

ÅRSBERETNING 2017 FOR WONDERFUL COPENHAGEN

- HOVEDSTADSREGIONENS OFFICIELLE TURISMEORGANISATION

2017 markerede sig ikke kun som endnu et år med vækst i hovedstadens turisme, men også som året, hvor Wonderful Copenhagen kom i mål med den organisatoriske og økonomiske genopretning efter Eurovision Song Contest 2014. Samtidig lancerede Wonderful Copenhagen en ny virksomhedsstrategi, Localhood, og tog vigtige skridt med henblik på at skabe stærkere og værdiskabende samarbejde i dansk turisme med udgangspunkt i Greater Copenhagen-samarbejdet.

Organisatorisk indtrådte både ny kommunikationschef og ny kongreschef i Wonderful Copenhagens daglige ledelse, og bestyrelsen fik nyt medlem og blev igen fuldtallig. Samtidig kunne Wonderful Copenhagen i starten af 2017 notere, at fonden nu har genoprettet sin grundkapital og bragt sin økonomi tilbage på niveauet fra før Eurovision Song Contest 2014. Dette blev understreget i juni 2017, hvor Erhvervsstyrelsen ophævede det skærpede tilsyn, som fonden havde været underlagt siden december 2014. Dermed er Wonderful Copenhagen i mål med sin organisatoriske og ledelsesmæssige genopretningsplan fra 2015.

I januar 2017 lancerede Wonderful Copenhagen ny forretningsstrategi frem mod 2020 - Localhood. Strategien, som

gør op med turismen, som vi kender den, er blevet rigtig godt modtaget, både blandt eksisterende samarbejdspartnere over hele landet, men også blandt aktører, der ikke tidligere har været tæt på turismen. Samtidig har strategien skabt stor interesse internationalt, både for vores tilgang til turismeudvikling og for Wonderful Copenhagen som organisation. Siden lanceringen er Wonderful Copenhagen blevet inviteret af turismeorganisationer verden over for at præsentere Localhood-strategien.

I oktober inviterede Wonderful Copenhagen for anden gang en række af turismens globale firstmovers til København som speakers på konferencen Tomorrow's Urban Travel. Her blev de over 300 deltagere klogere på, hvor branchen er på vej hen, hvilke muligheder det giver, og hvordan man som aktør tapper ind i udviklingen. Konferencen fik meget positive tilbagemeldinger og vender tilbage i oktober 2018.

Det ligger i Wonderful Copenhagens DNA at skabe udvikling og mere værdi gennem nye samarbejder, både på tværs af regioner og af hele landet. Og 2017 var året, hvor turismesamarbejdet i regi af Greater Copenhagen for alvor tog fart, og hvor Wonderful Copenhagen tog vigtige skridt til at binde turismefremmei-

ndsatsen på tværs af Sjælland og på tværs af land og by tættere sammen.

Endvidere indgik Wonderful Copenhagen i 2017 en samarbejdsaftale med VisitDenmark på nationalt niveau og en samarbejdsaftale med visitorganisationerne i de tre andre danske storbyer Aarhus, Odense og Aalborg, og tog initiativ til et styrket samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme og Region Sjælland.

Turismen i hovedstadsregionen kunne i 2017 notere vækst for 8. år i træk. Det betyder bl.a., at antallet af overnatninger på hovedstadens hoteller mm. satte ny rekord med ca. 10,4 mio. overnatninger. Besøgstallet i regionen er dog højere end i de officielle statistikker, da tal fra Airbnb viser, at der i 2017 var yderligere omkring 1,8 mio. overnatninger i hovedstaden. Samtidig understreger 2017 to tydelige udviklinger i turismen i hovedstaden, nemlig at væksten i stigende grad breder sig ud over hele året, og at den primært er drevet af internationale gæster.

Det er et stærkt afsæt for samarbejdet om at skabe fortsat vækst i dansk turisme med hovedstaden og det globale brand Copenhagen som en stærk, fælles international attraktion.

HOVEDSTADENS TURISME I 2017 I TAL

11 mio.
overnatninger



4,1% vækst
i internationale overnatninger



40,8 mia.
kr. i omsætning



47.700 job
i hovedstadens turisme



CONVENTION

KONGRESSER, MØDER OG EVENTS

Wonderful Copenhagen indsats for at tiltrække internationale kongresser, møder og events sker i et tæt samarbejde med partnerne i netværket Meetingplace, der har sekretariat i Wonderful Copenhagen. I 2017 vandt Wonderful Copenhagen og partnere nye internationale kongresser til fremtidig afholdelse, som til sammen repræsenterer en forventet omsætning i hovedstaden på knap 1 mia. kr., i takt med at de bliver afholdt de kommende år. Samtidig satte Meetingplace ny rekord i opbakningen til den fælles indsats med 121 medlemmer fra hele Greater Copenhagen. Netværket har dermed oplevet en vækst i medfinansierende partnere på 31 pct. de seneste fem år.

Meetingplace-netværket lancerede i 2017 ny strategi, 'Copenhagen Means Business', som både forholder sig til de seneste års udfordringer og udstikker ny, strategisk retning for arbejdet de kommende år. Strategien definerer bl.a. et skærpet fokus på højere konvertering og på større enheder, når der bydes på ny forretning. Det betyder bl.a., at der i 2017 hovedsageligt er budt på møder med over 100 deltagere og kongresser med over 1.000 delegerede.

Et andet nyt strategisk tiltag i 2017 er etableringen af en særlig kongrespulje - 'Copenhagen Congress Development Programme' - som skal styrke hovedstaden som kongresdestination i den tiltagende, internationale konkurrence. Kongrespuljen kan understøtte særligt vigtige bud i form af eksempelvis ekstra aktiviteter uden om kongresserne og har aktivt medvirket til at vinde flere kongresser til regionen i 2017.

I 2017 blev der vundet nye kongresser til fremtidig afholdelse, som til sammen forventes at generere 312.000 room nights, hvilket overgår målsætningen. Blandt de vundne kongresser er bl.a. World Congress of the International Union of Architects i 2023 med 10.000 delegerede, WindEurope Conference & Exhibition 2019 med 8.000 delegerede, samt Congress of the European Crohn's and Colitis Organisation - ECCO 2019 med 6.000 delegerede.

Også indsatsen for møder og incentives overgår målsætningen med over 16.000 vundne room nights og 150 vundne leads, der modsat kongresserne oftest giver forretning på den kortere bane.

Storbritannien er Greater Copenhagen's vigtigste marked for møder og incentives. Derfor har Wonderful Copenhagen i 2017 ansat en Business Developer, bosat i London. Med ny, målrettet repræsentation i Storbritannien, er der i 2017 skabt nye relationer på markedet og promovningen af Greater Copenhagen over for mødekøbere er styrket bl.a. gennem øget synlighed på britiske salgspplatforme.

NØGLETAL

Estimeret afledt effekt af
Wonderful Copenhagen og partnernes
KONGRESINDSATS i 2017



968 mio. kr.
i omsætning



1.742
fuldtidsjob

312.340
vundne roomnights



fortsættes næste side >

< forrige side

Hvert år byder Wonderful Copenhagen i tæt samarbejde med en række partnere på værtskabet af internationale sport- og kulturevents, som ligesom kongresser og møder skaber omsætning og beskæftigelse, og herudover også oplevelser for både tilreisende og borgere samt international eksponering af hovedstaden. I 2017 har Wonderful Copenhagen medvirket til at vinde en række store begivenheder til hovedstaden de kommende år, bl.a. VM 2021 for kano og kajak sprint og LGBTQ-begivenheden WorldPride 2021. Med en afledt effekt på over 65.000 room nights og en estimeret omsætning på 108 mio. kr. overgår også event-indsatsen sin målsætning.

Det nationale udviklingsselskab for erhvervsturisme i Danmark, MeetDenmark, er forankret i Wonderful Copenhagen. MeetDenmark er etableret af de fem regioner og Erhvervsministeriet og har til formål at styrke indsatsen for at tiltrække internationale kongresser til Danmark mhp. at skabe vækst. MeetDenmarks hovedindsats har

i 2017 været bearbejdning og rekruttering af kongresværter samt bud på internationale videnskongresser. Dette arbejde foregår på de respektive destinationer (VisitAarhus, VisitAalborg, Inspiring Denmark og Wonderful Copenhagen) i samarbejde med en bred vifte af regionale offentlige og private aktører. Derudover gennemfører MeetDenmark udviklingsprojekter på tværs af kongresdestinationerne. I 2017 er der bl.a. udarbejdet en række momsvejledninger til den danske møde- og kongresbranche i samarbejde med Dansk Erhverv og KPMG ACOR Tax. Endvidere er der igangsat en større analyse omkring samspillet mellem kongres og værtsdestination (outreach, der fremover forventes at blive et stadigt vigtigere element i konkurrencen om kongresserne samt i arbejdet med at øge den samfundsmæssige effekt på destinationerne. Sidst, men ikke mindst, har MeetDenmark i samarbejde med VisitDenmark, HORESTA, DI og Dansk Erhverv igangsat en større analyse af erhvervsturismens samfundsmæssige betydning.



EFFEKT AF VUNDNE MØDER OG INCENTIVES

16.028 overnatninger
44 mio. kr. i omsætning



EFFEKT AF SPORT- OG KULTUREVENTS

65.360 overnatninger
108 mio. kr. i omsætning
90 fuldtidsjob



København kåret som **8. BEDSTE SPORTSBY**

i 2016 på Sportscales årlige internationale rangliste

CRUISE

CRUISECOPENHAGEN OG CRUISE BALTIC NETWORK

Med København som den største og mest centrale destination har krydstogtturismen i Nordeuropa en stærk international position, der globalt kun overgås af Middelhavet og Caribien på verdenskortet over mest populære krydstogtregioner. København er den destination i Østersøregionen, der har flest krydstogtgæster og det største antal turnarounds, hvor skibene både begynder og afslutter deres togter, hvilket både giver flere gæster og længere besøg.

Wonderful Copenhagens indsats for at fremme krydstogtturismen i Danmark og i hele Østersøregionen sker i regi af netværkene CruiseCopenhagen og Cruise Baltic, som begge er forankret i Wonderful Copenhagen.

I 2017 satte krydstogtturismen i Danmark flere rekorder. København tog imod 850.000 krydstogtgæster, det højeste antal nogensinde, mens hovedstadsregionen samlet set tog imod 870.000 krydstogtgæster. Det giver en estimeret turismøkonomisk omsætning på 810 mio. kr., hvilket skaber fuldtidsbeskæftigelse til 1.542 borgere.

Danmark som helhed rundede for første gang 1 mio. krydstogtgæster. Det markerer samtidig, at antallet af krydstogtgæster i Danmark - uden for København - for første gang rundede 200.000.

Sammen med partnerne i de to netværk har Wonderful Copenhagen bearbejdet krydstogtrederier rundt om i verden med henblik på at tiltrække flere anløb, bl.a. gennem salgsmøder, deltagelse på de vigtigste internationale branchemesser og gennem en proaktiv indsats i de globale branchemedier.

Ad flere omgange i løbet af 2017 har Wonderful Copenhagen sammen med partnerne i CruiseCopenhagen inviteret repræsentanter for krydstogtrederier på besøg rundt i danske havne for at tiltrække flere anløb fremover.

I regi af CruiseCopenhagen har Wonderful Copenhagen promoveret destinationer og oplevelsesproduktet i Greater Copenhagen og hele landet overfor rejseudbydere på de vigtigste markeder, bl.a. Nordamerika, Australien og Kina. Og som en stor anerkendelse af den danske hovedstads position i den globale krydstogtbranche blev København i 2017 nomineret til World Travel Award i kategorien verdens førende krydstogtdestination.

Med henblik på bedre servicering af det stigende antal krydstogtgæster, der besøger København, og for at sikre, at de får mest muligt ud af besøget, har CruiseCopenhagen sammen med Københavns Kommune og CMP finansieret en ny turistinformation på Langelinie og Oceankaj, som blev indviet i sommeren 2017.

Ved udgangen af 2017 er der, på baggrund af de anmeldte anløb i 2018, udsigt til en ny rekordsæson, hvor Danmark for første gang runder 1,1 mio. krydstogtgæster. København sætter også ny rekord med forventede 875.000 gæster. I takt med at krydstogtturismen er i vækst, sætter København samtidig rekord i forhold til længden på sæsonen. I 2018 varer sæsonen 215 dage, mod 173 året før, foruden de rekordmange anløb i julen.

CruiseCopenhagen oplevede i 2017 en stor tilgang af nye partnere, der finansierer den fælles indsats. Ved årets udgang havde CruiseCopenhagen 61 partnere, hvilket svarer til en tilgang på 20 pct.

NØGLETAL

Estimeret afledt effekt af

KRYDSTOGTTURISMEN I HOVEDSTADSREGIONEN i 2017

810 mio. kr. i turismøkonomisk omsætning

1.542 fuldtidsjob



870.000

krydstogtgæster i hovedstadsregionen i 2017

325 KRYDSTOGTANLØB i Københavns Havn i 2017

Heraf **151** turnarounds



MARKEDSFØRING

af danske krydstogtdestinationer i 2017

3 største messer for den internationale krydstogtbranche

15 salgsmøder med rederier

100 salgsmøder med internationale rejseagenter

61 medlemmer i **CruiseCopenhagen**

29 medlemmer i **Cruise Baltic**

COMMUNICATION

RUTEUDVIKLING, INTERNATIONAL MARKEDSFØRING, TRAVEL TRADE, COPENHAGEN CARD, MM.

Nye flyruter er afgørende for at udvikle den internationale turisme i Danmark og for at sikre erhvervslivet både adgang til eksportmarkeder og øget mulighed for tiltrækning af talent og investering. Turisme udgør det afgørende passagergrundlag for at vinde nye flyruter og for ruternes efterfølgende levedygtighed. Derfor er ruteudviklingsprogrammet Global Connected forankret hos Wonderful Copenhagen, som både varetager projektledelsen og eksekverer den destinationsmarkedsføring, som programmet bidrager med i forbindelse med etableringen af nye ruter til København.

I 2017 medvirkede projektparet Greater Copenhagen Connected til etableringen af tre nye ruter fra henholdsvis Oakland, Torino og Delhi. Endvidere medvirkede ruteudviklingsprogrammet til frekvensudvidelse på en eksisterende rute fra Toronto og til etableringen af to nye ruter fra henholdsvis Beijing og Hongkong, som åbner i 2018. De nye ruter og ruteudvidelser, som ruteudviklingsprogrammet har medvirket til at etablere i perioden 2015-2017, har alene i 2017 resulteret i en estimeret turismøkonomisk omsætning på ca. 540 mio. kr.

Wonderful Copenhagen's indsats for at destinationsmarkedsføre Greater Copenhagen internationalt foregår bl.a. på Facebook og Instagram med strategisk segmenterede kampagner samt gennem bearbejdning af både traditionelle medier og influencers. I 2017 har Wonderful Copenhagen øget andelen af følgere på Facebook og Instagram med 35 pct. og har samtidig øget følgernes engagement med 23 pct. I alt 133 internationale influencers og journalister har med Wonderful Copenhagen's mellemkomst været på besøg i Greater Copenhagen i 2017, bl.a. Condé Nast, Wall Street Journal og National Geographic og blandt influencers eksempelvis Jackson Yi, der er medlem af Kinas mest kendte boyband.

Sideløbende med indsatsen for at inspirere de rejsende til at vælge Greater Copenhagen som næste destination, bearbejder Wonderful

Copenhagen den internationale rejsebranche med henblik på at få internationale rejseudbydere til at prioritere Greater Copenhagen som destination i deres portefølje og klæder samtidig rejseudbydere på til bedre at kunne sælge destinationen til de rejsende.

I løbet af året er 241 turoperatører og rejseagenter blevet bearbejdet gennem produktkendskabsture, messer og workshops, mens 700 turoperatører og rejseagenter har gennemført Wonderful Copenhagen's online træningsprogram i 2017.

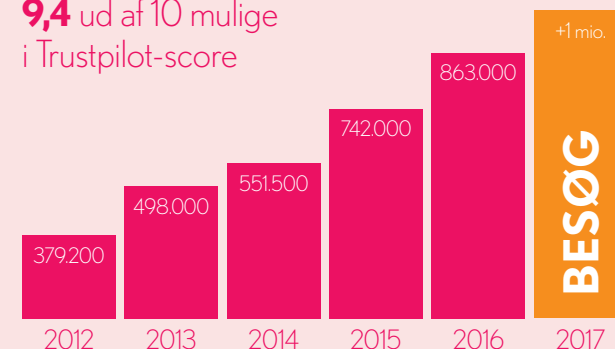
Den særskilte indsats for at inspirere kinesiske rejsende til at vælge København, hovedstadsregionen og Norden som rejsemål foretager Wonderful Copenhagen i regi af projektet Chinavia. Indsatsen indbefatter både bearbejdning af traditionelle medier, influencers og rejseudbydere og ikke mindst via hovedstadens officielle kanaler på Kinas sociale medier, der alene i 2017 opnåede 18,6 mio. eksponeringer.

Hovedstadsområdet opleveskort, Copenhagen Card, samlede 79 aktører i ordningen i 2017, hvor kortet satte ny rekord i antal besøg, som gæster med et Copenhagen Card aflagde hos de deltagende museer og attraktioner. I 2017 rundede kortet for første gang 1 mio. besøg hos de deltagende aktører, og samtidig fastholdt kortet en meget høj tilfredshed blandt brugerne, som gav produktet en score på 9,4 ud af 10 mulige på Trustpilot. Kortet medvirker til, at turisterne besøger flere kulturattraktioner end ellers. Kortets succes gav, som tidligere år, også udslag i et økonomisk nettoresultat, som løbende anvendes til at udvikle kortet samt turismeaktiviteter, der fremmer fondens formål til gavn for de deltagende partnere, herunder ikke mindst at sikre endnu flere fremtidige turistbesøg. Der blev i 2017 indgået nye aftaler med partnere, som betyder, at kortet fra 2018 vil have 86 partnere, heraf 42 uden for København, og som giver en øget afregningsprocent til kortets partnere og et styrket grundlag for kortet i årene frem.

NØGLETAL

Over 1 mio. besøg hos partnerne i Copenhagen Card 2017

474.705 kortdøgn
79 partnere i ordningen fra både Region Hovedstaden og Region Sjælland
9,4 ud af 10 mulige i Trustpilot-score



133 internationale influencers og journalister på besøg i Greater Copenhagen i 2017

f **@** **35%** flere følgere på Facebook og Instagram

241 internationale rejseagenter og turoperatører bearbejdet gennem produktkendskabsture, messer og workshops i 2017

Ca. 700 internationale turoperatører og rejseagenter har gennemført Wonderful Copenhagen's online træningsprogram, Copenhagen Academy i 2017



DEVELOPMENT

STRATEGI OG INNOVATIONSUDVIKLING, SAMT UDVIKLING AF VIDEN, KULTURTURISME, DET KINESISKE MARKED, PROJEKTER - HERUNDER DIGITAL OG DATABASERET FORRETNINGSUDVIKLING, SAMT PARTNERSKABSUDVIKLING

I samarbejde med Dansk Kyst- og Naturturisme har Wonderful Copenhagen i 2017 etableret et nyt, landsdækkende projekt, TourismX, der skal styrke innovationen i dansk turisme. TourismX er bl.a. finansieret af de fem regioner og EU's strukturfondsmidler gennem Erhvervsstyrelsen, og tilbyder udviklingsforløb til små og mellemstore virksomheder med turismerelevante ideer eller produkter. Sammen med erhvervs konsulenter udvikles ideer og produkter til koncept eller prototype, der testes blandt brugere og gøres klar til markedsintroduktion. Projektet samler virksomhederne i tematiserede klynger med henblik på at skabe samarbejde på tværs og følges tæt af forskere fra danske universiteter, som bidrager med viden.

Smart brug af digitale data er et centralt element i turismeudviklingen. I 2017 er Wonderful Copenhagen bl.a. begyndt at koble forskellige datakilder med henblik på at blive klogere på bevægelsesmønstre, se nye muligheder for at matche partnere og forudsige de besøgendes forbrug i og uden for byen. Pilotprojektet Copenhagen Card Platform blev sat i gang med en række partnere og skal bl.a. kortlægge friktionspunkter mellem gæsten og de lokale samt koble vejrdata med bevægelsesdata for at forudsige fremtidige besøgs- og bevægelsesmønstre for attraktioner og destinationer. Desuden blev der gennemført en række dataeksperimenter i regi af Smart Event City og afholdt turisme-hackathon i samarbejde med bl.a. Open Data DK.

Et nyt, meget ambitiøst analyseprojekt, 10XCOPENHAGEN, blev sat i gang i 2017. Projektet skal skabe et videngrundlag for at bringe København op i en ny, global turismeliga frem mod 2030 sammenholdt med andre internationale metropoler. Bag projektet står Københavns Kommune, Arp-Hansen Hotel Group og Wonderful Copenhagen, der forestår analysearbejdet. En række analyser er blevet initieret, herunder en konkurrentanalyse, produktkortlægning, panelundersøgelser blandt både lokale, nuværende gæster og potentielle gæster. Ud over analyser indbefatter 10XCOPENHAGEN også dybdegående feltarbejde, workshops og interviews med lokale, virksomheder og internationale gæster. Projektet skal skabe ny viden om, hvordan København kan møde fremtidens behov og udvikles på en måde, der afspejler byens DNA og styrker, styrke synergier mellem lokale og gæster og adskille sig fra de internationale konkurrenter.

Udviklingen af det kinesiske marked eksekverer Wonderful Copenhagen med fokus på både København, hovedstadsregionen og Norden. Ud over at bearbejde kinesiske medier og turoperatører og øge kendskabet til hovedstadsregionen på de officielle profiler i Kinas sociale medier, fokuserer projektet også på at udvikle destinationens parathed og produkt over for kinesiske rejsende. Som led i dansk-kinesisk turismeår 2017 inviterede Wonderful Copenhagen til konferencen China Day, der gav turismeaktører ny viden og konkrete råd til at få større andel i det voksende antal udrejsende kinesere.



fortsættes næste side >

< forrige side

Med udviklingsprojektet Tourism+Culture LAB samler Wonderful Copenhagen en lang række museer og kulturinstitutioner i et fælles udviklingsarbejde, der bl.a. skal gøre aktørerne i stand til at tiltrække flere internationale turister, øge deres kulturforbrug og give de besøgende bedre oplevelser – og derigennem øge deres tilbøjelighed til at anbefale hovedstadsregionen som destination. I 2017 er der kommet 11 nye partnere, heraf godt halvdelen i regionen uden for København.

Wonderful Copenhagens arbejde med turismeudvikling gennem events er fokuseret i indsatsen Signaturevents, hvor Wonderful Copenhagen indgår i strategiske udviklingssamarbejder med tilbagevendende events med det fokus på én gang at udvikle den enkelte event og samtidig styrke den fælles destination. Den fælles vision for samarbejdet er, at events bidrager til at skabe en markant og synlig værdi for København som international destination. I 2017 har projektet indgået samarbejde med CPH:DOX om bredere værdiskabelse og med Sparta om større forankring af eventen i destinationen.

Wonderful Copenhagens analyseteam producerer løbende ny viden til turismen. I 2017 er der bl.a. lavet nye markedsanalyser af både Kina og Sverige, en større transportanalyse, en analyse af kulturbesøgendes brugerrejse og forventninger samt eventanalyser af Telenor Marathon 2017, Copenhagen Jazz Festival, CPH:DOX og CLICK Festivalen.

Dansk Storbyturisme er ved lov forankret i Wonderful Copenhagen. Dansk Storbyturisme modtager – som det eneste af de tre turismeudviklingsselskaber – ikke grundfinansiering fra stat, regioner eller kommuner. I 2017 blev der bl.a. indgået en samarbejdsaftale mellem Wonderful Copenhagen og de tre andre storbyer: Aarhus, Odense og Aalborg, som fokuserer på videndeling, best practice samt at afsøge grundlaget for fælles finansiering til udviklingsprojekter. Fokus var særligt på videndeling omkring tre spor: Kultur og Legacy, Smart Tourism samt det kinesiske marked.

I 2017 har Greater Copenhagen-samarbejdet taget form og fart med Interreg-forstudieprojektet: Greater Copenhagen Job Generator for Tourism og afholdelse af en fælles konference for metropolregionens turismeaktører i november. I 2017 blev der endvidere vedtaget en fælles handlingsplan for 2018-2020, der centrerer sig om fire overordnesw spor (Innovating Business, Generating Business, Making the Match og Understanding Potential).



OM WONDERFUL COPENHAGEN

ÅRSREGNSKAB, STRATEGI, BESTYRELSE OG ORGANISATIONS DIAGRAM

Wonderful Copenhagen er den overordnede turismeorganisation i Region Hovedstaden og har det primære koordinerende ansvar for turismesamarbejdet på den danske side i Greater Copenhagen.

Wonderful Copenhagen arbejder målrettet på at skabe vækst og beskæftigelse gennem udvikling af turismen i samarbejde med private og offentlige partnere i fælles, fokuserede indsatser. Indsatserne er bl.a. målrettet tiltrækning af kongresser og møder, krydstogter, nye flyruter og events, udvikling af storbyturisme, kulturturisme, nye markeder og ny viden samt digital eksponering af hovedstaden over for potentielle udenlandske besøgende. Wonderful Copenhagens arbejde er organiseret gennem fire forretningsområder: Convention, Cruise, Communication og Development.

Med udgangspunkt i hovedstadsregionen varetager Wonderful Copenhagen både regionale, tværregionale og landsdækkende opgaver. Bl.a. er de nationale udviklingsselskaber MeetDenmark og Dansk Storbyturisme samt det landsdækkende krydstogt-netværk CruiseCopenhagen og ruteudviklingsprogrammet Global Connected alle forankret i Wonderful Copenhagen.

Wonderful Copenhagen varetager endvidere en række tvær-nationale opgaver, herunder det nordiske samarbejde om kinesisk turisme, Chinavia, samt fremme af krydstogt i Østersø-regionen i Cruise Baltic-netværket. Desuden indgår Wonderful Copenhagen i strategiske, internationale samarbejder, bl.a. i regi af European Cities Marketing og Best Cities Global Alliance.

Wonderful Copenhagen er en selvstændig erhvervsdrivende fond, som har til formål, på non-profit basis, at fremme og udvikle erhvervs- og ferieturismen i Region Hovedstadens område til gavn for almennyttige interesser. Fonden Wonderful Copenhagen har egen bestyrelse og finansieres gennem flerårige aftaler med Region Hovedstaden, øvrige offentlige projektmidler, bidrag fra erhvervslivet, organisationer samt egne indtægter.

Wonderful Copenhagen blev stiftet i 1992 og har meget tætte og langvarige samarbejdsrelationer til private og offentlige aktører på tværs af dansk turisme og samler flere hundrede medfinansierende samarbejdsrelationer. Det gør, at den offentlige basisinvestering kan gears adskillige gange – og dermed øge det samlede aktivitetstryk betragteligt til gavn for beskæftigelsen og væksten i Greater Copenhagen.

**WONDERFUL COPENHAGENS
TURISMESTRATEGI FOR 2017-2020**



ORGANISATIONS DIAGRAM



**WONDERFUL COPENHAGENS
BESTYRELSE**



**COPENHAGEN GOODWILL
AMBASSADOR CORPS**

