



COPENHAGEN TOGETHER FOR POSITIVE IMPACT

The most relevant
destination for sustainable
international business events

**meetingplace
wonderful
copenhagen**



Introduktion

Konkurrencen om den internationale kongres- og mødeforretning er støt stigende, med et bredere felt af destinationer end nogensinde før, og hvor fokus og investering er øget de senere år. Arrangører har stigende forventninger og krav samt søger alternative indkomstkilder og samarbejde med videnmiljøer og den offentlige sektor.

Verden står samtidig over for en massiv udfordring i forhold til klimasituationen – og det er nødvendigt, at Meetingplace-partnerne i København og resten af hovedstadsregionen deltager i bæredygtighedsdagsordnen og aktivt bidrager til den grønne omstilling.

Dertil har København de seneste år oplevet en markant udvidelse af møde- og hotelværelseskapaciteten, hvilket bl.a. efterlader uudnyttet kapacitet og lavere indtjening i erhvervet pga. den udvidede konkurrence.

Hovedstaden står stærkt i internationale rankings og benchmark, men skal kæmpe for fastholdelse af positionen. Der er brug for at styrke indsatsen, særligt inden for den fælles salgsindsats, dansk værtskab og grøn omstilling.

I fællesskab skal der leveres betydelige resultater på alle bundlinjer; klima, økonomisk og socialt gennem en målrettet indsats, der skaber omsætning og jobskabelse, understøtter den bredere værdiskabelse og bidrager væsentligt til bæredygtig udvikling og grøn omstilling i erhvervet.

Meetingplace vil gå forrest – ambitiøst og målrettet – med aktiv deltagelse og fælles, konkret handling fra erhvervet.



Fællesskab, samarbejde, resultater

Igennem tre årtier har en bred kreds af hovedstadens aktører inden for erhvervsturismen samarbejdet og investeret i foreningen Meetingplace om at tiltrække internationale kongresser, business events (corporate) og sportsarrangementer til København og resten af hovedstadsregionen. Meetingplacesamarbejdet involverer flere end 140 virksomheder bredt fordelt inden for værdikæden, der sammen med Wonderful Copenhagen skaber markante resultater og en årlig turismeøkonomisk omsætning på over 1 mia. DKK med tilhørende øget jobskabelse i forbindelse med de vundne arrangementer. Der er en lige linje fra Meetingplaces strategi til Wonderful Copenhagen's tilsvarende og den nationale turismestrategi (begge 2024).

Med Meetingplace som omdrejningspunkt er København i dag en af verdens førende og mest benyttede kongresdestinationer (top 20) med bred international anerkendelse som værende blandt de mest professionelle, innovative og pålidelige. København er samtidig blandt verdens mest bæredygtige destinationer med en top 3-placering på det anerkendte indeks GDSI – en position medlemskredsen i Meetingplace er stærkt medvirkende til at sikre.

Det er afgørende for hovedstaden at fastholde det brede og stærke samarbejde i Meetingplace for fortsat at sikre fælles retning og tilstrækkelig investeringskraft til at kunne byde på og vinde international kongres-, møde- og eventforretning, og på samme tid levere aktivt og betydeligt på den grønne omstilling inden for erhvervet.

Igennem årene har Meetingplace og en bred kreds af stakeholders bl.a. sikret over 1.200 internationale kongresser med samlet 3,5 mio. overnatninger. Meetingplace byder i snit hvert år på op mod 100 kongresser og vinder halvdelen til fremtidig afholdelse. Kongresserne afstedkommer gennemsnitligt 250.000 overnatninger årligt. Der håndteres desuden hvert år i omegnen af 500 forespørgsler inden for business events-området, hvoraf godt halvdelen af forespørgslerne vindes, hvilket genererer ca. 20.000 overnatninger på årlig basis. Indsatsen med tiltrækning af internationale sportsbegivenheder har hen over de seneste fem år gennemsnitligt resulteret i 110.000 vundne overnatninger per år.

Den vundne forretning er muliggjort gennem Meetingplace-samarbejdet – og kommer de deltagende virksomheder direkte til gode. Der er overnatning på hoteller, brug af bureauer til planlægning og afholdelse, udlejning af konference- og mødefaciliteter, middagsarrangementer på restauranter, booking af teknik og interiør, transport mv.



Erhvervsturisme skaber bred værdi

Erhvervs- og mødeturismen i Danmark genererer en årlig omsætning på 33,7 mia. DKK og står for 21 pct. af omsætningen i dansk turisme (2023). Hertil giver det værdi i en bred skala, når internationale kongresser og møder kommer til landet. Meetingplace er medvirkende til at tiltrække kongresser til hovedstaden inden for styrkepositioner som bl.a. life science, greentech og IT/ITC – og der er væsentlige videnøkonomiske effekter af værtskaber for fx forskningskongresser.

Kongresserne bidrager markant til at styrke dansk forsknings internationale position – og de medfører samtidig betydelige positive effekter for de involverede, der stiller sig i spidsen for en kongres i form af bl.a. international netværksudvikling og profilering. De internationale kongresser og begivenheder fungerer også som udstillingsvindue for danske virksomheders produkter og tjenesteydelser – og arrangementerne skaber desuden positiv opmærksomhed om København, hvilket styrker byens globale omdømme og cementerer destinationens internationale position.

Erhvervsturismen skaber en betragtelig omsætning og beskæftigelse i Danmark – og har et markant potentiale for at bidrage til en bredere erhvervs- og samfundsmæssig udvikling – bl.a. i form af styrket innovation, internationalisering og vækst. Igennem en årrække har et særligt strategisk initiativ – Copenhagen Legacy Lab – været tilknyttet udvalgte kongresser og events som metode til at skabe bred værdi, og initiativet har høstet flere internationale awards og er bredt anerkendt i den internationale mødeindustri.

Evnen til at skabe større og varige erhvervs- og samfundsmæssige effekter af møder kongresser mv. vil blive et stadigt vigtigere konkurrenceparameter i de kommende år. Således vil både kunder, delegerede og lokalsamfund i stigende grad forvente, at forretningsrejser og fysiske møder skaber mere samfundsmæssig værdi end deres økonomiske og klimamæssige omkostninger og sundhedsmæssige risici.



Grøn omstilling med ambitiøse mål

Som erhverv sætter turismen et stort aftryk på klimaet og miljøet, og med en samlet omsætning på 163,9 mia. DKK (2023) spiller det danske turismeerhverv en stor rolle både i landets økonomiske og CO₂-mæssige regnskab. Dette forpligter branchen til at kigge indad og til at undersøge de forskellige parametre, hvor man sammen og hver for sig kan gøre en reel, positiv forskel for at nedbringe turismens klimaaftryk.

Hovedstaden opfattes som en ledende destination på globalt plan i forhold til bæredygtig udvikling og omstilling, og denne position skal fastholdes ved at forene evnen til at vækste og samtidig reducere CO₂-udledninger markant og få både erhverv og turister til at bidrage til reduktioner. Indsatsen er meningsgivende på alle parametre – også den forretningsmæssige, da der er stigende interesse for Danmark som en mere bæredygtig destination, og efterspørgslen på produkter og services fra ansvarlige virksomheder er højere end nogensinde før. En bevidst destination giver bevidste kunder.

Wonderful Copenhagen har udarbejdet et roadmap for hovedstadens turisme, hvor målet er at reducere CO₂-udledninger i hovedstadens turisme med 27% i 2030, 37% i 2035 for i sidste ende at være klimaneutral (net zero) senest i 2050, hvilket også indbefatter møder, kongresser og events. Det er en ambitiøs plan – men det er muligt, og det er den plan, Meetingplace arbejder efter.

Hovedstaden skal have en større andel af mødegæster fra nærmarkeder og Europa, og mødedeltagere skal transportere sig med tog og elektrificerede transportmidler som fx elbiler og busser – og gerne i vintersæsonen og Q1, som fremadrettet har et øget fokus. Alle aktører skal aktivt påvirke gæsternes forbrug og adfærd, mens de er her – så transport, forplejning og overnatning er grønnere end tidligere. Det er samtidig ambitionen at forlænge den enkelte gæsts opholdslængde, bl.a. i forbindelse med internationale kongresser og events, så turismens positive effekter bibeholdes uden at skulle øge antallet af gæster tilsvarende.

Meetingplace har konkrete mål for foreningen og medlemsvirksomhederne i form af certificering, deltagelse i Planet Copenhagen, aktiv brug af bæredygtighedsguide, medvirken til indfrielse af mål i klimaroadmap og handling på fire afgørende 'mustwin battles' (forklaring nedenfor). Meetingplace-sekretariat har til opgave at facilitere samlet forløb og sikre eksekvering af udarbejdede handlingsplaner.

COPENHAGEN TOGETHER FOR POSITIVE IMPACT

Målet er klart: Det handler om at tiltrække og skabe forretning til København og hovedstadsregionen – sikre maksimal værdiskabelse af den tiltrukne forretning samt gennemføre grøn omstilling i erhvervet.

Der er behov for en agil strategi, der opererer med såvel en kort som en længere horisont – og som formår at realisere forretningspotentiale og ambitiøse målsætninger.

Strategien har fokus på:

- Kunder og resultatskabelse
- Partnerskaber og samarbejde
- Bæredygtig omstilling og impact

Meetingplace skal være proaktiv i arbejdet med at definere fremtidens marked – og medvirke aktivt til at skabe positiv impact inden for de tre fokusområder.

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



Fokusområde: Kunder og resultatskabelse

Fokusbål: Vi er den mest relevante destination for internationale kongresser, corporatemøder og events

- Vi tilpasser os verdenssituationen
- Vi er proaktive med kunden i centrum

Vi samarbejder aktivt med kunden og har den samlede positive kunderejse som mål.

Meetingplace skaber forretning til destinationen med fokus på vores styrkepositioner og med den brede værdiskabelse som endemål.

Meetingplace opererer med en agil salgs- og markedsføringsindsats, der proaktivt prioriterer den europæiske og amerikanske forretning – og aktivt håndterer forespørgsler fra resten af verden.

Gennem viden om kunder, nye behov i markedet, digitale muligheder og business intelligence sikrer vi Københavns fortsatte position som en af verdens mest benyttede destinationer for afholdelse af internationale kongresser, corporatemøder og events.



Fokusområde: Partnerskaber og samarbejde

Fokusmål: Vi indgår partnerskaber og samarbejder på tværs

- Vi faciliterer værdiskabende fællesskaber
- Vi udvikler og bruger aktivt data og viden

I partnerskaber med internationale aktører i mødeindustrien – herunder kunder – samt offentlige og private aktører styrker vi destinationens unikke markedsposition. Vi fremstår som en samarbejdende destination med fokus på kontinuerlig udvikling inden for destinationsappeal, legacy, viden og bæredygtighed.

Vi sikrer den bredere værdiskabelse ved metodisk at arbejde med den langsigtede værdi – legacy – af den forretning, der kommer til destinationen og connecter kunder med relevante fagmiljøer og stakeholders.

Meetingplace har som forening en tydelig og unik value proposition og arbejder for et stærkt og bredt funderet samarbejde i erhvervet. Tætte partnerskaber på tværs af erhvervet medvirker til erfaringsudveksling og sammenhold i foreningen, hvilket i sidste ende udmønter sig i konkret resultat- og værdiskabelse.

Meetingplace arbejder sammen med en bred kreds af aktører for at gøre hovedstaden attraktiv som møde-, kongres- og eventdestination hele året.



Fokusområde: Bæredygtig omstilling og impact

Fokusbål: Vi er blandt de førende bæredygtige destinationer i verden og skaber bred samfundsmæssig værdi

- Vi skaber impact på alle bundlinjer

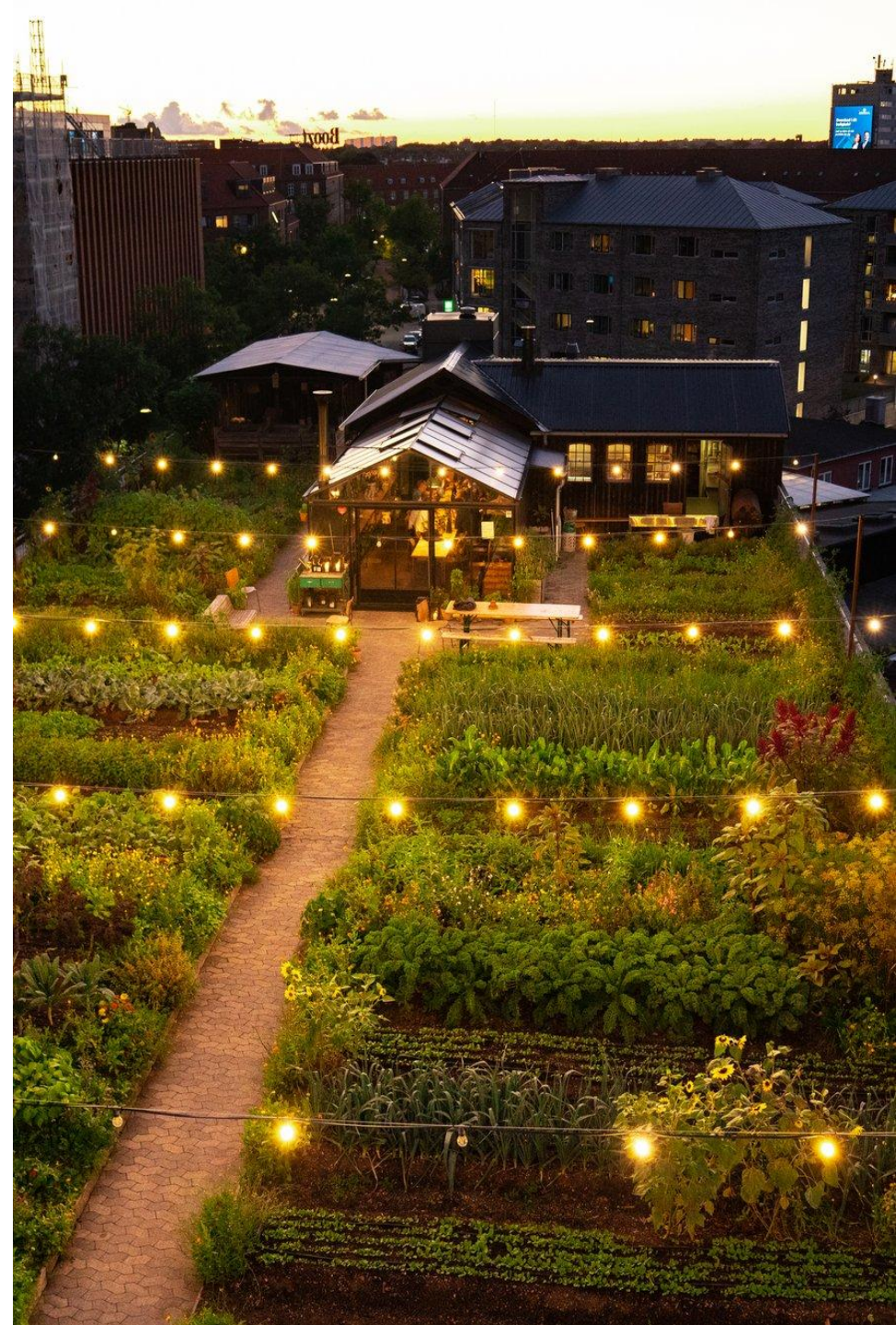
Meetingplace har en bevidst tilgang til balancen mellem økonomisk, social og miljømæssig bæredygtighed. Dette er ikke alene afgørende for destinationens relevans, men også udtryk for samfundsmæssig ansvarlighed.

Forretning sikret gennem Meetingplace skal – udover den rene økonomiske omsætning – samtidig styrke møde- og eventurismen som beskæftigelsesmotor og understøtte dennes sociale ansvar.

Meetingplace arbejder i forlængelse af Wonderful Copenhagen's strategi og Net Zero klimaroadmap. Meetingplace-partnerne skal accelerere den bæredygtige omstilling lokalt, og understøtte den globalt.

Samlet skal destinationens aktører løftes i viden og herigennem sikre, at kunder træffer mærkbare, varige bæredygtige valg. Konsekvent brug af Wonderful Copenhagen's bæredygtighedsguide er afgørende for indsamling af data, der sikrer fremadrettet målbarhed af kongressers CO₂-udledninger og løbende måling på destinationsniveau. Guiden fungerer som baseline for Meetingplace.

Alle Meetingplace-partnere skal være 3. parts certificerede senest i 2030, og samtidig forpligter alle aktører sig til at være medunderskrivere af Planet Copenhagen og dele erfaringer og knowhow. Foreningen tilbyder rådgivning og vejledning og faciliterer til inspiration og sparring partnervirksomheder imellem.



KPI 2026

Room nights

Samlet antal vundne room nights i 2026 på 350.000 (kongres: 300.000, sport events: 30.000, business events: 20.000).

Legacy

Gennemføre 4 kongrescases.

Gennemføre 2 eventcases.

Inkludere legacy i bud på 6 kongresser.

Udarbejde strategisk handlingsplan for legacy.

Ovenstående skal bidrage til et øget antal konverterede bud i 2026.

Medlemskab

Generel medlemstilfredshed i 2026 på minimum 4,0 på en skala fra 1-5.

Bæredygtighed

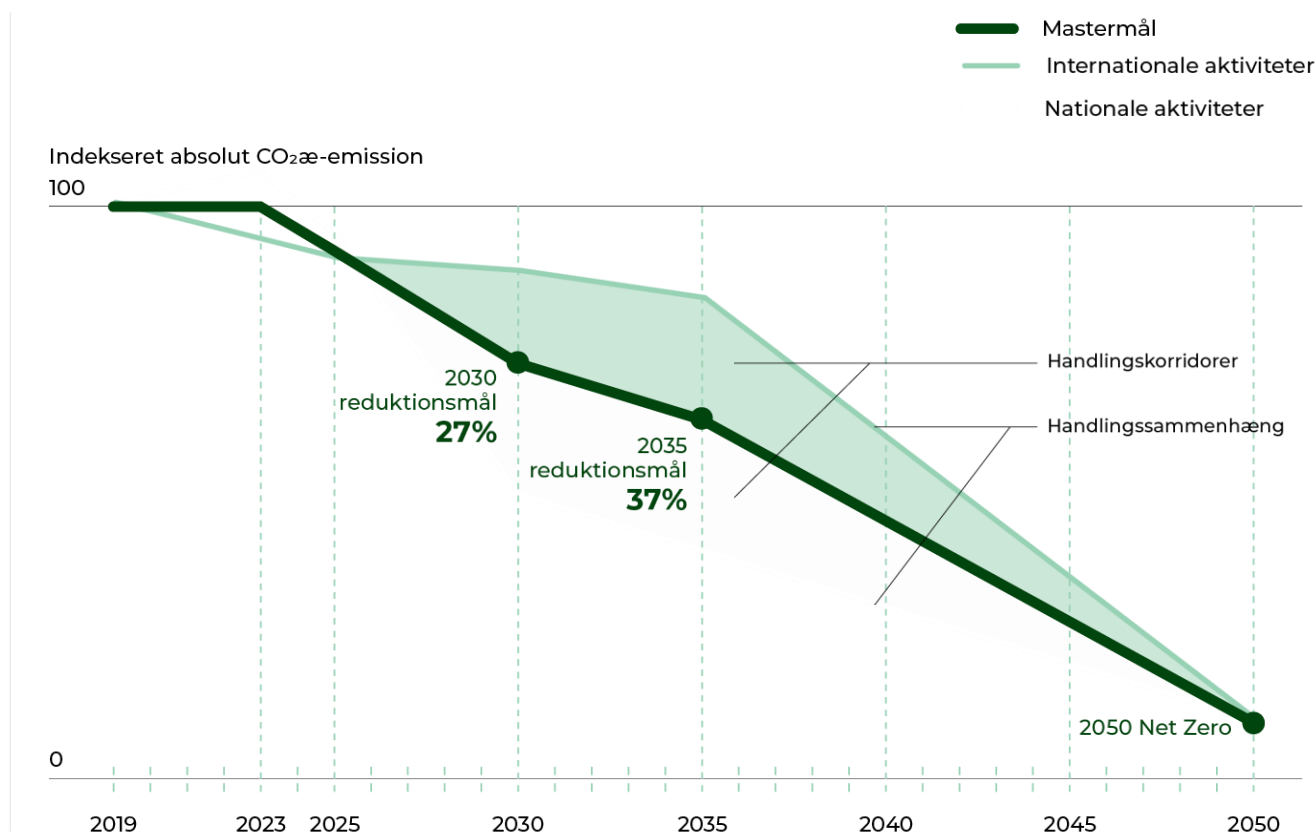
Ambition om at blive verdens førende bæredygtige destination i internationalt benchmark (2026+).

Minimum 10 kongreskunder har aktivt anvendt bæredygtighedsguiden ifm. planlægning af kongres.

I alle kongresbud opfordres der til før og efter 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 2026.

Net zero klimaroadmap for hovedstadens turisme



Fire must win battles for at nå mål:

- Mødeturisten spiser i gennemsnit mere klimavenligt
- Mødeturisten bliver i gennemsnit længere
- Mødeturisten rejser i gennemsnit kortere til destinationen
- Mødeturisten benytter en øget andel af klimavenlig transport til/på destinationen

Medlemsfordele

Forretning

- Forretningsskabende samarbejde med fokus på ROI
- Leads og anbefalinger
- Research af ny forretning
- Synlighed over for internationale kunder
- Adgang til internationale salgskampagner og aktiviteter
- Allotment af hotelværelser til større kongresser og events

Rådgivning

- Tilgængelige fagteams for rådgivning/sparring
- Facilitering ift. grøn omstilling i erhvervet

Branding/kommunikation

- Medlems- og produktprofilering på Meeting Planner Guide
- Adgang til brug af officiel destinations-/partnerapp
- Adgang til marketingmaterialer, video, billeder, tekst
- Nyhedsbrev, kommunikation, statistisk/data, intelligence
- Mulighed for deltagelse ved pressebesøg
- Adgang til online medlemsforum (materialer, rapporter mv.)

Netværk

- Faciliteret og professionel networking
- Invitationer til faglige medlemsarrangementer af høj kvalitet
- Co-creationkoncepter for medlemmer på tværs af brancher



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

Photographers (Copenhagen Media Center): Martin Auchenberg (pp. 1, 13), Astrid Rasmussen (pp. 2-5), VisitCopenhagen (pp. 6, 8), Lukas Bukov (p. 7), Daniel Rasmussen (pp. 9, 12)

copenhagencvb.com

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

