

# Considering Copenhagen 2005



## Indhold:

- Om undersøgelsen
- Hovedresultater
- Hvem er respondenterne i undersøgelsen?
- Konklusion

# Om undersøgelsen

[hvorfor og hvordan]

# Om undersøgelsen



## ■ Gennemførelse

- Undersøgelsen er gennemført af analysefirmaet Instant Answer A/S for Wonderful Copenhagen og Copenhagen Capacity i perioden juni – juli 2005.

## ■ Formål

- At få et øjebliksbillede / en temperaturmåling af Københavns styrker og svagheder som investeringslokalitet samt kongres- & turistby.
- At bruge resultaterne i såvel Wonderful Copenhagen som Copenhagen Capacitys arbejde med at tiltrække kongresser, turister, virksomheder og investeringer til København.

# Om undersøgelsen

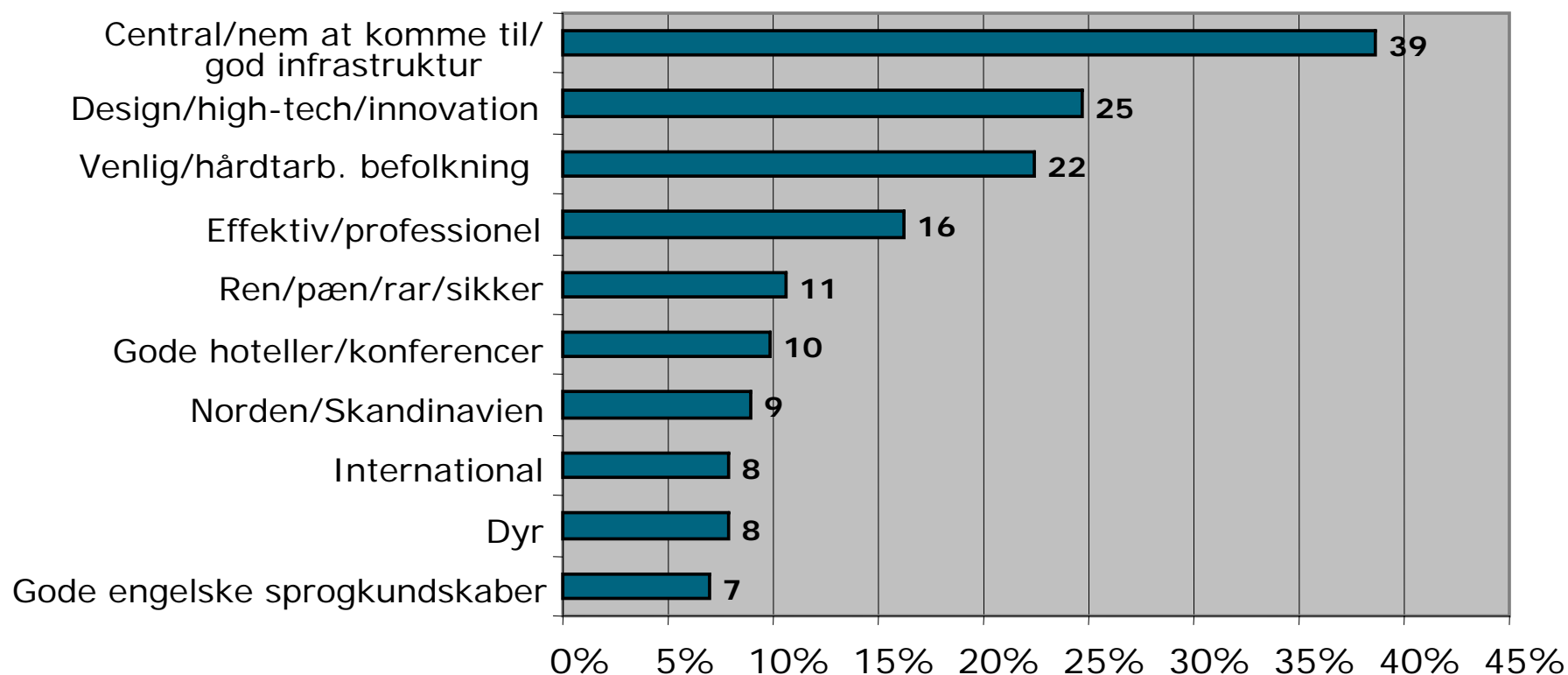


- **Målgruppe**
  - Internationale topledere og forretningsfolk i goodwillambassadørkorpsets netværk med lidt eller nogen kendskab til København
  
- **Metode**
  - Internetbaseret spørgeskema med unikt password distribueret gennem goodwillambassadørerne. Hver goodwillambassadør blev bedt om at rekruttere/invitere 25 internationale topledere/forretningsfolk i deres netværk til at deltage i undersøgelsen.
  - I alt besvarede 376 respondenter spørgeskemaet.
  
- **Undersøgelsens repræsentativitet**
  - Undersøgelsen er ikke globalt repræsentativ eller videnskabelig, men giver et øjebliksbillede/indikation om internationale forretningsfolks syn på København. Der er konstateret en vis forudfattelse i rundspørgeundersøgelsen, da flere respondenter end forventet har været bosat i København på et tidspunkt.

# Hovedresultater

# København er et **centralt** og **effektivt** sted at gøre forretning

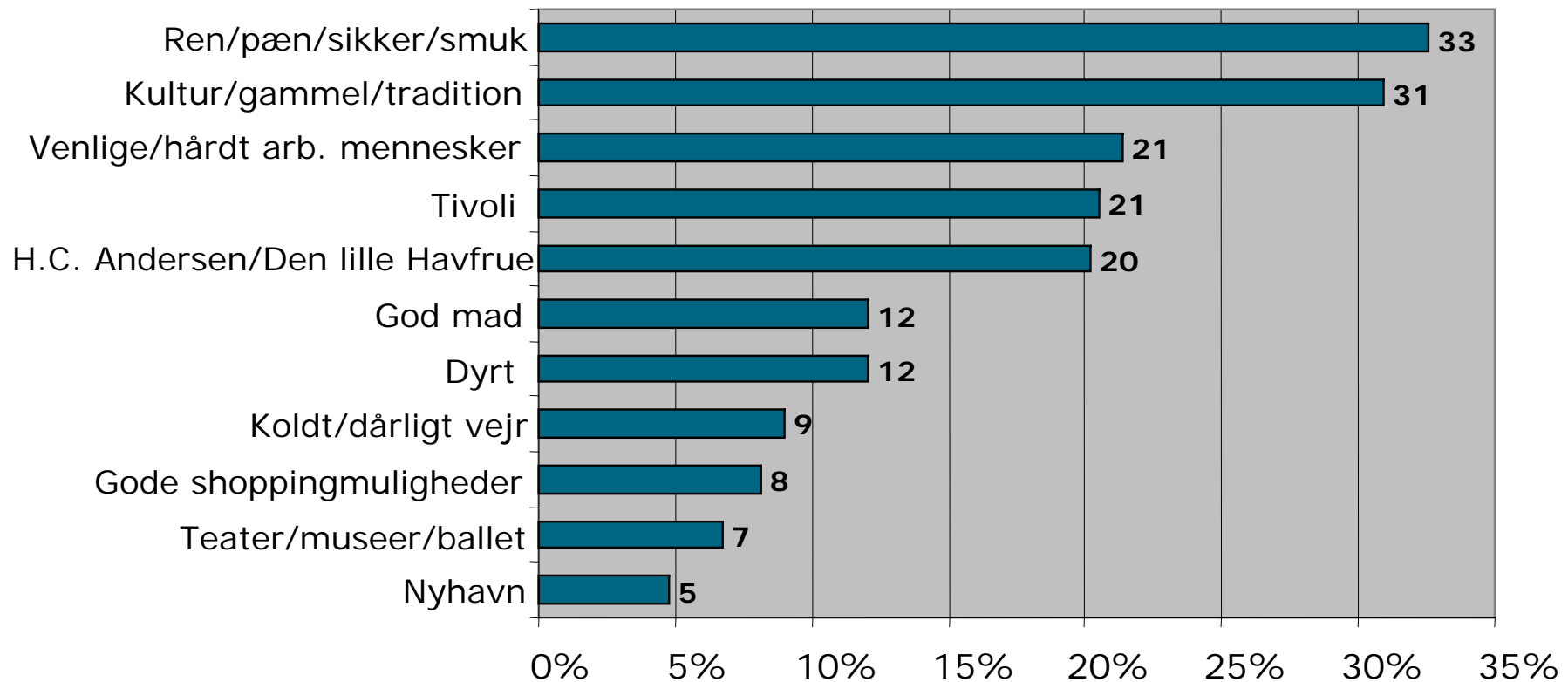
- Hvad associerer du med KBH som forretningsdestination?



Base: 357 respondenter (1 alt 983 åbne udsagn)

# "Gode gamle København" stadig mest kendt

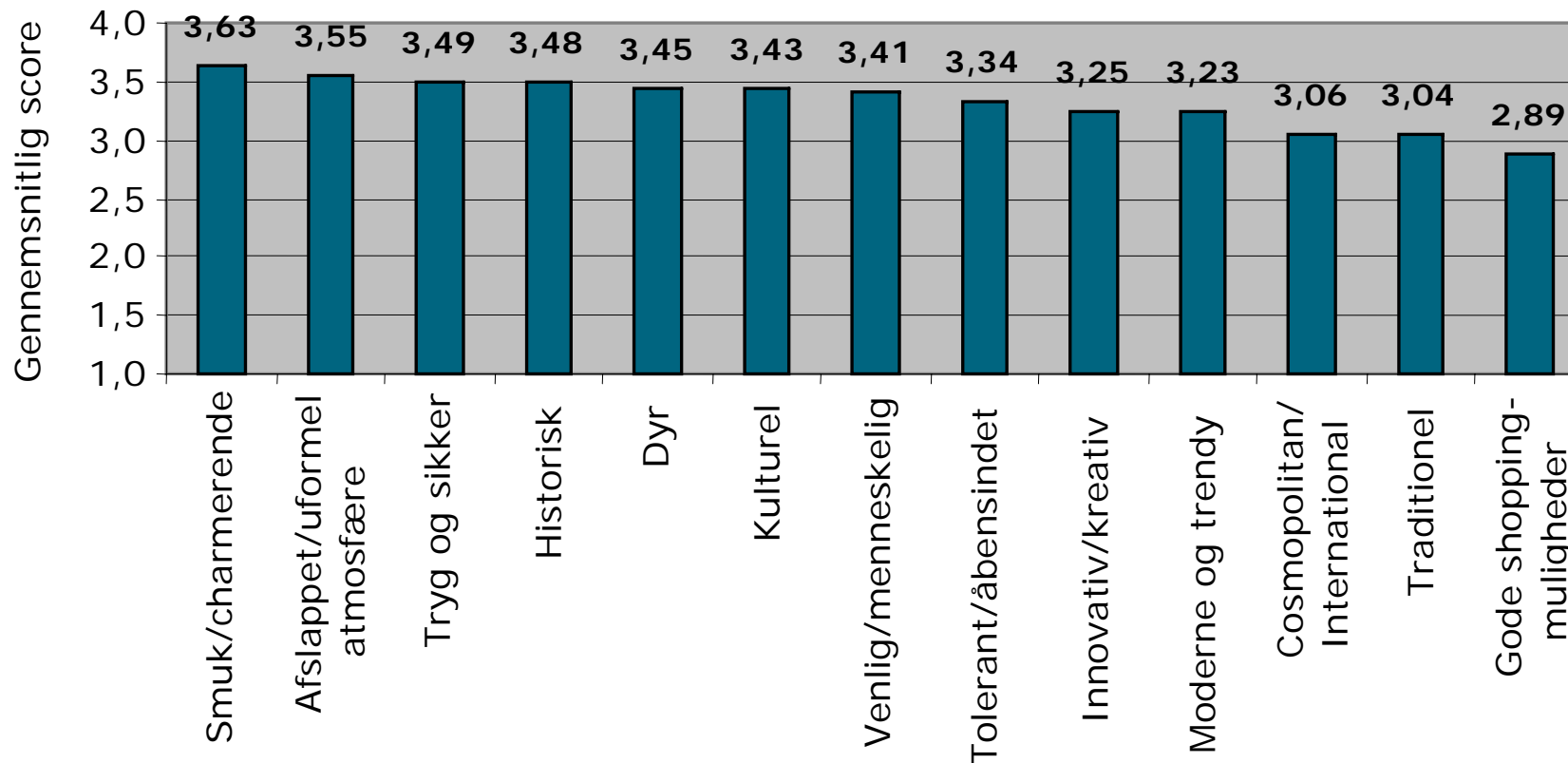
- Hvad associerer du med KBH som turistdestination?



Base: 356 respondenter (1 alt 1027 åbne udsagn)

# København er mere **historisk** end **moderne** men helt klart **"Wonderful"**

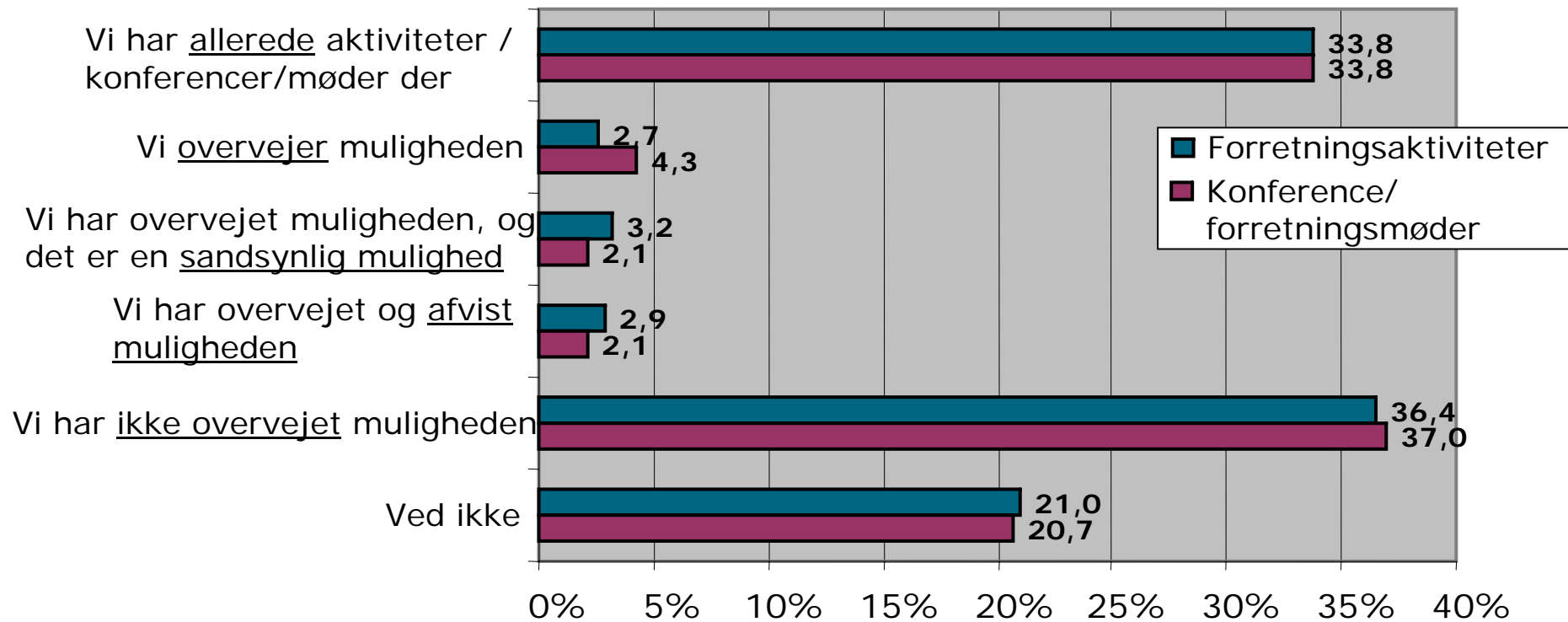
- Hvilke af følgende udsagn associerer du med København?



Base: 376 ("Ved ikke" udeladt)

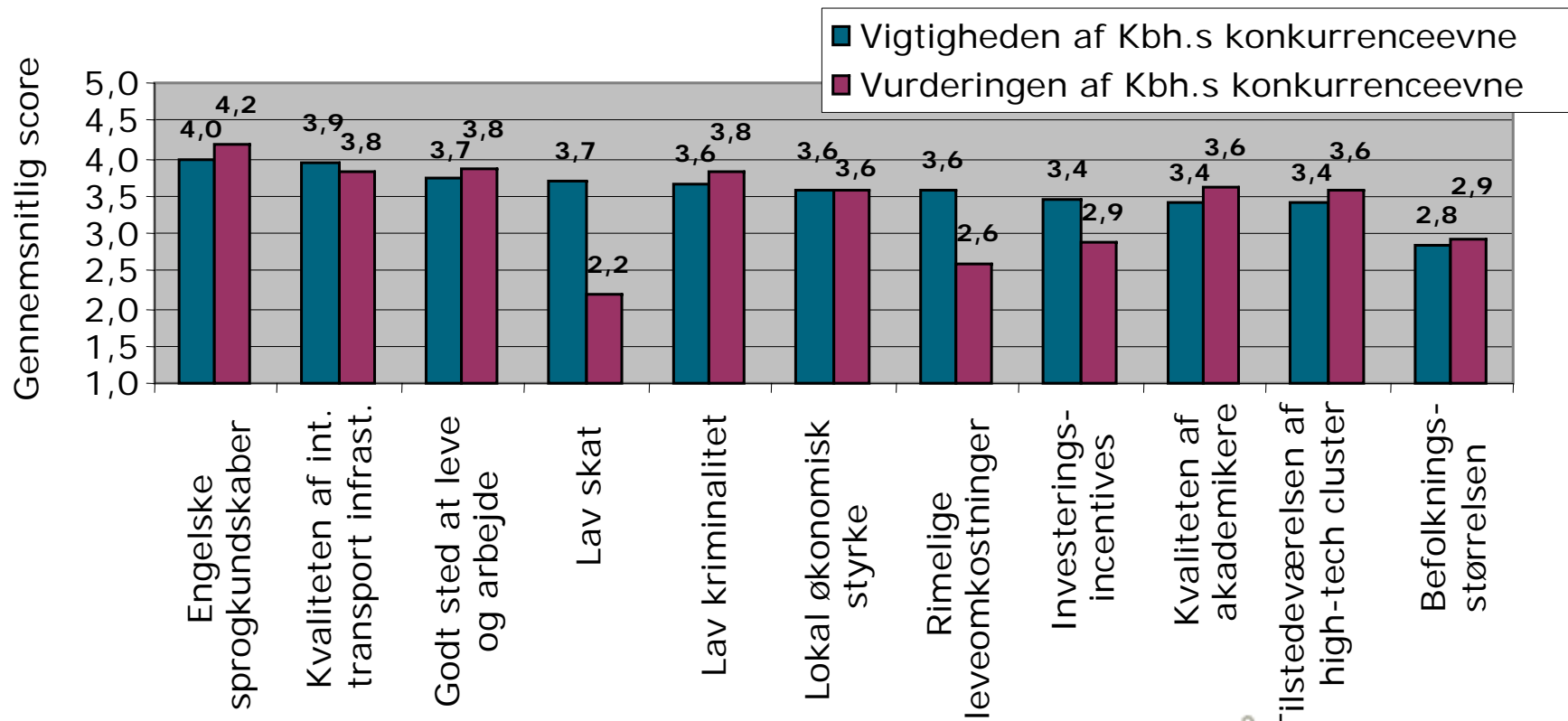
# Ca. 6% overvejer København

- Har du eller dit firma overvejet KBH som location for forretningsaktiviteter versus konference/forretningsmøder?



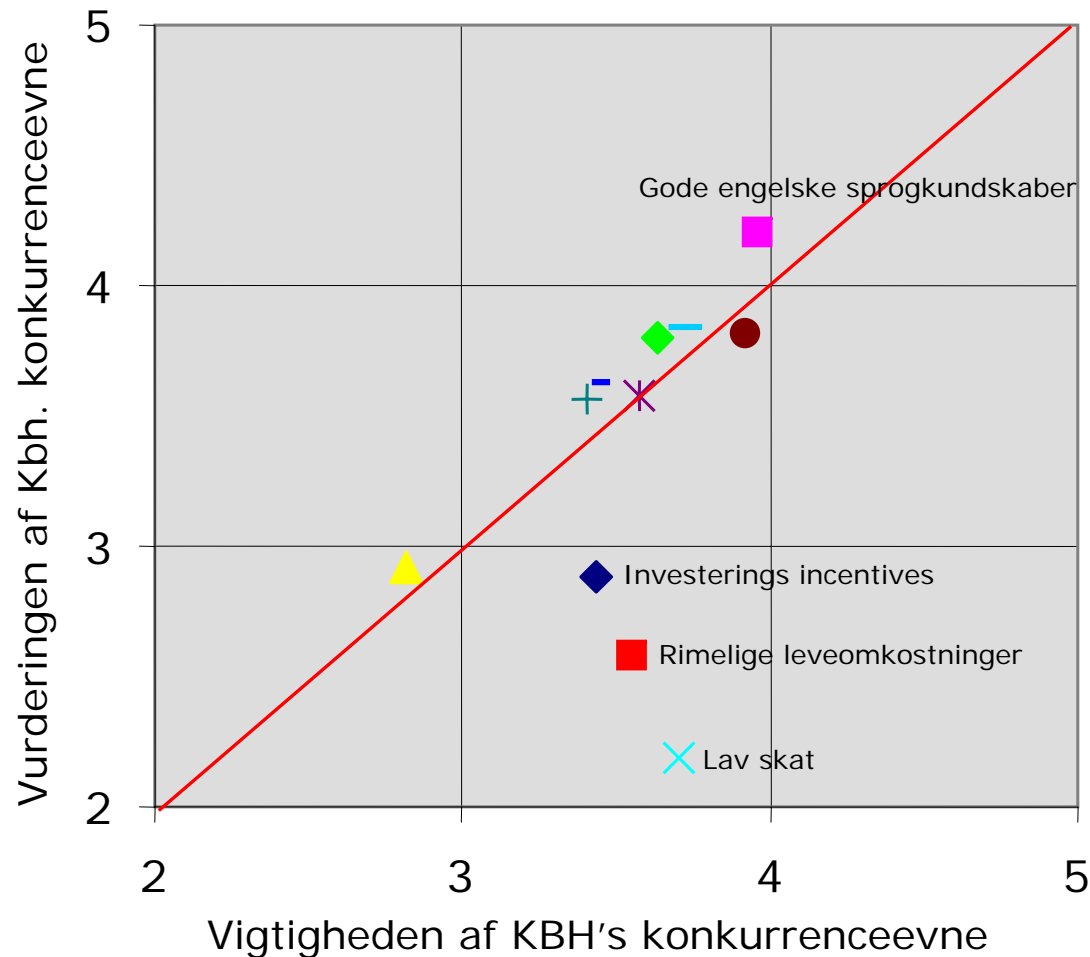
# København er et **godt sted** at bo men også **dyrt**

- Vigtighed og vurdering af KBH's konkurrenceevne som forretnings- og investeringslokalitet



Base: 376 ("Ved ikke" udeladt)

# København er et **godt sted** at bo men også **dyrt**

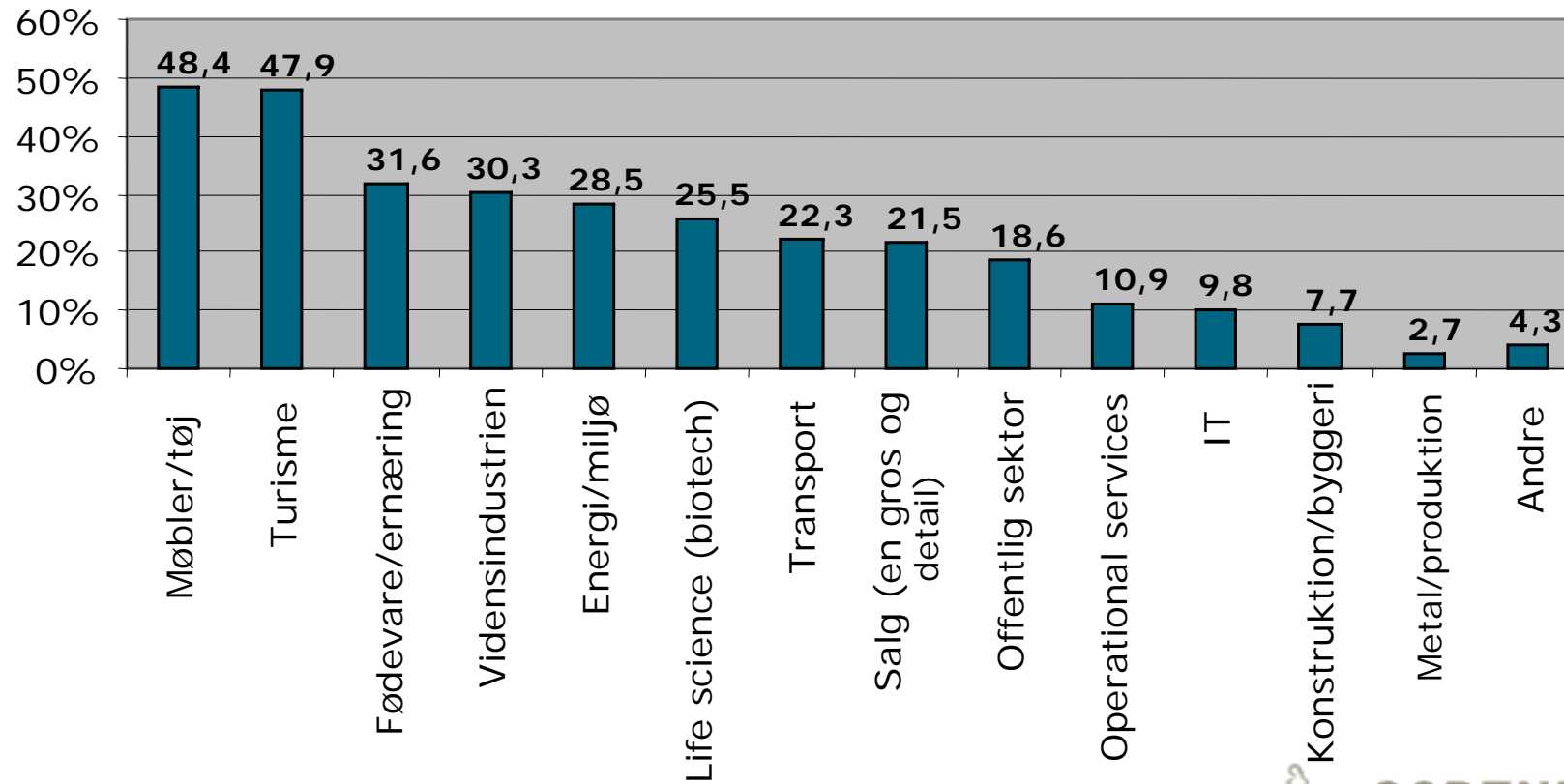


- ◆ Investerings incentives
- Gode engelskkunderskaber
- ▲ Befolkningsstørrelse
- × Lav skat
- ✖ Lokal økonomisk styrke
- Kvalitet af int. transport infrastruktur
- + Tilstedeværelsen af high-tech cluster
- Kvaliteten af akademikere
- Godt sted at leve og arbejde
- ◆ Lav kriminalitet
- Rimelige leveomkostninger

Base: 376 ("Ved ikke" udeladt)

# Københavns styrker er i de "bløde" industrier

- Indenfor hvilke brancher tror du København har en konkurrencefordel?



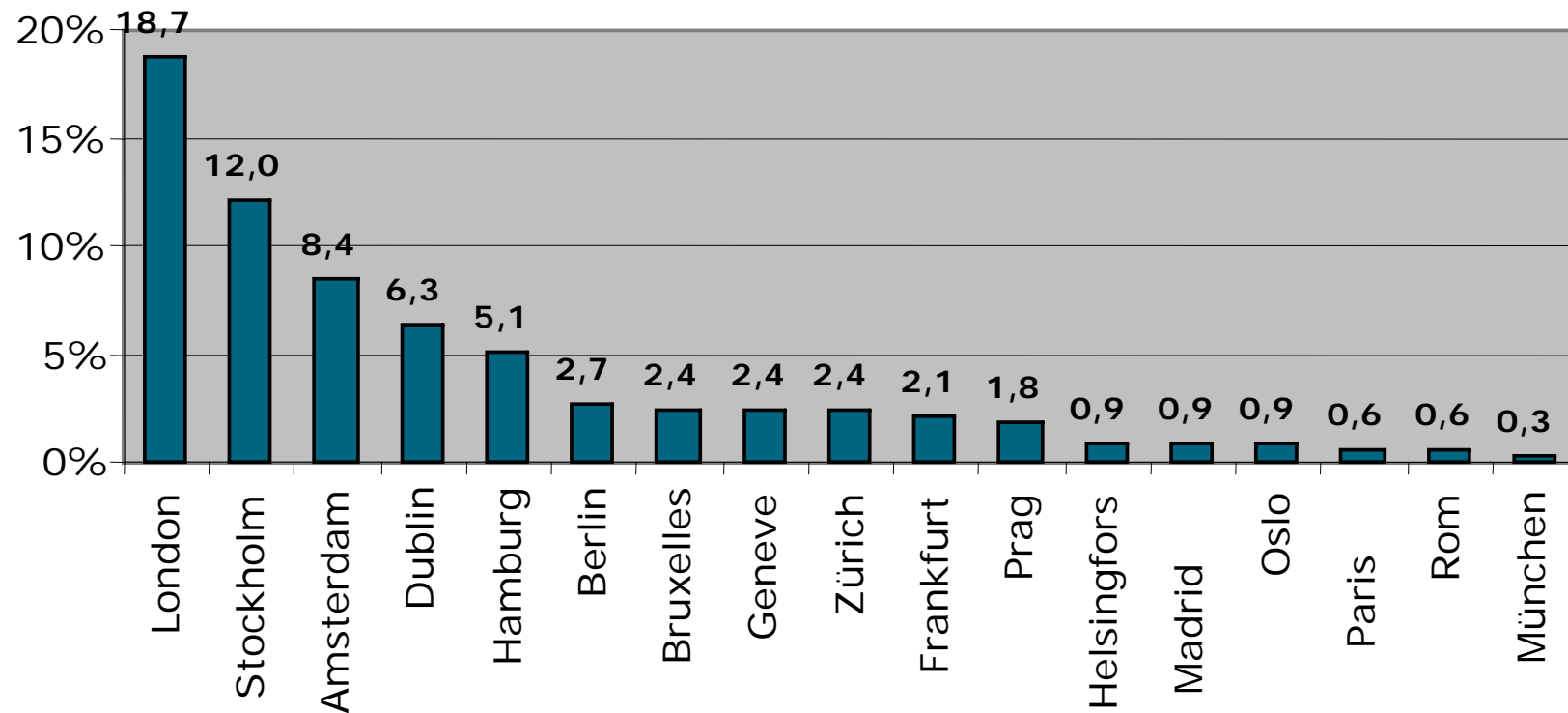
Base: 376 ("Ved ikke" udeladt)



**COPENHAGEN**  
GOODWILL AMBASSADOR CORPS

# København er oppe mod de "store"

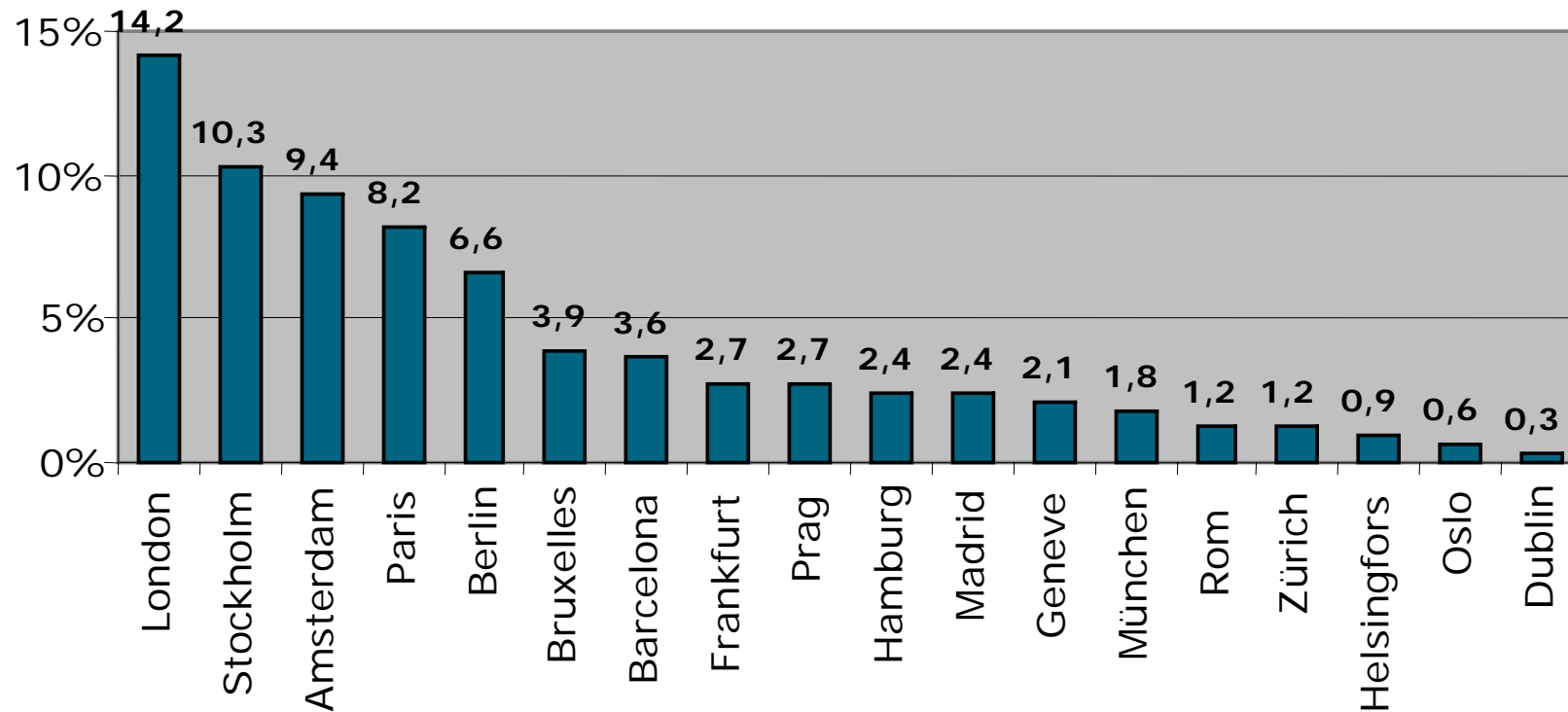
- Hvilken europæisk by ser du som Københavns største konkurrent som investeringslokalitet?



Base: 376 ("Ved ikke" og "Andre" udeladt)

# København er oppe mod de "store"

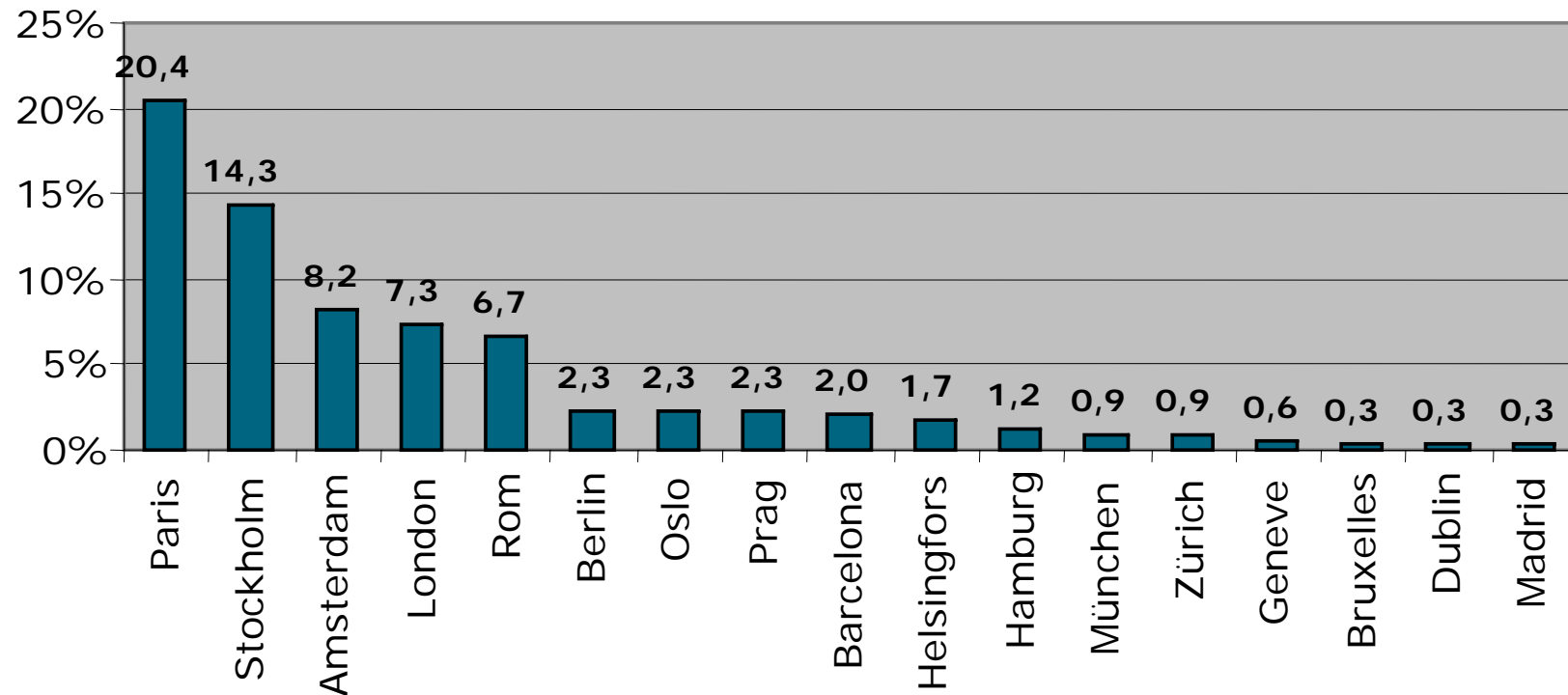
- Hvilken europæisk by ser du som Københavns største konkurrent som konferencedestination?



Base: 376 ("Ved ikke" og "Andre" udeladt)

# København er oppe mod de "store"

- Hvilken europæisk by ser du som Københavns største konkurrent som turistdestination?



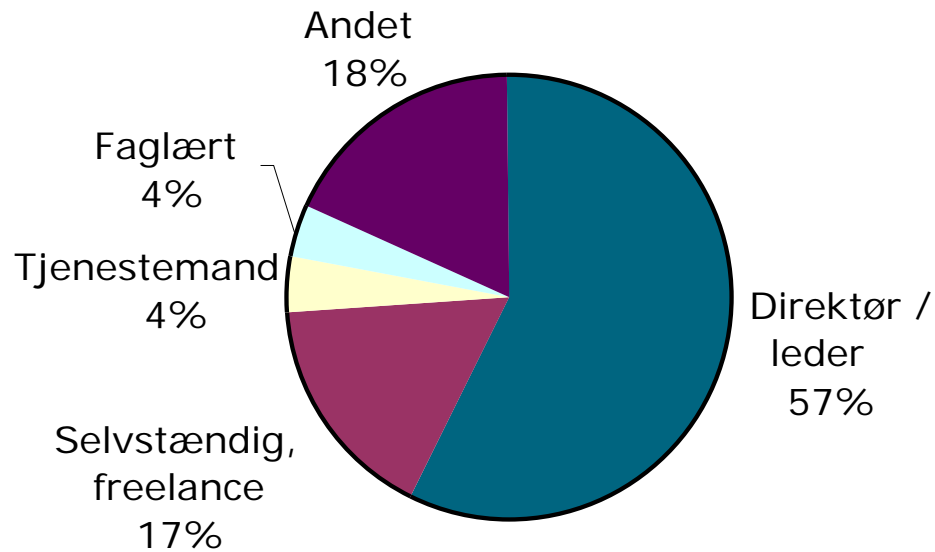
Base: 376 ("Ved ikke" og "Andre" udeladt)

Hvem er  
respondenterne?

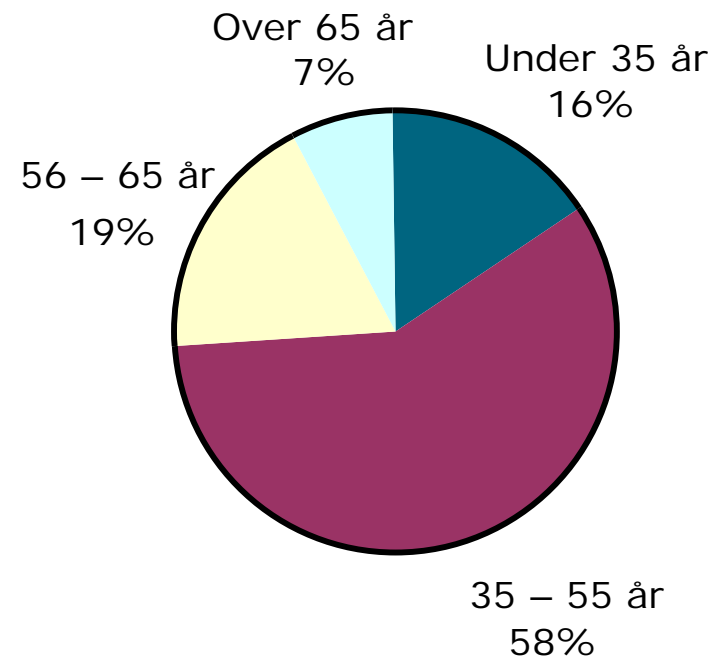
# Hvem er respondenterne i undersøgelsen?



- Hvad er din beskæftigelse?



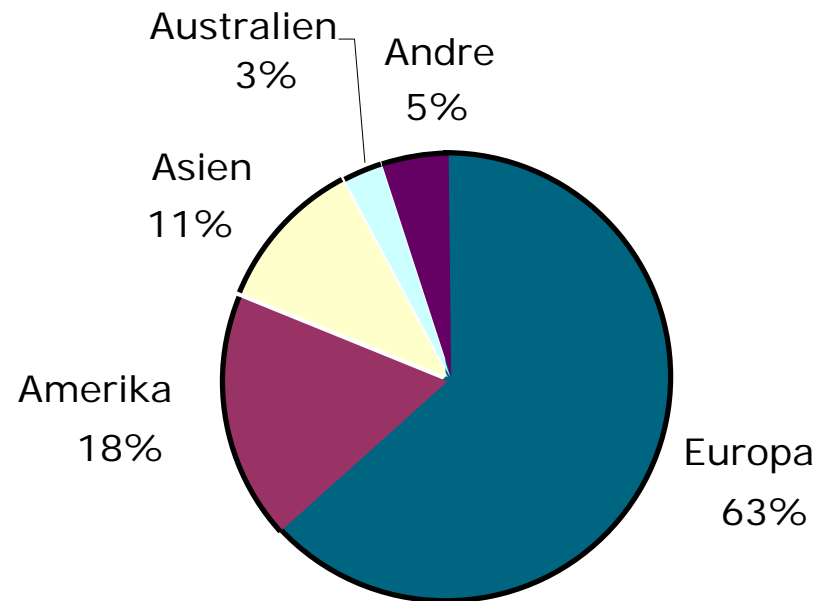
- Hvad er din alder?



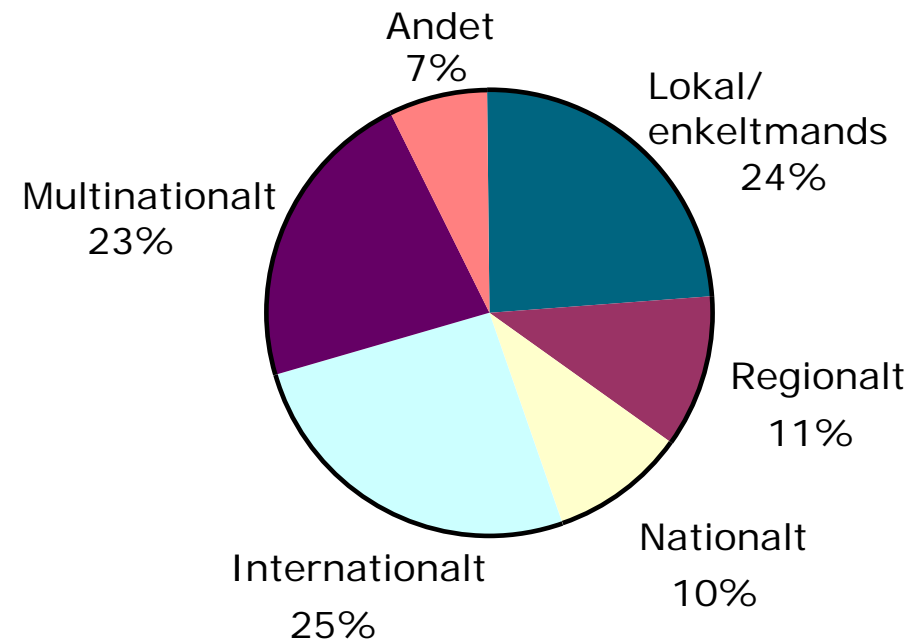
# Hvem er respondenterne i undersøgelsen?



## ■ Hvor kommer du fra?



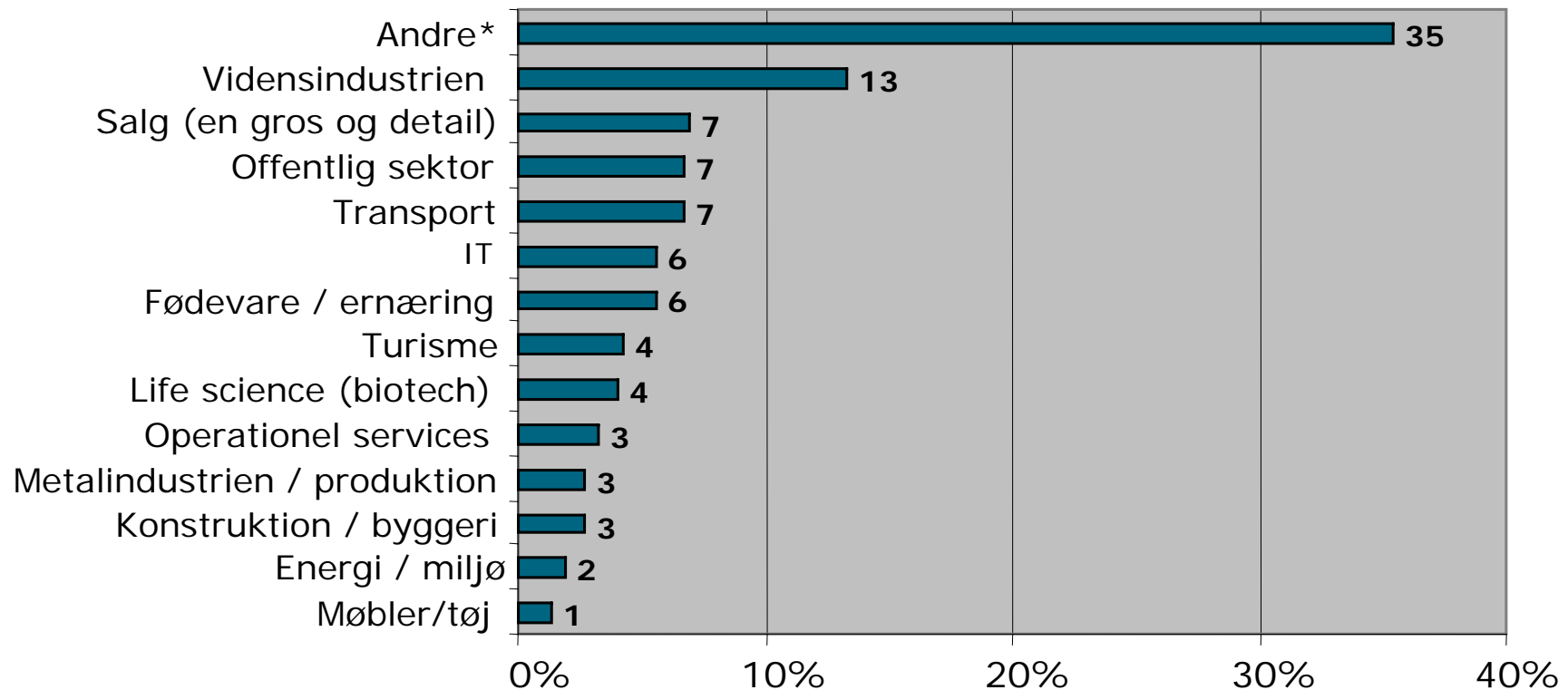
## ■ Hvor stort er dit firma?



# Hvem er respondenterne i undersøgelsen?



- Hvilken branche/sekter tilhører dit firma?



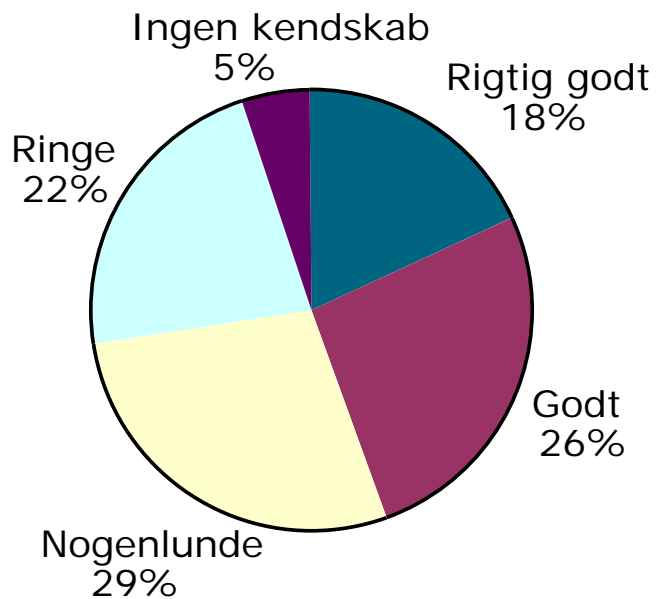
\*herunder: reklame/marketing, bank/finans/investering, konsulentvirksomhed

Base: 376

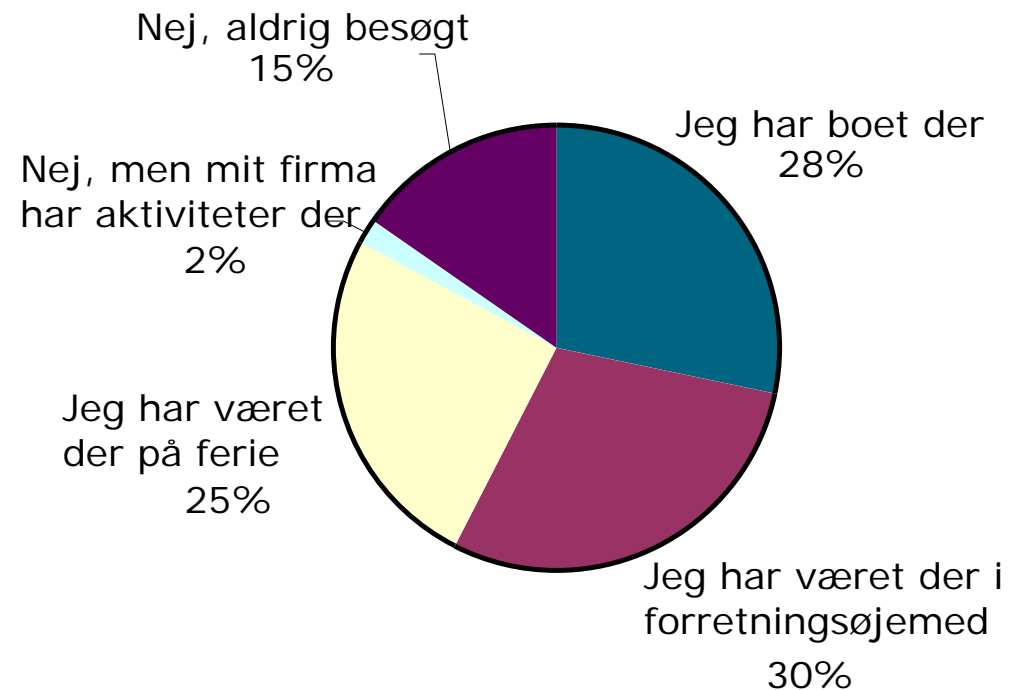
# Hvem er respondenterne i undersøgelsen?



- Hvad er dit kendskab til København?



- Har du besøgt København?



Konklusion

# Konklusioner



... og fremtidige udfordringer:

- København som forretningsdestination har et godt image som værende effektiv, innovativ og med god infrastruktur, men opfattelsen af at være dyr skal modbevises.
- Turistmæssigt bør der fokuseres mere på at fremstille København som trendy, moderne, designcapital og mindre på "det gode gamle København".
- Ca. 6% ~ 22 virksomheder, overvejer København som forretnings- og konferencedestination. Hvordan overbevises disse?

# Konklusioner



... og fremtidige udfordringer:

- **Vurderingen** af Københavns konkurrenceevne i relation til **vigtigheden** af konkurrenceevnen er negativ, hvad angår skat, leveomkostninger og incentives. Hvordan forklares/imødegås disse opfattelser?
- Turisme og møbler/design er brancheområder, hvor København anses for at have konkurrencefordele. Hvordan tydeliggøres vidensområder som IT og life science?

# Konklusioner



... og fremtidige udfordringer:

- Som forretningsdestination er Københavns væsentligste konkurrenter de nære storbyer: London, Stockholm, Amsterdam, Dublin, Hamburg og Berlin.

Som konference- og turistdestination er det primært de store byer i Europa: Paris, London, Amsterdam, Berlin, Barcelona og Rom samt Stockholm.

For at stå distancen kræver det en styrkelse af vores konkurrenceevne og en forbedring af rammebetingelserne (uddannelses- og forskningsfaciliteter, moms, leveomkostninger, afgifter, multiarena etc.



For yderligere information kontakt:

Wonderful Copenhagen

Analytiker

Lone Alletorp Callard

[lac@woco.dk](mailto:lac@woco.dk)

Tlf. 33557411



**COPENHAGEN**  
GOODWILL AMBASSADOR CORPS