

KØBENHAVNS KOMMUNE

ERHVERVSPOLITISK STRATEGI

2005-2008

Forslag / i offentlig høring til den 4. maj 2005

KØBENHAVNS KOMMUNE
ERHVERVSPOLITISK STRATEGI
2005-2008

Tekst og redaktion:
Københavns Kommune
Økonomiforvaltningen
www.kk.dk

Kommentarer kan indsendes til:
Københavns Kommune
Økonomiforvaltningen, 10. kontor
Rådhuset
1599 København V
Att. Jette V. Kristensen: jvk@okf.kk.dk

Design og Art direction:
Conception

Foto:
Christian Alsing

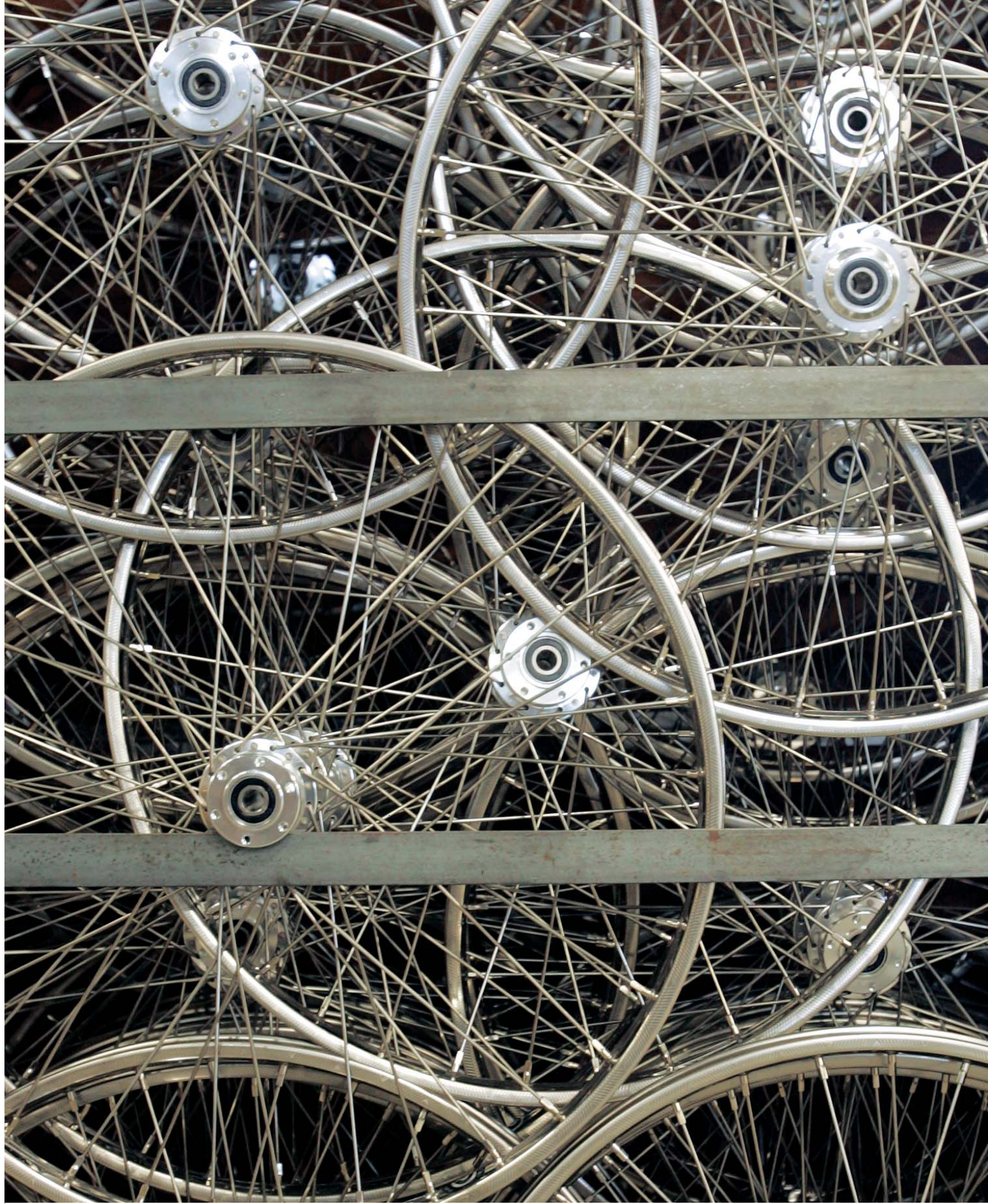
Tryk:
Rek-Art Offset

Oplag: 600

ISBN-nr.: 87-990064-0-5



| | |
|---|-----------|
| FORORD | 3 |
| | |
| VISION OG ERHVERVSPOLITISK STRATEGI 2005-2008 | |
| A. Erhvervspolitisk vision 2005-2008 | 6 |
| B. Erhvervspolitisk Strategi 2005-2008 | 8 |
| | |
| I KØBENHAVN SOM METROPOL | 10 |
| 1.1. Udvikling af Københavns kreative kvaliteter | 12 |
| 1.2. Attraktive rammebetingelser for vidensmedarbejdere | 13 |
| 1.3. Rammebetingelser, der understøtter videns-, service og kulturvirksomheder | 15 |
| | |
| 2. KØBENHAVN SOM OMDREJNINGSPUNKT FOR VÆKST | 17 |
| 2.1. Accept af København som driver | 19 |
| 2.2. Offentligt-privat samarbejde om brugerdreven innovation | 21 |
| 2.3. Prioritering af rammebetingelser der understøtter vækstiværksættere | 22 |
| 2.4. Københavns Kommune som samarbejdspartner for virksomheder i Øresundsregionen | 23 |
| | |
| 3. KØBENHAVN OG GLOBALISERINGEN | 24 |
| 3.1. Nye investeringer, arbejdspladser og turister | 27 |
| 3.2. Brugerdreven innovation | 28 |
| 3.3. Synliggørelse af København og danske virksomheder | 29 |
| | |
| 4. BILAG | 30 |
| 4.1 Københavns Kommunes øvrige strategier | 32 |
| 4.2 Københavns Kommunes udgifter til erhvervspolitik | 33 |
| 4.3 Arbejdsgruppen | 35 |



A.

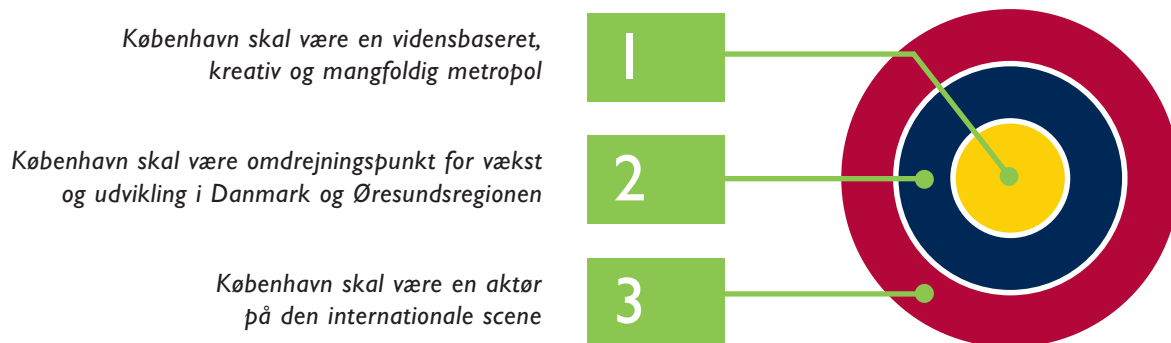
VISION FOR KØBENHAVNS KOMMUNES ERHVERVSPOLITIK I 2005 - 2008

København vil – i tæt samspil med private virksomheder, offentlige myndigheder og forsknings- og uddannelsesinstitutioner – styrke og udbygge byens position som:

- *Vidensbaseret, kreativ og mangfoldig metropol,*
- *Omdrejningspunkt for vækst og udvikling i Danmark og Øresundsregionen,*
- *En aktør på den internationale scene, der udnytter globaliseringens muligheder.*

Den erhvervspolitiske vision er et billede af, hvordan Københavns Kommune skal arbejde med erhvervspolitikken i fremtiden. Visionen skal både være realistisk og ambitiøs ud fra de forhold, der er gældende.

Den erhvervspolitiske vision for arbejdet 2005-2008 hænger tæt sammen med visionerne for de øvrige strategier i Københavns Kommune, der har tætte samarbejdsflader med erhvervspolitikken, jvf. bilag 5.1.



ERHVERVSPOLITISK STRATEGI 2005 - 2008

Styrke København som **metropol** skal ske ved:

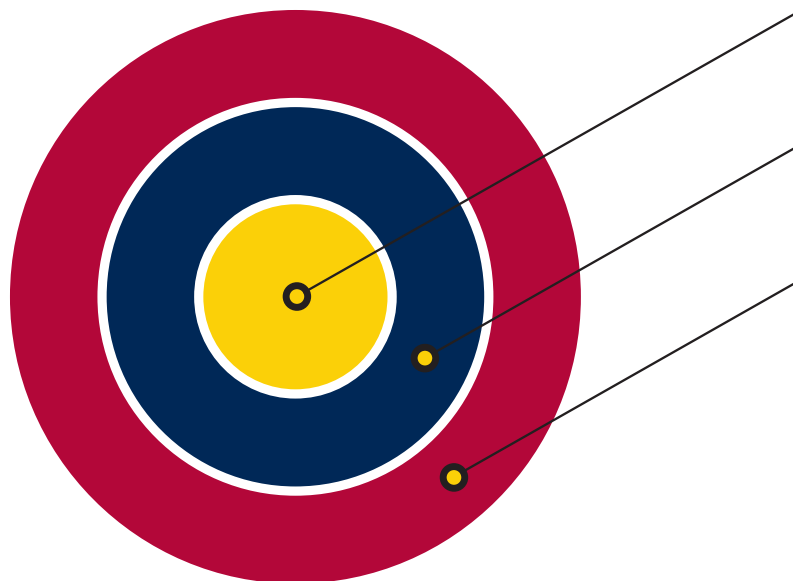
- At udvikle Københavns kreative kvaliteter,
- At gøre det attraktivt for de kritiske vidensmedarbejdere at bosætte sig i København,
- At understøtte vilkårene for de videns-, service- og kulturvirksomheder, som er karakteristiske for en metropol.

Styrke København som **omdrejningspunkt for vækst** skal ske ved:

- At skabe bred politisk og folkelig accept af Københavns betydning for udviklingen i hele landet,
- At skabe samarbejde mellem offentlige og private om brugerdriven innovation. Et samarbejde der tager afsæt i - at mange af de kommunale og statslige opgaver, der løses i København - kan udvikles i samarbejde med innovative virksomheder fra hele landet,
- At støtte iværksættere,
- At udvide Københavns Kommunes fokus - fra primært at omfatte københavnske virksomheder - til også at fokusere på Hovedstadsregionens og Øresundsregionens vækstvirksomheder.

Udnytte **globaliseringens muligheder** ved:

- At tiltrække nye investeringer, arbejdspladser og turister til regionen,
- At skabe brugerdriven innovation,
- At synliggøre København og danske virksomheder på den internationale scene.



Grundliggende rammevilkår som infrastruktur, fysisk planlægning, service overfor virksomheder og borgere, uddannelse, et velfungerende arbejdsmarked, daginstitutionstilbud m.v. er naturligvis en forudsætning for et velfungerende erhvervsliv. København har allerede gode forudsætninger. Dertil kommer byens centrale placering i forhold til Østersøen m.m. samt den veludbyggede infrastruktur med f.eks. lufthavn, Øresundsbro og Metro.

Men det er ikke tilstrækkeligt. I dag er det nødvendigt at sætte mere ambitiøse mål, hvis København og erhvervslivet i regionen i fællesskab skal udvikle regionen til den vigtigste metropol i Nord Europa. Det kræver, at der fokuseres på nye vækstkilder, som er iværksætter, uddannelse, innovation og anvendelse af IT.

Dette har været udgangspunktet ved tilblivelsen af denne Erhvervspolitiske Strategi for Københavns Kommune.

I forlængelse af den Erhvervspolitiske Strategi for 2005-2008 er der udarbejdet en tilhørende Erhvervspolitisk Handlingsplan for 2005-2006, der beskriver konkrete projekter og aktiviteter, der skal medvirke til at udmønte denne strategi.

Derudover er der udarbejdet følgende baggrundsmateriale for den Erhvervspolitiske Strategi:

På vej mod en erhvervsstrategi for København
– hvad viser eksisterende analyser om regionens udgangspunkt?
udarbejdet af Inside Consulting, november 2004,

På vej mod en erhvervsstrategi for København
– idéer til satsningsområder
udarbejdet af Inside Consulting, november 2004,

Meninger om Københavns Erhvervspolitik
udarbejdet af Competencehouse, september 2004,

Erhvervslivet i København i tal
udarbejdet af Økonomiforvaltningen, januar 2005.



København som metropol



Styrke København som metropol skal ske ved:

- At udvikle Københavns kreative kvaliteter,
- At gøre det attraktivt for de kritiske vidensmedarbejdere at bosætte sig i København,
- At understøtte vilkårene for de videns-, service- og kulturvirksomheder, som er karakteristiske for en metropol.



Studerende ved IT-Universitetet.



Natklubben Rust.

1.1 Udvikling af Københavns kreative kvaliteter

Byens liv og profil spiller stadig en større rolle i den internationale konkurrence storbyer imellem om arbejdskraft, turister og investeringer. Samtidig har de kreative erhverv en selvstændig positiv betydning for erhvervsudviklingen.

København skal derfor udnytte byens rum bedre, udvikle byens mange kreative kvaliteter og understøtte den mangfoldighed og de multikulturelle elementer, som bidrager til at gøre København til en international storby. Det er en særlig udfordring at udvikle København til en by, der også i vinterhalvåret har tilbud og aktiviteter i byens rum, der berettiger til en metropol status.

De kreative erhverv her de seneste år oplevet en enorm vækst, der forventes at fortsætte. Erhvervene omfatter TV/radio, mode, bøger, reklame, musik, forlystelser, billedkunst, computerspil, arkitektur, design, teater og film. Feks. er der skabt knap 25 % flere virksomheder indenfor de kreative erhverv i København i perioden fra 1993 til 2002.

De kreative erhverv skal styrkes. Den positive udvikling som branchen oplever, skal understøttes ved at styrke de kreative erhvervs rammebetingelser.

Det er endvidere vigtigt at Københavns kreative kvaliteter markedsføres internationalt. Derfor skal markedsføringen af Hovedstadsregionen også omfatte de kreative erhverv udover de etablerede styrkepositioner som Bioteknologi, Medico/Sundhed og IT/Kommunikation.

Knap 25 % af de kreative virksomheder i Danmark ligger i Københavns Kommune. Der er 4.300 kreative virksomheder i København med i alt 22.500 medarbejdere – dvs. 5,2 medarbejder i gennemsnit.



IT-Universitetet er tegnet af Henning Larsens Tegnastue og indviet i september 2004.

IT-UNIVERSITETET

IT-Universitetet er et af Danmarks 12 universiteter. Der er 1400 studerende.

Blandt hovedopgaverne på IT-Universitetet er at drive banebrydende forskning og forskeruddannelse i IT og fremme udveksling af viden med såvel private som offentlige virksomheder.

I foråret 2003 etablerede IT-Universitetet et forskningscenter for computerspil. Det er siden hen vokset til et internationalt anerkendt forskningsmiljø.

1.2 Attraktive rammebetingelser for vidensmedarbejdere

Det er i stigende grad talentkapitalen, der sætter dagsordenen for vækst – og ikke som tidligere finanskapitalen og andre traditionelle produktionsfaktorer¹. Det kendetegner både København og andre storbyregioner, at de økonomiske vækstpoterentialer ligger indenfor de vidensbaserede og innovative erhverv. Disse erhverv er afhængige af den højtuddannede arbejdskraft, forskning og risikovillige kapital, som findes i storbyerne. Udgangspunktet for København er, at kommunen har næsten dobbelt så mange personer med en lang videregående uddannelse i byens arbejdsstyrke end lands gennemsnittet – 12 % af samtlige medarbejdere i København har således en lang videregående uddannelse mod ca. 6 % på landsplan².

Der er noget, der tyder på, at virksomhederne placerer deres aktiviteter, hvor det er muligt for dem at rekruttere den kreative, innovative og velkvalificerede arbejdskraft, hvis de grundlæggende rammebetingelser er til stede i en region.

København skal øge antallet af vidensmedarbejdere i regionen. Erhvervspolitikken skal derfor fokusere på gode rammer for mennesker og ikke udelukke på gode rammebetingelser for virksomheder. København skal kunne tilbyde et bredt udbud af kulturelle aktiviteter, uddannelsesinstitutioner på internationalt niveau, pasnings- og fritidstilbud til børn og unge, talentudvikling på forskellige niveauer for at fastholde og tiltrække vidensmedarbejdere til regionen, samt attraktive boliger til de vidensmedarbejdere, der foretrækker at bo i selve byen.

Københavnere har fået et markant højere uddannelsesniveau gennem de sidste 10 år: i 1993 havde 21 % en videregående uddannelse, i 2002 var det knap 30 %.

¹ "Det globale Danmark – En nyvurdering af fremtidens konkurrencevilkår", Mandag Morgen, 2004.

² Tal fra Arbejdsbevægelsens Erhvervsråd, 2003.



NATKLUBBEN RUST

Rust blev grundlagt i Guldbergsgade, Nørrebro i 1989. Navnet er fra tyskeren Mathias Rust, der landede på Den Røde Plads i en sportsflyver i Moskva i 1987. Stedet startede som en græsrods-café, men er senere vokset til at blive én af de førende restauranter og natklubber på Nørrebro.

Rust er i dag en internationalt anerkendt natklub, der er kendt for sin evne til at forblive et alternativ til de mere etablerede klubber men samtidig at ramme tidens ånd. Rust satser på at sætte dagsordenen inden for musik og andre kunstformer. De har som ambition, at det skal være mere spændende at være københavnere.

Rust er således én af grundene til at den danske musikbranche har centrum i København.

1.3 **Rammebetingelser, der understøtter videns-, service og kulturvirksomheder**

Københavns erhvervsstruktur er - i modsætning til erhvervsstrukturen i det øvrige land - kendetegnet ved at have mange videns-, service- og kulturvirksomheder. Forskellige undersøgelser påpeger, at det er vigtigt, at erhvervsstrukturen i en metropol er mangfoldig³. Diversitet i erhvervsstrukturen skaber et bredt funderet udviklingsgrundlag og bidrager til en vis robusthed i erhvervsudviklingen. Samtidig fremmes innovation bedst ved en udveksling af viden mellem brancher. Denne udveksling af viden forekommer især i regioner, hvor der er en relativ høj diversitet i erhvervsstrukturen.

Erhvervspolitikken skal sikre gode rammebetingelser for videns-, service- og kulturvirksomheder, da disse virksomheders tilstedeværelse er centrale for Københavns metropolstatus. Det er en særlig udfordring at identificere hvilke rammebetingelser, der vil kunne understøtte virksomhederne i at udveksle viden med regionens øvrige virksomheder.

³ Copenhagen Economics, 2004.





2

København som
omdrejningspunkt for vækst



Styrke af København som omdrejningspunkt for vækst skal ske ved:

- At skabe en bred politisk og folkelig accept af Københavns betydning for udviklingen i hele landet,
- At skabe et samarbejde mellem offentlige og private om brugerdriven innovation. Samarbejdet skal tage afsæt i, at mange af de kommunale og statslige opgaver der løses i København kan udvikles i samarbejde med innovative virksomheder fra hele landet,
- At støtte iværksættere,
- At udvide Københavns Kommunes fokus - fra primært at omfatte københavnske virksomheder - til også at fokusere på Hovedstadsregionens og Øresundsregionens vækstvirksomheder.



CHRISTIANIA BIKES

Christiania Smedie startede i 1976 i det bilfri Christiania, hvor behovet for at transportere varer og børn rundt på en miljøvenlig måde var stor, og derfor blev cykelanhængere udviklet. I 1984 blev den første ladcykel sendt på gaden.

I 1990 blev smedjen på Christiania for lille, og produktionen af Christiania cyklen blev flyttet til Bornholm. I dag er 12 personer beskæftiget med produktionen på Bornholm. Der eksporteres til bl.a. Tyskland, Holland, England og Østrig.

Christiania Cyklen er særdeles karakteristisk for København, og det anslås at der kører ca. 10.000 Christiania cykler rundt i København.

2.1. Accept af Københavns betydning

Hovedstadsregionen scorer⁴ i forhold til alle andre danske regioner væsentligt højere på de vækstdrivere, der ifølge OECD er centrale for at realisere gevinsterne i den internationale globaliseringsproces. Disse vækstdrivere er de menneskelige ressourcer, nye virksomhedsetableringer, innovationsevnen og brugen af informations- og kommunikationsteknologi.

Hovedstadsregionen rummer den koncentration af forsknings- og uddannelsesinstitutioner, en velfungerende infrastruktur, store internationale virksomheder, kulturtilbud mv., der kendetegner en international metropol. Hovedstadsregionen er sammen med hele Øresundsregionen en ung "by" - dels med mange børn og unge og dels med over 130.000 studerende ved områdets uddannelsesinstitutioner.

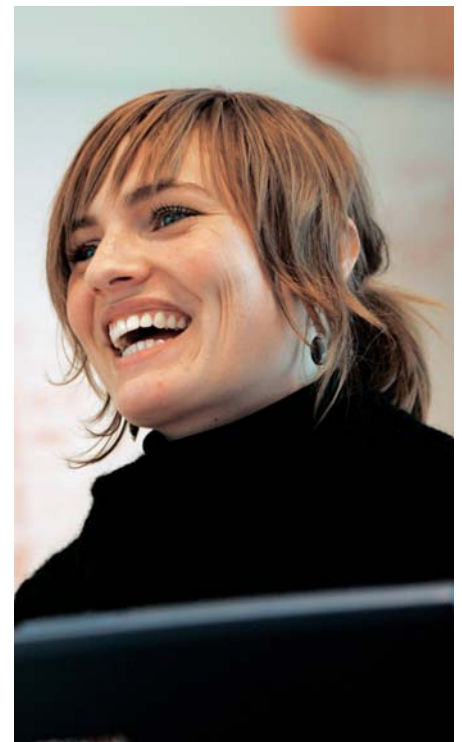
Hovedstadsregionen har forudsætningerne for at styrke og udbygge sin metropolstatus yderligere og dermed udfylde rollen som økonomisk vækstlokomotiv for hele Danmark. Men en realisering af dette potentiale forudsætter, at staten sammen med Københavns Kommune og den nye region satser på udviklingen af København.

København skal være den drivende kraft i den kommende erhvervs- og økonomiske udvikling for både Hovedstadsregionen, Øresundsregionen og Danmark.

Det kræver, at der gøres en målrettet indsats for at skabe politisk og folkelig forståelse for at København og Hovedstadsregionen skal prioriteres og at der tages initiativer til at mindske barriererne for samkvem på tværs af Øresund.

⁴ Gennemført af Copenhagen Economics og Inside Consulting for Indenrigs- og Sundhedsministeriet i 2003.

Venstre: Coloplast, Humlebæk
Højre: IT-Universitetet



FORSKNINGSBYN IDEON

Ideon i Lund er Sverige første forskningspark og blev grundlagt i 1983. Baggrunden var ønsket om at skabe nye virksomheder og arbejdspladser i takt med den faldende beskæftigelse i fremstillingsindustrien i Skåne. Det blev startskuddet til et unikt samarbejde mellem universitet og erhvervsliv.

I dag er der ca. 200 virksomheder, som har til huse i Forskningsbyn Ideon. Der er i alt 2.100 mennesker beskæftiget i de 200 virksomheder indenfor områder som IT og biotek. Ideon ser sig selv som en mødeplads – mødet mellem mennesker og idéer, der er forudsætningen for innovation, udvikling og fremgang.



Ideon, Lund.

Hvis der investeres 100 mio. kr. i Hovedstadsregionen skaber det 100 nye jobs i Hovedstaden og 23 nye jobs i det øvrige land.

Hvis der derimod investeres 100 mio. kr. i det øvrige Danmark skabes der 100 nye jobs i Jylland/Fyn/Øerne men kun 7 nye jobs i Hovedstadsregionen.

København har en stor lokomotiv-effekt for resten af landet. Det viser bl.a. beregninger, som Copenhagen Capacity har fået lavet af spredningseffekterne af en økonomisk udvikling i Hovedstadsregionen. 100 nye jobs i Hovedstadsregionen har således en afledt effekt på 23 nye jobs i det øvrige Danmark. Og ser man på effekterne i resten af landet af en udvikling i Hovedstadsregionen på bruttofaktorindkomsten, den disponible indkomst, det private forbrug og udskrivningsgrundlaget, så er spredningseffekten på faktor 1,12-1,14. Det svarer til, at en vækst i Hovedstadsregionen på en af disse indikatorer på 100 mio. kr. fører til en vækst i det øvrige Danmark på 12-14 mio. kr.

Åbningen af den faste forbindelse over Øresund i 2000 har været en udvikling, hvor den funktionelt og økonomisk sammenhængende region i stadig stigende grad også har bevæget sig på tværs af Øresund. En udvikling fra ca. 2.000 daglige pendlere på tværs af Øresund før broens åbning til i dag ca. 7.000 pendlere viser, at udviklingen går i den rigtige retning.

Men udviklingen viser også, at der fortsat er et væsentligt vækstpotentiale, når man sammenligner med indpendlingen til København på ca. 175.000 dagligt og udpendingen fra København på ca. 105.000.

En realisering af dette potentiale forudsætter en indsats i forhold til de forskellige lov- og regelsæt i Danmark og Sverige – bl.a. på skatte- og arbejdsmarkedsområdet – der skaber problemer, når man vil bo og arbejde på forskellige sider af Øresund. Det forudsætter også et udbygget samarbejde om konkrete vækstinitiativer på tværs af Øresund.



HGO Overbygningsskole.

HEIMDALSGADES OVERBYGNINGSSKOLE

Heimdalsgades Overbygningsskole på Nørrebro er en almindelig folkeskole for 8.-10. klasse. HGO er indrettet i en gammel fabriksbygning. Skolen arbejder projektorienteret.

Udgangspunktet er, at det globale samfund og arbejdsmarkedet stiller store krav til selvstændighed, åbenhed og evne til omstilling. Skolen skal skabe de bedste betingelser for dette.

2.2

Offentligt-privat samarbejde om brugerreven innovation

Den offentlige sektor som kunde spiller en stor rolle for private virksomheder. Københavns Kommune er én af de største kunder overhovedet i Danmark, og sender opgaver – både drifts- og anlægsopgaver – for knap 1,1 mia. kr. i 2002 i udbud. De fleste statsinstitutioner er endvidere beliggende i Hovedstadsregionen. Det er derfor oplagt at anvende offentligt-privat samarbejde som et erhvervspolitisk instrument til på en og samme gang at skabe produktudvikling og vækst i den private sektor og bedre produkter og serviceydelser i den offentlige sektor

Københavns kommune skal bidrage til vækst ved at prioritere et samarbejde med private virksomheder og forskningsinstitutioner om udvikling af innovative løsninger til de opgaver, som kommunen varetager. Samarbejdet skal udmøntes i udviklingskontrakter med kommunen som kunde, i Offentlig Private Partnerskaber hvor kommune og virksomheder sammen løser opgaverne.

Samarbejdet skal også udmøntes gennem "afknopning", hvor offentligt ansatte bruger deres offentlige kompetencer til at etablere virksomheder, som kan fungere som leverandører til det offentlige. Det er en særlig udfordring at få gjort offentligt privat samarbejde til et praktisk omdrejningspunkt i kommunens indkøbspolitik.

Ingen lande eller regioner har udviklet strategier, når det handler om brugerreven innovation, eller har lavet systematiske kortlægninger af erhvervslivets udfordringer og behov.

KNUD HOLSCHER DESIGN

Har over 25 års erfaring med produkt og grafisk design. Virksomheden beskæftiger 10 designere og har til huse i Vermundsgade. Virksomheden er et af mange eksempler på de kreative erhvervs succes i København: Knud Holscher Design har høstet mange fornemme priser i ind- og udland for deres design.



Knud Holscher Design er en kreativ virksomhed.

2.3

Prioritering af rammebetingelser der understøtter vækstiværksættere

"Det er mest effektivt at skabe rammer for at virksomhederne kan vokse."

Direktør
Peter Rohde,
De Grønne Bude A/S

Undersøgelser viser, at iværksætteri genererer 40 % af væksten i et samfund⁵. En international benchmarking-undersøgelse viser, at Hovedstadsregionen ligger i bund i sammenligning med Berlin, Hamburg, Amsterdam, Helsinki, Stockholm og Oslo, når det handler om opstart og udvikling af nye virksomheder⁶. Undersøgelsen viser videre, at der er en lav andel af vækstvirksomheder blandt de nye virksomheder i Hovedstadsregionen. Det vil sige virksomheder, der har en vis vækst og dermed bidrager til konkurrencen og dynamikken i regionerne.

Denne pointe understøttes af, at Hovedstadsregionen i forhold til resten af Danmark har en højere etableringsrate for nye virksomheder. Andelen af nye virksomheder i København og Frederiksberg udgør omkring 7 %, mens den for resten af landet udgør omkring 4 %. Men samtidig at der er en lavere overlevelsesandel. Det kan skyldes et hårdere konkurrenceklima i København, men afspejler også et behov for at se på hvilke typer af virksomheder, der starter og bedre at støtte konsolideringen af nye virksomheder. Her viser undersøgelser, at vidensbaserede virksomheder og virksomheder startet af højtuddannede generelt klarer sig bedst og ofte har en højere vækst.

København skal gøre en aktiv indsats for at øge antallet af iværksættere i Hovedstadsregionen – bl.a. gennem innovation i eksisterende virksomheder. Det er en særlig udfordring at skabe rammebetingelser, som medvirker til at sikre bedre overlevelsesbetingelser og vækstmuligheder.

⁵ "Den danske strategi", Innovationsrådet, 2004.

⁶ Gennemført for Hovedstadens Udviklingsråd af COWI, Inside Consulting og Eskild Hansen i efteråret 2002.



Coloplast i Humlebæk producerer medicinsk udstyr.

COLOPLAST

Coloplast beskæftiger over 6.000 medarbejdere over hele verdenen – heraf knap 2.500 i Danmark. Coloplast udvikler og producerer medicinsk udstyr og service, der forbedrer brugernes livskvalitet – f.eks. stomiprodukter, bandager, proteser og continenshjælpemidler.

En innovativ sygeplejerske, Elise Sørensen, der var kendt for sin store indfølelse for patienter, fik idéen til produkterne, og en forudseende producent – Aage Louis-Hansen, kunne se mulighederne i Elise Sørensens idéer. Det blev kimen til Coloplast, som blev etableret i 1957.

2.4 Københavns Kommune som samarbejdspartner for virksomheder i Øresundsregionen

København har traditionelt inddraget virksomheder, som er beliggende i selve Københavns Kommune i drøftelser om kommunens erhvervspolitik. Men der er en voksende erkendelse af, at både Hovedstadsregionen og Øresundsregionen udgør et sammenhængende arbejds- og boligmarked. Københavns Kommunes erhvervspolitiske initiativer skal række ud over kommunegrænsen.

Virksomheder, som ligger i f.eks. Hillerød, Malmø eller Vordingborg har ansatte, der er bosiddende i København og benytter måske rådgivnings- og revisorvirksomheder, som er beliggende i København. Disse virksomheder kan derfor i ligeså høj grad være relevante for Københavns Kommune, som de virksomheder der ligger indenfor kommunegrænsen.

Københavns Kommune skal i højere grad inddrage vækstvirksomheder fra hele Hovedstadsregionen og Øresundsregionen i drøftelserne om kommunes erhvervspolitik i et løbende arbejde med at udmønte politikken. Det er en særlig udfordring at få etableret rutiner, som sikrer at alle forvaltninger i princippet indtænker alle regionens virksomheder som brugere af de ydelser, de leverer.

"Vi opfatter os selv som en københavner virksomhed, selvom vi ligger i Rødovre Kommune, så når FCK kalder sig byens hold, siger vi at Irma er byens butik.

Erhvervspolitik rækker ud over kommunegrænser, og det skal de huske på rådhuset".

Adm.dir.
Alfred Josefsen,
Irma



3

København og globaliseringen



Udnytte globaliseringens muligheder ved:

- At tiltrække nye investeringer, arbejdspladser og turister til regionen,
- At skabe brugerdreven innovation,
- At synliggøre København og danske virksomheder på den internationale scene.



JMOBILES

JMobiles er et mindre IT-virksomhed, der udvikler software-programmer til bl.a. mobil-telefoner, således at brugeren kan modtage f.eks. nyheder eller sportsresultater på mobilen.

JMobiles blev etableret i 2003 af to unge med pakistansk baggrund.* JMobiles er netop flyttet til lokaler i IT-Væksthuset på 5te. IT-Væksthuset er et nyt miljø, der skal tiltrække og samle nye som etablerede IT-virksomheder og IT-forskere. Det skal udklække innovative idéer, nye vækstvirksomheder og skabe vækst for eksisterende virksomheder.

Blandt JMobiles kunder er Aller, Børsen, MetroXpress og Ekstra Bladet.

* Der er tre medarbejdere i København og 10 udviklere ansat i et datterselskab i Pakistan.

3.1. Nye investeringer, arbejdspladser og turister

København skal fortsætte sit arbejde med at tiltrække nye virksomheder og turister til regionen.

Globaliseringen bliver intensiveret af, at nye informations- og kommunikationsteknologier gør det muligt at kommunikere hurtigere og billigere, hvor man end befinder sig i verdenen. Prisen for transport falder konstant – både for mennesker og varer. Det betyder naturligvis, at virksomhederne løbende udfordres til at udnytte de fordele som regioner tilbyder.

Virksomheder skal for at klare den stadig hårdere konkurrence opdele dens opgaver i hele værdikæden og vurdere hvilke opgaver, der kan løses bedre og billigere andre steder for at kunne klare den stadig hårdere konkurrence.

Tidligere var denne udvikling udelukkende koncentreret om "billige hænder", men i dag er det i lige så stor omfang "billige hoveder". Lande som Indien og Kina uddanner i dag mange tusinder veluddannede. Det stiller krav ikke kun til erhvervslivet men også til den offentlige sektor – herunder hele uddannelsessystemet. Det er derfor vigtigt, at København skaber en platform i fremtidens konkurrencesituation ved at styrke sine kompetenceområder og til stadighed fokusere på nye investeringer og nye arbejdspladser. Som led heri skal København fastholde og udbygge sin position som et trafikalt knudepunkt.

Fonden Copenhagen Capacitys arbejde med at profilere Hovedstadsregionen internationalt, at tiltrække udenlandske investeringer og med at fungere som serviceorgan i forbindelse med udenlandske virksomhedsetableringer i regionen skal prioriteres.

"København er i konkurrence med andre byer i Europa, så hvis den vil overleve, skal den skabe noget, der er helt særligt for byen."

Direktør og kunstnerisk leder
Rosan Bosch,
Bosch & Fjord



FIELDS

Skandinaviens største indkøbscenter Field's åbnede i marts 2004 i Ørestaden. Field's indfrie målet i 2004 om en omsætning på 1,9 mia. kr.

Bygningen rummer i alt 213.000 bruttoetagemeter inklusiv parkeringskælder og tagterasser. Butiksarealet er på i alt 69.000 kvm. Der er ca. 3.000 medarbejdere i alt i Field's.

GATE GOURMET

Gate Gourmet i Kastrup pakker 2,5 millioner flymåltider om året til flyafgange fra Københavns Lufthavn.

Gate Gourmet har ca. 300 faste medarbejdere i Danmark. Med mere end 22.000 ansatte på verdensplan og en samlet produktion af cirka 195.000.000 måltider om året er Gate Gourmet en af verdens førende leverandører af flycatering. Gate Gourmet opererer i mere end 30 lande på 5 kontinenter.

Virksomheden er ejet af den amerikanske virksomhed Texas Pacific Group.



Gate Gourmet tilbereder mad til flyrejser.

Turismeerhvervet er et erhvervsområde, der har fået en stadig stigende betydning for både København og hele Hovedstadsregionen målt i omsætning og antal arbejdspladser. I løbet af de seneste 10 år har turismeerhvervet oplevet en stigning på 50 %. 40% af alle landets turismearbejdspladser er at finde i Hovedstadsregionen. I 1993 udgjorde denne andel "kun" 34 %. En fremtidig samlet regional indsats overfor turisme vurderes derfor også fremover at udgøre et centralt element i Københavns Kommunes erhvervspolitik.

Arbejdet i fonden Wonderful Copenhagen, der har til formål at udvikle erhvervs- og ferieturismen i Hovedstadsregionen og gøre regionen til en attraktiv og konkurrencedygtig turistdestination, skal fortsat prioriteres.

3.2. Brugerdreven innovation

Der er primært to måder at drive innovation på: Den forskningsdrevne innovation, hvor nye forskningsresultater baner vejen for nye produkter, processer m.m. eller den brugerdrevne innovation, hvor virksomheder i tæt samspil med kunder m.m. udvikler nye produkter eller forbedrer allerede eksisterende produkter. Den brugerdrevne innovationskraft er vigtig for danske erhvervsliv, og flere analyser påpeger, at netop danskernes evne til at samarbejde både med hinanden og med kunderne skaber nytænkning og innovation⁷. Danmark er til gengæld dårligere end f.eks. Sverige og USA til at udføre forskningsdrevne innovation. Viden om den brugerdrevne innovation er imidlertid begrænset. Tilsyneladende har ingen lande eller regioner indtænkt brugerdreven innovation i deres erhvervspolitiske strategi.

København skal som den første metropol udvikle en strategi for brugerdreven innovation i samarbejde med virksomheder, vidensinstitutioner m.v.



3.3.

Synliggørelse af København og danske virksomheder

Financial Times har kåret København som "Årets Nordiske By 2004", og København blev nr. 2 som "Årets Europæiske By" efter Barcelona. Byens mangeårige strategi mod at blive Nordens Hovedstad ser nu ud til at bære frugt. 2003 blev også året, hvor København tiltrak flere udenlandske virksomheder end Stockholm, der traditionelt tiltrækker mange internationale virksomheder, og tallene for 2004 tyder på, at København bevarer denne vigtige førerposition.

København er Danmarks vigtigste kort for at tiltrække udenlandske investeringer og internationale kongresser, øge eksporten af varer og viden og dermed sikre gode levevilkår. Også selvom større eller mindre dele af den nuværende produktion og service bliver outsourcet til lande, hvor arbejdskraften er relativt billigere. Derfor skal det prioriteres at synliggøre København på den internationale scene.

Langt størstedelen af Danmarks internationale koncerner er beliggende i Hovedstadsregionen – og tendensen forstærkes.

København skal markeres som den mest dynamiske metropol i Skandinavien, og dermed øges opmærksomheden også om danske virksomheder. Det er en særlig udfordring at sikre, at de mange officielle arrangementer der foregår i kommunen og de mange gæster som modtages på Københavns Rådhus udnyttes til systematisk at formidle kontakter til relevante danske virksomheder.

⁷ Bl.a. "Den danske strategi", udgivet af Innovationsrådet, 2004.



4

Bilag

OSKABER

stilling

dre mat.

VER

MATERIALE

APIR

+ FILM



4.1. **Københavns Kommunes øvrige strategier**

Følgende strategielementer har særlig betydning for kommunens erhvervsstrategi:

KØBENHAVNS KOMMUNES VÆRDIGRUNDLAG, 1999:

København er som Danmarks hovedstad og centrum i Øresundsregionen et kraftcenter for menneskelig, kulturel og økonomisk udvikling på bæredygtigt grundlag. Det giver Københavns Kommune nogle særlige forpligtelser og muligheder for at være udadvendt og udviklingsorienteret. Københavns Kommune er en offentlig servicevirksomhed. Kommunens opgave er at yde service over for borgere og virksomheder, som gør det attraktivt at bosætte sig og investere i byen.

KØBENHAVNS KOMMUNES INTERNATIONALE STRATEGI, 2004:

København skal være en attraktiv og respekteret storby. København skal være en menneskevenlig hovedstad, som rummer en stærk kapital af viden og menneskelige ressourcer. Københavns Kommune skal være ledende i samarbejdet med andre europæiske storbyer. Det seneste tiår er der sket en væsentlig styrkelse af det internationale arbejde i Københavns Kommune. Dette arbejde skal udvikles, så Københavns Kommune bliver aktiv og velkendt på den internationale arena. Københavns Kommune skal gennem sit internationale engagement medvirke til at gøre København til en førende europæisk storby. Et positivt selvværd, formidlet af et godt omdømme, er en afgørende betingelse for udvikling.

KØBENHAVNS KOMMUNES KOMMUNEPLAN, 2005:

Som udgangspunkt for Kommuneplanen 2005 vedtog Københavns Borgerrepræsentation i 2004 to overordnede pejlemærker for byens udvikling:

- København som en international by med en stærk byidentitet,
- København som en by med livskvalitet og et sundt bymiljø.

Grundlaget for at udvikle København som en by med social og kulturel bredde er en økonomisk vækst, som bl.a. skabes i den globale storbykonkurrence. Samtidigt er det en forudsætning for at udvikle attraktive rammebetingelser for fremtidens væksterhverv og tiltrække kvalificeret arbejdskraft, at København udvikles med mangfoldighed i befolkningen og i byen.

4.2. Københavns Kommunes udgifter til erhvervspolitik

Københavns Kommune bruger i 2005 ca. 33 mio. kr. på direkte erhvervspolitiske udviklingsaktiviteter. Hertil kommer den lange række af øvrige kommunale aktiviteter, der har væsentlig betydning for erhvervslivets udviklingsmuligheder, såsom etablering af infrastruktur, forsyningsvirksomhed, daginstitutioner og skoler, kultur- og rekreative tilbud, rådgivning i forbindelse med byggesager, miljøgodkendelser, energiforbrug mv.

Blandt de direkte erhvervspolitiske udviklingsaktiviteter er service overfor iværksættere og de mindre virksomheder (tilskuddet til erhvervscentret EVU), markedsføring overfor turister og udenlandske investorer (Wonderful Copenhagen og Copenhagen Capacity) samt konkrete udviklingsprojekter i samarbejde med virksomheder, forsknings- og uddannelsesinstitutioner og andre offentlige myndigheder.

| Københavns Kommunes udgifter til direkte erhvervspolitiske udviklingsaktiviteter i 2005 (mio. kr.) | |
|--|-------------|
| Iværksættere (EVU) | 9,1 |
| HUR (inkl. WoCo og CoCa) | 17,0 |
| Copenhagen Eventures | 3,5 |
| Københavns Erhvervsråd inkl. projekter | 1,8 |
| Diverse (nyhedsbrev, adm., løn) | 1,6 |
| I alt | 33,0 |





4.3. Arbejdsgruppen

Københavns Erhvervsråd nedsatte i foråret 2004 følgende arbejdsgruppe:

- Adm. dir. **Mai Buch** (formand for arbejdsgruppen)
CompetenceHouse
- Konsulent **Kim Fauerby**
HTS Arbejdsgiverforeningen
- Faglig sekretær **Jan Sten**
Dansk Metal afd. 3
- Borgerrepræsentant **Mogens Lønborg**
- Borgerrepræsentant **Karen Hækkerup**
- Direktør **Anya Eskildsen**
Niels Brocks Handelsskole
- Direktør **Michael Lange**, EVU
- Chefanalytiker **Flemming G. Jørgensen**
Dansk Industri
- **Henrik Holbæk**, *Tools Design*
- Kontorchef **Kaj Ove Christiansen**
Familie- og Arbejdsmarkedsforvaltningen,
- Planlægningschef **Peter Sloth / Jørgen Lund Madsen**
Miljø- og forsyningsforvaltningen
- Uddannelseskonsulent **Kristian Jacobsen**
Uddannelses- og Ungdomsforvaltningen
- Kulturchef **Merete Evers**, *Kultur- og Fritidsforvaltningen*
- Vicedirektør **Steffen Boel Jørgensen**
Bygge- og Teknikforvaltningen
- Vice-direktør **Lau Svendsen-Tune**
Sundhedsforvaltningen
- Chefkonsulent **Jesper Buch Jakobsen**
Økonomiforvaltningen, Københavns Kommune
- Fuldmægtig **Elisabeth Kongsmark**
Økonomiforvaltningen, Københavns Kommune
- Fuldmægtig **Jette Vinther Kristensen** (sekretær for arbejdsgruppen)
Økonomiforvaltningen, Københavns Kommune

Arbejdsgruppen har mødtes i alt 6 gange. Arbejdsgruppen har holdt to temamøder; én om den offentlige sektor og én om globalisering, hvor både eksperterne oplægsholdere og gæster deltog.

