



14-01-2015

Sagsnr.
2015-0011300

Dokumentnr.
2015-0011300-1

Sagsbehandler
Joo Ran Norreen
Jesper Hyldal
Susanne Skovgaard
Christensen
Michael Ryan Andersen

Initiativer, der fremmer kreative erhverv og kulturturisme

Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik udpeger en række indsatsområder, som bidrager til vækstsikring og øget livskvalitet i København. KFF har været en central bidragsyder og medudvikler af Erhvervs- og Vækstpolitikken inden for de områder, som KFF har ansvaret for. KFF har således i tæt dialog med erhvervslivet og andre relevante aktører identificeret en række initiativer inden for kreative erhverv, turisme og internationalisering, hvor KFF kan bidrage markant til både vækstsikring, storbykultur og livskvalitet. Der er udarbejdet selvstændig initiativpakke vedr. internationalisering. (I februar udarbejdes desuden en pakke, som indeholder initiativer vedr. smart citizen).

København er en åben by med plads til eksperimenter og afprøvning af talenter. Det skaber en kreativ by. De kreative erhverv udgør den største globalt konkurrerende erhvervs-klynge i København med knap 74.000 beskæftigede, og København har sammenlignet med andre vesteuropæiske storbyer 70 % flere beskæftigede inden for kreative erhverv i forhold til sin størrelse. Kreative erhverv er innovative, de har en høj produktivitet og er med til at skabe merværdi i det øvrige erhvervsliv. Københavns styrkeposition inden for de kreative erhverv skal fastholdes og styrkes.

Samtidig er livskvalitet er med til at skabe vækst, da det er en af vores største turistattraktioner, hvor mange turister vælger København som en storbydestination for at opleve vores høje livskvalitet, kultur, gastronomi, arkitektur, demokrati, grønne fokus mv.

De foreslåede initiativer inden for områderne kreative erhverv og kulturturisme bidrager alle til opfyldelse af de målsætninger, som Erhvervs- og Vækstpolitikken udstikker:

- at København er blandt de tre mest attraktive byer i verden,
- at virksomheder i stigende grad arbejder miljømæssigt og socialt bæredygtigt,
- at der skabes 20.000 private arbejdspladser frem mod 2020,
- at der skabes 5% årlig vækst i BNP frem mod 2020.

Kreative Erhverv

Københavns kreative erhverv er med til at skabe vækst og arbejdspladser, brande byen internationalt, og gøre København til en mere attraktiv by for københavnere, turister og internationale talenter.

Kreative erhverv udgør 12 pct. af den private beskæftigelse i Københavns Kommune og stod i 2013 for 28 pct. af alle nye arbejdspladser i den private sektor. Over de seneste 10 år har

KFF Sekretariat

Rådhuset
1599 København V

Telefon
2053 8291

E-mail
suskov@kff.kk.dk

EAN nummer
5798009782601

www.kk.dk

København oplevet en stigning i beskæftigelsen på 14 pct. i de kreative erhverv mod 6 pct. i øvrige erhverv.

Derudover er kreative erhverv med til at øge innovation og vækst i andre brancher. I en stadig mere intens, international konkurrence kan kreative erhverv bidrage til at udvikle, designe og markedsføre andre branchers produkter, så de adskiller sig fra konkurrenternes.

Endelig bidrager de kreative erhverv til at gøre byen mere attraktiv for borgerne med helhedsorienterede og brugervenlige løsninger, herunder i byudviklingen og i kommunens services. Samtidig udvikler de kreative aktører byen ved at kræve alternative rammer og plads til nye innovative projekter. De kreative erhverv er derfor afgørende for, at København fortsat er en førende storby.

Strategisk fokus på kreative brancher

Beskæftigelsesvæksten har over de seneste 10 år været størst i mode, design, arkitektur, film og tv. Disse brancher udgør sammen med tech-branchen (gaming, interaktionsdesign og lyd) samtidig nogle af de største kreative brancher. Det foreslås, at Københavns Kommune har et strategisk fokus på disse brancher. Derudover foreslås det at have fokus på madbranchen som indsatsområde med fokus på udvikling af turismetilbud og madkulturens bidrag til kulturlivet.

Ud over et strategisk fokus på udvalgte brancher vil Københavns Kommune understøtte alle kreative erhvervs rammevilkår. Det gælder dels det kreative vækstlag og kreative iværksættere, dels initiativer, der skal styrke rammevilkårene generelt, herunder også i indretningen af byen med kobling til de kommende københavnermål for storbykulturen.

Der vil til budget 2016 blive arbejdet videre med forslag inden for de forskellige brancher. Til overførselssagen er tech, storbykultur og mad udvalgt som særlige indsatsområder, da der er et særligt udviklingspotentiale inden for disse områder.

Der foreslås følgende initiativer:

Styrkelse af Tech-branchen

Tech-branchen er en branche i kraftig udvikling. København har en stor talentmasse og innovative virksomheder, men branchen er stadig præget af et fragmenteret miljø af mindre virksomheder. Der er behov for øget sammenhæng og forankring i form af interne netværk mellem virksomhederne og i den bredere befolkning i forhold til at gøre det interaktive område til et accepteret og udbredt kulturområde.

Københavns Kommune er allerede involveret i projekter som klyngeorganisationen Interactive Denmark, computerspiluddannelsen Eucroma, Lydens Hus og festivaler som Copenhagen Games.

Det foreslås, at initiativerne inden for Tech-branchen opgraderes. Dels i form af smart city/smart citizen-initiativer, som forelægges særskilt for KFU på et kommende møde og dels via et projekt i samarbejde med Lydens Hus.

Lydens Hus er en samling af virksomheder, der på forskellige måde er specialiseret inden for lyd. Her bidrager KFF til at fremme virksomhedernes muligheder gennem samarbejder om udvikling af nye produkter. Virksomhederne har således mulighed for at få adgang til KFF's faciliteter og kan fx afprøve nye projekter hos KFF's institutioner.

Det vurderes, at der er stort potentiale i fremme af dansk lyd, og at lyd er endnu et eksempel på, hvordan der er sammenhæng mellem kulturoplevelser og nye arbejdspladser. Derfor vil det være en styrke, hvis det nuværende arbejde kan udvides med en mere markant international profilering af Lydens Hus. Dette kan realiseres, hvis der afsættes 0,3 mio. kr. i 2015 til projekter angående Lydens Hus. Midlerne skal dels gå til international profilering (fx medfinansiering til dansk repræsentation ved verdens største festival for interaktive virksomheder, South-Southwest, og profilering på anden vis) og opstartsmidler til innovative projekter (fx et projekt om multimediefortællingen for børn).

Storbykultur

København er en af verdens bedste byer at bo i. Med Københavnermålet storbykultur sættes fokus på Københavns kvaliteter. Storbykulturen handler om at skabe en attraktiv og dynamisk storby, som både er verdens bedste by at bo i, og som tager højde for fremtidens udvikling og krav. Der vil i løbet af 2015 blive udpeget konkrete mål og eventuelt projekter. I overførselssagen indeholder den kreative initiativpakke derfor kun mindre projekter, som kickstarter det videre arbejde med storbykulturen.

Der søges om midler i 2015 til konkrete projekter, herunder 0,4 mio. kr. til sikring af PB43's overlevelse og fortsatte virke som dynamisk eksperimenterende miljø (PB43 har ansøgt om 0,8 mio. kr.). PB43 er et arbejdsfællesskab af virksomheder, foreninger og grupper med tværfaglig ekspertise arbejder med kulturproduktion, produktudvikling, iværksætteri og byudvikling. Der søges endvidere 0,2 mio. kr. til formidling og aktivering af københavnermålet Storbykultur såvel internt i kommunen som eksternt i København, fx film og materiale om storbykulturen samt idékonkurrence for borgere og kreative aktører.

Derudover søges 0,5 mio. kr. til etablering af København som platform for den internationale lykkedagsorden. Af disse bruges 0,25 mio. kr. til konferencen Global Happiness Forum med fokus på livskvalitet, trivsel og lykke (der er ansøgt om 0,5 mio. kr. til Global Happiness Forum) og 0,25 mio. kr. til øvrige aktiviteter under en samlende event Copenhagen Happy Week i samarbejde med Copenhagen Goodwill Ambassadors og andre relevante partnere.

Beijing Design Week 2016

København er inviteret til at være "guest city" under Beijing Design Week 2016, som er en årligt tilbagevendende begivenhed, hvor København i så fald ville følge i Barcelona og Londons fodspor. KFF har fokus på løsninger inden for kreativ vækst, smart vækst og grøn vækst, hvor den kulturelle udveksling er brobygger. Formålet med deltagelsen som særlig æresby er at skabe vækst, turisme og kulturudveksling ved at bruge en række private og offentlige aktører til at udvikle test-cases i og med det kinesiske samfund, til gavn for vidensdeling og vækst for de danske parter.

Der er igangsat en større undersøgelse heraf, og responsen fra aktører er positiv. Der søges om 0,1 mio. kr. i 2015 til forprojektering med henblik på undersøgelse af den konkrete værdiskabelse for København.

Nordic Food Copenhagen - Fortsat styrkelse af Københavns madprofil

København har en stærk profil inden for madområdet, hvorfor der er potentiale ved en yderligere udvikling og skærpet formidling af (større synlighed) af byens mange madtilbud.

På den baggrund har KFF været i dialog med en række centrale madaktører (spisesteder, producenter, eventarrangører o.l.), der efterspørger bedre kontakt og overblik internt i madbranchen, så en fælles profilering af nordisk mad bliver skarpere. KFF arbejder derfor med, hvordan Københavns Kommune kan bidrage til at opbygge bedre interne samarbejdsflader i branchen. Dette kan fx ske via en madklynge, hvor relevante aktører kan gå sammen om konkrete projekter som pakkerejser til turister, samarbejde med diverse events, formidling af (reklame for) nordisk madkultur, bæredygtighedsprojekter o.l. Målet med projekterne er at skabe et større markedsgrundlag for nordisk mad med øget beskæftigelse og styrket kulturprofil for København til følge.

I forlængelse heraf har Bella Centret henvendt sig med et ønske om at afholde en større kongres, der kan samle madproducenterne i Danmark og fremvise kvaliteten ved nordiske råvarer. En sådan kongres vil være et godt afsæt for etablering af en madklynge, og også en mulighed for at omtale nogle af de projekter, som madklyngen gerne skulle have igangsat inden kongressen.

For at igangsætte initiativet om udvikling af mere sammenhængende madtilbud og en skærpet formidling af nordisk mad i København vil der være behov for 0,3 mio. kr. i 2015 til opstartsprojekter for den nye klynge (der vil også blive søgt midler via fonde og partnerskaber til flere projekter) og 0,2 mio. kr. i 2015 til kongressen i Bella Centret.

Tabel 1. Serviceudgifter Kreative erhverv

1.000 kr. – 2015 p/l	2015	2016	2017	2018
<i>Serviceudgifter:</i>				
Events og aktiviteter inden for Tech				
Nye aktiviteter i Lydens Hus, herunder talentudvikling og innovation i samarbejde med KFFs kulturinstitutioner med fokus på erhvervsfremme	300	0	0	0
Storbykultur				
PB43 (Ansøgning modtaget)	400	0	0	0
Global Happiness Forum (Ansøgning modtaget)	250	0	0	0
Eventaktiviteter under Copenhagen Happy Week	250			
Formidling af storbykultur og idekonkurrence	200	0	0	0
Beijing Design Week 2016 Forprojektering	100	0	0	0
Mad				
Udvikling af ny madklynge	300	0	0	0
Kongres for madproducenter i Bellacentret (Ansøgning modtages ultimo januar)	200	0	0	0
Serviceudgifter i alt	2.000	0	0	0

Turisme

Med overdragelsen af Københavns Turistinformation fra Wonderful Copenhagen til KFF er Københavns Kommune pr. 1. januar 2015 blevet en central regional turismeudviklingsaktør, hvor særligt vores mangeartede kulturinstitutioner er attraktive for danske og internationale turister.

Københavns Kommunes styrkede indsats og fokus på turismeområdet afspejler en vision om at tiltrække flere turister til Hovedstadsregionen, styrke byens vækstdagsorden, samt skabe mere og bedre turistinformation, -services og oplevelsesprodukter til danske som udenlandske turister i Hovedstadsregionen. Samtidig understøtter overdragelsen af Københavns Turistinformation til Københavns Kommune regeringens ambition om at forbedre styringen og organiseringen af hele turismefremmeindsatsen i Danmark.

Udover ønsket om at innovere og nytænke den regionale turistinformation og -service (initiativer der allerede er igangsat og finansieret ved budgetaftalen 2015), foreslås følgende initiativer til yderligere at styrke samt skabe indhold til Københavns Kommunes turismearbejde.

Copenhagen Christmas Festival – platform for kulturelle og kommercielle aktiviteter

Der ønskes etableret en julefestival som platform for en række kulturelle og kommercielle aktiviteter i primært indre København, men med forbindelser til byens mange kvarterer. Aktiviteterne tager udgangspunkt i byens særtegn, og promoverer hverdagsaktiviteter såsom vinterbadning i havnen, ny nordisk mad og livet i kulturinstitutioner. Festivalen giver ligeledes mulighed for at promovere aktiviteter i resten af byen såsom den kommende skibakke, skøjteløb osv. Hermed adskiller København sig fra andre kendte destinationer for juleshopping, hvormed der skabes vækst i byen og turisterne får en nytænkende og anderledes oplevelse.

Der søges om 0,7 mio. kr. i 2015 samt efterfølgende 0,5 mio. kr. årligt.

Forslaget og projektet udarbejdes i samarbejde med BIF.

Turisme i KFF's institutioner

KFF har en betydelig styrke i arbejdet med kulturturisme, som tager udgangspunkt i kulturhusenes og museernes arbejde. Her er københavnernes hverdagsliv interessant, da byen de seneste år har oplevet stor international anerkendelse, som verdens mest "liveable" city. Med udgangspunkt i 4 temaer – Det grønne København, Det maritime København, Det gastronomiske København og Demokrati og samfund – udvikles og udvides tilbud og pakker til turisterne, som viser vores by fra en anderledes side over for turister fx en oplevelsesrute på cykel, hvor aktiviteter fra museer til kulturhuse kombineres, flere madlavningskurser, folkekøkkener o. lign.. Der søges om 1,5 mio. kr. årligt i varige midler samt 0,5 mio. kr. i 2015 og 2016 til etablering og indkøb af materiale.

Tabel 2. Serviceudgifter Turisme

1.000 kr. – 2015 p/l	2015	2016	2017	2018
<i>Serviceudgifter:</i>				
Copenhagen Christmas Festival (Ansøgning modtages snarest)	700	500	500	500
Turisme i KFF's institutioner	1.500	1.500	1.500	1.500
Serviceudgifter i alt	2.200	2.000	2.000	2.000

Tabel 3. Anlægsudgifter Turisme

1.000 kr. – 2015 p/l	2015	2016	2017	2018
<i>Anlægsudgifter:</i>				
Turisme i KFF's institutioner	500	500	0	0
Anlægsudgifter i alt	500	500	0	0