

---

# Kødbyens betydning for København

– indsigt og inspiration til områdets fortsatte udvikling

Udarbejdet for Københavns Kommune, februar 2021



---

For mere information om publikationen eller generelt om IRIS Group, kontakt venligst:

IRIS Group  
Jorcks Passage 1B, 4. sal  
1162 København K

[irisgroup@irisgroup.dk](mailto:irisgroup@irisgroup.dk)  
[irisgroup.dk](http://irisgroup.dk)

# Indholdsfortegnelse

<b>1. Introduktion og sammenfatning .....</b>	<b>4</b>
<b>2. Virksomhederne og den økonomiske aktivitet i Kødbyen .....</b>	<b>6</b>
2.1 Fødevarer og kreative erhverv dominerer .....	6
2.2 Kødbyen tiltrækker iværksættere .....	7
2.3 Den økonomiske aktivitet i Kødbyen.....	8
2.4 Det samlede billede .....	10
<b>3. Kødbyens betydning for kreativitet, innovation og turisme i København.....</b>	<b>11</b>
3.1 Introduktion.....	11
3.2 De fysiske rammer og miljøet i Kødbyen i dag.....	11
3.3 Et velfungerede kreativt distrikt.....	12
3.4 Kødbyens betydning for turismen i København .....	15
3.5 Det samlede billede.....	16
<b>4. Inspiration til Kødbyens fortsatte udvikling .....</b>	<b>18</b>
4.1 Potentialer og udviklingsmuligheder i Kødbyen .....	18

# 1. Introduktion og sammenfatning

Kødbyens udvikling har siden 2005 været styret af en politisk vedtaget vision og strategi med overskriften Kød og Kreativitet. Målet har været at opretholde Kødbyen som en fødevarehub og udvikle et kreativt erhvervmiljø. Kødbyen skal bidrage til livskvalitet og storbykultur i København og skabe vækst gennem kreativitet, innovation og iværksætteri<sup>1</sup>.

Københavns Ejendomme og Indkøb (KEID) har haft ansvar for at sikre en lejersammensætning, som understøtter den politiske vision for Kødbyens udvikling. Det har haft høj prioritet, at nye lejere i Kødbyen er inden for fødevareerhvervet eller inden for de kulturelle og kreative erhverv, og at det er virksomheder, der ønsker at bidrage positivt til områdets udvikling.

Denne analyse belyser den økonomiske aktivitet, der finder sted i Kødbyen, og beskriver, hvordan Kødbyen bidrager til innovation, kreativitet og tiltrækning af turister til København. Analysens væsentligste konklusioner er:

- Det er i høj grad lykkedes at skabe et kreativt erhvervsområde, der kombinerer fødevarevirksomheder med kreative og kulturelle erhverv. Mere end to tredjedele af Kødbyens virksomheder er inden for fokuserhvervene, og Kødbyen har stærk appel til både vækstlaget af innovative iværksættere og til de etablerede fødevarevirksomheder og restauranter med mangeårig historik i Kødbyen.
- Kødbyen fungerer også som et kulturelt og rekreativt åndehul med et varieret udbud af kulturoplevelser og rekreative tilbud, som både tiltrækker københavnere samt danske og udenlandske turister til Vesterbro.
- Kødbyens lejere har stor veneration for området og er optagede af, at Kødbyens diverse miljø og særlige kultur kan fastholdes, så Kødbyen ikke bliver en ny Carlsberg Byen, Torvehallerne II eller Københavns Jomfru Ane Gade.
- Flere af de virksomheder, der i dag har til huse i Kødbyen er følsomme overfor huslejestigninger. Det gælder først og fremmest de mange iværksættere og de mindre virksomheder inden for kulturelle og kreative erhverv, som har relativt begrænset betalingsevne.
- Men det gælder også for en del af de mere veletablerede virksomheder i Kødbyen. Ca. tre fjerdedele af de største virksomheder kan fremvise et positivt resultat i seneste regnskabsår, men der er generelt tale om moderate overskud i størrelsesordenen 0-5 mio. kr. Det må forventes, at mange af de større virksomheder i Kødbyen er hårdt ramt af nedlukningerne som følge af Covid-19 i både 2020 og 2021, og at det vil påvirke kommende regnskaber negativt. Det gælder ikke mindst restauranter, cafeer og natklubber, mv.
- Lejerne oplever, at en vellykket "kuratering" af lejere med afsæt i strategien "Kød og kreativitet" har bidraget til at skabe et særegent miljø. Kødbyen er lykkedes, både som hub for innovation og kreativitet, som kulturelt/rekreativt åndehul og som turistattraktion.
- De nuværende lejere værdsætter rammerne, kulturen og samspillet med de andre lejere. De er rummelige overfor udsatte borgere der bl.a. benytter områdets fixerum, mv., men er sensitive overfor ændringer i lejersammensætningen. Indtog af mere "mainstream", kommercielle aktører

---

<sup>1</sup> Strategi for Kødbyen, KEID, Københavns Kommune (2019).

kan forrykke en skrøbelig balance i de forhold, som giver området "kant", og gør det attraktivt for nuværende lejere.

- Kødbyen er ramme om velfungerende økosystemer for gastronomisk iværksætteri, innovation samt ny kunst og kultur. Flere af Kødbyens kreative virksomheder driver bl.a. residency-programmer og acceleratortiltag, der tiltrækker nyt kreativt talent fra ind- og udland til Kødbyen og til København.
- Kødbyen fremstår som et velfungerende kulturmiljø, der sammen med en interessant restaurant-scene og et imødekommende natteliv tiltrækker både danske og udenlandske turister.
- Kødbyen er et godt eksempel på en bæredygtig turismedestination, hvor lokale københavnere og turister naturligt blander sammen, og Kødbyen er med til at aflaste presset fra turismen og natteli- vet i Indre by.
- Kødbyen rummer betydeligt fremtidigt potentiale både som kreativt erhvervsområde og som attraction. De nuværende lejere ser bl.a. gode perspektiver for at få flere fødevareriværksættere med produktion i Kødbyens lokaler og ved at udvikle og udnytte Kødbyens fælles udearealer langt bedre.
- Potentialerne kan bl.a. høstes ved at frisætte udviklingskraften blandt Kødbyens lejere og styrke samspillet med det øvrige Vesterbro.

Samlet fremstår Kødbyen som velfungerende – både som erhvervsområde og som kulturmiljø og rekreativt område med en vifte af kvaliteter, som mange andre byer bruger mange ressourcer på at udvikle. Området har potentiale til at spille en fremtrædende rolle for kreativitet, innovation og som turismedestination i de kommende år.

Kødbyen udgør også et skrøbeligt miljø, hvor ændringer i lejersammensætning, husleje mv. kan forrykke en kritisk balance, der kan have stor betydning for, om kreative virksomheder og iværksættere også i fremtiden vil slå sig ned og bidrage til områdets fortsatte udvikling og fornyelse.

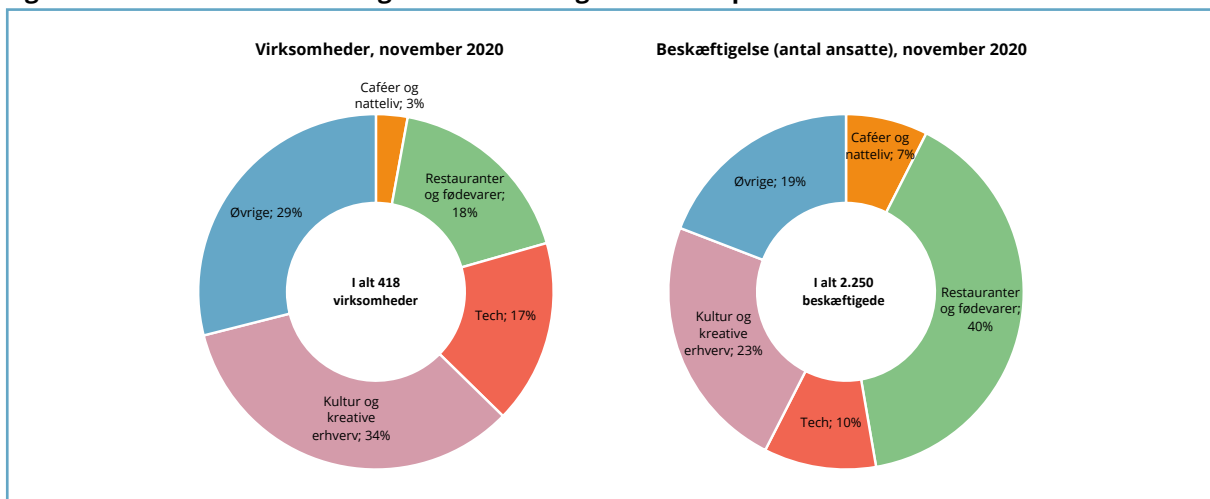
## 2. Virksomhederne og den økonomiske aktivitet i Kødbyen

### 2.1 Fødevarer og kreative erhverv dominerer

Kødbyen er i dag hjemsted for 418 virksomheder og foreninger, der i alt har ca. 2.250 beskæftigede. Til sammenligning var der i 2018 i alt ca. 38.600 virksomheder i Københavns Kommune, med en samlet beskæftigelse på i alt 231.700 årsværk. Kødbyen tegner sig dermed for ca. en procent af alle virksomheder i Københavns Kommune.

Figur 2.1 viser, hvordan Kødbyens virksomheder er fordelt på de særlige fokuserhverv: cafeer og natteliv, restauranter og fødevarer, tech-virksomheder, kultur og kreative erhverv samt kategorien øvrige. Tech-virksomheder dækker over virksomheder, der arbejder med it, digital kommunikation og ny teknologi.

**Figur 2.1. Antal virksomheder og deres beskæftigelse fordelt på erhvervsområder**



Kilde: IRIS Group på baggrund af data fra Bisnode.

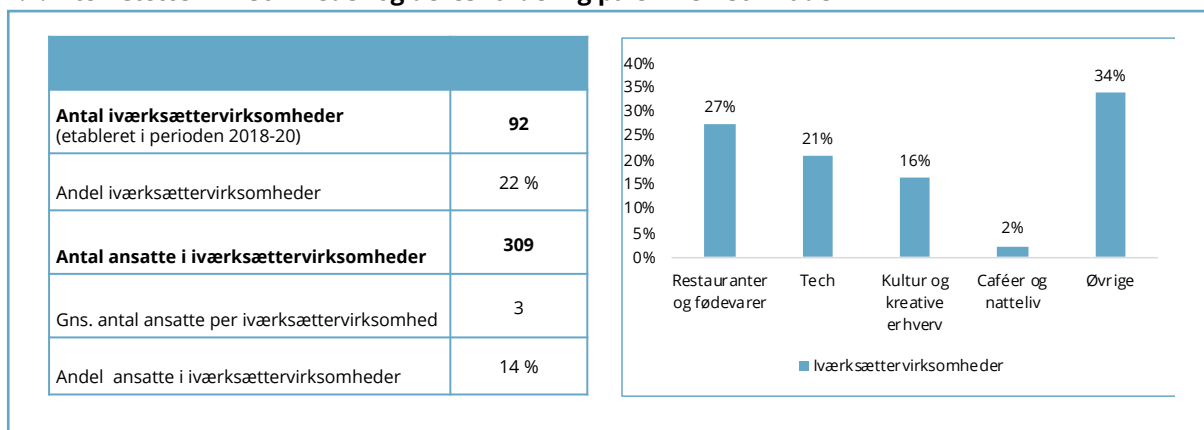
Note: Virksomheder og beskæftigelse er opgjort i november 2020 og er eksklusive holdingselskaber samt offentlige institutioner.

De kulturelle og kreative erhverv tegner sig for 34 procent af virksomhederne. Det er bl.a. udøvende kunstnere, teatre, gallerier, musikskoler, udstillingssteder, mv. Restauranter og fødevarer virksomheder udgør 18 procent af virksomhederne. Tech-virksomheder, der også kan betragtes som en del af de kreative erhverv, udgør 17 procent. Samlet er mere end to tredjedele af alle kødbyens virksomheder og en tilsvarende høj andel af den samlede beskæftigelse inden for de særlige fokuserhverv. Medregnes cafeer og natteliv, er andelen noget højere.

## 2.2 Kødbyen tiltrækker iværksættere

I alt er 92 af virksomhederne i Kødbyen iværksættervirksomheder<sup>2</sup>. Iværksættervirksomheder er virksomheder, som er stiftet inden for de seneste tre år. Tilsammen beskæftiger iværksættervirksomhederne i alt 309 personer, jf. figur 2.2.

### 2.2. Iværksættervirksomheder og deres fordeling på erhvervsområder



Kilde: IRIS Group på baggrund af data fra Bisnode.

Note: Virksomheder og beskæftigelse er opgjort i november 2020 og er eksklusive holdingselskaber samt offentlige institutioner.

Iværksættervirksomhederne udgør i alt ca. 22 pct. af alle virksomheder i Kødbyen, hvilket svarer til niveauet for hele Københavns Kommune<sup>3</sup>. I gennemsnit beskæftiger iværksættervirksomheder i Kødbyen tre medarbejdere. Det indikerer, at Kødbyens iværksættere rummer et vækstpotentiale og allerede i deres første leveår har bidraget til at skabe nye arbejdspladser i Københavns Kommune.

Iværksætterne er bredt fordelt på mange brancher. Omkring to tredjedele af iværksætterne er beskæftiget inden for de særlige fokuserhverv, mens en tredjedel af iværksætterne er i kategorien øvrige. Den største andel iværksættere blandt fokuserhvervene finder man inden for restauranter og fødevarer, som tegner sig for 27 procent af alle iværksætterne.

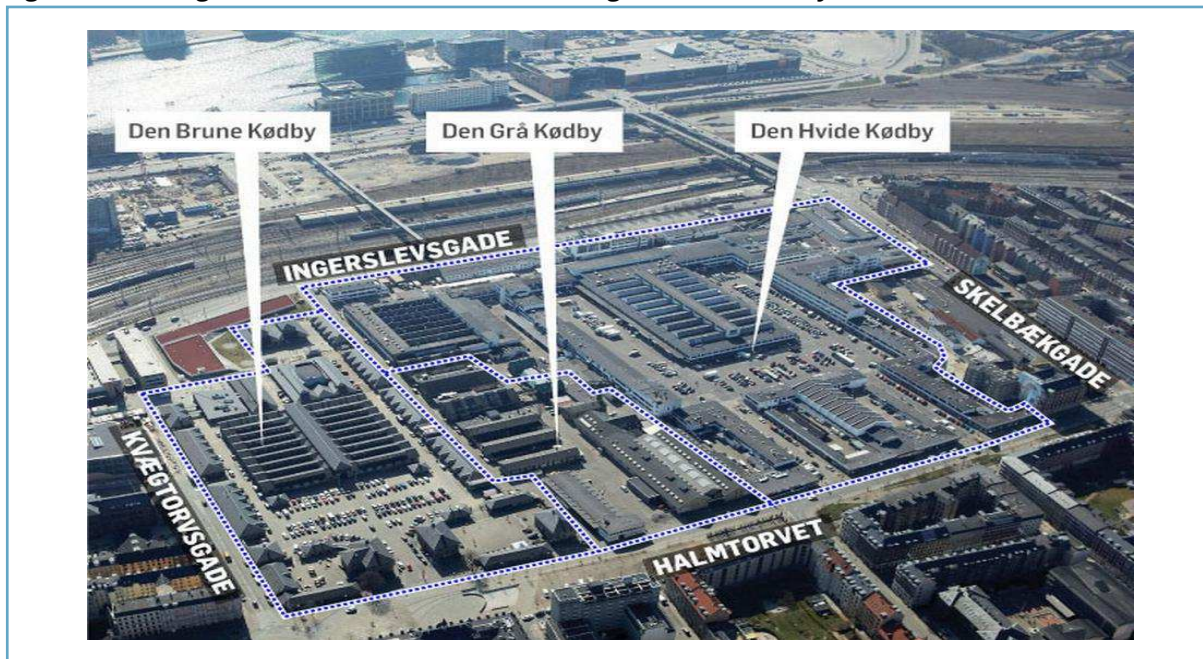
<sup>2</sup> Tallet dækker dog kun de iværksættervirksomheder, der har adresse i Kødbyen. Dertil kommer et betydeligt antal iværksættere, som benytter de mange tilbud til især fødevarerentreprenører (fx delekøkken og acceleratorprogram), som udbydes af bl.a. Kitchen Collective og Food Space (jf. afsnit 3.3).

<sup>3</sup> I 2018 var der 38.570 private virksomheder i Københavns Kommune, hvoraf 8.341 var etableret i perioden 2016-18. Det svarer til, at iværksættervirksomhederne udgjorde ca. 22 pct. af det samlede antal virksomheder i København. Opgjort på baggrund af IRIS Groups kommunedatabase.

## 2.3 Den økonomiske aktivitet i Kødbyen

Kødbyen er et sammenhængende område, der afgrænses af hhv. Ingerslevsgade, Skelbækgade, Halmtorvet og Kvægtorvs-gade. Kødbyen består af hhv. Den Brune Kødbby, Den Grå Kødbby og Den Hvide Kødbby, jf. figur 2.3. De senere år er der taget en række tiltag for at sikre gennemstrømning og åbne de forskellige dele af Kødbyen mod hinanden.

**Figur 2.3. Oversigtskort over Den Brune, Den Grå og Den Hvide Kødbby**



Den Hvide Kødbby udgør det største af de tre områder. Ud af de 418 virksomheder, der har adresse i Kødbyen, har de 345 virksomheder til huse i Den Hvide Kødbby. Det svarer til 82 pct. af alle Kødbyens virksomheder. Den Grå Kødbby tegner sig for 52 virksomheder (12 pct.), mens 21 (5 pct.) af virksomhederne har adresse i Den Brune Kødbby.

Der er forskel på virksomhedssammensætningen i de forskellige dele af Kødbyen. Den Brune og Den Grå Kødbby huser langt overvejende virksomheder inden for kulturelle og kreative erhverv samt iværksætter-virksomheder, mens der er en mere blandet virksomhedssammensætning i den Hvide Kødbby, jf. tabel 2.1.

**Tabel 2.1. Fordeling af iværksættere og virksomheder inden for kulturelle og kreative erhverv**

Antal/andel virksomheder	Virksomheder i alt	Andel af alle virksomheder	Iværksættere og/eller kultur og kreative erhverv	Andel iværksættere/ kultur og kreative erhverv
Den Hvide Kødbby*	345	83%	161	47%
Den Brune Kødbby	21	5%	20	95%
Den Grå Kødbby	52	12%	37	71%
Samlet	418	100%	218	52%

Kilde: Kilde: IRIS Group på baggrund af data fra Bisnode.

Note: \* 42 iværksættervirksomheder og 6 virksomheder inden for de kulturelle og kreative erhverv er placeret i kontorhotellet Soho.



I Den Brune Kødby og Den Grå Kødby er hhv. 95 procent og 71 procent af alle virksomhederne enten inden for de kulturelle og kreative erhverv og/eller unge iværksættervirksomheder.

Et fælles træk ved virksomheder inden for kreative og kulturelle erhverv og iværksættervirksomhederne er, at de ofte har en beskedent indtjening og er afhængige af adgang til lokaler til en overkommelig husleje.

Det gælder også for en stor del af lejerne i Kødbyen, som i de gennemførte interviews giver udtryk for, at de netop har adresse i Kødbyen, hvor der er et inspirerende miljø og et rimeligt huslejeniveau, som afspejler, at der *ikke* er tale om gennemrenoverede, moderne lejemål.

I Den Hvide Kødby finder man et større antal etablerede virksomheder. Det gælder bl.a. en række større fødevarevirksomheder, som har en lang historik i området (fx Inco), samt et antal restauranter og barer (fx Fiskebaren, Jolene og Warpigs), som var blandt de første, der flyttede til Kødbyen for mere end ti år siden. Blandt de større virksomheder er også kontorhotellet Soho og virksomheder inden for innovationsrådgivning som fx Space10, der i dag fungerer som udviklingsenhed for IKEA.

En nærmere gennemgang af de 40 største virksomheder målt på antal beskæftigede i Kødbyen viser bl.a., at 39 af disse virksomheder har adresse i Den Hvide Kødby. De 40 største virksomheder repræsenterer godt halvdelen af den samlede beskæftigelse i Kødbyen og repræsenterer en betydelig værdiskabelse, jf. tabel 2.2.

**Tabel 2.2. Udvalgte nøgletal for Kødbyens 40 største virksomheder**

	Antal ansatte	Bruttofortjeneste	Årets resultat
Samlet for de 40 største virksomheder	1177	319 mio. kr.*	46 mio. kr.
Gennemsnit pr. virksomhed	29	9,4 mio. kr.	1,2 mio. kr.

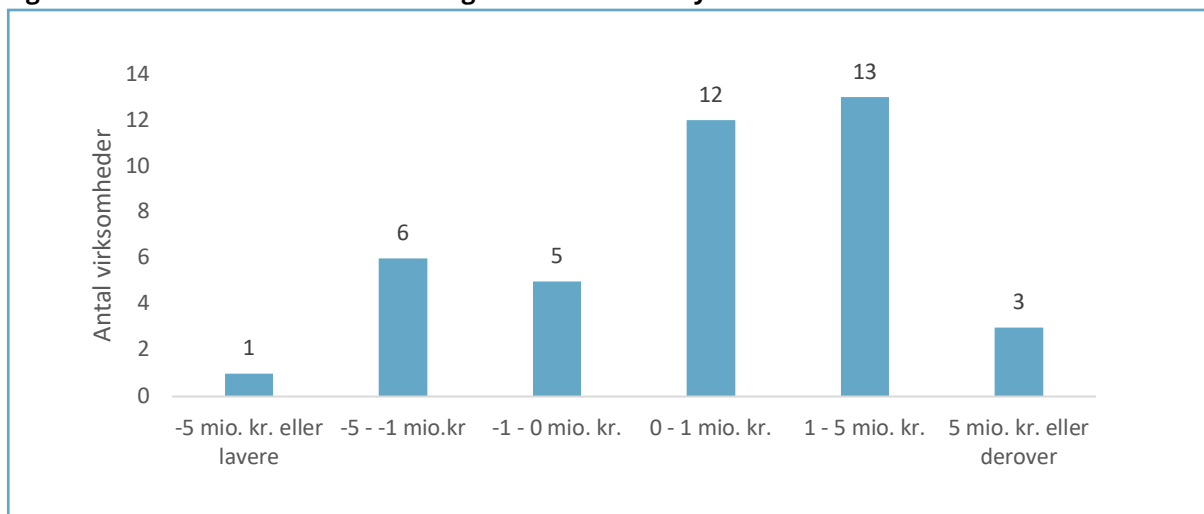
Kilde: IRIS Group på baggrund af data fra CVR-registeret.

Note: Nøgletal er hentet fra det senest tilgængelige regnskabsår (2020 eller 2019). Antal ansatte og årets resultat dækker samtlige 40 virksomheder.

\* Opgørelsen af bruttofortjenesten dækker kun 34 virksomheder, hvor bruttofortjeneste var oplyst i seneste regnskab.

De 40 største virksomheder genererer ifølge de seneste tilgængelige regnskaber en samlet værdiskabelse (bruttofortjeneste) på et godt stykke over 300 mio. kr. pr år. Det samlede resultat for året for de 40 største virksomheder var på 46 mio. kr. i seneste regnskabsår. I gennemsnit har de største virksomheder 29 ansatte, en samlet bruttofortjeneste på 9,4 mio. kr. årligt og et resultat for året på 1,2 mio. kr.

Det gennemsnitlige overskud på 1,2 mio. kr. årligt dækker over betydelige forskelle, jf. figur 2.4.

**Figur 2.4. Årets resultat det seneste regnskabsår for Kødbyens 40 største virksomheder**

Kilde: IRIS Group på baggrund af data fra CVR-registeret.

Note: Nøgletal er hentet fra det senest tilgængelige regnskabsår (2020 eller 2019). Der er oplysninger om årets resultat for alle 40 virksomheder.

28 af de 40 største virksomheder havde et positivt resultat for året, mens 12 virksomheder havde et negativt resultat i seneste regnskabsår. For hovedparten af de større virksomheder er der tale om positive resultater i størrelsesordenen mellem 0 og 5 mio. kr. Kun tre virksomheder havde et årsresultat, der oversteg 5 mio. kr. i seneste regnskabsår.

Det er vigtigt at være opmærksom på, at de seneste regnskabsoplysninger for langt de fleste virksomheders tilfælde vedrører regnskabsåret 2019 og dermed ikke afspejler de økonomiske konsekvenser, som Covid-19 har haft for virksomhederne. Blandt de 40 største virksomheder er bl.a. en række restauranter, hvor det må forventes, at regnskabet for 2020 vil vise en markant tilbagegang i både beskæftigelse, bruttofortjeneste og årets resultat som følge af Covid-19 og den deraf følgende tvangslukning af disse virksomheder i hhv. for-året 2020 og vinter 2020/21.

## 2.4 Det samlede billede

Samlet viser de mange data for Kødbyens virksomheder, at det i høj grad er lykkedes at skabe et kreativt erhvervsområde, der kombinerer fødevarer, kreativitet og kulturelle erhverv. Mere end to tredjedele af Kødbyens virksomheder er inden for fokuserhvervene, og Kødbyen har stærk appel til både vækstlaget af innovative iværksættere og til de etablerede fødevarer- og restauranter med mangeårig historik i Kødbyen.

Men det står også klart, at en betydelig del af de virksomheder, der i dag har til huse i Kødbyen, er følsomme overfor huslejestigninger. Det gælder først og fremmest det store antal iværksættere og de mange mindre virksomheder inden for de kulturelle og kreative erhverv, som har relativt begrænset betalingsevne.

Men det gælder også for en række af de mere veletablerede virksomheder. Ca. tre fjerdedele af de største virksomheder kan fremvise et positivt resultat i seneste regnskabsår, men der er generelt tale om moderate overskud i størrelsesordenen 0-5 mio. kr. Det må forventes, at mange af de større virksomheder i Kødbyen er hårdt ramt af nedlukningerne som følge af Covid-19 i både 2020 og 2021, og at det vil påvirke de kommende regnskaber negativt.

## 3. Kødbyens betydning for kreativitet, innovation og turisme i København

### 3.1 Introduktion

For at belyse Kødbyens betydning og rolle for kreativitet og innovation i København, er der gennemført dybdegående interviews med lederne af ti udvalgte virksomheder, der samlet repræsenterer alle fokuserhverv i Kødbyen. De ti interviewvirksomheder fremgår af boks 3.1 nedenfor.

#### Boks 3.1. Oversigt over interviewvirksomheder

1) Art Hub Cph	6) Inco
2) CPH Food Space/Kitchen Collective	7) Soho/Noho
3) DGI Byen	8) Space10
4) Fiskebaren	9) Warpigs
5) Fotografisk Center	10) Åben

Målet med interviewene har bl.a. været at få viden om, hvordan nuværende lejere vurderer de fysiske rammer og samspillet med de andre virksomheder i Kødbyen i dag.

Interviewene har også givet en større indsigt i, hvordan virksomheder bidrager til at gøre Kødbyen til et omdrejningspunkt for kreativitet og innovation til gavn for Københavns borgere og besøgende.

### 3.2 De fysiske rammer og miljøet i Kødbyen i dag

Langt hovedparten af de interviewede lejere mener, at strategien "Kød & Kreativitet" udgør en god ramme for områdets udvikling. Flere giver udtryk for, at det er lykkedes at udnytte det kommunale ejerskab til aktivt at "kuratere" en lejersammensætning, der understøtter strategien.

Alle de interviewede lejere har stor veneration for Kødbyen og mange giver udtryk for, at de føler et stort medansvar for at bidrage til en fortsat, positiv udvikling af området. De oplever, at dette også gør sig gældende for mange af de nye lejere, der er kommet til.

Generelt har interviewvirksomheder aktivt valgt Kødbyen som ramme for deres virksomhed til trods for, at de fysiske rammer giver en række udfordringer. Bl.a. fremhæver flere, at:

- Det ikke er effektive m<sup>2</sup>, da der er tale om fredede bygninger, som oprindeligt er opført til andre formål. Mange lejere har foretaget store investeringer i indvendig vedligeholdelse og forbedringer.
- Der er et vedligeholdelseftefterslæb på bygningerne, som betyder, at mange lejere bruger en del ressourcer på at løse udfordringer knyttet til de fysiske rammer.
- Det kan være udfordringer forbundet med, at Kødbyen også benyttes af bl.a. stofmisbrugere, der anvender fixerum og andre faciliteter i området, men lejerne udtrykker stor rummelighed.

Ingen lejere ønsker, at Kødbyen skal fremstå poleret og alle er indstillet på at findeløsninger der også sikrer plads til bl.a. stofmisbrugerne. Råheden er en vigtig ingrediens, som gør Kødbyen til noget særligt. Alle de interviewede er optagede af, at Kødbyens diverse miljø og særlige kultur kan fastholdes, og at det undgås, at Kødbyen bliver en ny Carlsberg Byen, Torvehallerne II eller Københavns Jomfru Ane Gade.

De interviewede virksomheder peger på, at det er vigtigt at holde fast i den kreativitet og udviklingskraft, der er i Kødbyen og bl.a. kan tilskrives den store diversitet blandt lejerne, og at lejerne generelt har et stærkt engagement i områdets udvikling.

### 3.3 Et velfungerede kreativt distrikt

Kødbyen fremstår i dag som et velfungerede, kreativt distrikt i byen, hvor udviklingsorienterede virksomheder, kunstnere og iværksættere indgår i værdiskabende samspil og samarbejder om at udvikle og realisere nye ideer. Kødbyen er både et markant knudepunkt for gastronomisk iværksætteri og en hub for innovation, ny kunst og teknologi.

#### Knudepunkt for gastronomisk iværksætteri og fødevareinnovation

Kødbyen danner ramme for omkring 75 virksomheder, der på forskellig vis arbejder med fødevarer. Det gælder både større, veletablerede fødevarevirksomheder med en lang historik i Kødbyen. De tæller bl.a. virksomheder som Inco, Genz kød og Kalu a/s. Kødbyen huser også flere velrenommerede restauranter og en mangfoldig underskov af små, innovative fødevarevirksomheder og iværksættere, der arbejder med nye produkter og nye fødevarekoncepter. Det er fx virksomheder som Planteslagterne og Bug Farm ApS. Samlet beskæftiger de fødevarerelaterede virksomheder i Kødbyen mere end 900 personer.

Kødbyen er bl.a. hjemsted for et aktivt og velfungerede start-up miljø, hvor iværksættere inden for fødevareområdet kan leje sig ind på fleksible vilkår og få adgang til køkkenfaciliteter og testfaciliteter, hvor de kan udvikle og eksperimentere med nye retter og madkoncepter og få professionel vejledning og gennemføre brugertest. Kitchen Collective og Food Space er eksempler på iværksættertiltag, der understøtter Kødbyens strategi om at forene fødevarer og kreativitet.

#### Boks 3.2. Kitchen Collective og Food Space

Kitchen Collective og Food Space er to markante iværksættertiltag, der sammen udgør en kulinarisk rugekasse for iværksættere, der ønsker at udvikle, afprøve og realisere gastronomiske ideer. Både Food Space og Kitchen Collective holder til i Slagtehusgade 11 i Den Grå Kødby. Kitchen Collective tilbyder kulinariske iværksættere mulighed for kontorplads og adgang til delekøkken, der overholder alle krav til fødevareproduktion, hvor nye ideer kan afprøves og udvikles.

Derudover er der adgang til eventspaces med mulighed for at teste produkter og fødevarekoncepter på konkrete brugere. På årsbasis er mere end 50 fødevareiværksættere tilknyttet de fælles faciliteter. Siden starten i 2015 har mere end 400 fødevareentreprenører været igennem Kitchen Collective.

Food Space tilbyder bl.a. et acceleratorprogram, der skal hjælpe fødevareiværksættere til at udvikle stærkere forretningsmodeller og nye salgskanaler. Acceleratorprogrammet giver bl.a. adgang til sparring og mentorservice i samarbejde med COOP Crowdfunding og mulighed for at teste konkrete produkter på hylderne i Irma i en 3 måneders periode.



Flere af de mere etablerede fødevarer virksomheder (fx Inco) peger på, at der er yderligere potentiale for at styrke rammerne for fødevarerentreprenører i Kødbyen. Både blandt de etablerede fødevarer virksomheder og restauranterne er der ønske om, at der kommer endnu flere fødevarer iværksættere med småskala-produktion i Kødbyens butikslokaler.

Flere af de interviewede virksomheder drager paralleller til den udvikling, der har været i Jægersborggade på Nørrebro, hvor det er lykkedes at skabe et inspirerende miljø af små fødevarer virksomheder, interessante spisesteder, mv. De interviewede virksomheder vurderer, at der er gode perspektiver for, at Kødbyen i endnu højere grad kan styrke sin rolle som "hub" for gastronomisk iværksætteri og ny fødevarerinnovation.

### Kødbyen som hub for ny kunst og teknologi

Kødbyen huser mere end 140 kulturelle og kreative virksomheder. Det dækker bl.a. udøvende kunstnere, udstillingssteder, gallerier, undervisningstilbud inden for kunstneriske discipliner, teater- og koncertvirksomhed. Det dækker også over et betydeligt antal virksomheder, der arbejder inden for film og tv-produktion, arkitekter, kommunikationsvirksomheder og virksomheder inden for industrielt design og produktdesign. I alt er mere end 500 personer beskæftiget i Kødbyens mange kulturelle og kreative virksomheder, der både skaber økonomisk aktivitet og gør området til et kulturelt åndehul for københavnere og turister.

De mange kulturelle og kreative virksomheder er med til at gøre Kødbyen til et omdrejningspunkt for nytænkning og innovation med afsæt i nye strømninger og ny teknologi. Et godt eksempel på, hvordan disse virksomheder understøtter den overordnede vision og strategi for Kødbyen er virksomheden Art Hub Cph og deres samarbejder med andre kreative og kulturelle virksomheder i Kødbyen.

### Boks 3.3. Art Hub Cph tiltækker danske og udenlandske kunstnere til Kødbyen

Art Hub Cph ligger i Den Hvide Kødby og arbejder bl.a. for at støtte unge, spirende billedkunstnere i at udøve deres praksis, fremme kunstfaglig forskning samt for at udvikle og nuancere den offentlige kunstdebate.

Art Hub Cph driver bl.a. et residency-program, hvor unge, lovende billedkunstnere fra ind- og udland tilbydes atelier og en professionel ramme omkring deres kunstneriske virke for en periode på et halvt år i lokalerne på Halmtorvet 27.

Derudover arrangerer Art Hub en lang række events, samtaler, workshops mm. med fokus på nye strømninger i kunsten bl.a. gennem månedlige "Morning sessions", Free Lunch Sessions samt den månedlige BAR x, hvor en kunstner eller kunstnergruppe præsenterer eller fremfører et værk med efterfølgende drinks og DJ.

Art Hub Cph bidrager hvert år til at tiltrække en stor mængde kreativt talent fra Danmark og udlandet til Kødbyen i form af de arbejdende kunstnere samt oplægsholdere og tilhørere ved de mange arrangementer og events.



Art Hub Cph har i flere sammenhænge samarbejdet med en række af de øvrige virksomheder og institutioner, der bor i Kødbyen. Det har bl.a. været i form af fælles udstillingssamarbejder med Fotografisk Center og workshops med udvalgte teknologivirksomheder som fx Khora, der også bor i Kødbyen og arbejder med virtual reality. Art Hub Cph og Khora har bl.a. samarbejdet om at arrangere rundbordssamtaler med 30

internationale gæster om VR som fremtidens ultimative kunstform med efterfølgende rundvisning hos Khora og mulighed for at opleve en række VR-kunstværker, som Khora Contemporary har produceret.

Art Hub Cph er et godt eksempel på, hvordan mange af de mindre virksomheder og de kulturelle aktører der drager nytte af de uformelle netværk og samarbejder i stort omfang, og hvordan Kødbyens særegne miljø skaber grundlag for at tiltrække kreativt og kunstnerisk talent til København, jf. nedenstående citat.

*Når vi har større events, kan vi gøre brug af hinandens lokaler, og forplejningen kommer som oftest fra de lokale cafeer og restauranter. Vi har flere konkrete samarbejdsprojekter mellem vores kunstnere og andre aktører i Kødbyen, fx Fotografisk Center og Khora om kunstprojekter, der involverer VR-teknologi. Miljøet i Kødbyen skaber unikke rammer og er med til at gøre vores residency-program attraktivt for unge lovende kunstnere fra ind- og udland, som typisk får atelier på Halmtorvet 27 i en periode på et halvt år."*

Administrationschef Susanne Hviid, Art Hub Cph

### Hub for innovation med internationalt udsyn

Kødbyen er hjemsted for ca. 70 mindre tech-virksomheder og rådgivningsvirksomheder, der arbejder med innovation med afsæt i ny teknologi og nye trends.

Mange af virksomhederne er iværksættere eller små virksomheder, der har fundet en særlig niche, mens andre er udviklingsafdelinger fra større virksomheder. Et konkret eksempel på dette er rådgivningsvirksomheden Space10 i den Hvide Kødby, der rådgiver om innovation og nye forbrugertrends og som har indgået en eksklusiv aftale om udelukkende at arbejde med innovation for IKEA globalt.

#### Boks 3.4. Space10 er globalt udviklingslab for IKEA

Space10 er en international rådgivningsvirksomhed, der arbejder med at forstå nye trends, som forandrer hverdagslivet, samt at skabe innovation og nye løsninger, som bidrager til øget livskvalitet.

Space10 har indgået eksklusiv aftale med IKEA og fungerer som udviklingslab for hele koncernen. Space10 har en bred stab af kreative medarbejdere med international baggrund.

Space10 danner ramme om udviklingsworkshops og ideudvikling for IKEA globalt og tiltrækker innovative medarbejdere fra hele verden, som kommer til Kødbyen for at arbejde eller for at deltage i workshops og innovationsprojekter, der har sigte på at forbedre hverdagslivet for familier globalt.

Space10 driver også et residency-program, som hvert år giver et antal unge, lovende designstuderende fra udlandet mulighed for at sidde i Space10 i Kødbyen og arbejde på projekter, der kan løse konkrete samfundsudfordringer under tæt sparring og vejledning fra medarbejdere i Space10.



### 3.4 Kødbyens betydning for turismen i København

Med sit varierede udbud af oplevelser, forlystelser og kulturtilbud er Kødbyen et rekreativt åndehul for vesterbroborgere og københavnere. Samtidig er Kødbyen en stærk attraktion og en væsentlig komponent i Københavns tiltrækningskraft overfor danske og udenlandske turister.

Kødbyen har gennem mere end et årti været udgangspunkt for en betydelig mængde artikler og anden omtale i internationale medier. Fx skrev The Guardian tilbage i 2009 en større artikel om "Copenhagen's New Cool Neighbourhood", og siden er det blevet til et stort antal beskrivelser i guidebøger og omfattende omtale på online rejsefora og i materiale fra bl.a. Visit Denmark, Visit Copenhagen, mv.

Selvom 2020 har været et udfordrende år for storbyturismen, vurderer bl.a. Wonderful Copenhagen, at storbyturismen vil blive genoprettet og inden for en kort årrække nå samme omfang som i 2019, hvor storbyturister foretog omkring 7. mio. overnatninger i København og omegn.

#### Ønske om en mere bæredygtig turisme

Der er et udbredt ønske om, at turismen genstartes på et mere bæredygtigt grundlag. En nylig analyse fra Wonderful Copenhagen<sup>4</sup> viser, at 81 procent af københavnere er positive over for flere turister, men kun 15 procent mener, at Indre By kan rumme flere turister.

Samtidig viser analysen, at turister, der besøger flere forskellige dele af København, har en bedre oplevelse af byen og er mere tilbøjelige til at komme igen. Andre analyser<sup>5</sup> peger på, at både turister og lokale københavnere efterspørger attraktioner, oplevelser og events, hvor turister og lokale blander naturligt sammen.

Flere faktorer trækker således i retning af, at fremtidens tilstrømning af turister bør spredes til bl.a. brokvartererne, og her er Kødbyen en af de væsentlige attraktioner, der kan trække flere turister til Vesterbro.

Det er især Kødbyens brede udbud af gode restauranter og et mangfoldigt og imødekommende natteliv i kombination med de interessante kulturhistoriske rammer, som er omdrejningspunktet for den internationale omtale og som trækker turister til området.

Et godt eksempel er Kødbyens Fiskebar, der har været genstand for bred international omtale og er en af de restauranter, der tiltrækker et stort antal turister til Kødbyen.

#### Boks 3.5. Kødbyens Fiskebar tiltrækker både lokale og turister til Kødbyen

Kødbyens Fiskebar er etableret i 2009 og ligger i den Hvide Kødby på Flæsketorvet 100. Fiskebaren har fra sin begyndelse satset målrettet på en menu baseret på bæredygtige fisk og skaldyr fanget i Norden. Restauranten har alle år siden starten fået udmærkelsen Bib Gourmant af Michelin-guiden som anerkendelse for deres måltider af god kvalitet til rimelige priser.

Kødbyens Fiskebar har været genstand for betydelig omtale i udlandet. Gennem årene har internationale medier som The New York Times, The Wall Street Journal, BBC, CNN, The Guardian, Time Magazine og en lang række andre onlinemedier bragt



---

<sup>4</sup> Københavns DNA og fremtidige potentialer, Wonderful Copenhagen, 2018.

<sup>5</sup> Travelsat Competitiveness Index, 2018

artikler og omtale af restauranten. I de fleste tilfælde er det artikler, som også rummer en bredere omtale af det særlige miljø og de øvrige oplevelsestilbud i Kødbyen. Restauranten har plads til omtrent 80 spisende gæster og er blandt Kødbyens travleste restauranter. Den internationale omtale betyder, at der særligt i sommermånederne er mange udenlandske turister, som lægger vejen forbi. Anders Selmer, der har været direktør for Kødbyens Fiskebar siden starten i 2009, fortæller, at andelen af turister har været støt stigende. På gode sommerdage er 70-80 procent af alle restaurantens betalinger foretaget på udenlandske kreditkort.

Udover Kødbyens Fiskebar rummer Kødbyen en lang række andre restauranter, barer og natklubber. Et eksempel på Kødbyens imødekomende natteliv er natklubben Jolene, der har ligget i Kødbyen i mere end ti år og som ofte fremhæves for sin afslappede stil og LGBT-venlige atmosfære.

En særlig fordel ved Kødbyens nattelivet er, at området både ligger centralt, men samtidig ikke har naboer tæt på.

Det betyder bl.a. at nattelivet kan udfolde sig relativt frit, uden at det fører til klager fra naboerne over støjgener mv, som det ellers ofte kan være tilfældet i andre kvarterer, som har en mere blandet sammensætning af barer, natklubber og beboelse.

Kødbyen er en veletableret destination, der får betydelig international omtale og bruges aktivt i den officielle markedsføring af København gennem fx Visit Denmark og af omkringliggende hotel- og konferencестeder som fx DGI Byen, når de skal positionere sig i forhold til internationale eventbureauer mv., jf. citatet nedenfor.

*Vi bruger allerede nærheden til Kødbyen meget aktivt i den internationale markedsføring overfor fx konferencearrangører. Der er et stort uudnyttet potentiale. Jeg så gerne, at hele området fra DGI Byen og hele vejen ned til den Hvide Kødby blev udviklet til et sammenhængende, rekreativt og kulturelt åndehul for både byens borgere og turister."*

*Direktør Michael Stensbøl DGI Byen*

### 3.5 Det samlede billede

Lejerne oplever, at en vellykket "kuratering" af lejere med afsæt i strategien "Kød og kreativitet" har bidraget til at skabe et særegent miljø. Kødbyen er lykkedes, både som hub for innovation og kreativitet, som kulturelt/rekreativt åndehul og som turistattraktion. De nuværende lejere værdsætter rammerne, kulturen og samspillet med de andre lejere, men er sensitive overfor ændringer i lejersammensætningen. Indtog af mere "mainstream", kommercielle aktører kan forrykke en skrøbelig balance.

Kødbyen er ramme om velfungerende økosystemer for gastronomisk iværksætteri, innovation samt ny kunst og kultur, hvor bl.a. residency-programmer og acceleratortiltag tiltrækker nyt kreativt talent fra ind- og udland til Kødbyen og til København.

Kødbyen udgør et velfungerende kulturmiljø, der sammen med en interessant restaurantscene og et imødekomende natteliv tiltrækker både københavnere samt danske og udenlandske turister. Kødbyen er et



godt eksempel på en bæredygtig turismedestination, hvor lokale københavnere og turister naturligt blander og er med til at aflaste presset fra turismen og nattelivet i Indre By.

## 4. Inspiration til Kødbyens fortsatte udvikling

Langt de fleste virksomhedsledere, som er interviewet, giver udtryk for en positiv holdning til den udvikling, området har gennemgået de senere år. De fleste lejere mener, at strategien med at satse på fødevarer og kreativitet har været god, og der udtrykkes stor ros for arbejdet med at sikre en lejersammensætning, der aktivt bidrager til at realisere visionerne for området.

Samtlige lejere giver dog også udtryk for, at Kødbyen har en række uudnyttede potentialer. Det gælder både Kødbyens rolle som motor for innovation og kreativ vækst i København og som attraktion, der tiltrækker danske og udenlandske turister til Vesterbro, og fungerer som rekreativt åndehul for københavnernes.

### 4.1 Potentialer og udviklingsmuligheder i Kødbyen

En af Kødbyens styrker er samspillet mellem de oprindelige fødevareraktiviteter og de mange kreative virksomheder. De forskellige erhverv og de kulturhistoriske rammer skaber et særligt miljø, der tydeligt adskiller sig fra, hvad man finder andre steder i København. Mange af interviewvirksomhederne tillægger Kødbyens særlige udtryk stor værdi og netop fraværet af mere "mainstream" kædebutikker mv. er en af de faktorer, der gør området attraktivt for både restauranter, iværksættere og de kulturelle og kreative virksomheder.

#### En fortsat indsats for at styrke lejersammensætningen

Flere virksomheder peger på, at der kunne gøres mere for at tiltrække udviklingsorienterede fødevareraktiviteter og iværksættere med forskellige former for produktion til Kødbyens butikslokaler. Det kunne bl.a. ske ved at opsplitte større lejemål i mindre enheder og i kombination med en målrettet rekrutteringsindsats.

Flere mindre fødevarerproducenter kan både berige og drage nytte af det økosystem for fødevarerinnovation, som allerede eksisterer i Kødbyen. Samtidig kan flere lejere med fødevarerproduktion i mindre skala gøre området mere interessant for besøgende, give større gennemstrømning og dermed også skabe grundlag for flere rentable forretninger i gadeplan. Flere af de interviewede virksomheder så gerne en udvikling, som den der har kendetegnet fx Jægersborggade på Nørrebro, hvor cafeer, restauranter og mindre specialiserede fødevareraktiviteter og kreative virksomheder tilsammen skaber et interessant miljø, der tiltrækker både lokale og turister.

#### Bedre udnyttelse af fællesarealer

Mange af de interviewede virksomheder peger på, at der er et stort potentiale for at udvikle Kødbyens fællesarealer. Der er enighed om, at det naturligvis skal ske under hensyntagen til områdets kulturhistoriske kvaliteter og med respekt for, at mange virksomheder i Kødbyen er afhængige af områdets parkeringsmuligheder. Ønskerne går således først og fremmest på at skabe mere indbydende byrum og lidt flere grønne oaser, som indbyder både lejere og besøgende til at opholde sig og skabe liv i området.

Flere peger også på, at Kødbyens særlige muligheder for at huse events, der både larmer og fylder i det offentlige rum, bør udnyttes langt bedre, fx ved at bruge Kødbyen som ramme for flere udendørs kunst- og kulturevents. Bl.a. fremhæves flere åbne værksteder, teater-, kunst- og madfestivaler, lyskunst i det åbne

rum mv. som tiltag og aktiviteter, de interviewede virksomheder mener kan styrke Kødbyen som rekreativt åndehul og som attraktion, der tiltrækker lokale og turister.

### **Udløse Kødbyens kulturelle og kreative kræfter**

Blandt de interviewede virksomheder er der enighed om, at de kulturelle institutioner, iværksætterne, de mange virksomheder, der arbejder med innovation og fødevarer mv. udgør en udviklingskraft, som med fordel kan frisættes og udnyttes i større omfang, end tilfældet er i dag. Kødbyens lejere har både viden, kompetencer og engagement til at udvikle og drive fællesaktiviteter, der kan styrke områdets attraktionsværdi.

Det forudsætter bl.a., at der skabes klarere spilleregler for, hvordan man kan engagere sig. Konkret peges på, at der skal findes løsninger på, hvordan udenomsarealer i højere grad kan udnyttes med respekt for fredningsbestemmelser og hensynet til nuværende lejere. Det kan også være relevant at se på modeller til finansiering af fælles tiltag, hvor de lejere, som i dag tjener deres penge i Kødbyen, i højere grad bidrager til finansiering af fælles tiltag, events og aktiviteter, der øger områdets attraktionskraft overfor både københavnere og turister.

### **Tættere samspil med det øvrige Vesterbro**

En del interviewpersoner fremhæver, at der med fordel kan udvikles et tættere samspil mellem Kødbyens kreative kræfter og det omgivende Vesterbro. Bl.a. fremhæver interviewpersoner blandt de kulturelle aktører, at Kødbyens kunstnere og kulturelle institutioner i større omfang kunne samarbejde om kunstneriske og kulturelle tiltag, som udfolder sig i det offentlige rum på hele Vesterbro og i det øvrige København.

DGI Byen, der er nærmeste nabo til Kødbyen og bl.a. også varetager driften af Øksnehallen, peger på, at der kan være perspektiv i at udvikle hele området mellem DGI Byen og Kødbyen til et sammenhængende rekreativt og kulturelt åndehul. DGI Byen har årligt mere end 1 million besøgende, hvoraf de ca. 700.000 kommer for at benytte DGI Byens Idrætsfaciliteter, mens mere end 300.000 deltager i konferencer, fagmesser, publikumsevents og fester. DGI Byen oplever allerede, at de mange besøgende også drager nytte af at besøge Kødbyens restauranter, cafeer og natteliv. DGI Byen ser dog et stort potentiale for at udvikle hele området fra DGI Byen og hele vejen ned til Den Hvide Kødby til et sammenhængende, rekreativt og kulturelt åndehul for både byens borgere og turister.

**IRIS GROUP**

JORCKS PASSAGE 1B, 4. SAL | DK-1162 KØBENHAVN K  
IRISGROUP@IRISGROUP.DK | WWW.IRISGROUP.DK