

# Fyrtårnsprojekt

## Flere kinesiske turister til regionen

Projektet skal sikre, at Greater Copenhagen senest i 2015 er i top 10 over de mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister. Destinationer verden over ser en stigende gæstestrøm fra Kina og konkurrencen om de kinesiske turister er i dag global og intens. Der er behov for at forbedre hovedstadsregionens position i konkurrencen, og derfor samarbejder Region Hovedstaden, kommuner, turismeaktører samt øvrige relevante aktører i Greater Copenhagen om at yde en ambitiøs og målrettet indsats for at sikre fortsat vækst i kinesiske overnatninger og en styrket europæisk markedsandel på det kinesiske rejsemarked. Det skal blandt andet ske gennem et bedre modtageapparat og bedre service.

### Elementer i initiativet

- Greater Copenhagen skal sættes på det kinesiske verdenskort gennem ambitiøse digitale kampagner på Kinas førende online platforme og sociale medier
- Der skal udvikles og samles produktpakker på tværs af metropolregionen, så de matcher markedets efterspørgsel og har en stærkere appel til det kinesiske marked
- Modtagelsen og relationen til kinesiske gæster og samarbejdspartnere skal styrkes. Der skal leveres "Kina-klar" servicekurser for Greater Copenhagen's serviceaktører, der suppleres med målrettede online servicekurser, information og rådgivning
- Der skal udvikles nye direkte inter-kontinentale flyruter og vigtige forbindelsesruter til København og Danmark

### Initiativet bygger videre på

- Initiativet er en geografisk og indholdsmæssig udvidelse af det eksisterende Chinavia-projekt, der er forankret i Wonderful Copenhagen og medfinansieres af Vækstforum Hovedstaden
- Initiativet har stærke synergier til ruteudviklingsindsatsen i regi af Global Connected, samt til indsatsen i regi af den nationale kompetenceudviklingsindsats inden for turisme

### Kontakt

**Carsten Krabbe**  
Enhedschef i Center for  
Regional Udvikling  
tlf: 60 25 59 02  
carsten.krabbe@regionh.dk

**Signe Jungersted**  
Chef i Wonderful  
Copenhagen  
tlf: 23 38 30 61  
sij@woco.dk

### Forventede effekter

- 100.000 unikke besøg på projektets digitale platforme i 2016-2017
- Eksponeringer af historier til kinesiske forbrugere på det sociale medie Sina Weibo: 1,3 millioner i 2015; 1,5 millioner i 2016; 2 millioner i 2017
- Øget andel af kinesiske turister, der opholder sig i Danmark mere end én overnatning
- 80 procent af partnere, der deltager i kulturtræningskurser og kinaklar-rådgivning, skal være meget tilfredse med forløbene

### Nøgletal

# 92%

I 2014 stod hovedstadsregionen for 92 procent af samtlige kinesiske overnatninger i Danmark

# 52%

Kinesiske besøgendes bruger i gennemsnit 1.762 kr. i døgnet. Og i 2013 stod kinesiske besøgende for 52,5 procent af al tax free shopping i Danmark

# 107 mio.

Kina er verdens største udrejsemarked med 107 mio. udrejser i 2014

### Deltagende parter

**Indtil videre følgende kommuner:** København / Helsingør  
**Derudover:** Region Hovedstaden og Wonderful Copenhagen

# Resumé af den del af projektet, der søges midler til nu

## Beskrivelse

Projektets overordnede formål er at gøre Greater Copenhagen til en af de ti mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister jf. det overordnede mål i ReVUS for Region Hovedstadens kinaindsats. Det skal ske ved at gennemføre aktiviteter, der sigter mod at opgradere og fokusere metropolregionens produktportefølje til kinesiske rejsende, styrke markedsføringen heraf (særligt digitalt) parallelt med en indsats, der skal øge metropolregionens Kina-parathed.

Projektet skal udvide den eksisterende Chinavia indsats med et fokus på hele Greater Copenhagen regionen. I det eksisterende Chinavia indgår Tourism in Skåne (som repræsentant for Skåne) som partner. Det eksisterende Chinavia fokuserer hovedsageligt på de større byer (København og Malmø) og kun Københavns Kommune indgår som kommunal partner. Den udvidede indsats i Greater Chinavia-projektet vil have stærkere fokus på også at sikre en mere kommunalt forankret og involverende indsats på tværs af hele metropolregionen.

Projektet udvider fokus til også at inkludere nye geografiske dele og markeder i Kina. Med de etablerede direkte flyforbindelser til Beijing og Shanghai har den hidtidige indsats primært været målrettet Kinas østlige region. Med den fremstormende kinesiske vækst mod både syd og vest vil den kinesiske markedsindsats i stigende grad også inkludere disse regioner. Ydermere vil projektet adressere et bredere kinesisk marked med målrettet produktudvikling, der sigter mod at skabe Greater Copenhagen markedsandel ift. nye tendenser i det kinesiske rejsemarked (eksempelvis ift. cruise, unge individuelle rejsende/'millennial travelers', bryllupsrejsende m.fl.).

Der indgår tre indsatsområder i projektet:

- **Tilpasning og pakketering af relevante produkter** til det kinesiske rejsemarked.

Indsatsområdet skal levere konkrete produkter og produktpakker målrettet kinesiske turister samt relevant produktinformation til rådighed på kinesisk og tilpasset kinesiske rejsebehov på relevante touch points. Aktivitet baseret på løbende kinesisk markeds- og forbrugerresearch.

- **Markedsføring** af disse produkter i samarbejde med relevante kinesiske markedsaktører og på de relevante digitale platforme.

Indsatsområdet skal levere større produktsynlighed og målrettet markedsføring af Greater Copenhagens rejseprodukter, herunder centrale kulturprodukter og -attraktioner, samt tematiserede rejseprodukter, der henvender sig til fremvoksende kinesiske rejsesegmenter (som bryllupsrejsende, cruiserejsende og det voksende antal af kinesiske erhvervsrejsende) med det kommercielle formål at sikre flere kinesiske besøgende til et bredere udvalg af regionens destinationer og attraktioner.

- **Gøre hele Greater Copenhagen Kina-klar**, så de markedsførte produktudbydere og attraktioner er klar til at modtage de kinesiske gæster.

Indsatsområdet skal levere større tilfredshed hos kinesiske ferie- og erhvervsturister (herunder delegationsbesøgende), samt større udbytte af besøg (ferie og erhverv/delegationsbesøg) for de danske modtagere.

## Leverancer

Projektet bidrager til at indfri ReVUS-effekt målet:

- Antallet af turister til regionen stiger med 6 procent om året frem mod 2025

Projektet bidrager til at indfri effekt målet ved at synliggøre Greater Copenhagens relevante turismeprodukter for de kinesiske turister og inspirere til længere ophold og dagsrejser ud fra København.

Med den nødvendige viden omkring kinesiske rejsemønstre og -behov kan regionens aktører tilpasse produkter og services med henblik på at få maksimalt ud af de kinesiske gæsters besøg. Kinesiske gæster er typisk lukrative kunder. I 2014 stod kinesiske turister for 57% af tax-free salg i København i 2014.

Det antages, at en stigning i antallet af turister også vil sikre udviklingen af nye arbejdspladser frem mod 2025.

Se også vedlagte effektkæde.

## Partnerkredsen

Projektet er forankret hos Wonderful Copenhagen, der også huser projektsekretariatet. Sekretariatet varetager den overordnede projektledelse og sikrer aktiviteterernes rettidige gennemførelse og udbredelse.

VisitNordsjælland vil repræsentere de fem nordsjællandske kommuner i samarbejdet, mens Københavns Kommune og Dragør Kommune indgår som individuelle partnere.

## Økonomi

Wonderful Copenhagen søger finansiering for i alt 6,4 mio. kr. (se vedlagte budget). Heraf søges 6 mio. kr. medfinansieret af ReVUS-midlerne. Wonderful Copenhagen er i dialog med parterne om en større andel af medfinansiering. Det er foreløbigt aftalt, at parterne bidrager med følgende:

Københavns Kommune: En andel af de i alt 4,6 mio. kr., som er afsat i 2015–2018 til styrkelse samarbejdet med Beijing og Hamburg, er øremærket det eksisterende Chinavia projekt og vil således bidrage til at danne grundlaget for den udvidede indsats. Københavns Kommunes bidrag er derfor tilsvarende indikeret som medfinansiering af Chinavia projektet, der også modtager medfinansiering fra Region Hovedstaden.

Helsingør Kommune: Den eksisterende Kina-indsats med et samlet budget på ca. 300.000 kr. i perioden 2014-17 kobles til ReVUS-initiativet. Herudover vil eksisterende initiativer inden for bl.a. turismeuddannelse eventuelt kunne indgå.

VisitNordsjælland vil bidrage med medarbejdertimer 2016 og 2017 for hvilken værdien fastsættes i 1. kvartal 2016.

Dragør Kommune: Dragør Kommune har puljemidler, som kan ansøges. Nærmere dialog med Dragør Kommune herom indledes 1. kvartal 2016.

Øvrige indtægter: Projektet har mindre indtægter ved salg af kinesiske servicekurser til destinationer, der ikke er partnere i projektet, og øvrige private aktører.

Det er projekts målsætning, at i alt 8 kommuner inden for Greater Copenhagen metropolregionen tilslutter sig som individuelle partnere i Kina-indsatsen inden udgangen af 2017.

### **Administrationens vurdering**

Administrationen vurderer, at det eksisterende Chinavia+ projekt har opnået gode effekter bl.a. gennem medfinansiering fra Vækstforum Hovedstaden. Derudover retter Greater Chinavia projektet 2016-17 sig direkte mod "Kreativ Vækst" i ReVUS. Ved at fokusere indsatsen i tre indsatsområder; pakketering af turismeprodukter målrettede til det kinesiske rejsemarked, markedsføring af disse produkter samt at gøre hele Greater Copenhagen Kina-klar, bidrager projektet til opfyldelsen af følgende effektmål i ReVUS:

- Antallet af turister til regionen stiger med 6 procent om året frem mod 2025

Samt ReVUS-fyrtårnet:

- Greater Copenhagen senest i 2025 er i top 10 over de mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister.

Det er derfor administrationens vurdering, at projektet bør medfinansieres i 2016-2017 med i alt 6 mio. kr. af ReVUS-midlerne.

# Indsatsbeskrivelse

## Indsatsen / projekt

Titel	<b>GREATER CHINAVIA</b>	
Projektets samlede budget:	Samlede budget (kr.):	6,4 mio. kr.  Se vedlagte budget.
	Ansøgt beløb (kr.):	6 mio. kr. (3 mio. kr. årligt i 2016 og 2017)
	Øvrig finansiering (fordelt på partnere):	<p><u>Københavns Kommune:</u> En andel af de i alt 4,6 mio. kr., som er afsat i 2015–2018 til styrkelse samarbejdet med Beijing og Hamburg, er øremærket det eksisterende Chinavia+ projekt og vil således bidrage til at danne grundlaget for den udvidede indsats. Københavns Kommunes bidrag er derfor tilsvarende indikeret som medfinansiering af Chinavia+ projektet, der også modtager medfinansiering fra Region Hovedstaden.</p> <p><u>Helsingør Kommune:</u> Den eksisterende Kina-indsats med et samlet budget på ca. 300.000 kr. i perioden 2014-17 kobles til ReVUS-initiativet. Herudover vil eksisterende initiativer inden for bl.a. turismeuddannelse eventuelt kunne indgå. VisitNordsjælland vil ydermere bidrage med medarbejdertimer 2016 og 2017 for hvilken værdien fastsættes i 1. kvartal 2016.</p> <p><u>Dragør Kommune:</u> Dragør Kommune har puljemidler, som kan ansøges. Nærmere dialog med Dragør Kommune herom indledes 1. kvartal 2016.</p> <p><u>Øvrige indtægter:</u> Projektet har mindre indtægter ved salg af kinesiske servicekurser til destinationer, der ikke er partnere i projektet, og øvrige private aktører.</p> <p>Projektets samlede udgifter: <i>Uddybes i separat budgetbilag.</i></p>
Ansøgt beløb:	6 mio. kr. (3 mio. kr. årligt i 2016 og 2017)	
Projektperiode:	Start: Maj 2016	Slut: December 2017

## Oplysninger om lead-partner (projektholder)

Navn, adresse og tlf. på lead-parter	Navn:	Fonden Wonderful Copenhagen
	Adresse:	Nørregade 7b 1165 København K
	Tlf.:	3325 7400

	Juridisk status:	A/S	erhvervsdrivende fond	X
		ApS	selvejende institution	
		I/S	offentlig myndighed	
		K/S	forening	
		personligt ejet virksomhed	Andet, skriv hvad!	
Tegningsberettiget	Navn:	Mikkel Aarø-Hansen, direktør, Wonderful Copenhagen		
	Adresse:			
	Tlf.:			
	e-mail:			
Kontaktperson	Navn:	Signe Jungersted, Udviklingschef, Wonderful Copenhagen		
	Adresse:			
	Tlf.:	23383061		
	e-mail:	Email: <a href="mailto:sij@woco.dk">sij@woco.dk</a>		
CVR nummer	CVR: 16326798			

## Oplysninger om partnere i projektet

Partnere, navn, adresse og rolle i projektet.	Partner 1	
	Navn:	Fonden Wonderful Copenhagen
	Adresse:	Nørregade 7b, 1165 København K
	CVR nr.	CVR: 16326798
	Rolle:	Lead-partner

## Øvrige deltagere i projektet

Liste over øvrige deltagere i projektet	<u>Københavns Kommune</u> Økonomiforvaltningen Rådhuset 1599 København V CVR: 6492212
	<u>Dragør Kommune</u> Rådhuset Kirkevej 7 2791 Dragør CVR: 12881517
	<u>VisitNordsjælland</u> Stengade 72, st. 3000 Helsingør CVR: 32499171
	VisitNordsjælland er koordinerende partner for følgende kommuner: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Helsingør Kommune</li> <li>▪ Halsnæs Kommune</li> <li>▪ Fredensborg Kommune</li> <li>▪ Gribskov Kommune</li> <li>▪ Hillerød Kommune</li> </ul>

## Oplysninger om projektet

Projektresumé	Projektets overordnede formål er at gøre Greater Copenhagen til en af de ti mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister. Det skal ske ved at gennemføre aktiviteter, der sigter mod at opgradere og fokusere metropolregionens produktportefølje til kinesiske rejsende, styrke markedsføringen heraf (særligt digitalt) parallelt med en indsats, der skal øge
---------------	--

	<p>metropolregionens Kina-parathed.</p> <p>Projektet skal udvide den eksisterende Chinavia indsats med et fokus på hele Greater Copenhagen regionen, der bygger oven på den vedvarende digitale konsumentkommunikation med udvikling og markedsføring af produkter, der på går på tværs af metropolregionen og målretter sig kinesiske rejsende. I det eksisterende Chinavia indgår Tourism in Skåne (som repræsentant for Skåne) som partner. Det eksisterende Chinavia fokuserer dog hovedsageligt på de større byer (København og Malmø) og kun Københavns Kommune indgår som kommunal partner. Den udvidede indsats vil have stærkere fokus på også at sikre en mere kommunalt forankret og involverende indsats på tværs af hele metropolregionen.</p> <p>Projektet udvider således målgruppefokus fra de kinesiske forbrugere til også i høj grad at involvere de kinesiske markedsaktører (online rejse- og bookingplatforme, online rejseagenter og –operatører), samt adressere nye geografiske dele af Kina med henblik på at opdyrke markederne i Kinas syd- og vestlige regioner.</p> <p>Projektet forventes at synliggøre metropolregionens produkter i Kina og sikre Greater Copenhagen markedsandel i den heftige konkurrence om de kinesiske forbrugeres gunst og om det kinesiske rejsemarkeds opmærksomhed.</p>
<p>Projekts mål og formål</p>	<p>Det overordnede mål i ReVUS for Region Hovedstadens kinainsats er, at: <i>Greater Copenhagen senest i 2025 er i top 10 over de mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister.</i></p> <p>Kina er blevet verdens største udrejsemarked med 107 mio. udrejser i 2014. København og hele hovedstadsregionen har oplevet en del af denne kinesiske udvikling med en samlet vækst i kinesiske overnatninger på 148 % siden 2010.</p> <p>Københavnske og danske vækstrater på kinesiske overnatninger er ikke unikke. Destinationer i hele verden ser en stigende kinesisk gæstestrøm og konkurrencen om de kinesiske turisternes favør er i dag global og intens. København og hele Greater Copenhagen regionen skal derfor yde en ambitiøs og målrettet indsats for at sikre fortsat vækst i kinesiske overnatninger og styrke metropolregionens markedsandel i forhold til især øvrige europæiske konkurrenter.</p> <p>Projektet vil adressere væsentlige udfordringer, der særligt omhandler kinesiske forbrugeres manglende kendskab til København og hele Greater Copenhagen metropolregion som rejsedestination. Ved at bygge oven på den vedvarende konsumentkommunikation sikrer projektet direkte tilgængeligheden af faktiske rejseprodukter – et direkte <i>call for action</i> ift. rejsebeslutning.</p> <p>Projektet adresserer ydermere den eksisterende mangel på viden omkring de kinesiske turister: <i>Hvordan ser de kinesiske turisternes rejsemønstre ud? Hvordan orienterer de sig ift. kulturoplevelser? Hvilke produkter inspirerer de kinesiske turisternes dagsrejser ud fra København?</i> Denne viden skal styrke destinationerne i metropolregionen ift. både at tiltrække de kinesiske turister, men også maksimere udbyttet af deres besøg. Hvor Dragør eksempelvis i dag får besøg af mange turistbusser med kinesiske turister, så betyder manglende viden om de kinesiske gæster, at Dragør som destination – samt Dragørs mange private aktører (butikker, restauranter mfl.) – ikke får maksimalt udbytte af de mange gæsters besøg.</p> <p>Endelig adresserer projektet de danske serviceaktørers udfordring ved mødet med den kinesiske gæst, hvor mange kinesiske gæster udtrykker skuffelse</p>

	<p>over serviceniveauet og føler sig misforstået og direkte dårligt behandlet af regionens serviceudbydere. Ved at udbyde skræddersyede Kina-klar servicekurser højner projektet serviceniveauet blandt aktørerne, samt sikrer den grundlæggende indsigt i de kinesiske rejsendes forventninger og forbrugsvaner, at aktørerne vil være i stand til at sikre de nødvendige forudsætninger for et øget udbytte af besøget.</p>				
Projektets målgruppe	<p>Projektets primære målgruppe er de kinesiske markedsaktører, der bygger oven på det eksisterende Chinavia projekts direkte bearbejdelse af de kinesiske forbrugere som målgruppe (projektets sekundære målgruppe).</p> <p>Den tertiære målgruppe for projektets aktiviteter er aktører i Greater Copenhagen, der indgår i et servicemøde med kinesiske gæster (hoteller, restauranter, butikker, turistinformationskontorer, delegationsmodtagere mfl.)</p> <p>Det er afgørende for projektets succes, at projektets aktiviteter udvikles på baggrund af markedets efterspørgsel og behov. Det gælder ift. de af metropolregionens produkter, der pakketeres, samt ift. de platforme, hvor projektet søger synliggørelse af metropolregionen som rejsedestination. Indsamling og formidling af viden omkring de kinesiske turisternes rejsemønstre og behov er således afgørende for at kunne tilbyde relevante produkter på de relevante præmisser og platforme.</p> <p>Den tertiære målgruppe af regionens aktører er indtænkt i projektets Kina-klar aktiviteter, der tager udgangspunkt i de enkelte aktørers konkrete udfordringer. Med tanke for at aktørernes ressourcer ift. at sikre kinesiske sprogkompetencer eller tilsvarende er begrænsede, vil projektet udvikle og tilgængeliggøre resourceoptimerende og umiddelbart implementerbare redskaber til at forbedre og lette mødet med den kinesiske gæst.</p>				
Aktiviteter og milepæle	<table border="1"> <tr> <td>Aktivitet</td> <td> <p>De tre indsatsområder i projektet bliver følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Tilpasning og pakketering af relevante produkter</b> til det kinesiske rejsemarked.</li> <li>▪ <b>Markedsføring</b> af disse produkter i samarbejde med relevante kinesiske markedsaktører og på de relevante digitale platforme.</li> <li>▪ <b>Gøre hele Greater Copenhagen Kina-klar</b>, så de markedsførte produktudbydere og attraktioner er klar til at modtage de kinesiske gæster.</li> </ul> <p>Se vedlage projektplan og effektkæde for yderligere detaljer.</p> </td> </tr> <tr> <td>Milepæle</td> <td>Se vedlagte effektkæde.</td> </tr> </table>	Aktivitet	<p>De tre indsatsområder i projektet bliver følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Tilpasning og pakketering af relevante produkter</b> til det kinesiske rejsemarked.</li> <li>▪ <b>Markedsføring</b> af disse produkter i samarbejde med relevante kinesiske markedsaktører og på de relevante digitale platforme.</li> <li>▪ <b>Gøre hele Greater Copenhagen Kina-klar</b>, så de markedsførte produktudbydere og attraktioner er klar til at modtage de kinesiske gæster.</li> </ul> <p>Se vedlage projektplan og effektkæde for yderligere detaljer.</p>	Milepæle	Se vedlagte effektkæde.
Aktivitet	<p>De tre indsatsområder i projektet bliver følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Tilpasning og pakketering af relevante produkter</b> til det kinesiske rejsemarked.</li> <li>▪ <b>Markedsføring</b> af disse produkter i samarbejde med relevante kinesiske markedsaktører og på de relevante digitale platforme.</li> <li>▪ <b>Gøre hele Greater Copenhagen Kina-klar</b>, så de markedsførte produktudbydere og attraktioner er klar til at modtage de kinesiske gæster.</li> </ul> <p>Se vedlage projektplan og effektkæde for yderligere detaljer.</p>				
Milepæle	Se vedlagte effektkæde.				
Kommunikation	Vil blive udarbejdet.				
Evaluering	Vil blive udarbejdet.				

## Udvælgelseskriterier

### 1. Bidrag til realisering af den regionale vækst- og udviklingsstrategi 'Copenhagen – hele Danmarks hovedstad'

Der lægges vægt på, at initiativets effektkæde tydeligt demonstrerer, at initiativet bidrager til at indfri ét eller flere af strategiens effektmål.

*Hvilket af strategiens indsatsområde (rammevilkår eller væksttema) falder initiativet indenfor?*

*Hvilket af strategiens effektmål bidrager initiativet til at indfri?*



*Hvordan bidrager initiativet til at indfri effektmålet?*

Projektet falder ind under den regionale vækst- og udviklingsstrategis væksttema 3: Kreativ Vækst – Investeringer. Projektet bidrager til at indfri effektmålet:

- Antallet af turister til regionen stiger med 6 procent om året frem mod 2025

Det antages dog fortsat, at en stigning i antallet af turister også vil sikre udviklingen af nye arbejdspladser frem mod 2025.

Projektet bidrager til at indfri det overordnede effektmål om 6 procent stigning i antallet af turister ved at synliggøre Greater Copenhagens relevante turismeprodukter for de kinesiske turister og inspirere til længere ophold og dagsrejser ud fra København.

Med den nødvendige viden omkring kinesiske rejsemønstre og –behov kan regionens aktører tilpasse produkter og services med henblik på at få maksimalt ud af de kinesiske gæsters besøg. Kinesiske gæster er typisk lukrative kunder. I 2014 stod kinesiske turister for 57% af tax-free salg i København i 2014.

Projektet leverer et meget direkte bidrag til at realisere det ambitiøse mål om at sikre Greater Copenhagen en plads på top ti over de mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister.

Ved at pakke metropolregionens produkter, synliggøre disse på kinesiske rejseplatforme og styrke regionens velkomst af kinesiske turister bidrager projektet til at opnå den målsatte top ti-plads. Indsatsen understøtter ydermere indsatsen i regi af ruteudviklingsprojektet Copenhagen Connected, som Region Hovedstaden medfinansierer. Ved at bearbejde de kinesiske markedsaktører opbygges det nødvendige passagerpotentiale, der understøtter udviklingen af nye direkte flyforbindelser fra kinesiske destinationer til København.

## 2. Vækst og/eller jobskabelse

Der lægges vægt på, at initiativet har en vækst- og/eller jobskabende effekt i hovedstadsregionen.

*Hvor mange jobs forventes initiativet at skabe?*

*Hvilke andre vækstskabende effekter har projektet?*

Projektet falder ind under den regionale vækst- og udviklingsstrategis væksttema 3: Kreativ Vækst – Investeringer. Projektet bidrager til at indfri effektmålet:

- Antallet af turister til regionen stiger med 6 procent om året frem mod 2025

Det antages, at en stigning i antallet af turister også vil sikre udviklingen af nye arbejdspladser frem mod 2025.

Se vedlagte effektkæde.

## 3. Samarbejdskreds med relevante kompetencer og ressourcer

Der lægges vægt på, at initiativet gennemføres af en samarbejdskreds, der bidrager med nødvendige kompetencer og ressourcer, faglige såvel som projektledelsesmæssige, til en succesfuld gennemførelse af initiativet. Hvor det vurderes relevant, vil der tillige blive lagt vægt på graden af kontant medfinansiering og/eller bidrag i form af arbejdstimer.

*Hvilke kompetencer bidrager de enkelte partnere med?*

*Beskriv relevante erfaringer i forhold til projektets gennemførelse.*

*Hvilke projektledelsesmæssige erfaringer har projektholder fra lignende projekter?*

Projektets partnerskabskreds besidder i fællesskab de nødvendige ressourcer, der skal til for at gennemføre projektets aktiviteter.

Projektsekretariatet er forankret hos Wonderful Copenhagen, som tilfører partnerkredsen et stærkt team med specialiserede kinesiske markedskompetencer og -erfaring. Denne viden og ekspertise skal udvikles og udbredes blandt de deltagende kommuner. Partnerskabskredsen leverer den afgørende lokale forankring med det nødvendige lokale produktkendskab, samt lokalt indblik i behov for videns- og kompetenceløft ift. modtagelse og velkomst af kinesiske gæster.

Vedr. medfinansiering se afsnit om øvrig finansiering fordelt på partnere.

Projektet er forankret hos Wonderful Copenhagen, der også huser projektsekretariatet. Sekretariatet varetager den overordnede projektledelse og sikrer aktiviteterernes rettidige gennemførelse og udbredelse.

VisitNordsjælland vil repræsentere de fem nordsjællandske kommuner i samarbejdet, mens Københavns Kommune og Dragør Kommune indgår som individuelle partnere.

Projektets parter besidder i fællesskab de nødvendige ressourcer, der skal til for at gennemføre projektets aktiviteter:

Wonderful Copenhagen byder ind med et stærkt sekretariatsteam med de nødvendige markeds- og sprogkompetencer, mens de deltagende kommuner sikrer den lokale forankring og ekspertise, der er nødvendig for gennemføre aktiviteter lokalt og udbrede den producerede viden.

Projektsekretariatet hos Wonderful Copenhagen bidrager med den overordnede projektledelse baseret på markedsindsigt, kampagnekompetencer og relevant netværk blandt Kinas digitale markedsaktører.

De deltagende kommuner bidrager med det lokale produktkendskab og nødvendige aktørnetværk, der i samarbejde parterne imellem skal sikre relevant produktpakkering, udbredelse af produceret markedsviden samt forankring af Kina-klar aktiviteter og redskaber blandt et relevant netværk af kommunens serviceaktører.

For at udbrede projektet til flere kommuner og aktører i regionen, vil sekretariatet desuden udføre opsøgende arbejde ift. potentielle

partnerkommuner med potentiale for at kunne tiltrække en kinesisk gæstestrøm. Som led heri vil sekretariatet foretage en kortlægning af kinesiske søsterbyaftaler og lignende etablerede samarbejdsaftaler, der kan skabe fundament for en udvidet Kina-satsning og hvor et målrettet arbejde med at højne den lokale forståelse for markedet, samt styrke de lokale aktørers velkomst af kinesiske gæster kan sikre, at regionens destinationer får mest muligt udbytte af den kinesiske gæstestrøm.

Det er projektets målsætning, at i alt 8 kommuner inden for Greater Copenhagen metropolregion tilslutter sig som individuelle partnere i Kina-indsatsen inden udgangen af 2017.

#### 4. Projektstørrelse og levedygtighed

Der lægges vægt på, at der er tale om et større initiativ med markante resultater. Hvor det vurderes relevant, vil der tillige blive lagt vægt på, at initiativet er levedygtigt efter støttens ophør.

*Beskriv hvilke markante resultater initiativet forventes at resultere i.*

Projektet bygger oven på det faglige fundament, der er opbygget i regi af den flerårige Chinavia projektindsats. Siden 2012 har projektet tilgået det kinesiske marked og den kinesiske forbruger på basis af stærk markedsindsigt og –ekspertise, der er samlet i projektsekretariatet og som således har et stærkt udgangspunkt for at kunne levere ReVUS-indsatsens konkrete leverancer og effekter.

Projektet har desuden udviklet de nødvendige kinesiske kommunikationsplatforme, der kræves for at tilgå markedet – herunder kinesiske hjemmesider og profiler på Kinas sociale medier. Dette sikrer et solidt grundlag for at adressere de kinesiske målgrupper for projektets aktiviteter.

Endelig vil projektets Kina-klar aktiviteter i høj grad blive udviklet og skræddersyet til de enkelte aktørers konkrete udfordringer og behov.

Med øget kinesiske gæstestrøm til regionen forventes efterspørgslen på kinesiske markedskompetencer og –indsigt tilsvarende at stige. Projektets vidensproduktion og serviceredskaber vil blive gjort tilgængelige på projektets digitale platforme og således også være tilgængelige efter støttens ophør.

Mange private serviceaktører (hoteller, attraktioner mfl.) modtager på nuværende tidspunkt fortsat for få kinesiske gæster til at retfærdiggøre en større investering i at tilpasse sine produkter til en kinesisk målgruppe og/eller markedsføre produkter til det kinesiske marked. Støtten til ReVUS-satsningen sikrer den nødvendige opstart for at opbygge det nødvendige markedspotentiale, der skal til for at sikre private investeringer i markedets udvikling.

Efter endt indsats (med udgangen af 2017) tilsigtes derfor en højere grad af privat medfinansiering i kampagne- og kompetenceaktiviteter, der således sikrer en fortsat levedygtig kinesisk markedsindsats.

#### 5. Regionale løsninger på regionale udfordringer

Der lægges vægt på, at initiativet adresserer regionale udfordringer, og at løsningerne bygger videre på og skaber synergi med eventuelle eksisterende initiativer og med Greater Copenhagen.

*Hvilke regionale udfordringer adresserer initiativet?*

*Hvilke eksisterende indsatser bygger initiativet videre på / skaber synergi til?*

*Hvad er initiativets relevans i forhold til Greater Copenhagen?*

Ved opstart er syv kommuner engageret i den fælles Kina-satsning med mulighed for yderligere involvering på sigt (hvor de fem nordsjællandske kommuners engagement koordineres via VisitNordsjælland). Der er tænkt en opsøgende indsats ind i projektet med henblik på at udbrede den producerede viden og styrke den samlede metropolregions kinesiske markedsposition og Kina-klar styrkeposition.

Projektet bygger oven på den eksisterende indsats i regi af Chinavia-projektet, der primært er målrettet den direkte kinesiske konsumentkommunikation. Samtidig bidrager projektet til at styrke ruteudviklingsprojektet Copenhagen Connected's konkurrencedygtighed ift. at tiltrække direkte kinesiske flyforbindelser. Endelig bygger projektets aktiviteter oven på de eksisterende indsatser hos Visit Nordsjælland og de nordsjællandske kommuner, samt ift. Københavns Kommunes arbejde med samarbejdsbyen Beijing.

Projektet adresserer den overordnede regionale udfordring *Flere turister til regionen*, som beskrevet i vækst- og udviklingsstrategien under væksttema 3: Kreativ Vækst.

Projektet bygger oven på to eksisterende indsatser i Region Hovedstaden, hhv. Copenhagen Connected og Chinavia.

Formålet med Copenhagen Connected er at styrke international tilgængelighed til København og Danmark fra markeder med vækst- og passagerpotentiale, hvor Kina, som verdens største udrejsemarked, naturligvis står højt på ønskelisten for nye direkte flyforbindelser. Den primære målgruppe for projekter er derfor flyselskaberne med forbrugerne (de potentielle passagerer) som sekundær målgruppe.

Chinavia indsatsens primære målgruppe er de kinesiske forbrugere med det formål at styrke kendskab til København, Danmark og hele Norden og derved skabe større efterspørgsel i markedet. Projektets aktiviteter målretter sig primært den direkte forbrugerkommunikation med udgangspunkt i en række centrale digitale platforme. Chinavia er et nordisk samarbejdsprojekt, hvor partnerne i dag udgøres af Stockholm Visitors Board, Visit Helsinki, Malmö Turism og Tourism in Skåne, samt Göteborg & co. Projektet er forankret hos Wonderful Copenhagen og finansieres af partnerbidrag, samt bidrag fra Københavns Kommune og Region Hovedstaden. Herudover indgår mindre indtægter ved salg af kinesiske servicekurser til destinationer, der ikke er partnere i projektet, og øvrige private aktører.

De deltagende kommuner ser et stort uforløst potentiale i den kinesiske gæstestrøm og går derfor aktivt ind i projektet med konkrete behov og finansiering.



# Effektkæde og kritiske antagelser

## Udfordring:

Det overordnede mål i ReVUS for Region Hovedstadens kinaindsats er, at: *Greater Copenhagen senest i 2025 er i top 10 over de mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister.*

Med hård international konkurrence om kinesiske forbrugeres gunst, lav kinesisk kendskabsgrad til København og metropolregionen som rejsedestination, samt store kulturelle og sproglige barrierer ift. at tilgå det kinesiske marked, er en fælles målrettet indsats nødvendig for at sikre top 10-pladsen.

Den fælles, målrettede indsats vil koncentrere sig om at 1) tilpasse og pakketere relevante produkter til det kinesiske rejsemarked på et opdateret vidensgrundlag, 2) markedsføre disse produkter i samarbejde med relevante kinesiske markedsaktører og på de relevante digitale platforme samt 3) gøre Greater Copenhagen Kina-klar, så de markedsførte destinationer, produktudbydere og attraktioner er klar til at modtage de kinesiske gæster.

Aktiviteter:	Output:	Effekter/resultater:
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tilpasning og pakketering af produkter</li> <li>2. Markedsføring af produkter</li> <li>3. Kina-klar Greater Copenhagen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.1 Opdateret forbrugerresearch mhp. at identificere kinesiske rejsemønstre, samt produktbehov og -efterspørgsel.</li> <li>1.2 Udvikling af min. 5 konkrete produktpakker målrettet kinesiske turister mhp. at synliggøre en større del af metropolregionen og inspirere kinesiske turister til at opholde sig længere.</li> <li>2.1 Digital eksponering af metropolregionen mhp. at skabe øget kendskab blandt relevante kinesiske markedsaktører og forbrugersegmenter. Samlet 2. millioner eksponeringer / år.</li> <li>2.2 Min. 4 produktkendskabsture i alt mhp. at sikre relevant kendskab til produkter blandt kinesiske relevante markedsaktører (turoperatører, rejseagenter).</li> <li>3.1 Gennemførelse af min. 8 Kina-klar kurser for turisme- og serviceaktører i metropolregionen.</li> <li>3.2 Nyudvikling af digitale serviceredskaber (geografisk tilpasset metropolregionen) på chinavia.dk platformen.</li> <li>3.3 Øget bevidsthed blandt kursusedtagere ift. kinesiske serviceforventninger og øget brug af digitale serviceredskaber på chinavia.dk.</li> <li>3.4 Kortlægning af kinesiske</li> </ol>	<p>Det overordnede mål i ReVUS er, at Greater Copenhagen skal være top 10 over de mest attraktive regioner i Europa for kinesiske turister. Den beskrevne indsats i denne ansøgning skal bidrage til at sikre dette resultat og aktiviteterne er designet mhp. at bidrage hertil.</p> <p>Metropolregionens attraktivitet for kinesiske turister måles på baggrund af:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kinesiske overnatningstal for metropolregionen og benchmarket ift. øvrige europæiske destinationer</li> <li>▪ Kinesiske forbrugstal (det undersøges om det er muligt at få oplyst tværregionalt geografisk-specifikt tax free shopping data)</li> <li>▪ Kinesiske gæsters kulturforbrug (ved at kigge på data for Copenhagen Card, samt målinger på udvalgte kulturinstitutioner/attraktioner i metropolregionen)</li> <li>▪ Tilfredshed med besøget og servicemødet (kinesiske gæsteundersøgelser)</li> </ul>

	samarbejdsaftaler (med turisme som element) mellem metropolregionens aktører og kinesiske ækvivalenter.	Effekten af indsatsen skal således være: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vækst i kinesiske overnatninger</li> <li>▪ Stigning i kinesisk tax free forbrug, samt kulturforbrug</li> <li>▪ Øget kinesisk kendskab til regionens bredere produktportefølje og længere ophold i regionen til følge</li> <li>▪ Øget tilfredshed blandt kinesiske gæster</li> </ul>
--	---	---

### Kritiske antagelser:

- Det kinesiske marked udvikler sig særdeles hurtigt – og de kinesiske rejsetrends følger med. Det betyder samtidig, at markedet kan vise sig meget følsomt over for udsving i økonomi og den politiske situation i Kina. Skift i kinesiske politiske rammer kan ligeledes have betydning for udrejse – dette senest set i forbindelse med introduktionen af regler omkring turgrupper (start 2014), der ramte populære gruppedestinationer hårdt. Samme gør sig gældende ift. kinesisk luksusskat, der i dag gør det favorabelt at shoppe i udlandet. Ændring af skatteforholdene vil påvirke kinesisk tax free forbrug. Indsatsen i regi af ReVUS bygger på den kritiske antagelse af det kinesiske marked fortsat udvikler sig favorabelt og global udrejse fra Kina fortsat vækster.
- Tilgængelighed er afgørende for at sikre fortsat vækst af kinesiske turister til regionen. Det er en kritisk antagelse for projektet, at de eksisterende ruteforbindelser fastholdes, samt tilgængeligheden styrkes yderligere.
- Samarbejdsvillighed fra de relevante service- og kulturaktører ift. at uddanne personale, aktivt bruge de redskaber, projektet stiller til rådighed, samt aktiv deltagelse i målingen af de kinesiske gæsters kulturforbrug, tilfredshed mv.

## GREATER CHINAVIA

INDTÆGTER	2016	2017
OFFENTLIGE PARTNERE*	150.000,00	150.000,00
REGION HOVEDSTADEN	3.000.000,00	3.000.000,00
PRIVATE AKTØRER**	50.000,00	50.000,00
<b>I ALT</b>	<b>3.200.000,00</b>	<b>3.200.000,00</b>

\*Partnernes medfinansiering afventer fortsat endelig bekræftelse. De indikerede DKK 150.000 / indsatsår er Helsingør Kommunes øremærkede budget til kinesisk markedsindsats. Visit Nordsjælland bidrager med medarbejdertimer 2016 og 2017, der værdisættes 1. kvartal 2016. Københavns Kommune har ydermere afsat DKK 4,6 mio. til at styrke samarbejdet med Beijing og Hamburg. En del af dette budget er øremærket det eksisterende Chinavia+ projekt og vil således bidrage til at danne grundlag for den udvidede REVUS indsats. Da denne finansiering også optræder i den godkendte Chinavia+ ansøgning, er de ikke indikeret her. Dragør Kommune har pulje midler som kan ansøges.

\*\* Der er i den godkendte Chinavia+ ansøgning indikeret et mål om finansiering ved salg af Kina-klar servicekurser til øvrige aktører (dvs. aktører, der ikke er projektpartnere). Som led i REVUS satsningen vil indsatsen blive udvidet til et større geografisk område. Offentlige aktører, der ønsker at indgå i samarbejde omkring Kina-klar og øvrige aktiviteter målrettet det kinesiske rejsemarked, vil indgå som offentlige partnere. Skulle private aktører ønske at gennemføre Kina-klar kurser og forløb, ville dette indgå som indtægter under private aktører.