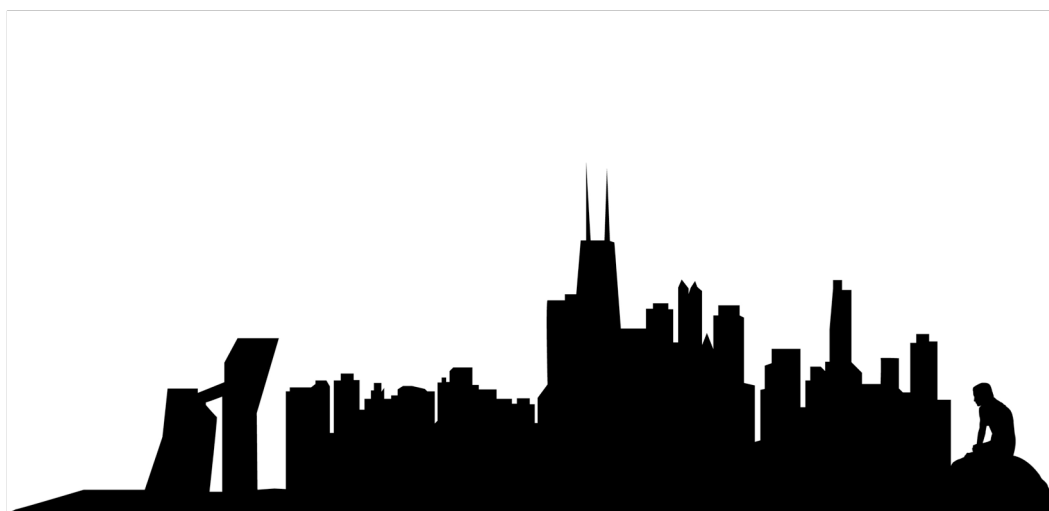

Evaluering af projekt Copenhagen - City of Congresses 2014-2016



Udarbejdet af Efiko for
Wonderful Copenhagen

Indholdsfortegnelse

Hovedkonklusioner og fremadrettede anbefalinger	3
<i>Sammenfatning af evalueringen</i>	3
<i>Anbefalinger til fremtidig indsats</i>	5
Projektets formål og rationale	7
<i>Vurdering</i>	8
Organisering, styring og administration	9
<i>Vurdering</i>	10
Projektets aktiviteter	11
<i>Hovedaktiviteterne i projektet</i>	11
<i>Informationsindsats</i>	14
<i>Øvrige aktiviteter</i>	15
<i>Vurdering</i>	15
Resultater og effekter	16
<i>Generelt om resultater og effekter</i>	16
<i>Målopfyldelse i projektet</i>	18
<i>Øvrige effekter</i>	19
<i>Vurdering</i>	20
Forankring og videreførelse af indsatsen	21
<i>Hvad skal kongresindsatsen konkret bestå i?</i>	21
<i>Flaskehalsproblematikken</i>	22
<i>Omverdenen opruster på alle fronter</i>	22
<i>Vurdering</i>	22
Metode og fremgangsmåde	24
<i>Materiale om kongres-indsatsen</i>	24
<i>Interviewpersoner</i>	24

Hovedkonklusioner og fremadrettede anbefalinger

I perioden marts til april 2017 er der gennemført en ekstern evaluering af projekt Copenhagen – City og Congresses. Denne rapport gengiver resultaterne af evalueringsprocessen, der som hovedkilder bygger på viden fra eksisterende materiale om projektet og på personlige interviews med centrale aktører i – og omkring projektet. Evalueringen har fokus på perioden 2014 – 2016, som er den seneste projektperiode. Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at kongresindsatsen i Wonderful Copenhagen går længere tilbage i tid og indsatsen under navnet City of Congresses startede tilbage i 2009.

Sammenfatning af evalueringen

På baggrund af den gennemførte evalueringsproces kan der fremhæves følgende hovedkonklusioner vedrørende projektet.

Der har været en stor grad af ”return of Investment” i kongres-indsatsen i perioden 2014-2016

2016 har været et helt exceptionelt godt år i kongresindustrien i Hovedstadsområdet. Der er registreret et rekordstort antal overnattende kongresgæster og deraf følgende økonomisk omsætning i de involverede industrier. Aktørerne i kongresindustrien er meget opmærksomme på, at niveauet i 2016 ikke nødvendigvis nås i de kommende år. Ser man imidlertid på kongresindsatsen i hele projektperioden 2014-2016 er billedet fortsat positivt, og det fremgår, at kongresindustrien med alle dens følgeefferter er en betydelig økonomisk aktivitet i København og omegn.

Der er både direkte og indirekte effekter af projektet

De direkte økonomiske effekter i projektet er målbare – også på kort sigt. Der fremgår af tilgængelige opgørelser fra projektet, at kongresindsatsen er en betydelig overskudsforretning for København og resten af hovedstadsregionen. Den økonomi der genereres af kongresgæster der overnatter, spiser og i øvrigt lægger penge i byen under kongressen, overstiger langt prisen for at opretholde et kongres-team hos Wonderful Copenhagen. Der kan – foruden de direkte effekter – også peges på en række indirekte effekter af projektet, som er vanskeligere at måle og som ofte først nås på længere sigt. Blandt de mange afledte effekter kan eksempelvis nævnes genbesøg fra kongresgæsterne herunder også samspil mellem erhvervsturismen og privatturismen. Positiv branding af København er en anden effekt, som det kan være svært at værdisætte præcis, men som uden tvivl er en effekt af nogle af de afholdte kongresser. Dertil kommer effekter, som ikke er økonomiske i deres natur, men som ikke desto mindre spiller en stor rolle – særligt i de faglige miljøer, der er årsagen til kongresserne. Her er effekterne eksempelvis stærkere faglige miljøer med øgede internationale kontaktflader.

Projektets målsætninger er nået og flere mål er overopfyldt

Projektet har opfyldt størstedelen af de måltal, der blev fastsat ved projektstart. Og flere af målsætningerne er endda overopfyldt. Størst målopfyldelse er identificeret ved målene om

”afgivne bud” og ”vundne bud”, hvor der i alle tre år i perioden 2014 – 2016 er tale om en overopfyldelse. Måltallene for den afledte omsætning er ikke nået i 2016 men er stort set opfyldt i 2015 og 2014.

Der er en særlig udfordring at tiltrække de store kongresser

Hvor det generelle billede er, at antallet af vundne kongresser er stigende og der er overopfyldelse ift. projektets måltal, så er der samtidig identificeret en udfordring med at tiltrække de store kongresser med over 1.500 deltagere. Dette ses bl.a. ved at konverteringsgraden for de store kongresser er væsentlig lavere end ved de mindre kongresser. Dette forhold er en udfordring, der er italesat af en række af projektets centrale interessenter, som peger på en stigende international konkurrence om at tiltrække de store kongresser. Konkret beryder dette, at mange konkurrerende byer bruger langt flere ressourcer på at tiltrække kongresserne, end der er afsat til arbejdet i København.

Særligt i lyset af den stigende internationale konkurrence giver en strategisk indsats om tiltrækning af kongresser god mening

I forlængelse af det forrige om udfordringerne med at tiltrække store kongresser, så understreger evalueringen det fornuftige i at have en strategisk og velfunderet indsats på kongresområdet. Uden denne indsats er der meget der tyder på, at København vil få vanskeligere ved at tiltrække kongresser i fremtiden, da konkurrencen om, særligt de store prestigefyldte kongresser, intensiveres i disse år. Det er samtidig et vilkår, at hvis den indsats, der er forankret i Wonderful Copenhagen fortsættes på det nuværende niveau, så betyder det reelt en forringelse af Københavns konkurrencevilkår, da mange konkurrerende byer i disse år afsætter betydeligt flere midler til deres arbejde med at tiltrække kongresser.

Kongresindsatsen foregår i et fagligt kompetent miljø

Der er arbejdet med tiltrækning af kongresser i Wonderful Copenhagen i mange år. I den forstand er det lidt kunstigt at sætte fokus på perioden 2014 – 2016, som er tidsperioden for denne evaluering. Kongresindsatsen har karakter af et langt sejt træk, hvor der opbygges relationer og viden, som med tiden betyder, at der er sammensat et team af medarbejdere, der tilsammen besidder kompetencer til at drive en succesfuld kongresindsats. Det er vurderingen, at Wonderful Copenhagen råder over et kompetent team af medarbejdere, der har stor erfaring inden for kongresfeltet. Den erfaring er netop tilvejebragt, fordi der i mange år har været arbejdet strategisk og operationelt på kongresområdet. Det er vigtigt at se projekt Copenhagen – City of Congresses i den kontekst og ikke bedømme det som et løsrevet enkeltstående projekt.

Tiltrækning af internationale kongresser er et langt sejt træk

Evalueringen har vist, at arbejdet med at tiltrække internationale kongresser kræver en langsigtet indsats. Det ses tydeligst ved, at mange af de kongresser der afholdes i disse år er vundet for flere år siden. Af de 77 kongresser, som Wonderful Copenhagen tiltrak til afholdelse i København i 2016 blev 32 således vundet i perioden 2011 til 2014. Det betyder konkret, at arbejdet med at påvirke kongres-organisationerne og udarbejde budmateriale på afholdelse af kongresserne ofte er gennemført flere år før selve kongressen afholdes.

2016 var et atypisk og helt exceptionelt godt kongres-år – det kommer måske ikke igen

I 2016 var der mange kongresser og meget stor omsætning på området. Dette skyldes mange forskellige forhold. Én af årsagerne er uden tvivl et godt arbejde fra Wonderful Copenhagen side, men der er også andre forklaringer af mere konjunkturmæssig karakter. Forventningerne til 2017 ligger da også under 2016 og man skal derfor være varsom med at konkludere, at kongresmarkedet er inde i en ubrydelig væksttrend. Forventningerne hos flere af de centrale kommercielle parter er faktisk, at den øgede internationale konkurrence risikerer at slå negativt igennem i København de kommende år. Netop derfor pointerer de samme partnere, at en vedvarende langsigtet indsats i Wonderful Copenhagen efter deres vurdering er afgørende for, at København har en chance for at bevare sin placering i toppen af foretrukne kongresbyer på verdensplan.

Anbefalinger til fremtidig indsats

På baggrund af den gennemførte evalueringsproces opstilles herunder fem konkrete anbefalinger til den fremtidige kongres-indsats.

1. Øget fokus på at påvirke de faglige miljøer til at have interesse for at byde på kongresser

Evalueringsprocessen har på den ene side vist, at Wonderful Copenhagen gennem årene har gjort et stort arbejde med at oplyse, hjælpe og påvirke faglige miljøer i Hovedstadsområdet til at byde på kongresser inden for deres felt. På den anden side vurderer adskillige af de centrale aktører i projektet, at der er et øget potentiale, hvis flere miljøer og centrale videnpersoner i miljøerne får interesse for at arbejde med på tiltrækning af kongresser.

Denne anbefaling går på at intensivere det arbejde der allerede foregår med at tydeliggøre gevinsterne ved at tiltrække kongresser overfor de faglige miljøer. Det er i den forbindelse vigtigt at være opmærksom på, hvilke incitament der virker overfor fagmiljøerne og at incitamenterne kan variere fra miljø til miljø og fra person til person. Derfor er en del af denne anbefaling at kortlægge incitament i de faglige miljøer og i tillæg hertil være opmærksomme på, hvordan man kan påvirke incitamenterne i positiv retning.

2. Arbejd for at sikre en stabil finansiering til den fremtidige kongres-indsats

Det anbefales, at der sættes fokus på, hvordan kongresindsatsen kan sikres en stabil finansiering i årene fremover. Det vurderes som en klar fordel for kvaliteten af den fremtidige indsats, hvis der kan tilvejebringes en finansieringsform, som giver bedre forudsætning for en langsigtet satsning end en model baseret på kortvarig projektf finansiering. Denne anbefaling er særlig aktuell i lyset af den stigende international konkurrence, hvor mange kongres-destinationer rundt om i verden opruster og derved presser Københavns position, som en attraktiv kongres-destination.

3. Øget fokus på, at hele destinationen skal levere et godt produkt

En grundlæggende forudsætning for en positive udvikling i det fremtidige kongresmarked er, at København som destination leverer et godt produkt hele vejen rundt. Det vil sige, at blandt andet kvaliteten af hoteller, kongresfaciliteter og diverse teknisk udstyr skal være høj og stå mål med prisniveauet i København. Og det vil sige, at serviceniveauet skal være højt, at transportdelen skal fungere gnidningsfrit mv. På den baggrund anbefales det, at være mere opmærksom på, at hele destinationen leverer kvalitet overfor kongresdeltagerne. Her kan man med fordel anlægge en værdikædebetragtning og arbejde for, at hvert led i værdikæden i mødes med kongresdeltagerne yder en vedkommende ydelse af høj kvalitet.

4. Fokus på at udvide kredsen af aktører der arbejder sammen om tiltrækning af internationale kongresser

I forlængelse af den forrige anbefaling vurderes det vigtigt, at alle aktører i destinationen arbejder sammen om at tilbyde det bedste samlede kongres-produkt. Der er allerede i dag et stærkt og formaliseret partnerskab med mange af de centrale aktører ift. at gennemføre en kongres. Men der er samtidig aktører og aktørtyper, der med fordel kunne inddrages tættere i kongres-arbejdet. Eksempelvis detailhandlen, restauranterne og flere af de store virksomheder i området, der får gavn af den generelle markedsføring af København. Det anbefales derfor at arbejde for at udvide kredsen af aktører, der inddrages i kongresindsatsen. Det gælder både involvering som deltagelse i møder, arrangementer o.l. og det gælder i forhold til finansiering af konkrete aktiviteter og tiltag, der kan gavne kongresindsatsen.

5. Øger fokus på at få mere ud af en kongres, mens den er i byen

Det anbefales, at der sættes endnu mere fokus på at skabe effekt af en kongres mens den foregår i København. Der vurderes at være mulighed for – i endnu højere grad end det er tilfældet i dag – at tilbyde supplerende oplevelser for kongresdeltagerne. Oplevelser som i mange tilfælde vil betyde en øget omsætning i byen. Yderligere er der mulighed for at opprioritere arbejdet med afledte møder, oplæg mv. fra de fagfolk der deltager i kongressen og på den måde øget det "viden-aftryk", som kongressen efterlader i København.

Projektets formål og rationale

Projekt navn:	Copenhagen – City of Congresses
Projektejer:	Wonderful Copenhagen
Deltagere i projektet:	Wonderful Copenhagen, Københavns Lufthavne, BC Hospitality Group (Bella Center), Cabinn, Arp-Hansen Hotel Group, Scandic Hotel, Pandox, Marriott Hotel Copenhagen, Rezidor Hotel Group, DGI-Byen)
Projektperiode:	Startdato: 1/1-2014, Slutdato: 31/12-2016
Projektets finansiering:	Samlet budget: 20,1 mio. kr., Tilskud fra Region Hovedstaden: 4,5 mio. kr., Egen/medfinansiering: 15,6 mio. kr.

Projektet "Copenhagen – City of Congresses" har til formål at videreudvikle hovedstaden som værtsby for internationale erhvervs- og videnskabskongresser, og herigennem sikre Københavns fortsatte position blandt verdens allermest benyttede kongresbyer. Projektet skal således videreføre rækken af initiativer og indsatsområder, som er iværksat under det nuværende projekt, så effekterne af de allerede gennemførte aktiviteter bliver størst mulige. Det gælder for eksempel identifikation af internationale kongresser, rekruttering af danske kongresværter samt opsøgende salg overfor internationale foreninger og organisationer.

Som kongres-destination har København både nogle styrker og nogle udfordringer. Der er overordnet set projektets formål at udbygge styrkerne på alle tænkelige måder og samtidig arbejde for at løse de udfordringer der eksisterer på destinationen. Eksempelvis ved politisk påvirkning, samarbejde mellem de mange væsentlige aktører på kongres-området og via tilvejebringelse af midler til udvikling, markedsføring mv.

Sammenhæng med Vækstforum Hovedstadsregionens erhvervsudviklingsstrategi

Det strategiske ophæng for projektet ses bedst ved, at der er en tæt relation til Hovedstadens Erhvervsudviklingsstrategi, der var gældende på bevillingstidspunktet. Således understøtter projektet i særlig grad følgende tre indsatsområder fra strategien:

1. Innovation og forskning
2. Talent og kompetencer i verdensklasse
3. Erhvervsklynger – stærke nicher i global konkurrence

Som det fremgår af projektets bevillingsbrev fra Region Hovedstaden, så vil projektet *"i bred forstand understøtte erhvervs- og videnudveksling blandt virksomheder og videnmiljøer i hovedstadsregionen. Det gælder især inden for life-science, clean-tech og IT-områderne, men også organisationer inden for andre områder vil nyde godt af, at København er værtsby for et stort antal internationale kongresser"*.

Vurdering

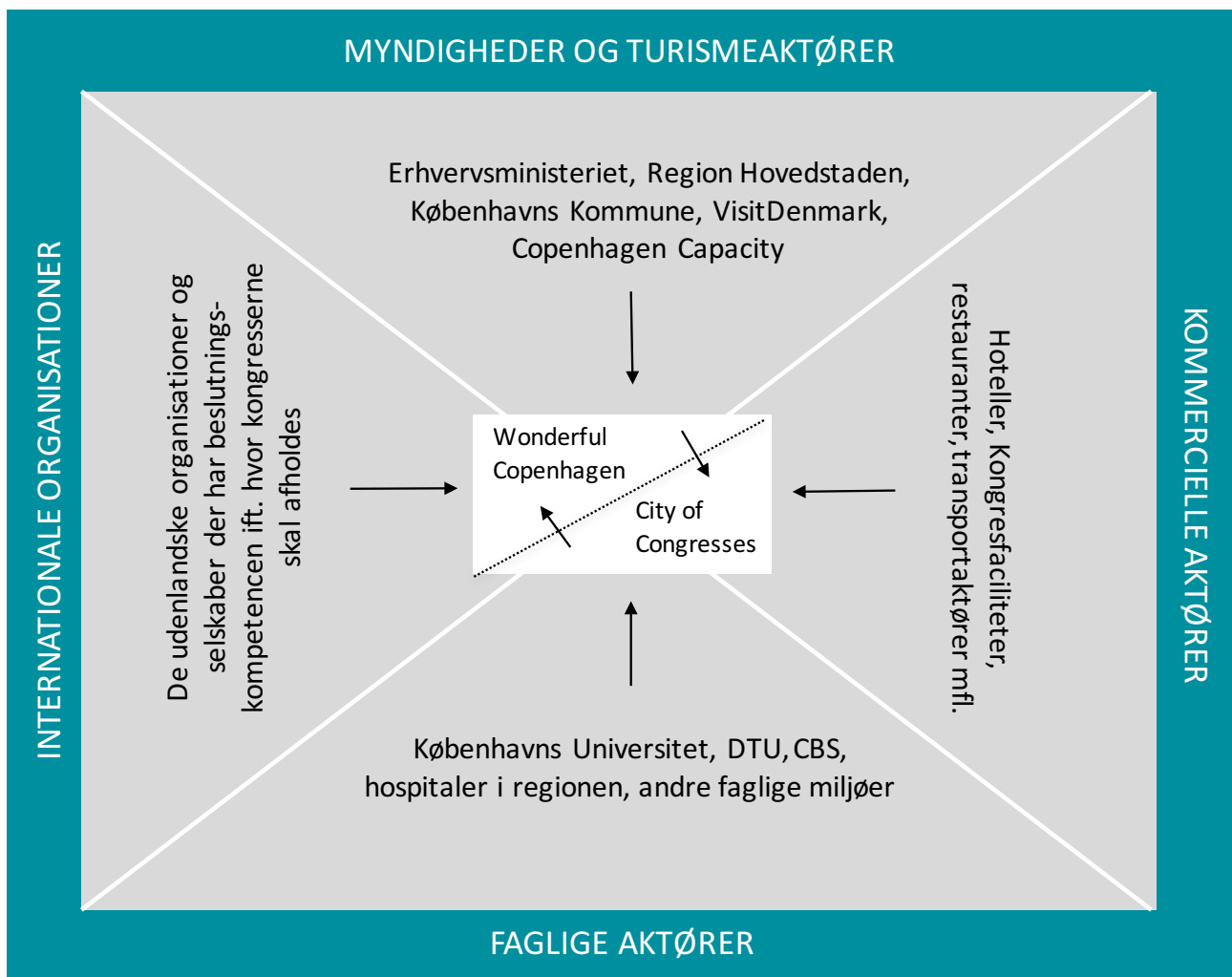
Det er evaluators vurdering, at projektet opfylder et reelt behov om at tilbyde en understøttende indsats for at tiltrække flere internationale kongresser til Hovedstadsområdet. Yderligere er der gode argumenter for, at indsatsen ikke i samme omfang og kvalitet ville blive varetaget af kommercielle partner uden Wonderful Copenhagen, hvilket understøtter projektets rationale. Dette skyldes blandt andet, at en række af de gennemførte aktiviteter har karakter af påvirkning af rammebetingelser og opbygning af gode samarbejdsrelationer – aktiviteter der også i andre sammenhænge har vist sig vanskelige at gennemføre udelukkende med bidrag fra kommercielle aktører. Endelig er der identificeret et tydeligt strategisk ophæng for projektet i forhold til sammenhæng mellem indsatsområder i strategier og handlingsplaner og indholdsbeskrivelsen for projektet.

Organisering, styring og administration

Projektets organisering er forankret i kongresafdelingen i Wonderful Copenhagen og trækker på kompetencen herfra. Der er arbejdet med tiltrækning af kongresser i Wonderful Copenhagen i mange år – også mange år før dette projekt så dagens lys. Som tidligere nævnt er det lidt kunstigt at sætte fokus på perioden 2014 – 2016, som er tidsperioden for denne evaluering. Kongresindsatsen har netop karakter af et langt sejt træk, hvor der opbygges relationer og viden, som med tiden betyder, at der er opbygget et team af medarbejdere, der tilsammen besidder kompetencer til at drive en succesfuld kongresindsats.

I figuren herunder illustreres, hvordan projektet skal ses i sammenhæng med øvrige aktører, initiativer mv. Som det fremgår så er der mange forskellige aktører involveret i den samlede kongresindsats. Der er forskellige myndigheder og turismeaktører og der er en række forskellige kommercielle aktører. Dertil kommer de faglige miljøer, som er omdrejningspunkterne for kongresserne og endelig er der flere internationale organisationer, selskaber mv.

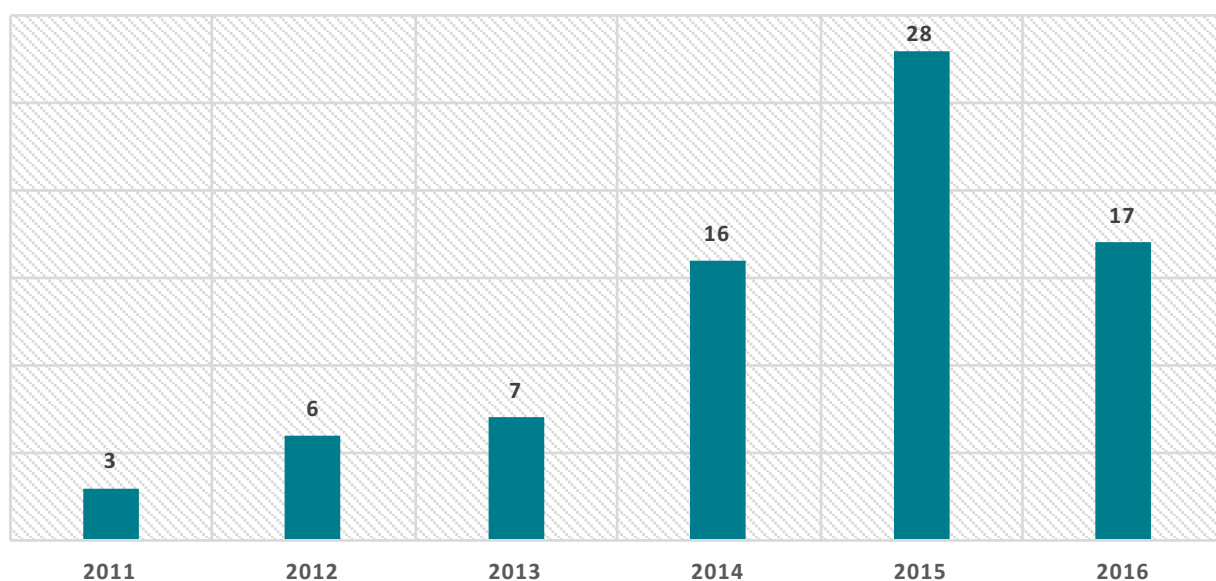
Figur 1: City of Congresses i den store sammenhæng



Kilde: Efiko 2017

I relation til organiseringen og styringen af projektet er det også vigtigt at være opmærksom på det forhold, at det tager lang tid at tiltrække en stor international kongres til København og at det derfor stiller krav til den organisatoriske kontinuitet og kapacitet hos den aktør, der gennemfører indsatsen. Der er typisk tale om en vedvarende arbejdsindsats i flere år før kongressen kan gennemføres. I figur 2 herunder ses som eksempel, at af de 77 kongresser, som Wonderful Copenhagen fik tiltrukket til afholdes i København i 2016 var mange vundet flere år forinden. Eksempevis var 16 af kongresserne vundet i perioden 2011 til 2013 og yderlige 16 kongresser blev vundet i 2014. Og indsatsen kan endda føres endnu længere tilbage, da der forud for beslutningen om at afholde kongressen i København ligger en længere periode med dialog og bearbejdning af de internationale foreninger, faglige miljøer mv.

Figur 2: Årstal for vundne kongresser afholdt i 2016 (antal)



Kilde: Efiko 2017 på baggrund af data fra Wonderful Copenhagen

Vurdering

Det er evaluators vurdering, at Wonderful Copenhagen råder over et kompetent team af medarbejdere, der har stor erfaring inden for kongresfeltet. Den erfaring er netop tilvejebragt, fordi der i mange år har været arbejdet strategisk og operationelt på kongresområdet. Det er vigtigt at se det aktuelle projekt i den kontekst og ikke bedømme det som et løsrevet enkeltstående projekt. Den pointe understreges af det faktum, at flere af de kongresser, der er gennemført i perioden 2014 – 2016 er vundet flere år før projektets opstart.

Evaluator vil gerne fremhæve den stringente og systematiske registrering af resultater og effekter, som gennemføres i projektet. Dette arbejde er udført på en gennemtænkt og systematisk måde, som man ikke altid ser i lignende projekter, og skyldes efter evaluators vurdering både det forhold, at projektet har en række umiddelbare effekter, som kan registreres og samtidig det forhold, at der i kongresgruppen er opbygget betydelig kompetence i forhold til at styre og administrere udviklingsprojekter med ekstern finansiering.

Projektets aktiviteter

Dette kapitel sætter fokus på, hvilke aktiviteter der gennemføres i projektet og hvordan de enkelte aktiviteter i praksis gennemføres undervejs i projektperioden. Kapitlet trækker særligt på information fra de årlige statusrapporter om projektets fremdrift og i mindre grad på informationer fra de personlige interviews med projektets centrale aktører.

Hovedaktiviteterne i projektet

Herunder er gengivet en forkortet udgave af aktivitetslisten fra de årlige statusrapporter til Region Hovedstaden. Opgørelsen er tredelt, så det fremgår, hvad der er gennemført i hver af de tre år i projektperioden. Som det fremgår, er der for hvert år arbejdet med følgende overordnede aktiviteter:

- Identifikation af kongresser og rekruttering af danske kongresværter
- Etablering af strategiske samarbejdsnetværk
- Bidding på kongresser
- Internationalt salgsarbejde af København som kongresby
- PR & Kommunikation
- Kompetenceudvikling

Hvad der konkret er gennemført under de enkelte hovedaktiviteter varierer dog, som det fremgår af opgørelsen.

2016

Identifikation af kongresser og rekruttering af danske kongresværter

Der er gennemført rekrutteringskampagner i videncenter med henblik på at motivere danske forskere og videnskabsfolk til at påtage sig værtskab for en international kongres i København. Der er foretaget research på 332 potentielle internationale kongresser til afvikling i København.

Der er afholdt "Københavns Kongres og Event Award", hvor det foregående års danske værter af internationale kongresser er blevet fejret. Arrangementet blev også benyttet som løftestang til at skabe bred opmærksomhed i særligt videncenterne om mulighederne for at blive kongresvært, og hvilken sparring og rådgivning, der er tilgængelig blandt såvel offentlige som private parter.

I maj 2016 blev søsat en større kampagne målrettet ledere i regionens videncenter med det formål at få dem til at prioritere tiltrækningen af internationale kongresser til regionen. Kampagnen skulle bl.a. vise, hvor værdifuldt det er for forskere/medarbejdere, at de får lov at vise sig frem på hjemmebane, og at Wonderful Copenhagen og partnere kan assistere. Derudover skal kampagnen hjælpe med at få etableret en tættere kontakt med lederne i regionens videncenter samt føre til en række konkrete møder med dem.

Etablering af strategiske samarbejdsnetværk

Der er arbejdet med identifikation af relevante stakeholders, der ønskes at indgå i forpligtende strategiske samarbejder som omdrejningspunkt for tiltrækning af internationale kongresser. Life Science Alliancen blev videreudviklet i 2016. Ligeledes var der fortsat engagement i Green Conference Alliance, hvis fokus er kongresser med et grønt/bæredygtigt fokus

Bidding på kongresser

Rådgivningsmøder med de lokale og internationale foreninger, inspektionsbesøg for internationale beslutningstagere samt udarbejdelse af og efterfølgende præsentation af det danske bud over for de for internationale beslutningstagere.

Internationalt salgsarbejde af København som kongresby

Salgsaktiviteter i udlandet (messer, kundeevents og salgsmøder) med henblik på at påvirke beslutningstagere til valg

af København som værtsby. Hertil kommer indsatsen for bearbejdning af AMC'er. Eksempler på aktiviteter i 2016:

PR & Kommunikation

Indsats for at skabe omtale i internationale medier af København som værtsby. Indsatsen har bestået i udsendelse af elektroniske nyhedsbreve og distribution af fagrelaterede pressemeddelelser på internationale messer. Hertil kommer en række presseture for internationale møde- og kongresmedier. Se desuden mere nedenfor.

Kompetenceudvikling

Det primære fokus her er uddannelse og kompetenceudvikling via medlemskab af de internationale organisationer MPI, PCMA og ICCA, der alle er centrale uddannelsesaktører på kongresområdet. Derudover er der i Meetingplace-regi gennemført uddannelses-sessioner inden for bl.a. salg, hvor også private aktører har deltaget. Desuden erfaringsudveksling og networking deltagerne imellem. Der blev i 2016 udviklet ny strategi (2017-2020) for erhvervssamarbejdet Meetingplace, hvor alle private aktører i City of Congresses er blandt de deltagende virksomheder. Processen var faciliteret af det nordamerikanske konsulentbureau InterVISTAS, og igennem forløbet blev der gennemført en række workshops og sessioner, der i udpræget grad har medvirket til et generelt kompetence- og videndløft blandt alle involverede, herunder medlemsvirksomheder, City of Congresses-partnere samt medarbejdere internt i Wonderful Copenhagen.

2015

Identifikation af kongresser og rekruttering af danske kongresværter

Desk research af nye, potentielle konferencer, som opdateres og vedligeholdes i elektroniske CRM-systemer. Rekrutteringskampagner i vidensmiljøer med henblik på at motivere danske forskere og videnskabsfolk m.v. til at påtage sig værtskab for en international kongres i København. Der er for året foretaget research på 320 potentielle internationale kongresser til afvikling i København.

Der er i foråret 2015 bl.a. lanceret en rekrutteringskampagne – 'Vi kan samle verden med dig' – målrettet potentielle kongresværter. Kampagnen henvender sig direkte til 2.400 forskere, som er identificeret i hovedstadsregionens vidensmiljøer. Der blev i efteråret bl.a. afholdt "Alt om Kongres" (AOK), der er en årlig konference om værtskab for internationale møder og kongresser. AOK henvender sig til læger, forskere og øvrige ansatte ved universiteter, hospitaler og vidensmiljøer i Region Hovedstaden, der overvejer at være vært for en international kongres. AOK afholdes i samarbejde mellem Københavns Universitet, Danmarks Tekniske Universitet, Copenhagen Business School, RUC, Region Hovedstaden og Wonderful Copenhagen.

Etablering af strategiske samarbejdsnetværk

- Identifikation af relevante stakeholders, der ønskes at indgå i forpligtende strategiske samarbejder som omdrejningspunkt for tiltrækning af internationale kongresser
- Møde i Green Conferences-gruppen er afholdt. Gruppen har til formål at have strategisk fokus på tiltrækning af grønne kongresser og sikre eksponering af danske kompetencer inden for dette område
- Life Science Alliance er stiftet med repræsentation fra Københavns Kommune, Region Hovedstaden, MVA, Copenhagen Capacity Life Science, Healthcare Denmark samt Wonderful Copenhagen. Alliancen har til formål at styrke indsatsen med at vinde internationale life science-kongresser til hovedstadsområdet.
- Der blev afholdt møde blandt de private parter i City of Congresses-projektet den 23. februar 2015, samt den 1. december 2015.

Bidding på kongresser

Rådgivningsmøder med de lokale og internationale foreninger, inspektionsbesøg for internationale beslutningstagere samt udarbejdelse af og efterfølgende præsentation af det danske bud over for de for internationale beslutningstagere.

Internationalt salgssamarbejde af København som kongresby

Salgsaktiviteter i udlandet (messer, kundeevents og salgsmøder) med henblik på at påvirke beslutningstagere til valg af København som værtsby. Hertil kommer indsatsen for bearbejdning af AMC'er.

PR & Kommunikation

Indsats for at skabe omtale i internationale medier af København som værtsby. Indsatsen har bestået i udsendelse af elektroniske nyhedsbreve og distribution af fagrelaterede pressemeddelelser på internationale messer. Hertil kommer en række presseture for internationale møde- og kongresmedier. Se desuden mere nedenfor.

Kompetenceudvikling

Den primære post er uddannelse og kompetenceudvikling via medlemskab af de internationale organisationer MPI, PCMA og ICCA, der alle er centrale uddannelsesaktører på kongresområdet. Derudover er der i MeetDenmark-regi gennemført et to-dages uddannelsesseminar for udvalgte medarbejdere sammen med MeetDenmark-konsortiets.

2014

Identifikation af kongresser og rekruttering af danske kongresværter

Desk research af nye, potentielle konferencer, som opdateres og vedligeholdes i elektroniske CRM-systemer. Rekrutteringskampagner i videnmiljøer med henblik på at motivere danske forskere og videnskabsfolk m.v. til at påtage sig værtskab for en international kongres i København. Der er i 2014 foretaget research på 336 potentielle internationale kongresser til afvikling i København.

Etablering af strategiske samarbejdsnetværk

- Identifikation af relevante stakeholders, der ønskes at indgå i forpligtende strategiske samarbejder som omdrejningspunkt for tiltrækning af internationale kongresser
- Invitation til relevante stakeholders om informationsmøde om de strategiske samarbejder. Der er afholdt møde i Green Conferences gruppen og med en række andre relevante stakeholders, bl.a. inden for IT og Life Science. I den forbindelse er der opnåede styrket samarbejde med allerede etablerede netværk med bl.a. Medicon Valley, Copenhagen Finance and IT Region, DI ITEK og Rederiforeningen.
- Identifikationsproces af Association Management Companies (AMC) er gennemført. Der arbejdes videre med konkrete AMC'ere herunder KIT Group, Kenes, MCI og AIM. Kenes Sales Summit blev vundet til København i november 2014 med afvikling i januar 2015
- I forbindelse med KU Sunds Copenhagen Science City afholdt møde og iværksat dialog om tættere samarbejde på medicinske kongresser frem mod åbningen
- Påbegyndt initiativ og projekt om kongressers videnøkonomiske betydning
- Indledende møde afholdt med Copenhagen Capacity omkring afdækning af muligheder for aktiviteter målrettet unge talenter under internationale kongresser i København
- Som en del af Goodwill Ambassadørernes årlige samling i København havde Wonderful Copenhagen kongresafdeling i samarbejde med GWA-sekretariatet sammensat et program, hvor ambassadørerne præsenteres for kongresafdelingens internationale kongres-indsats

Bidding på kongresser

Rådgivningsmøder med de lokale og internationale foreninger, inspektionsbesøg for internationale beslutningstagere samt udarbejdelse af og efterfølgende præsentation af det danske bud over for de for internationale beslutningstagere.

Internationalt salgssamarbejde af København som kongresby

Salgsaktiviteter i udlandet (messer, kundeevents og salgsmøder) med henblik på at påvirke beslutningstagere til valg af København som værtsby. Hertil kommer indsatsen for bearbejdning af AMC'er.

PR og Kommunikation

Indsats for at skabe omtale i internationale medier af København som værtsby. Indsatsen har bestået i udsendelse af elektroniske nyhedsbreve og distribution af fagrelaterede pressemeddelelser på internationale messer. Hertil kommer en række presseture for internationale møde- og kongres-medier. Se desuden mere nedenfor.

Kompetenceudvikling

Todages uddannelsesseminar, for udvalgte medarbejdere, samme med MeetDenmark konsortiets partnere. Undervisning i forhandlingsteknik til brug for projektlederne i arbejdet med at vinde internationale kongresser til Danmark. Desuden erfaringsudveksling og networking deltagerne imellem.

Informationsindsats

Den kommunikationsindsats der gennemføres i regi af projektet består grundlæggende af to dele:

1. Kommunikation af København som kongresdestination i generel kontekst og i relation til aktuell vinkel
2. Kommunikation af København som kongresdestination i forbindelse med en specifik kongres

I tabellen herunder er samlet op på informationsindsatsen i projektets tre år:

2016

- Congress City Copenhagen celebrates its congress and event hosts
- Ambulance services from around the globe respond to calls in Copenhagen once again in 2017
- Record number of hematologists coming to Copenhagen
- Copenhagen reclaims position in top 10-list of World's Most Popular Convention Cities
- Congress organiser: "The Danish outreach program is the most impressive we've ever seen!"
- 2016 will be Copenhagen's busiest convention year ever
- Delegates' verdict: EMEC 2016 in Copenhagen the best ever!
- Record: Travellers flock to Copenhagen Airport
- Europe's most efficient airport is in Copenhagen
- New recreational harbor area opens up for a range of opportunities for meeting and conference guests
- Copenhagen's hotel capacity is steadily increasing
- Money 20/20 thrilled about Copenhagen & Copenhagen Convention Bureau
- Copenhagen is attracting congress records
- Copenhagen – the world's greenest city
- Copenhagen ranked 2nd on the global Destination Sustainability Index

2015

- Ranking: Denmark is the least corrupt country
- Report: Copenhagen is a Big Data hub
- Copenhagen solidifies position as knowledge hub
- Survey: The meetings industry is ready for sustainability
- Copenhagen is world's 13th most popular
- Copenhagen is a conference magnet
- MPI to implement Danish meetings design from A-Z
- Raising demand for Copenhagen accelerates opening of new congress centre hotel
- Copenhagen selected as destination for Europe's largest fintech event
- Denmark tops EU-28 Smart City ranking
- Copenhagen solidifies its position as gastronomic capital
- Business up 26% for Copenhagen
- Copenhagen's new Multi Arena busy ahead of opening
- Copenhagen ranked 15th best meeting destination
- Ranking: Denmark is the 3rd most prosperous country
- 5,000 international water experts on their way to Copenhagen

2014

- Wonderful Copenhagen's PR (møde- og kongres) kåret til verdens bedste ved ICCAs verdenskongres
- Flying start for meetings city Copenhagen
- Copenhagen is world's greenest city – again!
- 8 reasons why sustainability drives innovation
- How sustainability helps cut costs
- Three international reporters share their take on Copenhagen as innovation hub
- Copenhagen in great demand
- Copenhagen wins multiple prestigious congresses
- Copenhagen and its BestCities alliance partners ranked among world's most innovative cities
- Kongres-samarbejde skaber milliardomsætning
- København som grøn mødeby i international spotlight
- København vinder flere prestigefulde kongresser
- Mødebyen København er online på to nye platforme
- Flot halvårsresultat: 194 kongresser og møder vundet til København

Øvrige aktiviteter

Foruden de nævnte hovedaktiviteter er der også i projektperioden blevet arbejdet med en række øvrige aktiviteter. Blandt andet gøres der løbende et stort arbejde for at pleje de internationale foreninger, som afholder de kongresser, der er vundet til afholdelse i København i årene fremover. Det betyder konkret, at Wonderful Copenhagen eksempelvis er til stede på en kongres året før den kommer til København for at gøre reklame for København, som den næste destination. Denne indsats er væsentlig for at sikre så mange deltagere som muligt til kongressen.

Yderligere arbejder Wonderful Copenhagen med at sikre at vundne kongresser kommer til København igen i fremtiden. Dette arbejde kræver løbende dialog med – og påvirkning af – de internationale foreninger. Blandt andet ved at synliggøre de positive effekter af sidste kongres i København.

Endelig foregår der en del ad hoc arbejde som etableret "hub" på kongres-området. Der kommer mange henvendelser til Wonderful Copenhagen fra udenlandske aktører, som skal håndteres og eventuelt sendes videre til andre aktører.

Vurdering

Evaluator vurderer, at projektet i alle tre år har gennemført aktiviteter, der i relevans og kvalitet står mål med projektets formål. Aktiviteterne har alle haft det overordnede mål at bidrage til at tiltrække flere internationale kongresser til hovedstadsområdet. Når man sammenholder aktiviteterne med resultater og effekter, som gennemgås i det følgende kapitel, så fremgår det, at der er en sammenhæng mellem mål og midler i den forstand, at midlerne (aktiviteterne) har bidraget til projektets målopfyldelse.

For enkelte af hovedaktiviteterne er det vanskeligt for evaluator at få et tydeligt billede af i hvilken grad aktiviteterne har virket i forhold til effektskabelse. Det gælder særligt i forhold til aktiviteterne "PR og kommunikation" og "internationalt salgsarbejde". Her beror evalueringen primært på outputmål vedrørende antallet af møder, messer, artikler mv.

Resultater og effekter

Dette kapitel samler op på resultater og effekter i projektet. Teksten i det følgende er opdelt i tre hovedoverskrifter. Først nogle generelle betragtninger om resultater og effekter. Dernæst en opsamling på projektets målopfyldelse og endelig til sidst et afsnit om øvrige effekter i projektet.

Generelt om resultater og effekter

Den første pointe der er væsentlig, når man fokuserer på effekter af et projekt er, at der findes mange forskellige typer af effekt. I et tidligere gennemført kortlægnings- og analysearbejde, der netop har fokus på regionale udviklingsprojekter sondres mellem fire forskellige måder at skabe vækst på¹

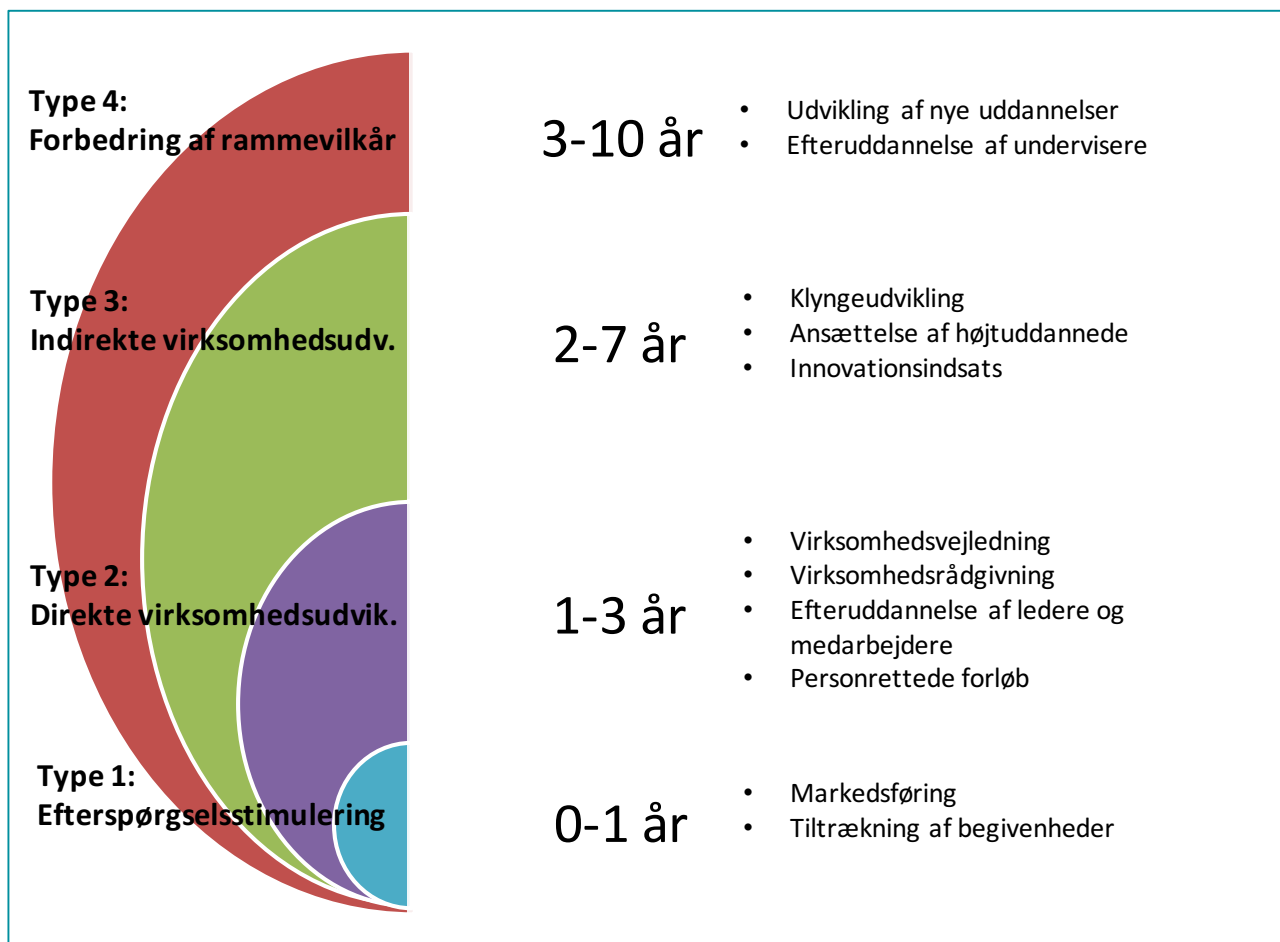
1. **Efterspørgselsstimulering:** Projektet skaber effekt ved at påvirke markedet – øge efterspørgslen efter varer eller ydelser fra danske virksomheder (markedsføring, investeringsfremme mv.)
2. **Direkte virksomhedsudvikling:** Projektet skaber effekt ved direkte at påvirke virksomhedernes forudsætninger for udvikling og/eller effektiv drift (vejledning af virksomhedsledelsen, tilskud til køb af rådgivning, efteruddannelse af medarbejdere mv.)
3. **Indirekte virksomhedsudvikling:** Projektet skaber effekt ved at give deltagerne forudsætninger for selv efterfølgende at kunne skabe udvikling og/eller en bedre drift af virksomhederne (matchmaking, klyngeudvikling, innovationssamarbejder mv.)
4. **Forbedring af rammevilkår:** Projektet skaber effekt ved at give deltagerne forudsætninger for selv efterfølgende at kunne give andre forudsætninger for selv at kunne skabe effekt (Iværksætter i uddannelsessystemet, etablering af nye uddannelser, uddannelse af klyngefacilitatorer mv.)

Sondringen mellem de fire typer af projekter giver et begrebsapparat til at drøfte effekt og ikke mindst tidshorizonten for, hvornår man kan forvente effekt af forskellige typer af projekter.

I figuren herunder ses, at der er meget stor forskel på, hvornår effekten indtræder af de fire forskellige projektyper. I type 1 projekter om efterspørgselsstimulering forventes som den eneste projektype effekt umiddelbart efter projektaktiviteten. Og det er netop i denne kategori, at hovedparten af indsatsen i projekter Copenhagen – City og Congresses skal placeres. I de øvrige projektyper anslås effekterne at indtræde væsentligt senere – 1 til 10 år efter indsatsen, alt efter projektype.

¹ LB Analyse 2013. "Hvordan har den danske strukturfondsindsats bidraget til at skabe vækst"

Figur 3: Forskellige måder at skabe vækst på



Kilde: LB Analyse 2013

Opdelingen i de fire projekttyper skal ses som en ramme for en forståelse af de effekt-mekanismer der er sat i spil i projekt Copenhagen – City og Congresses.

Hvis man derefter zoomer ind på det aktuelle kongres-projekt om ser på, hvilke effekter der konkret kommer ud af den indsats, så ses tydeligt, at der er mange effekter der falder ind under type 1 om efterspørgselsstimulering, men der er også effekter af mere langsigtet karakter, eksempelvis vedrørende klyngeudvikling, hvor effekter først kan forventes på længere sigt.

Som det fremgår af tabellen herunder kan effekterne af en kongresindsats med fordel opdeles i 1) Effekter for regionen som helhed, 2) Effekter for de faglige miljøer og 3) Effekter for konferencstederne/hotellerne. Som det fremgår af tabellens første del, så er der flere effekter på regionalt niveau, som er en stor del af forklaringen på, at projektet kan tiltrække offentlige udviklingsmidler. Disse effekter spænder fra de direkte økonomiske og beskæftigelsesmæssige opgørelser til effekter om branding og kvalitetsløft, hvor den direkte effekt af de to sidstnævnte er vanskeligere at opgøre end de første.

De faglige miljøer får også gavn af kongresindsatsen på forskellig vis. Nøglepersoner i miljøerne vil typisk opleve, at de får et øget internationalt netværk og at der følger en vis prestige med eksempelvis rolle som vært for en stor kongres. Yderligere har flere aktører i de afholdte interviews peget på mulighederne for at få adgang til nyt avanceret udstyr, som følge af en kongres, eller måske endda allerede som led i forberedelserne af en kongres, hvor leverandører og producenter af avanceret udstyr gerne vil udstille og derfor måske er villige til at yde en ekstraordinær rabat, eller låne udstyret ud til de faglige miljøer op til kongressen.

Effekter for regionen som helhed

- Økonomisk vækst – kongresgæsterne lægger penge i regionen i kraft af forbrug og afledt økonomisk aktivitet og ift. øgede eksportpotentialer
- Beskæftigelse – kongresindsatsen skaber bl.a. beskæftigelse på hotellerne og på kongresstederne. Dertil sandsynligvis en betydelig afledt beskæftigelse som følge af den økonomiske vækst. Indsatsen har endvidere betydning for indsatsen med at få ufaglærte i arbejde og kobler sig på kommunens integrationsarbejde
- Branding af regionen – har generel betydning for muligheden for at tiltrække yderligere erhvervsturister og private turister til København
- Kvalitetsløft i faciliteterne – i kraft af tiltrækningen af store kongresser sker der over tid et løft i kvaliteten af hotellerne, konferencestederne mv. som kommer hele regionen til gavn.
- Understøtter regionens styrkepositioner som eksempelvis er beskrevet i Den Regionale Vækst – og Udviklingsstrategi
- Videnløft i regionen – både i de faglige miljøer på videninstitutionerne og i hotel- og kongresindustrien

Effekter for de faglige miljøer

- Faglig stolthed i fagmiljøerne, hvor man oplever succes med at tiltrække og afholde en internationale kongres
- Internationalt netværk og forbindelser som følge af at være vært for en international kongres. Det kan både være tale om formelle og uformelle kontakter som styrker den enkelte forsker og forskningsmiljøerne
- Opgradering af dyrt og avanceret udstyr (via adgang til producenterne der ofte vil udstille i tilknytning til en kongres)
- Bedre international ranking i det omfang at internationale samarbejder og eksempelvis afholdelse af kongresser indarbejdes som led i metoderne for ranking af universiteter og institutter

Effekter for de kommercielle leverandører

- Øget omsætning som følge af det forbrug kongresgæsterne har under opholdet. Det gælder i en lang række sektorer og brancher lige fra hoteller og restauranter til detailhandlen og i lufthavnen og taxi-branchen mfl.
- Sikkerhed for booking langt ud i fremtiden, da mange kongresser vindes og planlægges flere år før selve afholdelsen
- Midler til investering i øget kvalitet og mere kapacitet, hvilket giver et samlet kvalitetsløft i de centrale aktører der skal sikre at København også i fremtiden er en attraktiv kongres-destination

Målopfyldelse i projektet

Som det fremgår af tabellen herunder, så har projektet opfyldt størstedelen af de måltal, der blev fastsat ved projektstart. Og flere af målsætningerne er endda overopfyldt. Størst målopfyldelse er identificeret ved

målene om ”afgivne bud” og ”vundne bud”, hvor der i alle tre år i perioden 2014 – 2016 er tale om en overopfyldelse. I 2016 er der eksempelvis vundet 73 kongresbud i relation til et måltal om 50 vundne bud. Måltallene for den afledte omsætning er ikke nået i 2016, men er stort set opfyldt i 2015 og 2014.

År	Mål	Realiseret	Vurdering
2016	Afgivne bud: 100	111	Overopfyldelse
	Vundne bud: 50	73	Overopfyldelse
	Afledt omsætning: 750 mio. kr.	527 mio. kr.	Ikke opfyldt
2015	Afgivne bud: 100	121	Overopfyldelse
	Vundne bud: 50	67	Overopfyldelse
	Afledt omsætning: 750 mio. kr.	695 mio. kr.	Næsten opfyldt
2014	Afgivne bud: 100	106	Overopfyldelse
	Vundne bud: 50	72	Overopfyldelse
	Afledt omsætning: 1,12 mia. kr.	1,05 mia. kr.	Næsten opfyldt

Øvrige effekter

Foruden de direkte effekter i tabellen herover kan der også peges på en række øvrige effekter af projektet. Disse effekter er ofte vanskeligere at måle og de opnås også i mange tilfælde først på lidt længere sigt. Herunder er nævnt de væsentligste øvrige effekter, som er fremkommet som sandsynlige i evalueringsarbejdet:

Genbesøg fra kongresgæsterne; enten i en anden erhvervmæssig sammenhæng eller som private ferieturister, hvor gæsterne kommer til København med familien på et senere tidspunkt i deres liv. Sidstnævnte samspil mellem erhvervsturismen og den private ferieturisme er en international turismetrend, som mange turismeagttagere forventer kan blive en væsentlig fremtidig kilde til vækst i turismeerhvervet.

Positiv branding af København; Der ligger en markedsførings-/brandingværdi i muligheden for at vise København frem for et internationalt publikum. Omfanget af denne værdi er meget vanskelig at opgøre præcis, men gennemførelsen af en succesfuld international kongres med alt hvad det indebærer af presseomtale, deltagernes fortællinger til venner og bekendte mv. kan udgøre en betydelig effekt, som på sigt kan give flere turister og derved mere omsætning i København.

Stærkere faglige miljøer; Jo flere internationale kongresser der afholdes i København, jo flere forbindelser kan der knyttes mellem danske faglige miljøer og udenlandske miljøer. Dette vil gavne fagligheden i de danske miljøer og derved øge deres attraktivitet i en stærkt konkurrencepræget international forskningsverden.

Bedre samarbejde mellem alle relevante aktører i hovedstadsområdet; Den kongresindsats som i mange år er blevet gennemført i København og som projekt City of Congresses er en del af, er med til at opbygge, vedligeholde og udbygge relationer mellem relevante aktører i en samlet satsning om at tiltrække kongresser. Det vurderes som en væsentlig forudsætning, at der er én aktør (Wonderful Copenhagen), som

har til opgave at samle hele værdikæden og sætte fokus på værdien af, at alle samarbejder for det fælles mål om at tiltrække flere kongresser til byen.

Vurdering

Evaluator vurderer, at projektet for det første har en karakter som muliggør effekter umiddelbart under aktivitetens gennemførelse (afholdelse af en kongres). Samtidig medvirker projektet også til effekter på længere sigt ved blandt andet at styrke regionale klynger, kompetenceopbygning, eksportpotentialer mv.

Dernæst vurderer det, at projektet har skabt en række væsentlige resultater til gavn for hele hovedstadsregionen. Disse effekter spænder fra økonomisk vækst i hotel-, konference- og restaurationsbranchen over afledte effekter i øvrige erhverv til effekter som styrkede faglige miljøer og international branding af København. Sidstnævnte effekt kan både gavne muligheden for at tiltrække nye kongresser i fremtiden og muligheden for, at kongresdeltagere (med familie og venner) vender tilbage som turister i København.

I forhold til opfyldelsen af projektet målsætninger er der for målene vedrørende antal afgivne bud og antal vundne bud tale om overopfyldelse af måltallene. Måltallene for den afledte omsætning er ikke nået i 2016 men er næsten opnået i 2015 og 2014.

Forankring og videreførelse af indsatsen

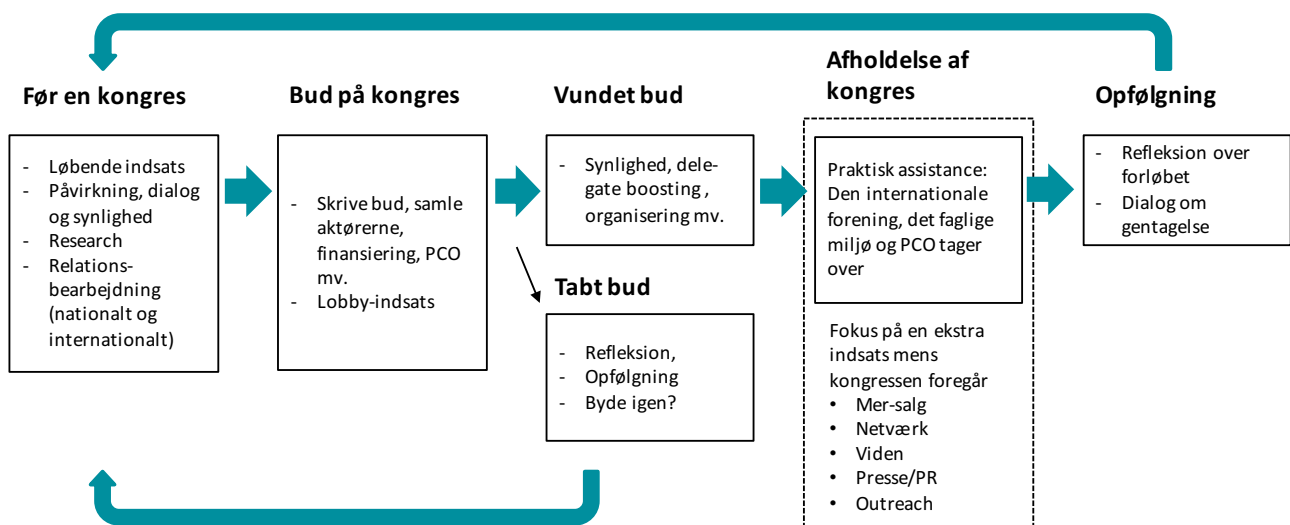
Dette kapitel sætter fokus på, i hvilken grad projektets indsats kan fortsætte i årene fremover og i hvilken grad en fortsættelse vurderes at være vigtigt for kongresindsatsens fortsatte succes. For at skabe grundlag for en vurdering af projektets videreførelse skitseres herunder tre forhold, der efter evaluators vurdering er vigtige at have sig for øje. Først forholdet om hvad kongresindsatsen præcis skal bestå i. Dernæst en beskrivelse af mulige flaskehalse for en succesfuld indsats og endelig nogle opmærksomhedspunkter om konkurrenternes indsats i andre mulige kongresdestinationer rundt omkring i verden.

Hvad skal kongresindsatsen konkret bestå i?

Evalueringsprocessen har tydeliggjort, at arbejdet med at tiltrække kongresser til København består i mange forskellige aktiviteter. Der er løbende dialog og påvirkning af de internationale organisationer, der udbyder kongresserne, der er selve buddet på kongresser, der er dialog og assistance til de hjemlige faglige miljøer og der er en række praktiske forhold i selve den periode, hvor kongressen finder sted bare for at nævne udvalgte typer af aktiviteter. Og endelig er der efter en kongres er afsluttet en række aktiviteter forbundet med at bringe København i spil til samme kongres igen engang i fremtiden, hvor der er muligt.

I figuren herunder er skitseret et kongres-forløb. Ud fra den gennemførte evalueringsproces er det vurderingen, at de mest synlige aktiviteter, som Wonderful Copenhagen gennemfører i projekt Copenhagen – City of Congresses er selve buddet – og processen op til buddet – på en kongres. Direkte adspurgt er det dog også synspunktet hos størstedelen af de interviewede kongres-aktører, at man ikke nødvendigvis kan booste kongresindsatsen blot ved at ansætte flere personer, der arbejder med at byde på internationale kongresser. Flere aktører har haft synspunkter omkring vigtigheden af at fokusere på nogle af de andre aktiviteter i kongresindsatsen end selve tilbuddet på udbudte kongresser. Eksempelvis den løbende dialog og påvirkning af de faglige miljøer og arbejdet med at få så meget ud af en bestemt kongres i den periode, hvor alle deltagerne befinder sig i København.

Figur 4: Led i en samlet kongresindsats



Kilde: Efiko 2017

Flaskehalsproblematikken

Et andet forhold, der har været fokuseret på i evalueringsprocessen, er flaskehalse i indsatsen. Der er i evalueringsprocessen identificeret tre mulige flaskehalse for udnyttelsen af potentialet på kongresområdet.

1. Manglende interesse for – eller ressourcer til – at stå i spidsen for en kongresindsats i de faglige miljøer
2. Regionens kongreskapacitet (kvalitet og volumen på kongres-stederne, hotellerne, restauranterne mv.)
3. Ressourcer hos Wonderful Copenhagen til at konvertere relevante kongresser

Den første og den sidste flaskehalse kan et projekt som Copenhagen – City of Congresses påvirke direkte, mens påvirkningen af den anden flaskehals vedrørende kapaciteten kun kan påvirkes indirekte og på længere sigt. Aktører i – og omkring – projektet har tilkendegivet, at det er deres vurdering, at der kan trækkes flere internationale kongresser til København, hvis ressourcerne (antallet af medarbejdere hos Wonderful Copenhagen, der arbejder med tiltrækning af kongresser) øges og hvis det lykkedes i endnu højere grad end i dag at forbedre de faglige miljøers vilkår for at arbejde med tiltrækning af kongresser på deres områder.

I den sammenhæng er det vigtigt at være opmærksom på de mange forskellige arbejdsopgaver, der ligger i den samlede kongresindsats i Wonderful Copenhagen, som det netop fremgår af figur 4 på forrige side. Det kan med fordel undersøges nærmere, præcis hvor i det samlede forløb eventuelt tilførte ressourcer vil gøre mest gavn. Det er ikke givet, at det er i selve bud-fasen, men kunne eksempelvis også være flere ressourcer til at få mere ud af kongresgæsterne, når de er i byen, eller det kunne være flere ressourcer til at gå i yderligere dialog med de faglige miljøer om fordelene ved at være vært for fremtidige kongresser.

Omverdenen opruster på alle fronter

Det tredje forhold, som har betydning for videreførelsen af kongresindsatsen, er den stigende internationale konkurrence om at tiltrække store kongresser. Det har været et markant synspunkt i interviewene med stort set alle aktørerne i evalueringsprocessen, at konkurrencen er intensiveret over de seneste år. Den nuværende situation for København som kongres-destination er blevet beskrevet på den måde, at hvis man opretholder det nuværende niveau for kongresindsatsen, så vil København i realiteten miste konkurrencekraft da København relativt set vil blive dårligere stillet end de mange internationale destinationer, der opruster i disse år. Denne situation stiller krav til den københavnske kongresindsats – både i forhold til at sikre øget finansiering til indsatsen for at kunne opretholde det nuværende konkurrenceniveau ift. omverdenen og i forhold til at anvende de midler, der er til rådighed på den smartest mulige måde.

Vurdering

Det er vurderingen, at indsatsen med at tiltrække internationale kongresser bør fortsætte og gerne intensiveres i årene fremover. Markedet er stort og de kommercielle mulighederne for vækst i hovedstadsregionen vurderes ligeledes som store, særligt hvis de identificerede flaskehalse i indsatsen overkommes.

Det vurderes endvidere som væsentligt, at en fremtidig indsats bygger videre på de erfaringer og den kompetencebase, der er opbygget over en længere tidsperiode i Wonderful Copenhagen. Hvorvidt projektfinansiering a la Copenhagen – City og Congresses er den rette måde at videreføre arbejde på er vanskeligt at sige noget præcist om. På den ene side giver et sådan projekt kongresindsatsen en økonomisk indsprøjtning, der muliggør en intensiveret indsats i projektperioden, men på den anden side er projekter af 2-3 års varighed åbenlyst ikke tid nok til at tiltrække store kongresser, der som oftest kræver en væsentlig længere tidshorisont. Den hidtidige tilgang, hvor enkeltstående projekter er passet sammen med den mere langsigtede løbende indsats vurderes at have fungeret godt.

Metode og fremgangsmåde

Evalueringen er gennemført ved hjælp af to hovedkilder til information.

1. Eksisterende materiale om projektet og Wonderful Copenhagen's kongresindsats generelt
2. Viden fra personlige interviews med centrale aktører i – og omkring kongresindsatsen

Materiale om kongres-indsatsen

- Projektets statusrapporter til Region Hovedstaden
- Projektets bevillingsaftale
- Diverse pressemateriale om projektet
- Materiale om Meetingplace
- Effektopgørelser
- Analyser om erhvervsturisme fra VisitDenmark

Interviewpersoner

Der er gennemført personlige interviews med følgende personer:

Navn	Virksomhed/organisation
Værter:	
Freddy Lippert	Region Hovedstaden - Den Præhospitale Virksomhed – Akutberedskabet
Peter Hinstrup	Dansk Gasteknisk Center - DGC
Klaus Qvortrup	Københavns Universitet - Det Sundhedsvidenskabelige Fakultet - Biomedicinsk Institut
Nicolas Caesar Petersen	Københavns Universitet - Institut for Idræt og Ernæring
Sven Frøkjær	Københavns Universitet - Det Sundhedsvidenskabelige Fakultet
Niels Skjærbæk	Region Hovedstaden - Styrelsen for Forskning og Innovation
Wonderful Copenhagen	
Bettina Reventlow-Mourier	Vicekongreschef, Wonderful Copenhagen
Martin Strange Persson	Sekretariatsleder, Wonderful Copenhagen
Private parter:	
Allan Agerholm	CEO, BC Hospitality Group A/S (Bella Center-gruppe), formand VisitDenmark
Michael Stensbøl	CEO, DGI-byen
Karen Bender	E-commerce & Marketing Director, Københavns Lufthavne
Birthe Becker	Koncerndirektør / Salg & Marketing - CCO, Arp-Hansen Hotel Group
Casper Puggaard	Salgs- & Marketingdirektør, Scandic Hotels Danmark

Yderligere er der indsamlet viden om udenlandske arrangører/foreninger der har været ansvarlige for beslutningen om at lægge en kongres i København. Her har der i særlig grad været fokuseret på to arrangører, nemlig ESMO og Women Deliver.