



KF17 Kreativ vækstpakke (rev. 2. september 2015)

01.09.2015

Baggrund

Kreative erhverv bidrager til at skabe vækst og arbejdspladser i byen. De kreative erhverv udgør ca. 12 pct. af den private beskæftigelse med over 30.000 jobs i Københavns Kommune og ca. 55.000 i regionen. Den kreative vækst er en af Københavns styrkepositioner og derfor med i erhvervs- og vækstpolitikken som fokusområde på linje med grøn og sund vækst.

Kreative erhverv har derudover en betydning for innovationen i andre erhverv, og de bidrager til at skabe en spændende og levende storby.

Der er dog stadig udfordringer i forhold til at udnytte potentialet ved de kreative virksomheder fuldt ud. Det handler blandt andet om mulighed for at udvikle produkter, om at udvikle og styrke forretningsmodeller, om at skalere og internationalisere virksomhederne, om at tiltrække talenter og tilvejebringe kapital samt om at skabe flere offentlige-private samarbejder.

Derfor er en styrkelse af de kreative erhverv et fyrtårnsprojekt i handleplanen for 2015 under erhvervs- og vækstpolitikken.

Indhold

København har en række styrkepositioner inden for kreative erhverv, herunder film, mad, arkitektur, design og teknologi. Der foreslås følgende indsatser, der kan styrke vækst, beskæftigelse, innovation og udvikling i byens kreative erhverv samt understøttelse af en attraktiv storby:

1. Fysisk innovation og kreative kompetencer inden for arkitektur, design, tech og byudvikling
2. København som filmby
3. København som modeby
4. København som centrum for Nordisk mad
5. Bedre byrum som løftestang for vækst og kreativitet
6. Festival om kreativ innovation, iværksætter og teknologi
7. Worldpride og Eurogames i København i 2021

1) Fysisk innovation og udvikling af kreative kompetencer inden for arkitektur, design, tech og byudvikling

Hvis den teknologiske udvikling udnyttes på den rigtige måde indenfor de mere traditionelle fag (f.eks. arkitektur, håndværk, byudvikling og design), er der potentiale for ny vækst. Den teknologiske udvikling har potentiale til både at skabe ny vækst og innovation i samspil med traditionelle fag som arkitektur, håndværk, byudvikling, design mv. Det kan ske ved styrkelse af innovationsmiljøer, herunder i tilknytning til værksteder/fablabs. På trods af, at der findes en række offentlige labs, fablabs, makerspaces o.l. i Danmark, er der endnu ingen institutioner, der har realiseret det fulde vækst- og innovationspotentiale i fysiske innovation ved at koble det med en stærk partnerskabsmodel. Et værksted bygget op

Eksekveringsparat?

	JA / NEJ
Udvalgsbehandlet	Udvalgsbehandlet i KFU: Projekt 1,2,3,7,8 Udvalgsbehandlet i BIU: Nej Udvalgsbehandlet i TMU: Projekt 10 og 11: Nej Projekt 13: Ja
Kan igangsættes uden yderligere udvalgsbehandling	JA (KFU) JA (BIU) JA (TMU)

Bydel
Alle bydele

omkring stærke partnere i København vil kunne markere sig internationalt.

Derfor foreslås det, at etablere følgende projekter:

- Projekt 1: Etablering af nyt værksted (fablab) for virksomheder, iværksættere og offentlige parter i tilknytning til Bryghusprojektet under Langebro. Værkstedet skal udstyres med med lasercuttere, 3D-printere, træværksted og metalværksted mv., hvor virksomheder, iværksættere og offentlige parter kan prototype og udvikle nye fysiske produkter og løsninger. Værkstedet vil tage udgangspunkt i partnerskabsbaseret innovation, hvor offentlige, private, uddannelsesinstitutioner, borgere og kreative kan mødes omkring digitale, fysiske og teknologiske innovationsprocesser, der vil føre til nye løsninger og viden/forskning inden for bl.a. byudvikling og smart city. Blandt partnerne er pt. DAC og DDC. Det forventes at værkstedet vil være selvfinansierende på sigt. Der henvises til det selvstændige budgetnotat 'Etablering af Fab Lab under Langebro'.
- Projekt 2: Etablering af miniFablabs på 4 kulturinstitutioner. Udvidelse af Kultur Valbys Fablab ved at etablere minilabs på 4 kulturinstitutioner med uddannelse af fablab-undervisere. Fokus er på læring for børn og unge og bidrager til at skabe bred forankring af innovative kompetencer inden for teknologi og fysisk produktion. Der henvises til det selvstændige budgetnotat 'Etablering af mini fablabs på fire kulturinstitutioner'.

Det foreslås, at der afsættes 3,9 mio. kr. i anlæg til etablering af fablab under Langebro og 1,275 mio. kr. i anlæg til etablering af minifablab i 2016 og hhv. 2,8 til værksted under Langebro og 11,1 mio. kr. til minifablab i service i perioden 2016-2019.

2) København som filmby

Dansk film er internationalt anerkendt. Danske instruktører, skuespillere og virksomheder inden for special- og visual effects har etableret sig på det internationale marked. Danske tv-serier eksporteres og oversættes til andre sprog. CPH:DOX er en af verdens største dokumentarfilmfestivaler. Den københavnske filmbranche er kendt for sin effektivitet og kvalitet og kan tiltrække internationale produktioner.

København og hovedstadsområdet har indtil 2013 haft en udfordring i forhold til at tiltrække internationale film- og tv-produktioner til hovedstadsområdet, idet de valgte området fra til fordel for regioner med filmfonde. Copenhagen Film Fund blev etableret for at imødekomme denne udfordring og har haft gode resultater i forhold til at skabe yderligere vækst. En fortsat stærk filmbranche er dog afhængig af, at København fortsætter sin satsning på København som filmby. Det gælder et fortsat engagement i Copenhagen Film Fund i forhold til tiltrækning af interna-

tionale produkter samt i Copenhagen Film Festivals, som bidrager som markedsføringsplatform og til at sætte København på verdenskortet.

For at sikre København som international filmby foreslås det at fortsætte og øge kommunens bidrag til følgende projekter:

- Projekt 3: Copenhagen Film Fund.
Tiltrækning af internationale film- og tv-produktioner til hovedstadsområdet for at skabe vækst og arbejdspladser i filmbranchen og relaterede erhverv i Greater Copenhagen. Fonden har i sin første periode (2013-2015) med et samlet budget på ca. 35 mio. kr. skabt en omsætning i filmbranchen og relaterede erhverv på 135 mio. kr. Ud fra en vurdering om, at 75 % af produktionerne ikke ville være kommet til Danmark, betyder dette en værditilvækst (BNI) på mellem 92-164 mio. kr. Det svarer til, at filmfondens investeringer giver en økonomisk værdi på mellem 3 og 6 gange investeringen. Derudover har fonden skabt mellem 70-100 nye arbejdspladser årligt, heraf 55 direkte relateret til filmproduktion. Effekterne er næsten dobbelt så gode som forventningerne ved etableringen og flere af de internationale produktioner har lagt mere produktion i hovedstadsområdet end nødvendigt. Der henvises til det selvstændige budgetnotat 'Copenhagen Film Fund'.

Det er lykket fonden at gøre udenlandske produktioner opmærksomme på hovedstadsområdets effektive og dygtige filmbranche, hvilket betyder, at det fremover bliver lettere at tiltrække nye produktioner til området. For at bygge videre på den gode udvikling, søger fonden om en tredobling af fondskapitalen.

Filmfonden bidrager til vækst og beskæftigelse, herunder til opfyldelse af vækstmålet om 5 % stigning i BNP samt til markedsføring af København som filmby.

- Projekt 4: Copenhagen Film Festivals.
København har en række filmfestivaler, som er med til at understøtte dansk filmproduktion og -industri. De største er CPH:PIX; CPH:DOX og Buster, som er samlet i Copenhagen Film Festivals. CPH:DOX er en af verdens største dokumentarfilmfestivaler og spiller en væsentlig rolle for danske dokumentarister, mens CPH:PIX giver det brede publikum adgang til film, der ikke vises i øvrige biografteater. Derudover er der mulighed for synergi mellem Copenhagen Film Fund og de investeringer, fonden foretager, samt filmfestivalerne. Filmfestivalerne er med til styrke filmmiljøet samt at gøre København til en attraktiv by for filmproducenter såvel som publikum og borgere.

Det foreslås, at der afsættes 38,1 mio. kr. til Copenhagen Film Fund og 20,9 mio. kr. til Copenhagen Film Festivals i service i alt i perioden 2016-19.

3) København som modeby

De kreative erhverv udgør med ca. 12 pct. af den private beskæftigelse en vigtig branche i København. På landsplan eksporterer modebranchen beklædning og fodtøj for ca. 29 mia. kr. årligt og er dermed en af Danmarks største eksportbrancher. Det er samtidig en branche i vækst. Modebranchens omsætning voksede med 2,1 pct. fra 2013-2014. Samtidig steg værdien af eksporten med ca. 9 pct. i samme periode.

Danish Fashion Institute (DAFI) er en erhvervsorganisation, der arbejder for at udvikle, positionere og internationalisere dansk mode. DAFI skal i 2015 lægges ind som et datterselskab under en ny erhvervsdrivende fond kaldet "Design Society". Design Society etableres i et samarbejde mellem DAFI, Dansk Design Center, og INDEX. Under Design Society defineres DAFI som et almennyttigt selskab, der har til formål at forbedre rammebetingelserne for modebranchen på et branche- og samfundsmæssigt niveau. Reorganiseringen vil sikre, at Københavns Kommune kan yde støtte til DAFI i overensstemmelse med statsstøttere reglerne.

En vigtig del af formidlingen af dansk mode sker via afholdelsen af de to årlige modeuger under Copenhagen Fashion Week (CFW). Modeugerne har udviklet sig til at være både kommercielle og kulturelle begivenheder med modeshows, events og aktiviteter, der breder sig over hele byen og involverer såvel modeprofessionelle som byens indbyggere og turister. Dette gavner ikke blot byens modebranche, men også bredere i detailhandlen, hotel- og restaurationsbranchen m.fl. Det er en af Københavns største årligt tilbagevendende internationale begivenheder.

For at fastholde og styrke Københavns status som international modeby foreslås det at fortsætte og øge kommunens bidrag til følgende initiativer:

- **Projekt 5: Danish Fashion Institute (DAFI)**
Kommunens tilskud vil gå til gennemførelse af en række aktiviteter og tilbud, der samlet set har til formål at støtte, udvikle, internationalisere og positionere dansk mode. Det drejer sig bl.a. om Copenhagen Fashion Summit (topmøder om bæredygtighed i modebranchen), initiativer der bidrager til vidensløft i modevirksomhederne ift. bæredygtig produktion, udvikling af en forbrugerguide til bæredygtig shopping i indre by ("the green walk"), og udmøntning af Modebranchens Ethiske Charter i samarbejde med Landsforeningen mod spiseforstyrrelser og selvskade (LMS).
- **Projekt 6: Copenhagen Fashion Week (CFW)**
Kommunens støtte vil sikre, at byens borgere fortsat kan blive involveret i modeugen gennem de folkelige og kulturelle arrangementer i Copenhagen Fashion Festival. Festivalen består hver gang af ca. 100 åbne begivenheder, som sætter fokus på mode såvel som modens sammenhæng med bredere emner såsom bæredygtighed, etik og kultur.

Det foreslås, at der afsættes 1,5 mio. kr. i 2016 til DAFI (der er tidligere for 2016 givet tilsagn på 1,0 mio. kr. til DAFI og 1,1 mio. kr. til CFW). Det foreslås, at der afsættes 2,5 mio. kr. årligt til DAFI i 2017-19. Endelig foreslås det, at der afsættes 1,5 mio. kr. årligt til CFW i 2017-19. Det er en forudsætning for støtten til CFW, at midlerne udelukkende anvendes til ikke-kommercielle aktiviteter såsom Copenhagen Fashion Festival.

4) København som centrum for nordisk mad

København er kendt for sit nordiske køkken, michelinstjerner og højt-estimerede restauranter. Mad-området skaber allerede i dag opmærksomhed på København og arbejdspladser i hovedstadsområdet. Der er gennem de sidste 5 år skabt ca. 6000 arbejdspladser i hovedstadsområdet, hvilket er højere end i mange andre brancher. Dette er sket så trods af, at madbranchen ikke har gjort så meget for at løfte den samlede synlighed på mad, og at København ikke har gjort så meget for aktivt at brande sig selv som madby. For at fastholde positionen som centrum for nordisk mad, sikre fortsat vækst og innovation i branchen, skabe et mere sammenhængende netværk og bygge videre på den succes, som madbranchen allerede har skabt, herunder i oplevelsesøkonomisk og turisme sammenhæng, foreslås følgende projekter:

- Projekt 7: Greater Copenhagen Food Week.
En uge, hvor store producenter (fx Carlsberg og Arla) og mindre madaktører (street food o.l.) sammen sætter fokus på København som madby, danske madproducenter og madoplevelser (madkultur). Projektet bidrager til at profilere og udvide markedet og skabe vækst og beskæftigelse i madbranchen. Der henvises til det selvstændige budgetnotat 'Greater Copenhagen Food Week'.
- Projekt 8: Inkubator for food
Der er over de sidste 5 år etableret ca. 5.000 nye danske arbejdspladser inden for madområdet. Den seneste trend er street food og madmarkeder. Da Street food-aktørerne har et mere varieret aktivitetsniveau end almindelige spisesteder, kræver det andre former for faciliteter. Madvækstfabrikken skal skabe et fælles miljø inden for madbranchen, øge markedet inden for street food samt skabe gode innovationsvilkår for et fag i vækst. Madvækstfabrikken kan placeres i Kødbyen sammen med fx Copenhagen Cookings sekretariat e.l. Der henvises til det selvstændige budgetnotat 'Inkubator for food i Kødbyen'.

Det foreslås, at der afsættes 2 mio. kr. i service i perioden 2016-17 til Inkubator for food og 2 mio. kr. i service i perioden 2016-17 til Greater Copenhagen Food Week.

5) Bedre byrum som løftestang for vækst og kreativitet

København skal være en attraktiv by for borgere, virksomheder og kreative aktører. Det opnås blandt andet ved at stille byen til rådighed for byens kreative, kulturelle og erhvervsdrivende aktører.

Især Kødbyen har gennemgået en rivende udvikling inden for de senere år. Byområdet var oprindeligt bygget til slagte-industri, men huser nu kreative udadvendte erhverv i tæt sameksistens med de traditionelle erhverv. Der er i Kødbyen indenfor en kort årrække skabt et rigt og varieret byliv med mange erhvervs- og kulturtilbud og aktiviteter.

Foreningen af lejere i Kødbyen ønsker en forlængelse af ”kvartermanager” ordningen i 2016-19. Kvartermanageren er en kommunalt ansat koordinator, der i en forsøgsperiode har arbejdet for at udvikle Kødbyen i tæt samarbejde med ejendomsadministration, myndigheder, virksomheder/lejere, erhvervsfremmeaktører m.fl. Det har bl.a. ført til etablering af det populære fødevaremarked på Flæsketorvet (”Mad og Marked”) i sommerperioden. For at fastholde den positive udvikling forventes det, at der i de kommende år vil blive behov for en række nye initiativer, bl.a. nytænkning af parkeringsordningen, etablering af små byrum, mere cykelparkering, og etablering af gratis WIFI.

Den Hvide Kødby er én af kommuneplanens kreative zoner, mens Godsbaneterrænet, hvor Lokomotivværkstedet ligger, er udpeget som potentialeområde for kreative erhverv. På den anden side af Enghavevej ligger Copenhagen Skatepark sammen med Københavns Projekthus, StreetMekka, AFUK og Bavnehøj Idrætsanlæg. Der er behov for at koble de tre kreative kerneområder tættere sammen, eventuelt med cykelsti.

Et andet af Københavns ikoniske byrum er Strøget - byens mest eksklusive handelsegade og en af landets største turistattraktioner. Erhvervsorganisationen bag Strøget, KBH K - Commerce & Culture, søger midler til udvikling af et ideoplæg for Strøget og de tilstødende kvarterer og sidegader. Ideoplægget skal komme med forslag til konkrete initiativer, der kan styrke områdets nuværende position som en førende shopping destination - både nationalt og internationalt. Mulige initiativer er flere begivenheder og kultur på Strøget og omkringliggende pladser, flere tematiserede markeder og festivaler af høj kvalitet, en styrket international markedsføring af Strøget og indre by overfor international detailhandel og detailhandelens investorer, løsninger på manglen på cykelparkering m.m. Et mere attraktivt og velfungerende byrum vil skabe øget vækst i detailhandlen, vækst i kreative erhverv, samt bedre oplevelser for beboere, turister og andre tilrejsende.

København huser i dag en række forskellige events, festivaler, markeder og andre begivenheder, og det er blevet nemt at søge tilladelse til at bruge byens rum. I årevis har eventarrangører, markeder, stadeholdere og andre erhvervsdrivende og aktører i byens rum dog efterspurgt en løsning, der gør det muligt, nemt og billigt at få adgang til strøm i byens parker og pladser. I dag findes der imidlertid ingen billige, selvbetjente strømstik i byen.

- Projekt 9: Kvartermanager i Kødbyen

Forlængelse af kvartermanagerordningen i Kødbyen. En styrket markedsføring af Kødbyen gennem et øget aktivitetsniveau i byrummet vil skabe synlighed omkring Kødbyen som destination og vil tiltrække flere besøgende i både dag- og aften timerne.

- **Projekt 10: Flere cykelparkeringspladser i Kødbyen**
Der anlægges 100 nye cykelparkeringspladser på offentlig vej tæt op til Flæsketorvet. Det skal sikre en større kapacitet, der bedre matcher byens behov og give bedre fremkommelighed for bløde trafikanter.
- **Projekt 11: Etablering af kreativ zone**
Der udarbejdes en plan for etablering af en samlet kreativ zone omkring Copenhagen Skatepark, Godsbaneterrænet og Den Hvide Kødby mhp. frembringelse af et politisk beslutningsgrundlag til medio 2016. Planen udarbejdes i dialog med grundejere, brancher, lokaludvalg og andre relevante aktører.
- **Projekt 12: Strøget som attraktion**
Udvikling af et idéoplæg på baggrund af en åben dialogproces, hvor relevante aktører inviteres og får mulighed for at identificere konkrete behov og mulige initiativer og ideer. Processen gennemføres i et samarbejde mellem relevante forvaltninger og organisationer som f.eks. Dansk Design Center m.fl. Idéoplægget er første skridt i en proces, der skal give et løft til Strøget på samme måde, som det er sket i Grønnegade.
- **Projekt 13: Selvbetjente strømudtag i byens rum**
Etablering af 26 selvbetjente strømstik med i alt 159 strømudtag i Fælledparken og Valbyparken, samt opgradering af 43 strømstik og nyetablering af selvbetjente strømstik på 11 pladser i den øvrige by.

Det foreslås, at der afsættes:

- a) 1,0 mio. kr. årligt i 2016-19 i service til fortsættelse af kvartermanager-funktionen i Kødbyen.
- b) 0,15 mio. kr. i anlæg i 2016, samt 0,015 mio. kr. årligt i varig service fra 2017 og frem, til etablering af cykelparkering i Kødbyen.
- c) 0,7 mio. kr. i anlæg i 2016 til udarbejdelse af en plan for en samlet kreativ zone omkring Copenhagen Skatepark, Godsbaneterrænet og Den Hvide Kødby.
- d) 0,5 mio. kr. i 2016 i service til idékatalog til udvikling af Strøget.
- e) 13 mio. kr. i anlæg i 2016 og 7 mio. kr. i anlæg i 2017 til selvbetjente strømudtag i byens rum.

6) Festival om kreativ innovation, iværksætterier og teknologi

Innovation er centralt for at skabe vækst og arbejdspladser. Men virksomhederne i hovedstadsregionen halter bagud, når det gælder innovati-

on. Med erhvervs- og vækstpolitikken arbejdes der for at cementere Københavns styrkepositioner inden for bl.a. den kreative klynge.

Trailerpark Festivalen - en årlig festival i København for musik og kunst – har søgt kommunen om støtte til et nyt initiativ, der skal gøre teknologi og innovation til en central del af festivalens aktiviteter. Festivalens nye koncept, Trailerpark I/O, står for Input/Output og symboliserer mødet mellem kreativitet, teknologi og menneskelig interaktion.

Trailerpark ønsker med I/O festivalen at udvikle sig fra en relativt lille musik- og kunsthøjsfest (ca. 5.000 gæster) til også at blive en toneangivende begivenhed inden for tech-området. Det sker pba. et succesfuldt pilotprojekt i 2015, der tiltrak 700 deltagere, herunder internationale aktører som Google og Ikea Global, samt danske aktører som Apple Music Danmark og Founders House. Festivalens ambition er at sætte fokus på København som et internationalt centrum for innovation, teknologi og kreativitet på samme måde, som CPH:DOX vil gøre København til centrum for dokumentarfilm, og Copenhagen Fashion Week for mode.

Forud for festivalen arrangeres ti workshops med kreative og innovative talenter fra Danmark og udlandet, bl.a. spiludviklere, ingeniører, programmører, iværksættere, etablerede virksomheder og kunstnere. Målet er at udvikle nye ideer, oplevelser og produkter, der kan præsenteres på festivalen som en del af programmet. Festivalens program omfatter herudover også foredrag af toneangivende profiler inden for teknologiområdet, interaktive udstillinger, musikoplevelser, filmforevisninger m.m.

- Projekt 14: Trailerpark I/O
Et initiativ som Trailerpark I/O er - foruden at være et kulturelt tilbud - også med til at sætte fokus på potentialer og innovative kræfter inden for det kreative vækstlag. Aktiviteterne før og under festivalen rummer kimen til skabelse af nye produkter og iværksættervirksomheder som følge af det øgede samarbejde på tværs af fagområder og ekspertiser.

Trailerpark Festivalen søger om kommunal medfinansiering til I/O indsatsen på 0,4 mio. kr. årligt i 2016-19. Der vil arbejdes for, at indsatsen spiller konstruktivt sammen med kommunens øvrige initiativer inden for innovation og kreativ vækst, eksempelvis det nye Innovationshus.

7) Worldpride og Eurogames i København i 2021

Rejseguiden Lonely Planet udnævnte i 2014 København til verdens mest LGBT-venlige by (Lesbian, Gay, Bisexual og Transgender). Københavns status på dette område repræsenterer et betydeligt vækstpotentiale i forhold til at tiltrække endnu flere turister fra den købestærke LGBT-gruppe. LGBT turister rejser oftere, bliver længere og bruger flere penge end gennemsnittet ("double income no kids"-segmentet).

Copenhagen Pride og Pan Idræt gik i 2014 sammen om oprettelsen af foreningen Happy Copenhagen med henblik på at gøre København til vært for en LGBT mega-event i 2021 – samme år som Copenhagen Prides 25 års jubilæum. Happy Copenhagen søger om kommunal medfinansiering til arbejdet med at få sportsbegivenheden EuroGames og menneskerettighedsbegivenheden WorldPride til København i 2021.

Eurogames blev første gang afholdt i Holland i 1992 og er i dag den største tilbagevendende LGBT sportsbegivenhed i Europa. Ved EuroGames 2015 i Stockholm konkurrerede 5.000 deltagere i 30 sportsgrene over fem dage. Der var ifølge arrangørerne 250.000 gæster.

World Pride er en international begivenhed, der afholdes hvert femte år, og har til formål at fejre LGBT-miljøet og støtte kampen for anerkendelse og rettigheder bl.a. via parader, kulturelle begivenheder og menneskerettighedskonferencer.

Planen er, at de to begivenheder skal afvikles samtidig. Happy Copenhagen vurderer, at de tilsammen har potentiale til at blive den største LGBT begivenhed i verden i 2021 og vil tiltrække op imod 300.000 gæster til København. En så stor event vil understrege, at København lever op til sin status som verdens mest LGBT-venlige by, og en global markering af København som en spændende og innovation region, hvor kultur og menneskerettigheder trives.

- Projekt 15: Happy Copenhagen
Der gives kommunal støtte til den budproces, der skal få EuroGames og WorldPride til København i 2021. En væsentlig del af budprocessen er en omfattende markedsføringsindsats, der har til formål at skabe et positivt image af København som en mangfoldig, kreativ og grøn storby og dermed også en attraktiv LGBT-destination.

Det foreslås, at der afsættes 2,25 mio. kr. i alt i 2016-18. Midlerne skal bruges på løn og kontorhold for det danske sekretariat samt på udgifter forbundet med markedsføring og branding af København strategisk ift. det globale LGBT-segment.

Overordnede målsætninger og effekter

Indsætterne vil bidrage til at opnå Københavns Kommunes målsætning i Erhvervs- og Vækstpolitikken om skabelse af 20.000 nye private arbejdspladser frem mod 2020, skabelse af en mere attraktiv by samt øge innovation og innovative virksomheder.

Tabel 1: Oversigt over aktiviteter og afledt effekt

(Del)aktivitet	Afledt effekt*
<ul style="list-style-type: none">Fysisk innovation og udvikling af kreative kompetencer inden for arkitektur, design, tech og byudvikling ved etablering af fablab under Langebro samt minifablabs på kulturinstitutioner	<ul style="list-style-type: none">Udnyttelse af innovativt potentiale i samspil mellem fysiske og teknologiske brancherProduktudvikling for virksomheder og udvikling af nye byløsningerStyrkelse af kreative iværksættereUdvikling af kreative kompetencer hos børn og unge
<ul style="list-style-type: none">København som filmby – Copenhagen Film Fund og Copenhagen Film Festivals	<ul style="list-style-type: none">Jobskabelse og vækst i filmbranchen og relaterede erhverv med en økonomisk gevinst på op til 6 gange investeringen. Nuværende effekter fra Copenhagen Film Fund med et budget på 35 mio. kr. har skabt et forbrug på 135 mio. kr., en værditilvækst på 92-164 mio. kr. og 210-300 arbejdspladser. En tredobling af fondens budget vil skabe 550 mio. kr. i BNI og 1000 arbejdspladser.Eksposering af film – herunder danske film, filminstruktører mv.Involvering af det brede publikum
<ul style="list-style-type: none">København som modeby	<ul style="list-style-type: none">Øge jobskabelse og vækst i modebranchen.At skabe national og international interesse for København som et vækstområde inden for iværksætteri, kreativitet, mode og design.Styrkelse af Københavns internationale position som et centrum for grøn omstilling af modebranchen - en af verdens mest ressourcerkrævende industrier.Copenhagen Fashion Festival giver Københavnerne og andre mulighed for at involvere sig i modeugerne og gøre København mere attraktiv.Tiltrækning af turister og besøgende udefra og derved en øget omsætning i relaterede turismeerhverv.
<ul style="list-style-type: none">København som centrum for nordisk mad	<ul style="list-style-type: none">Øge vækst og beskæftigelse inden for mad- og oplevelsesindustrien ved at koble kommercielle og kulturelle mad-aktiviteterTiltrækning af turister ved fokus på madkulturSkabe innovation i madkulturen og -branchenStyrke mad-iværksættere
<ul style="list-style-type: none">Bedre byrum som løftestang for vækst og kreativitet	<ul style="list-style-type: none">København bliver kendt som en førende shopping destination - både nationalt og internationalt.

	<ul style="list-style-type: none"> • Fastholde og udvikle arbejdspladser i detailhandlen. • Videreudvikling af Kødbyen som et kreativt, kulturelt og gastronomisk centrum – og udvikle sammenhængen med byens øvrige kreative zoner (bl.a. Cph. Skatepark området). • Reduktion af CO₂-udledning. • Bedre rammevilkår for små erhvervsdrivende, der agerer i byrummet (events, markeder, gadehandel). • Bedre adgang for borgerne til at skabe oplevelser og aktiviteter i byens rum. • Mere liv i parkerne og på byens pladser.
<ul style="list-style-type: none"> • Festival om kreativ innovation, iværksætteri og teknologi 	<ul style="list-style-type: none"> • Understøtte Greater Copenhagens styrkeposition inden for kreativ vækst, samt at øge antallet af innovative virksomheder. • En international begivenhed i København, som tiltrækker og samler kreative og innovative talenter fra hele verden. • Skaber muligheder for at danske studerende, iværksættere, kunstnere, designere og virksomheder mødes og samarbejde på tværs af brancher samt få adgang til netværk, som ellers ikke er tilgængeligt i København. • Antallet af deltagere skal øges fra ca. 700 til 1.500 frem mod 2019.
<ul style="list-style-type: none"> • Worldpride og Eurogames i København i 2021 	<ul style="list-style-type: none"> • Understøtter en række indsatsområder i erhvervs- og vækstpolitikken, herunder udviklingen af København som en grøn, kreativ og smart by med høj livskvalitet, styrkelse af den internationale tiltrækningskraft, og mål om at tiltrække turister fra nye markeder. • En international begivenhed i København, der vil styrke byens image som en mangfoldig og progressiv storby. • Markedsføring af København som attraktiv destination overfor et meget købestærkt, internationalt turismesegment. • Happy Copenhagen forventer, at 2021 eventen vil tiltrække op imod 15.000 registrerede deltagere. Herudover forventes der op imod 300.000 tilskuere/besøgende. • Happy Copenhagen anslår, at eventen har et turismeøkonomisk potentiale på 140 mio. kr.

Økonomi

Tabel 2. Serviceudgifter

(1.000 kr. – 2016 p/l)	2016	2017	2018	2019	I alt
Indsats 1: Fysisk innovation og udvikling af kreative kompetencer inden for arkitektur, design, m.fl.					
<i>Projekt 1: Etablering af fablab under Langebro (KFF)</i>	1.900	900			2.800
<i>Projekt 2: Etablering af miniFablabs på 4 kulturinstitutioner (KFF)</i>	2.700	2.750	2.800	2.850	11.100
Indsats 2: København som filmby					
<i>Projekt 3: Copenhagen Film Fund (KFF)</i>	8.100	15.000	15.000	-	38.100
<i>Projekt 4: Copenhagen Film Festivals (KFF)</i>	2.000	6.300	6.300	6.300	20.900
Indsats 3: København som modeby					
<i>Projekt 5: Danish Fashion Institute (BIF)</i>	1.500	2.500	2.500	2.500	9.000
<i>Projekt 6: Copenhagen Fashion Week (BIF)</i>	-	1.500	1.500	1.500	4.500
Indsats 4: København som centrum for Nordisk mad					
<i>Projekt 7: Greater Copenhagen Food Week (KFF)</i>	1.000	1.000			2.000
<i>Projekt 8: Inkubator for food (KFF)</i>	1.000	1.000			2.000
Indsats 5: Bedre byrum som løftestang for vækst og kreativitet					
<i>Projekt 9: Kvartermanager i Kødbyen (BIF)</i>	1.000	1.000	1.000	1.000	4.000
<i>Projekt 10: Byrumsforhold – Cykelparkering i Kødbyen (TMF)</i>		15	15	15	45
<i>Projekt 12: Stroget som attraktion (BIF)</i>	500				500
<i>Projekt 13: Selvbetjente strømudtag i byens rum (TMF)</i>					
<i>Indtægter</i>	-250	-500	-500	-500	-1.750
<i>Udgifter</i>	250	500	500	500	1.750
Indsats 6: Festival om kreativ innovation, iværksætteri og teknologi					
<i>Projekt 14: Trailerpark I/O (BIF)</i>	400	400	400	400	1.600
Indsats 7: Worldpride og Eurogames i København i 2021					
<i>Projekt 15: Happy Copenhagen (BIF)</i>	1.000	750	500	-	2.250
I alt	21.100	33.015	29.915	14.465	98.795

Tabel 3. Anlægsudgifter

(1.000 kr. - 2016 p/l)	2016	2017	2018	2019	I alt
Indsats 1: Fysisk innovation og udvikling af kreative kompetencer inden for arkitektur, design, tech og byudvikling					
<i>Projekt 1: Etablering af fablab under Langebro (KFF)</i>	3.900				3.900
<i>Projekt 2: Etablering af minifablab på 4 kultur- og fritidsinstitutioner (KFF)</i>	1.275				1.275
<i>Projekt 10: Byrumsforhold – Cykel-parkering i Kødbyen (TMF)</i>	150				150
<i>Projekt 11: Etablering af kreativ zone omkring Copenhagen Skatepark, Lokomotivværkstedet og Kødbyen (TMF)</i>		700			700
<i>Projekt 13: Selvbetjente strømudtag i byens rum (TMF)</i>	13.000	7.000			20.000
I alt	18.325	7.700			26.025

Bilag. Tekniske oplysninger

Tabel 4. Fordeling mellem udvalg på styringsområde

Forvaltning (1.000 kr. - 2016 p/l)	Styrings-område	2016	2017	2018	2019	I alt	*
TMF	Service		15	15	15	45	
	Anlæg	13.150	7.700			20.850	*
KFF	Service	16.700	26.950	24.100	9.150	76.900	
	Anlæg	5.175				5.175	*
BIF	Service	4.400	6.150	5.900	5.400	21.850	
I alt		39.425	40.715	29.915	14.465	124.520	

Tidligere afsatte midler

Tabel 4. Tidligere afsatte midler på området – Copenhagen Film Fund

(1.000 kr., løbende p/l)	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Budgetaftale 2012	6.600*	6.600	6.600	-	-	-	-
Overførselssagen for 2011 til 2012							
Budgetaftale 2013							
Overførselssagen for 2012 til 2013		6.600					
Budgetaftale 2014							
Overførselssagen for 2013 til 2014							
Budgetaftale 2015					6.900		
Overførselssagen for 2014 til 2015							
Afsatte midler i alt	6.600	13.200	6.600	-	6.900	-	-

* Bevillingen blev overført til 2013.

Tabel 5. Tidligere afsatte midler på området – Copenhagen Filmfestivals

<i>(1.000 kr., løbende p/l)</i>	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Fast bevilling	700	700	700	700	700	700	700
Budgetaftale 2010	2.100	2.200	2.200				
Budgetaftale 2014/festivalpulje				1.000			
Budgetaftale 2015				1.300	2.300		
Afsatte midler i alt	2.800	2.900	2.900	3.000	3.000	700	700

Tabel 6. Tidligere afsatte midler på området – DAFI og Copenhagen Fashion Week

<i>(1.000 kr., løbende p/l)</i>	2012	2013	2014	2015	2016
Budget 2010 (DAFI)	1.000	1.000			
Budget 2011 (CFW)	1.100	1.100	1.100		
Budget 2011 (DAFI)	1.000	1.000	1.000		
Budget 2013 (DAFI)		1.000	1.000		
Budget 2013 (DAFI)		1.000			
Budget 2014 (DAFI)			1.500	1.500	
Overførselssagen for 2013 til 2014 (CFW)			500		
Overførselssagen for 2013 til 2014 (DAFI)			200		
Budget 2015 (DAFI og CFW)				2.100	2.100
Afsatte midler i alt	3.100	5.100	5.300	3.600	2.100

Tabel 7. Tidligere afsatte midler på området – Kvartermanager i Købbyen

<i>(1.000 kr., løbende p/l)</i>	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Overførselssagen 2013-14			500				
Overførselssagen 2014-15				550			
Afsatte midler i alt			500	550			

Tabel 8. Tidligere afsatte midler på området – Trailerpark I/O

<i>(1.000 kr., løbende p/l)</i>	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Budgetaftale 2015 / festivalpulje				100			
Afsatte midler i alt				100			

Tabel 9. Tidligere afsatte midler på området – Happy Copenhagen Events

<i>(1.000 kr., løbende p/l)</i>	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Overførselssagen 2014-15				500			
Afsatte midler i alt				500			