

ÅRSBERETNING 2016

CRUISECOPENHAGEN



Søren Jespersen
Bestyrelsesformand

Formandens beretning

2016 var et godt år for krydstogt i Danmark. Den vækstpause, som vi har oplevet siden rekordåret 2012, sluttede i 2016, og vi kunne atter måle en positiv udvikling i antallet af krydstogtpassagerer og skibe, som besøgte de danske krydstogtdestinationer.

Udover antallet af skibe og antallet af passagerer fik vi i 2016 også tal på den samfundsmæssige effekt af krydstogt. Initieret af CruiseCopenhagen kunne det internationalt anerkendte konsulenthus fastslå, at den jobmæssige effekt som følge af krydstogt udgør cirka 1.900 fuldtidsjob. Og dette er vel at mærke typisk jobs i en kategori, som Danmark ønsker sig flere af.

Den direkte og indirekte økonomiske effekt af krydstogt har en værdi for landet på cirka 1,4 milliarder kroner på årsplan, hvilket er et ikke uvæsentligt bidrag.

Både jobmæssigt og økonomisk er krydstogt dermed ved at udvikle sig til en markant bidragsyder til samfundsøkonomien.

Effekten af at samarbejde om at markedsføre hele Danmark samlet som krydstogtdestination kan således ikke undervurderes. De forskellige danske havne og destinationer varetager et fokuseret og målrettet salgsarbejde overfor rederierne, men samles i CruiseCopenhagen. Filosofien er, at i stedet for at dele kagen i flere stykker, så skal kagen gøres markant større, hvilket kommer alle til gode.

CruiseCopenhagen er på den facon en helt unik 25-årig historie om, at konkurrerende havne, destinationer og andre vigtige aktører arbejder sammen med et højere formål for øje. Når vi i 2017 forventer et rekordstort antal passagerer og anløb i København og Danmark, så er det blandt andet et udtryk for, at konceptet er langtidsholdbart.

VISION



**CREATING LONG-
LASTING FRIENDSHIPS**

MISSION



**TOGETHER WE INITIATE ACCESS TO
MORE BUSINESS OPPORTUNITIES**

BESTYRELSEN

I CRUISECOPENHAGEN



Arnt Møller Pedersen
COO, Cruise and Ferries,
Copenhagen Malmö Port



Tine Eriksen Green
Specialkonsulent, Kontor
for Vækst og Erhverv,
Københavns Kommune



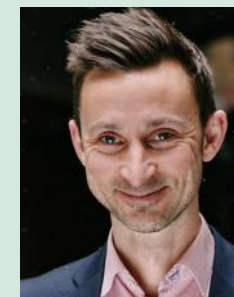
Morten Mortensen
Director for Airline Sales
& Route Development,
Københavns Lufthavne A/S



Michael Hansen
Head of Sales Danmark,
SAS



**Mads Vestergaard
Olesen**
CEO, Strømme Danmark



Mikkel Aarø-Hansen
CEO, Wonderful
Copenhagen



Flemming Bruhn
Direktør, Økonomi og
Administration,
Visit Denmark



Nicolai Krøyer
CCO, Aarhus Havn



Hanne Nehmar
Direktør, BDP



Karim Nielsen
CEO, Brøchner Hotels



**Dorte Weinkouff
Barsøe**
Underdirektør, Brand &
Kommunikation, Tivoli



Jan Rentz-Petersen
Direktør, Town Shop
Concept Stores ApS

KRYDSTOGTCHFENS BERETNING



Claus Bødker
Krydstogtschef

Vi oplevede atter en stigning i krydstogttrafikken til København og Danmark i 2016 efter en vækstpause på 3 år. Vi nåede 740.000 passagerer i København og 866.000 passagerer i hele Danmark, hvilket udgør en stigning på 43.000 respektive 100.000 passagerer.

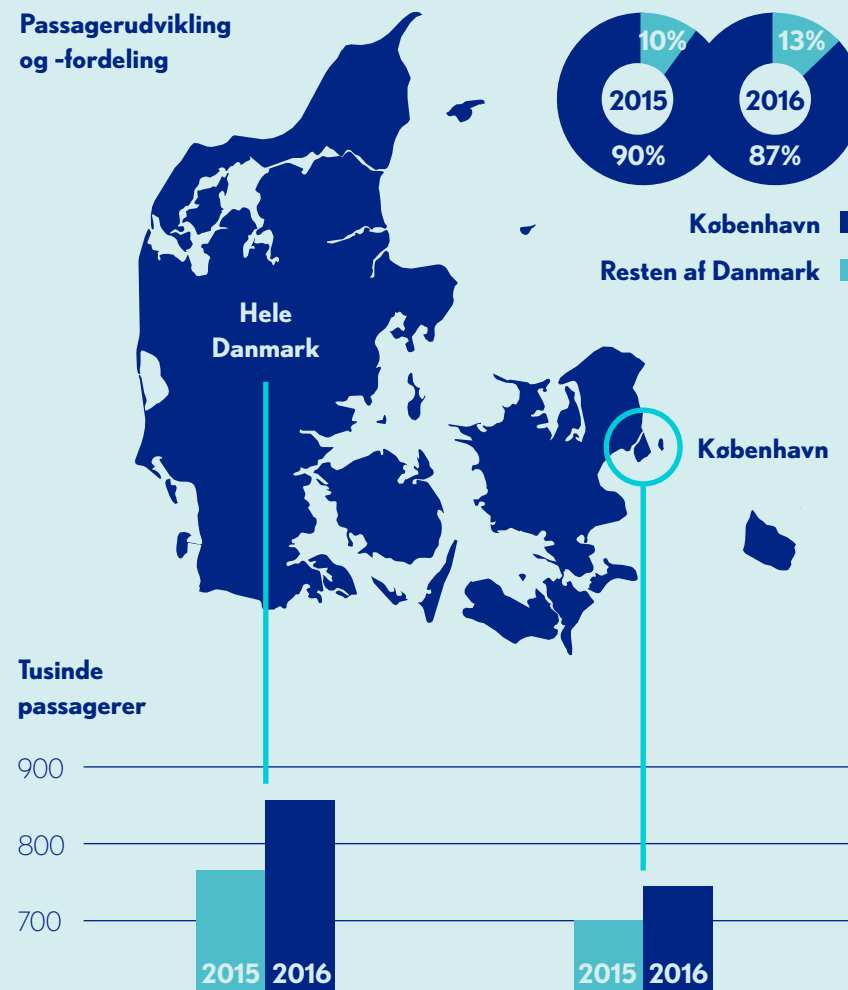
De danske havne udenfor København har fået en stigende betydning på det samlede antal krydstogtpassagerer til landet. Hvor passagererne til provinshavnene i 2015 udgjorde cirka 10 % af alle krydstogtgæster i Danmark, så var dette tal i 2016 vokset til 13 %. Og i 2017 forventes tallet at blive på ikke mindre end 19 %, hvilket betyder, at næsten hver 5. krydstogtgæst i Danmark gæster en provinshavn.

Vi kan glæde os over, at de stadigt stigende antal krydstogtgæster er meget tilfredse med deres besøg i København og Danmark, samtidig med at rederierne tjener mange penge på at besejle Danmark og Østersøregionen.

Men vi må ikke hvile på laurbærrene, da konkurrencen fra andre destinationer er hårdere end nogensinde. Sammen med partnerne i netværket må vi hele tiden gøre opmærksom på København og Danmark, så krydstogtrederierne ikke bliver fristet til at sejle til andre regioner i verden.

I det følgende kan du se, hvad netværket har bidraget med for at opnå disse mål i 2016. Vi håber, at du kan lide vores nye årsberetning og vores nye layout. God læselyst!

Passagerudvikling og -fordeling



MARKETING & PR

ÅRET DER GIK



Messer & konferencer

1. Cruise3sixty (Vancouver)

Afholdt udsolgt workshop om København og Danmark for amerikanske krydstogtrejsebureauer efterfulgt af en stand på messen. En heldig vinder vandt en tur til København.

2. Seatrade Asia (Busan)

Krydstogtkonference om udvikling af krydstogtmarkedet i Asien.

3. China International Cruise Summit (Qingdao)

Umiddelbart efter Seatrade Asia deltog vi i den første krydstogtkonference i Kina. CruiseCopenhagen er nu repræsenteret i Committee of Cruise Industry of World Tourism Cities Federation.

4. CLIA Selling Cruise Conference (Southampton)

CruiseCopenhagen deltog på Cruise Baltic's stand, hvor målgruppen var engelske krydstogtrejsebureauer.

5. Seatrade Med (Tenerife)

CruiseCopenhagen deltog atter på Cruise Baltic's stand, hvor den internationale krydstogtbranche mødtes på både tradeshow som konference.

6. VisitDenmark workshops i Kina (Shanghai, Guangzhou, Beijing)

CruiseCopenhagen var repræsenteret ved disse 1-2-1 møder med kinesiske rejsebureauer. Derudover har vi fået nyheder fra Danmark med i STBs nyhedsbrev til kinesiske rejseagenter.

7. Travel Industry Exchange (San Diego)

Cirka 30 1-2-1 møder med amerikanske rejsebureauer. Derudover afholdt CruiseCopenhagen en velbesøgt workshop, hvor København og Danmark blev promoveret. En rejse til København blev givet som præmie til en heldig vinder.

8. Seatrade Cruise Global (Fort Lauderdale)

På Seatrade Cruise Global, som er den største messe i krydstogtbranchen, delte vi atter stand med Sverige, og for første gang gik Norge, Sverige og Danmark sammen om at arrangere et velbesøgt pressemøde, samt en god reception, hvor partnerne blev eksponeret for de mange deltagende krydstogtrederier.

På pressemødet deltog 12 journalister fra internationale krydstogtmedier. 25 repræsentanter fra krydstogtrederierne deltog på receptionen. Nedenfor er et billede af de danske og svenske deltagere på standen i Fort Lauderdale.



MARKETING & PR

ÅRET DER GIK



Messer & konferencer

(visualiseret geografisk)



Online



CruiseCopenhagen Ambassador Award

Årets CruiseCopenhagen Ambassador Award gik til Matt Grimes, Viking Cruise Lines. Matt Grimes har bidraget til at få mere end fordoblet antallet af anløb fra Viking Cruise Lines til hhv. København og Aalborg.

Salgsbesøg

I årets løb blev det endvidere til 15 salgsbesøg hos krydstogtrederier i USA og Europa. Thomson Cruises, Ponant, Pullmantur, Crystal Cruises, Viking Cruises og Saga deltog i årets site inspections i Danmark. København, Fredericia, Aarhus, Aalborg og Skagen fik besøg af gruppen af rederier.

MARKETING & PR

ÅRET DER GIK



International og national pressedækning

CruiseCopenhagen markerede sig løbende i 2016 med historier og interviews i både landsdækkende medier, regionale medier og branchemedier.

I starten af året var vi ude med interview i TV Lorry om fremgang for København. En historie, som også ramte relevante branchemedier og en historie i Bornholms Tidende specifikt om krydstogt i Rønne. Kort efter var vi på erhvervsmediet Finans.dk med to historier – én om fremgang i København og én om fremgang i havnene i provinsen.

I foråret omtalte en række branchemedier, at de ni danske havne i netværket deltog i Seatrade i Fort Lauderdale. Historien blev også dækket af flere regionale medier – bl.a. Fyns Amts Avis og Bornholms Tidende og TV2 Bornholm.

I maj bragte en række regionale aviser landet over en artikel med overskriften: "Dansk krydstogtindustri har vind i sejlene", mens branchemedierne skrev: "100.000 flere krydstogtgæster i Danmark". Samtidig fokuserede Politiken på, at Hundested modtog sine første krydstogtgæster.

I de to sommer måneder juni og juli fik vi massiv mediedækning. I juni sikrede CruiseCopenhagen sig TV-interview med både TV2 Nyhederne, TV2 NEWS, TV Lorry og TV-Avisen på DR i anledning af, at vi satte ny rekord med 25.000 krydstogtgæster på én dag i København.

Med næsten 40 omtaler i juli, gav historien om, at "Rekordmange krydstogtgæster går i land i København" taletid til netværket i næsten alle danske regionale dagblade landet over – en historie, der også gik i branchemedierne i august. I samme måned havde Erhvervsavisen Nordsjælland fokus på arbejdet bag sommerens krydstogtbesøg, hvor CruiseCopenhagen også blev omtalt.

I efteråret har netværket bl.a. været i branchemediet Maritime Danmark i forbindelse med Skagen-overskriften: "Toppen af Danmark har en ambitiøs plan" og med en historie om, at Københavns Kommune i samarbejde med CruiseCopenhagen næste år vil forbedre velkomsten for krydstogtgæster i København.

Og sidst på året fik CruiseCopenhagen atter taletid i landsdækkende medier med historien om, at krydstogtturismen er en milliardforretning for Danmark og skaber næsten 1900 jobs.

Det blev bl.a. til et interview på TV2s Business-plattform – et interview som også blev redigeret til et indslag på TV2 NEWS. Her var der dels fokus på krydstogtbranchens samlede effekt og på potentialet rundt i de forskellige destinationer landet over. Udover branchemedierne blev historien også bragt i både Berlingske Business på nettet, der også inddrog flere af destinationerne i dækningen, og med en kortere omtale i Berlingske-avisen under overskriften: "Danmark tjener stort på krydstogter."



DESTINATION EXPERIENCE

ÅRET DER GIK



CruiseCopenhagen arbejder hele tiden på at gøre krydstogtopplevelsen i København og Danmark bedre.

Allerede 5 dage inde i 2016 kunne vi tage imod Queen Victoria, som brugte København som første by på en jordomsejling. CruiseCopenhagen stod klar på kajen og bød velkommen til de mange - primært engelske - krydstogtgæster, som også fik et lille minde om København med hjem.

CruiseCopenhagen afholdt 2 møder med infrastrukturgruppen i netværket. Et møde i april, hvor vi forberedte os til sæsonen 2016. Fokus var primært på 1) at drøfte taxaudfordringen i havnen - vi har for få taxaer mellem klokken 7-9 i hverdage og derfor opstår der lange taxakøer, hvilket i sidste ende giver gæsterne en dårlig start på deres oplevelse i København, og 2) at forberede os til den 25. juni, hvor København havde besøg af rekordmange krydstogtgæster. Andet mødet blev holdt efter sæsonen i oktober, hvor vi primært havde fokus på at finde løsninger til vores mangel på taxaer i hverdage, udfordringer med bagagehåndtering i lufthavnen samt en general evaluering af sæsonen.

Vi har udarbejdet en oversigt over alle events i 2016 som vi har delt med alle jer partnere, så vi kan sikre os at rederierne og gæsterne er informerede omkring hvad der sker i byen. Vi har ligeledes stået for at distribuere gratis bykort til alle jer, der har været interesserede.

Hele 2016 havde CruiseCopenhagen dialog med Københavns Kommune om en mulig turistinformation på krydstogtkajen. I forbindelse med budgetforhandlingerne på rådhuset lykkedes det at få indgået en aftale om en kommunal turistinformation på Oceankaj og Langelinie. Aftalen, som gælder i 4 år (indtil 2020), er medfinansieret af CMP og CruiseCopenhagen.

CruiseCopenhagen deltog endvidere i Princess Cruises Local Connections Project. 12 gange i løbet af sæsonen sendte vi en københavner til Stockholm, hvor han/hun gik ombord på Regal Princess og "solgte" København på turen fra Stockholm til København. Princess Cruises var så tilfredse med projektet, at det gentages i 2017.

En varm velkomst til Queen Victoria og skibets gæster på kajen.



Året sluttede med 3 julekrydstogter, hvor CruiseCopenhagen kunne byde velkommen med musik, dansk julehygge og brændte mandler.

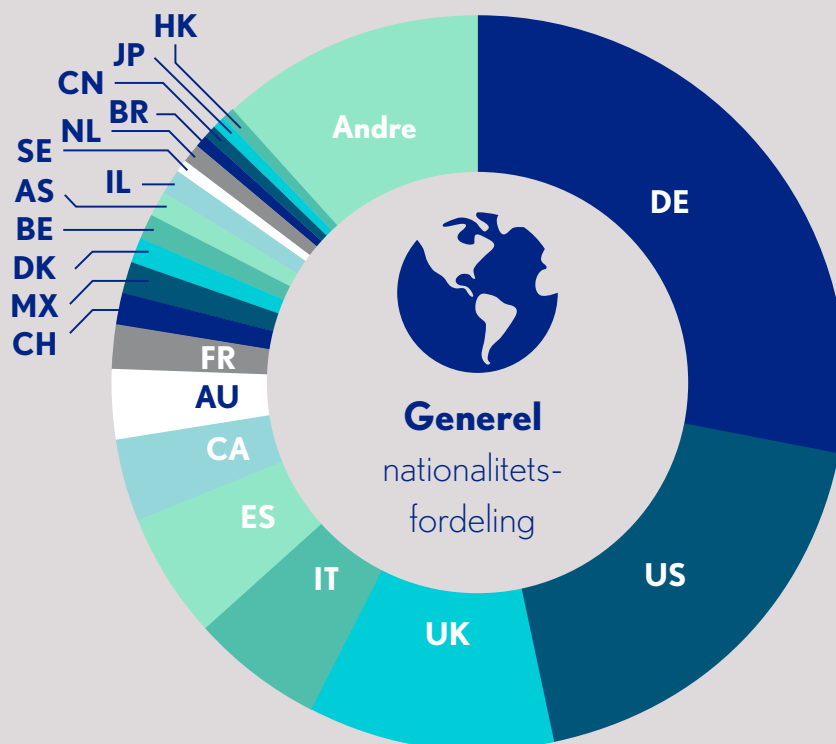


CRUISE INTELLIGENCE

ÅRET DER GIK



I lighed med tidligere år indsamler og bearbejder CruiseCopenhagen passagerlisterne, så vi kan dele en nationalitetsfordeling på krydstogtgæsterne med alle partnerne.



| Nationalitet | 2016 |
|------------------|----------------|
| 1 Tyskland | 159.239 |
| 2 USA | 106.482 |
| 3 Storbritannien | 61.259 |
| 4 Italien | 32.130 |
| 5 Spanien | 31.288 |
| 6 Canada | 21.518 |
| 7 Australien | 17.073 |
| 8 Frankrig | 11.198 |
| 9 Schweiz | 7.473 |
| 10 Mexico | 7.427 |
| 11 Danmark | 7.029 |
| 12 Belgien | 6.521 |
| 13 Østrig | 5.967 |
| 14 Israel | 5.600 |
| 15 Sverige | 4.075 |
| 16 Holland | 4.073 |
| 17 Brasilien | 3.553 |
| 18 Kina | 3.132 |
| 19 Japan | 2.676 |
| 20 Hong Kong | 2.580 |
| Andre | 65.935 |
| Total | 566.228 |

CRUISE INTELLIGENCE

ÅRET DER GIK



| Nationalitet | Pax 2008 | Pax 2009 | Pax 2010 | Pax 2011 | Pax 2012 | Pax 2013 | Pax 2014 | Pax 2015 | Pax 2016 | Gns årl. vækst 2008-2016 | Vækst 2015-2016 | Andel i 2016 |
|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------------------|-----------------|---------------|
| 1 Tyskland | 17.403 | 100.032 | 122.797 | 162.704 | 186.380 | 141.881 | 125.362 | 132.597 | 159.239 | -15% | 20,1% | 28,1% |
| 2 USA | 39.260 | 80.755 | 77.848 | 82.115 | 88.075 | 101.965 | 90.965 | 105.254 | 106.482 | 21% | 1,2% | 18,8% |
| 3 Storbritannien | 27.950 | 81.197 | 69.945 | 77.395 | 72.109 | 78.160 | 72.638 | 68.558 | 61.259 | -15% | -10,6% | 10,8% |
| 4 Italien | 8.782 | 38.921 | 48.935 | 54.395 | 42.801 | 42.154 | 40.982 | 21.064 | 32.130 | -25% | 52,5% | 5,7% |
| 5 Spanien | 16.745 | 44.102 | 47.627 | 58.386 | 50.339 | 25.455 | 24.401 | 19.897 | 31.288 | -38% | 57,2% | 5,5% |
| 6 Canada | 7.647 | 17.461 | 16.587 | 19.462 | 21.401 | 25.163 | 23.122 | 22.298 | 21.518 | 1% | -3,5% | 3,8% |
| 7 Australien | 2.142 | 4.088 | 6.911 | 8.568 | 10.594 | 15.230 | 17.266 | 17.678 | 17.073 | 61% | -3,4% | 3,0% |
| 8 Frankrig | 1.410 | 11.924 | 10.996 | 19.187 | 20.828 | 18.780 | 17.680 | 8.648 | 11.198 | -46% | 29,5% | 2,0% |
| 9 Schweiz | | 7.223 | 6.129 | 8.693 | 10.022 | 7.642 | 6.460 | 4.359 | 7.473 | -25% | 71,4% | 1,3% |
| 10 Mexico | 1.737 | 4.302 | 5.504 | 7.157 | 6.260 | 7.104 | 7.316 | 8.610 | 7.427 | 19% | -13,7% | 1,3% |
| 11 Danmark | 621 | 8.717 | 6.610 | 8.663 | 12.147 | 14.126 | 10.784 | 8.290 | 7.029 | -42% | -15,2% | 1,2% |
| 12 Belgien | | | | | | | | 2.879 | 6.521 | NA | 126,5% | 1,2% |
| 13 Østrig | | 7.013 | 8.349 | 9.946 | 8.916 | 7.524 | 5.785 | 4.038 | 5.967 | -33% | 47,8% | 1,1% |
| 14 Israel | | 2.611 | 2.308 | 5.701 | 4.508 | 5.925 | 7.054 | 6.441 | 5.600 | 24% | -13,1% | 1,0% |
| 15 Sverige | | 5.500 | 2.696 | 1.753 | 3.768 | 7.345 | 7.545 | 4.471 | 4.075 | 8% | -8,9% | 0,7% |
| 16 Holland | 2.703 | 9.247 | 5.655 | 10.868 | 9.106 | 6.568 | 6.666 | 4.417 | 4.073 | -55% | -7,8% | 0,7% |
| 17 Brasilien | | | | | | | | 3.969 | 3.553 | NA | -10,5% | 0,6% |
| 18 Kina | | | | | | | | 3.191 | 3.132 | NA | -1,8% | 0,6% |
| 19 Japan | | | | | | | | 2.757 | 2.676 | NA | -2,9% | 0,5% |
| 20 Hong Kong | | | | | | | | 2.441 | 2.580 | NA | 5,7% | 0,5% |
| Andre | 14.948 | 46.435 | 40.493 | 51.231 | 54.647 | 70.089 | 63.190 | 37.152 | 65.935 | 21% | 77,5% | 11,6% |
| Total | 141.348 | 474.195 | 486.664 | 596.894 | 609.474 | 575.442 | 528.474 | 489.009 | 566.228 | -18% | 15,8% | 100,0% |

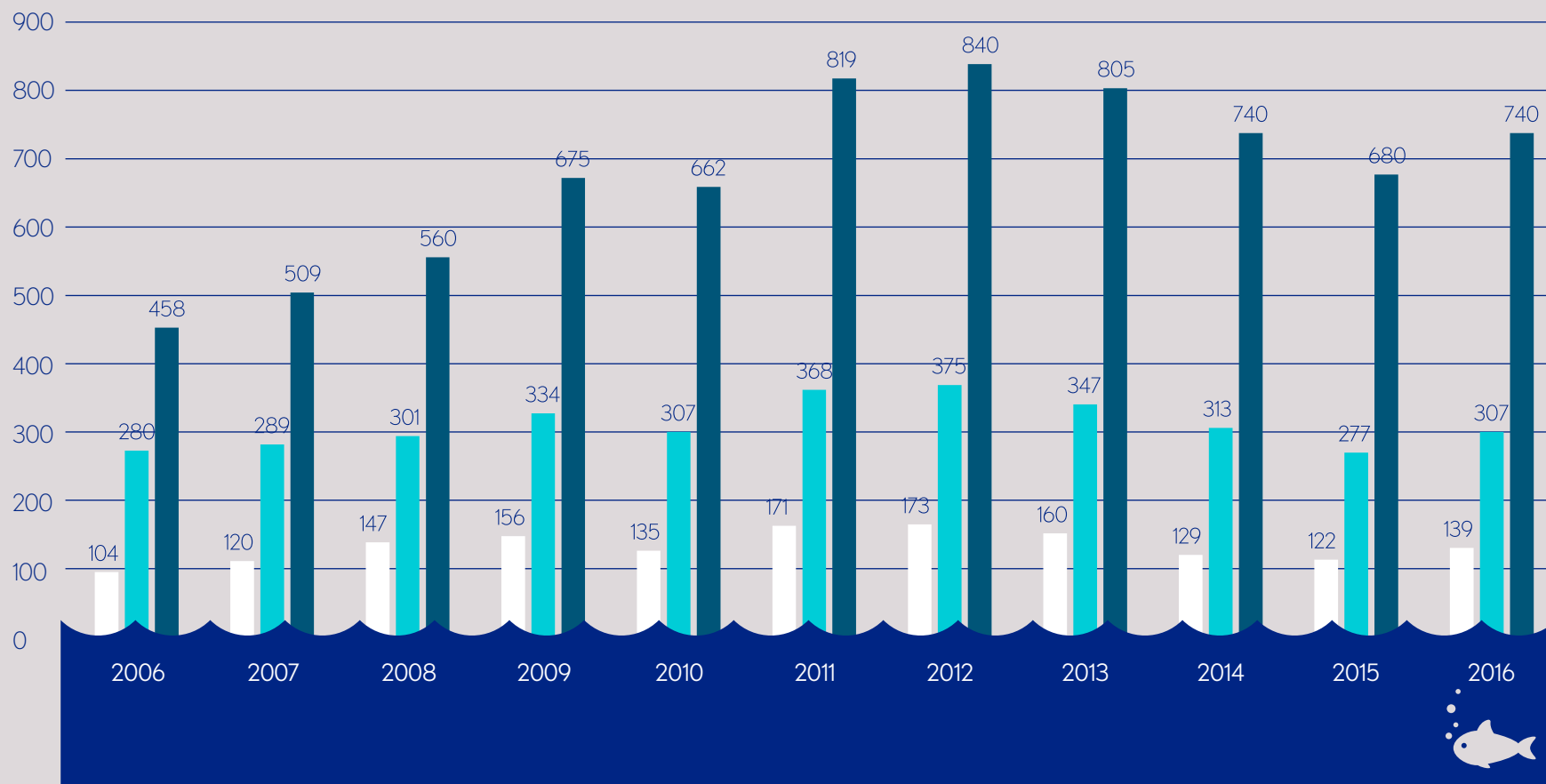
CRUISE INTELLIGENCE

ÅRET DER GIK



Udvikling i København af anløb, passagerer og turnarounds

Turnarounds Anløb Passagerer (x.1000)

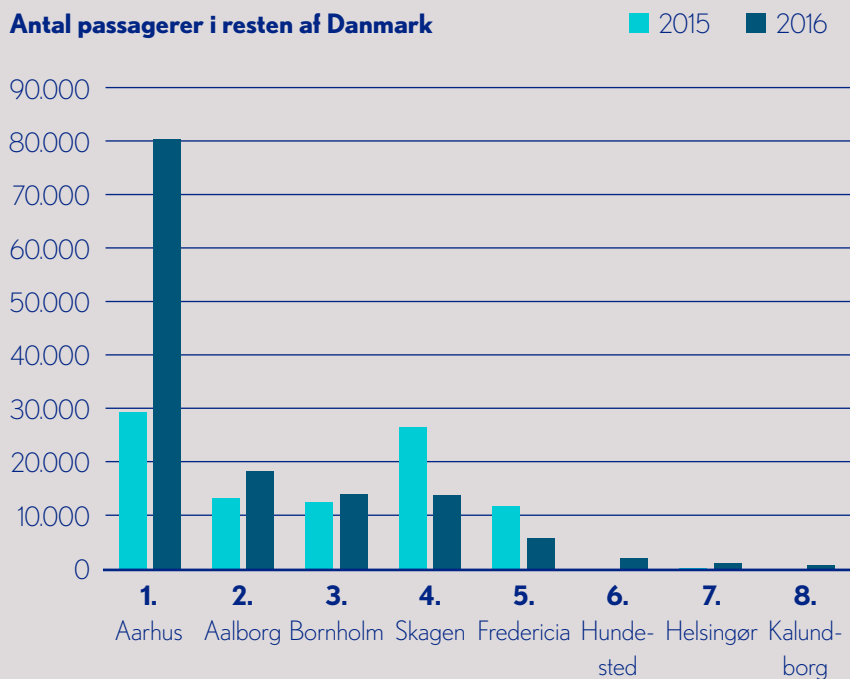


CRUISE INTELLIGENCE

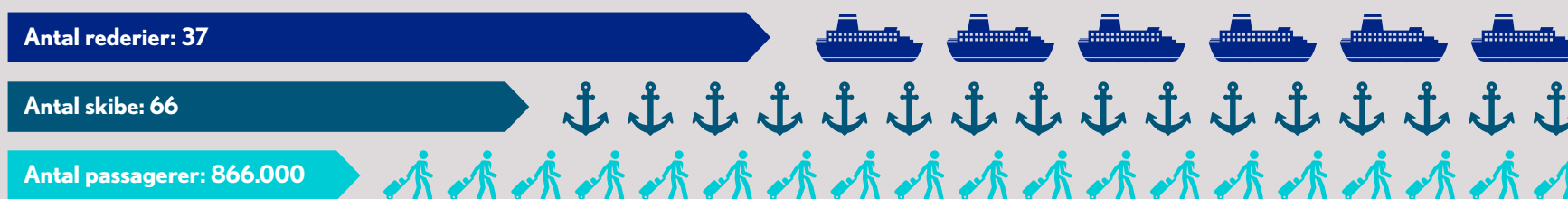
ÅRET DER GIK



Antal passagerer i resten af Danmark



Nøgletal for hele Danmark



CRUISE INTELLIGENCE

ÅRET DER GIK



CruiseCopenhagen udførte i 2016 en forbrugs- og tilfredshedsundersøgelse for København samt en analyse af den samfundsmæssige effekt af krydstogt i Danmark ved at spørge over 1.800 krydstogtgæster.

Forbrug

Turnaround-passagerer:

2.333 DKK

Transit-passagerer:

410 DKK

Crew:

234 DKK



Tilfredshed

København levede op til forventningerne hos

94%

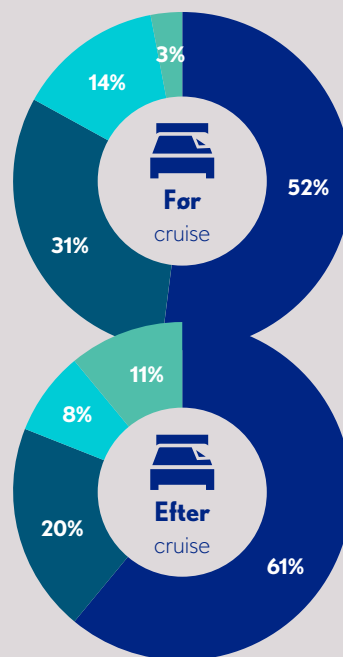
af transit-passagererne



97%

af turnaround-passagererne

Antal overnatninger

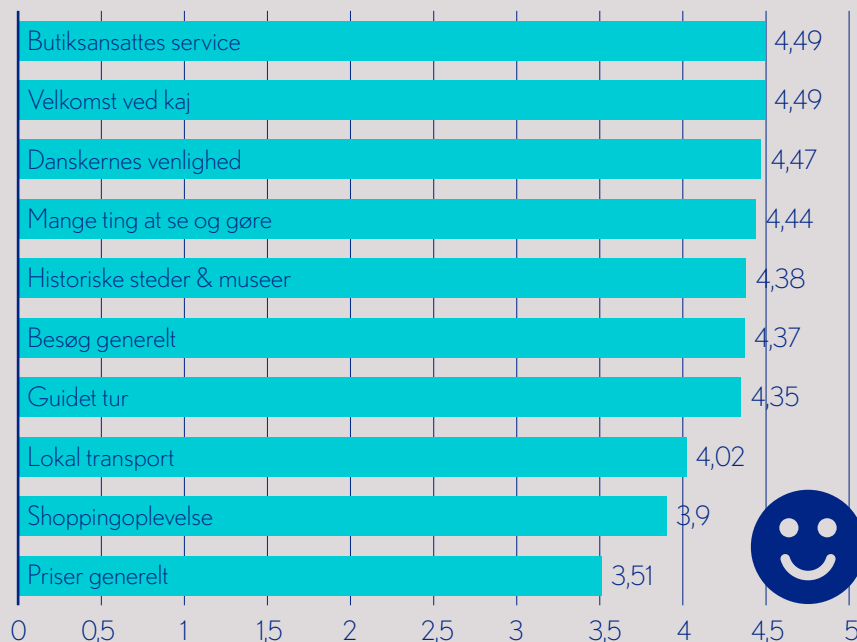


■ 1 ■ 2 ■ 3 ■ 4 overnatninger

Fun facts

- 95 %** af transitpassagerer går i land og bruger gennemsnitligt cirka **4,3** timer.
- 90 %** af turnaround-passagerer overnatter i gennemsnit **2,6** nætter før eller efter krydstogtet.
- 53 %** af crew har været i land ifm. et anløb

Tilfredshed med...



Økonomisk indvirkning

Krydstogt i Danmark generer følgende:

- Jobs: **1.877** fuldtidsstillinger (3.754 sæsonstillinger)
- Samlet omsætning: **1.361 millioner DKK**
- Hver gang passagerer og crew anvender 7,5 mio. DKK, så genererer det **20 jobs** i Danmark. Hvert 10. direkte afledte job genererer **4 yderligere jobs** i Danmark.

CRUISECOPENHAGEN

ÅRET DER GIK



CruiseCopenhagen organiserede i 2016 følgende interne møder:

- 2 Partnermøder (Generalforsamling & Efterårsmøde)
- 4 Bestyrelsesmøder
- 1 destinationsmøde
- 2 infrastrukturmøder
- 1 attraktionsmøde
- 1 marketingmøde
- 1 Winter Games

Ved samtlige møder stod CruiseCopenhagen for dagsorden, invitationer til deltagere, vi lagde (oftest) lokaler til og vi udarbejdede udførlige mødereferater efter hvert møde, som blev distribueret til alle deltagere.

Generalforsamlingen blev afholdt på Tivoli Hotel, hvor temaet var Kina. Vi havde Udviklingschef fra Wonderful Copenhagen, Signe Jungersted og Alan Lam, Senior Editor, Cruise Business Review som keynote talere. Her uddelte vi Most Valuable Partner som i år blev Carsten Rasmussen fra Vedde Turistfart.

Efterårsmødet blev afholdt på Marriott Hotel, hvor blandt andet Morten Mortensen, Ruteudviklingschef, Københavns Lufthavne informerede om, hvorledes lufthavnen arbejder med at tiltrække nye ruter. Derefter var temaet Tyskland, hvor Sandra Neffgen, Senior Manager Destination Management, AIDA og Mads Schreiner, Market Director Germany, VisitDenmark fortalte om, hvordan de 2 organisationer markedsfører Danmark i Tyskland.

CruiseCopenhagen havde i 2016 en projektleder fuldtid, to praktikanter og en studentermedhjælper tilknyttet. Krydstogtschefen deles 50/50 med Cruise Baltic. Ved indgangen til 2017 har CruiseCopenhagen 51 partnere.

Ligeledes sidst på året kunne vi lancere vores nye visuelle identitet. Det har været et berettiget ønske fra bestyrelsen, at CruiseCopenhagen anvender et logo, som giver genkendelse i udlandet. Ved at vælge Dannebrogshjertet - som VisitDenmark anvender - er denne målsætning nået. Derudover har vi foretaget en generel modernisering af vores visuelle identitet - du kigger på et eksempel lige nu. Vi håber, at du synes om det.

Carsten Rasmussen fra Vedde Turistfart modtog prisen som Most Valuable Partner 2016.



Farvel til et gammelt logo og goddag til et nyt.



CruiseCopenhagen 

OVERSIGT OVER CRUISECOPENHAGENS PARTNERE



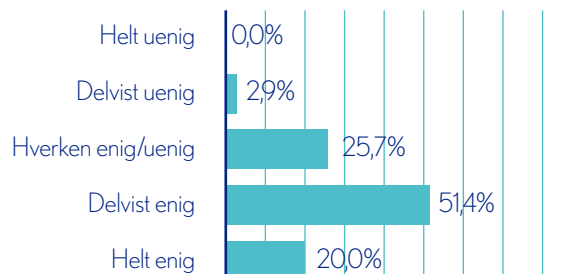
CRUISECOPENHAGEN

PARTNERTILFREDSHEDSUNDERSØGELSE

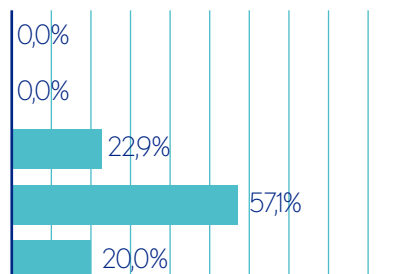


Sidst på året udsendte vi en partnertilfredshedsundersøgelse, som viste, at partnerne overordnet er meget tilfredse med netværket. På udsagnet "Medlemskabet af Cruise Copenhagen Network bidrager til at skabe resultater for vores virksomhed" svarede 77,2 % at de var helt eller delvis enige.

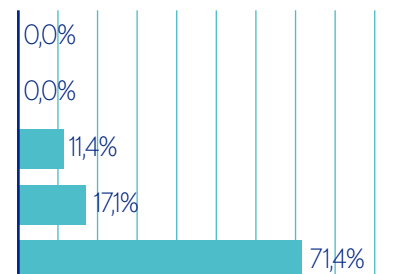
Jeg har et godt kendskab til CruiseCopenhagens strategi



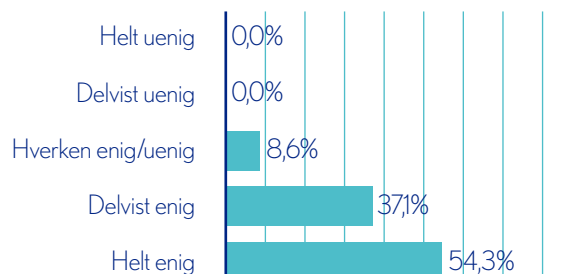
Krydstogtschefen er god til at samle aktørerne om en fælles strategi



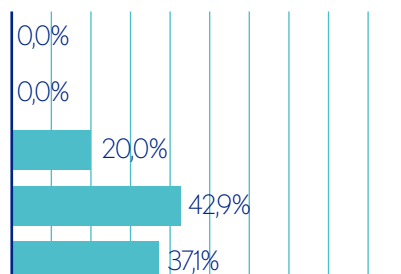
Der er god dialog med CruiseCopenhagen-sekretariatet



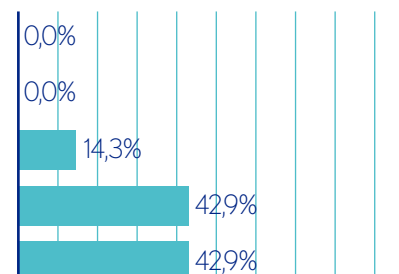
CruiseCopenhagen yder en god indsats for at markedsføre Danmark/ København som krydstogtsdestination



Der er generelt en høj kvalitet i markedsføringsmaterialet fra CruiseCopenhagen

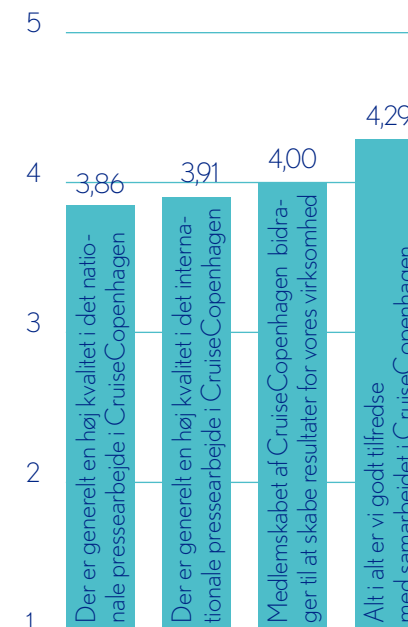


Som medlem oplever jeg at være velinformeret om arbejdet og resultaterne i CruiseCopenhagen



Hvor enig er du i følgende udsagn?

(1 = meget uenig, 5 = meget enig)



Som medlem har vi mulighed for at blive involveret i CruiseCopenhagens arbejde

