



# COPENHAGEN TOGETHER FOR POSITIVE IMPACT

The most relevant  
destination for sustainable  
international business events



# INTRODUCTION

## **Stærkt samarbejde skaber resultater – og muligheder for fremtiden**

I mere end 25 år har en bred kreds af aktører inden for mødeindustrien samarbejdet i foreningen og netværket Meetingplace. I fællesskab er der blevet investeret i at tiltrække international erhvervsturisme i form af kongresser, møder, incentives samt events til København og resten af hovedstadsregionen.

Meetingplace-samarbejdet involverer Wonderful Copenhagen og godt 150 medlemsvirksomheder bredt fordelt inden for værdikæden. Med Meetingplace som omdrejningspunkt er København i dag en af verdens førende og mest benyttede destinationer for møde-, event- og kongresturisme med bred international anerkendelse som værende blandt de mest professionelle og pålidelige.

Det er afgørende for København og hovedstadsregionen at fastholde det brede og stærke samarbejde i Meetingplace for fortsat at sikre fælles retning, viden og tilstrækkelig investeringskraft til at kunne byde på og vinde international kongres-, møde- og eventforretning til destinationen i årene, der kommer.

# WHAT IS NEXT?

Målet er stadig klart: Det handler om at tiltrække og skabe forretning til København og hovedstadsregionen – også i den nye markedssituation.

Der er behov for en agil strategi, der opererer med såvel en kort som en længere horisont – og som formår at realisere forretningspotentiale uanset situation i 2024 – og frem.

Meetingplace skal være proaktiv i arbejdet med at definere fremtidens marked – og medvirke aktivt til at skabe positiv impact på destinationen.

Med udgangspunkt i gensidig tillid aktører imellem skal Meetingplace arbejde målrettet med tre centrale fokusområder, som danner grundlag for at opbygge en stærk, bæredygtig og værdiskabende destination for internationale møder, kongresser og events.



# FOCUS AREAS

## **Transforming to meet the changing needs of clients**

*Fokusbål: Vi er den mest relevante destination for internationale møder og kongresser*

Gennem viden om kunder, nye behov i markedet, digital omstilling og business intelligence sikrer vi Københavns fortsatte position som en af verdens mest benyttede destinationer for afholdelse af internationale møder og kongresser – og med fokus på positiv værdiskabelse.

## **Sharing communities**

*Fokusbål: Vi indgår partnerskaber og samarbejder på tværs*

I partnerskaber med kunder samt offentlige og private aktører – og medlemsvirksomheder imellem – styrker vi destinationens markedsposition og fremstår som en samarbejdende destination. Et centralt selling point er at skabe og dele viden generøst.

## **Creating broader sustainable impact**

*Fokusbål: Vi er den førende bæredygtige destination i verden og skaber bred samfundsmæssig værdi*

En balanceret tilgang til økonomisk, social og miljømæssig bæredygtighed er afgørende for destinationens relevans. Bæredygtighedsmål er udgangspunkt og endemål.



# TRANSFORMING TO MEET THE CHANGING NEEDS OF CLIENTS

## Vi er den mest relevante destination for internationale møder og kongresser

København er anerkendt som en innovativ, videnskabsende og tillidsvækkende destination med fingeren på pulsen og en stor forståelse for trends, tendenser og stakeholders.

Det er et centralt selling point, som Meetingplace skal fastholde og dyrke yderligere. Rollen som connector og rådgiver til destinationen og dens kunder skal også fremadrettet være i fokus.

Vi har i Meetingplace-samarbejdet opbygget stor viden og forståelse for afholdelse af internationale møder og kongresser og har en vigtig rolle i transformationen af erhvervet de kommende år.

## Exploring markets

Meetingplace følger og påvirker den internationale udvikling, og situationen på markederne, og er aktivt til stede. Vi udvikler egne tiltag – og sammen med kunder – er agile og ændrer fokus, når udvikling og tendenser peger i nye retninger.

## Staying digital

Meetingplace og destinationens partnere går forrest med nye digitale løsninger og tilbyder viden og rådgivning om formater for mødeafvikling, så destinationen konstant er relevant og innovativ.

## Proactive and customer-centric

Meetingplace er proaktiv i arbejdet, sætter kunden i centrum og indsamler ny viden og data for at kende kundens behov – eksplicite såvel som implicite. Vi målretter vores tilbud og services – med ambitionen om høj kundetilfredshed og loyalitet.

# SHARING COMMUNITIES

## **Vi indgår partnerskaber og samarbejder på tværs**

Fællesskaber og tætte samarbejder på tværs af aktører styrker destinationen, løfter besøgsoplevelsen og understøtter den bæredygtige udvikling.

Meetingplace-samarbejdet er katalysator for stærke samarbejder mellem interessenter med bl.a. legacy som et omdrejningspunkt. Vi opbygger brede netværk, der bringer kunder og relevante aktører tættere sammen for at styrke udviklingsindsatsen og forretningspotentialet. Vi sørger for at dele viden og nyheder gennem en struktureret kommunikationsindsats. Vi fremstår som en samlet destination på tværs af offentlige og private parter – og medlemsvirksomheder imellem.

## **Connecting communities**

Meetingplace er 'connector', der matcher og kuraterer mødet mellem destination og kunde – for størst mulig positiv impact.

Vi involverer stakeholders på tværs af sektorer, virksomheder samt forsknings- og videncenterer for at skabe størst mulig samfundsmæssig værdi af møder, kongresser mv.

## **Building on data and knowledge**

Viden fra data, erfaringer og analyser skaber værdifuld indsigt, som Meetingplace bruger som fundament for initiativer og udviklingsindsatser.

Meetingplace er videnscenter for medlemsvirksomheder og bredt for sektoren. Vi skaber, leverer og deler den seneste viden.

# CREATING BROADER SUSTAINABLE IMPACT

## **Vi er den førende bæredygtige destination i verden og skaber bred samfundsmæssig værdi**

København er blandt verdens mest bæredygtige byer for afholdelse af møder, kongresser og events, og Meetingplace arbejder målrettet for at indfri ambitionen om en topplacering i det anerkendte GDS-indeks.

Meetingplace går forrest med deling af viden og erfaringer og arbejder systematisk med SDG-mål, der bl.a. fokuserer på bæredygtig turismeudvikling, afrapportering, udvikling af værktøjer og etablering af partnerskaber, hvilket vil styrke destinationens konkurrencemæssige fordel inden for området.

Den samlede indsats skal være med til at skabe større positiv værdi for samfundet på alle tre bundlinjer.

### **Economic impact**

Meetingplace skaber forretning til destinationen, som understøtter den bæredygtige udvikling.

Møder, kongresser og events bruges som katalysator for viden, vækst og jobskabelse.

### **Social impact**

Meetingplace arbejder for at gøre møder, kongresser og events inkluderende, samt at de bidrager positivt til at skabe samfundsmæssig værdi.

Vi arbejder for, at der i erhvervet skabes større fokus på en bredere repræsentation og diversitet, og vi understøtter kundernes valg.

### **Climate and environmental impact**

Meetingplaces ambition er, at destinationens aktører i fællesskab fokuserer på at skabe bæredygtige løsninger.

Vi rådgiver og understøtter medlemsvirksomhederne til at omstille til bæredygtige produkter.

Vi arbejder aktivt for at øge antallet af certificerede medlemsvirksomheder med henblik på at fremme grønne og bæredygtige valg.

# KPI 2024+

---

## Room nights

Samlet antal vundne room nights i 2024 på 250.000 (kongres: 200.000, sport events: 30.000, M&I: 20.000).

## Legacy

Gennemførelse af legacyprocesser på 2 store kongrescases.

Afklaringsforløb på 5 kongresser.

Måling/evaluering på 4 kongresser.

Ovenstående skal bidrage til et øget antal konverterede bud i 2024+.

## Membership

Generel medlemstilfredshed i 2024 på minimum 4,0 på en skala fra 1-5.

## Sustainability

Ambition om at blive verdens førende bæredygtige destination (GDS-indeks, 2024+).

Bæredygtigheds certificering af 5 medlemsvirksomheder.

Minimum 5 kongreskunder har aktivt anvendt bæredygtighedsguiden ifm. planlægning af kongres.

I alle kongresbud opfordres der til at anvende bæredygtighedsguiden. Det stilles som krav ved alle kongresser, hvor der tildeles midler via tilskudspuljen.

Tiltag skal medvirke til et øget antal vundne bud og sikre flere bæredygtige møder, kongresser og events på destinationen i 2024+.



# COPENHAGEN TOGETHER FOR POSITIVE IMPACT

© Meetingplace Wonderful Copenhagen

All rights reserved. No part of the publication may be reproduced, distributed, or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording, or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other noncommercial uses permitted by copyright law. For permission requests, please contact [meetings@woco.dk](mailto:meetings@woco.dk)

Photographers (Copenhagen Media Center): Martin Heiberg (pp. 1, 9), Daniel Rasmussen (p. 2), Giuseppe Liverino (p. 3), Terry McLaughlin (p. 4)

[copenhagencvb.com](http://copenhagencvb.com)

Meetingplace Wonderful Copenhagen, Nørregade 7 B, DK-1165 Copenhagen K



WONDERFUL  
COPENHAGEN  
Meetingplace

