

# Indsatsområder 2016

---

Bestyrelsesmøde  
den 20. november 2015



Indsatsområder 2016 bedes taget til efterretning.



# Indhold

---

1.	Målsætninger 2015-2018 .....	2
2.	Indsatser i 2016 .....	3
2.1	Tiltrækning af udenlandsk kapital, talent og virksomheder .....	3
2.1.1	<i>Investment Promotion</i> .....	3
2.1.2	<i>Tiltrækning og fastholdelse af internationalt talent</i> .....	4
2.1.3	<i>Kapitaltiltrækning</i> .....	7
2.2	Regional erhvervsudvikling .....	8
2.2.1	<i>Copenhagen Healthtech Cluster</i> .....	8
2.2.2	<i>Sourcing China</i> .....	9
2.2.3	<i>Pulje til deltagelse i eller etablering af nye projekter</i> .....	10
2.3	Marketingsplatforme .....	12
2.3.1	<i>Modtagetjenesten "One-Point Entry"</i> .....	12
2.3.2	<i>Greater Copenhagen-brand</i> .....	13
2.3.3	<i>Investorportal og MIPIM</i> .....	14
2.3.4	<i>Stakeholder- og PR-indsats</i> .....	15
2.4	Andre indsatser .....	17
2.4.1	<i>Shared Service Center</i> .....	17



# 1. Målsætninger 2015-2018

Tabel 1 viser de overordnede mål, som Copenhagen Capacity skal nå i perioden fra 2015-2018 i henhold til vores resultatkontrakt med Region Hovedstaden. Derudover viser tabellen vores mål for 2015 og 2016.

**Tabel 1. Mål 2015-2018**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Hele perioden (2015-2018)</b>
<b>Job</b>	<b>900</b>	<b>970</b>	<b>4.000</b>
- Via investeringsfremme	750	800	3.450
- Via talentindsats	150	170	550
<b>Investeringsager*</b>	<b>25</b>	<b>30</b>	<b>130</b>
- Herunder videntunge investeringer	10	10	40
<b>Leads</b>	<b>160</b>	<b>175</b>	<b>750</b>
<b>Kundetilfredshed</b>			
- Investeringsager	90%	90%	90 %
- Talentindsats	90%	90%	90 %
- Kommuner i Greater Copenhagen samarbejdet	70%	80%	90%
<b>Kommuner aktive i Greater Copenhagen initiativer</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>35</b>
<b>International medieomtale af Greater Copenhagen</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>100</b>



## 2. Indsatser i 2016

---

I det følgende findes en kort oversigt over de forventede resultater for hvert program samt de hovedaktiviteter, som vi vil gennemføre i 2016.

### 2.1 Tiltrækning af udenlandsk kapital, talent og virksomheder

#### 2.1.1 Investment Promotion

Der er i stigende grad international hård konkurrence om at tiltrække globale investeringer og Investment Promotion afdelingen har derfor ændret den måde, som vi går til kunderne på. Sammen med de danske partnere udvælges styrkepositioner helt ned på udvalgt niche niveau i regionen, der herefter tilbydes nøje udvalgte internationale virksomheder. Salget er således stærkt kompetencedrevet understøttet af markedsmæssige muligheder. Vi kan allerede nu konstatere at denne tilgang fører til dialog med større virksomheder på et helt andet niveau. Samtidig kan vi se, at væksten i jobs i Europa finder sted ved eksisterende virksomheders udvidelser, og der er derfor et øget fokus på dette område. Vi vil i 2016 fortsætte dette fokus og også udvide vores samarbejder med de danske (og svenske) stakeholdere om produktudvikling og adgang til virksomheder.

#### **Hovedaktiviteter 2016**

2016 vil fokusere på en yderligere cementering af salgsmetodikken, opbygning af value propositions sammen med partnere og gennemførelse af to nye Interreg projekter 'ESS' og 'Lighting Metropolis'. Derudover vil vi afprøve nye kampagnemetoder for at nå vores målgruppe lettere og mere kvalificeret blandt andet inden for Fintech området (Fintech er teknologi, der anvendes i den finansielle sektor, herunder til mobile betalingsplatforme, data sikkerhedssystemer, nye låneprodukter, mv.). Endelig vil vi også teste nye metoder til at afdække virksomheder, der arbejder inden for Big Data området.

- **Markedsdrevne investeringer**

Her ligger det store fokus på Tyskland og Kina som separate markeder, hvor vi præsenterer udvalgte value propositions (investeringstilbud) til særligt udvalgte kunder især udbud, investeringsmuligheder eller konkrete markedsmuligheder på et udvalgt industriområde. Vi er i gang med en større kortlægning af verdens største virksomheder, Forbes 2000, som afsluttes i 2015, hvorefter 2016 vil blive brugt på at matche virksomheder, der endnu ikke har aktiviteter i Danmark, med markeds- eller udviklingsmuligheder her. Sideløbende markedsfører vi Danmark som den bedste lokation for nordiske

operations (Nordic HQ). Vi fortsætter arbejdet med at tiltrække virksomheder inden for transport, logistik og e-handel, og har endvidere fokus på tiltrækning af hoteller, datacentre, mv. Endelig kigger vi på service provider området, og om der er nogle typer af services, som vi med fordel kan tiltrække til det danske marked for at understøtte danske og udenlandske virksomheders vækst.

- **Kompetencedrevne investeringer**

De tre kompetencedrevne områder er life science, cleantech og ICT. Hvert område har udvalgt nogle fokusområder kaldet segmenter og har udviklet 'produkter' målrettet udenlandske investorer. Life Science fokuserer på e-health og samarbejdet med Copenhagen Healthtech Cluster, Cleantech på 'Biomasse til energiforsyning' samt 'Affaldshåndtering' og ICT fokuserer på Fintech, Big Data og Security software and solutions. På ICT vil vi udarbejde en kampagne rettet mod Fintech virksomheder op mod Money20/20, der finder sted i Danmark i april 2016. Da Fintech virksomhederne er online er det relativt nemmere at nå dem via sociale medier og andre online platforme end fx forsyningsvirksomheder eller entreprenører.

- **Aftercare – expand & retain**

På aftercare fortsættes det gode arbejde med at følge op på de virksomheder, der allerede er i regionen. Målrettede tilbud udvikles løbende til virksomheder der står over for en af følgende 3 udfordringer: 1) HQ ønsker at nedlægge et datterselskab i Danmark, 2) HQ ønsker at restrukturere back office funktioner i Norden/Europa, 3) det danske selskab ønsker at udvide funktioner fx fra salg til udvikling. Vi har i 2015 indgået skriftlige aftaler med AMCHAM og Det Dansk Tyske Handelskammer, og Danish China Business Forum for at samarbejde omkring fastholdelse af deres medlemsvirksomheder. Vi vil i 2016 igangsætte nye ydelser gennem alle tre partnerskaber målrettet virksomhederne. Der vil være fokus på at etablere et CEO-netværk af alle de udenlandske direktører, der bor og arbejder i regionen og endvidere fortsætter indsatsen på at fastholde alle de danske virksomheder, der bliver opkøbt af udenlandske investorer.

### Mål 2016

Job	800 job
Successager	30 stk.
- Herunder videntunge	10 stk.
Nye leads	175 stk.
Kundetilfredshed	90%

#### 2.1.2 Tiltrækning og fastholdelse af internationalt talent

Internationale virksomheders beslutning om at investere i Greater Copenhagen er i stigende grad afhængig af afgang til de rette kompetencer. Tilsvarende flytter de lokale virksomheder til udlandet, såfremt de ikke kan få adgang til de kompetencer de efterspørger. Med Greater Copenhagens demografiske sammensætning for øje

er international talent nøglen i begge tilfælde. Gennem tiltrækning og fastholdelse af internationalt talent understøtter Copenhagen Capacity virksomhedernes muligheder for at skabe vækst i Greater Copenhagen.

I 2016 vil der være særligt og øget fokus på jobskabelse i henhold til resultatkontrakten og mindre fokus på international markedsføring af Greater Copenhagen som en studiedestination, da sidstnævnte jf. dimensioneringsagen er mindre ønsket af universitetspartnerne. Som led i øget jobskabelse og ønsket styrket relation med virksomhederne etableres tiltrækningskampagner, hvor Copenhagen Capacity markedsfører ledige stillinger overfor udenlandske talentgrupper og trækker ansøgere helt over mod den omsættende virksomhed. Dette er en væsentlig styrkelse ift. til de nuværende "branding" indsatses.

I 2016 vil talentafdelingen med afsæt i igangværende koncepttest og pilotmodeller udarbejde en model for fremtidig medfinansiering fra virksomheder til Copenhagen Capacity's talentindsats. Målet er at have 10 betalende virksomheder i 2016 med minimum DKK 25.000 per virksomhed. Dette vil være et centralt led i at fremtidssikre det økonomiske grundlag for en langsigtet bæredygtig talentindsats i Copcap.

### Hovedaktiviteter 2016

- Talentsiltrækning:
  - *Employer branding kampagner samt branding af Greater Copenhagen* som karriedestination. International markedsføring af konkrete åbne jobs i Greater Copenhagen indenfor cleantech, ITC og lifescience med deltagelse af 40+ virksomheder
  - *Tiltrækningskampagner*, hvor Copenhagen Capacity går i samarbejde med enkeltvirksomheder og målrettet bistår dem med at tiltrække internationale medarbejdere (fx til Bioproduktion i Kalundborg eller IT-specialister til finanssektoren). Copenhagen Capacity vil målrettet identificere hvor de potentielle kandidater er og pre-screene dem, inden at de præsenteres for virksomhederne.
  - *Tiltrækningsfremstød på internationale karriereevents*, hvor virksomhederne vil blive bragt i direkte forbindelse med højtuddannede i udlandet. Copenhagen Capacity organiserer og arrangerer samlet deltagelse (fx MIT European Career Fair, Top Talent India m.fl.)
  - *Konkrete fællessager med Investment Promotion*, hvor flere og flere internationale kunder efterspørger talentafdelingens ydelser, som væsentligt parameter ifm. Go/no go på lokalisering i Greater Copenhagen.
- Talentfastholdelse:
  - *Opkvalificering og matchmaking* af herboende internationale talenter (primært studerende) for at sikre overgangen til det danske arbejdsmarked efter endt uddannelse og dermed fastholdelse af viden.
- Implementering af den regionale talentstrategi:
  - *Talentstrategi*, hvor Copenhagen Capacity sammen med de to andre lead partnere (DI og International House Copenhagen) sikrer implementeringen af de 10 initiativer mhp. at styrke Greater Copenhagen som en attraktiv talentdestination.

## Mål 2016

Job i henhold til resultatkontrakt	170 job
Fordelt på	
- Talentsiltrækning	100 job
- Talentfastholdelse	70 job
Deltagende virksomheder	75 stk.
- Heraf medfinansierende virksomheder	10 stk.
- Medfinansieret beløb fra virksomheder	250 t.kr.
Internationale agendahistorier	50
Kundetilfredshed	90%

### 2.1.3 Kapitaltiltrækning

Nem adgang til kvalificerede investorer og supplerende egenkapital er en af hjørnestenene i al innovation og iværksætteri, herunder for vækstlaget af mindre og mellemstore virksomheder (SMV) i Greater Copenhagen. I anden halvdel af 2015 har udviklingsafdelingen påbegyndt arbejdet med at klarlægge, hvordan og i hvilket omfang Copenhagen Capacity kan påtage sig rollen som facilitator inden for egentlig kapitalrejsning blandt udenlandske investorer. Dette arbejde vil fortsætte i 2016. Afklaringen vil ske i tæt dialog med både private aktører (finansielle rådgivere) og de offentlige aktører (Regionerne, Væksthusene, Universiteter m.v.).

Hovedtesen for arbejdet er, at en række mindre virksomheder har brug for kvalificerede investorer, der i detaljen forstår deres specifikke forretningsområde for at ville investere, eksempelvis computerspilvirksomheder. At sikre det rigtige match mellem disse virksomheder og den rette kapital er vanskelig og kræver ofte en broker, som på kommercielle vilkår laver den indledende due diligence proces og formidler kontakten. Der er et marked for dette, men den kommercielle business case for brokieren hænger kun sammen for større investeringer (typisk over 50 mio. kr). I markedet fra 10-40 mio. kr. er der mange sunde virksomheder med et kvalificeret kapitalbehov, men mangler en aktør, der kan facilitere kontakten til investorerne.

#### **Hovedaktiviteter 2016**

- Identificering af indsatsområdet samt overlap/synergi med øvrige Copenhagen Capacity indsatsområder
- Konceptafklaring: Afgrænsning/definition af indsatsområder og rollefordeling, afklaring af værdiskabelsen samt fastlæggelse af endelig forretningsmodel.
- Understøttelse af konkrete transaktioner: Case-by-case involvering i konkrete sager for dels at teste teserne og dels vise private og offentlige partnere, at Copenhagen Capacity kan løfte opgaven.
- Evaluering og finansiering: Afdelingen laver en kort intern evaluering af indsatsen med en indstilling, om hvorvidt indsatsen skal fortsætte i 2017. Dette forelægges bestyrelsen og Region H. Falder afgørelsen positivt ud opstarter processen omkring sikring af finansiering for 2017.

#### **Mål 2016**

Egentlige effektmål defineres fra 2017, hvis pilotfasen identificerer en relevant og nødvendig rolle for Copenhagen Capacity inden for tiltrækning af international kapital til Greater Copenhagen



## 2.2 Regional erhvervsudvikling

### 2.2.1 Copenhagen Healthtech Cluster

CHC skal medvirke til at gøre Greater Copenhagen til et internationalt knudepunkt for udvikling af sundheds- og velfærds løsninger. Det sker ved at samle en række aktører fra hospitaler over ældre- og socialområdet til forskningsmiljøer om at tilbyde virksomheder de bedste betingelser for at udvikle, teste og commercialisere sundheds- og velfærds løsninger. På en gang skal aktiviteterne øge livskvaliteten for borgerne uden brug af flere skattemidler, samtidig med, at der skabes job i den private sektor og vækst i regionen. En dynamisk offentlig-privat økologi for nye sundheds løsninger vil forbedre det regionale "produkt", så det på sigt giver Copenhagen Capacity bedre muligheder for at tiltrække virksomheder og talenter på området.

Med afsæt i regional grundfinansiering har en første opgave bestået i at sikre finansiering til aktiviteter, der kan flytte klyngens udvikling fremad. Dette arbejde vil fortsætte i 2016.

#### Hovedaktiviteter 2016

- *Identifikation og realisering af Sund Vækst områder*, hvor der kan udvikles, indkøbes, implementeres og eksporteres nye sundheds løsninger. Det sker gennem fire faser: Identifikation af muligheder, kvalificering, konceptualisering og realisering.
  - Konkret vil der blive arbejdet med realisering af tre muligheder: Teknisk avanceret simulationstræning, digital understøttet genoptræning samt innovative plejeløsninger. Dertil kommer identificering af nye Sund Vækst muligheder.
- *Etablering af specialiserede testmiljøer* - forretningsudvikle eksisterende udviklings- og testlabs, så de får kommerciel værdi for virksomheder. Herunder at udenlandske virksomheder kan teste deres løsninger i regionen.
  - Der arbejdes på etablering af nye test miljøer og gennemførelse af konkrete offentlig-private testforløb.
  - Understøttelse af Region Hovedstadens samarbejde med Jiangsu i Kina – og etablering af test og udviklingssamarbejde.
- **Ny Sund Vækst datamarkedsplads som** basis for at offentlige myndigheder og private virksomheder kan anvende de unikke sundhedsdata i Danmark til gavn for det offentliges løsninger og de private virksomheders kommercielle udvikling.
  - Det indledende koncept skal udvikles således, at der næste år kan rejses finansiering til den faktiske etablering.

## Mål 2016

CHC har en række mål, der er beskrevet i de projekter, der tilsammen tilvejebringer finansieringen for udviklingen af klyngen. De mål der fremhæves her, er de mål, der er særligt relevante for Copenhagen Capacitys drift og bestyrelsen.

Sund Vækst muligheder	
- Etablerede offentlige-private partnerskaber	2 stk.
- Kommercielt nyt forretningsområde etableret	1 stk.
- Nye Sund Vækst muligheder identificeret	3-6 stk.
Testmiljøer	
- Etablering af testmiljøer	5 stk.
Markedsplads for sundhedsdata	
- Koncept udviklet	1 stk.

### 2.2.2 Sourcing China

Vi har i 2015 justeret Kina-satsningen og i 2016 vil vi yderligere fokusere indsatsen. Det hænger sammen med, at omkring 80% af alle kinesiske investeringer i Europa er M&A, og 70% af alle nye jobs bliver skabt af eksisterende investorer. Derfor gøres der fremover mere ud af hjælpe de kinesiske virksomheder med deres videreudvikling efter etableringen. Også geografisk fokuseres indsatsen mod de politisk etablerede samarbejder i vores region. Det proaktive salg i Kina udføres primært af Invest in Denmark med support fra os, og selvstændigt salg gennemføres primært i de tre danske samarbejdsaftaler samt via netværk i Danmark.

#### Hovedaktiviteter 2016

- *Aftercare-indsats* – da kinesiske firmaer synes, at det er svært at navigere på det danske marked, vil vi styrke vores etableringsservices for at sikre stærkere forankring og vækst. Der søges samarbejde med andre aktører herom, fx Væksthusene.
- *Geografisk fokus* – regionale og kommunale samarbejder med Jiangsu/Region H, Zhejiang /Region S, og Beijing/København.
- Invest in Denmark's fact finding mission support fortsættes.
- *Soft landing* – fokus på at skabe en landing platform for kinesiske investorer i Danmark.
- *Salgsmaterialer* – udvikling af materialer om vores region på kinesisk i forlængelse af den Greater Copenhagen brochurer, der er lavet på kinesisk.
- *Workshop* hvor der i partnerkredsen samles op på erfaringer med indsatser ift. Kina.

## Mål 2016<sup>1</sup>

Job	80 job
Successager	10 stk.
Nye leads	25 stk.
Medieomtale i Kina	4 stk.
Kundetilfredshed	90%

### 2.2.3 Pulje til deltagelse i eller etablering af nye projekter

Der er endnu ikke trukket på puljen i 2015. Det skyldes primært, at en række af de største udviklingsprojekter, der er igangsat under den nye resultatkontrakt med Region Hovedstaden, har et selvstændigt budget.

Udviklingsafdelingen forventer dog at trække på puljen i 2016. Tre projektideer er således ved at blive analyseret og vurderet for, om de har potentiale til at blive udviklet yderligere med bidrag fra udviklingspuljen:

- *Tiltrækning af iværksættere:* Konkurrencen om at tiltrække udenlandske iværksættere intensiveres og behovet for at kunne tilbyde bedre og mere målrettede tilbud øges. Udviklings- og talentafdelingen arbejder derfor i fællesskab med at definere Copenhagen Capacitys eventuelle rolle inden for tiltrækning af internationale iværksættere. De få stærke aktører, der nu tiltrækker internationale startups gennem fx acceleratorforløb har stor succes med det. Men de mangler ofte et konkret langsigtet argument for at de internationale startups skal blive i Danmark, når de er gennem programmerne. Her kan Copenhagen Capacitys arbejde med langsigtede value propositions til udenlandske virksomheder muligvis bruges. Dette vil blive undersøgt nærmere i 2016.
- *Copenhagen Science Region:* For at sikre kapitalisering af de store forskningsinvesteringer i etableringen af ESS & MAX IV og den forestående kapacitetsopbygning på universiteterne vil Copenhagen Capacity med opbakning fra Invest in Denmark afsøge mulighederne for at udvikle og styrke samarbejdet med universiteterne. Formålet er at sikre adgang for de udenlandske virksomheder til universiteternes viden, kompetencer, samt test og demo faciliteter for dermed at sikre flere kompetencedrevne investeringer
- *Leads gennem big data analyse:* Copenhagen Capacity vil gerne undersøge om big data analyse kan hjælpe med at identificere potentielle leads tidligere end nu. Med indsatsen identificerer udviklings- og analyseafdelingen 10-20 indikatorer, der øger sandsynligheden for at en virksomhed overvejer at etablere sig i udlandet. Indikatorerne kan være høj vækst, nye kapitalindskud,

<sup>1</sup> Mål for Sourcing China medregnes i den samlede resultatskabelse for Investment Promotion for 2016. På samme måde indgår målet for medieomtale i det samlede mål for Copenhagen Capacity.

ansættelse af internationale forretningsudviklere, indtræden på nye eksportmarkeder eller andet. Ambitionen med projektet er, at de fleste indikatorer kan monitoreres automatisk og således identificere de relevante virksomheder. Copenhagen Capacity opstarter et pilotforsøg i 2015, som vil blive søgt udvidet med midlerne fra udviklingspuljen, hvis det vurderes at have potentiale.

## 2.3 Marketingsplatforme

Copenhagen Capacity er operatør på modtagetjenesten One-Point Entry, investorportalen og det fælles Greater Copenhagen-brand. Alle tre initiativer er iværksat i regi af Greater Copenhagen-samarbejdet. Et samarbejde, som forventes også at inkludere Skåne fra januar 2016, hvor "The Greater Copenhagen & Skåne Committee" etableres.

De tre Greater Copenhagen-initiativer, som Copenhagen Capacity er operatør på, bliver en del af den såkaldte "basispakke", som alle medlemmer af Greater Copenhagen-samarbejdet automatisk indgår i. Derfor vil der i 2016 skulle igangsættes aktiviteter, som involverer skånske kommuner, så initiativerne bliver forankret i og udbredt til Skåne. Det er endnu ikke afklaret, hvilken rolle Copenhagen Capacity kommer til at spille i den sammenhæng, men arbejdet i Skåne vil skulle ske i tæt koordinering med indsatsen i Østdanmark. Ligeledes er finansieringen af en eventuel udvidet indsats heller ikke kendt og derfor ikke medtaget i det følgende.

### 2.3.1 Modtagetjenesten "One-Point Entry"

Copenhagen Capacity driver som en del af det fælles Greater Copenhagen-samarbejde en fælles modtagetjeneste for internationale delegationer.

Indsatsen skal sikre, at udenlandske delegationer screenes og kvalificeres på baggrund af vigtighed og relevans for regionen, samt præsenteres for de bedste løsninger, som Greater Copenhagen-regionen kan præstere. Endelig vil indsatsen sikre, at der foretages opfølgning på de delegationer, som modtageapparatet har serviceret, hvoraf flere udvikles til nye kommercielle samarbejder eller investeringsleads. One-Point Entry startede i foråret 2015 og fokus har af ressourcemæssige grunde i første omgang været på det grønne område og delegationer fra Kina.

Modtagetjenesten er kommet rigtig godt fra start og årets resultat overstiger langt den volumenmæssige målsætning. Fokus i 2016 bliver at konsolidere arbejdet yderligere ved specielt 1) at blive skarpere på opfølgning og dokumentation af værdiskabelsen og 2) at få bredt tjenesten ud til flere kommuner i Greater Copenhagen. Det sidste har vist sig sværere end først antaget.

#### Hovedaktiviteter 2016

- Screening af delegationer samt planlægning og gennemførelse af besøgsprogrammer.
- Inddragelse af partnere blandt kommunale, regionale og statslige myndigheder, organisationer, virksomheder mv.
- Udarbejdelse af interessentanalyse af relevante danske virksomheder og andre partnere if. besøgshåndtering.
- Videreudvikling af besøgsmoduler for hele Greater Copenhagen-regionen
- Markedsføring af besøgsmoduler på hjemmeside og i samspil med den overordnede Greater Copenhagen-kampagne.

- Inddragelse af regionens kommuner i den fælles besøgshåndtering via fælles anmeldelse af delegationer samt udsendelse af nyhedsbreve og øvrig kommunikation via CRM.
- Udvikling af koncepter for opfølgning på udvalgte delegationsbesøg i samarbejde med partnere, ambassader mv. Herunder udvikling af et værdi- og målhieraki, der skal hjælpe med til at dokumentere og måle effekterne af modtagetjenesten.
- Beskrivelse af cases og best practice for besøgshåndtering.
- Undersøgelse af tættere samarbejde med Malmø og Skåne, evt. i regi af Greater Copenhagen-samarbejdet.

### Mål 2016

Nye leads til IP-afdelingen	10 stk.
Antal virksomheder, der har fået udbytte	25 stk.
Antal henvendelser screenet	200 stk.
Antal besøg understøttet	100 stk.
Antal besøg fuldt arrangeret	10 stk.
Kundetilfredshed fra delegationer	80%
Cases beskrevet med konkret outcome	10 stk.
Antal kommuner, der modtager delegationer	15 kommuner

### 2.3.2 Greater Copenhagen-brand

Copenhagen Capacity arbejder videre med at udvikle og forankre Greater Copenhagen-brandet blandt centrale interessenter, så det kan være med til at skabe øget international synlighed om metropolen. I 2015 var der primært fokus på at involvere kommuner, universiteter og vidensbyer i arbejdet med brandet. I 2016 vil der i høj grad blive prioriteret at informere og involvere virksomheder og organisationer, så brandet bliver relevant og værdifuldt for både offentlige og private aktører at bruge i international markedsføring.

#### Hovedaktiviteter 2016

- Workshops og dialog med kommuner, organisationer, universiteter og vidensbyer med fokus på, hvordan brandet kan understøtte aktørernes internationale markedsføring.
- Særligt fokus på at informere, involvere og engagere virksomheder i at arbejde med international branding, fx i forhold til tiltrækning af internationale talenter.
- Løbende udvikling af markedsføringsmaterialer, der kan understøtte både offentlige og private aktørers internationale markedsføring – herunder toolbox inkl. fotos og film.
- Rådgivning og sparring om brug af brandet.
- Markedsføre Danmark som studie- og karriereland via Youth Goodwill Ambassador-korpset (YGA).
- Markedsføre Greater Copenhagen for at tiltrække virksomheder, talenter og investorer via vores Goodwill Ambassador Corps (GWA).

## Mål 2016

Antal brugere	
- Kommuner	25 stk.
- Universiteter, organisationer og virksomheder	20 stk.
International medieomtale	25 stk.
Kundetilfredshed	80%
Workshops og roadshows	25

I forhold til brandets videre udvikling er der for at øge Greater Copenhagens synlighed internationalt – og samtidig vise danske aktører værdien af brandet – behov for en stærkere markedsføring målrettet relevante specifikke internationale målgrupper. Således bør der fra 2016 gennemføres målrettede kampagner via forskellige kanaler, netværk og organisationer samt sociale medier og webplatforme. Kampagnerne skal formidle regionens styrkepositioner til de enkelte målgrupper (investorer, virksomheder, talenter og turister) inden for forskellige sektorer og lande og skabe leads, der kan følges op på. Kampagnerne forudsætter udvikling af en generisk "kampagnemotor", som kan genbruges til flere typer målgrupper, afsendere og budskaber. Kampagnerne vil supplere og understøtte den opsøgende indsats, organisationer og initiativer allerede laver for at tiltrække virksomheder, investorer og talenter til området. Det er endnu ikke afklaret, hvordan "kampagnemotoren" og fremtidige kampagner skal finansieres, men flere parter fra Greater Copenhagen-samarbejdet har vist interesse i at bidrage. Desuden skal der i løbet af 2016 undersøges, om der kan udvikles en finansieringsmodel, hvor virksomheder deltager i/medfinansierer den internationale markedsføring.

### 2.3.3 Investorportal og MIPIM

Copenhagen Capacity vil fremover stå for koordinere og arrangere Greater Copenhagen-regionens stand under den årlige MIPIM konference – med et helt klart Greater Copenhagen-udtryk og baseret på en økonomisk bæredygtig model. Derudover vil Copenhagen Capacity, som en del af Greater Copenhagen-samarbejdet, videreudvikle den fælles investorportal "Greater Copenhagen Investments" med fokus på at skabe værdi for både kommuner og internationale brugere.

#### Hovedaktiviteter 2016

- Gennemføre MIPIM 2016 inden for de eksisterende rammer
- Forberede at kunne gennemføre MIPIM i nyt set-up (fra 2017) og en langsigtet økonomisk basis
- Videreudvikle investorportalen indholds- og brugsmæssigt
- Sikre at både portal og MIPIM-aktiviteter er tæt forbundne med IP

## Mål 2016

Antal projekter på portalen	30 stk.
Antal repræsenterede kommuner på portalen	20 stk.
Antal partnere på MIPIM (2016)	15 stk.
Kundetilfredshed på MIPIM (2016)	90%
Ny MIPIM-model (2017+)	På plads

I forhold til den langsigtede udvikling bør såvel portal som MIPIM udvikles. Derudover skal der gennemføres en målgruppe- og brugeranalyse for at udvikle indhold og funktionalitet på Investorportalen, der gør sitet relevant for målgrupperne og lead-genererende for Copenhagen Capacity. Portalen skal derved være en platform for en samlet indsats, der skaber relationer til potentielle investorer i tæt samspil IP-afdelingen.

Hvad angår MIPIM har deltagelsen historisk været en god branding- og netværksplatform. Men det har været en meget ressourcetung opgave, der kun har givet begrænsede leads til Copenhagen Capacity. Modellen for økonomisk opbakning fra en bred kreds af både offentlige og private aktører skal derfor videreudvikles, så trækket på Copenhagen Capacity er i økonomisk balance. Der skal i højere grad fokuseres på nogle af Copenhagen Capacitys målgrupper på MIPIM – rådgivere, end-users samt investorer – det sidste koordineret med investorportalen.

### 2.3.4 Stakeholder- og PR-indsats

Den 1. januar 2015 trådte en ny lov om erhvervsdrivende fonde i kraft. I den forbindelse er der udarbejdet et sæt anbefalinger for god fondsledelse, som bl.a. beskæftiger sig med "åbenhed og kommunikation". Copenhagen Capacitys stakeholder- og PR-indsats skal sikre transparens om fondens aktiviteter og resultater samt sikre opbakning til vores fortsatte arbejde.

I den forbindelse er det vigtigt, at vi er en troværdig partner, og derfor vil vi også gennem stærke analyser markere os som et center of excellence, hvad angår viden om regional og international vækst. Vi vil desuden gennemføre en række aktiviteter direkte med vores stakeholdere fx i form af dialogmøder og indirekte i form af omtale i danske medier.

Vores internationale indsats for at skaffe mediedækning skal understøtte tiltrækning af investorer, virksomheder og talenter. I 2016 vil vi øge fokus på omtale i udenlandske medier.



## Hovedaktiviteter 2016

- Årsrapport.
- Nyhedsbreve inkl. cases om virksomhedsetableringer.
- Deltage i arrangementer med vigtige stakeholdere, fx MIPIM, Folkemødet, KKR-møder og borgmestermøder i regi af Greater Copenhagen.
- Stærke analyser – bl.a. den tilbagevendende Greater Copenhagen Metro Monitor af regionens internationale konkurrenceevne.
- PR via presseomtale og sociale medier.

## Mål 2016

Årsrapport - Åbningsrate	70%
Nyhedsbreve - Åbningsrate	9-10 stk. 30%
A-omtaler i danske medier	30 stk.

### **A-omtaler:** Hovedhistorier, der:

- Fortæller om Copenhagen Capacitys arbejde/projekter og resultatskabelse.
- Positionerer Copenhagen Capacity og services over for erhvervslivet.
- Understøtter opbakning til Copenhagen Capacitys erhvervsfremmeindsats i bred forstand.

## 2.4 Andre indsatser

### 2.4.1 Shared Service Center

Wonderful Copenhagen, Copenhagen Capacity og Øresundskomiteen har pr. 1. september etableret et Shared Service Center (SSC) i Øresundshuset. Argumenterne for etablering af SSC er synergier, besparelser, kvalitetsløft, leverancesikkerhed og fokus på kerneopgaven. Ved at samle administrationen under sin egen ledelse, bliver der bedre mulighed for at optimere øvrige opgaver og de administrative opgaver får ledelsens fokus.

Erfaringerne med andre administrative fællesskaber er at gevinsterne ikke kommer af sig selv. Det kræver både tid, ressourcer og ledelsesmæssigt fokus at gennemføre en grundlæggende organisationsforandring. Gamle vaner skal aflæres og kulturen ændres. Arbejdsprocesser og it-understøttelsen skal harmoniseres – optimalt ved at vælge én måde at gøre tingene på i alle tre organisationer.

Fusionsprocessen kan overordnet inddeles i tre trin, som bliver hovedaktiviteterne næste år.

#### Hovedaktiviteter 2016

- **Organisation.** SSC's interne organisation skal fastlægges og udmeldes, så det afklares hvem, der skal lave hvad. Ledelsesstrukturen skal fastlægges, og nuværende ledere skal varsles til nye funktioner.
- **Systemer.** De grundlæggende systemer og arbejdsgange skal fastlægges. Det skal besluttes, hvilke IT-systemer der anvendes, herunder hvilket økonomisystem skal vi anvende. De nuværende IT-licenser er imidlertid bundet op på de enkelte CVR-numre, og kan ikke direkte anvendes i andre virksomheder. De tre netværk skal konsolideres til ét – evt. driftes eksternt. Der skal etableres retningslinier for håndtering af personfølsomme oplysninger på tværs af CVR-numre.
- **Kultur.** En fælles kultur skal dannes. Der er i den nye fusionerede organisation behov for at bygge et nyt fællesskab med respekt for de kulturer, medarbejderne kommer fra og bærer med sig, og som evner at servicere tre forskellige organisationer med hver sin kultur.