regeringen i juni 2022 en ny national turismestrategi, *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. På den baggrund har Wonderful Copenhagen, med bred inddragelse af offentlige og private partnere, igangsat arbejdet med en ny strategi frem mod 2030, der bygger videre på den strategiske retning, der blev sat med Comeback Copenhagen-planen. Strategien bygger dermed videre på Wonderful Copenhagens arbejde med at holde turismen på vækstsporet, som en førende grøn turistdestination, der understøtter, at turismen kommer til gavn for hovedstaden og dens indbyggere. Dette afspejles i Wonderful Copenhagens nye strategi med tre overordnede mål:

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

Wonderful Copenhagens nye strategi forventes besluttet i første kvartal 2024.

Nærværende mål- og resultatkontrakt er derfor, på baggrund af ovenstående, udarbejdet, så WOCOs kerneopgaver understøtter 1) implementeringen af *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*, 2) Comeback Copenhagen-planens langsigtede retning samt 3) WOCOs kommende strategi.

Det bemærkes, at regeringen har sat gang i opdatering af *National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme*. Strategien kan have betydning for mål- og resultatplanen med Wonderful Copenhagen, og der er derfor enighed om, at man genbesøger mål- og resultatplanen når strategien er fremlagt.

## 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. Grundlaget for fondens virke er Wonderful Copenhagens statslige basisfinansiering.

Fonden gearer sit basisbidrag gennem en lang række forskellige finansieringskilder, som samlet skaber større værdi. Fx betyder det, at basisbidrag indgår i konkrete projekter, som geares med midler fra Danmarks Er-

hvervsfremmebestyrelse samt eksterne partnere, som også bidrager til projektet (med timer og / eller kontant medfinansiering). Dette er uddybet nedenfor. Denne mål- og resultatplan er rammen for udmøntningen af Wonderful Copenhagen's basisfinansiering, som danner grundlag for realiseringen af resultatmålene og gearingen med yderligere midler.

Nærværende mål- og resultatplan tager udgangspunkt i bevillingsniveauet i den vedtagne finanslov for 2024, hvor Wonderful Copenhagen modtager 49,4 mio. kr. i 2024 i basisfinansiering (en P/L-reguleret stigning på 2,6 mio. kr. i forhold til 2023). Projektmidler øremærket ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected frafaldt i 2023 (4 mio. kr. i 2022). Midler fra tidligere finansår er ikke opbrugt og anvendes fortsat i 2024 og er derved afspejlet i mål nedenfor. Regeringen har i deres udspil om grøn luftfart "Vejen til grøn luftfart" (november 2023) foreslået at afsætte ca. 5 mio. kr. i 2025 og derefter herefter ca. 11 mio. kr. årligt til videreførelse af det overordnede ruteudviklingsprogram, Global Connected. Udover ovennævnte midler er det lykkedes fonden at tilvejebringe projektmidler mm. fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse til projekterne 'Sustainable Choice', 'Cities for Culture', 'Tourism Together' og 'Hub for Innovation in Tourism' – projekter som fortsætter i 2024. Hertil kommer bidrag fra Københavns kommune, Helsingør kommune m. fl. Wonderful Copenhagen arbejder aktivt for at geare sin statslige basisbevilling. Det sker via projektsamarbejder, kommunesamarbejder, faste erhvervsnetværk med medlemsbidrag, konkrete markedsførings-samarbejder og egne indtægter som investeres i den erhvervsdrivende fonds formål. Basisbevillingen skaber grundlaget for denne gearing, som ellers ikke ville kunne finde sted. I 2024, hvor turismeerhvervet er tilbage på vækstsporet, vil fonden intensivere arbejdet med at øge gearingen af den statslige basisbevilling. Der vil blive arbejdet for dette på alle ovennævnte områder. Målet er samlet at geare basisbevillingen med et tilsvarende beløb (1:1). Det samlede aktivitetsbudget ventes i 2024 at være i størrelsesordenen 110,3 mio. kr. *jf. nedenstående tabel.*

For fordelingen af basisbevilling samt øvrige indtægter er således i budgettet:

Opgaver	Basismidler mio. kr.	Anden indtægt mio. kr.*	Budget 2024 mio. kr. i alt**
1. Convention: Tiltrækning og udvikling af erhvervssturisme og events	15,2	13,1	28,2
2. Cruise: Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme	1,3	4,1	5,4
3. Communication: International og national markedsføring af hovedstaden	12,6	26,2	38,8
4. Development: Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling	13,8	16,5	30,3
5. Generelle hjælpefunktioner, ledelse og administration	6,5	1,1	7,6

Anm.: Afrunding skyldes afrunding

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

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

## 2. Resultatmål for 2024

### 2.1 Policy-mål

#### Wonderful Copenhagenens resultatmål

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

Matrixen nedenfor er opdelt i rækker og kolonner, der hhv. beskriver Wonderful Copenhagenens kerneopgaver, og de tre overordnede strategiske målsætninger i fondens kommende strategi, *jf. kapitel 1.3.2.*





	<b>Retning</b> Grøn turisme	<b>Retning</b> Bredere værdi	<b>Retning</b> Konkurrencedygtig hovedstad
<b>Kerneopgave 1:</b> Tiltrækning og udvikling af erhvervs-turisme og events	1.1 Førende på bæredygtige og klimavenlige kongresser og events	1.2 Skabe bredere værdi af internationale videnkongresser	1.3 Vinde international erhvervs- og event-turisme til Danmarks hovedstad
<b>Kerneopgave 2:</b> Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme		2.1 Bæredygtig vækst i krydstogtturisme over hele året	
<b>Kerneopgave 3:</b> International og national markedsføring af hovedstaden	3.1 Flere markedsførere hovedstaden bedre, med fokus på grøn turismeadfærd	3.2 Styrke hovedstadens internationale flytilgængelighed med fokus på helårsturisme	3.3. Effektiv branding og markedsføring af hovedstaden i konkurrence med andre metropoler
<b>Kerneopgave 4:</b> Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling	4.1 Udvikling af en førende grøn turistdestination	4.2 Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere	4.3 Stærkere sammen gennem fælles data (Visit-Data)

<b>5:</b> Partnertilfredshed	5.1 Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen
	5.2 Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network
	5.3 Partnertilfredshed i markedsføringsnetværket
	5.4 Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter

<b>6.</b> Bidrag til national strategi dansk turisme	<b>6.1</b> Implementering af National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme
---	--

### 3. Målopfølgelsesoversigt

Nr.	Mål	Vægt i pct.	Kriterier for delvist opfyldt	Kriterier for helt opfyldt
1	<b>Kerneopgave 1: Tiltrækning og udvikling af erhvervsturisme og events</b>	24		
1.1	<b>Førende på bæredygtige og klimavenlige kongresser og events</b> Wonderful Copenhagen vil fortsat udbrede anvendelsen af Copenhagen Sustainability Guide. Guiden er et planlægning-værktøj, rettet mod lokale erhvervsaktører og internationale kunder og bidrager til, at flere kongresser og events bliver planlagt og gennemført bæredygtigt. Guiden indgår i buddene på de internationale kongresser. Ved tildeling af midler fra kongresspuljen, stilles det som krav at kunderne har gjort brug af bæredygtighedsguiden i planlægningsfasen, samt afreporterer herpå efter kongressens afvikling.  De kongresser der kommer til byen i 2024, er vundet før bæredygtighedsguiden blev indført. Det kræver derfor en særskilt indsats at få dem til at forpligte sig til at benytte guiden. Der er 7 kongresser som forventes at modtage tilskud fra Copenhagen Congress Development Fund, og dermed er disse syv kongresser målgruppen for anvendelse af værktøjet.  I 2023 har WOCO arbejdet på en plan "På vej mod klimaneutrale kongresser". Planen handler om hvordan kongresser og events i fremtiden kan reducere deres klimaaftryk og evt. på sigt blive CO2-neutrale. Der udstår et arbejde i at gå fra en overordnet plan til at den enkelte kongres arbejder med at implementere planen. Det skal ske ved at gøre planens centrale elementer operationelle i sustainability guiden.	6	Målet er delvist opfyldt, hvis minimum 3 af de 7 kongresser har forpligtet sig til at gøre brug af bæredygtighedsguiden og til at afreportere efter endt afvikling.  Målet er opfyldt, hvis minimum 5 af de 7 kongresser har forpligtet sig til at gøre brug af bæredygtighedsguiden og til at afreportere efter endt afvikling.  Samt hvis Wonderful Copenhagen har integreret "På Vej Mod Klimaneutrale Kongresser" i Copenhagen Sustainability Guiden.	
1.2	<b>Skabe bredere værdi af internationale videnkongresser</b> Wonderful Copenhagen arbejder målrettet med at sikre bredere værdi ud af destinationens værtskab for internationale kongresser i det prisbelønnede initiativ Copenhagen Legacy Lab.	8	Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2024 har gennemført 1 kongrescase, 1 event samt 3 afklaringsforløb.	Målet er helt opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2024 har gennemført 2 store kongrescases og afklaringsforløb på 5 mindre kongrescases, samt gennemført 1 event med anvendelse af den netop udviklede legacy-metodik, der er tilpasset major events.

<p>1.3</p>	<p>Copenhagen Legacy Lab hjælper foreninger og destinationer med at maksimere og evaluere positive og langsigtede effekter fra kongresser og events og er et foreløbigt 4-årigt udviklings- og testprojekt (2021-2024). Det er medfinansieret af Københavns Kommune og Meetingplace.</p> <p>Målet i 2024 er at gennemføre legacy kvalificeringer og processer på 2 store kongresscases, 1 stort event samt afklaringsforløb på 5 mindre kongresscases. På et afklaringsforløb afsøges legacy-potentialet i samspillet mellem den pågældende kongres og de Københavnske erhvervs- og vidensmiljøer med henblik på at blive præsenteret som en anbefaling til videre udvikling af de involverede partnere. Afklaringsforløbet kan for eksempel indbefatte en workshop, møder og/eller anden dialog.</p> <p>Samtidig arbejdes der videre på at brande København som førende inden for legacy arbejde samt brede anvendelsen af metodikken ud til internationale foreningskunder, som overvejer at lægge en kongres i København. Den udviklede metodik omfatter en 7-step model, udviklet hen over de seneste 3 år, som hjælper foreninger og destinationer med at maksimere og evaluere positive og langsigtede effekter fra kongresser og events.</p> <p>Copenhagen Legacy Lab er et foreløbigt 4-årigt udviklings- og test projekt (2021-2024). Det er medfinansieret af Københavns Kommune og Meetingplace.</p>	<p>10</p>	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejser og events svarende til en samlet turismøkonomisk omsætning på min. 800 mio. kr. (svarende til samlet ca. 200.000 overnatninger)</p> <p>Og hvis WOCO understøtter arbejdet med at tiltrække og brande følgende vigtige events: 1) et World Tour løb i København, 2) VM i landevejscykling og 3) Michelin Nordic.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis der vindes kongresser, møder, incentive-rejser og events svarende til en samlet turismøkonomisk omsætning på min. 910 mio. kr. (svarende til samlet 250.000 overnatninger).</p> <p>Og hvis WOCO understøtter arbejdet med at tiltrække og brande følgende vigtige events: 1) et World Tour løb i København, 2) VM i landevejscykling og 3) Michelin Nordic.</p>
------------	---	-----------	--	---

	<p>Wonderful Copenhagen skal i 2024 vinde kongresser, møder, incentive-rejser og events til fremtidig afholdelse, der bidrager til en samlet turismeomsætning på: 910 mio kr. (svarende til i alt 250.000 overnatninger).</p> <p>WOCO vil desuden i 2024 bidrage til det fælles arbejde med at tiltrække og understøtte branding af bl.a. følgende vigtige events: World Tour løb i København; VM i landevejscykling og Michelin Nordic.</p>			
<p><b>2</b></p>	<p><b>Kerneopgave 2: Tiltrækning og udvikling af krydstogtturisme</b></p> <p><b>2.1</b> <i>Bæredygtig vækst i krydstogtturisme over hele året</i> Der forestår fortsat i 2024 en stor opgave i at få, særligt de amerikanske, krydstogtgæster til regionen, men samtidig en opgave i at få krydstogtgæster – også europæiske – til at ankomme spredt ud over året. Parallelt hermed skal den bæredygtige omstilling af hele krydstogtturismen og industrien accelereres. På sigt er ambitionen at Danmark og Østersøregionen bliver den mest miljø-/klimarigtige krydstogtdestination i verden, jf. Cruise Baltics strategi 'Responsible Cruising 2023 – 2026'. Østersøregionen skal fortsat være et eksempel til inspiration og efterfølgelse samt et levende laboratorium til at afprøve nye løsninger. Spredning af krydstogtgæster over tid og geografi er en meget væsentlig faktor i indsatsen for at minimere trængsel, og skabe en styrket borgeropbakning til krydstogtturisme. Krydstogtindsatsen skal sikre, at udviklingen af krydstogtturismen har et stærkt fokus på bæredygtighed, at borgerne får bedre indblik i krydstogtturismen og at trængsel relateret til krydstogt minimeres.</p>	<p><b>10</b></p> <p>10</p>	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis der ultimo 2024 er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2025 svarende til 1,56 mia. kr. (svarende til 1,4 mio. krydstogtgæster). (2019-niveau: 1.1 mio. krydstogtgæster). Og at 45% af anløbene sker i månederne fra september til maj (2022 niveau: 39,96%).</p> <p>Og hvis WOCO inden udgangen af 2024 har fremlagt og i Danmark og Østersøregionen udbredt en faglig rapport, der samler den nyeste viden om miljø og klima-udfordringer ifm. krydstogtskibe, tilgængelige løsninger, krydstogtindustriens indsats, og et katalog over mulige tiltag, der kan fremme en grøn omstilling af krydstogtindustrien.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis der er indgået aftaler med danske havne om anløb i 2025 svarende til 1,66 mia. kr. (svarende til 1,5 mio. krydstogtgæster) og at 45% af anløbene sker i månederne fra september til maj.</p> <p>Og hvis WOCO inden udgangen af 2024 har fremlagt og i Danmark og i Østersøen udbredt en faglig rapport der samler den nyeste viden om miljø og klima-udfordringer ifm. krydstogtskibe, tilgængelige tekniske løsninger, krydstogtindustriens indsats, og et katalog over mulige tiltag, der kan fremme en grøn omstilling af krydstogtindustrien</p> <p>Og hvis WOCO i 2024 har sikret opbakning til en opfølgende international konference i København i 2025 med det formål at accelerere den bæredygtige omstilling af krydstogtindustrien, herunder at få rederierne til at anvende den landstrøm som er tilgængelig fra 2025 – og indgå nye ambitiøse mål og aftaler med rederierne (jf. 2022 MOU'et).</p>

3	<p><b>Kerneopgave 3:</b> <b>International og national markedsføring af hovedstaden</b></p>	24		
3.1	<p><i>Flere markedsførere hovedstaden bedre med fokus på grøn turisme-udfærd</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.</p> <p>Samtidig har Wonderful Copenhagen en opgave i at gøre turismeforbrugt grønnere og mere klimavenligt, jf. den nationale strategi.</p> <p>Wonderful Copenhagen producerer løbende content om Hovedstaden i form af billeder og videoer, som stilles til rådighed for destinationens turismeaktører. Det er for at hjælpe de lokale aktører med at styrke deres markedsføring samt sikre en rød tråd i den internationale markedsføring af Hovedstaden, med fokus på grøn turismeudfærd. Der ligger i 2024 en opgave i at udbrede hovedstadens brandfortælling (udviklet i 2023) og gøre den operationel for flere aktører, så den samlede stemme forøges, og så turismeudfærdens understøtter hensyn til miljø og klima. Samtidig ligger der en opgave i gradvist at få flere private aktører til at medfinansiere den samlede markedsføring af hovedstaden, jf. kapitel 1.4.</p>	6	<p>Målet er delvist opfyldt hvis WOCO udarbejder og stiller minimum 4 større content-pakker til rådighed for vores partnere i løbet af året.</p>	<p>Målet er helt opfyldt, hvis WOCO laver 4 årlige ind-sætser (kan f.eks. være via nyhedsmails, en event, webinar mm.) for at udbrede de udarbejdede content-pakker, og understøtter anvendelsen af dem overfor alle WOCOs kommercielle partnere.</p> <p>Og, hvis WOCO stiller konkrete contentpakker til rådighed for at aktivere for alle for WOCOs partnere (+300 i alt).</p>
3.2	<p><i>Styrke hovedstadens internationale flytilgængelighed med fokus på bæredygtighed og helårsturisme</i></p> <p>Den internationale flytilgængelighed er afgørende for hovedstadens turisme og dansk erhvervsliv bredt set. Ruteudviklingsprogrammet Greater Copenhagen Connected vil i 2024 fokusere på den fortsatte genopretning og videreudvikling af rutenetværket ved at tiltrække interkontinentale flyruter og rute-udvidelser til København, med øget fokus på klima og helårsturisme.</p>	8	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis der er indgået samarbejdsaftaler med flyselskaber om oprettelse og åbning af mindst to nye interkontinentale flyruter, hvor markedsføringen bidrager til udvikling af helårsturisme i hovedstaden.</p>	<p>Målet er helt opfyldt, hvis der er indgået samarbejdsaftaler med flyselskaber om oprettelse og åbning af mindst tre nye interkontinentale flyruter, hvor markedsføringen bidrager til udvikling af helårsturisme i hovedstaden.</p>

3.3	<p><i>Effektiv branding og markedsføring af hovedstaden i konkurrence med andre metropoler</i></p> <p>Wonderful Copenhagen arbejder kontinuerligt på at styrke Hovedstadens brand og den samlede markedsføring i den internationale konkurrence med andre metropoler. Det skal i 2024 særligt bidrage til, at hovedstaden fastholder og gerne udbygger sin styrkede position efter Covid-19. Dels ved løbende at måle og analysere effekten af alle vores indsatser – både den kvantitative umiddelbare effekt (hvor mange nåede vi ud til med vores budskab, hvor mange interagerede med det, hvor mange så vores videoer til ende, hvor mange besøgte efterfølgende vores website, hvad er værdien af vores pressemøder, osv.), men i stigende grad også den kvalitative afledte effekt (kendskab til Hovedstaden som rejsedestination, kvalificeret kendskab til Hovedstadens styrkepositioner, rejseoplevelser, mm.). Og dels ved at samarbejde med relevante aktører både i og udenfor turismesektoren. Herunder ikke mindst Visit Denmark så vi sikrer, at markedsføringen af Hovedstaden både styrker hovedstadens brand med udgangspunkt i hovedstadens styrkepositioner vis-a-vis andre storbyer internationalt og samtidig understøtter Danmarks ét-brand strategi, og at der er fælles fodslag i markedsføringen af Hovedstaden internationalt på tværs af markeder, kanaler, målgrupper og medier. Omdrejningspunktet for dette samarbejde er en fælles årlig markedsføringsplan og en flerårig rammeaftale, der til sammen skaber overblik og sætter retning på tværs af VisitDenmark og Wonderful Copenhagen.</p>	10	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2024 gennemfører effektiv branding på alle relevante kampagne- og PR-indsatser (hvor rentable for fonden), og hvis målindtægterne gennemsnitligt viser en væsentligt øget rejseoplevelse til hovedstaden som følge af kampagnen.</p> <p>Og hvis WOCO og VDK, inden udgangen af februar 2024, har færdiggjort en fælles markedsføringsplan, som styrker hovedstadens brand med udgangspunkt i hovedstadens styrkepositioner vis-a-vis andre storbyer internationalt og som samtidig understøtter Danmarks ét-brand strategi.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2024 gennemfører effektiv branding på alle relevante kampagne- og PR-indsatser (hvor rentable for fonden), og hvis målindtægterne gennemsnitligt viser en væsentligt øget rejseoplevelse til hovedstaden som følge af kampagnen.</p> <p>Og hvis WOCO og VDK, inden udgangen af februar 2024, har færdiggjort en fælles markedsføringsplan, som styrker hovedstadens brand med udgangspunkt i hovedstadens styrkepositioner vis-a-vis andre storbyer internationalt og som samtidig understøtter Danmarks ét-brand strategi.</p> <p>Og senest medio 2024 har færdiggjort en flerårig rammeaftale for markedsføring af hovedstaden.</p>
4	<p><b>Kerneopgave 4: Bæredygtig og innovativ destinationsudvikling</b></p>	24		
4.1	<p><i>Udvikling af en førende grøn turistdestination</i></p> <p>WOCO arbejder målrettet for at fremme bæredygtighed og grøn omstilling i turismehvervet, og har som målsætning at sikre at Hovedstaden som destination fortsætter med at være førende i arbejdet med bæredygtighed, og være til inspiration for andre destinationsselskaber og turismebranchen bredt set.</p>	8	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis i alt 85 turistsektorer, har underskrevet Planet Copenhagen Manifestet.</p>	<p>Målet er helt opfyldt, hvis i alt 100 turistsektorer har underskrevet Planet Copenhagen Manifestet.</p> <p>Samt hvis Wonderful Copenhagen i 2024 har gennemført certificeringsforløb for 30 virksomheder</p>

	<p>Et vigtigt element er, at sikre København en topplacering på det internationale GDS-index (Global Destination Sustainability Index). København er i 2023 igen nr. 3 efter Göteborg og denne gang Oslo. Dette arbejde kræver produktudvikling, certificering og kommunikation – samt at gøre det operationelt at omsætte bæredygtighed til forretning. Det sker bl.a. i regi af projektet Sustainable Choice CPH (som modtager tilskud fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse).</p> <p>Wonderful Copenhagen har sammen med turismeerhvervet udviklet et fælles manifest for en bæredygtig turismeudvikling i hovedstaden, Planet Copenhagen. Som et led i manifestet forpligter virksomhederne sig til at udarbejde og dele en handlingsplan. I 2023 underskrev over 70 virksomheder manifestet. I 2024 vil Wonderful Copenhagen fortsætte udbredelsen og tilslutningen til manifestet og derigennem samlet øge mængden af bæredygtige handlinger.</p> <p>Derudover samler Wonderful Copenhagen aktører i Dansk Storbyturisme om at højne ambitionsniveauet for bæredygtighed i erhvervet, særligt med fokus på certificering. Målet er på tværs af virksomheder og aktører at løfte hovedstadens og de øvrige storbyers samlede certificeringer.</p> <p>WOCO arbejder i 2024 videre med at sikre brugen af kollektiv elektrificeret transport mellem stationer og oplevelsesmuligheder i og uden for hovedstaden via udvikling af mellem 2-4 last-mile-koncepter, udbredelse af nudging-kampagner samt cykelkoncepter.</p>	<p>Samt hvis Wonderful Copenhagen i 2024 har gennemført certificeringsforløb for +15 virksomheder sammen med de lokale parter i Meetingplace og de øvrige tre storbyer.</p> <p>Og hvis WOCO, i et samarbejde med Erhvervsministeriet og Københavns Kommune, understøtter arbejdet med at afdække barrierer og potentialer for øget elektrificering af havnerundfarter og turbusser i Hovedstaden.</p> <p>Og hvis WOCO i arbejdet med at sikre brugen af kollektiv elektrificeret transport mellem stationer og oplevelsesmuligheder har udviklet to last-mile-koncepter.</p>	<p>sammen med lokale partnere og de øvrige tre storbyer.</p> <p>Og hvis WOCO, i et samarbejde med Erhvervsministeriet og Københavns Kommune, understøtter arbejdet med at afdække barrierer og potentialer for øget elektrificering af havnerundfarter og turbusser i Hovedstaden.</p> <p>Og hvis WOCO i arbejdet med at sikre brugen af kollektiv elektrificeret transport mellem stationer og oplevelsesmuligheder har udviklet 4 last-mile-koncepter, samt udbredt nudging-kampagner og cykelkoncepter.</p> <p>Og hvis København i 2024 fastholder eller udbygger sin position i top-3 målt på GDS indekset</p>
4.2	<p><i>Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere</i></p> <p>Der er de seneste år investeret markant og massivt i ny hotelkapacitet i København. Den allerede realiserede stigning fra 2018 til 2022 svarer til en stigning på 58 pct. i byens hotelkapacitet og en investering i omegnen af 12 mia. kr. Det kræver dermed flere turister at fylde hotellerne, og sætter skærpede krav til at sikre bæredygtig destinationsudvikling i balance.</p>	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen har udviklet og lanceret en model for at inddrage lokale i destinationsudviklingen inkl. en arbejdsdeling mellem centrale aktører, herunder WOCO og kommuner.</p> <p>Derudover skal WOCO i 2024 styrke turismens værdi for kulturudviklingen til gavn for borgerne ved at have afsluttet et fælles udbredelsesforløb for min. 5 kultur- og erhvervsaktører i samarbejde med</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen har udviklet og lanceret, en model for at inddrage lokale i destinationsudviklingen inkl. en arbejdsdeling mellem centrale aktører, herunder WOCO og kommuner.</p> <p>Derudover skal WOCO i 2024 styrke turismens værdi for kulturudviklingen til gavn for borgerne ved at have afsluttet et fælles udviklingsforløb for min. 5 kultur- og erhvervsaktører i samarbejde med</p>

4.3	<p>Bæredygtig destinationsudvikling beror på at sprede de gavnlige effekter af turismen til flere områder og aflaste Indre By i høj sæsonen. Dette gøres i 2024 gennem udviklingen af mini-destinationer i nye kvarterer og uden for Indre By, i samarbejde med borgere, kulturaktører og erhvervsdrivende i de nye mini-destinationer. Indsigterne og erfaringerne med mini-destinationsudvikling og den aktive lokalinddragende metode, vil munde ud i et første udkast på en model for inddragende og bæredygtig destinationsudvikling, der skal videreudvikles og testes i 2025.</p> <p>Internationale gæster er essentielle for økonomien i hovedstadens kulturtilbud – som både er til for gæster og borgere. Som opfølgning på hovedstadens fælles vision for kulturisme 'CopenCore' og på Comeback Copenhagen 2023 vil der derfor blive gennemført særskilte udviklingsforløb for kulturaktører i samarbejde med partnerne i Dansk Storby Turisme og gennem projektet Cities for Culture, der er medfinansieret af Erhvervsfremmebestyrelsen.</p>	<p>viklingsforløb for min. 3 kultur- og erhvervsaktører i samarbejde med projektet Cities for Culture, der er medfinansieret af Erhvervsfremmebestyrelsen.</p> <p>Desuden skal WOCO, i samarbejde med relevante aktører, sikre oprettelsen af 2 mini-destinationer uden for Indre By.</p>	<p>projektet Cities for Culture, der er medfinansieret af Erhvervsfremmebestyrelsen.</p> <p>Og hvis WOCO har igangsat et nyt udviklingsforløb med kultur- og erhvervsaktører og i samarbejde med VisitAarhus, Destination Fyn, Danske Destinationer og Dansk Kyst- og Naturturisme have afholdt én konference med fokus på kulturisme.</p> <p>Desuden skal WOCO, i samarbejde med relevante aktører, sikre oprettelsen af 3 mini-destinationer i Københavns Kommune (uden for Indre By) og i 2 destinationer på tværs af øvrige hovedstadskom-muner, mhp. at sprede turisterne ud til nye områder/destinationer.</p>
4.3	<p><i>Stærkere sammen gennem fælles data (VisitData)</i></p> <p>Data spiller en afgørende rolle for udvikling af bæredygtig turisme i Hovedstaden og vores konkurrenceevne på sigt. I regi af Comeback Copenhagen genopretningsplanen begyndte Wonderful Copenhagen at arbejde med at synliggøre data for Hovedstadens turistaktører med det formål at skabe en bedre indsigt i turisternes adfærd- og brugs-mønstre på tværs af vores destination. Siden da, er der kommet flere teknologiske muligheder til – eksempelvis det nationale datasamarbejde VisitData - og det er essentielt Wonderful Copenhagen fortsætter arbejdet med at integrere data i turistaktørens daglige og strategiske forretningsudvikling.</p> <p>Det nationale datasamarbejde VisitData er på vej til at skabe en platform, der på sigt skal integreres og implementeres i Hovedstaden. Visitdata videreudvikles i 2024 og bliver en platform der kan synliggøre turistaktørernes egne data samt give mulighed for at bænche-mærke op imod hinanden. Det er afgørende for platformens succes, at selve platformen udvikles nationalt og at lokale turistaktører deler</p>	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2024 har gennemført onboarding af min. 5 strategisk vigtige partnere der kan agere som ambassadører ifm. dataplatformens videre udrulning.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis Wonderful Copenhagen i 2024 har gennemført onboarding af min. 10 strategisk vigtige partnere, samt 3 mindre partnere, der kan agere som ambassadører ifm. dataplatformens videre udrulning.</p> <p>Og hvis WOCO har skabt en eller flere best case til brug i den videre tiltrækning af nye partnere. Best case skal illustrere, hvordan brug af data skaber værdi for både den enkelte aktør, destinationen og den nationale platform.</p>



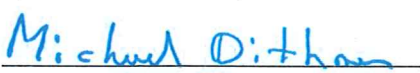
	deres data i platformen, hvilket kun kan lade sig gøre med de rette integrationer og villighed til at indgå i et samarbejde.  Der ligger en udfordrende opgave i at få platformen til at virke i hovedstaden, som har særligt mange aktører. Derfor vil Wonderful Copenhagen i 2024 påbegynde det omfattende onboarding-arbejde af hovedstadens turistaktører, som på en og samme tid understøtter udviklingen af den nationale platform og samtidig skaber værdi for destinationen og de enkelte aktører.			
<b>5</b>	<b>Partnertilfredshed</b>	<b>12</b>		
5.1	<i>Partnertilfredshed i Meetingplace Wonderful Copenhagen</i>  Partnertilfredsheden i netværket Meetingplace Wonderful Copenhagen skal være 4,0 eller derover på en 5-skala. Målet fastsættes af bestyrelsen i Meetingplace, som omfatter erhvervet og er med til at finansiere aktiviteterne	3	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala.	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.
5.2	<i>Partnertilfredshed i Cruise Copenhagen Network</i>  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.	3	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala.	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.
5.3	<i>Partnertilfredshed i markedsføringsnetværket</i>  Partnerne i markedsføringsnetværket skal være tilfredse med netværket og den måde, Wonderful Copenhagen understøtter partnernes markedsføring af Hovedstaden på. Partnertilfredsheden skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.	3	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala.	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.
5.4	<i>Partnertilfredshed på tværs af destinationsudviklingsprojekter</i>  Partnertilfredsheden i Wonderful Copenhagen destinationsudviklingsprojekter skal i gennemsnit være 4,0 eller derover på en 5-skala.	3	Målet er delvist opfyldt, hvis partnertilfredsheden er mellem 3,5 og 3,9 på en 5-skala.	Målet er opfyldt, hvis partnertilfredsheden er 4,0 eller derover på en 5-skala.

6	<p>Implementering af national strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</p>	6		
6.1	<p><i>Implementering af National strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</i> Wonderful Copenhagen bidrager aktivt til implementering af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.</p>	6	<p>Målet er delvist opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen delvist tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme.</p>	<p>Målet er opfyldt, hvis Erhvervsministeriet vurderer, at Wonderful Copenhagen tilfredsstillende har bidraget til implementeringen af Det Nationale Turismeforums strategi for bæredygtig vækst i dansk turisme</p>

#### 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 2024. Mål- og resultatplanen er en del af ministeriets rullende kontraktstyring. De årlige bevillinger afhænger af årets finanslov.
2. Mål- og resultatplanen kan genforhandles i løbet af kontraktåret, hvis eksterne faktorer, som Wonderful Copenhagen ikke kunne eller burde have forudset, gør, at et eller flere resultatkrav ikke kan nås.
3. Wonderful Copenhagen er en erhvervsdrivende fond, stiftet på privatretligt grundlag og omfattet af lov om erhvervsdrivende fonde. Fonden ledes i henhold til erhvervsfondslovgivningen af en selvstændig bestyrelse, som alene skal varetage fondens formål og interesser. Wonderful Copenhagen er ikke og udøver ikke virksomhed som en offentlig virksomhed eller et offentligretligt organ og er ikke under instruktionsbeføjelse af erhvervsministeren.
4. Mål- og resultatplanen er ikke retsligt bindende og fjerner ikke ministerens beføjelser og ansvar. Ministeren har stadig det sædvanlige parlamentariske ansvar, og gældende lovgivning og hjemmelskrav, budget- og bevillingsregler, overenskomster osv. skal følges, med mindre der på sædvanlig måde er skaffet hjemmel til fravigelse.
5. Såfremt Wonderful Copenhagen er i tvivl om, hvorvidt en konkret aktivitet vil være i strid med statsstøttereglerne, kan Wonderful Copenhagen anmode 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 slutrapportering). Slutrapporteringen sker i foråret samtidig med årsrapporteringen. Erhvervsministeriet kan bede om status på fremdriften i resultatopfyldelsen ud over de årlige afrapporteringer, når der er grund dertil.
8. Wonderful Copenhagenes administrerende direktør har ansvaret for overholdelse af og afrapportering på mål- og resultatplanen samt eventuel genforhandling.
9. Det følger naturligt af at have en fast bevilling på finansloven, at pågældende ressortministerium vil skulle tage stilling til, hvordan der sikres en ansvarlig nedlukning af en organisation eller styrelse, hvis det skulle blive besluttet, at bevillingen hertil ikke forlænges. Hvis det mod forventning politisk måtte blive besluttet, at bevillingen til Wonderful Copenhagen ikke forlænges ud over 2024, 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 4. april 2024



Departementschef Michael Dithmer

København den

16. APRIL 2024  


Administrerende Direktør

