

COMEBACK COPENHAGEN 2023

Plan for genopretning af
hovedstadens turisme







INDHOLD

Forord	6
Introduktion	8
Ambition 1 Turismen tilbage på vækstsporet	12
Ekstraordinær fælles markedsføring af hovedstaden	16
Maksimal værdiskabelse ved events	18
Genetablering og fastholdelse af internationalt rutenetværk til Københavns lufthavn	20
Tiltrækning af arbejdskraft og nye kompetencer til turismebranchen	22
Ambition 2 Omstilling til en ny markedssituation	24
Copenhagen Travel Lab skal styrke omstillingen af turismeerhvervet	26
Omstilling og opgradering af hovedstadens kongrestilbud	28
Ambition 3 Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere	30
Borgere og lokale involveres i turismeudviklingen	32
Tættere samspil mellem storby-, kyst-, kultur- og naturturisme i hovedstadsregionen	34
Verdensklasse gastronomioplevelser	36
Stærkere kulturtilbud gennem øget internationalisering	38
Ambition 4 En førende grøn turistdestination	40
Hovedstaden forrest på bæredygtighed	42
Bæredygtigt krydstogt	44

FORORD

Hvor skal du hen på ferie? Et spørgsmål, vi ofte stiller hinanden med stor nysgerrighed. Og ikke uden grund: At rejse giver os oplevelser. At opleve verden binder os sammen. "At rejse er at leve", som H.C. Andersen så fint skrev det engang. Man kan sige, at turismen giver os noget at se tilbage på, grine af og mindes, men turismen er mere end det. Det er også et vigtigt erhverv – både ude i verden og herhjemme, hvor Danmark og København er attraktive rejsemål, som folk fra hele verden besøger.

København er kåret til den bedste storby i verden at besøge, Nørrebro er udnævnt til verdens fedeste bydel, og byens restauranter høster år efter år international hæder. Alligevel har pandemien ramt hovedstadens turisme særligt hårdt, primært fordi de internationale turister ikke har kunnet rejse hertil i samme omfang som tidligere, mens turismen i store dele af landet er lykkedes med at komme tilbage på 2019-niveau.

Inden corona-pandemien brød ud, slog turismen i hovedstaden rekord og skabte 53 mia. kr. i årlig omsætning. Derfor har Danmark brug for, at hovedstadens turisme hurtigt kommer på fode igen. Både af hensyn til den vækst, turismen bringer med sig, men også fordi udviklingen af hovedstadsturismen skaber et levende og mangfoldigt udbud af kulturoplevelser, restauranter og butikker til glæde for byens borgere, samtidig med at København bliver et globalt udstillingsvindue for bæredygtighed og grønne løsninger. Derfor har vi lavet en fælles plan for genopretning af hovedstadens turisme i de kommende år, som både skal sætte gang i turismen her og nu, og udvikle hovedstaden som en attraktiv og bæredygtig turistdestination på sigt.

Med planen opstiller vi fire overordnede ambitioner, der skal sætte retning for udviklingen i hovedstadens turisme i de kommende år:

-  Turismen tilbage på vækstsporet
-  Omstilling til en ny markedssituation
-  Turisme til gavn for hele hovedstaden og hovedstadens indbyggere
-  En førende grøn turistdestination

Planen afspejler, at hovedstadens turisme er kompleks, og at der skal flere indsatser til for at genoprette den. Initiativerne udgør således et samlet hele med fokus på de mange forskellige aktører og led i den brede værdikæde, der til sammen udgør hovedstadens turismeerhverv. Planen bygger oven på den eksisterende turismeindsats og er udarbejdet på baggrund af en bred inddragelse af virksomheder, organisationer m.fl. Den er muliggjort af særlige genopretningsmidler afsat af regeringen og et bredt flertal af Folketingets partier suppleret med midler fra Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen.

Aktiviteterne i planen kan ikke kompensere for eller genoprette det fald i hovedstadens turismeomsætning, som pandemien har bragt med sig. Men planen kan give turismen et løft og sætte gang i en positiv udvikling.

Turismens vej til at skabe vækst og velstand er også vejen til at styrke hovedstadens position internationalt. Det er vejen til at genoprette og udvikle hovedstadens turisme i balance med miljøet, klimaet og dagligdagen for os, der er så heldige at nyde godt af hovedstaden hver dag.

Hvor var du på ferie? Hvor var du til kongres? Hvor går turen hen næste gang? Sådan går snakken også i Boston, Berlin og Beijing. Og her skal svaret være: "København – og nu skal du bare høre..."

Simon Kollerup
Erhvervsminister

Sophie Hæstorp Andersen
Overborgmester
Københavns Kommune

Peter Højland
Bestyrelsesformand
Wonderful Copenhagen

INTRODUKTION

Siden COVID-krisens begyndelse i 2020 har regeringen sammen med Folketingets partier, Københavns Kommune, VisitDenmark og Wonderful Copenhagen arbejdet på, at hovedstadens turisme kom bedst muligt ud på den anden side. Der er bl.a. udbetalt mere end 10 mia. kr. i kompensation til turismevirksomheder i hovedstadsområdet, der er oprettet puljer for trecifrede millionbeløb med turismeerhvervet som målgruppe, og der er blevet søsat en lang række konkrete initiativer til genrejsning af hovedstadsturismen, ikke mindst genopretningsplanen Comeback Copenhagen 2021. Det er med dette afsæt, at Comeback Copenhagen 2023 skal bidrage til at bringe væksten tilbage til hovedstadens turisme, og forløse det potentiale, der ligger i at gøre væksten mere bæredygtig.

Planen indeholder fire langsigtede ambitioner, som bliver retningsgivende for udviklingen af hovedstadens turisme i de kommende år. For at indfri ambitionerne igangsættes 12 initiativer som gennemføres i 2022-2023 og som hver især bidrager til realiseringen af minimum én ambition. Der er endvidere fastsat en række ambitiøse pejlemærker for arbejdet med udviklingen af turismen. Disse kan ikke indfries med denne plan alene, men kræver bl.a., at hele den værdikæde, der udgør hovedstadsturismen, i fællesskab trækker i samme retning.

Initiativerne skal skabe omsætning her og nu, men de skal også udgøre et samlet hele, som skal skabe og præge den langsigtede udvikling, der er nødvendig for, at hovedstaden kan fastholde sin konkurrencedygtighed og blive en førende grøn turistdestination, hvor både borgere og besøgende føler sig hjemme. Det er med andre ord et centralt mål for planen, at hele hovedstadsturismens værdikæde bidrager til og indgår i den grønne omstilling.

Hovedstadens turisme kort fortalt

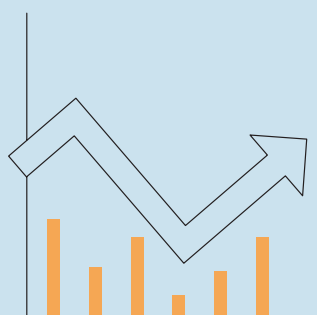
- I 2019 slog turismen i hovedstaden rekord med 12,4 mio. kommercielle turistovernatninger, heraf 7,0 mio. udenlandske og 5,4 mio. danske.
- De største markeder var Tyskland (863.000), USA (740.000), og Sverige (713.000).
- Hovedstadens turister forbrugte for 53 mia. kr., heraf 28,6 mia. kr. i udenlandsk forbrug (eksport).
- Turismeforbruget skabte 62.000 fuldtidsstillinger, svarende til 5,8% af alle beskæftigede i hovedstaden.
- Hovedstaden havde i 2019 godt 20% af overnatningerne og skabte knap 40% af omsætningen i dansk turisme.

COVID har ramt hovedstadens turisme hårdt:

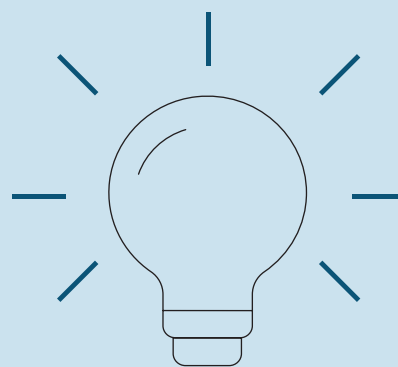
- Fra marts 2020 til december 2021 har hovedstaden tabt 11,9 mio. overnatninger – svarende til et tab på 48,2 mia. kr. i omsætning, hvilket svarer til 56.000 fuldtidsstillinger.
- I 2021 har hovedstaden 40% færre overnatninger end i 2019, mens resten af Danmark er tilbage på 2019-niveau.

Comeback Copenhagen-planen kan ikke alene kompensere for faldet i hovedstadens turismeomsætning, som er fulgt i kølvandet på COVID-krisen. Men planen udgør et vigtigt bidrag til at bringe turismen tilbage, og lægger sig oven på gangværende indsatser i staten, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen samt det omfattende arbejde med at fremme turismen, der foretages af erhvervsaktørerne i hovedstaden.

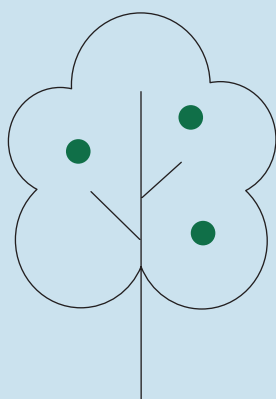
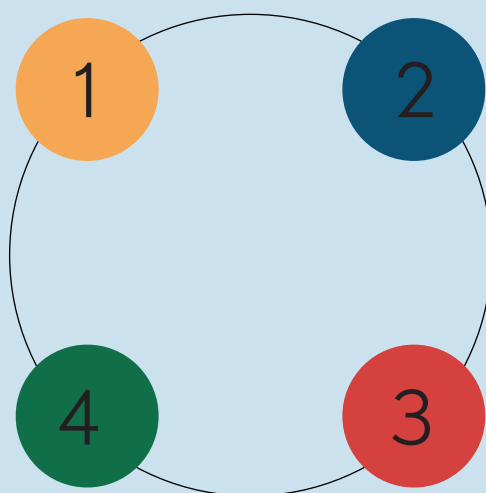
Realiseringen af Comeback Copenhagen 2023 er forankret i Wonderful Copenhagen og vil ske med inddragelse af relevante offentlige og private aktører. Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen vil fortsætte samarbejdet om at følge op på planen og udvikle hovedstadens turisme.



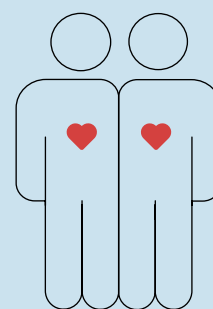
1.
TURISMEN TILBAGE
PÅ VÆKSTSPORET



2.
OMSTILLING TIL EN NY
MARKEDSSITUATION



4.
EN FØRENDE GRØN
TURISTDESTINATION



3.
TURISME TIL GAVN FOR
HELE HOVEDSTADEN OG
HOVEDSTADENS INDBYGGERE

Ambition 1
**TURISMEN
TILBAGE PÅ
VÆKST-
SPORET**

INITIATIVER

1.
Ekstarordinær fælles markedsføring af Hovedstaden
2.
Maksimal værdiskabelse ved events
3.
Genetablering og fastholdelse af internationalt rutenetværk til Københavns Lufthavn
4.
Tiltrækning af arbejdskraft og nye kompetencer til turismebranchen

PEJLEMÆRKER

Turismeomsætningen og antallet af turismeovernatninger i hovedstaden skal i 2023 være tilbage på 2019-niveau, og på langt sigt skal hovedstaden bidrage til det nationale mål for turismevækst.

Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli-aug.) skal i 2023 være på niveau med 2019.

De internationale turisters tilfredshed med deres ophold skal i 2023 ligge på niveau med eller bedre end gennemsnittet blandt Københavns vigtigste internationale konkurrentbyer.

Ambition 2
**OMSTILLING
TIL EN NY
MARKEDS-
SITUATION**

INITIATIVER

5.
Copenhagen Travel Lab skal styrke omstillingen af turisme erhvervet
6.
Omstilling og opgradering af hovedstadens kongrestilbud

PEJLEMÆRKER

Den gennemsnitlige tilfredshed med de målrettede omstillingsforløb i 2023-planen blandt deltagende virksomheder og kulturaktører m.fl. er mindst 4 på en 5-punkt-skala.

Ambition 3
**TURISME TIL GAVN FOR
HELE HOVEDSTADEN
OG HOVEDSTADENS
INDBYGGERE**

INITIATIVER

7.
Borgere og lokale involveres i
turismeudviklingen
8.
Tættere samspil mellem storby-,
kyst-, kultur- og naturturisme i
hovedstadsregionen
9.
Verdensklasse gastronomioplevelser
10.
Stærkere kulturtilbud gennem
øget internationalisering

PEJLEMÆRKER

Niveauet for borgerne i Københavns overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv skal være øget ultimo 2023 ift. 2021-niveau.

Den faktiske beskæftigelse i hotel- og restaurantbranchen i København skal ultimo 2023 være tilbage på 2019-niveau.

Antal overnatninger i regionen uden for København skal i 2023 være på niveau med eller højere end i 2019.

Ambition 4
**EN FØRENDE
GRØN
TURIST-
DESTINATION**

INITIATIVER

11.
Hovedstaden forrest på bæredygtighed
12.
Bæredygtig krydstogt

PEJLEMÆRKER

København skal i 2023 være verdens mest bæredygtige turistdestination målt på Global Destination Sustainability Index (GDSI).

75% af hoteller i København skal i 2025 være bæredygtigheds certificerede eller have igangsat processen.

København skal i 2025 være nr. 1 sammenlignet med sine vigtigste konkurrenter, hvad angår de internationale turisters vurdering af destinationen som et miljøvenligt rejsemål.

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.

CENTRALE UDVIKLINGSSPOR

- Hovedstadens turisme skal skabe øget værdi ved at udbygge styrkepositionerne inden for erhvervs- og mødeturisme, krydstogtturisme og eventturisme samt bidrage til at tiltrække talenter og investeringer til Danmark.
- Den internationale tilgængelighed til København skal genopbygges og udvikles – først og fremmest Københavns Lufthavn som nordeuropæisk hub, men også gennem bedre internationale togforbindelser.
- Den bæredygtige vækst skal kunne mærkes hele året og turisterne skal opleve hovedstaden som en helårsdestination, som holder åbent og er attraktiv året rundt.
- Der skal ske en stærk international markedsføring og branding af hovedstaden. København har i en dansk kontekst en særlig status som et stærkt internationalt brand. Brandet skal løbende styrkes med udgangspunkt i hovedstadens særlige styrkepositioner vis-a-vis andre storbyer internationalt. Al international markedsføring af København vil ske inden for den ramme, som det fælles Danmarks-brand udgør.
- Det skal være attraktivt at drive turismevirksomhed i hovedstaden og resten af Danmark, og der skal være gode rammevilkår for turismevirksomheder, der driver ansvarlig virksomhed og bidrager til samfundet.
- Service- og kompetenceniveauet blandt de ansatte i hovedstadens turismeerhverv skal styrkes.
- Der skal sikres kvalificeret arbejdskraft til turisme- og oplevelsesbranchen.

PEJLEMÆRKER

- Turismeomsætningen og antallet af turismeovernatninger i hovedstaden skal i 2023 være tilbage på 2019-niveau, og på langt sigt skal hovedstaden bidrage til det nationale mål for turismevækst.
- Antallet af overnatninger uden for højsæsonen (juli-aug.) skal i 2023 være på niveau med 2019.
- De internationale turisters tilfredshed med deres ophold skal i 2023 ligge på niveau med eller bedre end gennemsnittet blandt Københavns vigtigste internationale konkurrentbyer.



EKSEMPLER PÅ ALLEREDE IGANGSATTE INDSATSER

- Wonderful Copenhagen arbejder i tæt samarbejde med turismeerhvervet kontinuerligt med at tiltrække store internationale kongresser, møder, events og krydstogter til hovedstaden. Indsatsen resulterede i 2019 i ca. 200.000 hotelovernatninger i hovedstaden og over en mio. krydstogtpassagerer i Danmark.
- Både Wonderful Copenhagen og VisitDenmark markedsfører hovedstaden internationalt gennem en lang række forskellige indsatser, herunder løbende digitalt, gennem målrettede kampagner, gennem samarbejder med turoperatører, international presse, mv. I 2021 skrev Wonderful Copenhagen og VisitDenmark en fælles markedsføringsstrategi for markedsføringen af hovedstaden frem til 2023. Strategien sikrer både en tæt koordination og en klar rollefordeling i markedsføringen.
- Wonderful Copenhagen arbejder sammen med Københavns Lufthavne og andre aktører på at tiltrække direkte internationale flyruter til hovedstaden og eksponerer hovedstaden året rundt på hjemmesider mm.
- Københavns Kommune bidrager til at tiltrække talenter til København med modtagelses- og fastholdelsesprogrammer i International House, samt arbejder med at sprede turisternes forbrug til nye sæsoner fx med sæsonguides til københavnere oplevelser uden for højsæsonen.
- Københavns Kommune støtter gennem Festivalpuljen hvert år en række større og mindre festivaler samt idræts- og kulturbegivenheder i hovedstaden. Dertil understøtter kommunens megaeventpulje tiltrækning af store sports- og kulturbegivenheder til København, til gavn for både borgere, foreninger og erhvervsliv.
- Regeringen har iværksat en række tiltag for at styrke turismen i Danmark, bl.a. med sommer- og erhvervspakken, hvor der blev afsat 295 mio. kr. til at sætte gang i turismen efter krisen.
- Regeringen har indgået aftale om en ambitiøs reformpakke, der samlet set øger den strukturelle beskæftigelse med 12.000 personer og allerede i de kommende år vil bidrage til at øge arbejdsudbuddet.
- Regeringen har desuden indgået aftale om styrket international rekruttering, som bl.a. afsætter 10 mio. kr. årligt til rekruttering af kvalificeret europæisk arbejdskraft, fx ved etablering af et pop-up rekrutteringscenter i Tyskland. Derudover bliver fast-track ordningen for opholdstilladelse udvidet, så flere virksomheder kan få fleksibel adgang til udenlandsk arbejdskraft. Det bemærkes, at der ikke er flertal bag denne del af aftalen, men at regeringen snarest vil fremsætte lovforslag med udmøntning af initiativerne.

1

EKSTRAORDINÆR FÆLLES MARKEDSFØRING AF HOVEDSTADEN



Initiativ

Der er efter COVID-19 behov for en styrket markedsføringsindsats for at øge tiltrækningen af turister til hovedstaden og for at styrke hovedstadens brand for at få turismen tilbage på vækstsporet. Wonderful Copenhagen og VisitDenmark gennemfører allerede omfattende markedsføring af hovedstaden og Danmark. For at styrke denne indsats iværksætter Wonderful Copenhagen og VisitDenmark en ekstraordinær og koordineret markedsføring af hovedstaden som turistdestination i 2022 og 2023. I 2022 gennemføres en fælles indsats for 45 mio. kr. med en målsætning om privat medfinansiering på minimum 20 pct. af det samlede markedsføringsbudget i 2022 for derigennem at øge markedstrykket og skabe en større effekt.

Aktiviteter 2022-2023

- **Europæiske markeder**
Hovedstaden skal markedsføres på de væsentligste europæiske markeder i takt med at rejsemulighederne og -lysten vender tilbage. Markedsføringen vil blive målrettet Sverige, Norge, Tyskland, Storbritannien, Italien og Frankrig.
- **Oversøiske markeder**
USA var i 2019 Københavns største udenlandske marked. I 2022 vil markedsføringsindsatsen for oversøiske markeder derfor især være målrettet USA, mens også Singapore og Canada vil være en del af indsatsen.
- **Markedsføring af hovedstaden som mødedestination**
Møde- og kongresturismen er en vigtig del af hovedstadens turisme med et stort potentiale. Hovedstaden skal derfor markedsføres som en mødedestination i verdensklasse. Indsatsen vil blive målrettet det danske marked og Sverige, Norge, Tyskland, Nederlandene, Storbritannien og USA.
- **Det danske marked**
Mange danskere har under COVID-19 opdaget hovedstaden som feriedestination, som alternativ til andre udenlandske storbyer. Det skaber potentiale for kortidsferier og weekendbesøg også uden for højsæsonen. Hovedstaden skal derfor markedsføres i Danmark med det formål at fastholde og tiltrække nye danske besøgende året rundt.

Formålet med den ekstraordinære fælles markedsføring af hovedstaden er at styrke Københavns internationale position og tiltrække flere internationale turister til hovedstaden. 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 indsatser, geografier, målretninger, målgrupper mv. og en effektiv anvendelse af offentlige midler. Der vil inden udgangen af 2022 blive udarbejdet en tilsvarende fælles plan for markedsføringsindsatserne for 2023.

Interessenter

Markedsføringen gennemføres af Wonderful Copenhagen og VisitDenmark i et tæt samarbejde med en lang række partnere.

MAKSIMAL VÆRDISKABELSE VED EVENTS



Initiativ

Eventområdet er i en brydningstid, hvor aflysninger har skabt svære kår og stor usikkerhed. Der er en forventning om, at events generelt vil tiltrække færre deltagere og mindre international opmærksomhed. Samtidig står København med den unikke mulighed, at der i de kommende år skal afholdes en række megaevents i København, som har potentiale for at styrke hele hovedstadens eventturisme på sigt – herunder ikke mindst starten af Tour de France i sommeren 2022. Initiativet skal sikre, at hovedstaden får maksimal værdi ud af de store events de kommende år samt at nye, turistrelevante events kommer til. Derved bidrager initiativet til, at hovedstaden fastholder og udbygger sin position internationalt som eventmetropol.

Aktiviteter 2022-2023

- **Maksimal turismeeffekt ved Tour de France i København**
Verdens største cykelløb og en af verdens største tv-begivenheder skydes i sommeren 2022 i gang i København. Gennem internationalt pressearbejde og markedsføring tiltrækkes og inspireres besøgende fra nærmarkeder til et forlænget ophold i København ifm. løbet. Desuden igangsættes en række indsatser med henblik på, at det fulde potentiale af tourstarten realiseres, herunder pressepromovering, city dressing og udarbejdelsen af en digital udgave af enkeltstarten, så den kan opleves på kondicykler ligesom Alpe d'Huez og Mont Blanc.
- **World Capital of Architecture skal cementere Københavns lederrolle inden for bæredygtig byudvikling og arkitektur**
I 2023 er København både vært for verdenskongressen for arkitekter og udråbt som 'World Capital of Architecture'. Gennem international branding af København som arkitekturhovedstad styrkes tiltrækningen af gæster, deltagere og kongresser inden for arkitektur, design og grønt byliv/byrum.
- **Events som platform for øget værdiskabelse**
Gennem samarbejde med erhvervet og erhvervsorganisationer, åbnes de store megaevents i 2022/23 op som anledninger og platforme til promovering af dansk erhvervsliv. Fokus vil være på Sail GP 2022, World Capital of Architecture 2023 og VM Badminton 2023.
- **Øget turismeomsætning gennem megaevents som effektive markedsføringsplatforme**
København er faldet fra en 12. plads i 2020 til en 42. plads i 2021 på international ranking af sportsbyer. For at genvinde positionen som stærk, international eventby gennemføres en øget markedsføring af hovedstaden over for rettighedshavere og den internationale markedsføring af de største events intensiveres over for potentielle besøgende.
- **Midlertidig eventpulje for mindre events**
Der etableres en ny midlertidig eventpulje for mindre events, som kan tiltrækkes og afvikles inden for de kommende år og som har relativ stor turismeomsætning i forhold til investeringen. Målet er at styrke den internationale turismeomsætning fra events allerede i 2022/23.

Interesserter

Wonderful Copenhagen gennemfører aktiviteterne med inddragelse af bl.a. Københavns Kommune, Copenhagen Visitor Service, Erhvervshus Hovedstaden, Copenhagen Capacity, Creative Denmark, VisitDenmark, Dansk Erhverv, Dansk Industri, Eksportforeningen, Destination Fyn, Arkitektforeningen, Sport Event Denmark, UIA verdenskongres, SPARTA, m.fl.

GENETABLERING OG FASTHOLDELSE AF INTERNATIONALT RUTENETVÆRK TIL KØBENHAVNS LUFTHAVN



Initiativ

2 ud af 3 internationale turister i hovedstaden ankom før COVID-19 med fly, og genopretningen af flytrafikken ind og ud af Københavns Lufthavn er dermed helt afgørende for genopretningen af hovedstadens turisme. Samtidig har genopretningen af flytrafikken stor betydning for dansk eksport og økonomi i øvrigt.

Seneste passagertal fra 2021 viser, at COVID-19 har betydet, at 31 flyruter til København er blevet lukket, og at Københavns Lufthavn er blevet overhalet af Oslo som Nordens største lufthavn. Der er dog tegn på, at ruterne begynder at vende tilbage igen, og derfor er der behov for – i samarbejde med flyselskaber, lufthavnen og andre aktører – at udnytte det aktuelle momentum og intensivere arbejdet med at genetablere den internationale tilgængelighed.

Aktiviteter 2022-2023

- **Genetablering og styrkelse af det europæiske rutenetværk til Greater Copenhagen og Danmark**
Programmet 'Greater Copenhagen Connected' har fokus på at tiltrække og fastholde flyruter til hovedstaden. Der gennemføres markedsføringskampagner på de europæiske destinationer med størst værdi for dansk turisme og erhvervsliv i samarbejde med de flyselskaber, der betjener de pågældende ruter.
- **Fastholdelse af vigtige interkontinentale ruter til København og Danmark**
Nem adgang til fjernmarkeder er vigtig for dansk turisme og erhvervsliv. Programmet vil gennem målrettet markedsføring af København fastholde og styrke vigtige interkontinentale ruter.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen i samarbejde med Erhvervsministeriet, Udenrigsministeriet (Invest in DK), Transportministeriet, Københavns Lufthavn, Københavns Kommune, VisitDenmark samt flyselskaber.

TILTRÆKNING AF ARBEJDSKRAFT OG NYE KOMPETENCER TIL TURISMEBRANCHEN



Initiativ

Vækst og udvikling i hovedstadens turisme forudsætter, at turismeerhvervet kan tiltrække og fastholde kvalificeret arbejdskraft. Arbejdsmarkedet inden for turismebranchen i hovedstadsområdet skal derfor omstilles og opgraderes med relevante match-, rekrutterings- og kompetenceudviklingstilbud m.v., og branchens tiltrækningskraft over for potentielle arbejdstagere skal forøges mhp., at branchens arbejdskraftbehov løbende kan tilgodeses.

Aktiviteter 2022-2023

- **Tættere samarbejde mellem turismebranchen og de offentlige jobaktører (Jobcentre)**
Den løbende dialog mellem virksomheder, brancheorganisationer og Jobcentre styrkes i forhold til bl.a. identifikation af arbejdsmarkedsudfordringer og opkvalificeringsbehov m.v. Herudover lanceres diverse jobmatch-initiativer på bl.a. festivaler m.v., som skal skabe forøget synlighed om branchen og dens job- og karrieremuligheder og dermed styrke dens tiltrækningskraft.
- **Forøget fokus på udsøgning, forberedelse og match af ledige**
Der oprettes specifikke kandidatbanker målrettet turismebranchen, der effektivt kan matche ledige borgere, der er motiverede og kvalificerede til at arbejde inden for turismeerhvervet, med relevante job inden for turismebranchen. Supplerende igangsættes, i koordination med udviklingen i turismebranchens efterspørgsel på arbejdskraft, relevante opkvalificeringsindsatser og diverse afdæknings- og motivationsindsatser med det formål at forøge rekrutteringsbasen, herunder en intensiveret indsats i forhold til tiltrækning af svensk arbejdskraft til turismebranchen.
- **Øget motivation til at arbejde inden for turismebranchen**
Der udvikles og gennemføres en kommunikationskampagne, der via konkrete "medarbejdercases" skal informere om turismebranchens job- og karrieremuligheder og motivere til forøget rekruttering til branchen. Samtidig gennemføres en fokuseret indsats i Jobcentrene i forhold til at få ledige borgere til at søge job inden for branchen, og der initieres en dialog med relevante brancheparter om, hvad der kan gøre det mere attraktivt at arbejde inden for turismebranchen, eksempelvis i forhold til arbejdstid og arbejdsmiljø.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Københavns Kommune med inddragelse af øvrige relevante interessenter, herunder Wonderful Copenhagen, turismeerhvervet og branche- og uddannelsesorganisationer.



OMSTILLING TIL EN NY MARKEDSSITUATION

For at stå stærkt i den internationale turisme, skal hovedstadens turisme i de kommende år tilpasse 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.

CENTRALE UDVIKLINGSSPOR

- Hovedstadens turisme skal omstille sig til en ny markedssituation og særlig turismeerhvervet skal være mere innovativt og stærkere digitalt. Viden og data om turismen i hovedstaden skal i højere grad danne grundlag for forretningsudvikling og optimering.
- Databaserede løsninger skal lette turistens adgang til attraktioner, transport m.v. og skabe ny viden om turisternes præferencer og adfærd.
- Hovedstaden skal være førende på at tilbyde løsninger inden for erhvervs- og mødeturisme, der matcher nye behov og præferencer, herunder kombination af virtuelle og fysiske møder, m.v.
- Der skal skabes gode vilkår og incitamenter for udvikling og omstilling af nye turismeoplevelser i hovedstaden og hovedstadens turismevirksomheder skal være bedre til at bruge de offentlige erhvervsfremmeordninger.
- Hovedstadens udbud af attraktioner og oplevelser skal understøttes i at imødekomme den fremtidige efterspørgsel fra de ønskede målgrupper, herunder udvikling af nye oplevelsestilbud.
- Startup-laget skal styrkes, bl.a. gennem målrettede rådgivningsforløb og matchmaking med etablerede virksomheder.

PEJLEMÆRKER

- Den gennemsnitlige tilfredshed med de målrettede omstillingsforløb i 2023-planen blandt deltagende virksomheder og kulturaktører m.fl. er mindst 4 på en 5-punkt-skala.

EKSEMPLER PÅ ALLEREDE IGANGSATTE INDSATSER

- Copenhagen Travel Lab blev i 2021 etableret for at styrke innovationen og omstillingen i hovedstadens turisme i de kommende år.
- Wonderful Copenhagen gennemfører projektet 'Innovation in Bidding', som handler om at digitalisere budprocessen, når der bydes på internationale kongresser.
- Københavns Kommune arbejder kontinuerligt med at fremme en innovativ og levende turistformidling med brug af nye medier og markante digitale formidlingsløsninger i den officielle turistinformation.
- Regeringen har sammen med et flertal af folketingets partier afsat samlet over 450 mio. kr. til Omstillingspuljen, som hjælper virksomheder i hårdt ramte erhverv, herunder turisme- og oplevelsesbranchen, med at tilpasse og udvikle forrentningen i lyset af COVID-19-krisen.

COPENHAGEN TRAVEL LAB SKAL STYRKE OMSTILLINGEN AF TURISMEERHVERVET



Initiativ

COVID-19 betyder, at virksomhederne skal tilpasse sig en ny konkurrencesituation i en svær tid, hvor pandemien har tvunget virksomhederne til at fokusere på driften frem for udviklingen. For at understøtte virksomhedernes innovation og omstilling, etablerede Wonderful Copenhagen i 2021 Copenhagen Travel Lab. Initiativet videreføres i 2022-23 med ambitionen om at styrke innovationskraften i hovedstadens turismeerhverv. Det skal ske gennem innovationsforløb for virksomheder samt ved at bygge bro mellem startups og etablerede virksomheder og trække viden og teknologi fra andre erhverv ind i turisterhvervet.

Aktiviteter 2022-2023

- **Innovations- og modningsforløb for startups inden for destinationsudfordringer**
Der gennemføres halvårslige innovations- og modningsforløb, hvor udvalgte startups arbejder intensivt med udvikling af forretningsmodeller og prototyper. Indsatsen retter sig især mod startups, som arbejder med nye teknologier og nye forretningsmodeller. Målet er, at startup-virksomhederne skaber en forretningsmodel, som bidrager til løsning af vigtige udfordringer for hovedstadens turismeerhverv og hovedstaden som turistdestination og som kan skaleres – også til andre storbydestinationer.
- **Matchmaking af etablerede virksomheder med startups om håndtering af konkrete, forretningsnære udfordringer**
Startups inviteres til at løse konkrete udfordringer, som etablerede virksomheder inden for hovedstadens turisme- og oplevelsesøkonomi har udpeget og præsenteret som særligt vigtige i de kommende år. På den måde hjælpes startups'ene med aftagere til deres ydelser, mens de etablerede turismevirksomheder hjælpes med konkrete løsninger på vigtige problemer, de står med.
- **Videnshub for turismeinnovation i hovedstaden**
Copenhagen Travel Lab skal fortsat være videnshub inden for innovation og udvikling for turismeerhvervet i hovedstaden og arbejde for øget videndeling, samarbejde og nytænkning på tværs af turismeerhvervet i hovedstaden, mellem nye og gamle aktører og mellem aktører både inden for og uden for det traditionelle turismeerhverv.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen med inddragelse af relevante interessenter, herunder Erhvervshus Hovedstaden, udvalgte erhvervspartnere, Dansk Kyst- og Naturturisme og Københavns Kommune m.v. Der er desuden tæt sammenhæng mellem Hub for Innovation In Tourism-projektet på nationalt plan og Copenhagen Travel Lab-initiativet i hovedstaden.

OMSTILLING OG OPGRADERING AF HOVEDSTADENS KONGRESTILBUD



Initiativ

I 2019 var København verdens 12. mest benyttede kongresby og kongresserne skabte en omsætning på over 1,3 mia. kr. COVID-19 har ramt hele den internationale kongresturisme hårdt: Konkurrencen er skærpet, der forventes færre delegerede, og industrien undergår en markant omstilling, som stiller krav om digitalisering og udvikling af nye produkter og nye kompetencer. For at hovedstaden også i fremtiden er en af verdens mest benyttede kongresdestinationer, igangsættes initiativer, som bygger oven på den eksisterende indsats for at tiltrække forretning til hovedstaden.

Aktiviteter 2022-2023

- **Videreførelse og boost af kongrespuljen**
Kongrespuljen boostes og videreføres. Puljen giver mulighed for at støtte aktiviteter omkring kongresser, og bidrager dermed til, at kongresser bliver afholdt i København frem for i konkurrentbyer. Kongrespuljen er delvist erhvervsfinansieret, men erhvervet har under COVID-19 indbetalt mindre til puljen end tidligere, hvorfor der er behov for en midlertidig styrkelse af puljen i en overgangsperiode.
- **Boost af kongrestiltrækningsindsatsen**
Wonderful Copenhagen vil booste sin bud- og salgsindsats på særligt det europæiske marked mhp. at tiltrække store internationale kongresser til afholdelse i København. Indsatsen suppleres af en ekstraordinær, digital salgsindsats målrettet mindre kongresser med 500-2.000 delegerede. Samtidig gennemføres en indsats, der har til formål at få de delegerede til at blive længere eller komme retur med deres familier.
- **Nye kongresser og ny værdi**
Der gennemføres en indsats, som skal støtte lokale værter, clusters, innovationsnetværk og offentlige myndigheder i at opbygge egne, nye, blivende kongresser og events i hovedstadsområdet. Desuden videreføres og boostes Copenhagen Legacy Lab – et internationalt prisbelønnet projekt, som hjælper foreningerne bag kongresserne med at skabe større og varig værdi fra kongresserne. Endeligt udvikles en ny Copenhagen Risk Sharing Model, som på sigt skal mindske risikoen for foreningerne bag kongresserne ved force majeure-aflysninger, deltagerudsving mv.
- **Kompetenceudviklingsindsats med fokus på konkurrencen i post-corona mødeerhvervet**
Krisen har medført afskedigelser i mødeerhvervet og dræning af erfaring og kompetencer. Der afholdes fokuserede workshops for medarbejdere i hovedstadens turismeerhverv – hotelkæder, flyselskaber/ lufthavn, venues mm. – med fokus på, hvilken fremtid branchen går i møde og hvordan medarbejderne bedst kan agere på den både enkeltvis og som samlet erhverv.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen med inddragelse af relevante, herunder bl.a. MeetDenmark, Københavns Kommune, Copenhagen Capacity, International House, turismeerhvervet, brancheorganisationer, academia samt internationale foreninger og værter.

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.

CENTRALE UDVIKLINGSSPOR

- Borgere og lokale kræfter skal tænkes med ind i turismeudviklingen for, at vi sammen kan arbejde på at gøre et område attraktivt og hvordan turister i området opleves positivt og værdiskabende.
- Hovedstadens hverdagstilbud – herunder kultur-, oplevelses-, og restauranttilbud – skal styrkes til gavn for både borgerne og besøgende.
- Turisterne skal spredes i tid og geografi, vi skal have et bedre flow af gæster og minimere gener for borgere og besøgende, og vi skal skabe en stærk sammenhæng mellem København og resten af Greater Copenhagen.

PEJLEMÆRKER

- Niveaueet for borgerne i Københavns overordnede opfattelse af turismens betydning som positiv skal være øget ultimo 2023 ift. 2021-niveau.
- Den faktiske beskæftigelse i hotel- og restaurantbranchen i København skal ultimo 2023 være tilbage på 2019-niveau.
- Antal overnatninger i regionen uden for København skal i 2023 være på niveau med eller højere end i 2019.

EKSEMPLER PÅ ALLEREDE IGANGSATTE INDSATSER

- Wonderful Copenhagen arbejder med at eksponere oplevelser i hele hovedstadsregionen, bl.a. med oplevelseskortet Copenhagen Card, der giver adgang til 85+ museer, attraktioner og offentlig transport i hele hovedstadsregionen.
- Wonderful Copenhagen er lead på projektet Land & By, der har fokus på at øge turismestrømmen fra København til hele Sjælland og styrke samarbejdet mellem turismeaktører, samt Tourism Moves, der arbejder med at bruge turisme som løftestang til ultralokal byudvikling.
- Københavns Kommune bidrager til spredning af turister i geografi gennem bl.a. officielle guideprodukter til byens kvarterer og lokalområder, promovering af dagsture uden for København samt guiding fra decentrale turistinformationer, ved krydstogtanløb og ved kongresser og events.
- Københavns Kommune samarbejder med byens lokaludvalg om københavnerinddragelse og lokale aktørers perspektiver på hovedstadens udvikling. Københavns Kommune har bl.a. fokus på at dele viden og inddrage lokaludvalgene i turismesituationen, mens flere lokale udvalg udfører borgerpanelundersøgelser om bl.a. lokale københavneres holdning til turismen.

BORGERE OG LOKALE INVOLVERES I TURISMEUDVIKLINGEN



Initiativ

Lokal borgeropbakning er en forudsætning for turismeudvikling. Seneste måling fra 2021 viser, at langt størstedelen af de lokale københavnere mener, at København fortsat skal promovere sig over for turister, men at der er udfordringer lokalt, som skal adresseres. Initiativet skal derfor styrke de lokales involvering i - og opbakning til - turismeudviklingen i en tid, hvor kapaciteten øges og antallet af turister i sommermånederne dermed går op.

Aktiviteter 2022-2023

- **Lokale turismeambassadører skal skabe opbakning blandt borgere og turister**
Der udpeges en række lokale ambassadører, som med afsæt i temaerne cykling, bæredygtig byudvikling, arkitektur og gastronomi, skal engagere turister og borgere i lokale fællesskaber. Formålet er at binde turismen, erhvervslivet og livet som københavnere bedre sammen gennem afviklingen af konkrete aktiviteter, fx cykel-grupper, faglige oplæg eller madlavningsarrangementer.
- **Etablering af Lokalt Living Lab**
Med inspiration fra bl.a. Rotterdam og Amsterdam etableres et "LivingLab", der skal finde løsninger på konkrete stedsspecifikke borgerudfordringer. Deltagerne i LivingLab'et er lokale erhvervsdrivende, turismeaktører, besøgende og borgere. Derudover vil der blive afviklet et formidlingsevent, som kan fungere som galleri for de udviklede løsninger, med henblik på, at de udviklede løsninger kan udbredes til andre bydestinationer i Danmark og udlandet.
- **Vidensopbygning om borgerinddragelse**
En vigtig nøgle til strategisk arbejde med borgeropbakning er løbende opdateret data og viden. Københavnernes opbakning og holdning til turismen indsamles løbende og holdes op mod niveau og best practice i beslægtede europæiske byer.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen i tæt samarbejde med Københavns Kommune. Derudover vil projektet involvere turismeaktører, erhvervsaktører samt centrale aktører såsom relevante lokalforeninger og øvrige lokale interessenter.

TÆTTERE SAMSPIL MELLEM STORBY-, KYST-, KULTUR- OG NATURTURISME I HOVEDSTADSREGIONEN



Initiativ

Hovedstadsregionen har som samlet destination et stort uforløst potentiale i koblingen mellem kyst-, natur-, kultur- og storbyoplevelser med gode transportmuligheder og et stærkt internationalt brand. Wonderful Copenhagen har sammen med VisitNordsjælland og Dansk Kyst- og Naturturisme fremlagt en samlet udviklingsplan for hovedstaden. På det grundlag vil Wonderful Copenhagen i 2022-23 etablere samarbejder med relevante kommuner, lokale kulturinstitutioner, Copenhagen Visitor Service og turismeaktører mv. med det formål at skabe bedre sammenhæng på tværs af regionen – og dermed gøre hele hovedstaden mere attraktiv som rejsemål.

Aktiviteter 2022-2023

- **Videreudvikling af turismekoncepter på tværs af kommunegrænser**
Wonderful Copenhagen vil gå sammen med kommuner om at udvikle områder uden for København med et særligt turismemæssigt potentiale. Ved at skabe fælles oplevelsessammenhænge og turismemæssige oplevelsesbrands og eksponere disse på hjemmesider mm. kan kvaliteten og synligheden – og dermed turismen – løftes lokalt. Aktiviteten bygger videre på erfaringer fra 2021.
- **Plan for kystbanestrækningen som samlet oplevelse og attraktion**
Kystbanen binder turismen i og omkring Helsingør i nord sammen med København og strækker sig videre via Lufthavnen til Sverige op til Göteborg. Samtidig byder strækningen på en høj koncentration af badestrande, havnebyer og kulturoplevelser. Der udarbejdes derfor en samlet plan for at løfte turismen på Kystbanestrækningen.
- **Større oplevelsesværdi gennem styrket værtskab og lokal forankring**
Professionelt værtskab er centralt for turismeoplevelsen. Wonderful Copenhagen vil i udvalgte områder og i samarbejde med kommuner og lokale kulturinstitutioner og turismeaktører arbejde med at styrke turismeoplevelsen gennem bedre guidning til oplevelsestilbuddene på informationssteder, hoteller og kulturinstitutioner.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen med inddragelse af relevante partnere, herunder Copenhagen Visitor Service, Dansk Kyst- og Naturturisme, VisitNordsjælland og øvrige destinationsselskaber på Sjælland, samt kommuner i hovedstadsregionen, såsom Helsingør, centrale kulturinstitutioner, DOT og DSB.

VERDENSKLASSE GASTRONOMI- Oplevelser



Initiativ

København er i dag internationalt anerkendt for sin madscene – både med toprestauranter og med en mangfoldig underskov af innovative høj kvalitets-spisesteder. En tredjedel af den samlede omsætning på restauranterne i København kommer fra turister, som dermed er essentielle for branchens overlevelse og fortsatte vækst. Initiativet skal sikre, at de internationale gæster besøger flere af de københavnske restauranter under deres ophold, så hovedstaden i 2022-2023 fortsat har et gastronomitilbud i verdensklasse til glæde for både lokale og internationale gæster.

Aktiviteter 2022-2023

- **Større omsætning fra internationale besøgende til restauranterne via fælles brug af gæstedata**
Et nyt pilotsamarbejde skal give restauranter hjælp til databaseret indsigt i, hvem deres internationale målgrupper er, hvor de kommer fra, hvad de interesserer sig for og hvad de ellers typisk oplever i lokalområdet. Samtidig udvikles i samarbejde med restauranterne et nyt samarbejdssystem, som knytter restauranterne i klynge-fællesskaber og understøtter restauranterne i at sende gæster videre til andre restauranter og dermed skabe større omsætning fra den enkelte turist.
- **Flere foodiegæster gennem markedsføringsindsats med en stærk, fælles fortælling**
Der udvikles en stærk, fælles fortælling om hovedstaden som gastronomisk metropol og en gratis værktøjskasse med content, budskaber, viden/data, mv., som restauranterne kan anvende i deres egen markedsføring. Samtidig og i sammenhæng med de øvrige aktiviteter eksekveres fælles markedsføringsaktiviteter i samarbejde med restauranterne og andre aktører på baggrund af den fælles fortælling.
- **Test af nye forretningsmuligheder og omstilling af restauranter til den nye situation**
Gennem projektet 'Restore Restaurants' hjælpes restauranter i hovedstaden til hurtigt at omstille sig til nye segmenter og ændrede behov i forlængelse af COVID-19. Formålet er at sikre restauranternes langsigtede overlevelse og brug af krisens begrænsninger som afsæt til at skabe innovation i branchen.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen med inddragelse af relevante interessenter, herunder bl.a. større restaurantkæder, hoteller, brancheorganisationer, FOOD, VisitDenmark, kommuner og dataantropologer.

STÆRKERE KULTURTILBUD GENNEM ØGET INTERNATIONALISERING



Initiativ

Hovedstaden skal have et kulturliv i europæisk topklasse, som borgerne benytter og er stolte af. COVID-krisen har betydet mere end en halvering af besøgstallet på attraktionerne og understreget, at internationale gæster er essentielle for økonomien i hovedstadens kulturtilbud. Alvoren forstærkes af, at kendskabet til København som kulturdestination blandt potentielle tilreisende allerede inden COVID var lavt og tilfredsheden med byen som kulturdestination middelmådig.

Kulturinstitutioner, Wonderful Copenhagen, erhvervsorganisationer, Københavns Kommune, Erhvervsministeriet og Kulturministeriet gik i 2021 sammen om at formulere en langsigtet vision for hovedstaden som kulturdestination. På ryggen af den gennemføres i 2022-23 en samlet indsats med ambitionen om både at styrke kulturtilbuddene i hovedstaden og styrke internationaliseringsgraden og omsætningen i institutionerne gennem forretningsudvikling og samarbejde.

Aktiviteter 2022-2023

- **Fælles handleplan for hovedstaden som international kulturdestination**
Den fælles langsigtete vision for hovedstaden som stærk kulturdestination omsættes til en konkret handleplan i samarbejde med hovedstadens kulturaktører, der skal indfri visionen om hovedstaden som en kulturdestination på internationalt topniveau.
- **Kulturtestlabs og forretningsudvikling med fokus på hovedstadens styrkepositioner**
Der igangsættes målrettede forretningsudviklingsforløb med kultur- og erhvervsaktører inden for hovedstadens styrkepositioner. Målet er at hæve omsætningen og internationaliseringsgraden på institutionerne. Viden og inspiration fra forløbene formidles bredt til kultur- og turismeerhvervet.
- **Vidensdelingsindsats på tværs af kulturaktørerne**
På opfordring fra kulturaktørerne indsamles og videreformidles opdateret viden om kulturgæsternes rejsemønstre, behov og præferencer. På den baggrund kan kulturinstitutionerne løbende tilpasse deres udstillinger og markedsføring.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen med inddragelse af Kulturministeriet, Erhvervsministeriet, Slots- og Kulturstyrelsen, Københavns Kommune, relevante kultur- og erhvervsaktører, m.v.

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.

CENTRALE UDVIKLINGSSPOR

- Miljømæssig bæredygtighed skal tænkes ind i alle former for turismearbejde og den enkelte turists miljø- og klimapåvirkning skal reduceres. Der skal udvikles metoder for måling af turistens miljø- og klimapåvirkning, mhp. at der kan sættes mål og udviklingen kan følges.
- Hovedstadens turismeaktører skal bæredygtighedscertificeres og turismeerhvervets omsætning af bæredygtige produkter, oplevelser og ydelser skal øges.
- Det skal være nemt at træffe det grønne valg som turist ift. transport, mad og drikke mv.
- København skal fortsat være anerkendt som en af verdens mest bæredygtige storbydestinationer og Københavns bæredygtige brand skal styrkes internationalt.
- Danmark skal med København i front være verdens mest bæredygtige krydstogtdestination, herunder førende globalt på muligheden for brugen af landstrøm.
- Sammen med eventarrangører og kongresarrangører skal der sættes nye standarder for bæredygtig afvikling af store arrangementer.

PEJLEMÆRKER

- København skal i 2023 være verdens mest bæredygtige turistdestination målt på Global Destination Sustainability Index (GDSI).
- 75% af hoteller i København skal i 2025 være bæredygtighedscertificerede eller have igangsat processen.
- København skal i 2025 være nr. 1 sammenlignet med sine vigtigste konkurrenter, hvad angår de internationale turisternes vurdering af destinationen som et miljøvenligt rejsemål.

EKSEMPLER PÅ ALLEREDE IGANGSATTE INDSATSER

- Wonderful Copenhagen har med støtte fra bl.a. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse igangsat projektet 'Sustainable Choice CPH', der styrker hovedstaden som en bæredygtig destination via bl.a. forretningsudvikling, produktudvikling og certificering.
- Københavns Kommune har i samarbejde med Wonderful Copenhagen udgivet 10 officielle bæredygtighedsråd til Københavns gæster, som nye kampagner og bæredygtighedsinitiativer kan bygge videre på.
- Det er planen, at der i 2024 etableres et landstrømanlæg til erhvervsskibe i Københavns Havn. Transportministeriet vil sammen med Københavns Kommune undersøge mulighederne for, at Københavns Kommune, i lighed med Aarhus Kommune, kan give den påtænkte finansielle støtte, når det efter planen bliver nødvendigt.

HOVEDSTADEN FORREST PÅ BÆREDYGTIGHED



Initiativ

Klimaudfordringerne stiller krav til alle sektorer, herunder turisme, om at reducere CO2-udslippet per omsat krone mest muligt. København har ligget i top 3 på Global Sustainability Destination Index siden indeksets begyndelse. Fastholdelse og udbygning af styrkepositionen kræver dog fortsat prioritering af bæredygtige og grønne tiltag. Derfor igangsættes nedenstående aktiviteter, som skal samle erhvervet om at skabe, synliggøre og guide til bæredygtige valg og produkter. Ambitionen er, at turismen i hovedstaden er førende som en effektiv sektor, hvor ressourceforbrug og drivhusgasudledninger er lave sammenholdt med den økonomiske effekt.

Aktiviteter 2022-2023

- **Partnerprogram for grøn bæredygtig turisme i erhvervet**
Erhvervspartnerprogrammet for grøn og bæredygtig turisme fortsættes. Programmet inspirerer og øger vidensniveauet om bæredygtighed i erhvervet og formulerer en fælles ramme for bæredygtig turisme i hovedstaden, som er forankret lokalt i turismeerhvervet.
- **Bæredygtig business**
Der gennemføres en række målrettede udviklingsforløb med virksomheder i turismeerhvervet med det formål at udvikle nye, grønne forretningsmodeller og forløse det innovationspotentiale, der ligger i den grønne omstilling.
- **Styrke den grønne mobilitet til og i hovedstaden**
Der arbejdes videre på at styrke togturismen til hovedstaden på grundlag af en potentieleanalyse gennemført i 2021. Desuden gennemføres indsatser, der skal få flere besøgende til at vælge bæredygtige transportformer under deres ophold.
- **Styrke Københavns bæredygtige brand internationalt**
Der arbejdes videre med at styrke Københavns brand som verdens mest bæredygtige storbydestination. I sammenhæng hertil vil der ske en videreudvikling af app'en PlanetCPH, der synliggør bæredygtige oplevelser og forbrugsvalg i hovedstaden.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Wonderful Copenhagen i samarbejde med og inddragelse af relevante erhvervsaktører, Erhvervshus Hovedstaden, Københavns Kommune, VisitDenmark m.fl.

BÆRE- DYGTIGT KRYDSTOGT



Initiativ

Krydstogt bidrog i 2019 til Danmark med en omsætning på 1,25 mia. kr. og ca. 2.400 fuldtidsstillinger, heraf mange ufaglærte. Samtidig møder krydstogtturismen kritik for at bidrage til forurening og øget turismetæthed i særligt Indre By. Derfor igangsættes en række aktiviteter, som 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.

Aktiviteter 2022-2023

- **Opbakning til landstrøm i Østersøen fra rederier**
Som opfølgning på landstrømsindsatsen i 2021 vil Cruise Baltic, som er forankret i Wonderful Copenhagen, i april 2022 afholde en landstrømskonference for havne i Østersøregionen og internationale krydstogtrederier. Formålet er at få rederier til at erklære, at de fremover vil anvende landstrøm på samtlige krydstogter i Østersøen, hvor landstrøm er tilgængeligt.
- **Styrket borgeropbakning til krydstogtturisme**
Der gennemføres målrettet dialog med borgere og lokale aktører om krydstogtturismen. Til brug for dialogen udarbejdes en analyse af københavnernes holdning til krydstogt, således at dialogen foregår på et oplyst og faktabaseret grundlag og kan resultere i en debat om reelle løsninger og udfordringer.
- **Indsats for at minimere trængsel**
Der igangsættes en dialog med krydstogtrederierne om at sprede anløbene mere over hele året. Derudover udarbejdes materiale til at promovere oplevelser i flere bydele i København, som skal vises på skibene, inden de lægger til i København. Derudover videreføres den aktuelle indsats for at tiltrække mindre ekspeditionsskibe, som både kan lægge til i store og små havne og besøge Danmark i vintermånederne, så turisterne i højere grad spredes tidsmæssigt og geografisk.

Interessenter

Aktiviteterne gennemføres af Cruise Baltic/Wonderful Copenhagen og CruiseCopenhagen/Wonderful Copenhagen i samarbejde med relevante ministerier, herunder særligt Miljøministeriet, Københavns Kommune, relevante interessenter, herunder partnerne i netværket, beboere, Copenhagen Malmö Port, By og Havn samt øvrige krydstogthavne i Danmark, m.v.





