



12. juni 2006

Udlejningsstrategi for Den Hvide Kødby

Baggrund

Borgerrepræsentationen vedtog den 20. januar 2005 visionen om Den Hvide Kødby som hjemsted for kreative erhverv med den tilføjelse, at det skal ske i samspil og respekt med de eksisterende virksomheder i den Hvide Kødby, fordi netop samspillet er det, der kan gøre stedet helt unikt. Borgerrepræsentationen besluttede endvidere, at begrebet ”kreative erhverv” skulle defineres til også at omfatte erhverv indenfor gastronomi.

På baggrund af Borgerrepræsentationens beslutning har Økonomiforvaltningen og Kultur- og Fritidsforvaltningen foranlediget udarbejdelsen af et skitseforslag til, hvordan visionen kan udmøntes.

Med skitseforslaget tænkes Den Hvide Kødby på sigt opdelt i tre hovedzoner til definerings af den fremtidige lejeropdeling. De tre zoner består af:

- en kreativ frizone
- en produktionszone og
- en detailzone.

Den kreative frizone skal være den nye identitetsgivende generator i Den Hvide Kødby. Den skal rumme plads til studerende, der vil starte eget værksted, galleri eller firma i en kortere periode. Frizonen skal ses som en buffer, der forbinder produktionszonen og detailzonen, samtidig vil frizonen være en flydende overgang til den Brune Kødby og dermed skabe en tiltrængt bevægelse på tværs igennem området for offentligheden.

Detailzonen skal rumme detailhandel med fokus på design, fødevarer og kreative erhverv.

Produktionszonen vil rumme de producerende erhverv samt engros-handel.

Det er hensigten, at området skal åbnes ud mod Halmtorvet og her give plads for detailhandel med fokus på design, fødevarer og kreative erhverv og at produktionsvirksomhederne så vidt muligt samles i en zone mod Ingerslevgade.

Udlejningsstrategien

Det kræver en målrettet udlejning at omdanne Den Hvide Kødby til hjemsted for kreative erhverv. Der er tale om en proces som formentlig strækker sig over 10 – 15 år.

Med udgangspunkt i Borgerrepræsentationens beslutning den 20. januar 2005 defineres kreative erhverv i bred forstand, dvs. private erhverv, organisationer og uddannelsesinstitutioner indenfor design, kunst, reklame, musik, dans, film, arkitektur, teater og gastronomi. Det kreative islæt i Den Hvide Kødby er således tænkt at skulle spænde over hele værdikæden fra uddannelse og forskning til organisationer og erhverv i alle former og størrelser.

Udlejningsstrategien fastlægger følgende målsætninger:

- Der skal tilstræbes – målt på antal kvadratmeter – at være en nogenlunde ligelig tilstedeværelse af erhverv inden for kødbranchen/produktion af levnedsmidler/handel en gros, dvs. de eksisterende virksomheder og nye kreative erhverv.
- Der skal ved udlejning til kreative erhverv som udgangspunkt tilstræbes en nogenlunde ligelig balance mellem erhverv/virksomheder, der er veletablerede med en fast kundekreds og erhverv/virksomheder, der er nystartede uden fast kundekreds. Målsætningen må imidlertid ikke anledning til tomgangslejemål.
- Der skal tilstræbes en stor bredde i de kreative erhverv, der lejer sig ind i Den Hvide Kødby.
- Som udgangspunkt skal der udlejes i overensstemmelse med den skitserede zoneopdeling i skitseplanen. Zoneopdelingen er imidlertid ikke definitiv, da udbud og efterspørgsel af lejemål vil kunne bevirke, at zoneopdelingen naturligt flytter rundt, fx i takt med at der frigøres ledige lejemål i Den Hvide Kødby. Herudover vil det være nødvendigt at forholde sig til, hvilke erhverv lokalerne er egnede til at rumme ved genudlejning. En del lejemål er i dag indrettet til produktionsvirksomhed, og genudlejning/ombygning til kreative erhverv kan være så omkostningstungt, at lejemålet reelt ikke kan genudlejes til kreativt erhverv.
- Stueetagerne skal så vidt muligt reserveres til erhverv, der er publikumsvenlige, dvs. kan trække folk ind fra gaden til Den Hvide Kødby. Eksempler på publikumsvenlige erhverv er detailhandel, spisesteder, gallerier, showroom og kreative er-

hverv, der laver tøj, smykker, brugskunst, møbler eller lignende i eget værksted.

- Der lægges vægt på, at især de kreative erhverv har en profil som kan medvirke til et bredt samarbejde mellem eksisterende lejere og kommende interessenter med henblik på at skabe synergi virksomheder/lejere imellem.
- Udlejningen skal så vidt muligt tilpasses lejernes efterspørgsel fx indgåelse af kortvarige lejemål, arbejds- og kontorfællesskaber og eventuel på sigt med mulighed for tilvalg af fælles faciliteter som kantine, reception og mødelokaler.
- Udlejningen skal ske på markedsvilkår og til markedsleje.

Udlejningsstrategien administreres således, at interesserede lejere skrives op med dato for, hvornår de har henvendt sig. Listen over interesserede/potentielle lejere består af 2 lister:

- En liste, hvor interesserede/potentielle kreative lejere skrives op
- En liste, hvor interesserede/potentielle lejere inden for fødevarer skrives op.

Nye lejere til ledige lokaler udvælges fra disse lister, og udvælgelsen samt udlejningen/forhandlingen sker i overensstemmelse med principperne i ovennævnte udlejningsstrategi.

Interesserede/potentielle lejere som ikke er skrevet op på listen, vil også kunne indgå i puljen over interesserede/potentielle lejere og dermed indgå i udvælgelsen, når der skal udlejes/forhandles lejekontrakt for et ledigt lokale.

Lejere som er noteret på listen slettes, når de har stået på den et år uden at være blevet tilbudt et lejemål. Lejer orienteres om sletningen ved opnoteringen.