

AFTALE MELLEM WONDERFUL COPENHAGEN OG REGION HOVEDSTADEN OM SAMARBEJDE I 2017

**- Aftalen er en integreret del af det fortløbende samarbejde
som beskrevet i resultatkontrakt 2015-17 mellem de to parter**



Aftale mellem Wonderful Copenhagen og Region Hovedstaden om samarbejde i 2017

Wonderful Copenhagen og Region Hovedstaden indgik den 3. februar 2015 en resultatkontrakt for 2015-2017 med mulighed for ét års forlængelse. Kontrakten opstiller 6 overordnede mål samt en række underliggende KPI'er.

Det fremgår af kontrakten, at parterne i forbindelse med den årlige afrapportering på det foregående års resultater kan aftale at justere kontrakten. Justeringerne kan fx være begrundet i ændrede strategiske prioriteringer, den konstaterede resultatskabelse, eller i "ændringer i de internationale konjunkturer, i rammevilkår, eller i samarbejder, som Wonderful Copenhagen har indgået mv., der påvirker muligheden for at opnå de opstillede målsætninger".

Parterne har i overensstemmelse hermed ultimo 2016 og primo 2017 været i tæt dialog om resultatanskabelsen i 2016 og om en gennemgang og justering af målene for samarbejdet i 2017.

Parterne er tilfredse med samarbejdet og med resultatanskabelsen i året, der er gået. For Region Hovedstaden blev 2016 det 7. år i træk med vækst i antallet af overnatninger og det første år nogensinde, hvor regionen rundede 10 mio. overnatninger baseret på en vækst på 8 af de 10 vigtigste markeder.

På det strategiske niveau godkendte bestyrelsen for Greater Copenhagen and Skåne Committee (GCSC) i 2016 en overordnet strategiramme for turismefremmeindsatsen i metropolregionen, ligesom fondens bestyrelse godkendte en ny strategi for fondens arbejde frem mod 2020 under overskriften *Localhood*.

På de følgende sider gennemgås de justeringer til kontrakten, som er aftalt mellem parterne for 2017. Aftalen bygger videre på de aftaler om justering af KPI'er, der blev indgået med samarbejdsaftalen for 2016.

Parterne er enige om at justere kontrakten på følgende punkter i 2017:

1. Greater Copenhagen

Turismesamarbejdet i Greater Copenhagen har for alvor taget fart i 2016 med udviklingen og godkendelsen af den overordnede strategiramme for turismefremmeindsatsen i metropolregionen. Dermed er der skabt et fælles grundlag med fælles strategiske mål for de kommende års arbejde. Wonderful Copenhagen udgør den primære og koordinerede turismeorganisation fra dansk side i samarbejdet.

I 2017 vil Wonderful Copenhagen og de øvrige partnere i samarbejdet fokusere på at opbygge et fælles videngrundlag, sikre gensidigt kendskab til hinandens organisationer og destinationer, samt gennemføre en række pilotindsatser inden for innovation, destinationsudvikling og markedsføring med henblik på at skabe grundlag for udarbejdelsen af en fælles fremadrettet handlingsplan for turismesamarbejdet. De regionale partnere vil have særligt fokus på at sikre den nødvendige fælles startfinansiering til at gennemføre aktiviteter på tværs af regionerne og skabe det nødvendige grundlag for et langsigtet samarbejde. Region Hovedstaden vil i den forbindelse have et særligt fokus på at styrke Wonderful Copenhagen's mulighed for at varetage en koordinerende og aktivt udførende rolle i samarbejdet.

Fonden vil som led i bestræbelserne på at skabe et tættere samarbejde i regi af Greater Copenhagen i 2017 arbejde for at indgå en samarbejdsaftale med Region Sjælland om et tættere og mere formaliseret fremadrettet samarbejde. Desuden vil fonden arbejde for at indgå en

samarbejdsaftale med VisitNordsjælland og evt. andre visitorganisationer samt styrke samarbejdet med andre aktører, hvor det er relevant for at skabe fremdrift i turismearbejdet i regi af Greater Copenhagen.

Partnerne vil holde en tæt dialog om udviklingen i Greater Copenhagen.

Der er fastsat nedenstående mål for 2017. Målene erstatter – jf. samarbejdsaftalen 2016 – målet vedr. Kyst- og naturturisme (4.1), i kontraktens bilag 1:

- Der skal rejses 'fælles finansiering af kick-start aktiviteter i 2017 (fælles budget)' på minimum 1,5 mio. kr. (tallet er inkl. 0,5 mio. kr. bevilget af Region Hovedstaden, og der ligger ikke heri yderligere finansiering fra RH i 2017).
- Der gennemføres en 'kortlægning af bevægelses- / forbrugsmønstre på tværs af metropolregionen.
- Der gennemføres minimum 4 workshops for metropolregionens turismeaktører.

2. Overordnede mål for kontraktperioden

Der foretages to væsentlige justeringer: For det første opjusteres det overordnede vækst mål for beskæftigelse med 900 årsværk i snit om året. Den primære grund er, at effekten af rutetiltrækning medregnes, hvilket giver et mere retvisende billede af turismens beskæftigelseeffekt. Samtidig performer fondens indsats for at tiltrække krydstogtpassagerer bedre end forudsat. For det andet nedjusteres målet for omsætning med 0,8 mia. for hele perioden. Grunden er, at det pga. skærpet international konkurrence de seneste år ikke er muligt at leve op til de meget ambitiøse mål for tiltrækning af kongresser, som blev fastsat, da kontrakten blev formuleret tilbage i 2014-15. Samtidig er opgørelsesmetoden for omsætningseffekten af krydstogt ændret i perioden til kun at medtage direkte effekter. Det betyder, at den estimerede omsætningseffekt af krydstogtturismen for perioden ligger under de oprindelige mål i resultatkontrakten, selvom passagerantallet ligger over.

Kongresindsatsen er finansieret som et offentligt-privat samarbejde organiseret i foreningen 'Meetingplace Wonderful Copenhagen'. Meetingplace og Wonderful Copenhagen har forholdt sig aktivt til udfordringerne på kongresområdet igennem 2016, og der er i 2016 både vedtaget en ny strategi for området, ligesom Wonderful Copenhagen har taget initiativ til at etablere en pulje med både offentlig og privat finansiering. Puljen blev etableret pr 1. januar 2017 og bruges nu aktivt til at skaffe flere kongresser til regionen. Region Hovedstaden medfinansierer puljen med 800.000 kr., som efter aftale med administrationen er omprioriteret inden for den eksisterende ramme.

Ud over disse to justeringer, er der foretaget en generel opdatering og strømlining af målene – fx er målet for partnertilfredshed justeret for at skabe sammenlignelighed på tværs, ligesom det ene delmål vedr. international synlighed i tråd med fondens nye strategi er ændret fra at fokusere på traditionelle pressebesøg til at fokusere på den interesse for destinationen, fonden formår at skabe på de sociale medier. Følgende mål er fastsat:

- 1) Målet for beskæftigelse opjusteres til 3.100 årsværk i snit årligt og jobeffekten fra rutetiltrækning medregnes. Målet for omsætning over en 4-årig periode nedjusteres til 7,2 mia. kr. (de overordnede mål er justeret ift. *Årsplan 2017*, idet de endelige 2016 resultater nu foreligger).
- 2) Målet om '330 unikke økonomiske bidrag til netværk og projekter', som blev aftalt med samarbejdsaftalen for 2016, fastholdes, mens målet for 'partnertilfredshed' justeres til, at tilfredsheden skal være 4 eller derover på en 5-punkt-skala.
- 3) Gearingsmål på min. 3,5 fastholdes.

- 4) Der opstilles 2 delmål: København skal være på top ti på RepTrack liste (online-opgørelse af 55 byers brand-værdi), og der skal skabes 'øget digital interesse for destinationen som besøgs-mål'. Sidstnævnte erstatter målet om pressebesøg.
- 5) Der gennemføres et internationalt review af WoCo's performance med sammenlignelige turistorganisationer.
- 6) Der gennemføres en omdømmeundersøgelse.

CONVENTION

3. Tiltrækning af internationale kongresser og møder

Målet for overnatninger i 2017 er nedjusteret, da de tidligere mål ikke var opnåelige, jf. side 3. Derfor indebærer den nye strategi på området, at man fremover vil fokusere indsatsen på at tiltrække de store kongresser og møder, som for alvor giver effekt for regionen i form af jobs og omsætning. Derfor udgår aktivitetsmålene om antal bud og antal vundne, mens der i stedet tilføjes nye mål for overnatninger, job og omsætning fra mødeturismen, som er udtryk for reel effekt for destinationen, og om partnertilfredshed, som er et vigtigt parameter for de mange private partnere, som er med til at finansiere den samlede indsats. WoCo varetager desuden sekretariatet for det nationale udviklingselskab for erhvervs- og mødeturisme.

- Målet for antal kongresovernatninger nedjusteres til 275.000, hvilket medfører en justering af den afledte omsætning til 855 mio. kr. og af jobeffekten til 1.539.
- Målene for antal afgivne bud på kongresser og antal vundne kongresser udgår og erstattes af tre nye mål for Meetings & Incentives: 'antal overnatninger: 15.000', 'estimeret afledt omsætning: 41 mio. kr.' og 'estimeret antal afledte fuldtidsjobs: 93'.
- Desuden tilføjes et nyt mål for 'partnertilfredshed (Meetingplace)', som i 2017 fastsættes til 4 eller derover på en 5-punkt-skala.

4. Tiltrækning af internationale sports- og kulturevents

Wonderful Copenhagen er sammen med bl.a. SportEvent Denmark med til at tiltrække og udvikle sport- og kulturevents, som er med til at brande regionen, skabe forretning for erhvervslivet og oplevelser for tilrejsende og herboende. I 2016 blev det klart, at DK ikke bliver startpunkt for Tour de France i 2019. Vi er dog fortsat en stærk kandidat til 2020 eller 2021, men denne beslutning træffes først i 2018. Samtidig er finansieringen af en af de andre helt store sportsbegivenheder – VM i Herrehåndbold – fortsat uafklaret, hvorfor årets omsætningsmål nedjusteres. Samtidig tilføjes mål om job og overnatninger for at give et mere fuldstændigt billede af effekten af indsatsen.

- Målet for 'estimeret afledt omsætning fra sport- og kulturevents' nedjusteres til 52 mio. kr.
- Der tilføjes mål for 'antal overnatninger fra sport- og kulturevents', som i 2017 sættes til 15.000, og for 'estimeret antal afledte fuldtidsjobs', som i 2017 fastsættes til 60.

CRUISE

5. Krydstogt

Wonderful Copenhagen arbejder igennem netværkene Cruise Copenhagen Network og Cruise Baltic for at tiltrække krydstogtforretning til hele Danmark og Østersøregionen. Efter en vækstpause er det lykkedes at vende udviklingen i 2016, og tendensen fortsætter i 2017, hvor både København og hele Danmark vil modtage det højeste antal krydstogtgæster nogensinde. Målsætningerne

opjusteres derfor, ligesom geografien udvides fra kun at fokusere på København til også at omfatte hele hovedstadsregionen, Danmark og Østersøen. Desuden tilføjes et mål om partnertilfredshed.

- Målet for 'antal krydstogtpassagerer' udvides fra kun at omfatte København til at omfatte hele Region Hovedstaden, og opjusteres samtidig med 120.000 til 870.000, hvilket medfører en turismeøkonomisk omsætning på 810 mio. kr. og en jobskabelse på 1.542 årsværk.
- Målet for 'antal anløb' i Kbh udgår. I stedet opstilles der mål for 'antal passagerer i Danmark', som sættes til 1.050.000, og 'antal passagerer i Østersøregionen' (målt som passager movements), som sættes til 4.350.000.
- Målet for 'antal turnarounds i København' opjusteres til 145, ligesom målet for 'antal medlemmer i Cruise Copenhagen Network' opjusteres til 56.
- Der tilføjes et nyt mål for 'partnertilfredshed', som i 2017 fastsættes til 4 eller derover på en 5-punkt-skala.

COMMUNICATION

6. Internationale medier og rejseoperatører (travel trade)

VisitDenmark har besluttet at nedprioritere sin partnerfinansiering til indsatsen for at tiltrække internationale journalister. Wonderful Copenhagen har i det lys, og i lyset af fondens nye strategi, besluttet fremadrettet at fokusere indsatsen og målrette den mod, at der bliver skabt den rigtige omtale i de rigtige medier, snarere end at bruge kræfterne på at håndtere flest mulige journalister. Fonden arbejder samtidig aktivt på at påvirke rejsebureauer og touroperatører internationalt til at sælge destinationen. På den baggrund er foretaget følgende justeringer:

- Målet for international presse ændres fra 'antal deltagende journalister' til 'gennemførte større pressture med A-medier i prioriterede markeder med positiv redaktionel dækning', som i 2017 fastsættes til 5-7.
- Målene for 'årlig stigning på 5 pct. øget interesse som følge af markedsføringsaktiviteter' samt 'årlig stigning på 5 pct. på return on investment på større kampagner' udgår. Der opstilles i stedet et mål for 'antal internationale rejsebureauer, der som noget nyt sælger destinationen i prioriterede markeder', som i 2017 fastsættes til 50.

7. 365-dages digital destinationsmarkedsføring

Tendensen er, at turisterne i stigende grad søger deres rejseinspiration på sociale medier, hvilket også afspejles i fondens nye strategi. I det lys, og i lyset af, at fonden overgår de mål, der oprindeligt blev fastsat, opjusteres målene for markedsføring på sociale medier og på kinesiske platforme markant. Samtidig introduceres et ekstra mål for sociale medier, som erstatter målet for den traditionelle hjemmeside, ligesom Kina-målet fremover afrapporteres sammen med de øvrige mål for digital destinationsmarkedsføring, idet der er tale om en sammenhængende indsats.

- Målet for 'antal følgere på Facebook og Instagram' ændres til 'procentvis tilvækst i følgere på Facebook og Instagram pr. år', som i 2017 sættes til 20 pct.
- Målet for 'unikke besøgende på visitcopenhagen.com' udgår og erstattes med et mål for 'årlig vækst i engagement (delinger, kommentarer, likes mv.) fra personer på sociale medier', som i 2017 fastsættes til 15 pct.
- De to mål for destinationsmarkedsføring til det kinesiske marked på digitale platforme slås sammen til et mål om 'sidevisninger / eksponeringer til kinesiske forbrugere på websites og

sociale medier (Chinavia)', som i 2017 sættes til 15 mio. Målet afrapporteres fremadrettet som del af indsatsen for 365-dages digital destinationsmarkedsføring.

8. Copenhagen Card

Copenhagen Card fortsætter med at levere flotte resultater og satte igen i 2016 rekord for antallet af besøg. Derfor opjusteres målsætningen for 2017. Samtidig erstattes omsætningsmålet med et mål for kortdøgn, fordi hovedformålet med kortet er at skabe aktivitet på kulturinstitutionerne og kortdøgn er en god målestok for netop det. Der opstilles et mål for brugertilfredshed, som er en afgørende parameter for kortets fortsatte succes. WoCo arbejder løbende på at udvide kortet inden for Greater Copenhagens geografiske område og pr. april 2017 vil der være 79 attraktioner med i kortet, hvoraf de 39 vil ligge uden for Kbh. City – heraf 11 i Reg. Sjælland – hvilket er det højeste antal nogensinde.

- Målet for antal besøg på kortets attraktioner og kulturinstitutioner opjusteres fra 625.000 til 860.000.
- Målet for omsætning udgår og erstattes med et mål for 'antal kortdøgn', som i 2017 fastsættes til 424.000.
- Desuden tilføjes yderligere et nyt mål for 'kundetilfredshed (trustpilot score)', som i 2017 fastsættes til 9,3 på en 10-punkt-skala.

DEVELOPMENT

9. Nye vækstmarkeder og øget værdiskabelse

For at sikre konsekvent sammenligning af markedernes udvikling er fastsat mål for vækst i ikke-europæiske markeder (fremfor den mere løse betegnelse 'nye markeder'). Dette skal sikre mere konsekvent databrug og stærkere sammenligningsgrundlag. Målsætningerne for øget værdiskabelse afspejler de nye strategiske retninger i Wonderful Copenhagens 2020-strategi.

- Målet for 'vækst i besøgende fra nye markeder', som blev aftalt med Samarbejdsaftalen for 2016, ændres til 'vækst i antal overnatninger fra ikke-europæiske markeder (pct.)' som i 2017 fastsættes til over 8 pct.
- Målet for øget værdiskabelse, som tilsvarende blev fastsat med Samarbejdsaftalen for 2016, udvides til 'øget værdiskabelse fra turisterne gennem: 1) merforbrug, 2) øget opholdslængde og genbesøg, 3) øget anbefalingstilbøjelighed og 4) bredere oplevelsesgeografi' og det præciseres, at målene tager afsæt i den nye 2020-strategi og at 'metode og baseline udarbejdes i 2017 mhp. implementering i 2018+'.

10. Rutetiltrækning (Greater Copenhagen Connected)

Ruteudviklingsprojektsporet Greater Copenhagen Connected (under Global Connected, som er forankret i WoCo) – der handler om at tiltrække nye flyruter til København og udvide kapaciteten på eksisterende ruter – har performet bedre end forventet, hvorfor omsætningsmålet for projektperioden 2015-17 opjusteres. Samtidig udtages målet for partnerilfredshed, som ikke vurderes relevant i dette projekt med en begrænset partnerkreds af flyselskaber – typisk mellem 3-6 forskellige konkrete markedsførings samarbejder med flyselskaber per år. Der foretages dog

løbende individuelle evalueringer af samarbejdet med de enkelte flyselskaber. Dette kan dog ikke opsummeres i en enkelt repræsentativ tilfredshedsscore med så få deltagere.

- Målet for 'estimeret turismeøkonomisk omsætning' for projektperioden 2015-17 opjusteres til samlet 1,1 mia. kr.
- Målet for 'partnertilfredshed (airlines)' udgår.

11. Tiltrækning af kinesiske turister (Chinavia)

2017 byder på flere anledninger til at arbejde målrettet med markedet, herunder den større udrulning af fyrtårnsprojektet Greater Chinavia, som identificeret i Region Hovedstadens regionale udviklingsstrategi, samt det netop annoncerede Dansk-Kinesisk Turismeår. Der er opsat supplerende mål for vækst i kinesiske overnatninger med den begrundelse, at det er et konkret mål for markedets udvikling og indikator på destinationens konkurrenceposition. Partnertilfredshed specificeres til at gælde deltagerne i Kina-klar aktiviteter, hvor tilfredsheden netop kan bruges som indikator for aktiviteternes relevans for brugerne. Kampagner er ofte integrerede på tværs af digitale platforme og de to mål slås derfor sammen.

- Der opstilles et nyt, supplerende mål for 'vækst i kinesiske overnatninger (pct.)', som i 2017 fastsættes til mere end 6 pct.
- Målet for 'partnertilfredshed med deltagelse i kulturtræningskurser og kinaklarrådgivning' præciseres til 'kina-klar brugertilfredshed', og målsætningen på en tilfredshed på 4 eller derover på en 5-punkt-skala fastholdes. Desuden slås de to mål vedr. digital destinationsmarkedsføring på det kinesiske marked sammen og opjusteres jf. ovenfor under *COMMUNICATION*.

12. Nationalt samarbejde om dansk storbyturisme:

Dansk Storbyturisme er fortsat ikke prioriteret - som det eneste af de tre turismeudviklingselskaber / samarbejder- iff. at modtage grundfinansiering fra stat, regioner eller kommuner. Selskabet er således gået projektbaseret til samarbejdet. De tilpassede mål tager således afsæt i dette og afspejler, at samarbejdets fremadrettede udvikling afhænger af, at der kan findes den fornødne finansiering. Storbyerne har i fællesskab identificeret en række prioriterede områder, herunder innovation, data og kulturturisme. Der er for 2017 aftalt følgende mål:

- Der skal udvikles et 'fælles projekt inden for innovation og data'; implementeres et 'pilotprojekt om kulturturisme'; samt afholdes minimum 4 'strategiske møder'.

13. Regional satsning på kulturturisme

Målet med projektet er at styrke regionen og på sigt Greater Copenhagen som international kulturdestination ved at hjælpe regionens kulturelle trækplastre til at udvikle og internationalisere deres produkter og blive bedre til at kommunikere til et internationalt publikum. Der er fastsat følgende mål for 2017:

- 'andelen af deltagende partnere uden for København' skal være 30 pct. eller derover og den samlede 'partnertilfredshed' skal være 4 eller derover på en 5-punkt-skala.
- 'samtlige deltagende partnere skal have implementeret nye kommunikationsværktøjer målrettet den internationale turist'.



14. Serviceløft i Turistbranchen (NICE)

I 2016 er partnerkredsen udvidet, ligesom der er kommet yderligere privat finansiering til projektet. Projektets styregruppe har på den baggrund besluttet at forlænge projektperioden t.o.m 2018, hvorfor den afsluttende konference 'NICE Live' flyttes til 2018. Projektsekretariatet er jf. Samarbejdsaftale 2016 overgået til HORESTA. Wonderful Copenhagen er herefter udelukkende på aktivitetsniveau. Der opstilles flg. mål for 2017:

- 'Andel af projektets medlemmer, som følger NICE's LinkedIn-profil: 80 %'
- 'Andel af projektets medlemmer, som deltager i NICE's LinkedIn-gruppe "Virksomhedsforum": 60 %'
- 'Presseomtaler i landsdækkende og regionale medier (10 i projektperioden): 2'


oOo

Målopfyldelse på ovenstående punkter indgår på linje med den generelle evaluering af resultatkontraktssamarbejdet, herunder finansiering, når parterne mødes ultimo 2017 og primo 2018 for at drøfte samarbejde, aktiviteter og opnåede resultater i 2017.

Partnerne vil i 2017 og som led i resultatkontrakten, jf. afsnit 5.5, arbejde for at skabe en et-årig forlængelse af kontrakten frem til og med 2018.

Wonderful Copenhagen og Region Hovedstaden vil desuden i andet halvår 2017 påbegynde arbejdet med at skabe det nødvendige grundlag for, at der i 2018 kan tages stilling til en ny resultatkontrakt med ikrafttræden pr. 1. januar 2019.

København, den 2.5.2017
for Wonderful Copenhagen


Mikkel Aarø-Hansen
Adm. direktør

Hillerød, den 18.5.2017
for Region Hovedstaden


Claus Bjørn Billehøj
Centerdirektør