

21-06-2024

WONDERFUL  
COPENHAGEN 

# HOVEDSTADEN SKAL VÆRE EN KIOSKBASKER I VINTERMÅNEDERNE

Anders Helsager Pedersen, WOCO



# KORT INDBLIK I ÅRETS KAMPAGNER



SPECIALØL • MAD • KAFFE  
NATURVIN OG COCKTAILS



**DON'T JUST COME HERE. BECOME HERE.**

**Gastronomy**

**Outdoor  
city life**

**Architecture  
& design**

**Culture & art**

B KIHØSKH BAR

BARRAB

@BARRABRABOK

21-06-2024

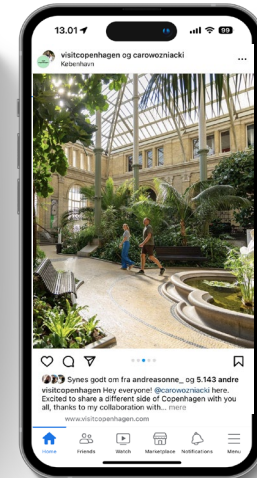
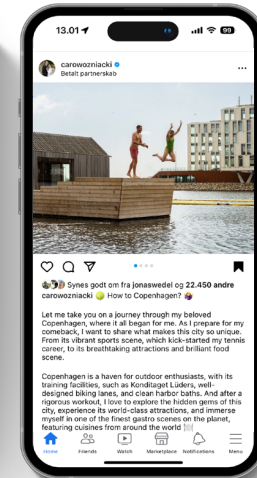
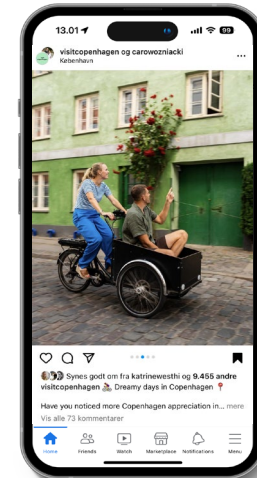
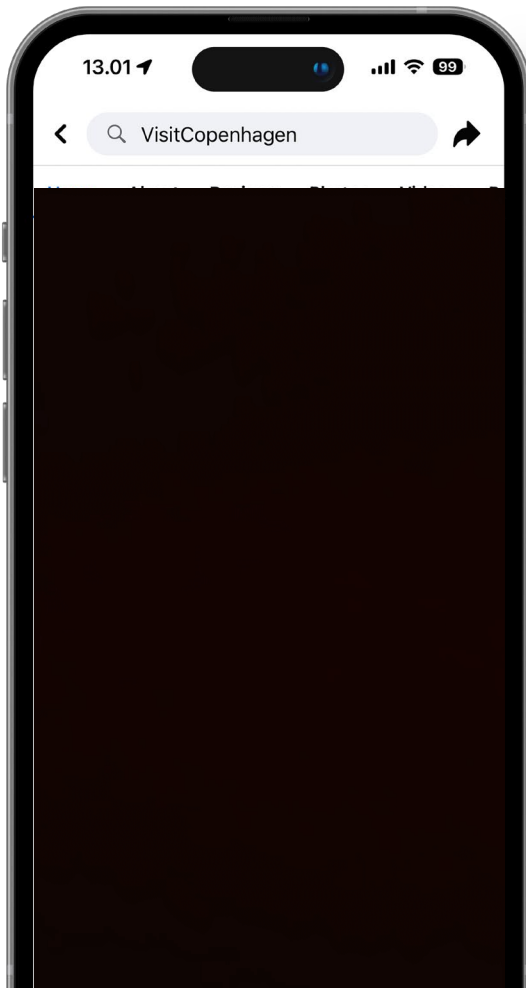
A man and a woman are standing in a red playground. The man is on the left, wearing a dark patterned long-sleeve shirt, and the woman is on the right, wearing a grey tank top and green leggings. They are both smiling. The playground has red metal structures, including a spiral tower and a monkey bar. The ground is red rubber safety matting. In the background, there is a modern building and a cloudy sky. A large green rectangular box is overlaid on the center of the image, containing white text.

# CONNECTED USA, JAPAN OG INDIEN

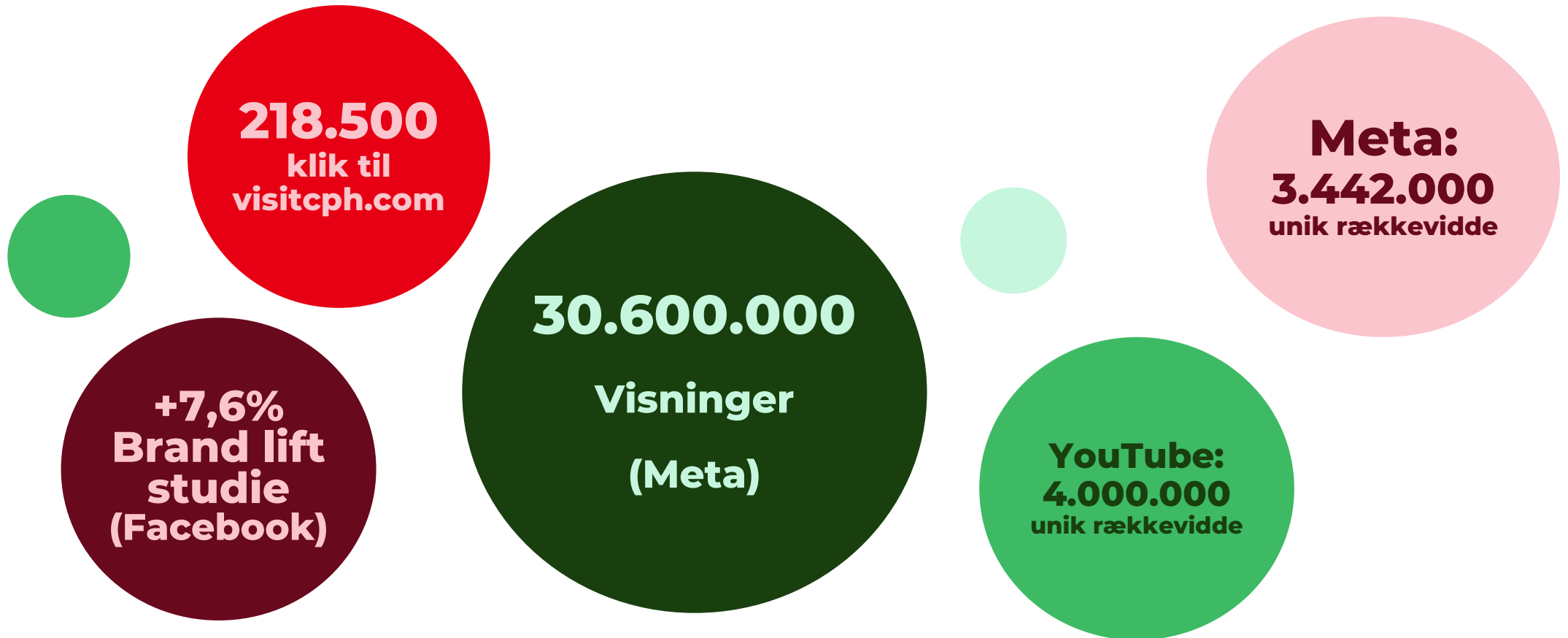
21-06-2024



# USA: HOW TO COPENHAGEN M. CAROLINE WOZNIACKI



# RESULTATER



# REJSELYSTTEST - POLL AD

## Are you considering Copenhagen?

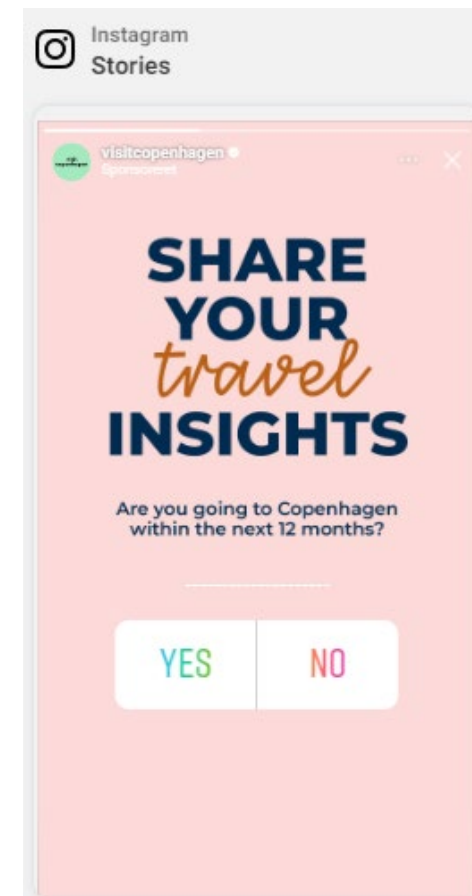
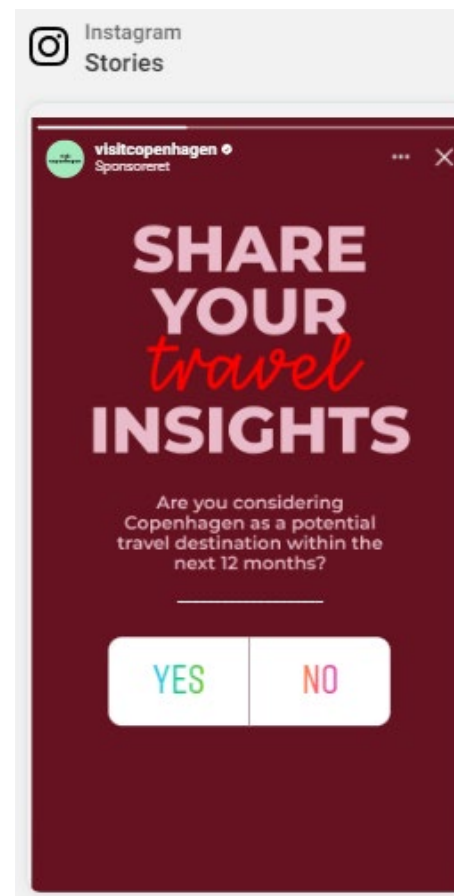
Uden kendskab: 12,9% overvejer København

Med kendskab: 73,13% overvejer København

## Are you going to Copenhagen?

Uden kendskab: 8,0% skal til København

Med kendskab: 47,6% skal til København



21-06-2024

# 'EVER HEARD OF COPENHAGEN?'

## Kam p a g n e n

- Markeder m. lavt kendskab
- En content pakke baseret på Københavns styrkepositioner – versioneret / lokaliseret til hver rute
- Baseret på indsigter i markederne

## 2024 har fokus væ ret p å

- US: Phildelphia / Atlanta / Boston
- Japan: Tokyo
- Indien: Dehli





# MARKEDSFØRING AF KØBENHAVN TIL BYER MED DIREKTE FLYVNINGER

## Medieplaner med fokus på:

- Facebook instagram, Paid Search, Youtube
- Collab annoncer med flyselskaberne
- Advertorial samarbejde med lokale medier
- Betalte mediesamarbejder
- Lead opsamling

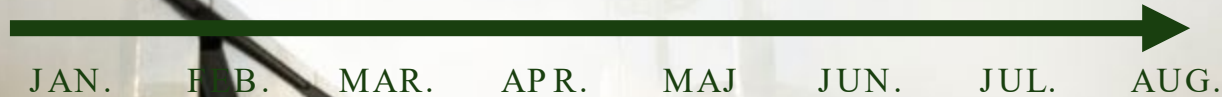




# DE GRØNNE KAMPAGNER

1. burst

2. burst



# **1. BURST: EXPLORE THE GREEN COPENHAGEN**

**MAD, CYKLING, HAVNEN OG ARKITEKTUREN**

**MARKEDER: TYSKLAND OG UK  
MÅLGRUPPE: +30-50 M/K M. INTERESSE FOR  
BÆREDYGTIGHED**



# 2. BURST PR-DREVVET KAMPAGNE

THE GOOD NEWS

**MOST PEOPLE  
WANTS TO ACT  
SUSTAINABLY**

THE BAD NEWS

**MOST PEOPLE DON'T  
ACT SUSTAINABLY**



# COPENPAY



A group of people, including a man with a beard and a yellow beanie pointing, are standing in a city square. In the background, there are large, historic buildings with blue roofs and a dome. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

# NY PODCAST INSIDER'S GUIDE TO COPENHAGEN



## OPSKRIFTEN

En podcast til fly- eller togturen i København

Journalist og radio/podcast-vært Esben Bjerre

Gæster fra bl.a. US, UK, Italien, Tyskland, Chile

Målgruppen:

Kommende turister, som har valgt København og er i gang med planlægningen.

Fokus på engelsktalende lande - sprogloyalitet

EPISODE 3  
WITH LAURA HALL



WONDERFUL  
COPENHAGEN



**LISTEN IN  
YOUR FAVOURITE  
PODCAST PLAYER**



visit  
copenhagen

# LOCAL EXPERTS



Sam Weller,  
Designer, UK



Aldo Pavo,  
Bike enthusiast, Chile



Mamie Beth,  
Gallery Director, UK



Annie Samples,  
Influencer, USA

# AKTIVERING

## CRM-udsendelse med SAS nyhedsbrev

## Paid retargeting-annoncer



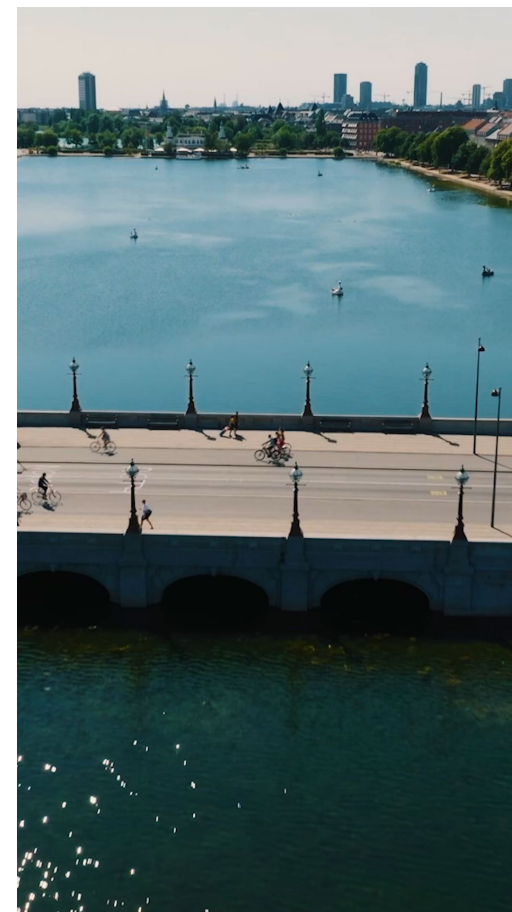
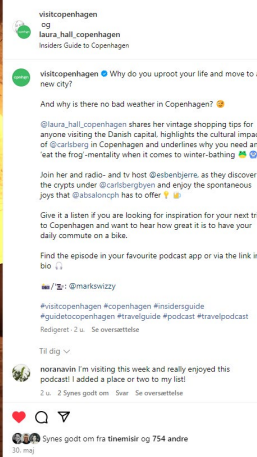
### INSIDER'S GUIDE TO COPENHAGEN

The best way to discover a new city? Ask the locals. Visit Copenhagen has got you covered with their podcast series featuring interviews with four Copenhageners giving insider tips on hidden gems, must-visit eateries, and much more. Press play and get ready to explore like a true local.

[Read more and book](#)



## Organisk content



## New podcast: Insider's Guide to Copenhagen

Photo: Melanie Ganda

Whether you're a Copenhagen local or visiting, you will discover plenty of new spots in this podcast! Radio and television host Esben Bjerre joins different Copenhageners in their favourite activities, places to eat, where they bring their friends, and many hidden gems around the city.

Add to my trip  
Print Share

Listen on [Apple Podcast](#), [Spotify](#) or on your [favourite podcast app](#).



## Drinks and Danish Smørrebrød

When Harry Bell wanted to expand his horizons and leave Italy, his friend told him, "Do you want to be in the place where everything already happened or do you want to be in the place where everybody needs to be?" Harry went to Copenhagen because he knew it as a place with a strong food scene. His plan was to stay for a year - and eight years later, he is still here. According to himself, he has lost his heart to Copenhagen.

→ Listen to Harry's guide here



## Kids in the city

When Annie Samplers's husband got a job offer in his dream city, Copenhagen, the Texas-born mother of four packed everything up and made the move despite never

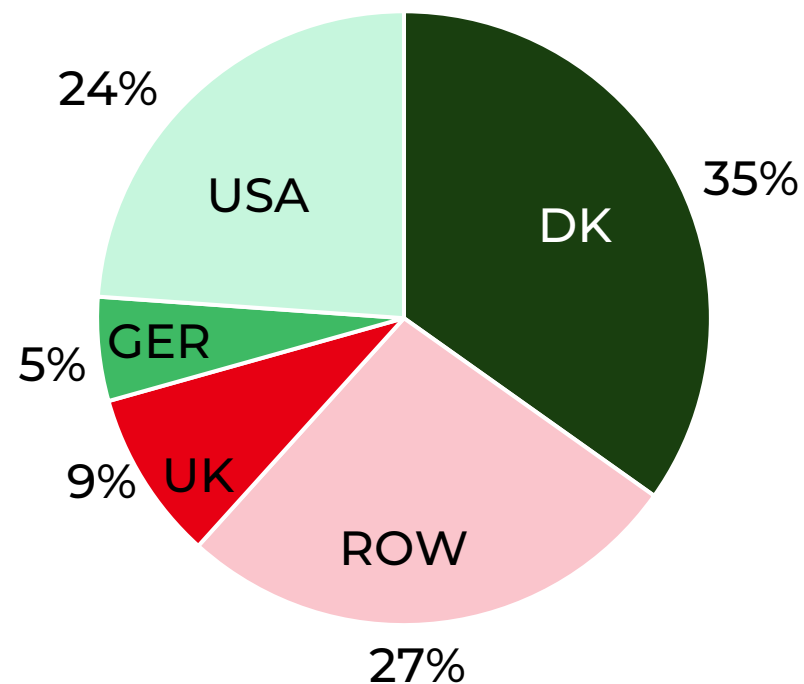
# RESULTATER EFTER 1,5 MÅNED – 5 AFSNIT

**57-88%**  
avr.  
consumption

**+ 800**  
abonnenter

**+ 4.200**  
downloads

Hvor kommer downloads fra?

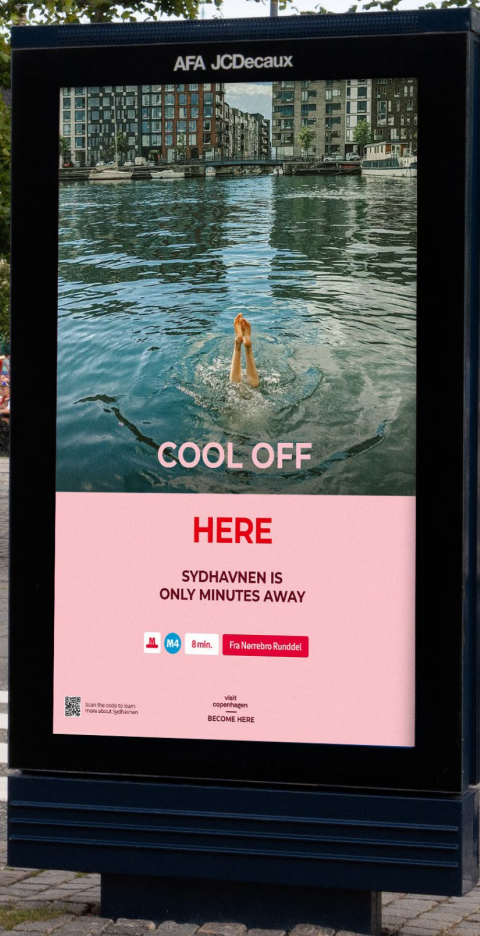


# LISTEN IN YOUR FAVOURITE PODCAST PLAYER



# ANDRE KAMPAGNER 2024

21-06-2024



### Spredningskampagne m. Metro

Inspirere turisterne til at udforske de mindre kendte områder, når de er i byen (august)



### Helårskampagne

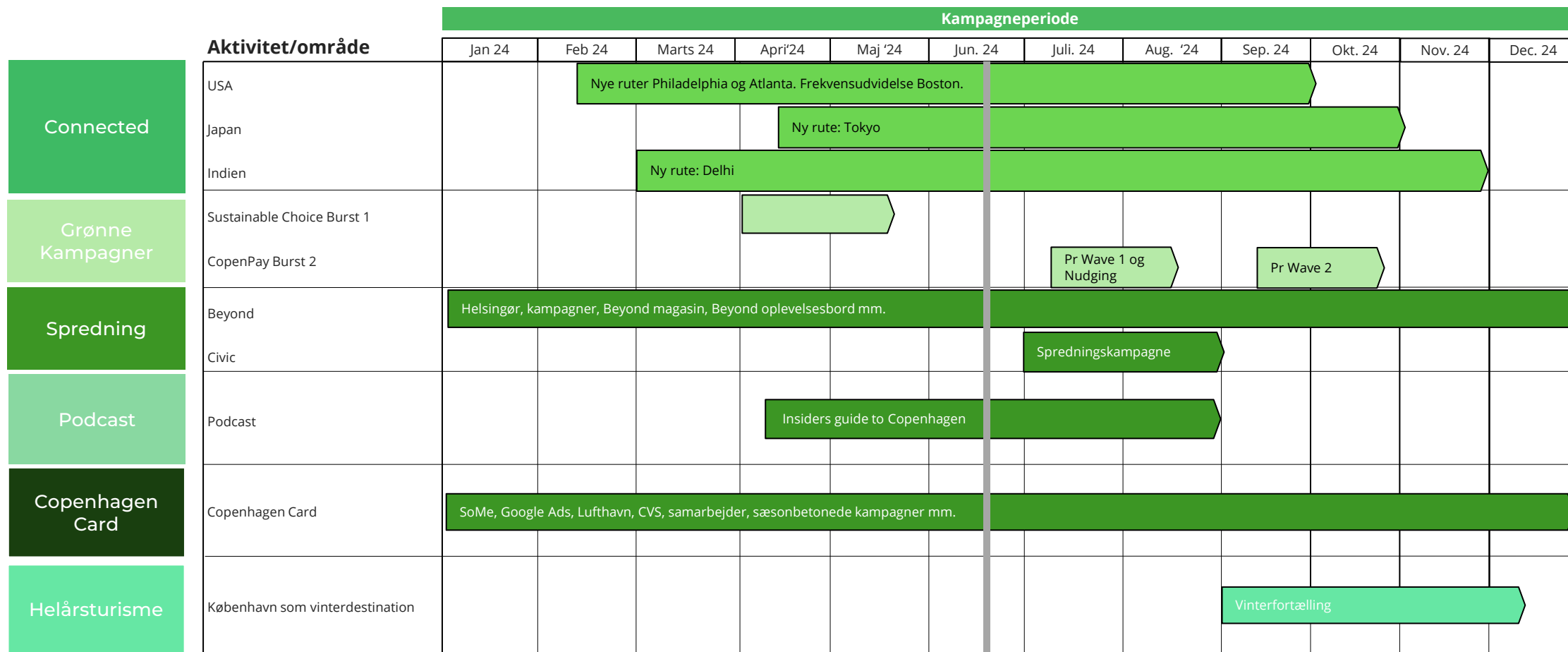
Sætte fokus på København som en attraktiv destination i vintermånederne (september – november)



### Kulturkampagne i USA

Skal løfte fortællingen omkring København som kulturmetropol (september)

# KAMPAGNEOVERSIGT



↓  
I dag



# DATAKILDER & VIDEN

# Introduktion til Analyse

Lang række af undersøgelser hvert år

Bredt blandt borgere og turister

Analyse indenfor specifikke emner (kultur, gastro, outdoor etc.)

Nyt, opdateret videnssite (work-in-progress)



# BORGERMÅLINGER

# MÅNEDLIG BORGERUNDERSØGELSE

~23.600 respondenter  
~1.000 respondenter  
Vægtet

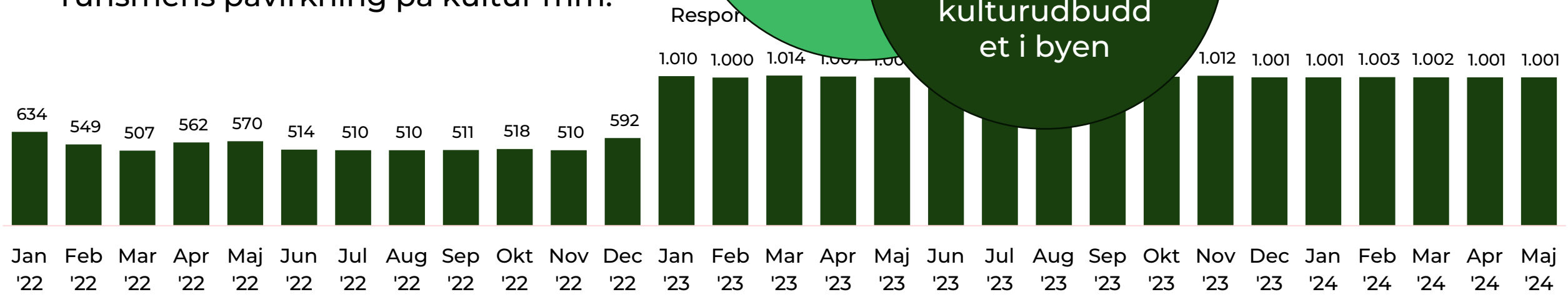
Mange forskellige emner  
Fortsat promovener  
Problemskabelse på  
Brug af byens faciliteter  
Overcrowding  
Events  
Turismens påvirkning på kultur mm.

45% havde besøgt et museum indenfor seneste måned

77% mener, at København fortsat skal promoveres som destination

90% har ikke oplevet problemer som resultater af turismen i byen

62% mener, at turismen har en positiv påvirkning på kulturudbuddet i byen



# ÅRLIG BORGERUNDERSØGELSE

Undersøgelsen administreres af VisitDenmark  
Wonderful Copenhagen

Mange forskellige emner  
Fortsat promote  
Problemskabelse  
Overcrowding  
Turismens påvirkning på

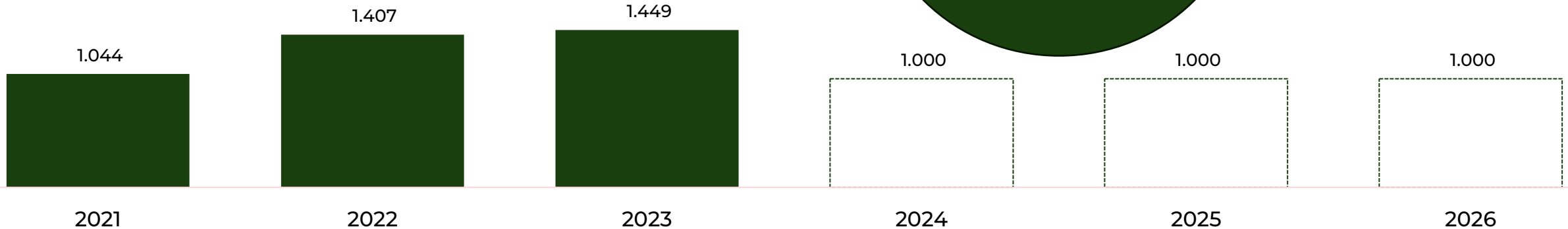
67% mener, at turismen skaber for meget negativ konsekvens

76% mener, at turismen har en positiv påvirkning udvalgte restauranter og spisesteder

52% mener, at turismen har en positiv påvirkning udbud af naturaktiviteter

67% er stolte af, at turisterne har lyst til at besøge deres lokalområde

Response



# BENCHMARK-ANALYSER

21-06-2024

# Benchmark-analyser

## Konkurrentanalyse

København sammenlignet med 9 europæiske storbyer

Turisternes oplevelse af at være turist i byerne

Prisniveau

Udvalg af (kultur)aktiviteter

Byernes fokus på bæredygtighed

## Kendskabsanalyse

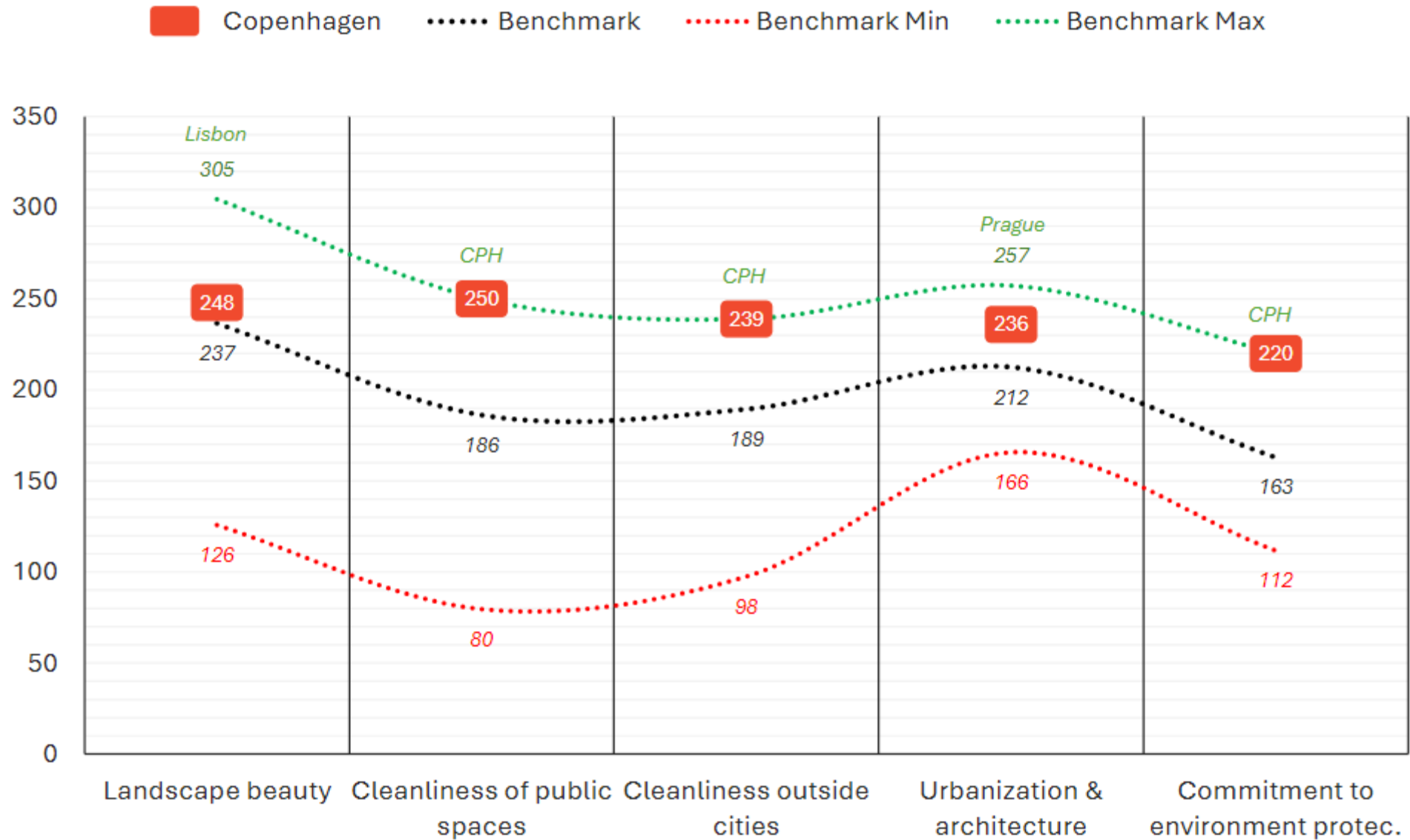
København sammenlignet med 7 europæiske storbyer

Rejseadfærd/-præferencer

Associationer med byerne (bæredygtighed, natur, gastronomi mm.)

# Environment

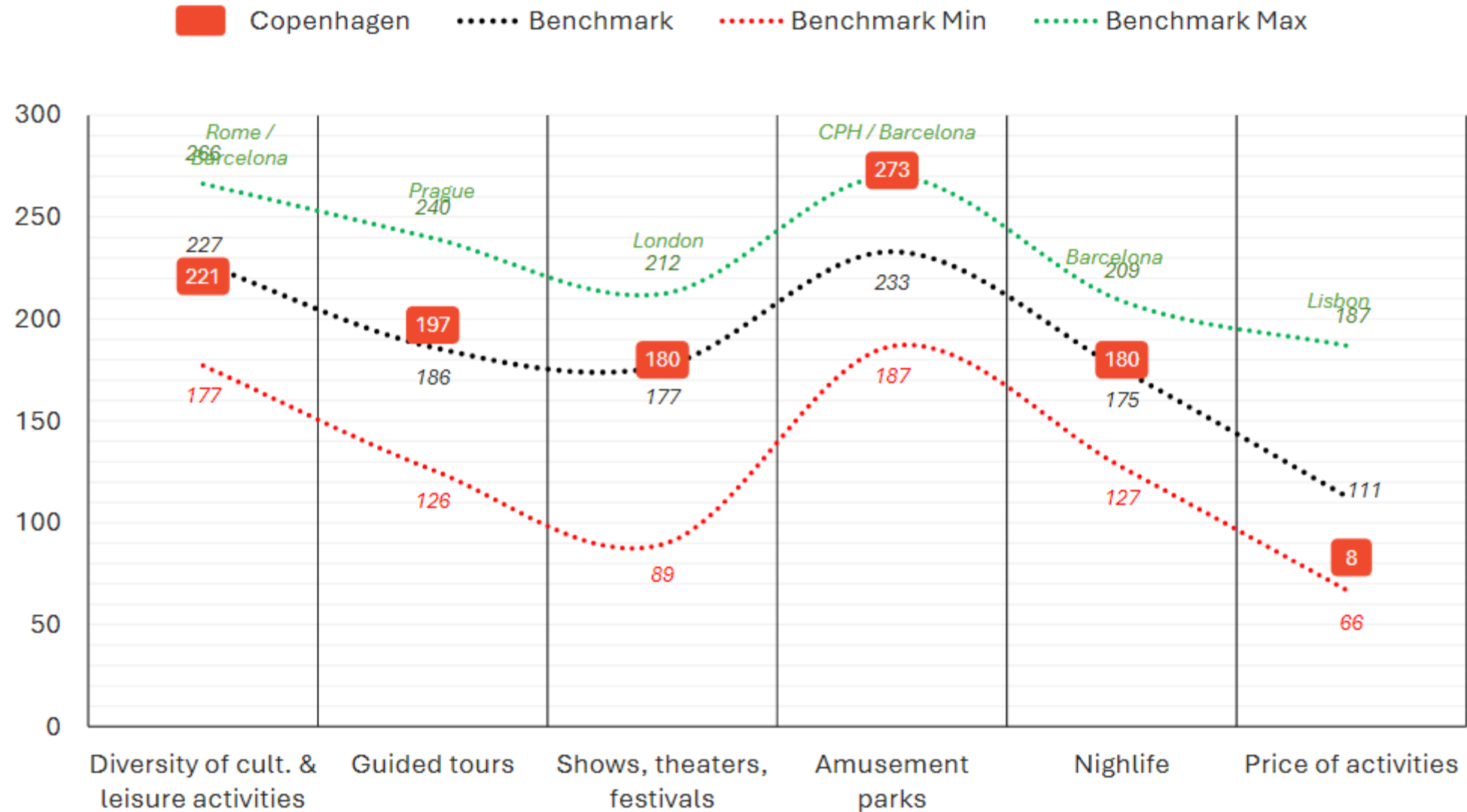
## COMPETITIVE ANALYSIS



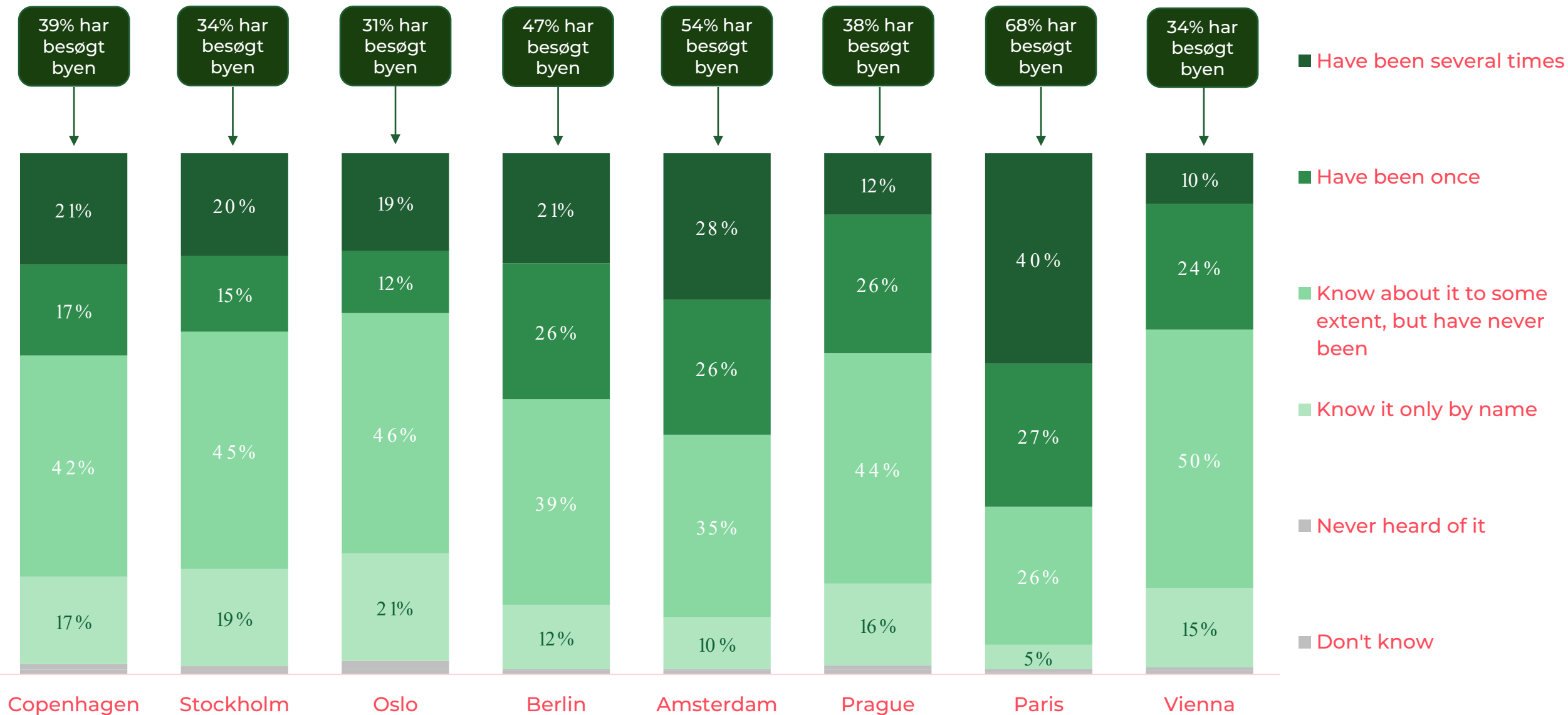


# Culture & Leisure

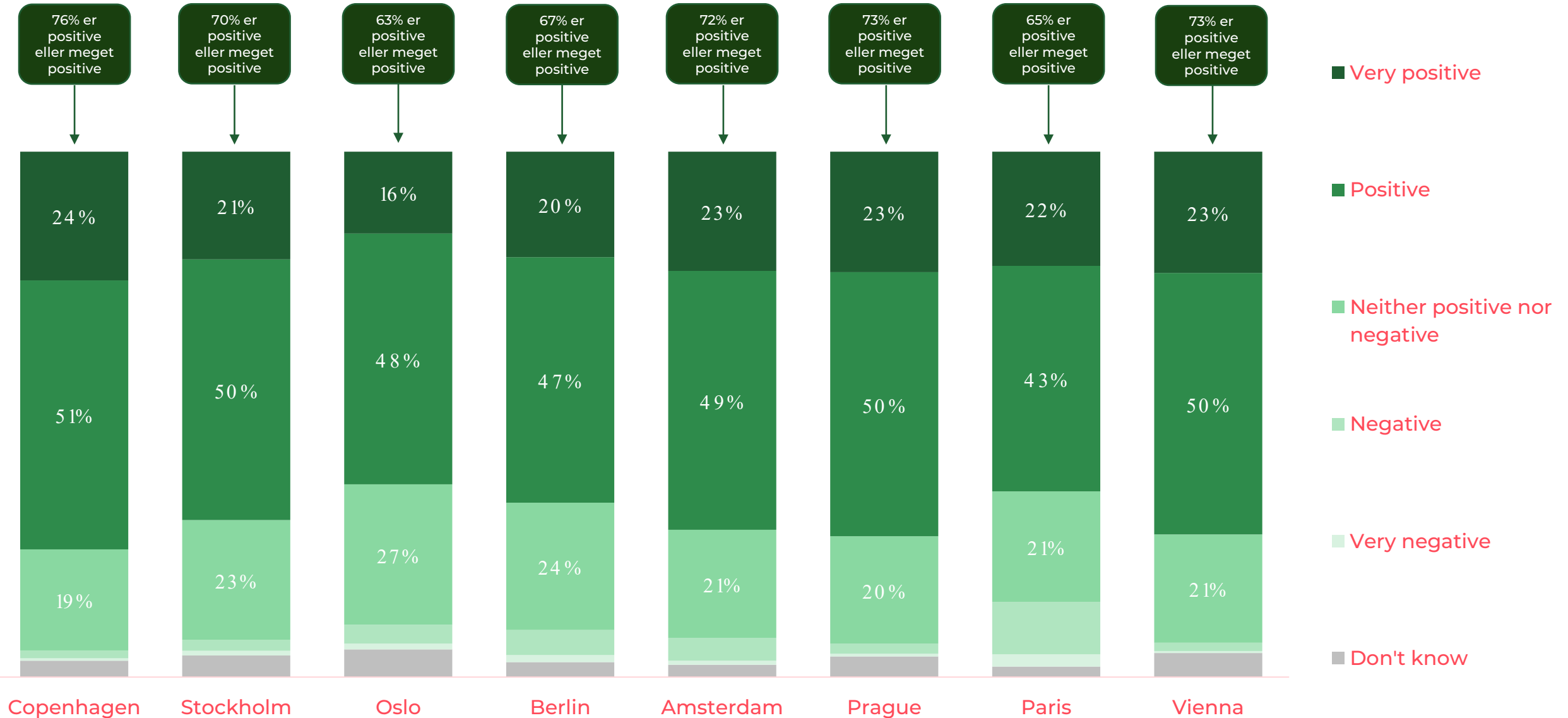
## COMPETITIVE ANALYSIS



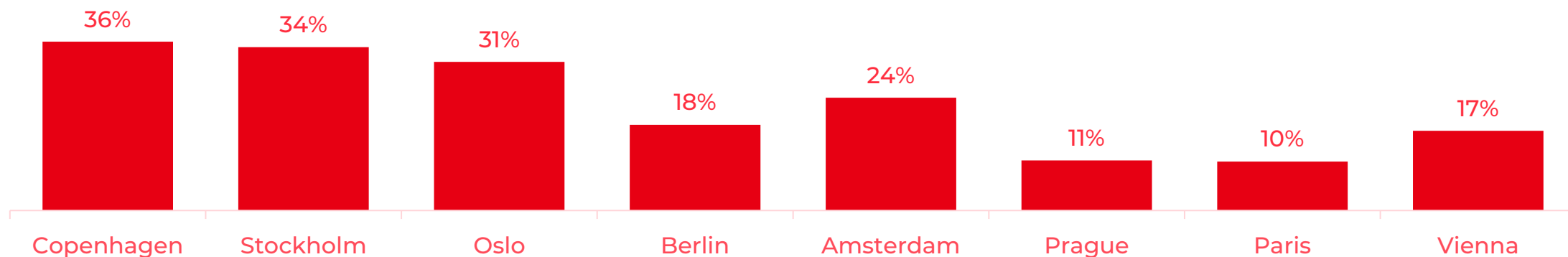
# KENDSKAB TIL UDVALGTE BYER



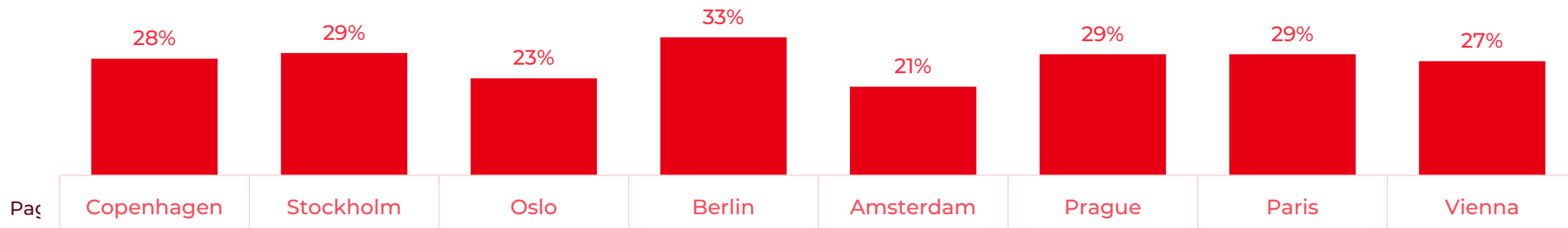
# INDTRYK AF UDVALGTE BYER



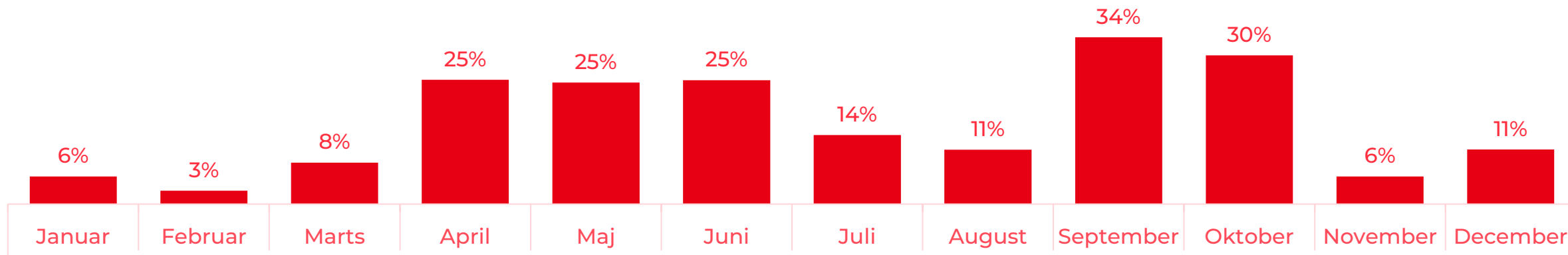
# HVOR MANGE ASSOCIERER ET BÆREDYGTIGT OMDØMME MED DE UDVALGTE BYER?



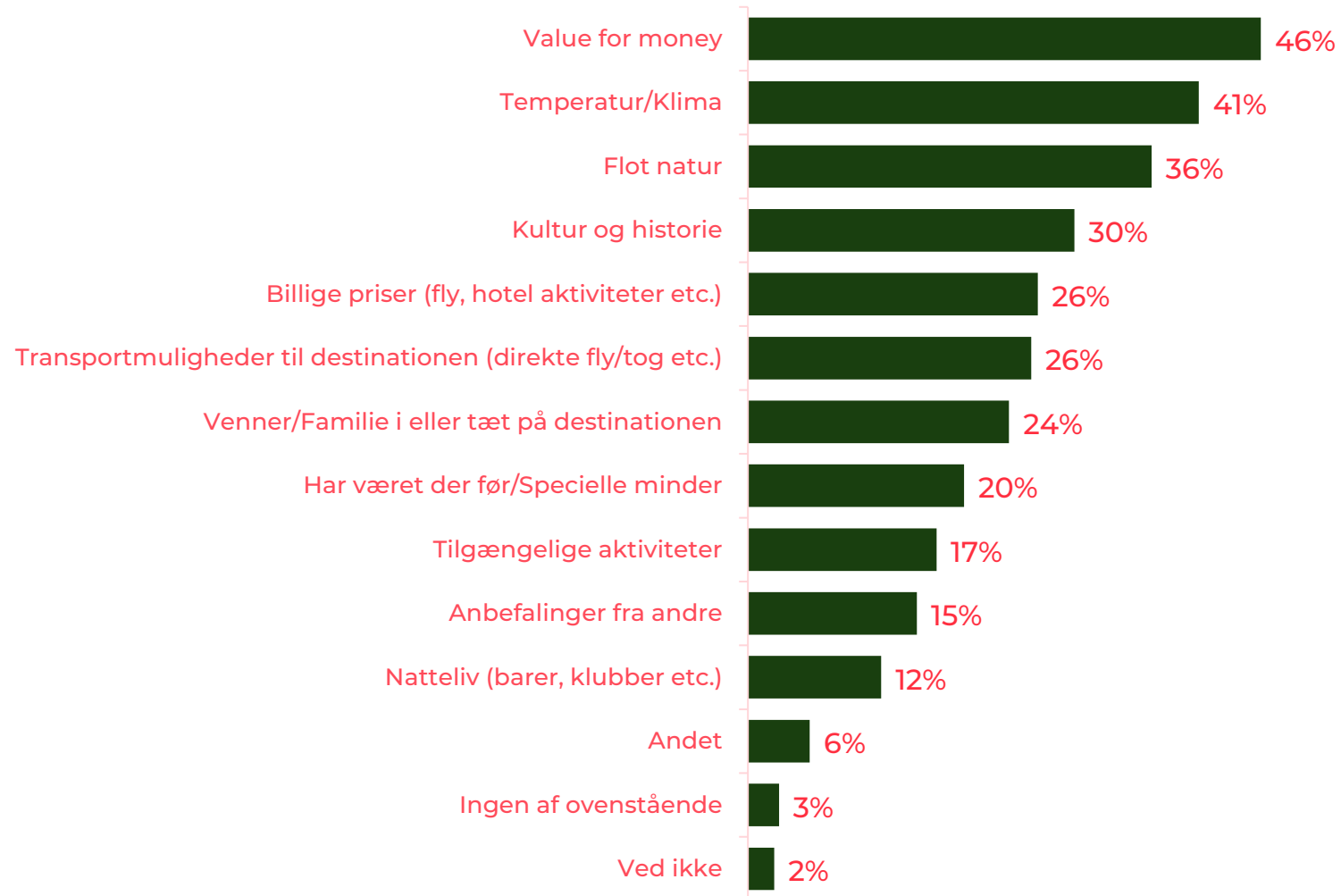
# HVILKE BYER VILLE NEDERLANDENE OVERVEJE AT BESØGE INDENFOR DE NÆSTE 12 MÅNEDER?



# HVILKEN MÅNED PLANLÆGGER NEDERLANDENE AT BESØGE KØBENHAVN?



# REJSEMOTIVATIONER SAMLET (DANSK)



# TURISTUNDERSØGELSER



# TURISTUNDERSØGELSE

Gennemført 2014, 2017, 2022, 2025 etc.  
Som udgangspunkt hvert 3. år  
Forsinket pga. corona

Gennemføres af VisitDenmark

Mange forskellige emner

Døgnforbrug

Opholdslængde

Rejsekomposition

Rejseadfærd og -præferencer

Gennemføres på overnatningssteder på tværs af landet

Data specifikt for København by

Sammenligneligt med andre områder

## BOOKINGHORIZONT

**63,6 nætter**

62,7 nætter i 2017

71,1 nætter i 2014

## DØGNFORBRUG

**1.900 kr.**

1.950 kr. i 2017

1.600 kr. i 2014

## GENNEMSITLIG OPHOLDSLÆNGDE

**2,45 nætter**

2,45 nætter i 2017

2,49 nætter i 2014

## Mini-TU

8 markeder, 300 respondenter hver

Undersøgelsen gennemføres hvert kvartal i 4 kvartaler

Forlænges potentielt afhængig af behov og feedback

Kan ses som en forlængelse af turistundersøgelsen.

Data er ikke tilgængelig endnu



# STATISTIK

# STATISTIK OG RESEARCH PLATFORME

## Danmarks Statistik

Befolkningstal

Beskæftigelsestal

Overnatningskapacitet

Overnatninger per marked/rejseformål  
(ferie/forretning)

## TourMIS

Overnatningsstatistik for Europæiske byer

Selvrapportering, forsinkelse

39-94 byer

## Benchmarking Alliance

Hoteldata (RevPAR, belægning, priser etc.)

Selvrapportering

Eurostat, UNWTO, SkyScanner, Forward Keys  
m m .

Diverse (inter)nationale statistikbanker med data  
relevant for turismen

# OMRÅDESPECIFIKKE ANALYSER



# WONDERFUL COPENHAGENS VIDENSSITE

## Få svar på dine spørgsmål om turismen i København

Hvor mange  
turister er der i  
København?

Hvilken  
økonomisk  
betydning har  
turismen for  
København?

Hvem er turisterne  
i København?

Hvor tager  
Turisterne hen?

Hvem er  
Københavns  
konkurrenter?

Hvad gør  
København for at  
blive bæredygtig?

Hvad er de lokales  
holdning til  
turisme?

Hvor mange  
krydstogtgæster  
kommer til  
København?



## Filtrer efter:

### Type

- Rapporter (18)
- Kulturturisme værktøjer (15)
- Kulturturisme analyser (9)

### Themes

- COVID-19 (3)
- Culture (1)
- Demographics (1)
- Sustainability (1)
- Transportation (2)
- Samfundseffekt (11)

+ [Vis mere](#)

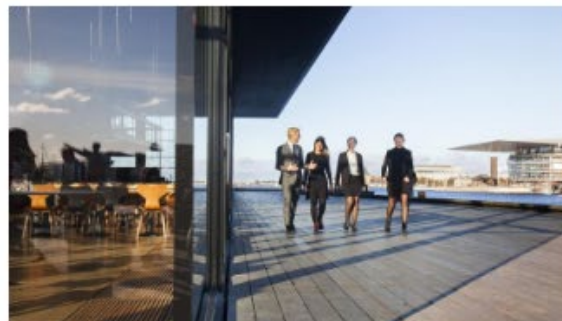
### Language

- Dansk (30)
- Engelsk (1)

### Year

- 2023 (7)
- 2022 (2)

10 af 64 emner



Rapporter 29.05.2024

### Erhvervsturismens økonomiske betydning i de fire storbyer, 2021

Udarbejdet af: VisitDenmark for Wonderful Copenhagen. August 2023

→ [Se mere](#)



Rapporter 29.05.2024

### Turismens økonomiske betydning i Wonderful Copenhagen 2021 Region Hovedstaden Uden Bornholm

Udarbejdet af: VisitDenmark for Wonderful Copenhagen. August 2023

→ [Se mere](#)



Rapporter 29.05.2024

### Storbyturismens økonomiske betydning i Danmark, 2021

Udarbejdet af: VisitDenmark for Wonderful Copenhagen. August 2023

→ [Se mere](#)



Rapporter 22.05.2024

### Turismen i Helsingør

Turismens økonomiske betydning i Helsingør

→ [Se mere](#)

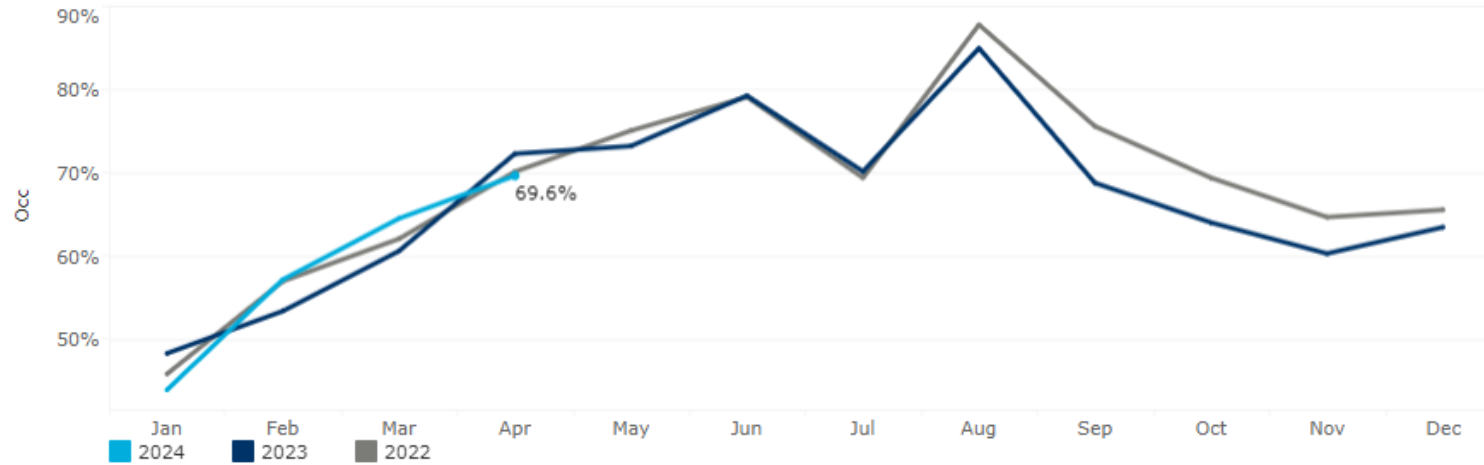
# Copenhagen Tourism Performance

< **STVR Occupancy** STVR ADR STVR RevPAR Visitor Trends Air Travel >

## Short Term Vacation Rental Occupancy (Occ)

Occupancy by month, Copenhagen

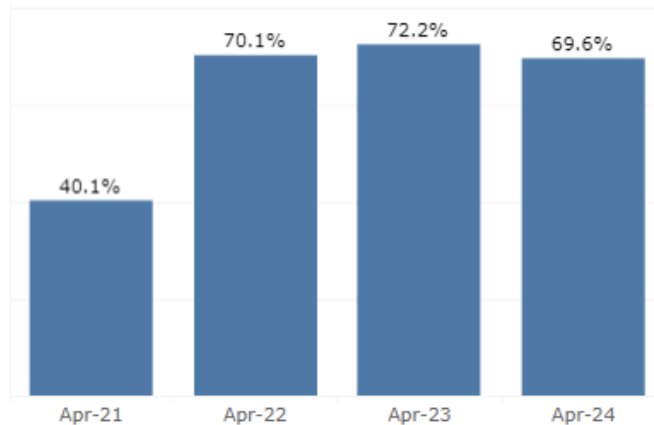
Market:  Year Filter:



Source: AirDNA

## Occupancy, Long-Term Trend

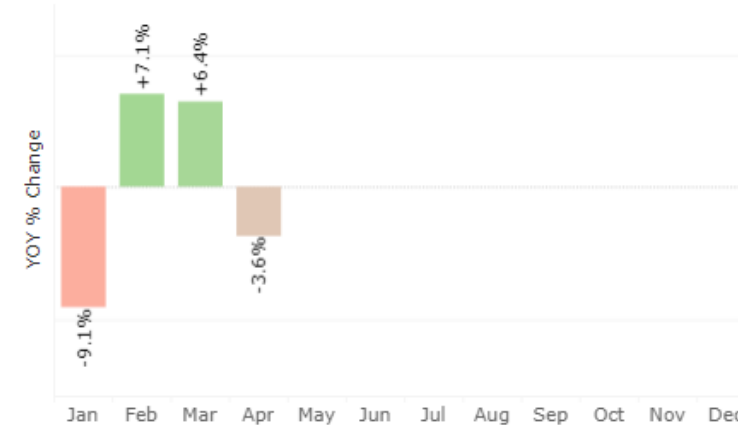
short term vacation rental occupancy, Copenhagen



Source: AirDNA

## Occupancy Recovery

% change, Copenhagen



Source: AirDNA



Filterpanel

# Bednights in Landsdel Byen København jan - dec 2023 compared to 2019



Total  
**11,666,250**  
(+21.3%)



Domestic  
**4,897,019**  
(+39.23%)



International  
**6,769,231**  
(+10.96%)

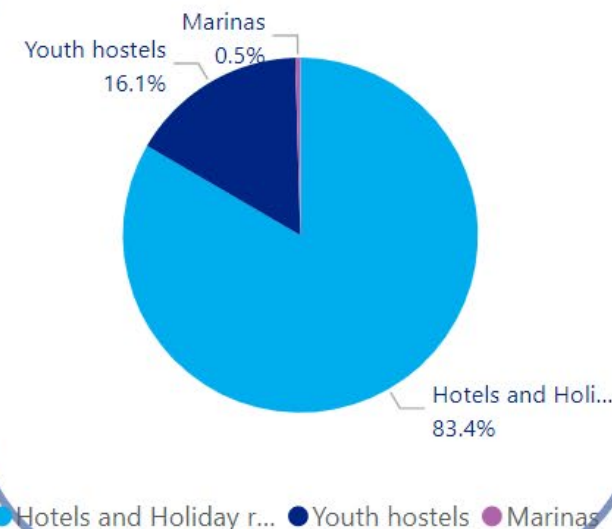


Business  
**3,248,735**  
(+3.53%)



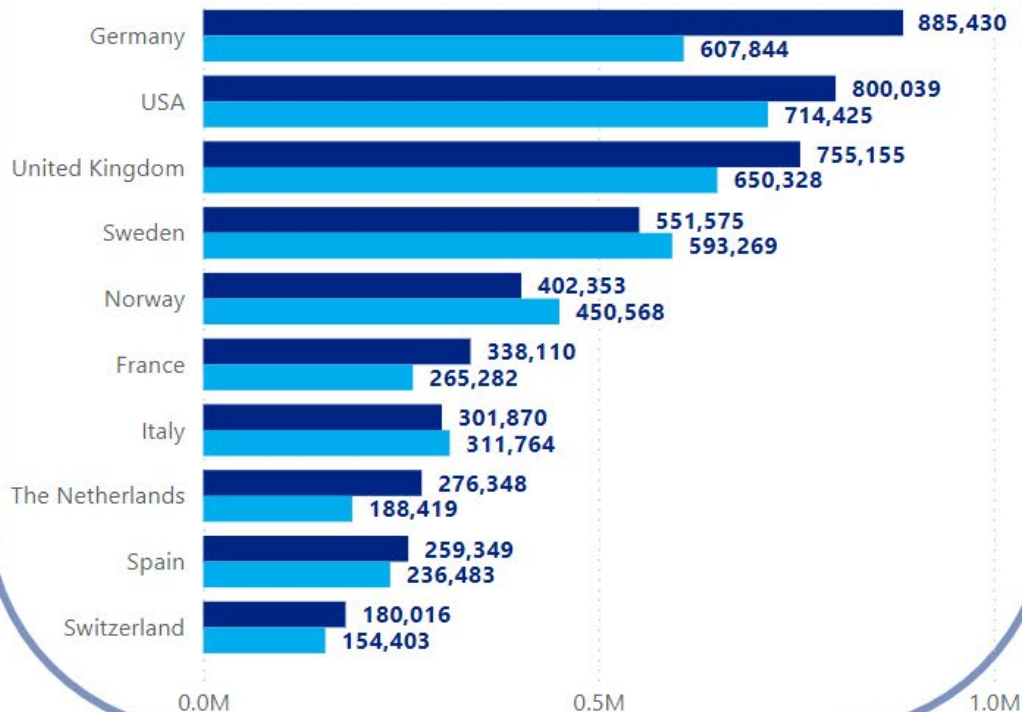
Leisure  
**6,313,571**  
(+28.45%)

Type of accomodation %share of bednights



Top 10 markets

● 2023 ● 2019



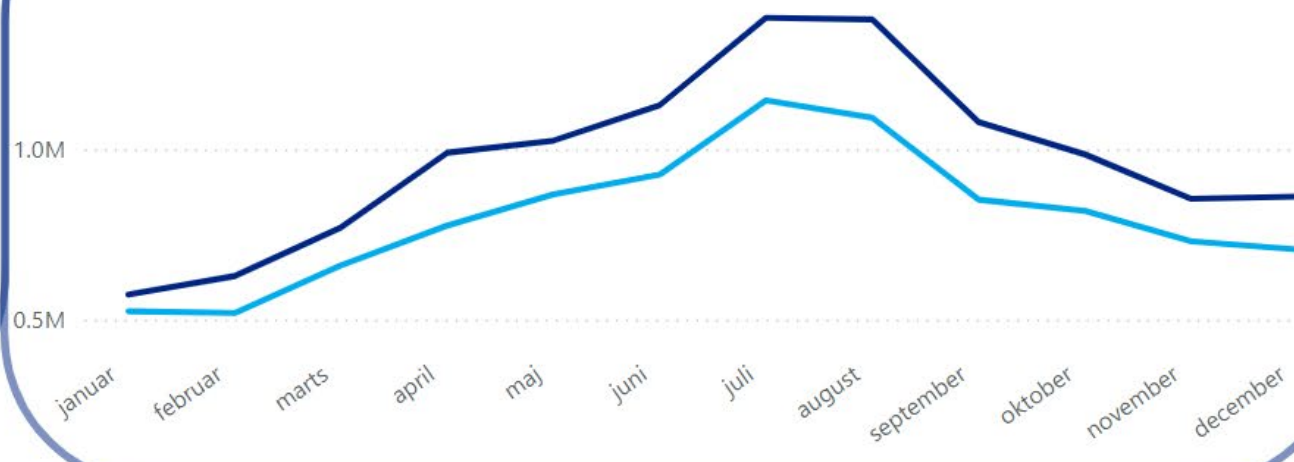
Number of Hotels  
**113**  
(+11)



Number of Hotel Rooms  
**23,906**  
(+25.4%)

Monthly bednights

● 2019 ● 2023



# COPENHAGEN CARD

# Copenhagen Card

City card udbudt af Wonderful Copenhagen

~90 attraktioner

>1,6 mio. besøg i attraktioner per år

Registrering af besøg i attraktioner

Brug af attraktioner i byen

Gruppering af besøgende i tematiske / geografiske grupper

Beregning af mest populære ruter mellem attraktioner

Løbende brugersurvey

~3.600 respondenter siden september 2023

Tilfredshed med CopenhagenCard

Rejsedfærd ifm. ferie i København

Løbende ad-hoc spørgsmål



# KVALITATIVE UNDERSØGELSER

# Seneste kvalitative undersøgelser

## Vinterturisme

Hvordan oplever gæster København som vinterdestination?

Hvilke oplevelser ønsker de om vinteren?

Udarbejdelse af tre segmenter om blev identificeret på tværs af vinterbesøgende

## Barriereanalyse

Hvordan bruger gæsterne København under deres besøg?

Rejser de udenfor Indre by/udenfor København by?

Hvilke barrierer er der for at rejse udenfor bydelen/byen?

Udarbejdelse af tre segmenter som blev identificeret på tværs af respondenter

# **VORES KOMPETENCER I ANALYSE**



# Wonderful Copenhagens analytiske kompetencer

## Dataindsamling

Spørgeskemaundersøgelser

Interviews

Fokusgrupper

Webscraping

## Dataanalyse

Statistik analyse af data

Forecasting

Effektberegning

Programmering (Python, DAX)

## Visualisering og aktivering af data

PowerBi

## Automatisering af processer

Python script til formattering, opdatering og lagring af data

Cloud setups til "always-online" dataløsninger

PowerBi til visualisering og aktivering af data

## AI

Custom chatbots (work-in-progress)



# SPØRGSMÅL

(MHA@WOCO.DK)

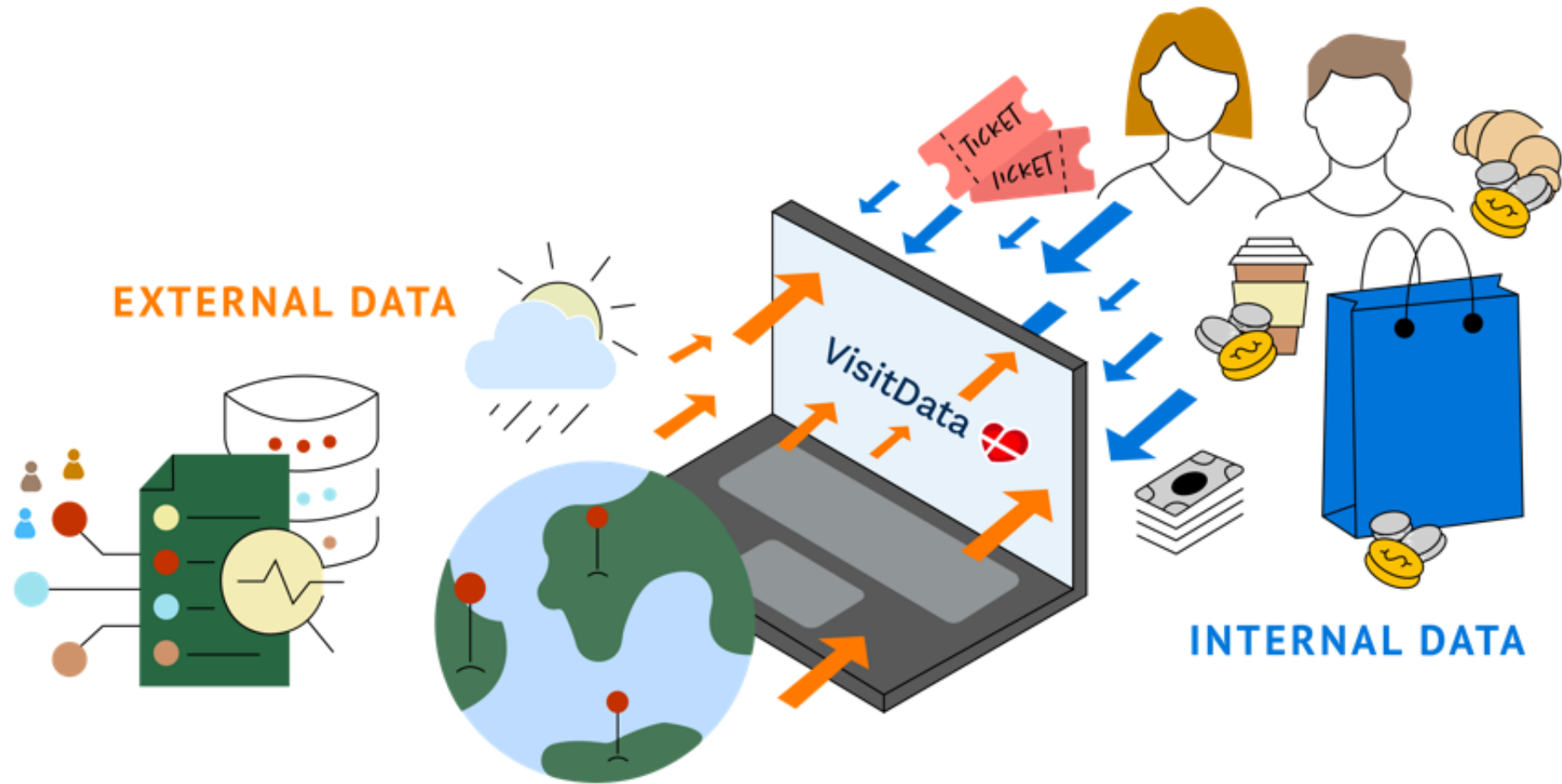
# VISITDATA COPENHAGEN HVAD ER DET?

# Formål med Visitdata

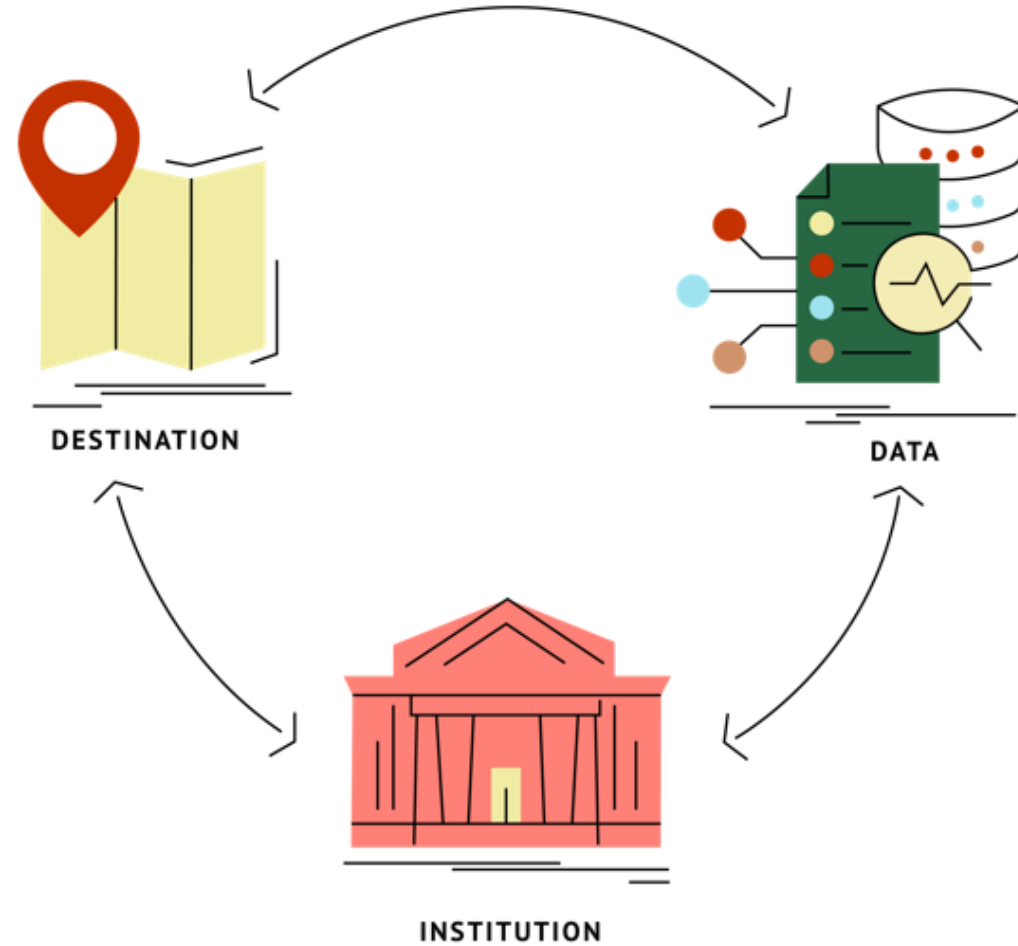
- at forankre en fælles, national dataplatform, der skal understøtte det danske turismeerhverv og destinationsselskaberne i at anvende data til strategisk udvikling.

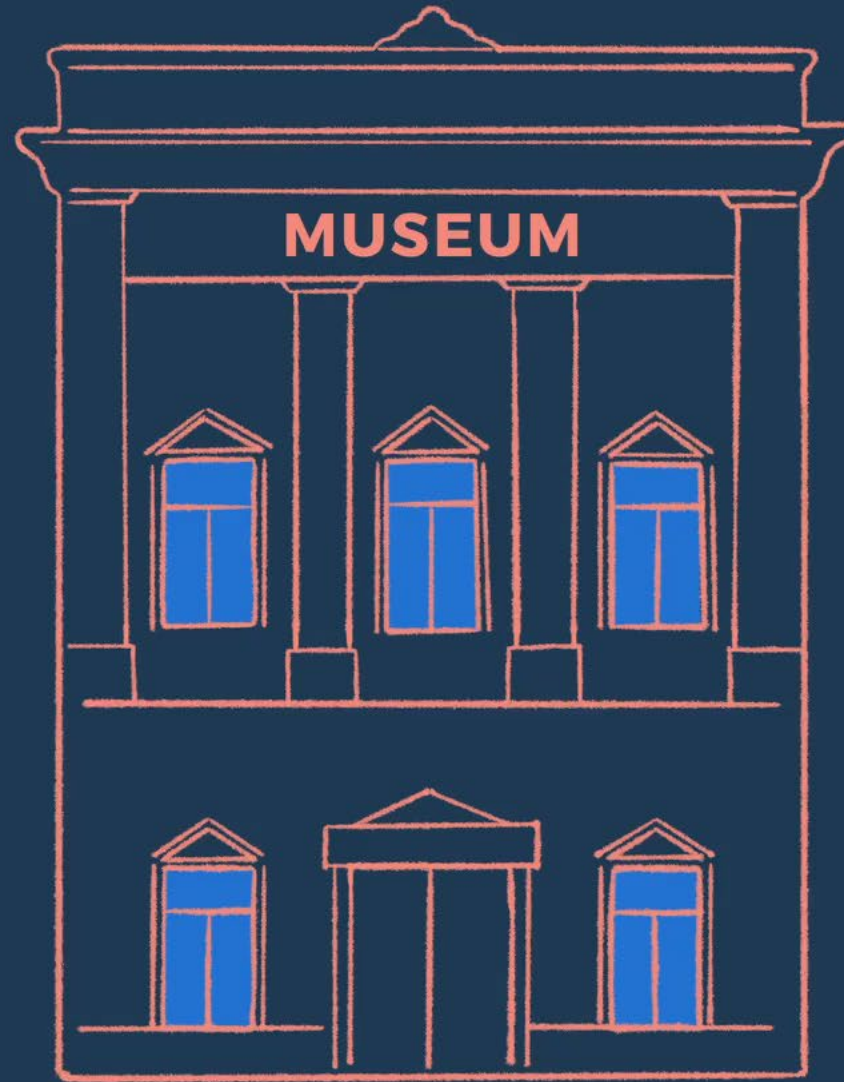


# FRA DATA TIL INDSIGTER



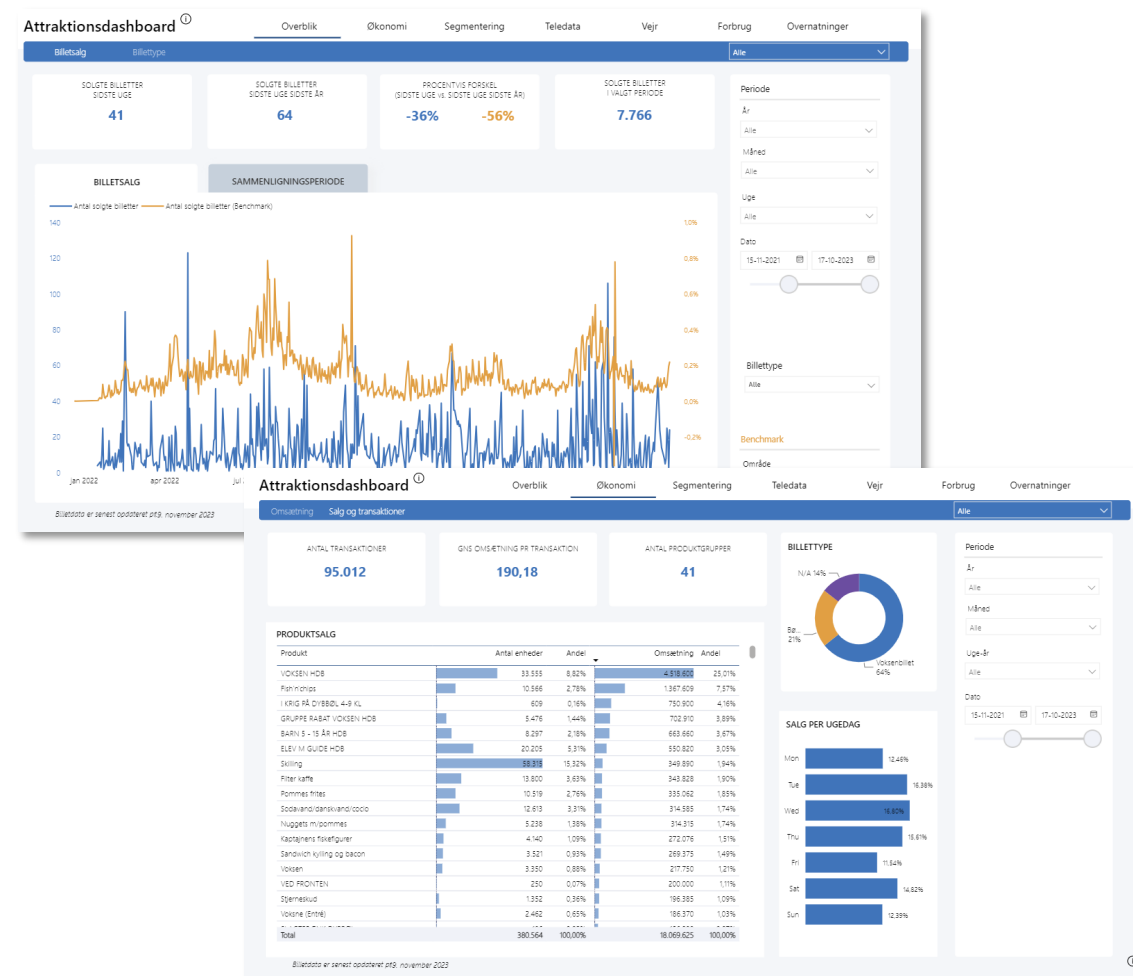
**2+2=5**





# BENCHMARK OG INDSIGTER

- Billetsalg
- Salg fra café, butik
- m.v.
- Demografiske data
- Vejrdata
- Forbrugsdata
- Telekomunikationsdata
- Mv.





[Billetsalg](#)
[Billettype](#)
[Alle](#)

SOLGTE BILLETTER  
SIDSTE UGE

**136**

SOLGTE BILLETTER  
SIDSTE UGE SIDSTE ÅR

**215**

PROCENTVIS FORSKEL  
(SIDSTE UGE vs. SIDSTE UGE SIDSTE ÅR)

**-37%**

**-40%**

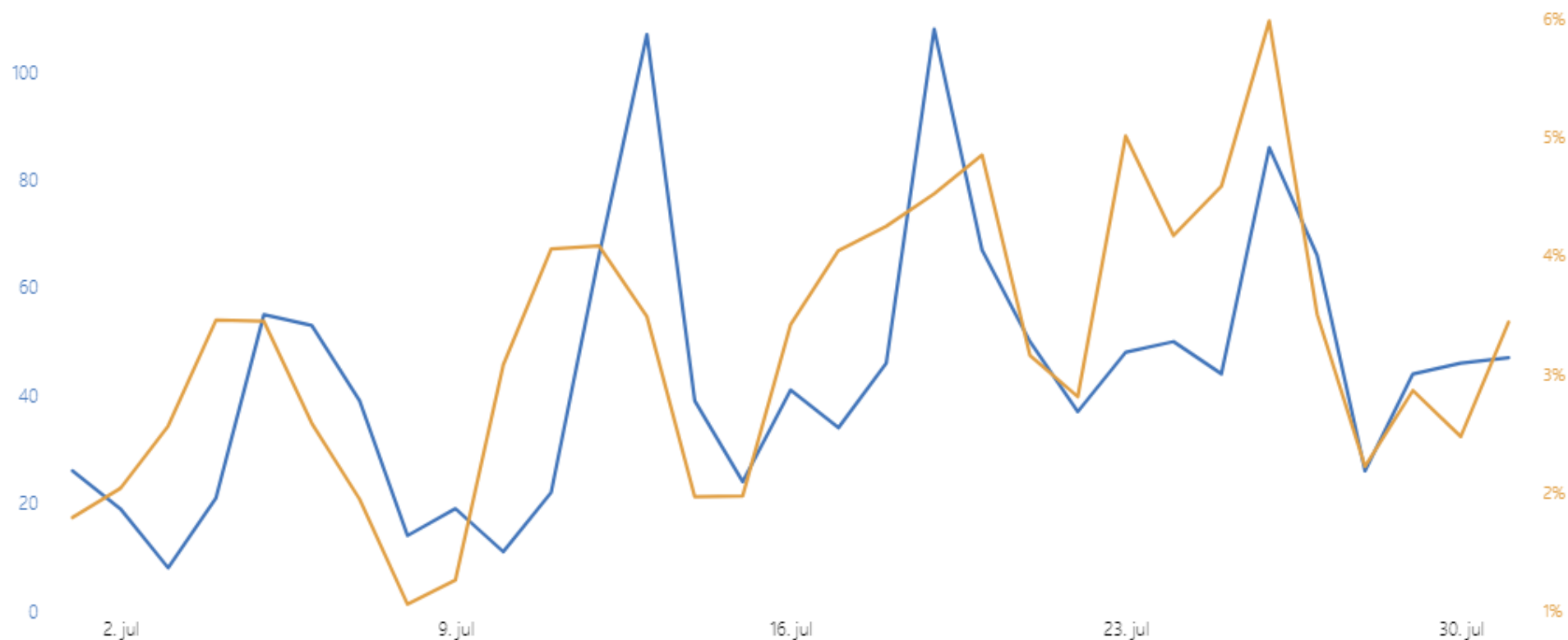
SOLGTE BILLETTER  
I VALGT PERIODE

**1.363**

BILLETSALG

SAMMENLIGNINGSPERIODE

— Antal solgte billetter — Antal solgte billetter (Benchmark)



Periode

År

Alle

Måned

Alle

Uge

Alle

Dato

01-07-2023

31-07-2023

Billettype

Alle

Benchmark

Destination Bench

Destination National

BILLETSAUGS KONVERTERINGSRATE

**0,14 %**

GENNEMSNITLIG BILLET PRIS

**55,68**

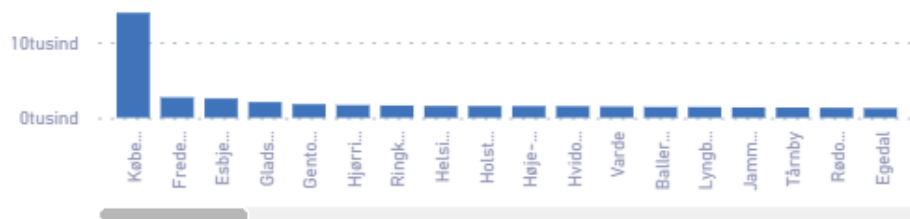
ANTAL PERSONER

**157.516.191**

GNS. PERSONER PER DAG UDEN FOR -

-

## GÆSTEFORDELING



Dato	Grid	Grid nr.	Antal personer
31. juli 2023	1078 Kongsvænget	10506	695
31. juli 2023	1096	11160	1.358
31. juli 2023	10iCampus	3679	1.272
31. juli 2023	1163 Glostrup Betonfabrik	10998	1.863
31. juli 2023	1657 Tobias R. trfct	10997	2.253

Periode

År

Alle

Måned

Alle

Uge

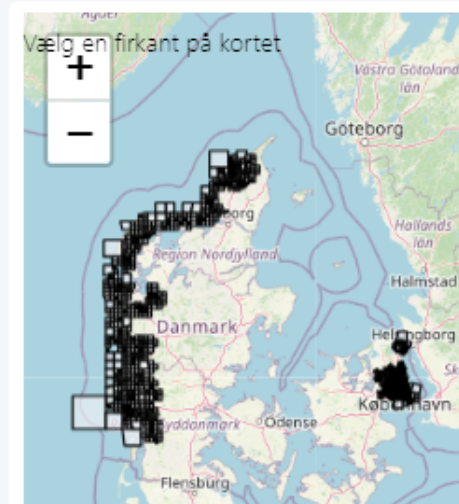
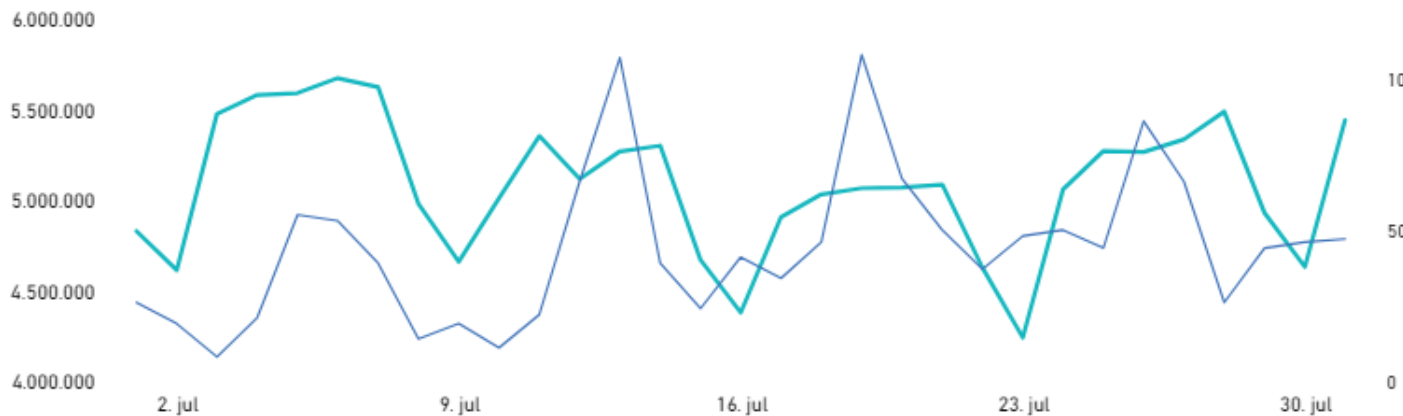
Alle

Dato

01-07-2023 31-07-2023

## SAMMENHÆNG MELLEM ANTAL PERSONER PÅ GRIDS OG SOLGTE BILLETTER

● Antal personer ● Antal billetter



GRIDNIVEAU

Teledata

Kommune

Alle

Kommune (man er vågnet i)

Alle

# Attraktionsdashboard <sup>i</sup>

Overblik

Økonomi

Gæsteoprindelse

Grid nr. 10648  
Antal personer 52.418

Teledata og billet salg

Teledata - Grids

BILLET SALGS KONVERTERINGSRATE

0,14 %

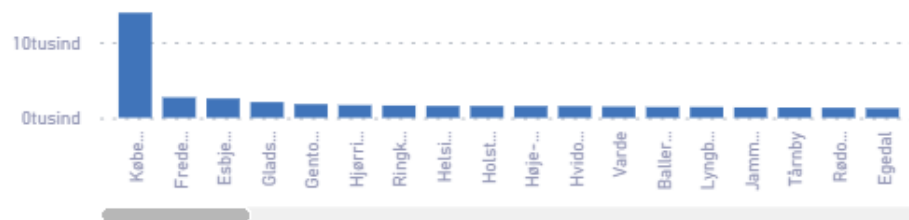
GENNEMSNITLIG BILLET PRIS

55,68

ANTAL PERSONER

157.516.19

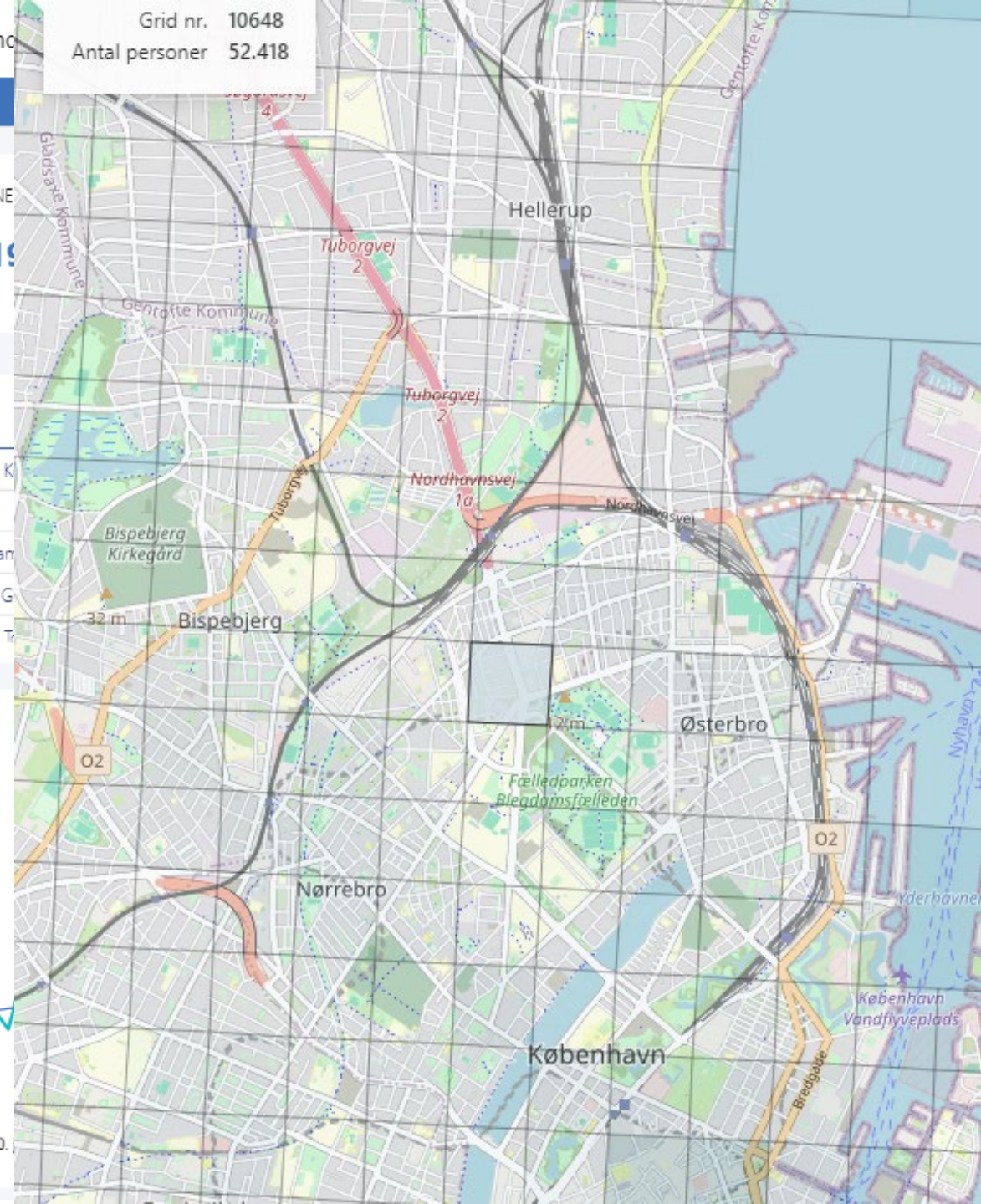
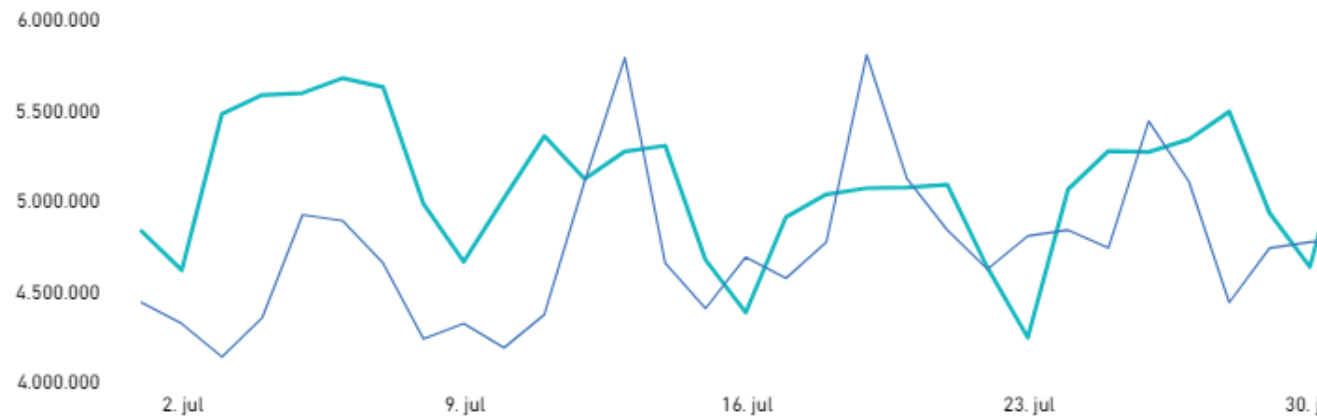
## GÆSTEFORDELING



Dato	Grid
31. juli 2023	1078 K
31. juli 2023	1096
31. juli 2023	10iCan
31. juli 2023	1163 G
31. juli 2023	1657 T

## SAMMENHÆNG MELLEM ANTAL PERSONER PÅ GRIDS OG SOLGTE BILLETTER

● Antal personer ● Antal billetter



# NEXT STEPS

Interesseret? Tag fat  
i Analyse- teamet i WOCO  
...Ellers tager vi fat i dig:-)



# SKAL DIN VIRKSOMHED/ ORGANISATION PÅ VISITDATA?

Eller skriv til  
Mikkel Bjørn Frederiksen  
Senior Manager, Wonderful Copenhagen  
[mbf@woco.dk](mailto:mbf@woco.dk)



# SPØRGSMÅL

# AFRUNDING