

COMEBACK COPENHAGEN 2023

BORGERMØDE OM TURISME I INDRE BY, 30. AUGUST 2022
RUNA SABROE & TINE KASTRUP-MISIR, WONDERFUL COPENHAGEN

WONDERFUL
COPENHAGEN

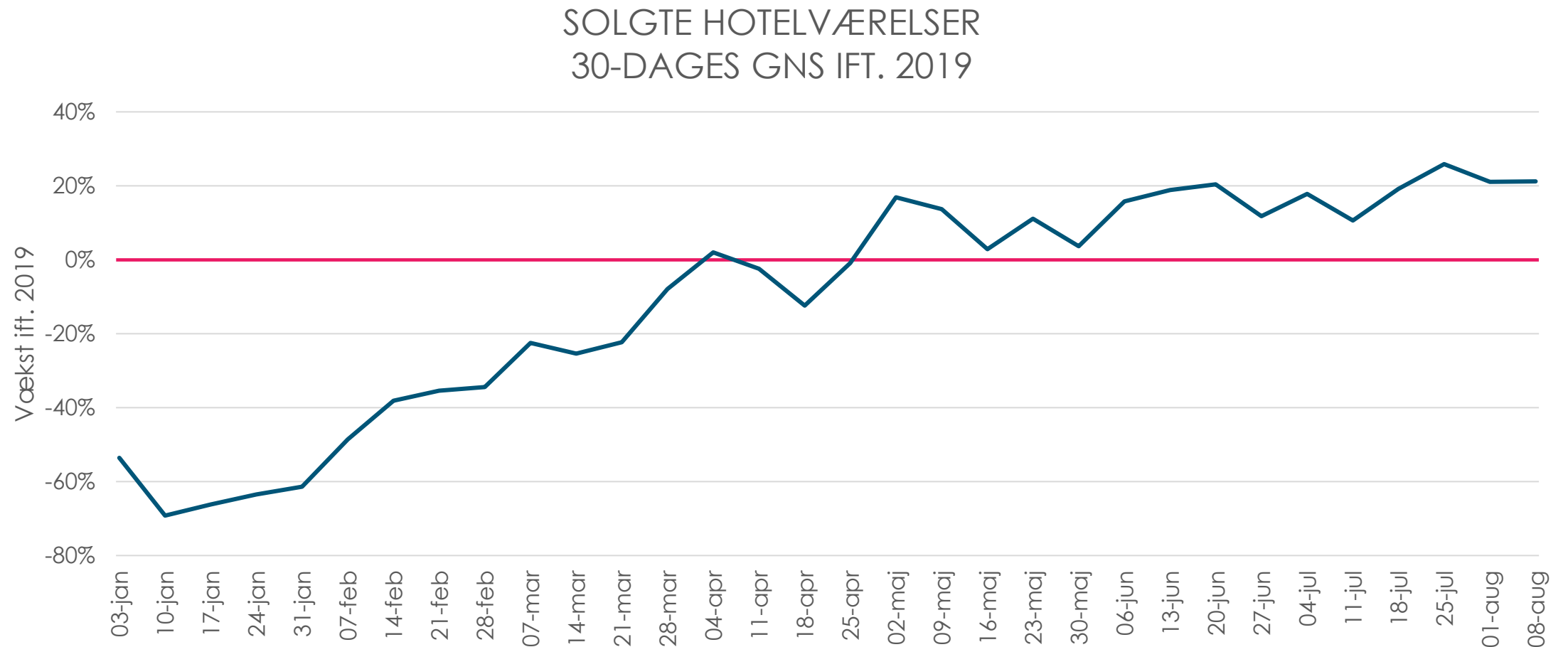


AGENDA

- SENESTE TAL FRA SOMMEREN 2022
- COMBACK CPH – SPREDNING,
HVERDAGSLIV & BÆREDYGTIG
OMSTILLING
- MARKEDSFØRING – STYRKEPOSITIONER &
SPREDNING

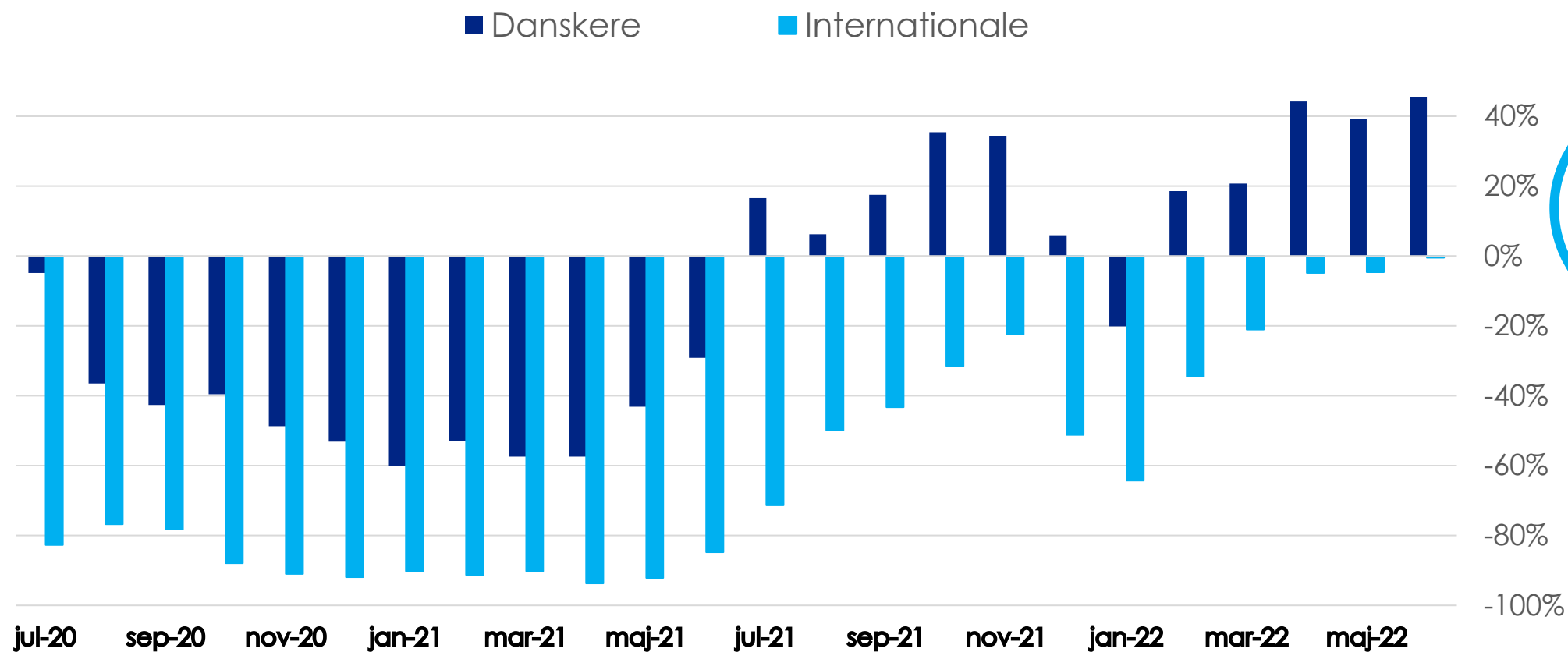
SOMMEREN 2022

FREM GANG SIDEN ÅRSSKIFTET



DANSKERNE LØFTER OVERNATNINGSTALLENE

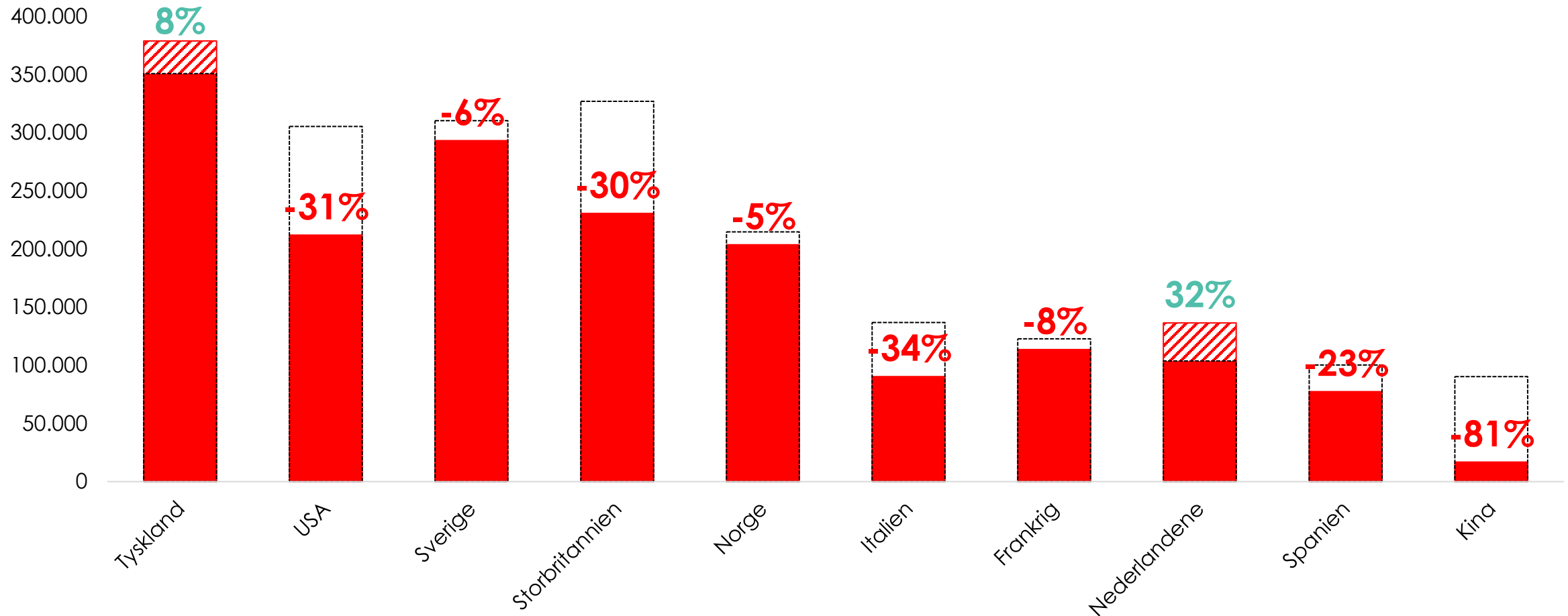
Vækst i overnatninger for København sammenlignet med 2019



+28%
Jan.-jun.
'22

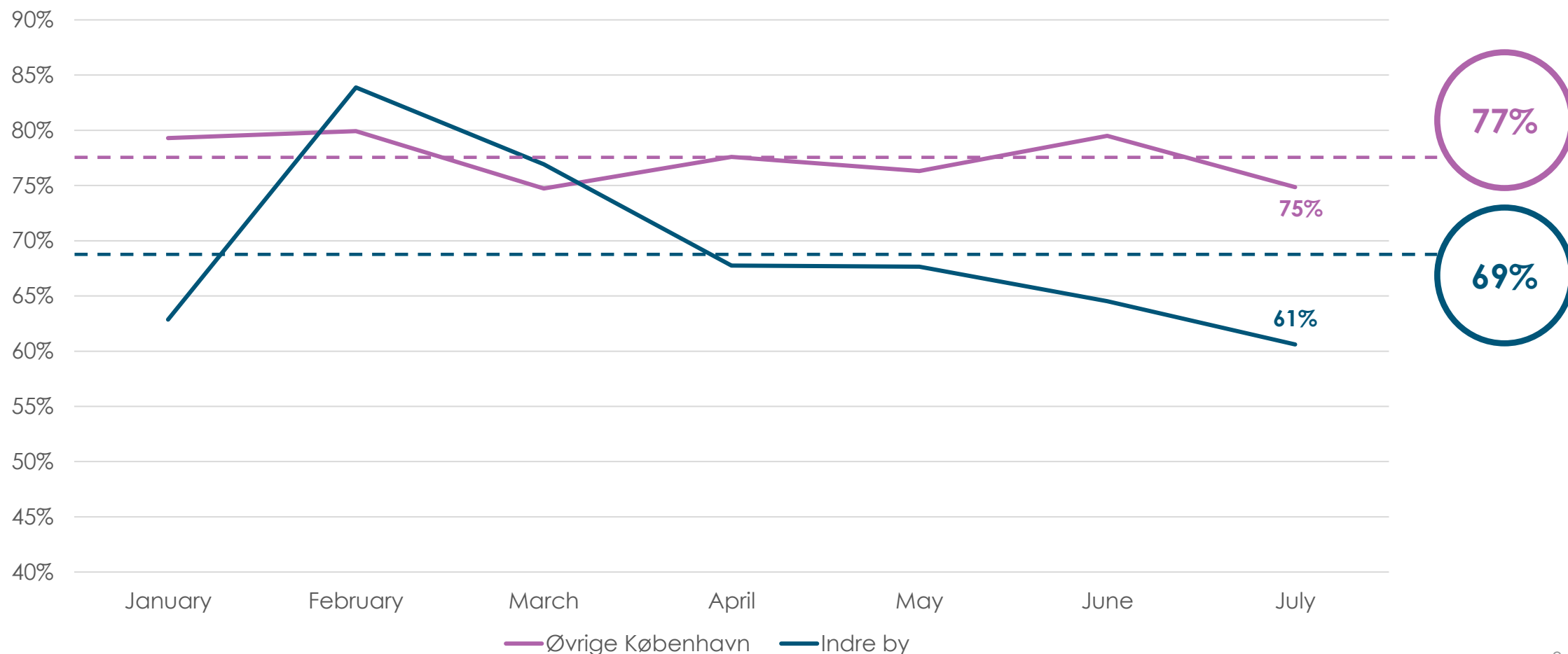
-17%
Jan.-jun.
'22

REGION H TOP 10 MARKEDER (2019 VS. 2022)

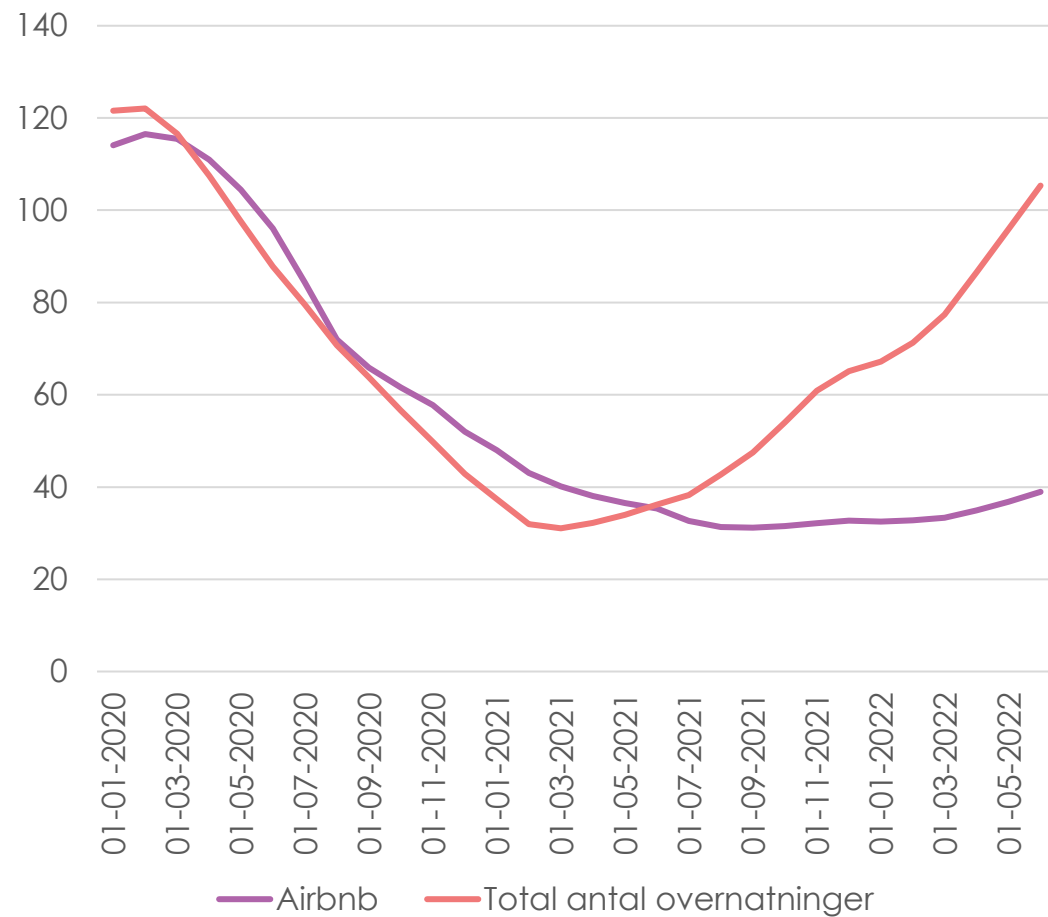


LOKAL BORGEROPBAKNING VS VÆKST

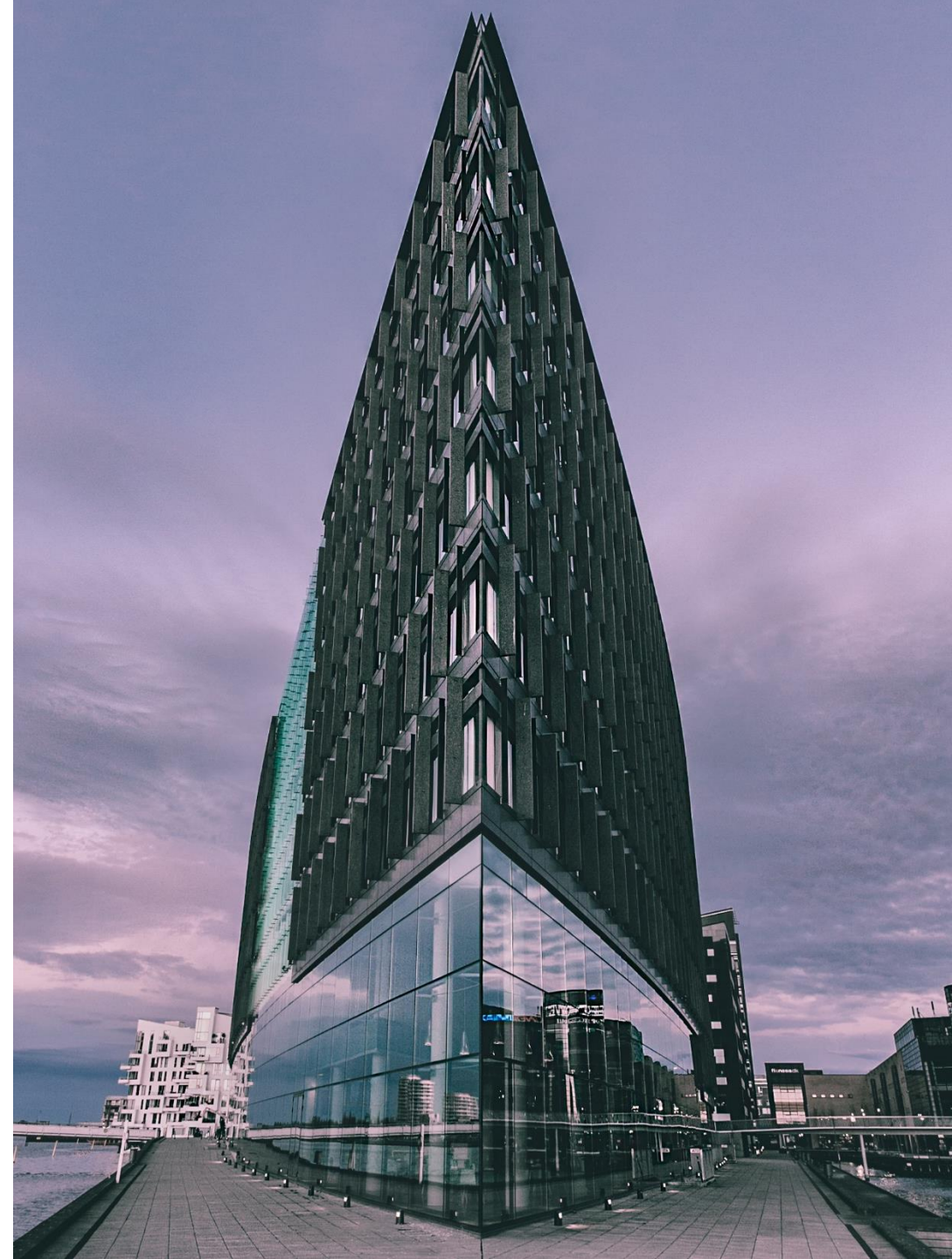
Min by skal fortsætte med at promovere sig selv for at tiltrække flere turister (kun meget enig/enig)



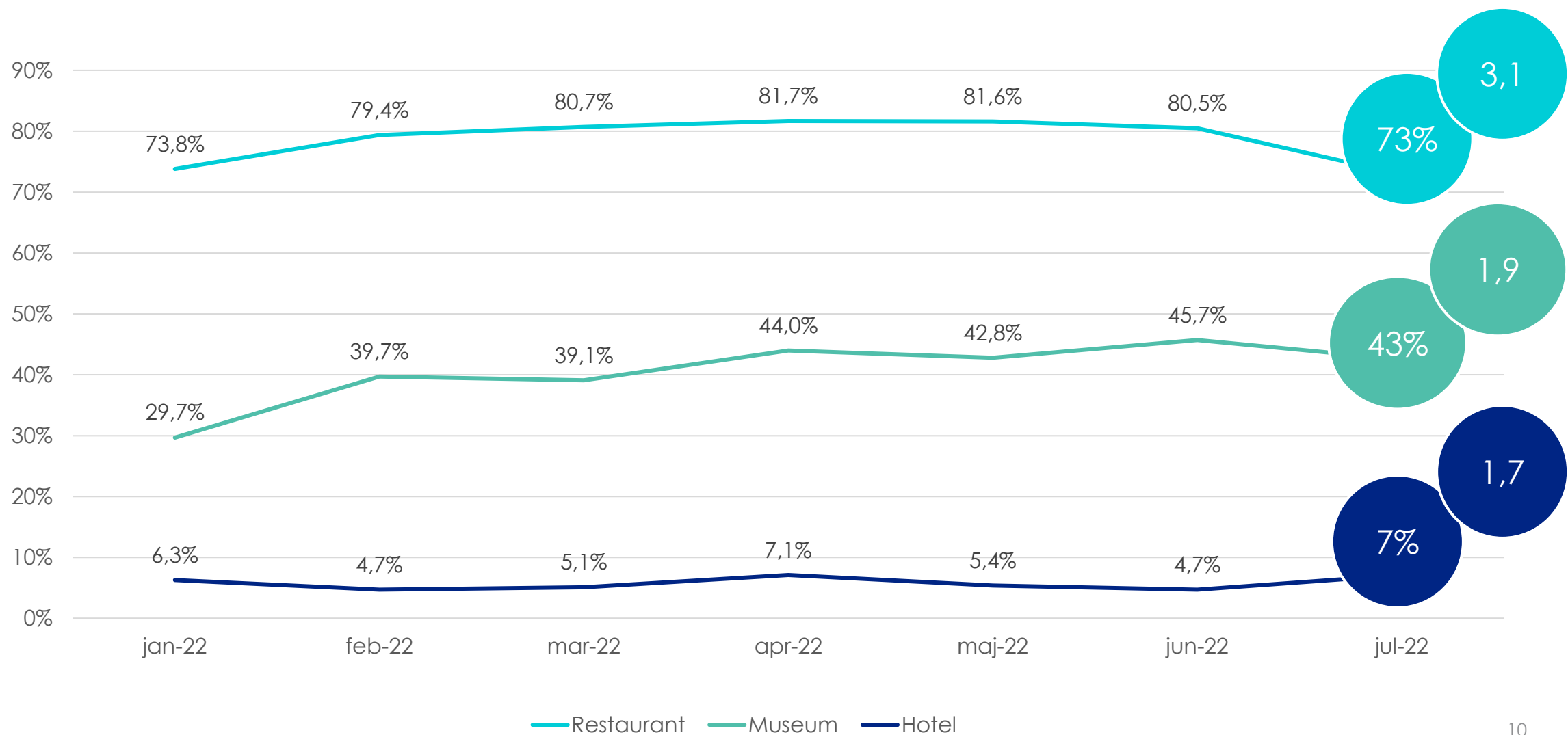
AIRBNB



Kilde: AirDna, Wonderful Copenhagen



STAYCATION



COMEBACK COPENHAGEN 2023

1

Plan

4

Langsigtede ambitioner

10

Pejlemærker

12

Ekstraordinære initiativer

1

**TURISMEN
TILBAGE PÅ
VÆKSTPORET**

2

**OMSTILLING
TIL EN NY
MARKEDSSITUATION**

3

**TURISME TIL GAVN FOR
HELE HOVEDSTADEN
& HOVEDSTADENS
INDBYGGERE**

4

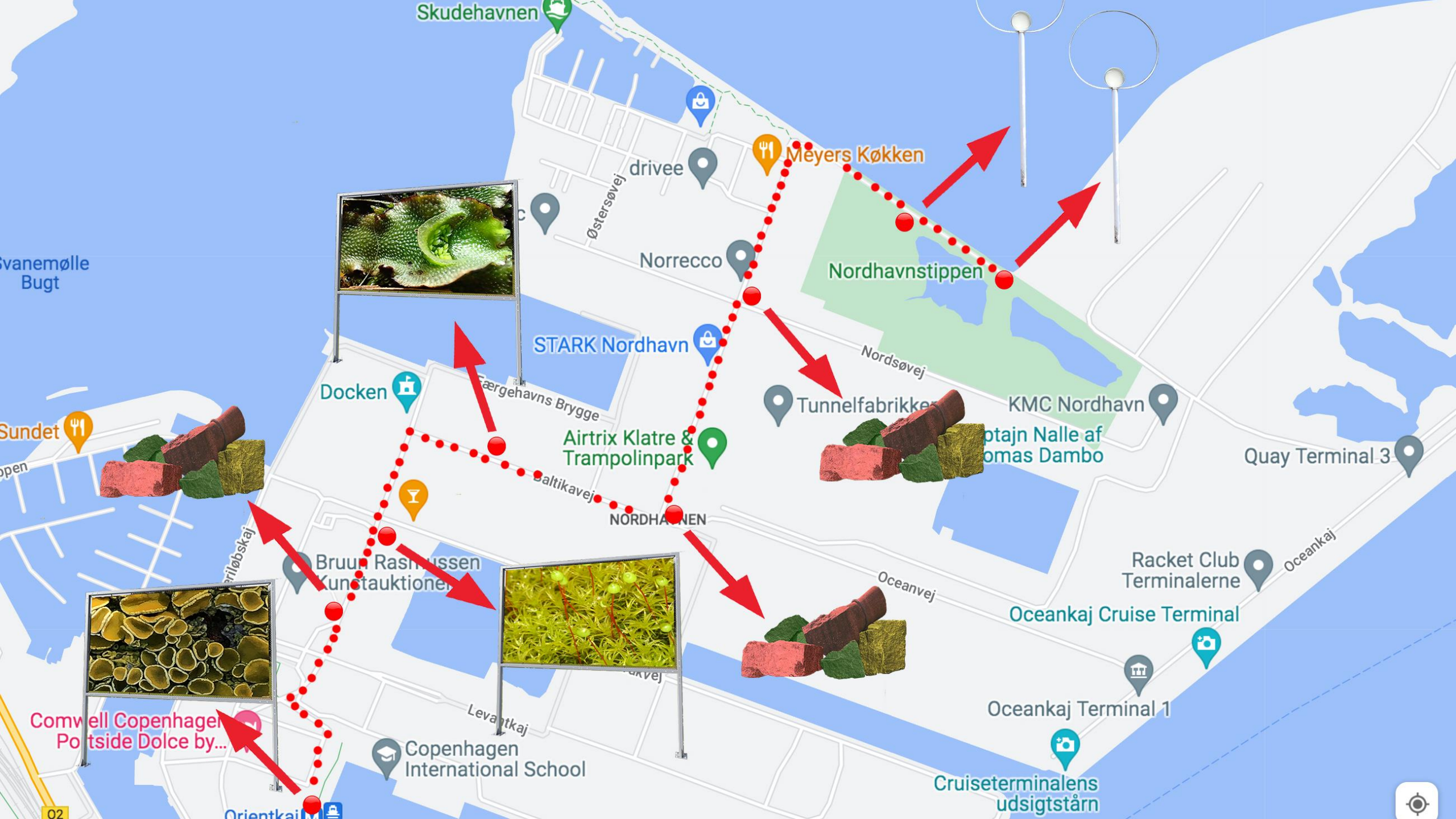
**EN
FØRENDE
GRØN
TURISTDESTINATION**

INITIATIV 7 BORGERE OG LOKALE INVOLVERES I TURISMEUDVIKLINGEN

Aktiviteter 2022-2023

- **Lokale turismeambassadører** skal skabe opbakning blandt borgere og turister
- **Etablering af Lokalt Living Lab**
- **Vidensopbygning** om borgerinddragelse







INITIATIV 8

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

Aktiviteter 2022-2023

- Videreudvikling af **turismekoncepter på tværs af kommunegrænser**
- Plan for **kystbanestrækningen som samlet oplevelse og attraktion**
- Større oplevelsesværdi gennem **styrket værtskab og lokal forankring**



INITIATIV 11 HØVEDSTADEN FORREST PÅ BÆREDYGTIGHED

Aktiviteter 2022-2023

- Partnerprogram for grøn bæredygtig turisme i erhvervet
- **Bæredygtig business**
- Opbakning til **landstrøm i Østersøen** fra rederier
- Styrke **Københavns bæredygtige brand** internationalt



HOVEDSTADENS VISION
FOR KULTURTURISME 2022-2030

COPENCORE

EN METROPOL, HVOR KULTUR ER KERNEN

WONDERFUL
COPENHAGEN



FIRE TEMAER

TEMA 1

COEXISTENCE

Hovedstadens DNA og
den danske livsstil

TEMA 2

CONNECT

Byen rækker ud og hele
byen er en kulturoplevelse

TEMA 3

COMMUNITY

Dagsordensættende
kulturoplevelser

TEMA 4

CONVERSATIONS

Dagsordensættende
kulturoplevelser

MARKEDSFØRIG STYRKEPOSITIONER & SPREDNING

MÅLGRUPPER/PERSONAER

DE SEKS VIGTIGSTE TURIST-PARAMETRE FOR AT KUNNE UDVIKLE DESTINATIONEN I EN BÆREDYGTIG RETNING ER:

- LOKAL ADFÆRD
- BÆREDYGTIGHED
- FORBRUG
- BESØGSTIDSPUNKT
- BESØGSLÆNGDE
- AMBASSADØRPOTENTIALE



VI MÅLRETTER DERFOR VORES INDHOLD OG KOMMUNIKATION MOD DE MÅLGRUPPER, SOM SCORER HØJEST PÅ OVENSTÅENDE PARAMETRE. DENNE KERNEMÅLGRUPPE ER PERSONIFICERET I FØLGENDE TRE PERSONAER: **THE SUSTAINABLE TRAVELER, THE TEMPORARY LOCAL OG THE FAMILY.**

DEN 'BÆREDYGTIGE' TURIST

Digitale touch points og data hjælper os med at nuancere billedet over tid



Data på forbruget i forbindelse med besøg

Data på søgeadfærd forud for besøg



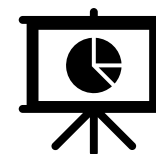
Data på hvordan turister bevæger sig rundt i byen

Data på besøg fra turistattraktioner



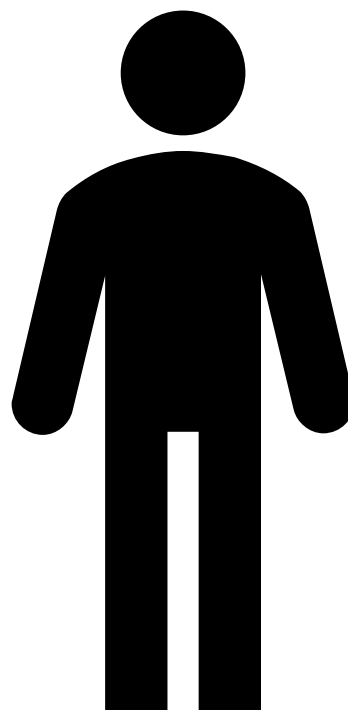
Data fra egne kanaler (f.eks. apps)

Data i form af analyse fra eksterne kilder



Data fra hoteller og andre aktører

Data fra online adfærd på tværs af medier





OFF SEASON IS COMING..

75% AF BETALT MARKETING VIL FOKUSERER PÅ SKULDER- OG LAVSÆSON

INTERNATIONAL PR FOKUSERER PÅ STYRKEPOSITIONER OG PÅ SKULDER- OG LAVSÆSON SAMT OPLEVELSER UDEN FOR INDRE BY

10xCOPENHAGEN

80%

SAID THEY WOULD BE
INTERESTED IN COMBINE
THE STAY IN THE CITY
WITH A COUNTRYSIDE
EXPERIENCE



WIDER

GEOGRAPHY



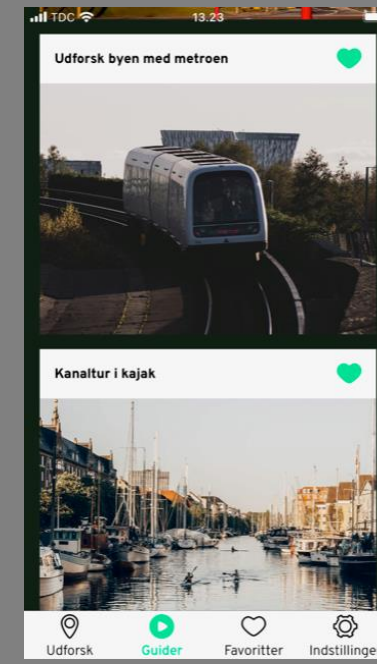
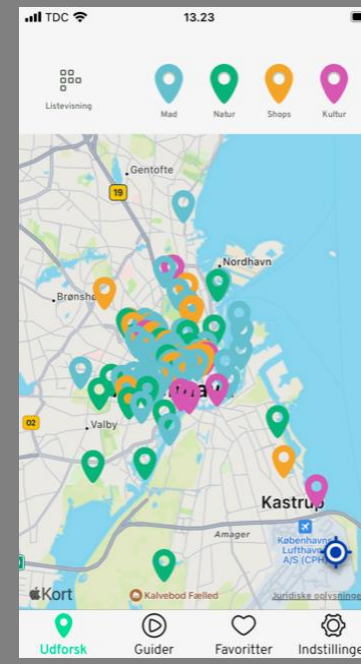
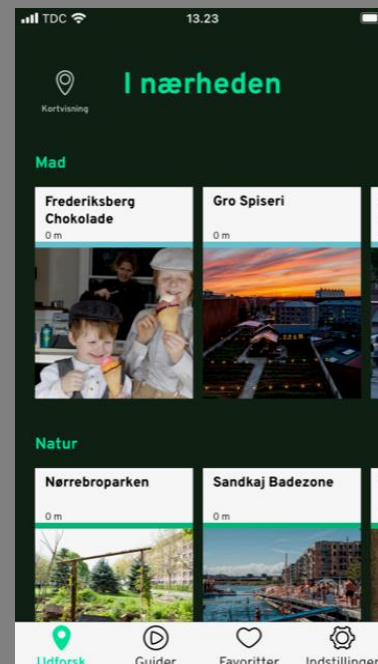
FLERE KVARTER I VORES INDHOLD

75%



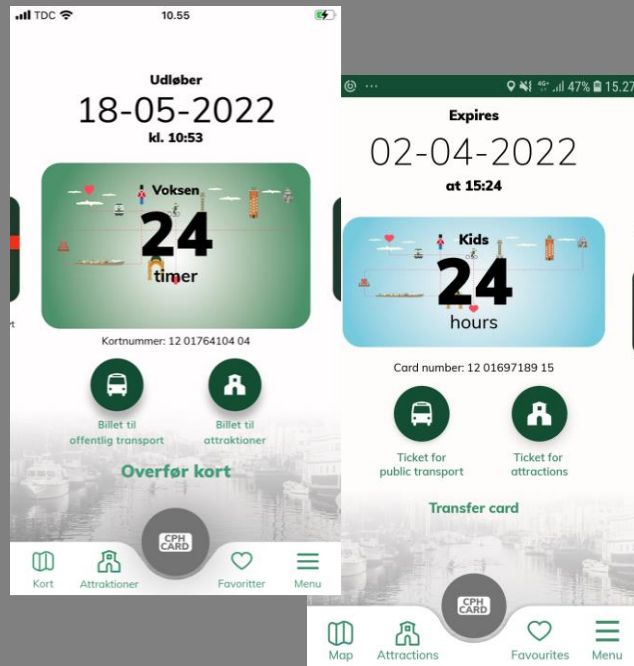
Planet Copenhagen

- Hjælper byens besøgende med at træffe mere bæredygtige valg
- Lader byens bæredygtige initiativer inspirere
- Oplevelser inddelt i fire kategorier – Urban natur, kultur, shopping og mad



Copenhagen Card

- Fokus på at øge kulturforbruget i hovedstaden
- Øge mobiliteten blandt Copenhagen Card brugere (særligt i højsæson)
- Hjælper med geografisk spredning af turister (Mange attraktioner ligger udenfor centrum og også helt udenfor København)
- Opfordrer til brug af offentlig transport (gratis med kortet)



The background is a solid dark green. There are five decorative circles: a pink one in the top left, a yellow one in the top right, a yellow one on the left edge, an orange one overlapping the letter 'T' in 'KOMMENTARER', and a dark blue one in the bottom right.

**SPØRGSMÅL /
KOMMENTARER?**