

Høringssvar til udkast til en samlet Erhvervs- og vækstpolitik for Københavns Kommune

Høringssvar

1. Kommuner

Albertslund kommune	1
Brøndby Kommune	2
Frederikssund Kommune	4
Helsingør Kommune	5

2. Lokaludvalg

Amager Vest Lokaludvalg	7
Amager Øst Lokaludvalg	9
Christianshavns Lokaludvalg	12
Indre By Lokaludvalg	13
Nørrebro Lokaludvalg	18
Valby Lokaludvalg	21
Vanløse Lokaludvalg	24
Vesterbro Lokaludvalg	26
Sundby Lokalråd	28

3. Erhvervsorganisationer

Copenhagen Finance IT Region (CFIR)	29
Dansk Byggeri	30
Danske Busvognmænd	32
DI Hovedstaden	33
Horesta	38
Haandværkerforeningen i København	40
Tekniq (Installatørernes Organisation)	45
Dansk Erhverv	49

4. Virksomheder

DesignLab Råstof Aps	51
Tivoli	52

5. Vidensinstitutioner

KEA, Københavns Erhvervsakademi	53
Københavns Universitet	55

6. Faglige Organisationer

FTF	56
LO Hovedstaden	57

7. Andre

Væksthus Hovedstadsregionen	58
Danmarks Naturfredningsforening	59
Goodwill Ambassador Corps	60

8. Borgere

Palle Christoffersen	89
Fire anonyme borgere på Indre By Lokaludvalgs hjemmeside (fremsendt af lokaludvalget)	90

Opsamling fra dialogmøder

Erhvervsservice, uddannelse og beskæftigelse	92
Virksomhedernes samspil med Københavns Kommune om indkøb, test og innovation	97
Internationalisering, turisme og internationalisering talent	101
Attraction and retention of international companies and investment	103



Københavns Kommune
Center for Byudvikling
Rådhuset - Rådhuspladsen 1
1599 København V

Høringsvar: Forslag til Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik

Dato: 24. september 2014
Sags nr.: 14/12316

Til Københavns Kommune,
Under titlen *Sammen om vækst og arbejdspladser – et erhvervsvenligt København* har Københavns Kommune d. 2. september 2014 sendt forslag til Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik i høring med svarfrist d. 20. oktober 2014.

Albertslund Kommune glæder sig over Københavns Kommunes initiativer for vækst og beskæftigelse samt politikkenes tre mål, der ikke alene vil gavne Københavns borgere, men også borgerne i hele regionen og resten af Danmark.

Vi vil gerne bruge anledningen til at anerkende flere af de initiativer, som Københavns Kommune ønsker at tage.

Gennem samarbejdet om Den fokuserede Vækstdagsorden og i en lang række store samarbejdsprojekter m.m. har Albertslund Kommune arbejdet med innovation, vækst og internationalisering indenfor en regional ramme. Vi anerkender derfor også, at København sammen med kommuner og regioner på Sjælland vil styrke såvel de regionale rammer som samarbejdet og brændingen af Sjælland (og Sydsverige) under navnet *Copenhagen* indenfor rammerne af Copenhagen Business Region.

Albertslund Kommune deler ønsket om at skabe et sammenhængende arbejdsmarked og infrastruktur, og vi vil fortsat aktivt engagere os i samarbejdet om vækst, innovation, byudvikling og internationalisering, herunder også styrke klynge samarbejdet.

Albertslund Kommune bifalder desuden det strategiske samarbejde om en fælles ny strategi for erhvervsfremme, som også regeringen har lagt op til i Vækstpakke 2014.

Vi ser frem til at følge, hvordan strategien omsættes i konkrete handleplaner.

Med venlig hilsen


Steen Christiansen
borgmester

BORGMESTEREN

Nordmarks Allé 2
2620 Albertslund

www.albertslund.dk
albertslund@albertslund.dk
T 43 88 88 88

Brøndby Kommune

Til Center for Byudvikling, Københavns Kommune

Brøndby Kommune tager nedenstående mail med forslag til Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik til orientering.

Med venlig hilsen

Nina Gundlach Jørgensen



BRØNDBY KOMMUNE

Brøndby Kommune, Centralforvaltningen
Borgmestersekretariatet
Park Allé 160, 2605 Brøndby
Telefon: 43 28 22 55
Mail: nina@brondby.dk
Web: www.brondby.dk

Signerede/kryperede emails kan sendes til mig på adressen central@brondby.dk

Frå: Fællespostkasse Center for Byudvikling [<mailto:cbu@okf.kk.dk>]

Sendt: 2. september 2014 17:00

Til: Henriette Haulund Christensen

Emne: Høring vedr. Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik

Vi sender dig hermed forslag til Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik, som er blevet til i dialog med bl.a. Københavns Erhvervsråd, der består af repræsentanter fra københavnske virksomheder, uddannelsesinstitutioner og organisationer.

Dialogen er rygraden i erhvervs- og vækstpolitikken, og i Københavns Kommune vil vi også fremadrettet være i løbende dialog med en bred skare af virksomheder, uddannelsesinstitutioner, erhvervsorganisationer og faglige organisationer i København.

Fire ambitiøse mål -- fem vækstfaktorer

København har rollen som Danmarks vækstmotor, men halter bagud ift. sammenlignelige storbyer. Vi har derfor sat os tre mål med erhvervs- og vækstpolitikken:

- 5 % årlig vækst i Københavns Kommune frem mod 2025
- 20.000 nye private arbejdspladser i Københavns Kommune frem mod 2025
- København er blandt de tre mest attraktive byer i Europa at bo i.

Økonomiudvalget besluttede i forbindelse med sin behandling af erhvervs- og vækstpolitikken, at der skal udarbejdes en fjerde målsætning, som skal sikre, at Københavns erhvervsliv bidrage til bæredygtighed. Det skal signalere, at Københavns Kommune fremmer virksomheder, der tager socialt ansvar, bidrager til et bedre miljø og sikrer ordentlige arbejdsvilkår.

Det er ambitiøse mål, som vi tror på kan realiseres.

Erhvervs- og vækstpolitikken indeholder 5 vækstfaktorer.:

- Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet
- Strategisk byudvikling
- Samspil om innovation
- Uddannelse og beskæftigelse
- Internationalisering.

Med udgangspunkt i disse vækstfaktorer vil vi i samarbejde og dialog med lokale virksomheder udvikle konkrete vækst- og jobskabende initiativer.

Dialog skaber resultater

I efteråret fortsætter vi dialogen omkring konkrete aktiviteter på erhvervsområdet med henblik på at udvikle en handleplan for erhverv og vækst.

Din mening er vigtig for os, og vi modtager derfor gerne kommentarer til politikken og input til konkrete initiativer på høringsportalen <http://www.blivhoert.kk.dk/> inden d. 20. oktober.

Vi glæder os til det fremtidige samarbejde.

Med venlig hilsen

Frank Jensen
Overborgmester

Anna Mee Allerslev
Beskæftigelses- og integrationsborgmester

Morten Kabel
Teknik- og miljøborgmester

Carl Christian Ebbesen
Kultur- og fritidsborgmester



Dato
29. september 2014

Sagbehandler
KRASIM

Sag.nr.

Vækstudvalget

**Forslag til Københavns kommunes Erhvervs- og vækstpolitik -
høringsvar**

Frederikssund Kommune har den 2. september 2014 modtaget forslag til en samlet erhvervs- og vækstpolitik for Københavns kommune.

Vi har med interesse gennemlæst forslaget og skal på den baggrund fremkomme med følgende kommentar:

København Kommune er en af de tunge spillere i Copenhagen samarbejdet, som netop nu er ved at tage form. Samarbejdet forventes at blive retningsgivende for arbejdet med erhvervsudviklingen i hovedstadsregionen. Den enkelte kommunes ejerskab til projektet er afgørende, og kommunernes erhvervs- og vækstpolitik er et oplagt sted at betone vigtigheden af dette samarbejde.

Frederikssund Kommune skal derfor opfordre til, at Københavns Kommune engagement i Copenhagen-samarbejdet nævnes i den endelige Erhvervs- og vækstpolitik.

Venlig hilsen

Ole Søbæk
Formand for Vækstudvalget, Frederikssund Kommune

Teknik, Miljø og Erhverv
Kongensgade 18
Slangerup
3550 Slangerup

Telefon 24 34
Telefax 47 35 10 99

www.frederikssund.dk

CVR-nr.: 29 18 91 29

Bank 4319-3430270303

Åbningstider:

Mandag 09.00 - 15.00
Tirsdag lukket
Onsdag 09.00 - 15.00
Torsdag 10.00 - 18.00
Fredag 09.00 - 14.00

Til Københavns Kommune
Københavns Erhvervsservice
Nyropsgade 1
Postboks 457
1602 København V

Center for Erhverv Politik og Organisation

Plan Erhverv og Analyse
Stengade 59
3000 Helsingør

Tlf. 49282907
Mob. 25312907
sbs25@helsingor.dk

Dato 22.10.2014
Sagsbeh.
Søren Birk-Sørensen

Helsingør Kommunes Økonomiudvalgs høringssvar til forslag til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik

Helsingør Kommune noterer sig de gode visioner i forslaget til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik, ud fra devisen, at hvad der er godt for København er godt for regionen og Helsingør Kommune. Mange borgere i Helsingør Kommune pendler til København og omegn for arbejde og uddannelse. Derfor er en velfungerende infrastruktur afgørende. I lyset af den stigende trængsel i trafikken omkring København, er det nødvendigt med en velfungerende Kystbane. Øresundsregionen som et samlet arbejdsmarked og en samlet metropol forudsætter, at der etableres en fast forbindelse mellem Helsingør og Helsingborg.

Helsingør Kommune bakker op om Københavns deltagelse i Copenhagen og den fælles vækstdagsorden, og understreger at "Copenhagen" skal inkludere hele regionen og at Københavns Kommune dermed åbner sig mere op mod regionen. Helsingør Kommune bakker både op om de tre konkrete indsatser: International House, fælles modtageapparat og Investorportal, og helt overordnet forhold til en fælles vision om Øresundsregionen som en samlet metropol- som Copenhagen brandet lægger op til.

Helsingør Kommune støtter op om Copenhagens målsætning om et effektivt erhvervsfremmesystem med en fælles strategi. Af samme grund deltager Helsingør Kommune sammen med 8 andre kommuner i Iværksætterhuset, som huses af Væksthus Hovedstadsregionen. Dermed skabes optimal synergi og sammenhæng i erhvervsfremmesystemet.

Det noteres endvidere, at København Kommune vil være med til at satse på klynger, som ikke afgrænses af kommunegrænser. Klyngesamarbejde er afgørende for at tiltrække talent og investeringer til Hovedstadsregionen. Helsingør Kommune har bl.a. interesser i at samarbejde på området kreativ vækst.

I forhold til turisme er det vigtigt at understrege, at attraktionerne i hele regionen er med til at tilbyde turisterne et unikt og alsidigt tilbud. God infrastruktur og tilgængelighed er også her afgørende. Københavns Lufthavnen er central i denne sammenhæng. I forhold til krydstogsturisme glæder Helsingør Kommune sig over, at København er i stand til at tiltrække de mange krydstogsgæster, som også aflægger besøg i Helsingør. Samtidig gøres der opmærksom på, at mulighederne for mindre krydstogsskibe for at lægge til i Helsingør kan tænkes ind i det samlede tilbud overfor krydstogsskibene.

Helsingør Kommune vil gerne arbejde tættere sammen med Københavns Kommune og de øvrige kommuner i hovedstadsregionen i forhold til erhvervsservice, investeringsfremme og klyngeudvikling, talenttiltrækning og ikke mindst om øget fremkommelighed i hovedstadsregionen og Øresundsregionen. God fremkommelighed og sammenhængende infrastruktur i regionen forudsætter en effektiv og punktlig Kystbane og en fast forbindelse mellem Helsingør og Helsingborg.

På vegne af Økonomiudvalget i Helsingør Kommune

Søren Birk-Sørensen
Chefkonsulent
Center for Erhverv, Politik og Organisation



AMAGER VEST
LOKALUDVALG

Sundholmsvej 8
2300 København S

E-mail
ZH3T@okf.kk.dk
www.avlu.dk

BIF Københavns Erhvervsservice

Høringssvar vedr. Københavns Kommunes Erhvervs- og vækstpolitik

Amager Vest Lokaludvalg takker for modtagelsen af forslaget til Københavns Kommunes Erhvervs- og vækstpolitik.

Overordnet rummer politikken gode intentioner. Men flere forhold kan adresseres tydeligere og andre kan med fordel inkluderes:

- Lokaludvalget ser et stort behov for at skabe flere såvel private som offentlige arbejdspladser i København og for at skabe flere muligheder for byens faglærte. Kommunens ønske om at støtte og udvikle erhvervslivet er positiv, men politikken synes ikke i tilstrækkelig grad at opstille indsatser for andre områder end viden-erhverv. Lokaludvalget ser en mulighed i, at København kunne arbejde med en mere gensidig tilgang med flere krav til erhvervslivet; en slags 'noget for noget'-tilgang. Det gælder særligt praktik- og lærlingepladser. Vi opfordrer til en forpligtende aftale med erhvervslivet om, at hver part leverer et antal praktik- og lærlingepladser. Dette har man tidligere gjort på konkret og ambitiøs vis.
- Københavnerne uden job vil gerne i job. Det er den tilgang, vi mener, Københavns Kommune skal have til sine borgere. I indsatsen "Københavnerne, som står uden job, aktivt udbyder deres arbejdskraft" (s.22) ligger en forståelse af ledige borgere ikke er aktivt jobsøgende. Det er problematisk. Det virker mere konstruktivt, hvis København Kommune sætter ind på at skabe job - gerne sammen med de borgere, der står uden job.
- Når uddannelse ses som forudsætning for beskæftigelse er det vigtigt, der sikres tilstrækkelige gode rammer for skolegang og uddannelse. Bosætningen i Amager Vest giver pt. alvorlige kapacitetsproblemer. Der er behov for 18 nye klasserum i Københavns Kommune, heraf ligger de 8 i Amager Øst og Vest. Mens udbygningen af skolekapaciteten finder sted, er lokaludvalget bekymret for at den manglende kapacitet dækkes via brug af midlertidige barakker. Uddannelse og skole til børn og unge skal være attraktivt. Hvis det skal have kvalitet,

08-10-2014

Sagsnr.
2014-0206785

Dokumentnr.
2014-0206785-1



Lokaludvalg i
KØBENHAVNS KOMMUNE

Amager Vest Lokaludvalg er en uafhængig lokal forsamling, der er oprettet af Københavns Kommune. Lokaludvalget fungerer som bindeled mellem københavnere i bydelen og politikerne på Københavns Rådhus.

forudsætter det gode rammer for undervisning. Forholdene i grundskoleforløb og især udkolning er væsentlige for de unges videre uddannelsesforløb.

- Det er positivt, at Københavns Kommune tilstræber en høj kvalitet i uddannelse, men det omfatter også dannelse og bredere menneskelige og samfundsmæssige forhold. Politikken fokusering på erhvervslivets forhold, behov og interesser må ikke sætte betydningen af almen dannelse og deltagelse i f.eks. kulturlivet under pres. ”Skole er for livet” ikke kun for erhvervslivet. Omvendt giver det god mening, at erhvervslivets aktører i større grad indgår mere aktivt i skole og uddannelse og også bidrager hertil, bl.a. med praktik og lærlingepladser.
- Lokaludvalget mener grundlæggende, at der i planen er et for ensidigt fokus på vækstparameteren og tanken om byen som virksomhed. Lokaludvalget opfordrer til, at erhverv og vækst konkret indtænkes som en integreret del af lokalplanlægning og byudvikling med blik for bydelenes beskæftigelse, liv og infrastruktur. Innovation og entreprenørskab kan tænkes mere nuanceret og lokalt integreret. Det vil understøtte, at erhverv, befolkning og byens rum for arbejds- og byliv spiller godt sammen.
- Lokaludvalget opfordrer til at politikken anvender en flerdimensionel tilgang til erhverv og vækst fx med social, kreativ og grøn innovation og iværksætteri, som del af aktive byrum. Det vil give mulighed for synergi mellem nyt og etableret erhverv og mellem bydelsborgere, erhverv samt skoler og uddannelser.
- Lokaludvalget finder det vigtigt, at man konkret i politikken peger på egnede lokaliteter i byen til etablering af virksomheder, herunder små og mellemstore håndværks- og produktionsvirksomheder. Lokalplanrammer skal sikre plads til arbejdspladser, også dem der fylder og støjer, da byen har brug for praktik- og arbejdspladser lokalt.
- Arbejdskraft fra udlandet bydes velkommen og tilbydes muligheder for et socialt netværk. De eksisterende tiltag og tilbud til den internationale arbejdskraft skal udbygges, for at styrke familiernes trivsel, tilpasning og fastholdelse i byen. Ellers risikerer København at miste meget af den internationale arbejdskraft igen.

Med venlig hilsen, på vegne af Amager Vest Lokaludvalg
Lars Rimfalk Jensen, Formand



Amager Øst Lokaludvalg
Kvarterhuset lok. 417
Jemtelandsgade 3
2300 København S

Telefon
8232 5504

E-mail
CESQ@ok.lkk.dk
EAN nummer
5798009800176

Høringssvar vedr. forslag til Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik

Amager Øst Lokaludvalg takker for modtagelsen af forslag til Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik.

Høringssvaret bygger på drøftelser i Amager Øst Lokaludvalgs Miljø og Plan Arbejdsgruppe, og er vedtaget på lokaludvalgets ordinære møde torsdag den 23. oktober 2014.

Det glæder Amager Øst Lokaludvalg, at Københavns Kommune har udarbejdet et forslag til en erhvervs- og vækststrategi for byen. Lokaludvalget håber, at strategien vil medføre en række konkrete tiltag, som kan sikre bedre erhvervsvilkår og nye jobs i København.

Erhvervs klimaet i København

Først og fremmest bør Københavns Kommune med strategien i hånden forbedre erhvervs klimaet for allerede eksisterende virksomheder i byen og sikre, at mindre nystartede initiativer kan spire og vokse. Derfor bør kommunen i særlig grad fokusere på indsatsområderne beskrevet på side 10 i strategien – herunder at sørge for, at virksomhederne får nem adgang til relevant vejledning og effektiv sagsbehandling ved at opstille ambitiøse servicemål på området og afsætte ressourcer til, at disse mål kan nås.

Når Amager Øst Lokaludvalg mødes med aktører fra erhvervslivet på Amager omtales den kommunale sagsbehandling og bureaukratiet således ofte som en barriere for, at nye idéer kan få lov at vokse. Det blev senest understreget på lokaludvalgets møde for kreative aktører og iværksættere i Amager Øst onsdag den 20. august 2014. Her beskrev to iværksættere, som netop havde købt en bygning i den kreative zone på øen, at de mange kommunale regler og retningslinjer spændte ben for deres idéer og forsinkede realiseringen af deres virksomhed. Samtidig kunne de ikke få hjælp fra Københavns Kommune til at komme sikkert igennem regeljunglen, men blev kastet rundt. Det er klart, at sådanne oplevelser ikke gavner erhvervs klimaet i København, og lokaludvalget håber derfor, at København i fremtiden kan blive den mest iværksætter-venlige kommune i Danmark.

10-10-2014

Sagsnr.
2014-0172180

Dokumentnr.
2014-0172180-2

Amager Øst Lokaludvalg mener, at det er vigtigt at skabe gode vilkår for handelslivet på gader og stræder, hvor det bidrager til et mangfoldigt og levende byliv.



Et Lokaludvalg i
KØBENHAVNS KOMMUNE

Amager Øst Lokaludvalg er en uafhængig lokal forsamling, der er oprettet af Københavns Kommune. Lokaludvalget fungerer som bindeled mellem københavnere i bydelen og politikere på Københavns Rådhus.

Uddannelse og Internationalisering

Det er vigtigt, at Ungdommens Uddannelsesvejledning styrkes, så de unge kan få kvalificeret og personlig vejledning og herigennem større kendskab til erhvervsuddannelserne. De unge skal have mulighed for at få praktiske erfaringer med erhvervsuddannelserne gennem uddannelses- og praktikordninger. Der skal gøres en større kommunal indsats for at skaffe flere praktikpladser, dels gennem krav til private virksomheder dels ved, at kommunen selv opretter praktikpladser og ved, at virksomheder, der arbejder for kommunen, har lærlinge ansat.

København bør sætte ind for at tiltrække og fastholde internationale studerende. Indsatsen bør samtænkes med det sydlige Sverige samt med kommunerne omkring København, som samlet set kan udgøre et international uddannelsesklynge. Første skridt er at udvikle en strategi på området.

Eyudvikling og lokalisering

Amager Øst Lokaludvalg mener ligesom Københavns Kommune, at det er vigtigt at kunne tilbyde forskelligartede virksomheder attraktive lokaliseringmuligheder i København. Derfor er det vigtigt, at kommunen fastholder de blandede erhvervs- og boligområder i byen samt sikrer rene erhvervsområder – som det står beskrevet på s. 14 i strategien – fx foreslår lokaludvalget et større erhvervsområde på Østamager ved Kløverparken eller på Kraftværkshalvøen ligesom lokaludvalget bakker op om den kreative zone på Siljengade for mindre, kreative virksomheder.

Det stærke fokus at skabe lokaliseringmuligheder for nye erhverv bør dog ifølge lokaludvalget drosles ned. Dette udelukker ikke, at der skabes gode rammer, som fastholder og udvikler antallet af arbejdspladser i kommunen. Blot er det vigtigt, at udviklingen sker med afsæt i de potentialer og ønsker, der er i de enkelte bydele ved fx at skabe bedre rum for kreative erhverv i billige erhvervslokaler frem for nye kontorpladser til internationale firmaer.

I den forbindelse ser Amager Øst Lokaludvalg gerne, at planlægningen af byen understøtter den blandede by, hvor kontor og handel, kreative erhverv, håndværk og lettere industri ligger tæt på boligerne. Desværre oplever lokaludvalget i disse år, at erhvervsområder samt etagemetre til erhverv i København er under pres. For investorer og grundejere er det mere attraktivt at bygge boliger til de 100.000 nye københavnere end at opføre lejemål og bygninger til erhverv, og kommunen konverterer derfor gladeligt erhverv til boliger. Københavns Kommune bør imidlertid slå bremserne i, så vi også fremover har plads til en mangfoldighed af virksomheder i byen. Det er vigtigt, at målet om 100.000 nye københavnere ikke spænder ben for erhvervsstrategien!

Vækst for enhver pris?

Det er dejligt, at København er en populær by at bo i, og nye tilflyttere skal selvfølgelig være velkomne. Amager Øst Lokaludvalg mener dog ikke, at det kan være et mål i sig selv, at byen skal vokse. At skabe plads til nye københavnere skal derfor kun planlægges i det omfang, det omfang det rent faktisk sker. Lokalt oplever lokaludvalget nemlig, at denne ensidige fokus på vækststrategien presser bydelen ved en voldsom byfortætning, som lokaludvalget ikke finder hensigtsmæssig.

Ligesom Kommuneplanstrategi 2014 har Københavns Kommunes forslag til erhvervs- og vækstpolitik en vækst på 5 % årligt i BNP som erklæret mål. Således anses den hidtidige vækst på 2,2 % for alt for lille. Strategien er udtryk for en vækstfilosofi, som er en skrue uden ende og peger mod et storbysamfund, der hele tiden skal vokse. Er det en sådan by københavnere ønsker? Det oplever Amager Øst Lokaludvalg ikke. Det virker som om væksten i sig selv er blevet et mål uden at stille spørgsmål ved, hvad det betyder for byens udvikling og hvordan det spiller sammen med, at København skal være blandt de tre mest attraktive byer at bo i i verden.

Grøn vækst/bæredygtig vækst

Det er glædeligt, at forslaget til vækst- og erhvervsstrategien også har fokus på fremkommelighed og grøn byudvikling, og det profitable i bæredygtighedsvirksomheder. Fra Amager Øst Lokaludvalg er der i Bydelsplanen 2013 stillet forslag om et Videnscenter for Grøn Energi fx placeret i forbindelse med Prøvestenen, Amager Strandvej eller Amager Ressource Center/Amager Bakke. Det ønsker lokaludvalget indgår som et konkret indsatsområde ved fx at udspecificere punkt 7 eller 9 på side 14.

Projekt Nordøst Amager

Amager Øst Lokaludvalg har taget initiativ til et projekt om Nordøst Amager. Med projektet vil lokaludvalget påvirke byudviklingen i området og sikre, at denne udvikling integrerer området med omkringliggende kvarterer og samtidig afspejler lokale ønsker og behov. Lokaludvalget har på baggrund af det første skridt i processen – en byvandring i og en workshop om området lørdag den 27. september – udarbejdet et bilag til høringssvaret vedr. forslaget til Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik. Bilaget eftersendes til forvaltningen efter godkendelse på lokaludvalgmødet torsdag den 23. oktober.

Med venlig hilsen

Ole Pedersen
Formand for Amager Øst Lokaludvalg

Økonomiforvaltningen

Økonomiforvaltningen har med svarfrist den 20. oktober 2014 sendt forslag til en erhvervs- og vækstpolitik i offentlig høring.

Borgerdialog

Lokaludvalget har ikke haft borgerdialog om denne sag.

Benærkninger fra lokaludvalget

Christianshavns Lokaludvalg drøftede sagen i sit møde 24. september 2014. Der var forskellige synspunkter, men overordnet var der enighed om, at væksten skal styres, så den er socialt afbalanceret, bæredygtig og grøn og at den bl.a. skal baseres på små innovative og kreative vækstzoner, som fx. Papirøen, der har værdi for bylivet.

Med venlig hilsen

Poul Cohrt,
formand

Fejl! Ukendt betegnelse for dokumentegenskab.

07-10-2014

Sagsnr.
2014-0185967

Dokumentnr.
2014-0185967-1



Økonomiforvaltningen

Økonomiforvaltningen har med svarfrist den 20. oktober 2014 sendt forslag til en erhvervs- og vækstpolitik i offentlig høring.

Borgerdialog

Lokaludvalget har annonceret muligheden for at kommentere sagen på lokaludvalgets hjemmeside.

Fire borgere har benyttet sig af muligheden. Deres kommentarer er vedlagt. Lokaludvalget beder om, at kommentarerne bliver taget med i den videre proces for denne sag.

Lokaludvalgets holdning

Indre By Lokaludvalg drøftede sagen i sit møde den 9. oktober 2014.

Vi mener, at væksten skal styres, så den er socialt og sundhedsmæssigt afbalanceret, bæredygtig og grøn, og at den bl.a. skal baseres på små innovative og kreative vækstzoner, der har værdi for bylivet. Sådanne kerneværdier fremgår ikke klart af erhvervs- og vækstpolitikken. I det hele taget bør politikken hvile på en fælles forståelse af Kommunens kerneværdi. Lokaludvalget foreslår, at Økonomiforvaltningen lægger op til en bred offentlig debat om Kommunens kerneværdier i forbindelse med offentliggørelsen af forslag til Kommuneplan.

Væksten i såvel indbyggertal som BNP og antal arbejdspladser skal respektere de grønne og blå elementer i Indre By. Væksten må ikke medføre, at byens grønne og blå elementer indskrænkes. Derudover skal væksten respektere fredningsbestemmelser. Fortidsminderne i København er både historisk og kulturelt værdifulde. Det er derfor vigtigt at beskytte dem og at være varsom med deres omgivelser. Der må derfor ikke laves lokalplaner og/eller kommuneplantillæg, som indebærer ophævelse af fredninger og /eller beskyttelseslinjer om fortidsminder. Derudover skal nye arbejdspladser i Indre By passe ind i omgivelserne og i bygningsstrukturen.

16-10-2014

Sagsnr.
2014-0199819

Dokumentnr.
2014-0199819-1

Lokaludvalget ønsker, at der bliver udarbejdet en plan for Indre By i dialog med bydelens borgere, erhverv og brugere, der sikrer, at Indre By udvikler sig til en bæredygtig, levende og unik bydel, som er



god at bo, arbejde, drive erhverv og være gæst i. En plan, der tillige omfatter en redegørelse for, hvordan kommunens og privates indsatser og investeringer i Indre By understøtter den eksisterende by, skal sikre Københavns status som en unik metropol. Lokaludvalget mener således, at kommunen i sin planlægning bør prioritere detailhandlen i Indre By over butikcentre.

Lokaludvalget beder om, at kommunen udarbejder en egentlig politik for detailhandlen i Indre By. Lokaludvalget ser med bekymring på, at stadig flere butiksljemål i Indre By enten står tomme, skifter lejer med jævne mellemrum, udlejes til discount-forlystelsessteder, udlejes til liberale erhverv, eller anvendes til discountsalg. Lokaler med adgang fra gaden skal anvendes til publikumsorienterede aktiviteter, som kan styrke bylivet og dermed tiltrække borgere til bydelen.

Konkret kunne man fx. ændre reglerne til støtte for og udvikling af bylivet i Indre Bys sidegader:

- Det skal være muligt at anvende tomme butikker i gadeniveau i Indre By, særligt i sidegaderne, til udadvendte kreative erhverv. Hvis forholdene er til det, kunne man fx indrette et glaspusteri i et tomt butiksløale. Lokaludvalget beder Kommunen om at undersøge hvilke kreative erhverv, man konkret kan forestille sig i tomme butikker i gadeniveau i Indre By.
- Det skal ikke være tilladt at indrette særskilte butikker over gadeniveau i Indre By, sådan som man desværre har gjort på .sal i Industriens Hus. De butikker kunne med fordel være placeret i ledige butiksljemål andetsteds i Indre By.

Lokaludvalget beder desuden om, at man i forbindelse med forhandlingerne om en ny parkeringsaftale undersøger, hvordan man kan forbedre forholdene for håndværkere, der skal udføre opgaver i Indre By. Lokaludvalget mener, at parkeringspladser i Indre By bør forbeholdes beboerne samt håndværkere med ærinde i bydelen og små forretningsdrivende i bydelen. Lokaludvalget har kort drøftet forskellige muligheder for, hvordan det konkret kan gribes an, og har nedsat en ad hoc-arbejdsgruppe til at komme med et oplæg om problemstillingen til lokaludvalget og derefter til Teknik- og Miljøudvalget.

Desuden skal der ses på

- brugen af store lastbiler og turistbusser i de små gader i Middelalderbyen. Lokaludvalget har intet imod, at der sker varelevering og turistbuskørsel i Middelalderbyen, men der bør være krav til køretøjerne, der benyttes. Man kunne fx. sætte en vægtgrænse og/eller max. længde for køretøjerne i Middelalderbyens gader.

- hvordan man fremover kan have beboelse og erhverv i Indre By på en måde, så der tages hensyn til begge gruppers interesser. Der er behov for en helhedsbetragtning.
- hvordan man kan modvirke den tarveliggørelse af Indre By, som i øjeblikket sker. Lokaludvalget ser en tendens til vulgarisering af forretningerne i Indre By, også på byens centrale pladser, hvilket bl.a. kommer til udtryk i forretningernes skiltning. I et større perspektiv handler det, hvad vi skal byde os selv og ikke mindst turisterne.
- effekten af de mange julemarkeder, som Teknik- og Miljøforvaltningen vil tillade i Indre By i år. De bør evalueres, så man kan få viden om, i hvilken grad de har bidraget til vækst i Indre By. Lokaludvalget tror, at julemarkederne vil skade de eksisterende forretningers omsætning, men nu må det komme an på en prøve.
- hvad henholdsvis Indre By og Københavns Kommune tjener på arrangementer og events i Indre By og hvilke udgifter, arrangementer og events påfører henholdsvis Indre By og Københavns Kommune.

Bemærkninger til forskellige elementer i erhvervs- og vækstpolitikken

Om "Tre ambitiøse mål" (s. 2 og 3)

BNP er et forældet begreb, som både kan omfatte positive og negative aktiviteter for samfundet. En negativ hændelse som en trafikulykke vil således være med til at skabe vækst. Et mål for væksten i antal arbejdspladser bør være tilstrækkeligt.

Om "Copenhagen Business Region" (s. 7)

København har udviklet "Copenhagen" til et stærkt, internationalt brand. Man skal derfor være påpasselig med ikke at udvande dette brand ved at inkludere områder, der ikke rummer eller afspejler de værdier, som er forbundet med København. I det kommende samarbejde, skal man sørge for at få kerneværdierne med.

Om "Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet" (s. 8)

Lokaludvalget er bekymret for, at Kommunen blander sin myndighedsrolle i forhold til erhvervslivet sammen med sin servicerolle. Kommunen skal være serviceminded over for erhvervslivet, men frem for alt er det Kommunens opgave at træffe saglige afgørelser på et oplyst grundlag.

Om "Indikatorer: Strategisk Byudvikling" (s.12)

En stigning i antallet af virksomheder er en dårlig indikator, da antallet af virksomheder i sig selv ikke siger noget (100 enkeltmandsvirksomheder er ikke bedre en virksomhed med hundrede ansatte). I stedet bør indikatoren eksempelvis være en vækst i

virksomhedernes samlede skattegrundlag eller i antallet af medarbejdere.

Lokaludvalget beder om at få oplyst, hvor mange reelle virksomheder, der er i Indre By, og hvor mange der blot har en adresse i bydelen uden erhvervsaktivitet.

Om indsatser (s. 14)

Lokaludvalget foreslår, at Kommunen tager initiativ til at få stoppet den igangværende tendens til udflytning af arbejdspladser til omegnen.

Om indsatsområder for Internationalisering

Det skal være lettere at være turist i København. I forbindelse med at kommunen overtager turistinformationen fra Wonderful Copenhagen, bør der etableres flere turistinformationer i Indre By som supplement til den nuværende ved Hovedbanegården. Der bør også etableres en turistinformation i lufthavnen, som det kendes fra andre storbyer.

Der skal arbejdes med tilgængelighed og oversættelse, så det for turister er nemmere at finde rundt i byen og bruge tilbud som offentlige transportmidler mm.

Der skal etableres flere offentlige toiletter i Indre By.

København skal i højere grad udvikles til en helårsdestination og skal være en by, man har lyst til at vende tilbage til. Derfor skal der fokuseres mindre på enkeltstående events, og i stedet støttes op om byens kulturliv, seværdigheder, museer og attraktioner.

Grafen på side 3

Afslutningsvis gør lokaludvalget opmærksom på, at udsagnet på side 32 i forslaget til kommuneplanstrategi om, at antallet af arbejdspladser har været stigende i København, hverken harmonerer med grafen på samme side eller med grafen, som vises på side 3 i forslag til erhvervs- og vækstpolitik. På graferne ser det ud som om, at antallet af arbejdspladser er stagneret siden 2009.

Med venlig hilsen

Bent Lohmann,
formand

Nørrebro Lokaludvalg
Nørrebrogade 208
2200 København N

Telefon
2928 4475
E-mail
BX1R@okf.kk.dk
EAN nummer
5798009800176

Høringssvars fra Nørrebro Lokaludvalg vedr. Københavns erhvervs- og vækstpolitik

Nørrebro er en fuldt udbygget bydel, hvor der ikke er plads til flere boliger. Det vi har brug for er en omstilling af bydelen og erhvervslivet, så vi kan være med til at sikre kommunens mål om at være CO2-neutral i 2025.

Nørrebro Lokaludvalg vil gerne gøre det mere attraktivt at bo på Nørrebro. Derfor er Lokaludvalget også enig i at byens grønne miljøprofil er en helt central faktor for udviklingen af byens erhvervsliv.

Vi vil gerne bevare lokale håndværkerfirmaer og serviceerhverv og skabe rammer for nye iværksættere og socialøkonomiske virksomheder på Nørrebro. Et af redskaberne er etablering af håndværker- og iværksætterhuse, hvor der er billig husleje og hvor de administrative udgifter kan deles.

Et andet er udpegning af områder, som kreative zoner. Københavns Kommune har defineret disse ved *"at bevare eksisterende erhvervsområders blandede karakter og tilbyde attraktive lokaliseringmuligheder til mindre kreative erhverv og håndværksvirksomheder, der ønsker billige og fleksible lejemål."* I Nørrebro Lokaludvalg har vi peget på flere områder, som vi ønsker udpeget som kreative zoner. Man har desværre valgt ikke at lytte til vores forslag, hvilket vi finder uheldigt (vedlagt er Nørrebro Lokaludvalgs forslag til kreative zoner på Nørrebro).

29-09-2014

Butikserhvervet skifter karakter, flere og flere handler på internet. Vi ønsker at styrke vores strøggader og udvikle dem, så der stadig er et handelsliv. Det fordrer at kommunen også er med til at understøtte dette.

Sagsnr.
2014-0196731

Dokumentnr.
2014-0196731-1

Konkret har vi på Nørrebro haft en kvartermanager til at styrke det lokale handelsliv de sidste 1,5 år. Kvartermanagerens opgave har været at oprette netværk på tværs af handelslivet, tiltrække unikke butikker, udforme fælles kampagner, strategier og events og skabe nye traditioner, som styrker Nørrebros image, som en bydel med bæredygtige handeleggader. Desværre mangler finansieringen til at fortsætte dette arbejde.



Et lokaludvalg i
KØBENHAVNS KOMMUNE

Nørrebro Lokaludvalg er en uafhængig lokal forsamling, der er oprettet af Københavns Kommune. Lokaludvalget fungerer som bindeled mellem københavnere i bydelen og politikkerne på Københavns Rådhus.

På Nørrebro ønsker vi at styrke cykeltrafikken, f.eks. gennem omlægningen af Nørrebrogade. Erhvervslivet skal derfor også indstille sig på at bilfremkommeligheden og mulighederne for bilbetjening er ringere. Nørrebro Lokaludvalg ønsker derfor at fremme citylogistik og anvendelse af ladcykler i godstransport og serviceerhverv.

Nørre Campus, vidensbydelen på Nørrebro, der skal skabes en tættere sammenhæng med bydelen og interaktion med det der sker på universitetet og de tilknyttede f.eks. med iværksætter'kuvøser', som nævnt tidligere.

I forhold til den konkrete høringstekst er vi skeptiske overfor to af de fem¹ vækstindikatorer, når det drejer sig om at komme i mål med de 5%'s årlige vækst. Det drejer sig om:

1) Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet

Her har erhvervslivet oplevet, at det er gået den forkerte vej de sidste mange år. Det er absolut nødvendigt at reducere den tid, der anvendes på sagsbehandling. Til trods for at det er besluttet at bruge yderligere ressourcer på personale til sagsbehandling, er det optimistisk at tro, at dette også vil kunne bidrage til vækst.

P.t. kan der ikke ses nogle signaler på forbedring i afdelingen for byggesager. Et svar repræsentanten for Nørrebros Handelsforening fik for nyligt var eksempelvis: *Vi omstrukturerer, vi kan ikke finde din sag, kan du ikke sende den ind igen?* Det indikerer at der er langt igen! Sagsbehandlingstiden bør nedsættes markant.

En indgang for erhvervslivet er vi ikke sikre på er en god idé. Det må betyde, at din sagsbehandler ikke har den tunge og nødvendige viden i de konkrete sager, og at sagsbehandlingen blot får tilføjet endnu et led i varetagelsen af sagen. Det eksisterende system, i for eksempel byggesager, forekom ok – det burde blot udstyres med yderligt personale således, at sagsbehandlingstiden kunne foregå rettidig.

2) Strategisk Byudvikling

Plads til 100.000 nye indbyggere - fortsat gøre det muligt at fastholde og lokalisere mange virksomhedstyper i København.

Det er både en mulighed og en udfordring, at der kommer mange tilflyttere til København. Men vil man skabe et erhvervsvenligt København handler det også om at give de ordentlige rammebetingelser for erhvervslivet. Et godt eksempel kunne være

¹ Vækstindikatorer: 1) Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet – 2) Strategisk byudvikling – 3) Samspil om innovation – 4) Uddannelse og Beskæftigelse – 5) Internationalisering.

Teglholmen, hvor man plastrer boligblokke op lige op ad hoveddøren til Man's Motor-testfaciliteter. Det begrænser virksomhederne og skaber ikke nødvendigvis de synergier, som erhvervslivet har brug for. Den form for planlægning tror vi gør mange virksomheder betænkelige ved at placere sig i København.

Endelig er det også centralt at sikre en høj mobilitet og fremkommelighed, samt skabe bedre parkeringsforhold for erhvervslivet. Trods denne grønne dagsorden er det også vigtigt, at erhvervslivet tilgodeses. Spørger man erhvervslivet er det gået den stik modsatte retning, de sidste mange år og det kan være svært at se signaler, der peger i bedre retning!

Samlet set synes Nørrebro Lokaludvalg at det er positivt, at Københavns Kommune har sat sig for at skabe et erhvervsvenligt København. Det bliver interessant, at følge med i om et erhvervsbarometer er et middel, der kan skabe den ønskede udvikling. Vi ønsker der skal være plads til små og store virksomheder, samt at man trods internationalisering også tager hensyn til det nuværende og eksisterende erhvervsliv.

Med venlig hilsen

Forkvinde for Nørrebro Lokaludvalg
Uzma Ahmed Andresen



VALBY LOKALUDVALG

Valby Lokaludvalg
Valby Kulturhus, 1. sal
Valgårdsvej 4-8
2500 Valby

www.valbylokaludvalg.dk

Høringsvar Københavns erhvervs- og vækstpolitik

Valby Lokaludvalg har den 2. september 2014 modtaget høringsmateriale omkring forslag til kommuneplantillæg for kreative zoner. Valby Lokaludvalgs erhvervs- og innovationsudvalg har drøftet høringen på et møde den 2. oktober 2014, og Valby Lokaludvalg har drøftet og godkendt høringssvaret på møde den 14. oktober 2014.

Valby Lokaludvalg har stort fokus på det lokale erhvervsliv, og er glade for, at kommunen nu vil gøre en indsats for at gøre København til en mere attraktiv by at drive virksomhed i.

Målene politikken opstiller er langt hen af vejen de rigtige – dog kan det diskuteres, hvor relevant det er at måle på, om flere akademikere bliver ansat privat, for det gør de, og har gjort gennem de sidste ti år. Det ville være mere relevant at måle på, om flere akademikere blev ansat i små- og mellemstore virksomheder, idet det er anerkendt, at netop dette i særlig grad skaber vækst.

Iværksættere

Valby Lokaludvalg hilser det store fokus på iværksætteri velkomment, da det er lige netop det København mangler. København er rig på kreative og højtuddannede, men fattig på folk, der har erfaring med iværksætteri, jf. rapporten "Kultur som vækstdriver" fra teknologisk institut. Denne gruppe kunne bidrage væsentligt til væksten i Københavns Kommune.

Valby Lokaludvalg har den væsentlige anke til erhvervs- og vækstpolitikken, at vi ikke mener den løser de problemer, små nystartede virksomheder møder i de første leveår. I de små iværksættere ligger der et kæmpe vækstpotentiale, som vi ikke mener, vil blive udnyttet med den præsenterede erhvervs- og vækstpolitik.

15-10-2014

Initiativer til at lette bureaukratiet og adgangen til erhvervsservice er vigtige, ligesom det er vigtigt at undervise i iværksætteri. Det vil tidligt give en forståelse for, hvad det indebærer at være iværksætter, og hvor alsidig og arbejdsom man skal være for at have succes med at drive egen virksomhed.

Der skal generelt ikke tages særlige hensyn til iværksættere, men det skal i langt højere grad være mere effektivt at etablere sin virksomhed



Et lokaludvalg i
KØBENHAVNS KOMMUNE

Valby Lokaludvalg er en uafhængig lokal forsamling, der er oprettet af Københavns Kommune. Lokaludvalget fungerer som bindeled mellem københavnere i bydelen og politikkerne på Københavns Rådhus.

i København. Vigtige initiativer, som også er indeholdt i politikken, er:

- At minimere omkostningerne til byggesagsgebyrer
- At mindske sagsbehandlingstiden. Den gennemsnitlige behandlingstid på byggesager i kommunen ligger på ca. 80 dage. Til sammenligning ligger Aalborg kun på 33 dage
- Iværksætter hotspots bør etableres i områder som f.eks. det gamle Grønttorv
- At have øget fokus på private initiativer

Renoveringen af vejnettet samtidig med det store metrobyggeri er en udfordring for Københavns tiltrækningskraft lige nu, men vi ser frem til, at byens veje bliver mere fremkommelige, når Metroen står færdig om nogle år.

Forståelse af iværksætterens vilkår

I dag er den lille iværksætter den fattigste i Danmark, og mange nystartede virksomheder går under indenfor de første 5 år – i restaurationsbranchen bukker de fleste under indenfor et halvt år. Den lille iværksætter kæmper ofte med at være alene i sin virksomhed, og er i mange tilfælde bundet af åbningstider og lange arbejdsdage. Udover det skal han ene mand kunne alt, hvad en stor virksomhed med mange ansatte kan. Læg hertil store udgifter til husleje, eventuelle lønninger, renter på lån og overblik over de mange regler, ansøgninger, godkendelser, afgifter mm. Så forstår man hvorfor iværksættere tit knækker nakken, med arbejdsuger på 70-80 timer, og intet overskud i sigte.

Gør iværksættere i stand til at tjene penge

I stedet for et nyt erhvervshus, som de små iværksættere ikke har tid til at besøge, ville disse virksomheder drage stor fordel af en opsøgende indsats, som mødte dem i dagligdagen, og løste nogle af deres problemer her og nu.

Vi mener ikke at direkte støtteordninger giver pote – det handler om at give de små virksomheder mulighed for at tjene penge og få overskud de første år, så virksomheden kan opnå en sund økonomi.

For at gøre det mere attraktivt at starte ny virksomhed, og gøre det mere sandsynligt at de små, nystartede virksomheder overlever deres første år, foreslår vi at kigge på følgende tiltag:

- Momsfritagelse det første år af en nystartet virksomheds levetid
 - o Momsfritagelse vil give virksomheden et løft, som er proportionalt med indsatsen, og vil ikke bare være en pose penge
- Opsøgende indsats – erhvervsrådgivere, der tager ud og rådgiver nystartede virksomheder

- Afgiftslettelser de første år, f.eks. fritagelse for grønne afgifter og afgifter til renovation
 - o Affaldsgebyret på 750 kr. burde kunne fjernes for små virksomheder, der ikke skaber affald i deres virksomhed.
- Københavns kommune stiller sig som garant for nystartede virksomheder, der kan optage lån til en lavere rente. Københavns Kommune kan udvise risikovillighed, og stille garantien når banken ikke vil. Denne opgave kunne også ligge hos erhvervsråd, som besidder kompetencerne til at vurdere om det er en solid idé og værd at investere i.
- Erhvervsrådgivere skal arbejde helt autonomt fra kommunen med en resultatkontrakt, beskrivende aftalen mellem kommunen og erhvervsrådet. Dette sikrer, at kommunens vækstplan følges, og der samtidig bliver handlefrihed for direktøren i erhvervsrådet.

Det er de små erhvervsdrivende, der er til stede i bybilledet, og dem, der skaber liv i byen og bybilledet. De er både med til at drive vækst og skabe den levende by, som er en forudsætning for, at København fortsat er attraktiv for turister og internationale virksomheder.

Det er rigtig positivt, at erhvervslivet er kommet på dagsordenen. Vi efterlyser dog mere risikovillighed og forståelse for de små erhvervsdrivendes daglige bekymringer og udfordringer.

Med venlig hilsen,

Sanne Fejfer Olsen, formand for Erhvervs- og Innovationsudvalget
Michael Fjeldsøe, formand for Valby Lokaludvalg



VANLØSE LOKALUDVALG

Vanløse Lokaludvalg
Frode Jakobsens Plads 4, 1. sal
2720 Vanløse

Telefon
2890 2676
EAN nummer
5798009800176

Høringssvar til Erhvervs- og Vækstpolitikken fra Vanløse Lokaludvalg

Vanløse Lokaludvalg takker for at blive hørt om Erhvervs og Vækstpolitikken. Vi har i høringsperioden afholdt borgermøde om kommuneplanstrategien med 45 deltagere. På borgermødet diskuteredes i 3 grupper, hvoraf én diskuterede under overskriften 'Erhverv og virksomme ideer', og her blev Erhvervs- og Vækstpolitikken diskuteret.

Vi tilfredse med, at der fokuseres på at skabe arbejdspladser i København. Vi ser også gerne større fokus på mindre erhvervsdrivende, håndværkere, detailhandel, iværksættere og kreative. Disse erhvervsgrupper har et stort potentiale for at give noget tilbage til byen og bydelene, dels i form af byrum med mere liv og atmosfære, herunder torvehandel, dels i form af fritidsjobs, praktik- og lærepladser til bydelenes unge. Vi håber i den forbindelse at vores arbejde med 2 timers parkering for biler i bymidten og ekstra midlertidig cykelparkeringsplads vil bære frugt og understøtte bylivet.

Nedenfor kommenterer vi på elementer inden for udvalgte overskrifter i Erhvervs- og Vækstpolitikken.

10-10-2014

Overordnede målsætning

- 5% BNP-vækst er et fint mål. Vi ser gerne, at denne indtænker grøn og ressourcebesparende økonomi i BNP-væksten. Dette også for, at kunne indfri målet om, at blive CO2-neutral i 2025. Kommunen kan understøtte dette ved f. eks. at hjælpe virksomheder med at finde ressourcebesparende grønne løsninger.

Sagsnr.
2014-0209612

Dokumentnr.
2014-0209612-1



Et lokaludvalg i
KØBENHAVNS KOMMUNE

Vanløse Lokaludvalg er en uafhængig lokal forsamling, der er oprettet af Københavns Kommune. Lokaludvalget fungerer som bindeled mellem københavnere i bydelen og politikkerne på Københavns Rådhus.

Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet

- Vi ønsker en sammenhængende strategi for de mindre erhvervsdrivende. Københavns erhvervsråd – og Københavns Erhvervshus fra budget 2015 – er gode initiativer, men vi beklager, at der ikke findes et forum for tæt dialog med de mindre erhvervsdrivende.

Strategisk Byudvikling

- Man kan understøtte de lokale mindre erhverv ved at forgrønne fx strøggader, sådan, at de bliver mere attraktive at færdes og opholde sig i (eksempelvis Børglumvej/ Jernbane Allé).
- Sikring af kundeparkering er et afgørende element i at støtte erhvervslivet.
- Flere arbejdspladser kræver fortsat udbygning af kollektiv transport og cykelnettet.

Uddannelse og Beskæftigelse

- Vi er glade for at se, at der i kommuneplanstrategien fokuseres på uddannelse, og kunne i den forbindelse ønske, at kommunen gør en aktiv indsats for at skaffe lære-/praktikpladser til de unge, der ønsker en faglig uddannelse.
- Visse typer virksomheder er så specialiserede, at de ikke kan tilbyde en uddannelsesplads, fordi der vil blive for få typer af erfaringer at høste for de unge. Kommunen kan evt. hjælpe med at koordinere uddannelsesforløb, hvor de unge spreder deres uddannelse over forskellige virksomheder.

Vanløse Lokaludvalg takker endnu en gang for at blive hørt i om Erhvervs- og Vækstpolitikken.

På lokaludvalgets vegne

Bent Christensen, formand



Vesterbro Lokaludvalg

Lyrskovgade 4, 2 sal
1758 København V

Telefon
26121318
Direkte telefon
2612 1318
E-mail
ltb@okf.kk.dk
EAN nummer
5798009800176

Høringssvar fra Vesterbro Lokaludvalg vedr. Københavns Kommunes vækst- og erhvervspolitik

Sammen om vækst og arbejdspladser

København har en ambition om at være mere erhvervsvenlig. Præmissen for ambitionen er funderet på et mål om en økonomisk vækst på 5 % årligt. Væksten skal især hentes ind på produktiviteten.

Vesterbro Lokaludvalg er skeptiske over for vækstbegrebet. Hvorfor skal vi have vækst? Hvilke konsekvenser har væksten for miljø og helbred? Selvfølgelig skal vi matche en demografisk udvikling med fx flere plejekrævende ældre eller flere skolesøgende børn, men det er vel ikke det samme som at råbe VÆKST, så højt vi kan? Kan vi ikke bruge andre begreber som fx "grøn vækst" eller "intelligent vækst" eller noget andet, der beskriver, at vi ikke blindt accepterer en materialistisk funderet vækst-dagsordenen for enhver pris?

Vi mener, det stadig er muligt at skabe en økonomisk udvikling med behørigt hensyn til bæredygtigheden. Vi opfordrer derfor til at gentænke de økonomiske ambitioner om vækst. Bæredygtighed SKAL gennemsyre vores økonomiske dagsorden. Derfor er den foreslåede vækststrate også alt for høj. Kunne vi ikke opmuntre erhvervene til at etablere erhvervsklynger med fx digitalisering, kommunikation, genbrug eller bæredygtighed som fokusområde? Her ligger efter vores mening en niche for København, som rækker ud i fremtiden.

Vi regner ikke med at kunne vende den politisk-økonomiske tænkning i borgmesterkontorerne med dette høringssvar. Men vi ønsker at stille spørgsmål ved blind vækst som ambition. Midlet til vækst er at stimulere forbruget. Men er et øget forbrug egentlig til gavn for et samfund, der allerede har rigeligt?

Når det er sagt, bifalder vi strategien om at skabe klynger som vækstfaktor, smidigere erhvervsfremmesystem, mindre administrativt besvær for virksomheder og en velfungerende infrastruktur. Desuden forventer vi, at kommunen agerer som ansvarlig arbejdsgiver og sikrer, at nye job etableres under overenskomstnæssige vilkår, med behørig kædeansvar for underleverandører og at det stilles krav om lærlingepladser.

12-09-2014

Sagsnr.
2014-0181545

Dokumentnr.
2014-0181545-1

Med venlig hilsen



Det Lokaleudvalg i
KØBENHAVNS KOMMUNE

Vesterbro Lokaludvalg er en uafhængig lokal forsamling, der er oprettet af Københavns Kommune. Lokaludvalget fungerer som bindeled mellem københavnere i bydelen og politikerne på Københavns Rådhus.

Thomas Warburg

Sundby Lokalråd

Øresundsvej 6, 2300 Kbh. Sundby

sundby.lokalraad@mail.dk

Formand: ib@wendrup.dk

Københavns Kommune, Økonomiforvaltningen
Rådhuset
1599 København V

Sundby, den 17. oktober 2014

Høringssvar fra Sundby Lokalråd vedr. Københavns erhvervs- og vækstpolitik

Københavns Kommune skal i praksis være mere erhvervsvenligt og mindre bureaukratisk, kommunen kan se på erfaringerne fra Ikast-Brandø!

Flere mindre produktions- og erhvervsvirksomheder:

Amager har tidligere været præget af mange mindre værksteder og virksomheder spredt rundt i boligområderne. Men den ensidige fokusering på centralisering af butikker, erhverv og værksteder i udkanten eller uden for byen, har indebåret en stor nedgang af arbejdspladser af denne art. Det betyder at både de ansatte og borgere som har brug for disse tilbud, påtvinges at køre lange distancer.

Problemet ved at centralisere erhverv og håndværk i særlige zoner eller isolerede udkantsområder, hvor af flere er midlertidige, er at erhvervslivet forsvinder fra hvor folk bor, og bilafhængigheden forøges radikalt, som vi kan se her i Sundbyerne i forhold til vi nu alle skal til Kirstinehøj i Tårnby.

Vi mener der skal lægges mere vægt i planlægningen på mange forskellige typer arbejdspladser i selve byen, og der skal gives økonomiske og fysiske muligheder for at vi kan få innovative iværksættere, håndværk og små produktioner tilbage i kvartererne hvor vi bor.

Vi mener det er oplagt, at vedtage klare servitutter i lokalplanlægningen, som binder bygherrerne op på, at stueetager skal benyttes til butikker, mindre værksteder foruden kontorer og serviceerhverv og andre kunde- og publikumsorienterede funktioner, som kan bringe livet tilbage i byen.

Handelsliv

Handelslivet i København er en del af erhvervslivet, det er derfor vigtigt, at butikkerne i byen har gode forhold.

På Amager er det for detailhandelen nord for Englandsvej/Øresundsvej en konkret teknisk handelshindring, at der i P-zonerne ikke er 1 times gratis parkering, som i f.eks. Amager Centret. Det er konkurrenceforvridende. Ved at indføre en timers gratis parkering her, vil kommunen vise det første skridt til mere erhvervsvenlighed over for detailhandelen i Sundbyerne.

Det er vigtigt at skabe gode vilkår for handelslivet på gader og stræder, for det bidrager til et mangfoldigt og levende byliv, uden det påvirker pendlerparkering.

Med venlig hilsen

Sundby Lokalråd

Ib Wendrup, formand



Kommentar til Københavns Kommunes Høringsportal i forbindelse med høring om kommunens erhvervsstrategi.

CFIR er blevet opmærksom på, at Københavns Kommune har lagt sin fremtidige erhvervsstrategi i høring.

CFIR er i 2009 etableret som EU regionalfondsprojekt med støtte fra en lang række partnere, hvorunder Region Hovedstaden og Copenhagen Capacity. Partnerkredsen omfatter herudover Aarhus Universitet, CBS, Dansk Metal, DI-IT&EK, DJØF, Finansforbundet, Finansrådet, HK-Privat, It-Branchen, ITU, KU og PROSA. CFIR fortsætter i 2015 sit arbejde i regi af den nystiftede forening Copenhagen Fintech Innovation and Research og i det landsdækkende Innovationsnetværk for Finans IT med støtte fra Styrelsen for Forskning og Innovation.

Vi har i CFIR med tilfredshed noteret os, at erhvervsstrategien baserer sig på et bredt samarbejde i Regionen og at der specifikt lægges op til at inddrage klyngesamarbejders rammevilkår også i et internationalt perspektiv.

Vi konstaterer, at finans-it er medtaget blandt de centrale klynger i området og at der i det fremadrettede arbejde lægges vægt på en række indsæts, hvor CFIR arbejder med kompetenceudvikling, forskningssamarbejde, udvikling af entreprenørskab og iværksættervirksomheder på fintech området samt synliggørelse af de danske styrker på digitale finansielle løsninger og kapitalforvaltning i en international sammenhæng passer fint ind.

Vi ser frem til et fremadrettet samarbejde.

Med venlig hilsen

Anette Brøns

Dir. tlf. +45 3370 1103

abr@cfir.dk

13. oktober 2014

Copenhagen Finance IT Region
Amaliegade 7
1256 København K

Telefon 3370 1117

cfir@cfir.dk
www.cfir.dk

Journalnr. 245/14
Dok. nr. 529217-v1

Københavns Kommune
Beskæftigelses- og integrationsforvaltningen

Indsendt på høringsportalen www.blivhoert.kk.dk

20. oktober 2014
Dokumentnr.: 375342

Høringsvar vedr. Københavns Kommunes forslag til erhvervs- og vækstpolitik

Tak for forslag til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik. Dansk Byggeri har følgende kommentarer til forslaget.

Dansk Byggeri noterer sig, at grundlaget for forslaget til Erhvervs- og vækstpolitikken fortsat er målene kendt fra tidligere task forces om kommunens erhvervsvilkår, hvor vi selv bidrog aktivt. Det er gode, ambitiøse mål, som sigter ind i fremtiden. Kommunen har taget hul på de mange anbefalinger, som blev fremsat, for at nå målene - senest i det kommunale budget for 2015. Det er godt og nødvendigt.

Københavns Erhvervsråd finder det naturligvis som sin opgave - og tiltrængt, at fastholde fokus på de områder der vil sikre vækst og beskæftigelse i København. Derfor ser vi i dette forslag til Erhvervs- og vækstpolitik mange gentagelser af tidligere anbefalinger, og desværre kun et begrænset antal nyskabende initiativer, der vil skabe bedre rammebetingelser for virksomhederne og styrke væksten.

De fem vækstfaktorer, som politikken bygger på, kan vi fuldt ud støtte op om, men vi har naturligvis fokus på rammevilkårene for bygge- og anlægsbranchen, der i København primært består af små- og mellemstore virksomheder. Vi ser i forslaget for få initiativer, der vil lette hverdagen for SMV'erne lokaliseret i kommunen.

På baggrund af Dansk Byggeris årlige analyse af kommunernes Erhvervs- og byggevenlighed, har Københavns Kommune udfordringer på en lang række områder – herunder er en del adresseret i dette forslag til erhvervs- og vækstpolitik.

Væsentlige væksthæmmer for SMV'ér i København er først og fremmest de administrative og økonomiske rammevilkår, men også i et vist omfang fremkommelighed og på sigt adgangen til kvalificeret arbejdskraft.

Det bliver interessant at følge – og vi deltager gerne til dialogen om indholdet i et nyt erhvervshus – eller én indgang for erhvervslivet. Formuleringer som, at virksomhederne skal "opleve mindst muligt administrativt besvær", og at kommunen skal være "en serviceorienteret medspiller", er vi helt enige i, men vejen derhen kan være vanskelig. Vi glæder os til at følge kommunens aktive indsats for, at det sker.

Det er på tide, at der sættes et selvstændigt fokus på sagsbehandlingstider for byggesager.

Vi savner en sammenhængende indsats på gebyrområdet – der i dag er præget af høje

omkostninger for virksomhederne, samtidig med at gebyrerne ofte er uigennemskuelige. En bedre servicekultur skaber ikke i sig selv bedre konkurrenceevne – der skal handling til i Borgerrepræsentationen for at få sænket dækningsafgiften og gebyrerne. Vi kan støtte en tidligere task force forslag om, at alle gebyrer som minimum skal beregnes, begrundes og politisk vurderes ved de årlige budgetforhandlinger.

Det er fint, at forslaget også omhandler en indsats på udbudsområdet, og vi ser hen til den handlingsorienterede indsats om en mere dialogbaseret udbudsform. Vi vurderer, at området skal udvikle sig gennem praksis, og der skal et særligt målrettet fokus på, at SMV'erne reelt får mulighed for at deltage.

Vi savner et konkret fokus på mere konkurrenceudsættelse, der kan gavne virksomhedernes udviklingsmuligheder, men også reducere de kommunale omkostninger.

Trafikken i byen er fornuftigt behandlet i forslaget til erhvervs- og vækstpolitik, og vi har noteret os, at der skal skabes bedre parkeringsforhold for erhvervslivet. Der er brug for både at reservere pladser til biler og materiel tæt på byggepladserne og for flere parkeringslicenser til håndværkerbiler.

I Dansk Byggeri har vi noteret, at forslaget til erhvervs- og vækstpolitik indeholder en videreførelse af de sociale klausuler. I Dansk Byggeri går vi ind for at sikre flest mulige praktikpladser til unge, men vejen gennem sociale klausuler er begrænsende for virksomhedernes ledelsesret, uddannelsesflow, og ofte også for kvaliteten af den unges uddannelse.

Vi har - som kommunen er bekendt med, udviklet en alternativ vej, der skaber flere praktikpladser, bl.a. fordi alternativet omfatter alt byggeri, og ikke kun det byggeri, kommunen udbyder.

Vi synes ikke klausuler pålagt virksomheder hører hjemme i en erhvervs- og vækstpolitik, men det gør motivationsarbejdet, for at få flere unge til at vælge en erhvervsuddannelse. Og på det område har kommunen vist interesse for de elementer, der ligger i de praktikplads-partnerskaber, som foreløbig 30 kommuner har indgået med Dansk Byggeri.

Vi ser med spænding hen til formuleringen af de konkrete handlingsplaner, og endnu mere til effektmålingerne.

Giver dette anledning til uddybende spørgsmål eller dialog, kan undertegnede kontaktes.

Med venlig hilsen
Dansk Byggeri



Niels Tolstrup
Chefkonsulent

Indsendt af: Lasse Repsholt , Danske Busvognmænd (1620)

Dato: 17.10.14

Tak for høringen.

Vi hæfter os ved, at Københavns Kommune ønsker "at tiltrække og fastholde flere turister" (Punkt 6 på side 26)

København oplever allerede vækst i turismen, blandt andet indenfor krydstogts- og konference-segmenterne. Det er to segmenter, hvor turistbustrafikken spiller en stor rolle i forbindelse med sightseeingkørsel og transfers mellem skibe, hoteller, seværdigheder, lufthavnen m.m.

Teknik- og Miljøudvalget vedtog den 25. august 2014 en ambitiøs handlingsplan for turistbustrafikken i København (Vedhæftet). Handlingsplanen behandler de udfordringer turistbustrafikken har i arbejdet med at understøtte det københavnske turisterhverv med god logistik og mobilitet for byens gæster. Det anser vi i branchen som et meget betydeligt fremskridt.

Den omtalte plan indeholder også skitser for fire anlægsprojekter til i alt 5 mio. kr. Der er pt. ikke fundet finansiering til disse fire projekter - heller ikke ifm. budgetforhandlingerne for 2015. Det vil være et stort tilbageslag for handlingsplanen, hvis der ikke findes finansiering til anlægsprojekterne, så der dermed ikke gennemføres en ambitiøs og sammenhængende indsats på området i løbet af de kommende år. Det vil være til skade for Københavns indsats og målsætninger på turismeområdet.

Med venlig hilsen

Lasse Repsholt
Chefkonsulent



17. oktober 2014

Københavns Kommune

Dansk Industri
Confederation of Danish Industry

Att.: Overborgmester Frank Jensen
Beskæftigelses- og integrationsborgmester Anna Mee Allerslev
Teknik- og miljøborgmester Morten Kabell
Kultur- og fritidsborgmester Carl Christian Ebbesen

Indsendt til høringsportalen: www.blivhoert.kk.dk

Høring vedr. forslag til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik

DI Hovedstaden takker for muligheden for at kunne kommentere forslaget til Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik 2014-2017, modtaget med mail den 2. september 2014.

Som afsendere af dette hørings svar er vi – udover at være medlem af DI Hovedstadens bestyrelse – enten medlem af Københavns Erhvervsråd eller ledere i virksomheder i Københavns Kommune og har derfor selv førstehåndskendskab til, hvordan det er at drive virksomhed i Københavns Kommune.

Vi vil indledningsvis rose Københavns Kommune for at have formuleret en erhvervs- og vækstpolitik, hvor politikere og kommunen forholder sig til og formulerer ønsker og visioner for udvikling af erhverv og virksomheder i København, og tager stilling til, hvad man fra kommunens side vil gøre for at understøtte den ønskede udvikling.

I DI Hovedstaden er vi enige i målsætningerne for den nye erhvervs- og vækstpolitik. Det handler om at skabe mere vækst og flere private arbejdspladser i København ved at understøtte erhvervslivets udvikling og skabe bedre vilkår for virksomhederne.

Samtidig er det væsentlig at holde sig for øje, at vækst og flere arbejdspladser i stor udstrækning kommer af innovation – og ikke mindst øget internationalisering. I den sammenhæng anser vi i DI Hovedstaden samarbejdet i Copenhagen Business Region for at være uhyre vigtigt med Københavns Kommune som en væsentlig aktør. Det er derfor vores opfattelse, at der i forslaget til vækst- og erhvervs politikken mangler konkrete og dedikerede formuleringer om, hvordan Københavns Kommune vil bidrage til dette samarbejde.

Vi vil samtidig sætte spørgsmål ved, om erhvervs- og vækstpolitikken er tilstrækkelig ambitiøs med målsætningen om 20.000 nye private jobs i perioden 2011 – 2020 set i forhold til, at man i samme periode forventer, at der kommer ca. 100.000 flere københavnere, hvoraf en stor del må forventes at være udenlandsk arbejdskraft. Da det er den private sektor, der skaber grundlaget for skatter og indtægter til den offentlige sektor, er det væsentligt at have fokus på, at hovedparten af jobskabelsen sker i private virksomheder.

Da det drejer sig om mål for erhvervs- og vækstpolitikken med virksomhederne som omdrejningspunkt, vil vi opfordre til, at overskriften i pkt. 3 på side 3 omformuleres fra:

"København er blandt de tre mest attraktive byer at bo i" til: København er blandt de tre mest attraktive byer at bo og arbejde i" [vores kursivering].

Vi vil herefter kommentere Københavns Kommunes planer under de fem vækstfaktorer, som kommunen har sat op:

Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet

Vi er meget enige i, at de væsentligste kodeord for erhvervs- og vækstpolitikken er "en stærk servicekultur, kortere sagsbehandlingstider og et konkurrence-dygtigt omkostningsniveau for erhvervslivet".

Som nævnt i forslaget til erhvervs- og vækstpolitikken oplever mange virksomheder ukoordineret sagsbehandling, lange sagsbehandlingstider og utilstrækkelig kommunikation og dialog med kommunen. Det er derfor afgørende, at der etableres en sammenhængende erhvervsservice med fokus på effektiv og løsningsorienteret erhvervsservice.

På side 10 fremhæves syv områder, som Københavns Kommune "sætter ind på" for at forbedre "Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet". DI Hovedstaden vil især fremhæve betydning af følgende punkter: 1. at styrke én indgang for erhvervslivet til Københavns Kommune, 2. at udbrede servicekulturen, 3. at sikre tættere og hyppigere dialog mellem virksomhederne og kommunens medarbejdere, og 7. at forbedre vores kommunikationsindsats.

Når det gælder "én indgang for erhvervslivet i Københavns Kommune", vil vi gerne rose Københavns Kommune for i de senere år at have gjort store fremskridt på dette område, både i forhold til fokus og initiativer på området, bl.a. med etablering af Københavns Erhvervsservice og en langt mere overskuelig indgang for erhvervslivet på kommunens hjemmeside. Det er meget positivt, at bestræbelserne fortsætter fremover. Men lige så væsentlig som etablering af "én indgang" er det vigtigt, at kommunens politikere og ledelsen understreger, at der ikke findes "forkerte indgange til kommunen". Dvs. at alle kommunens medarbejdere har pligt til at hjælpe og vejlede eventuelle virksomhedshenvendelser hen til den relevante afdeling og medarbejder.

Det er tillige vigtigt, at kommunens politikere og ledere i embedsværket selv går foran for at sikre tættere og hyppigere dialog med kommunens virksomheder, bl.a. med systematiske virksomhedsbesøg og ved servicetjek af sagsbehandlingen. En servicekultur kan kun sikres, hvis ledelsen selv viser vejen og er tilgængelig for byens virksomheder.

Når det gælder en forbedret kommunikationsindsats over for erhvervslivet i København, er det væsentligt, at denne tager sigte på at informere kommunens virksomheder om de helt konkrete forhold, der har betydning for virksomhederne. Det gælder ikke mindst kommende vejarbejde i og omkring virksomheden. DI Hovedstaden har fået mange henvendelser fra virksomheder, der er frustrerede over, at de ikke på forhånd er blevet orienteret om vejarbejde eller omlægning af trafikken, som har betydning for virksomhedens kunder, leverandører og medarbejdere. Den slags bør kommunen med en forbedret kommunikationsindsats sikre, at virksomheden i god tid får direkte besked om per mail og brev, og ikke blot henvise til, at virksomheden kan læse om det på kommunens hjemmeside.

I afsnittet "Konkurrencedygtigt omkostningsniveau" (side 11) nævnes specifikt, at "det er naturligvis vigtigt, at Københavns Kommune gør sit til, at omkostningerne ikke reducerer

konkurrenceevnen.” – Trods denne klare tilkendegivelse er reduktion af omkostningerne ikke nævnt med ét ord under indsatserne. Blandt de områder, som Københavns Kommune vil sætte ind på, savner vi derfor en klar strategi med klare målepunkter for nedsættelse af de omkostninger for erhvervslivet, der indgår i overskriften.

At lavere erhvervsskatter og -afgifter er væsentlige for kommunens virksomheder fremgår af DI's Lokalt Erhvervsklimaundersøgelse 2014, hvor respondenterne fremhæver "skatter og afgifter" som et af de væsentligste områder, kommunen bør gøre noget ved for at forbedre virksomhedernes vækstmuligheder fremadrettet. Dette skal også ses i lyset af, at virksomhederne i København på mange områder pålægges langt større omkostninger end i landets øvrige kommuner. Dækningsafgiften på 9,8 promille ligger tæt på det maksimale niveau, som det er tilladt at opkræve. Med en grundskyldspromille på 34 opkræver Københavns Kommune det absolut højst tilladelige. Og endelig opkræver København et administrationsgebyr på erhvervsaffald, der er næsten dobbelt så stort som i Ikast-Brande Kommune. Når det gælder byggesagsgebyrer, er det positivt, at Københavns Borgerrepræsentation i forbindelse med budgetforhandlingerne for 2015 har besluttet fremover at reducere niveauet for disse til det halve. Det har hidtil ligget i den absolut dyreste ende i landet. For at sikre et konkurrencedygtigt omkostningsniveau, bør Københavns politikere i erhvervs- og vækstpolitikken på alle erhvervsrelaterede områder fastsætte konkrete målsætninger for at nedsætte skatter og afgifter.

Strategisk byudvikling

I erhvervs- og vækstpolitikken indledende afsnit på side 13 nævnes, at mange københavnske virksomheder i DI's Erhvervsklimaundersøgelse 2013 generelt er tilfredse med vejinfrastrukturen og fremkommeligheden, men er tilfredse med den kollektive trafik. Disse tilkendegivelser følges imidlertid ikke op med konkrete målsætninger i kommunens fremtidige indsats (side 14), idet forbedring af vejtrafikken heri ikke nævnes med ét ord. Det bør kommunens politikere rette op på med en konkret indsats, der skal mindske trængslen og sikre hurtigere transporttider på vejnettet i København. Det er ikke tilstrækkeligt at have en målsætning om, at "Rejsetiden må ikke stige på de vigtigste regionalveje i København". Kommunens politikere bør komme med mere ambitiøse målsætninger om decideret at få nedbragt trængslen og sikre hurtigere transporttider på vejnettet i og omkring København. Der bør indføres en indsats med deciderede servicemål for transporttiden på vejene og langt bedre og mere information f.eks. via tavler og apps, så man bedre kan forudse rejsetiden. Et stort problem ved trængslen er netop usikkerheden og uvisheden om, hvor lang tid det vil tage at nå frem.

Vi noterer med tilfredshed, at der i indsatsområde nr. 5 (side 14) nævnes, at kommunen vil "skabe bedre parkeringsforhold for erhvervslivet" og "søge at koordinere og sikre samgravning". Det er netop to områder, som DI Hovedstaden og virksomhederne over årene har fremhævet som meget væsentlige. Vi vil gerne understrege, at etablering af bedre parkeringsforhold for erhvervslivet i København haster. Det er en indsats, som ikke mindst erhvervslivet i byudviklingsområderne savner i dag.

Samspil om innovation

Vi er helt enige i, at samspil om innovation med offentlige og private kunder, leverandører og universiteter kan være en hovedkilde til vækst og jobskabelse i virksomhederne. Det er vigtigt, at Københavns Kommune som en af de største indkøbere i Danmark bidrager til, at virksomhederne gennem offentlige indkøb får mulighed for at udvikle nye og bedre løsninger.

Derfor er vi også tilfredse med, at Københavns Kommune vil stimulere vækst og beskæftigelse gennem flere funktionsudbud, større fokus på totalomkostninger og ikke kun på en billig anskaffelsessum, samt reduktion af transaktionsomkostningerne. Det er alle tre væsentlige elementer for at styrke virksomhedernes bud på og nytænkning i forhold til de offentlige opgaver. Vi opfordrer til, at de tre ovennævnte principper i højere grad konkretiseres i de områder, som Københavns Kommune vil sætte ind på (på side 18).

Desuden bør Københavns Kommune tilføje endnu et indsatsområde, nemlig større konkurrenceudsættelse. Københavns Kommune konkurrenceudsætter allerede en relativ stor del af sine opgaver sammenlignet med andre kommuner, men der er stadig et stort potentiale, især på de bløde områder. Større konkurrenceudsættelse vil være til gavn for både de private virksomheder og kommunens økonomi og effektivitet.

Derudover mangler der i kommunens politik konkrete tiltag for at udvide samarbejdet mellem kommune, erhvervsliv og universiteterne. Det er vores opfattelse, at der er behov for at styrke dette samarbejde. Det bør derfor være et fokusområde i kommunens erhvervs- og vækstpolitik.

Uddannelse og beskæftigelse

Udkastet til erhvervs- og vækstpolitik lægger med rette vægt på, at kvaliteten i folkeskolen øges generelt, og at der tidligt kommer fokus på erhvervsuddannelsernes muligheder (side 21). Vi er helt enige i dette fokus og denne prioritering særligt set i lyset af, at en relativ stor andel af de københavnske unge i alderen 16-19 år ikke er i gang med en uddannelse sammenlignet med landsgennemsnittet. Bedre kvalitet i folkeskolen og større fokus på mulighederne i erhvervsuddannelserne er grundlæggende forudsætninger for, at flere unge i København får en uddannelse.

Vi bifalder også, at Københavns Kommune og Københavns Jobcenter, som angivet på side 21, i højere grad styrker samarbejdet og koordinerer tværgående med andre kommuner om at tilvejebringe kvalificeret arbejdskraft til virksomhederne. Det bør tilføjes som et specifikt indsatsområde på side 22.

Indsatsområderne på side 22 bør desuden suppleres med et punkt om, at kommunen vil sikre et tilstrækkeligt udbud af dagsinstitutionspladser (vuggestuer og børnehaver) inden for en rimelig tidsperiode tæt på bopælen, så medarbejderne har mulighed for at komme tilbage på arbejdsmarkedet efter barselsorlovens udløb. Der bør desuden sættes konkrete måltal op for dette. Københavns Kommunes "velfærdsservice" har over årene været et af de områder, som virksomhederne har ytret størst utilfredshed med i DI's erhvervsklimaundersøgelse. Bl.a. er lange ventetider på dagsinstitutionspladser blevet fremhævet som et stort problem.

Internationalisering

Vi er som nævnt i indledningen helt enige i, at bestræbelserne for at øge Københavns internationale tiltrækningskraft er afgørende for de fortsatte vækst- og udviklingsmuligheder i både København og hele regionen.

Derfor må bestræbelserne fortsat gå på både at forbedre rammevilkårene, som adresseret ovenfor, og på at øge samarbejdet i hele regionen/Østdanmark gennem "Copenhagen-samarbejdet",

herunder at styrke Københavns internationale forbindelser og tilgængelighed og styrke den internationale branding af "Copenhagen", der retter sig mod udenlandske investeringer og tiltrækning af højt kvalificeret udenlandsk arbejdskraft. Vi finder det derfor meget vigtigt, at der udarbejdes en strategi for branding af "Copenhagen" i samarbejde med regionerne og de øvrige kommuner i Østdanmark således, at hele regionen bliver synlig. Vi skal opfordre til, at alle aktører i Copenhagen-samarbejdet såvel som Københavns Kommune selv arbejder intensivt for at tiltrække udenlandske investeringer.

I forhold til tilgængeligheden som turistmål, bør København i sin byplanlægning tage hensyn til, at flere turister også medfører behov for bedre befordringsmuligheder, herunder øget privat buskørsel samt flere muligheder for af- og pålæsning, og bedre skiltning af hensyn til de internationale gæster. Københavns Kommune bør i højere grad være lydhør overfor ønsker og anmodninger fra virksomheder, der lever af at håndtere og servicere turister, og lade disse mere praktiske og logistiske ønsker indgå på lige fod med arkitektoniske og byplanmæssige ønsker.

Sådan følger Københavns Kommune op

Københavns Kommune lægger op til at følge op på erhvervs- og vækstpolitikken med konkrete handleplaner og løbende målinger af effekter og resultater af kommunens indsatser. Det finder vi er meget positivt og tiltrængt. Det er vigtigt at fokus fremover er på konkrete målsætninger og konkrete handlinger, som virksomhederne kan mærke i deres hverdag.

Det er derfor vores anbefaling, at erhvervs- og vækstpolitikken gennemgående formuleres mere tydeligt og klart, når det kommer til den konkrete udmøntning af de politiske intentioner.

Såfremt der er spørgsmål til eller ønske om en uddybning af ovenstående, er I meget velkomne til at kontakte os eller DI Hovedstadens sekretariat ved chefkonsulent Jette Nøhr på mail jen@di.dk.

Med venlig hilsen

Søren Larsen, formand for DI Hovedstaden, adm. direktør i Grontmij A/S

Lars Peter Olsen, næstformand i DI Hovedstaden, direktør i MAN Diesel & Turbo A/S

Susanne Høiberg, bestyrelsesmedlem i DI Hovedstaden, adm. direktør i Høiberg A/S

Palle Kjeldsen, bestyrelsesmedlem i DI Hovedstaden, Senior Director i Falck Danmark A/S

Jesper Thomassen, bestyrelsesmedlem i DI Hovedstaden, adm. direktør i Nordic Sugar A/S

Københavns Kommune
Økonomiforvaltningen
Rådhuset
1509 København V

Hotel • Restaurant
& Turisterhvervet

Vedroffersvej 30
2600 Fredensborg C

7. oktober 2014

Tel: +45 35 24 86 80
Fax: +45 33 21 00 84

Høringssvar vedr. forslag til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik

HORESTA har med tak modtaget Forslag til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik-
et erhvervsvenligt København, den 3. september 2014 og har følgende kommentarer:

www.horesta.dk
horesta@horesta.dk

HORESTA anerkender og bakker op om kommunens ambitiøse målsætning, som overordnet består
af tre mål:

cvr.nr. 17 01 48 11

- 5 % årlig vækst i Københavns Kommune frem mod 2025.
- 20.000 nye private arbejdspladser i Københavns Kommune frem mod 2025.
- København er blandt de tre mest attraktive byer i Europa at bo i.

HORESTA finder det meget positivt, at der fastsættes servicemål på sagsbehandlingstider,
iværksættes tilfredshedsundersøgelser og, at København ønsker et konkurrence dygtigt omkost-
ningsniveau for virksomhederne.

Virksomhedernes kommunale rammevilkår er essentiel i forhold til at realisere målsætningerne, og
HORESTA anbefaler derfor klare forslag og anvisninger til, hvorledes København i de kommende år
vil fjerne eller sænke kommunale skatter, afgifter og gebyrer. HORESTA ønsker særligt, at der
fremlægges forslag til fjernelse af dækningsafgiften. København har en høj dækningsafgift på 9,8
promille. Dækningsafgiften er desværre årsag til, at virksomhederne overvejer om de ønsker at
placere sig i kommunen og, at eksisterende virksomheder hæmmes i at investere i vækst og
ydligere ansættelser.

Over halvdelen af landets kommuner opkræver ikke dækningsafgift. 18 af de 46 kommuner, som
opkræver dækningsafgift har besluttet, at nedsætte eller helt fjerne afgiften, fordi dækningsafgiften
hæmmer vækst og jobskabelse.

Desuden finder HORESTA, at København i videst muligt omfang bør konkurrenceudsætte
kommunens produktions- og serviceydelser med henblik på, at få den bedst mulige vare til den
bedst mulige pris. Det bør for eksempel overvejes, hvorvidt der er mulighed for i højere grad, at
udbyde madlavning, kantinedrift og catering. Konkurrenceudsættelse, vil, alt andet lige indebære,
at ressourcerne bruges optimalt.

HORESTA anbefaler, at København løbende vurderer, hvorvidt kommunens offentlige udbud er af en sådan beskaffenhed, at udbuddet bevirker færrest mulige omkostninger for virksomhederne i relation til administration og økonomi.

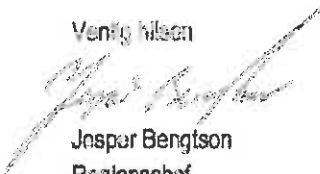
Turisme er et vigtigt erhverv i København og Region Hovedstaden. Wonderful Copenhagen estimerer, at der frem mod 2020 er mulighed for at skabe yderligere beskæftigelse indenfor erhvervet fra de nuværende 42.000 personer til mellem 53.000 og 64.000 personer.

HORESTA anbefaler, at København bakker op om HORESTAs forslag om, at der etableres et turismelidingsamarbejde bestående af virksomheder, offentlige myndigheder og videninstitutioner med henblik på:

- Øget job og beskæftigelse, der giver større omsætning i erhvervet og afslatte brancher.
- Øget vækst, der kan mindske forurening og Co2 udledning blandt branchens aktører og videreudvikle The Copenhagen Sustainable Meeting Protocol (UN Climate meeting 2005).
- Produktudvikling og innovation indenfor turisme og service med fokus på at fremme nye tiltag og videreudvikling af eksisterende initiativer som "Innovation 3.0, NICE Project og "Copenhagen Tourism Experience".
- Forskning og uddannelse, der kan bringe videninstitutioner i stand til at understøtte uddannelse og viden i erhvervet, f.eks. gennem etablering af et turismeforsknings- og uddannelsesmiljø på tværs af uddannelsesinstitutioner (f.eks. Hotel & Restaurantkolejen, CBS og KU).

På hver af de identificerede områder, skal der opstilles konkrete målsætninger og måltal, som løbende følges op for at sikre, at målet om flere job og øget vækst i turismen realiseres.

Venlig hilsen



Jørgen Bengtson
Regionschef
HORESTA

Hotel & Restaurantkolejen
2. Turismeforvaltning

Medlemsvejle
1007 Hvidovre, 1451 Århus C

Tlf: +45 35 24 28 00
Fax: +45 35 24 28 00

www.horesta.com
horesta@horesta.com

Rev. nr. 11.01.2010



HAANDVÆRKERFORENINGEN
I KJØBENHAVN

Dronningens Tværgade 2A
1302 København K
Tel. + 45 3312 2717

hvf@hvfbh.dk
www.hvfbh.dk
CVR: 6259 1617

Til Københavns Kommune

København, 20. oktober 2014

Vedr. høring af udkast til Københavns vækst- og erhvervs politik

Haandværkerforeningen i København har modtaget høringsmaterialet om Københavns Kommunes vækst- og erhvervs politik.

Indledningsvis skal bemærkes, at Haandværkerforeningen i det store hele istemmer prioriteringer og fokuspunkter og anerkender den velvilje, der ligger bag formuleringen af oplægget.

Haandværkerforeningen i København er dog af den opfattelse, at oplægget i sin helhed i voldsom grad bærer præg, af HVAD man gerne VIL – men ikke HVORDAN man vil det. På baggrund af rækken af konferencer, dialogmøder og seminarer, vi og vore kolleger har haft glæden af at deltage i, savner vi i oplægget et "next step": En forpligtende taktik for udmøntningen af vækst- og erhvervs politikken.

Eksempelvis kunne det være et ønske, at oplægget indeholdt en benchmarking i forhold til de udsendte taskforce-rapporter: Hvor langt er man allerede nået, og hvilke andre initiativer fra taskforce-rapporterne – og fra dialogen med erhvervslivet – vil man implementere? Således kunne skabes et mere operationelt oplæg, der dels var mere håndgribeligt at tage stilling til for Borgerrepræsentationens partier, dels kunne danne et fælles mål, som Haandværkerforeningen gerne vil være med til at bakke op om.

Det forpligter at være landets hovedstad.

Udover at yde service til virksomheder med postnummer 1 kommunen har Københavns Kommune en forpligtelse til at tage godt imod de virksomheder, der dagligt bruger byen og udfører opgaver indenfor kommunegrænsen – herunder rette sin erhvervs- og kommunikationsstrategi videre ud. København bør derfor hverken i henseende til erhvervsservice, kommunikation eller infrastruktur lukke sig om sig selv. Således kunne man bl.a. forestille sig, at den erhvervsrelaterede hjemmeside var henvendt både til virksomheder, der er beliggende i København, og virksomheder, der har arbejdsopgaver i København.

Overordnet i forhold til virksomhedernes og erhvervsorganisationernes løbende kontakt til kommunen, så kunne det være interessant med en mere direkte kontakt til kommunen. Konkret vil Haandværkerforeningen i København foreslå, at der i hver



enkelt forvaltning blev udpeget en central kontaktperson, der kunne rettes henvendelse til, og som den anden vej rundt følger op på diverse sager og samarbejder. Dette ville gøre det nemmere for en organisation at være kanal for Københavns Kommune til organisationens medlemmer.

Nedenfor er Haandværkerforeningen i Københavns kommentar til de enkelte emner:

TRE AMBITIØSE MÅL

Haandværkerforeningen i København støtter op om de konkret formulerede mål for København.

I forhold til målet om 20.000 nye private arbejdspladser kunne man måske sætte tal på, hvilke brancher man satser på og hvilke man ikke gør.

- Er det meningen, at man vil målrette fokus eller vil man sprede indsatsen?
- På hvilken baggrund ved man, at når der skabes 100 arbejdspladser i København, så skabes der 20 arbejdspladser i resten af landet?

Udover at Haandværkerforeningen i København bakker op om skabelsen af nye arbejdspladser, så bør en del af strategien også være fastholdelse af nuværende arbejdspladser.

HVAD KENDETEGNER VIRKSOMHEDERNE I KØBENHAVN?

Der nævnes blandt andet, at der er tilbagegang inden for industri og bygge/anlæg.

- Hvor stor er denne tilbagegang indenfor de to brancher?
- Er det muligt at vende tilbagegangen, eller er det fysisk umuligt at forestille sig eksempelvis mere industri i Københavns Kommune?
- I forhold til skabelsen af nye arbejdspladser, er det så et politisk ønske, at det sker indenfor bl.a. industri og bygge/anlæg, eller er det andre brancher man vil satse på?

VÆKST OG BEDRE ERHVERVSVILKÅR

Haandværkerforeningen støtter ambitionerne om en stærk servicekultur, korte sagsbehandlingstider og et konkurrencedygtigt omkostningsniveau, hvilket alle er parametre, som kommunen skal kunne konkurrere på.

Fremkommelighed er et grundelement i at have en høj mobilitet og at kunne drive virksomhed i København, hertil hører tilgængeligheden af gode parkeringsforhold for både virksomhederne og dets kunder. Det er samtidig vigtigt at fokusere på de mange forskellige transportformer, som i sidste ende sikrer en høj fleksibilitet for alle parter.

Erhvervslivet kan sagtens bidrage til København som en grøn by. Det er godt at sætte høje mål, men vi skal også være realistiske og benytte de teknologier vi kender her og



HAANDVÆRKERFORENINGEN
KØBENHAVN

Dronningens Tværgade 2A
1302 København K
Tel. + 45 3312 2717

hvf@hvfkbh.dk
www.hvfkbh.dk
CVR: 6259 1617

nu, og lade brugen af og kendskabet til teknologierne udvikle sig. Et eksempel kan være brugen af elbiler, hvor der i dag ikke er et tilstrækkeligt udvalg af modeller, som kan dække alle virksomheders og branchers behov. Derfor kan det være skadeligt for en virksomhed, hvis denne pludselig bliver pålagt at benytte en bestemt elbil – eksempelvis i en udbudssituation – hvis det viser sig ikke at være muligt for virksomheden. Derfor skal udviklingen af København som grøn by ske i tæt dialog med bl.a. erhvervslivet, herunder om hvilke teknologier der er anvendelige henholdsvis tilgængelige til den enkelte opgave.

ERHVERVSSERVICE OG OMKOSTNINGER FOR ERHVERVSLIVET

Det er oplagt, at jo mere tid en virksomhed kan bruge på at drive sin forretning og betjene sine kunder, desto større sandsynlighed er der for, at virksomheden vækster og skaber arbejdspladser. Derfor er kommunen en vigtig samarbejdspartner, som skal have fokus på service og vejledning af den enkelte virksomhed. Eksempelvis kan der være behov for flere bindende tilsagn, så der spares vigtige omkostninger i projektfasen, og så kommunen i højere grad kan opleves som et serviceorgan frem for en myndighed.

Haandværkerforeningen vil gerne understøtte, at kommunen udvikler sin kommunikationsstrategi. Det er vigtigt, at man aktivt bruger de kanaler, hvor virksomhederne normalt lader sig informere. Kommunikationen kunne i højere grad ske i samarbejde med de erhvervsorganisationer, som er til stede i byen. Det er også vigtigt, at kommunen i udgangspunktet samler alle informationer rettet mod virksomhederne ét sted, hvilket kunne være på hjemmesiden for Københavns Erhvervshus eller lignende. Samtidig skulle man overveje varslingsordninger og lignende, hvor virksomhederne efter ønske kunne få notifikationer ved eksempelvis vejarbejde.

Københavns Kommune bør have mere fokus på at følge op på gennemførte initiativer, og sprede budskabet til virksomhederne. Generelt er det oplevelsen blandt virksomhederne, at de ikke er klar over de services, som kommunen stiller til rådighed. Det ærgrer.

Nu er Københavns Erhvervsservice blevet forankret i Beskæftigelses- og Integrationsforvaltningen, men det er vigtigt at være opmærksom på, at størstedelen af virksomhedernes ærinder vedrører Teknik- og Miljøforvaltningen. Derfor vil Haandværkerforeningen gerne opfordre til, at der kommer fokus på sammenhængen og samarbejdet mellem de enkelte forvaltninger, i hvert fald i forhold til hvordan dette opleves for den enkelte virksomhed.

Punkterne 5 og 7 på side 10 kunne uden problem skrives/lægges sammen.

Haandværkerforeningen kunne godt tænke sig en uddybning af strategien for nedsættelse af gebyrer og afgifter. Omkostningsniveauet i København er meget højt, og



HAANDVÆRKERFORENINGEN
I KØBENHAVN

Dronningens Tværgade 2A
1302 København K
Tel. + 45 3312 2717

hvf@hvfbh.dk
www.hvfbh.dk
CVR: 6259 1617

der bør være plads til betydelige sænkelse af gebyrer og afgifter, så København kan forblive konkurrencedygtig i forhold til omegnskommunerne og provinsen.

STRATEGISK BYUDVIKLING

Haandværkerforeningen vil gerne benytte lejligheden til at sætte spørgsmålstejn ved udsagnet om, at Københavns store fordel er, at her er plads til alt fra internationale hovedkontorer og håndværksvirksomheder til mindre produktionsvirksomheder. Der er eksempler på, at virksomheder er blevet fortrængt af boligbyggeri til trods for, at de har investeret i tiltro til oprindelige lokal- og kommuneplaner. Her tænkes specifikt på virksomheder som MAN Diesel og B&W. Vil man tiltrække nye virksomheder, må man stå ved sin kommuneplan - også ud over kommuneplanens varighed. Som fremført tidligere er det relevant at kaste lys over, hvilke brancher man specifikt vil satse på, om end vi forholder os betænkelige ved at udnævne deciderede "vinderbrancher".

Når eksempelvis en virksomhed udarbejder forretningsplaner og skal hente ekstern finansiering, så er der behov for gode rammer og stabilitet. Derfor er det vigtigt, at virksomheden kan regne med planerne for et bestemt område, så der er grundlag for at drive sin forretning på langt sigt. At flytte beliggenhed for en virksomhed er ofte forbundet med store omkostninger. Dels er der transaktionsomkostninger, dels er der den ændrede beliggenhed i forhold til kunderne.

SAMSPIL OG INNOVATION

Haandværkerforeningen kan tilslutte sig, at virksomhedernes innovation skal understøttes gennem kommunale indkøb. Funktionsudbud og større fokus på totalomkostninger kan være fremragende udbudskriterier. Men kommunen skal være skarp på og bevidst om, at der i givet fald er behov for nye udbudsregler, mere præcise/forventningsafklarende udbud samt ressourcer til et tættere samspil med interesserede virksomheder – altså inden selve udbudsprocessen for alvor går i gang.

Haandværkerforeningen vil samtidig gerne opfordre til mere dialog om opgaverne, der skal løses i kommunen. Eksempelvis sidder der mange kompetencer i virksomhederne indenfor bygge- og anlægsområdet, der gerne vil hjælpe med og rådgive om udviklingen og bevarelse af vores hovedstad.

Det kunne ske ved at have kommunens tilsynsførende og rådgivere i praktik eller på kursus i virksomhederne for derved at hente inspiration og få et indblik i nye teknikker. Eksempelvis kan det være et spørgsmål om, hvordan vi bedst muligt kan vedligeholde byen fysisk. Her kan konkret nævnes pænt anlagte pladser, der bliver gravet op og efterfølgende ikke genetableres på den rigtige måde. På den måde risikerer vi gradvis at forringe byens rum.



HAANDVÆRKERFORENINGEN
I KJØBENHAVN

Dronningens Tværgade 2A
1302 København K
Tel. + 45 3312 2717

hvf@hvfkbh.dk
www.hvfkbh.dk
CVR: 6259 1617

UDDANNELSE OG BESKÆFTIGELSE

Haandværkerforeningen ønsker mere fokus på erhvervsuddannelser blandt de københavnske folkeskoleelever, og derfor vil vi gerne styrke samarbejdet om, at flere tager en erhvervsuddannelse, og flere unge generelt får en uddannelse.

Bl.a. kunne kommunen formalisere en dialog med erhvervsskolernes lokale uddannelsesudvalg. Haandværkerforeningen efterlyser konkrete forslag til en mere målrettet erhvervsvejledning. Intentionerne i oplægget er fine, men vi mangler konkrete bud på, hvordan vi kan løse udfordringerne.

At skabe arbejds- og praktikpladser er et fælles ansvar, og et ansvar som mange af Haandværkerforeningens medlemmer allerede tager. Derfor er det vigtigt, at der er en konstruktiv dialog om mulighederne og potentialet.

INTERNATIONALISERING

Umiddelbart er området ikke særligt centralt for Haandværkerforeningen i København og dens medlemmer. Men en generel opfordring til kommunen er at have fokus på de mange anerkendte håndværkere, som stadig driver deres forretning i København. Således er en del af disse et udflugtsmål for mange internationale gæster.

Derfor er det vigtigt, at internationaliseringen ansues fra flere vinkler. Det skal samtidig siges, at Haandværkerforeningens medlemmer i sagens natur også nyder godt af det øgede kundegrundlag, der følger med etableringen af internationale virksomheder og de arbejdstagere, der ofte følger med.

Haandværkerforeningen i København stiller sig naturligvis til rådighed for uddybende spørgsmål til høringssvaret.

Med venlig hilsen

Robert Sørensen
Formand

Hørringsvar til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik

Københavns Kommune har sendt et udkast til kommunens erhvervs- og vækstpolitik, "Sammen om vækst og arbejdspladser", i høring. TEKNIQ, Installatørernes Organisation, der repræsenterer knap 3.000 installationsvirksomheder, har udarbejdet forslag og bemærkninger til udkastet. Det er meget positivt, at kommunen har fremlagt ambitiøse målsætninger om at øge væksten og få flere i beskæftigelse ved at forbedre kommunens erhvervs-klima og erhvervsservice. Fokus på opfølgning og effektmåling er afgørende for at nå de ambitiøse mål.

15. oktober 2014

RLA

Side 1/4

For at erhvervs- og vækstpolitikken skal blive en succes, er det vigtigt ikke at glemme de små- og mellemstore virksomheder, der udgør en betydelig andel af kommunens erhvervsliv. Derudover uddanner små- og mellemstore virksomheder langt de fleste lærlinge. For at mindre virksomheder trives, er det vigtigt, at virksomhedernes daglige udfordringer lettes. De små og mellemstore virksomheders udfordringer er ofte relativt basale, men med afgørende betydning for dagligdagen i virksomhederne. Den elementære natur af udfordringerne medfører, at der kan findes relativt uproblematisk løsningsmuligheder.

Københavns Kommune har en placering som nummer 79 ud af 96 kommuner på DI's liste over lokalt erhvervs-klima. Det er ikke en prangende placering for Danmarks hovedstad, som er udset til at være vækstmotor for hele landet. Det skal ikke være en sovepude, at København som hovedstad automatisk tiltrækker borgere og virksomheder. København skal ikke blot konkurrere mod andre danske byer, men også andre nordeuropæiske storbyer såsom Hamborg og Stockholm. København er i flere år sakket bagud målt på vækst i forhold til de andre nordeuropæiske storbyer. Derfor er der behov for et markant bedre erhvervs-klima, hvis det ambitiøse mål om 5% årlig vækst i BNP og 20.000 nye private arbejdspladser frem mod 2020 skal realiseres.

DI's seneste erhvervs-klimaundersøgelse viser, at landets virksomheder anser, at infrastruktur og transport samt skatter og afgifter er de vigtigste områder, som kommunerne bør prioritere, hvis de vil styrke virksomhedernes vækstmuligheder. Det gælder også Københavns Kommune.

TEKNIQ har udarbejdet forslag og initiativer, der kan understøtte kommunens målsætninger. I udarbejdelsen af forslagene er der kigget på anbefalinger fra Københavns Kommunes ekspertgruppe for erhvervs-klimaet i København, som har set på, hvordan man ved at forbedre forholdene for især de mindre virksomheder kan skabe vækst, større tilfredshed med kommunens erhvervsservice og forbedre kommunens erhvervs-billede. Samtidig er der set på forholdene i andre kommuner, særlig Aarhus Kommune.

Udbudsstruktur

Kommunens vækst- og erhvervs politik nævner, at prioritering af vækstorienterede indkøb, udbud og partnerskaber i et tæt samspil med erhvervslivet kan skabe arbejdspladser og bedre driftsøkonomi. Københavns Kommune skal udnytte, at kommunen er en landets største indkøbere.

15. oktober 2014

RLA

Side 2/4

- **Kommunal udbudsstrategi** – Det er meget fornuftigt, at Københavns Kommune fremover vil vurdere tilbud i forhold til funktion og miljø i stedet for kun produkt og pris. Funktions- og miljøkrav skaber fokus på kvalitet, komfort og funktionalitet i udbuddene. Det er et opgør mod kun at kigge på anskaffelsespris. Hvis man i stedet ser på økonomien et par år ud i fremtiden, vil lidt dyrere tekniske løsninger ofte hurtigt tjenes ind på driften. Energibesparende effekter vil således blive en naturlig del af udbuddene, da det giver lavere driftsomkostninger og dermed en lavere totalpris.
- **Enklere udbudsprocesser** – Det kan være dyrt at byde på kommunale udbud og indtjeningen står ofte ikke mål med risikoen ved projektet. Udbudsmaterialet varierer for meget fra udbud til udbud og på tværs af kommunens forvaltninger. Det er positivt, at kommunen vil se på at reducere transaktionsomkostninger for både ordre- og tilbudsgiver. Det er i den henseende vigtigt, at udbuddene ikke bliver for komplicerede i forhold til at stille for mange krav til virksomhederne. Der kan stadig gøres meget for at gøre processerne ved udbud enklere og mere gennemskuelige. Det vil medføre, at flere virksomheder byder på de kommunale opgaver.
- **Små- og mellemstore virksomheder** – Mindre virksomheders adgang til kommunens udbud begrænses af størrelsen og omfanget af udbuddene. Små opgaver kan med fordel udbydes i fagentrepriser. Erhvervsstrategien nævner dette, men er uklar i beskrivelsen af, hvordan det konkret kan ske udover bedre dialog og hjælp til konsortiedannelse. Ved at styrke rådgivning af små- og mellemstore virksomheder kan man undgå, at udbuddenes kompleksitet afholder virksomheder fra at byde. Det er også vigtigt, at bankgarantien ved udbud gøres mere fleksibel og i visse tilfælde lempes.
- **Grøn rollemodel** – Erhvervs- og vækstpolitikken mangler initiativer til at sikre, at den grønne udvikling sker mest effektivt i samarbejde med erhvervslivet. Det offentlige kan med fordel gå forrest med energieffektive løsninger i de offentlige bygninger og institutioner, da der er et stort potentiale for at øge indeklimakomforten og give betydelige besparelser på driftsbudgettet. Det kræver en mere effektiv planlægning, hvor byggeriets aktører inddrages tidligt i bygge- og renoveringsprojekterne.
- **Sociale klausuler** – Erhvervsstrategien nævner, at sociale klausuler kan bruges ved udbud til at nå målet om flere praktikpladser. Sociale klausuler gør udbuddene mere komplekse og bevirker, at mange virksomheder afholder sig fra at byde. Produktivitetskommissionen vurderer, at sociale klausuler er besværlige og ineffektive. I stedet skal man forbedre virksomhedens rammevilkår, da opgaver og aktivitet er afgørende for om virksomhederne kan uddanne lærlinge. Fokus bør være på om virksomheden uddanner lærlinge og ikke på et bestemt antal lærlinge knyttet til en bestemt opgave. Sociale klausuler kan ligefrem være til ugunst af kvaliteten af lærlingens uddannelse.

Erhvervsvenlig kommune

Københavns Kommune skal roses for, at kommunens erhvervs- og vækstpolitik fokuserer på at være en erhvervsvenlig kommune. Konkrete initiativer som én indgang for erhvervslivet, flere digitale løsninger, nedsættelse af byggesagsgebyret og et årligt erhvervsbarometer er gode tiltag. TEKNIQ er meget enig i strategiens målsætninger og intentioner, men det er afgørende, at de gode tiltag resulterer i konkrete tiltag. DI's kommunale erhvervsklimaundersøgelse bekræfter, at der er plads til forbedringer.

15. oktober 2014

RLA

Side 3/4

- **Servicekultur** – Kommunen skal have mere kundefokus og mindre myndighedsfokus. Myndighedsbetjening bliver ofte betegnet som uflexibel og bureaukratisk, hvilket afspejler sig i kommunens dårlige erhvervsklimamåling for kommunal sagsbehandling. Fra kontrol til service. F.eks. kan man benytte kontrolbesøg mere proaktivt. Opgør med nej-kulturen, hvor man kombinerer et afslag med et løsningsforslag.
- **Én indgang og én kontaktperson** – Erhvervs- og vækstpolitikken nævner, at der er en stigende tilfredshed med kommunens service og myndighedsbehandling blandt virksomhederne i kommunen, men der er fortsat mange virksomheder, som er utilfredse med den service de modtager. For at få flere tilfredse virksomheder, kan kommunen ud over én fysisk og én digital adgang til kommunen også arbejde på, at virksomhederne så vidt muligt har én fast kommunal kontaktperson. Det skaber tillid og ansvar.
- **Kortere sagsbehandlingstider** – Kommunen har fastlagt servicemål for forskellige sagsbehandlingstider. Det vil TEKNIQ gerne rose og TEKNIQ opfordrer til at fortsætte arbejdet med at nedbringe sagsbehandlingstider. En mulighed kan være at sende en elektronisk kvittering ved alle henvendelser/ansøgninger fra erhvervslivet om forventet afslutning eller tilbagemelding på henvendelsen/ansøgningen, så virksomhederne kan planlægge sig til højere produktivitet. Samtidig bør man afdække potentialet for færre regler og krav i forbindelse med udstedelse af tilladelser. Effektiviseringer og besparelser opnået gennem kortere sagsbehandling bør bruges på at reducere erhvervslivets skatter og afgifter eller forbedre kommunens erhvervsservice.
- **Konkurrencedygtigt omkostningsniveau** – Skatter, afgifter og gebyrer påvirker virksomhedernes vækstmuligheder ved at svække virksomhedernes konkurrenceevne og indtjeningsmuligheder. Kommunen bør undersøge, hvilke afgifter og gebyrer, der hæmmer væksten mest. Det er meget positivt, at byggesagsgebyret er nedjusteret og det samme bør ske med andre erhvervsrelaterede gebyrer og afgifter, f.eks. dækningsbidraget, som i Aarhus er på 5,75 promille mod 9,8 promille i København. Nedsættelser af skatter og afgifter giver erhvervslivet en barriere mindre i forhold til at skabe vækst og arbejdspladser. Dækningsafgiften er et af de værktøjer, som kommunen nemmest kan skrue på for at forbedre erhvervsvilkårene.
- **Rekruttering** – Fortsæt arbejdet med at skabe et stærkere samspil mellem erhvervs- og beskæftigelsesindsatsen. Herunder bedre overblik og koordinering mellem virksomhedernes behov for arbejdskraft og den jobsøgende arbejdskraft. Mange små- og mellemstore virksomheder er desuden ikke bekendte med jobcentrenes forskellige ydelser.

- **Målling og opfølgning** – Vigtigt med opfølgning og måling af resultater samt sammenligning med andre kommuner. Kommunens erhvervsbarometer, effektmodel og erhvervsråd er glimrende værktøjer i den sammenhæng. Kommunen skal være klar til at reagere, hvis de ønskede resultater ikke afspejler sig i målingerne. Derudover vil vi gerne opfordre til at følge *best practices* fra nordeuropæiske storbyer og andre større danske byer.

15. oktober 2014

RLA

Side 4/4

Infrastruktur

Fremkommeligheden i København har høj prioritering for både borgere og virksomheder. København forventes at have en stor årlig befolkningsvækst i de kommende år med 100.000 flere borgere i 2025. Det presser byens infrastruktur. Mange virksomheder og borgere er utilfredse med vejinfrastrukturen, mens der er mere tilfredshed med den kollektive trafik og cykelmulighederne. For servicereleaterede virksomheder, der kører ud til deres kunder, er fremkommeligheden et problem.

- **Fremkommelighed** – Der er mange spildte kroner i trafikken. Københavns Kommunes budgetaftale for 2015 har fokus på mere effektive trafikløsninger og overvågning, og det er et godt initiativ at bruge smarte løsninger (ITS, signaloptimering og Smart City) til at skabe bedre fremkommelighed i byen. Derudover vil TEKNIQ gerne opfordre til at gøre det let, sikkert og enkelt at komme rundt i byen. Lap hullerne i vejene og ryd dem for sne om vinteren. Kommunikér omlægning af parkeringsforhold og omdirigering af trafikken hurtigt og enkelt til virksomhederne, så virksomhederne bedre kan planlægge sig uden om køerne. Pas på med ikke at glemme de erhvervsdrivende biler og detailhandlen på bekostning af cyklismen og kollektiv trafik. Erhvervsdrivende kan ikke cykle eller tage offentlig transport, når udstyr, varer og værktøj skal medbringes for at servicere Københavns Kommunes institutioner og borgere.
- **Parkerings** – I erhvervsstrategien nævnes, at kommunen vil skabe bedre parkeringsforhold for erhvervslivet, men der mangler konkrete tiltag. Det er ofte svært for erhvervsdrivende at finde en parkeringsplads i kommunen. En mulighed er mere fleksible regler for erhvervsparkering, da der mangler muligheder for midlertidig parkering til erhvervsdrivende med korte hasteopgaver. Man kan f.eks. lave p-pladser forbeholdt til servicebiler/gulpladebiler i tidsrummet klokken 6-16, så teknikere og håndværkere kan servicere kunder i København.
- **Diverse** – Administrationsgebyret på erhvervsaffald kan med fordel afskaffes. Parkeringsafgift på skurvogne i forbindelse med byggeri bør fjernes eller indgå i de samlede byggesagsomkostninger.

Med venlig hilsen

Tina Voldby, underdirektør
TEKNIQ

Tom Lindquist, adm. direktør
Høyrup & Clemmensen a/s
TEKNIQ EL København

Københavns Kommune

20. oktober 2014

Høring vedrørende Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik

Dansk Erhverv har modtaget Københavns Kommunes høring af 2. september 2014 vedrørende ovennævnte.

Generelt

Vi skal indledningsvist påskønne den dialogorienterede tilgang til erhvervs- og vækstpolitikken som kommunen har valgt. Et positivt samspil mellem aktørerne på området er helt afgørende for at politikkerne kommer til at virke.

Samtidig skal vi fremhæve det positive i, at der sættes delmål og målepunkter for de opstillede mål og faktorer. Planen vil i realiteten først vise sin virkedygtighed når den konfronteres med virkeligheden. Den efterfølgende proces vil derfor være langt vigtigere end selve lanceringen af strategien og det er helt afgørende at der måles på, hvor langt man reelt er nået i forhold til strategiens målsætninger.

Dansk Erhverv er endelig enig i udgangspunktet for analysen, at København er Danmarks vækstmotor, men på flere afgørende punkter halter bagud ift. sammenlignelige storbyer. Opgaven er således i høj grad ikke at lade sig lulle i søvn af en tilsyneladende succes men i stedet at relativere den i forhold til udviklingen i sammenlignelige metropoler.

Mål

Vi kan i den forbindelse støtte op om målene for politikken vedrørende vækst, arbejdspladser og Københavns placering som en attraktiv by at bo i. Vi er tillige overordnet enige i det foreslåede fjerde mål om bæredygtighed. Vi finder dog i den sammenhæng at man også netop i en erhvervs- og vækstpolitik som hovedmål bør stræbe efter, at København bliver blandt de 3 mest attraktive byer i Europa at etablere samt drive virksomhed i.

Vækstfaktorer

Vi er ikke uenige i udpegningen af 5 vækstfaktorer:

- Erhvervsservice og omkostninger for erhvervslivet,

- strategisk byudvikling,
- samspil om innovation
- uddannelse og beskæftigelse samt
- Internationalisering.

Vi skal dog anbefale, at mobiliteten for erhvervsliv og borgere i byen fremhæves som et særskilt punkt på linje med de andre hovedpunkter. Emnet behandles under punktet "strategisk byudvikling". Vi noterer os med tilfredshed at både kollektiv trafik og cyklister behandles særskilt mens vi er mere skeptiske over for, at bilister, gående og andre trafikanter ikke har deres egen plads i strategien.

Mobilitet i København er – som andre storbyer – dikteret af, at de forskellige trafikformer må deles om den begrænsede plads. Som det er relativt grundigt gennemgået i Trængselskommissionens rapport fra 2013 er det afgørende for byens vækst at de forskellige trafikformer balanceres i forhold til hinanden ud fra et hensyn om størst mulig mobilitet for både private og erhverv samtidig med at trafikken skal være så skånsom som mulig for at tilgodese både eksempelvis virksomheder, borgere og turister.

Dansk Erhverv ser frem til samarbejdet om at implementere og operationalisere strategien i handleplaner.

Med venlig hilsen



Jesper Højte Stenbæk
Chefkonsulent

Indsendt af: Mette Hvid Brockmann , Råstof Aps (2400)

Dato: 15.10.14

DesignLab Råstof har siden 2013 med støtte fra EU's Socialfond i Region Hovedstaden tilbudt iværksætterforløb til ledige designere med det formål at udvikle nye bæredygtige designproduktionsvirksomheder i København. For at deltage i et 10-ugers DesignLab Råstof forløb skal den ledige have et design, der henvender sig et marked/kundebehov og som kan sættes i produktion. Det er endvidere et krav, at der kan laves en prototype på et af de tilknyttede erhvervsskolepraktikcentre. Når vi fredag den 10. oktober afslutter vores 4. hold har vi haft 43 designere igennem forløbet. Det femte og foreløbigt sidste hold på 17 deltagere starter den 20. oktober 2014. Behovet for denne type iværksætterforløb har vi sig at være markant, og vi har erfaret at en stor del af dimittenderne fra de videregående uddannelser (design- og arkitektskolerne) ikke er tilstrækkeligt rustede til til at bruge deres meget stærke designfærdigheder entreprenant, herunder til opstart af egen virksomhed. Det udgør både en barriere for at dimittenterne fra de danske design- og arkitektskoler starter egne designproduktionsvirksomheder og en barriere for at eksisterende designvirksomheder vokser ud over egen enkeltmandsvirksomhed (94% af de danske designvirksomheder har mellem 1-4 ansatte).

Designere er en vigtig ressource til at fremme innovation i eksisterende danske virksomheder og derfor er det yderligere en udfordring, at arbejdsmarkedet for især designere i bedste fald kan beskrives som semiorganiseret, hvor jobs kun i begrænset omfang bliver slået op, hvorfor en konventionel jobsøgning derfor ikke er utilstrækkelig til at skaffe beskæftigelse. Med den nye beskæftigelsesreform kan det blive problematisk. Det er paradoksalt, når man på den ene side har udnævnt den kreative sektor som oplagt vækst-zone og på den anden side afskærer muligheden for at skabe nye iværksættere ud af det store kreative potentiale. Man risikerer derfor i fremtiden i endnu højere grad at spilde det kreative råstof, som kan skabe nye virksomheder og arbejdspladser for en lang række faggrupper - også udover selve designstanden, herunder vores produktionshåndværkere.

I forhold til værdien af den kreative klynge, har vi som en del af byens kreative netværk gentagende gange konstateret, at den enkelte virksomheds udbytte af den såkaldt kreative klynge opfattes som begrænset. DesignLab Råstof arbejder derfor sammen med bl.a. forskere på CBS om opbygning af en ny type klynge, hvor man gennem fleksibel specialisering opnår klyngesynergier på tværs af virksomhedens værdikæde, herunder i samarbejde med små og mellemstore håndværks- og industrivirksomheder.

Vi anbefaler på denne baggrund:

- At der sikres mulighed for fortsat at opkvalificere ledige indenfor den kreative sektor, herunder dimittender fra de videregående kunstuddannelser, til iværksætteri og entreprenørskab, eventuelt i samarbejde med erhvervsskolernes praktikcentre.
- At der tilbydes en specialiseret rådgivnings- og inkubatorindsats indenfor den kreative sektor, herunder de nye designproduktionsvirksomheder.
- At der rettes fokus mod tværfaglig klyngedannelse med fleksibel specialisering, herunder på udvikling af nye typer af produktionsvirksomheder i København.



11

Københavns Kommune

Tivoli, den 7. oktober 2014

Høringssvar vedr. Københavns Kommunes Erhvervs- og vækstpolitik.

En erhvervs- og vækstpolitik for kommunen er noget, Tivoli hilser meget velkommen og meget gerne vil samarbejde aktivt og konstruktivt om.

Tivoli bidrager allerede inden for alle de fire mål, som politikken opstiller: Vækst – Beskæftigelse – Attraktivitet – Bæredygtighed:

- Ifølge en undersøgelse fra 2011 bidrog Tivoli i 2009 med 3.850 arbejdspladser til København og Danmark, og med 247.632.979 kroner til dansk økonomi. (Christian Wichmann Matthiesen i Kulturinstitutioner og værdiskabelse: Københavnske Perspektiver, 2011).
- Tivoli har konstant 35 – 40 elever og lærlinge under uddannelse.
- Tivoli er et internationalt kendt brand, der gavner turismen og gør København mere attraktiv for borgere såvel som besøgende.
- Tivoli arbejder aktivt og systematisk med grønne initiativer og andre CSR-aktiviteter, og anses for en af Danmarks bedste store arbejdspladser.

Tivoli kunne bidrage endnu mere under de rette betingelser. Det er vores opfattelse og ønske, at erhvervs- og vækstpolitikken vil fremme det formål, og vi opfordrer til, at der bliver sat konkrete og ambitiøse mål for hver af de indikatorer, der nævnes i politikken.

På et enkelt punkt finder vi, at erhvervs- og vækstpolitikken kunne være mere fyldestgørende og ambitiøs. Det drejer sig om turismen.

Med Københavns mange kulturinstitutioner, de historiske rammer og den generelle opfattelse af byen som både cool og tryk er der alle muligheder for, at Københavns fremtidige vækst for en stor del kommer fra turisterhvervet, hvis de rette forudsætninger er til stede. Det er sagt før, men tåler at blive gentaget, at beskæftigelsen inden for turisme i høj grad tilgodeser de ufaglærte, der i stort tal har mistet beskæftigelse inden for andre brancher.

De seneste års vækst nævnes allerede i politikken, men erhvervs- og vækstpolitikken bør indeholde et særskilt afsnit om turismen. Det er yderst vigtigt, at erhvervets små og store aktører har Københavns Kommune som medspiller. Der er brug for konsekvens og kvalitet, når det gælder Kommunens serviceydelser til virksomhederne, fx bevillinger, byggetilladelser, renovation, miljøgodkendelser mm.

Desuden er der brug for den højeste standard af renholdelse, skiltning, infrastruktur, turistinformation, tilgængelighed og de mange andre elementer, der bliver barrierer for den gode turistoplevelse, hvis de ikke fungerer. Alt dette bør findes i en samlet politik og plan, der er koordineret med de nationale strategier og mål.

Med venlig hilsen

Dorthe Weinkouff Barsøe
Underdirektør, Tivoli Brand & Kommunikation

19.oktober 2014

LEDELSESSEKRETARIATET

GULDBERGSGADE 29N
STORE ANNEKS, P3
2200 KØBENHAVN N

TLF 46 46 00 00
FAX 46 46 00 09

CVR: 31656206
EAN: 5798 000 560291

WWW.KEA.DK

REF:TTHO

KEAs høringssvar vedr. forslag til Københavns Kommunes samlede erhvervs-og vækstpolitik

Overordnet bakker Københavns Erhvervsakademi (KEA) op omkring det formulerede forslag til Københavns Kommunes erhvervs-og vækstpolitik. Det skal også ses i lyset af, at KEA har haft mulighed for at komme med forslag allerede undervejs i processen via medlemsskabet i Københavns Erhvervsråd.

KEA vil derfor gerne benytte høringssvaret til at pege på konkrete tiltag under de enkelte vækstfaktorer, hvor vi ser mulighed for at bidrage og indgå i samarbejder med Københavns Kommune for at styrke samspillet mellem erhvervs- og vækstpolitikken og uddannelsesindsatsen i Region København.

Vækstfaktor: Samspil om innovation

KEA som uddannelsesinstitution er kendetegnet ved, at en meget høj andel af vores studerende ønsker at være iværksættere. Således svarede 68% af vores studerende i introuundersøgelsen 2014, at de havde dette som mål for deres uddannelse ved KEA. For at understøtte de studerende i at gå iværksættervejen, er vi ved at udvide vores iværksætteraktiviteter med opbygningen af et Inkubatormiljø på KEA.

Inkubatormiljøet ser KEA som et oplagt samarbejdsområde mellem KEA og Københavns Kommune, idet det ligger i direkte forlængelse af erhvervs- og vækstpolitikens målsætning om at *”styrke rammerne for innovationsarbejder”* (’samspil om innovation’, s. 6). Dette kunne for eksempel ske ved, at Københavns Kommune stiller byens udfordringer til rådighed som omdrejningspunkt for fælles innovationsprojekter mellem uddannelse og erhverv.

Vækstfaktor: Internationalisering

KEA udbyder et stort antal internationale uddannelser, og har adskillige samarbejdsaftaler med udenlandske uddannelsesinstitutioner. Vores studenterpopulation er derfor karakteriseret ved, at der er mange udenlandske studerende - og det er et mål at tiltrække endnu flere. Det er derfor vigtigt for KEA, at støtte Københavns Kommunes målsætning om at København skal være et attraktivt bo-og arbejdssted for udenlandske talenter.

Via regeringens Internationaliseringsstrategi, handlingsplan II har KEA og andre uddannelsesinstitutioner netop til opgave at tiltrække og fastholde internationale talenter, og det vil derfor være oplagt at KEA og andre videregående uddannelsesinstitutioner indgår i samarbejder med Københavns Kommune om realiseringen af såvel regeringens målsætning som Københavns Kommunes vækstfaktor om internationalisering. Et samarbejde om at fastholde de udenlandske talenterne som allerede er i byen på vores uddannelsesinstitutionerne, vil betyde at talenterne allerede er kulturelt og sprogligt klædt på til at indgå i danske virksomheder eller opstart af egen virksomhed i København.

Som en mindre bemærkning til vækstfaktor Internationalisering forslår KEA at formuleringen i vækstpoltikken omkring: *'højtuddannet arbejdskraft'* (s.8 indledningen) erstattes med: *'uddannet international arbejdskraft på videregående niveau'*. Det er vigtigt, at definitionen på udenlandske talenter tænkes bredt i forhold til alle videregående uddannelse og ikke kun snævert universitært, hvilket formuleringen *'højtuddannet'* kan give anledning til. Netop erhvervsakademisektoren har udenlandske studerende, der potentielt kan bidrage med iværksættertalent og levere indspark til produktudvikling i SMV-regi i Region København.

Klyngespecialisering og vækstområder

Hvad angår Klyngespecialiseringen indenfor job, eksport og værditilvækst, har KEA udarbejdet en række faglige platforme på de enkelte programområder såsom fx bæredygtighed mv. som spiller direkte ind i de nævnte klyngespecialiseringer. KEA står gerne til rådighed med viden og indspark til konkrete mulige samarbejder mellem Københavns Kommunes klyngeaktiviteter og KEA's faglige platforme.

Endelig vil KEA gerne pege på konkrete områder, som Københavns Kommunes med fordel kan overveje i forhold til evt. videre klyngespecialisering, og hvor KEA også gerne står til rådighed med viden og konkrete samarbejder:

- *'Social entreprenørskab'*. Netop som hovedstad er *'social entreprenørskab'* et oplagt fokus- og erhvervsudviklingsområde, hvor både målsætningen om sociale løft til hovedstaden via jobskabelse og udvikling af nye virksomhedsområder forenes. Et fokus på *'social entreprenørskab'* vil også kunne bidrage med at udvikle København som en attraktiv by, der er åben overfor kreative og eksperimenterende løsninger - som det er formuleret i målsætning 7 under vækstfaktor *'strategisk byudvikling'* (vækstpolitik side 15).
- *'Bæredygtig insourcing af mode og tekstil'* er et andet fokusområde, som Københavns Kommune med fordel kan overveje. KEA har netop haft besøg af *Manufacture New York*, som med stor drive, økonomisk støtte fra New York City og med Obamas innovationspris i baglommen har formået at lave en visionær fusion mellem fabrik, inkubator og uddannelse. KEA havde dem på besøg i forbindelse med kickstart af *Manufacture Copenhagen*, og bidrager derfor gerne med mere viden om projektet.

Vi ser frem til det videre samarbejde om at gøre København til et attraktivt uddannelses-, bo og arbejdssted, og står altid gerne til rådighed for spørgsmål og konkrete samarbejder.

Med venlig hilsen

Ingo Østerskov
Rektor
KEA

KØBENHAVNS UNIVERSITET

Overborgmester Frank Jensen

Cc.:

Beskæftigelses- og integrationsborgmester Anna Mee Allerslev

Teknik- og miljøborgmester Morten Kabell

Kultur- og fritidsborgmester Carl Christian Ebbesen



Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik

19. SEPTEMBER 2014

Kære Frank Jensen

REKTORLEKRETARIATET

Tak for det tilsendte forslag til Københavns Kommunes erhvervs- og vækstpolitik. På Københavns Universitet (KU) hilser vi bl.a. den strategiske ambition om opbygning af et stærkt brand omkring "Copenhagen" velkommen, og vi ser frem til samarbejdet fremadrettet.

NORREGADE 10

DK - 1017 KØBENHAVN K

Vi har positivt noteret os ambitionerne om samarbejde i "Copenhagen Business Region". Denne "paraply" for samarbejde ligger parallelt med samarbejdet i "Copenhagen Science Region", hvor blandt andre universiteterne samarbejder om at sikre, at "Copenhagen" i bred forstand bliver en internationalt kendt "hub" for uddannelse, viden og innovation.

TLF 35 32 28 04

prorector-research@adm.ku.dk

www.ku.dk

Vi har to konkrete forslag til erhvervs- og vækstpolitikken:

1) Copenhagen Science City er et vigtigt fælles projekt mellem bl.a. Københavns Kommune, Region Hovedstaden, Professionshøjskolen Metropol og KU. Copenhagen Science City kunne fremhæves i erhvervs- og vækstpolitikken som et eksempel på initiativer, som kommunen understøtter og vil markedsføre (f.eks. s. 26).

2) KU finder det positivt, at de internationale studerende nævnes som ressource i den samlede erhvervs- og vækstpolitik. Det ville være stærkt, hvis man også nævner de studerende i den korte udgave (f.eks. s. 9). Rekruttering, og ikke mindst fastholdelse, af de dygtigste internationale studerende er afgørende for vækst og udvikling i hovedstaden fremadrettet.

Jeg ser frem til en dialog om konkrete aktiviteter på erhvervsområdet.

Med venlig hilsen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Thomas Bjørnholm'.

Thomas Bjørnholm

Prorektor for forskning og innovation

Høring om Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik

FTF takker for muligheden for at besvare Københavns Kommunes samlede erhvervs- og vækstpolitik.

Bæredygtig vækst er afgørende for Danmark, og København er som by en central motor for vækstudviklingen i hele landet. FTF anser i sin helhed udspillet som et godt og ambitiøst initiativ, der kan bane vejen for større vækst – samtidig med, at der tages både sociale og miljø-mæssige hensyn.

Det er positivt, at forslaget indeholder fokus på samspil mellem det offentlige og private i form af offentlig private partnerskaber (OPP) og offentlig private samarbejder (OPS), og at der fokuseres på de innovative muligheder i funktionsudbud og totalomkostninger frem for her-og-nu-priser. Kommunen bør dog også have fokus på mulighederne i offentlig privat innovation (OPI).

Der er et stort og uudnyttet potentiale i, at bringe det offentlige og private sammen i egentlige innovationsprojekter. Mange medarbejdere ligger inde med en viden omkring konkrete problemer, som i samarbejde med virksomheder kan føre til udvikling af nye produkter og services.

Københavns Kommune viser allerede vejen med oprettelsen af kommunens idéklinik, som burde indtænkes som en del af den samlede vækstpolitik.

FTF foreslår endvidere, at kommunen sikrer videndeling om OPI på tværs af kommunen. Dette kan bl.a. ske ved at lave efteruddannelse af kommunens medarbejdere, hvor de uddannes i, at se mere innovativt og udviklende på deres arbejde. Kommunen kunne endvidere med fordel oprette et korps af OPI praktikere, som kunne rådgive kommunens forskellige enheder om, hvordan de i højere grad kunne inddrage private virksomheder og skabe innovation.

FTF bakker endvidere op omkring kommunens fokus på klyngedannelse. Vi vil i den forbindelse gøre opmærksomme på de vækstmuligheder København har for vækst og innovation i den finansielle sektor, og for at gøre byen til et center for teknologibaseret innovation inden for finansiell service (FinTech) og kapitalforvaltning. Danmark og København har eksempelvis et stort uudnyttet vækstpotentiale inden for kapitalforvaltning. En analyse fra Morningstar (*Analyse af performance i aktivt forvaltede aktiefonde fra hjemlige investeringsforeninger, 2013*), viser, at den danske kapitalforvaltningsbranche generelt klarer sig godt sammenlignet med udlandet og sikrer et højt afkast i investeringsforeningerne. Samtidig er Danmark også konkurrencedygtig på omkostningssiden. Potentialet for yderligere vækst er således til stede, og potentialet kan realiseres, bl.a. hvis Københavns Kommune bakker om den finansielle klynge.

Med venlig hilsen

Mads Eriksen
Konsulent

Indsendt af: Peter Kay Mortensen , LO Hovedstaden (2300)

Dato: 20.10.14

Vi har i LO Hovedstaden gennemgået forslaget til kommunens samlede Erhverv og Vækstpolitik og har i den anledning følgende kommentarer.

Samspil og innovation.

Vi mener at København bør gøre en ekstra indsats for at sikre at den viden der opstår på universiteter og øvrige uddannelsesinstitutioner bringes tættere på det lokale erhvervsliv. Samtidig bør kommunen sikre at den medarbejderdriven innovation får vilkår så den kan udvikles, både når det handler om egen virksomhed som virksomheder i kommunen.

Uddannelse og beskæftigelse.

Det er en udmærket politik der foreslås, men der bør måske være et særligt afsnit der handler om iværksættere.

Med henblik på at arbejde for dem der står uden job, mener vi at politikken bør indeholde et samarbejde med A-kasser og Fagbevægelsen om en forstærket formidlingsindsats.

Med venlig hilsen

Peter Kay Mortensen
LO Hovedstaden

Indsendt af Direktør Marlene Haugaard , Væksthus Hovedstadsregionen (2100)

Dato: 14.10.14

Tak for det fremsendte oplæg til Københavns Kommunes Erhvervs- og Vækstpolitik "Sammen om vækst og arbejdspladser". Det er som udgangspunkt et interessant og gennearbejdet oplæg, som Væksthus Hovedstadsregionen har følgende kommentarer til:
Tre mål - mål 1, 5 % vækst i BNP. Her står anført at vækst i produktivitet er den vigtigste kilde til at nå målet. Det er vigtigt, at huske på, at når en virksomhed investerer i udvikling og vækst, så fører det i første omgang til et fald i produktivitet og først efterfølgende til en stigning, når investeringen er omsat i øget omsætning eller reducerede udgifter.

Samspil om Innovation. De foreslåede indsatser er alle relevante og gode, og vi er glade for, at Væksthuset nævnes som en væsentlig spiller i det sammenhængende rådgivningssystem. Vi savner dog, at der også sættes fokus på de eksisterende og etablerede SMVer. De er en væsentlig kilde til at skabe øget vækst i København og i Region Hovedstaden.

Internationalisering. En meget væsentlig parameter til øget internationalisering er, at iværksættere og SMVer sætter fokus på at komme ud på nye markeder. Det skal være et væsentligt tilbud i den enstrengede erhvervsservice, at der sættes fokus på virksomhedernes muligheder i udlandet. Her har Væksthuset en bred palette af tilbud, og dem ser vi gerne bragt endnu mere i spil. Vi savner et tema om finansiering. En væsentlig barriere for virksomhederne i at vokse er en begrænset adgang til såvel låne- som egenkapital. Det vil være særdeles velkomment, hvis Københavns Kommune vil spille en aktiv rolle i udvikle nye finansieringsinstrumenter og tiltrække kapital fra udlandet.

Med venlig hilsen

Marlene Haugaard

**Medlem af: Jens Peter Mortensen , Danmarks Naturfredningsforening,
København (2100)**

22.09.14

8 Fortsat høj miljøprofil

Københavns høje miljøprofil er sat over styr med sagen om Amagerforbrændingen og en investering på 4 mia. kr. i en teknologi, der af henhold til regeringens (og EU's) ressourceplan skal trappes ned; "genanvend mere brænd mindre".

Erhvervslivet efterspørger biogasanlæg til madaffald. I dag transporteres madaffald fra supermarkeder til Fyn. Borgernes madaffald sendes til ARC selvom, der er 80 % vand i og ikke kan brænde. Det er ressourcer, der sendes ud af byen eller op som røg i skorstenen.

Ved henvendelser om etablering biogasanlæg henviser Københavns Kommune til Renaissanceanlægget. Der står et forsøgsanlæg på ARC. Anlægget er dog ejet af DONG.

Uden at gå in i detaljer om dette anlæg, så undrer det DN København, at der henvises til et forsøgsanlæg, hvor vi ikke rigtigt ved om det kommer til at virke og hvad den endelige pris bliver. Vi har hørt priser omkring 4 gange så meget som allerede velkendt teknik.

Derudover undrer det DN København, at Københavns Kommune henviser til et anlæg der er ejet af DONG, når nu Københavns Kommune er medejer af Aikan anlægget i Højbæk.

Et Aikan anlæg i København vil sikre arbejdspladser og lokalisering af genanvendelsesvirksomheder - med andre ord grøn vækst i København.

SAMMENFATNING AF INPUT TIL KK'S INTERNATIONALISERINGSPOLITIK COPENHAGEN GOODWILL AMBASSADOR CORPS (GWA)

Følgende spørgsmål blev sendt til korpset:

Kommunen har efterspurgt GWAernes input til, hvordan politikens målsætninger for internationalisering bedst muligt opfyldes. Vi håber derfor at du vil tage dig et kort øjeblik til at læse politikens afsnit om internationalisering (se vedhæftet) samt overveje konkrete forslag til initiativer, du mener kan være med til at lufte internationaliseringen af København. Det er vigtigt at dit input tager højde for at dette er en opgave kommunen vil kunne løfte, altså er visumreglerne i staten.

- Hvilken type initiativer, mener du, vi kunne bidrage til Københavns internationalisering?
- Hvilke områder bør der fokuseres på for at øge internationaliseringen af København?
- Konkrete forslag til initiativer og aktiviteter
- Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en process (virksomhed + turisme)?
- Mener du politikken dækker de vigtigste elementer?
- Frit fra hjertet?

Alt er modtaget 16 input fra GWAerne. Nedenfor er listet de anbefalinger der lægges størst vægt på hos GWAerne, efterfulgt af en kort sammenfatning af alle input. Det anbefales at alle input læses igennem, men specielt interessante er:

- Anne Lise Kjær, UK
- Jesper Løvendahl, USA
- Hans Christian Ugilt, Schweiz/USA

INPUT

- **Ros til politikken og KK**
 - o Der er generelt ros til politikken og initiativet som omtales som fyldestgørende
- **Dårlig service**
 - o Der lægges stor vægt på, at indstillingen til service er utrolig ringe. Dette gælder især områderne:
 - Københavns Lufthavn, modtagelse samt skiltning
 - Hoteller, hvor service niveauet er ringe sammenlignet med prisen og resten af verden
 - Restauranter, flere nævner at prisen er for høj og servicen er utrolig lav, hvilket giver en dårlig oplevelse
 - Mødet med det offentlige er ikke altid heldigt, det er for kompliceret og en service rettet mod expats anbefales
- **Sprog udfordring**
 - o På trods af danskernes høje engelske niveau, har vi endnu ikke forstået at gøre os til en "dual language" destination, som ville være en fordel i kampen om talenter. Især nævnes skiltning som et problem og danskernes uvillighed til at snakke engelsk i større forsamlinger

- **Danskerne er lukkede**
 - Flere beskriver, at udlændinge i KBH opfatter danskerne som et lukket folkefærd. Der bør ske en ændring af danskernes mentalitet, så de bliver mere åbne og imødekommende overfor udlændinge, herunder både expats og turister. Det er danskerne/Københavnerne der er værter, men denne rolle udfylder de langt fra. Det vurderes, at en forbedring af danskernes åbenhed vil kunne bidrage til, at expats i højere grad bliver integreret og ønsker at opholde sig i landet efter endt uddannelse og i længere tid end planlagt.
- **Offentlig administration er for kompliceret og mangler service**
 - Flere nævner, at de har erfaret, at udlændinge ikke føler sig godt behandlet i det offentlige system, og at det opfattes kompliceret. Det anbefales bl.a., at der etableres en forvaltning, der tilgodeser expats i Københavns Kommune, og at det offentlige generelt er mere omstillingsparate.
- **Skatter og omkostninger er for høje**
 - Med fuld forståelse for at KK ikke har mulighed for direkte at ændre på denne situation, anbefaler flere at KK går i front med politiske anbefalinger til staten omkring "tax breaks" til udlændinge og udenlandske virksomheder. Ligesom flere påpeger det høje prisniveau i servicesektoren, igen med manglende serviceniveau, der blot gør det dyrt og ikke nødvendigvis godt.
- **Manglende fokus på iværksætter og start-up miljø**
 - København er bagud, når det kommer til et blomstrende iværksætter/start-up miljø. Vi er dårlige til at facilitere dette og går glip af denne sektor i kampen om international vækst.
- **Byg videre på eksisterende styrker**
 - Generelt lægger mange vægt på, at vi er for dårlige til at udnytte vores unikke styrker. Fremfor at konkurrere på de gængse salgsparetre som andre storbyer, bør vi fokusere på Københavns unikhed. Flere nævner herunder at når nu prisniveauet er højt, hvorfor så ikke fokusere på tiltrækningen af high-class turister, der har råd til det, altså kvalitet fremfor kvantitet? Vi er på mange måder en by, der sætter trends bl.a. indenfor mad, urbanisering, arkitektur og infrastruktur. Disse styrker bør vi udnytte i langt højere grad og måske fokusere mere på niche virksomheder og turister. Det nævnes også flere gange, at København skal promovere sig som "the European Gateway".
- **Udnyt gwa korpseis kompetencer og ressourcer**
 - Med opfordring fra GWA'erne selv lægger en stor del vægt på, at deres virke kan udnyttes i langt højere grad i promoveringen af København internationalt. De ønsker at indgå som en strategisk ressource og blive brugt til, især via alternative kanaler, at sprede budskabet og fortællingen.

FLERE KOMMENTARER:

Danskernes mentale indstilling

Det påpeges som sagt, at service niveauet i KBH er for ringe, og at service branchen og Københavnerne bør gøres opmærksom på at der er behov for en ændring i mentaliteten, hvis vi skal kunne konkurrere i tiltrækningen af turister, expats og virksomheder. Herunder påpeges danskernes indstilling til at kommunikere på engelsk, både i det offentlige rum men også i virksomheder og i private forsamlinger. Expats og turister foretrækker lande, hvor de kan begå sig sprogligt, og det danske sprog fylder fortsat så meget, at vi endnu ikke kan opfattes som en "dual language" nation. Generelt skal vi være bedre til at gå på kompromis med turister og expats.

Det nævnes, at vi er for snæversynede, når vi kigger på markeder. Vi har en tendens til at ignorere attraktive markeder, fordi vi fokuserer på det gængse. Her nævnes bl.a. Beijing. Vi bør åbne os mere op for muligheder og være mere modtagelige.

Historiefortællingen

Vi skal udnytte vores styrker og lægge vægt på vores historiefortælling. De styrker vi har er en del af den, og vi bør promovere os selv som "the learning capital". Både som et sted hvor man kan lære, men vi skal også selv kigge mere ud og være modtagelige for at lære. Vidensdeling bør være et salgspareparameter.

Den nordiske model er attraktiv: Vi er anderledes, vores værdier er anderledes og vi har høj soft power. Det bør vi se som vores største styrke og udnytte strategisk.

- Vores work/life balance miljø er utrolig unikt og det fungerer.
- Vores sociale samhørighed er det, der giver os plus på lykke og overskud til at bidrage til samfundet. Vi er villige til at investere i samfundet, fordi vi ved, vi får noget ud af det.
- Vi er kreative, kulturelle og innovative og bør derfor fokusere på nichemarkedersamt udnytte vores nye og alternative tænkning. Herunder ligger også at der derfor er behov for et bedre iværksætter miljø.
- Vi skal blive langt bedre til at kommunikere disse styrker og vores fortælling.

Den gode historie

Vi må erkende, at vores skatteforhold gør København til en meget dyr by at leve i. Tilgængæld har vi utrolig gode boligforhold, hvilket der bør lægges vægt på i den gode historie. Yderligere bør man lægge vægt på, hvad en international virksomhed får ud af deres medarbejdere ved at etablere sig i København. De høje lønninger med få arbejdstimer kan måske skræmme nogle virksomheder væk, derfor er det vigtigt at forklare vores levemåde (life/work balance) og hvad virksomheden vinder i deres medarbejdere.

Flere lægger vægt på at København mangler internationale skole- og fritidstilbud.

Udnyt vores internationale ressourcer

København er ikke perfekt og selvom mange kan lære fra os, skal vi også være mere selvkritiske og hele tiden sørge for at søge inspiration udefra samt konstant sammenligne vores præstation med konkurrerende byer.

COPENHAGEN

Goodwill Ambassador Corps

Dette kan vi bl.a. gøre, ved at udnytte de ressourcer vi har ude i verden. Udlandsdanskere kan i høj grad og med stor fordel inkluderes i indsatsen mod at øge internationaliseringen i vores hovedstad. Deres indsigt i det globale marked og lokalmarkeder rundt om i verden kan hjælpe med at øge adgangen til og dialogen med internationale virksomheder.

JENS OLESEN, BRASILIEN

Jeg vil gerne give nogle kommentarer ang. at København skal være en af de mest attraktive byer at bo i og besøge som turist. Som vi har diskuteret flere gange, er 'serviceniveauet' under al kritik i København og Danmark. Jeg vil sige, sammenlignet med andre storbyer i Europa, er der ikke service i Danmark og København.

1. Det gælder lufthavnen hvor 'serviceniveauet' er under al kritik undtagen butikkerne i lufthavnen.
2. Taxaerne må ikke køre i busbanerne, som de må i alle andre storbyer i Europa, Latinamerika, USA. Det skaber stor forsinkelse, når du skal i lufthavnen. Samtidigt er taxichaufførerne ikke særlig service orienterede og selv at tage kufferterne ud har de store problemer med.
3. På hoteller i København og Danmark er der ingen service – det er under al kritik og det må blive forbedret væsentligt, hvis København skal gøres til en attraktiv by.
4. Restauranter – Generelt er der ikke nogen service. Undtagelser er Grøften/Noma og de meget dyre restauranter.
5. Offentlig transport er godt/nogenlunde, selvom DSB er konstant forsinket. Meget lidt service/information findes der i DSB i København.
6. Butikker/stormagasiner – service er dårlig. Der er ingen til at hjælpe, selv at betale er et stort problem. Der må gøres noget. Royal Copenhagen/Georg Jensen er bedre end de fleste. Stormagasinerne er de værste. Åbningstider må gøres mere turistvenlige, så alle har tid til at besøge butikker og stormagasiner – også uden for arbejdstiden. Supermarkeder er venlige over for kunder og åbne, så alle kan blive betjent. Også uden for arbejdstiden.
7. Læger og apoteker er katastrofale i Danmark. Lægerne er kun til rådighed når det passer dem, og ikke når patienten kan komme uden for arbejdstid. Det samme gælder apotekerne. Det er også et stort problem og et monopol uden konkurrence. Det må laves om.

Danskerne er simpelthen ikke service orienterede/venlige – det er ikke en del af den danske kultur. Min mening er, at Danmark/København må væsentligt forbedre serviceniveauet. Det er nok en del af den danske kultur og mentalitet og ikke mindst velfærdssystemet som gør at service bliver for dyrt, og mange danskere regner det ikke for en nødvendighed.

Jeg tror bestemt, at turisterne har problemer med vores service niveau. Dette gælder også udlændinge/talenter som arbejder i Danmark.

CHRISTIAN CORNELIUS KNUDSEN, USA

1. Service:

Som udlæning opleves København ikke som havende et særlig højt service niveau. Det gælder stort set alle (selvfølgelig med undtagelser) service ansatte fra ankomst i lufthavnen, ansatte i banker, på hoteller etc.

Det er en stor, men meget vigtig opgave at arbejde med Københavns syn på og opfattelse af service. Jeg har ikke nogen konkrete forslag, ud over at det er vigtigt, at der

skabes en bevidsthed om det gennem en diskussion af problemet og konsekvenserne af hvor service niveauet er i dag.

2. Skiltning:

Alle skilte er på dansk. Meget få udlæninge forstår dansk. Et konkret forslag ville være at skilte på både dansk og engelsk.

3. Anerkendelse af udlæninge:

Jeg tror det ville hjælpe, hvis Københavns Kommune gik forrest og sagde, at det er vigtigt for København at være internationalt attraktiv. Et konkret forslag ville være at skabe et "Udlæninge Korps", som kunne samles og give råd direkte til Kommunen og politikerne om, hvad de ser som vigtigt for at gøre København (mere) attraktiv.

PETER TRAMPE, TAIWAN

1. Tiltrækning af udenlandske virksomheder og investeringer

Denne opgave varetages for Taiwan's vedkommende af repræsentanten fra Invest in Denmark, der er tilknyttet "The Danish Trade Office" her i Taipei.

Et tiltag der kunne foreslås er, at når der er danske delegationer i P.R.China til promovning af Danmark som investeringsobjekt, kunne Taiwan inkluderes som et stop på turen. Det er ofte at Taiwan overses i denne henseende. Der er generelt den opfattelse, at Beijing vil se skævt til et sådant arrangement, men det er en gammel tankegang. Beijing er meget mere pragmatisk i disse tider.

Taiwan har store mængder af private midler (som bl.a. er indtjent gennem etablering af produktion i P.R.China).

Danmark, som investeringsobjekt for Taiwan kan først og fremmest byde på:

1. Brands (til opkøb)
2. Distribution i Nordeuropa
3. Design-ressourcer

Taiwan excellerer i teknologiudvikling og fremstillingsmetoder, men mangler ofte brands og distribution samt "smart design".

2. Tiltrækning af internationale talenter

Her kunne vi starte med at tiltrække studerende til Københavns Universitet. Hvis man har studeret i Danmark, er der meget stor sandsynlighed for, at den fremtidige karriere fortsætter i Danmark, eller med dansk relaterede aktiviteter.

Danmark står ikke øverst på listen over destinationer for Taiwanere, der vil til udlandet. Hovedårsagen er sprog – man foretrækker engelsk (USA, Canada, U.K. og Australien). Hvis vi kan tilbyde fag, der primært undervises på engelsk og mandarin, vil vi kraftigt forøge chancerne. Samtidig kan vi promovere Danmark som "Det lykkeligste land" og det sikreste sted at sende sine børn (det er jo primært forældrene, der vælger destination, og her har vi helt klart en fordel). Denne strategi vil kunne tiltrække ikke kun flere taiwanesiske, men også kinesere og singaporeanere.

3. Tiltrækning af turister

Danmark er næsten ukendt som turistmål for taiwaneserne. Vi burde gøre meget mere for at promovere København (sammen med Danmark) som Eventyrlandet (igen "Det lykkeligste land") og et sikkert sted at rejse. Hvis vi kan organisere en tur til Taiwan med diverse rejsebureauer/rejsearrangører, hjælper jeg gerne til lokalt med at sørge for, at vi inviterer rette vedkommende fra branchen.

ESTHER DAVIDSEN, BELGIEN

Mange tak for det. Denne politik er vel nærmest færdig. Jeg tror ikke, GWAerne kan ændre noget, når den er kommet så langt.

Jeg synes ikke, der står noget nyt i den. Det er ærgerligt.

En hollandsk tænketank har lavet dette fine stykke arbejde. Der er regeringspolitik, som jeg synes vi kan lære meget af i København og i Danmark.

http://www.wrr.nl/fileadmin/en/publicaties/PDF-samenvattingen/Summary_Towards_a_learning_economy.pdf

Det handler om, at selvom vi har det godt og er økonomisk stabile i dag, ved man ikke hvad der sker i morgen. Derfor skal man være en åben økonomi, der hele tiden er klar til at dele viden og suge til sig udefra. Man skal være en "lærende økonomi". Det ville klæde København at være en "Learning Capital": Altid klar til at modtage virksomheder og udlændinge udefra, klar til at lære fra sig, vi har en "learning workforce" osv. Det passer faktisk meget godt med ambitionerne opridset i erhvervs- og vækstpolitikken. Man skal arbejde med at styre sammenhængene, stimulere produktivitet og fokusere på at absorbere viden. Samtidig skal de offentlige systemer gøre mere for færre penge.

Alle de offentlige institutioner skal kunne omstille sig. Innovationsprocesserne skal understøttes med udgangspunkt i, at det er det lokale og regionale niveau der ved bedst. Der skal samarbejdes på tværs om de store samfundsmæssige udfordringer. Man skal være pragmatisk og være omstillingsparat i forhold til globaliseringens påvirkninger. Der er også forslag til mere præcise aktiviteter i den hollandske rapport.

Hollænderne har en meget entreprenant, international og åben tilgang til samarbejde. Det kunne vi lære noget af, og den ambition kunne, med fordel, afspejles i Københavns Kommunes politik.

WALDEMAR SCHMIDT, SCHWEIZ

How to make Copenhagen the most attractive capital in Northern Europe for the high caliber foreigners that Copenhagen needs: Four proposals

1. Copenhagen must be a truly bilingual (Danish/English) Capital in all areas and all aspects, as it is in Sweden. No need for other languages

2. Establish a very professional and dedicated "Help Desk/Service Center" to assist foreigners with "all they need" before they arrive, when they arrive and during their stay
3. Run campaigns towards all Copenhageners to make them positive and welcoming towards foreign experts and their family.
4. Issue special IDs (almost like VIP cards) to foreign experts and their families so that they can identify themselves when needed

ANNE LISE KJÆR, UK

Copenhagen has a great international reputation, and is regarded as a well-established player with a significant position in the global quest of making 'green urban futures' a reality. Through following a clear, sustainable vision with defined goal over the past few decades, it is leading the way in urban development and smart cities. The Good Life ideals and priorities foster cross-generational and multi-cultural communities –already a great achievement – has kudos outside of the 'Wonderful Copenhagen' past and present reputation, and points towards a prosperous future where creativity, culture and innovation will be a major driver of business growth.

From the fantastic report supplied, it looks like an iterative system is already in place - integrating visions, values, politics and possibilities. There is no doubt that an inclusive ecosystem is key to sustainable growth in the future. As a futurist I advise businesses and organisations globally to tap into a 4P value and innovation model – a system that focuses on: People, Planet, Purpose and Profit. Asking the right questions can be helpful in order to evaluate and identify what the key issues that hinders Denmark and Copenhagen to prosper and stay ahead.

On the questions: "*Why do to the Copenhagen region fail to attract the number of international businesses they aim*" doesn't have a clear clear-cut answer but rather we are faced with a complex challenge. The question could be: "*How do we utilise and capitalize the Copenhagen X-factor that's already there?*"

Drawing on experiences from London – vibrant gentrification, innovation development, a wider selection educational institutions and start-up innovation hubs, diverse market competition and circulation of ideas – is just a small handful of why London is thriving. These are just a handful of thoughts decision makers will have to implement in the future map for Copenhagen.

Hviten type initiativer mener du vil kunne bidrage til Københavns internationalisering?

A: Ease of implementation and practical support for new start-ups is essential for a thriving business community. In London a pop-up business system, supported by Boris Johnson, enable start-up initiatives to be more successful – taking the sting out of potential failure. Can a similar idea, supporting start-ups through a simplified 'fast-forward system' inspire and attract new international players and creatives to the region?

B: Looking to attract alternative and un-traditional 'niche' overseas businesses – why shouldn't Copenhagen be the Europe gateway from India, Brazil, Indonesia etc?

C: More international education niche programs to attract the Global Citizens – again here Copenhagen should play to its strength of design, culture and innovation - using the best case studies available – make it inspiring and attractive. www.copenhager.com (a really good reference library of start-ups)

D: 'Open and transparent' are keywords in a global market presence; a permanent place for ever-changing ideas – a market place and presentation arena for cross-businesses mix of new ideas is essential. In London the markets are growing. It is here we see a wealth of new ideas - it is here the trends start, this is where distance between manufacturer and customer is reduced to zero, a good inspiration for where the present market is moving – back to nature and artisan – the Nordic food and fashion scene is already a good example – people travel to Denmark for inspiration on how to do things.

E: Cross cultural clusters for business, council and education, as well as a PURPOSE driven ethos will promote growth in unexpected ways. It not just about PROFIT bottom lines – PEOPLE + PLANET + PROCESS = meaningful storytelling about the past, present and the future – storytelling is key to soft power and sustainable growth.

Hvilke områder bør der fokuseres på for at øge internationaliteten af København?

A: Start with what you excel at – that holds true for cities, individuals and regions. So what are we good at in CPH? Make a list and look to grow in these areas + expand in new and unexpected ways.

B: Promoting creativity and quality, enabling start-ups to participate will be essential in a future focused on global collaboration – can we tear some protective walls down and rethink relations between current and traditional business sectors?

C: The concept of (arbejdsglæde) and Danish work/life balance has a huge potential. In questions about flexible work hours, family future opportunities and quality of life Denmark seem like utopia realised for most outside the Nordic region; the challenge is how to share our values with aspirational international businesses and make a model that makes them attractive to other with different values.

Recently, the BBC invited me and the two leading global economists the American Steve Levitt and Ian Golding who worked with Nelson Mandela to do the programme Challenging Assumption - broadcasted to 18 million people globally.

The clip about Denmark (11 mins): <http://www.bbc.co.uk/programmes/p020ttxy>

Full programme: <http://www.bbc.co.uk/programmes/p020jxt0>

D: Social cohesion and inclusiveness. As Ian Golding says on the BBC programme: "It is a remarkable story and we need to learn a lot from it. So it has the lowest equality in the world and the highest happiness." He goes on to say: "Clearly these things are related. Levels of social cohesion are much higher, so the society can do things including for example like agreeing to pay much higher taxes than are tolerated elsewhere." He adds: "It enables the society to work much more cohesively and invest in the infrastructure, to invest in education systems, in childcare systems, in health systems that make people healthy. It becomes a virtuous circle where the human capital people have is increased, and therefore although they can work less hours they are actually more productive and

that is why you have many iconic firms there." He concludes that Danish politicians all agree that investing in infrastructure, education, childcare, health are giving that will pay off. As Golding says: "I think we all have a huge amount to learn from the Danes."

Steven Levitt says: I grew up in Minneapolis that has that Scandinavian described – a cultural communal spirit build on the sense of social cohesion that enables to build a stronger society.

Konkrete forslag til initiativer og aktiviteter

A. Continued focus on cutting edge conferences, with an open and welcoming approach to sharing our strongholds – as well as inviting new ways of thinking in.

B. We need to up our game in communication, and improve user experiences – both real and digital.

C. Keep on Improving Copenhagen – I've had several reactions about discrepancies between the idea of 'wonderful CPH' and the reality of our service culture. Should we add some grit to our presentation outwards, to address this? We live in an instant review culture, relying on current glorification and past reputation might not be enough to keep ahead of the game.

Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en proces (virkomhed + turisme)?

A. Cost – sharing this problem without Scandinavian cousins, it is obvious that cost is a factor. How to address? Talking about cousins – Copenhagen could be promoted as a gateway to the rest of Scandinavia, initialising more collaboration.

B. Complicated systems that are hard to adapt – EASY EVERYTHING must be our guiding star

C. What's on offer, and more importantly – what's not (what we have – but don't capitalise on). CPH should offer unique experiences, based on our history and culture – not just food and design, but also science (Bohr findings, and not least – philosophy (Kierkegaard, father of existentialism), and contemporary arts offerings (skuespillerhuset, the new opera house, the blue planet – all central to offering international original experiences that are unique to Copenhagen. So it's not just about offering more – but better – being more focused and then accompany that with a service offering like no other.

Menar du politikken dækker de vigtigste elementer?

Many good thoughts are embedded in current policies, however – the challenge is telling the story, and realising it. CPH Goodwill Ambassadors is one formal/informal network for distributing the good news about Denmark – we are the 'soft power' ambassadors and our role is clearly related to public diplomacy - broadly speaking, we are the communicators and links to establish a dialogue to inform and influence the rest of the world to come to experience and hopefully invest in our unique culture and community.

Frit fra hjertet

Denmark has a recent history of progressive and radical culture, based on individual autonomy, out-of-the-box thinking and the urban potential to realise alternative uses of collective spheres. Architect/artists like Susanne Ussing and others have inspired generations, and even if radical structures and systems seems far from solving crucial issues, open mindedness and letting the unimaginable happen inspire new thinking. Radical thinking was a driver in the 1970s – where the free-state Christiania was founded – in many ways Denmark have always been a trendsetter. Currently a global case study for biking culture, it is also a source for studying future green growth business developments. Having recently visited the emerging businesses in Copenhagen in places like Nørrebro where 'maker communities' are created and creative capital flow – I sincerely believe that CPH on a whole has so much to offer that is hidden. We must use our 'radical' history – not in political terms – to further our creative capital and make it flow in a global context – after all it is an essential part of our GDP.

It is said that the soul of Silicon Valley and the venture capital it generates lives in the desert – and that it is not possible to grasp it without visiting the Burning Man Festival. It is here that the walls between competing businesses and creativity are united. The businesses of future is not all about dress codes and networking, it is about change and interconnectivity – and those who wants to participate must be willing to change and embrace openness – and this is what we Danes are known for.

HANS CHRISTIAN UGILT, SCHWEIZ/USA

Indledning

Som dansk expat og goodwill ambassadør, der har boet de sidste 42 år i Schweiz og delvis også i USA, er det en spændende udfordring at bidrage med input til denne vigtige opgave. Som GWA'er vil vi jo gerne se København og resten af Danmark klare sig bedre i den benhårde internationale konkurrence. For at gøre mit bidrag så kort som muligt, kommer alle mine kommentarer og forslag til de stillede spørgsmål "frit fra hjertet."

Målsætninger

Jeg er enig i de målsætninger, som politikerne har opstillet i afsnittet om Internationalisering, dog synes jeg, der mangler en målsætning om start-ups. Den kunne være, at København inden 2025 vil skabe de nødvendige rammebetingelser for start-ups, der vil kunne muliggøre en placering blandt "The world's top 10 cities for start-ups."

De tre spor:

Umiddelbart synes det at være et paradoks, at København har problemer med at klare sig i den internationale konkurrence om tiltrækning af udenlandske virksomheder og investeringer samt tiltrækning af internationale talenter, hvor København jo de sidste 2 år har ligget øverst på Monocle's "Most Liveable Cities Index" og Copenhagen Capacity i flere år af Verdensbanken er blevet udnævnt til verdens bedste regionale "investment promotion agency".

Jeg tror, man i den interne danske vurdering af konkurrenceevnen bør være ydmyg og erkende, at andre anerkendte internationale analyser også viser andre resultater. "Mercor Quality of Living Survey" placerer således København på en 9. plads.

"OECD's Better Life Initiative" analysen kan måske give inspiration for politikerne til at skabe bedre rammebetingelser i København. Her er en kort introduktion: "The survey was launched in May 2011 following a decade of work attempting to bring together internationally comparable measures of well-being in line with the recommendations of the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress also known as the Stiglitz-Sen-Fitoussi Commission".

Fra "The world's top cities for start-ups" beskrives i vedlagte artikel en række initiativer inden for IT området, hvor Silicon Valley stadig er rollemodel. Der er nok et stykke vej for København at tilbagelægge, inden de når op blandt top10 i denne liga, men en sådan placering er værd at kæmpe for.

Kommentarer og forslag til de stillede spørgsmål:

1. Hvilken type initiativer mener du vil kunne bidrage til Københavns internationalisering?

Når politikerne i København bliver enige om målsætning for internationaliseringen af København, så vil jeg anbefale, at embedsmændene får lavet en række seriøse analyser af "best practise" i de byer, man skal konkurrere med for at nå de ønskede mål. København er jo en vidunderlig by for danskerne, men byen har problemer med integration af udlændinge. Derfor vil udefra-ind analyserne kunne give inspiration til at skabe konkurrencedygtige rammebetingelser i København.

Jeg tror bl.a., at man kan finde megen inspiration i Zürich. Her er nogle få henvisninger. Som det fremgår af vedlagte bilag "Migration in Kanton Zürich" samt NZZ artiklen "Wirtschaftsentwicklung in Kanton Zürich", så har tilstrømning af udenlandske investeringer og udenlandske talenter været meget betydelig. I Kanton Zürich, der er lidt mindre end Region Hovedstaden, var den udenlandske andel af det samlede indbyggerantal i 2013 25%, hvor de tilsvarende tal for København vel ligger under 10%? I de sidste 7 år er der alene tilflyttet ca. 45.000 personer fra Tyskland. Man vurderer nu, at der er et behov for yderligere 72.000 ITC (Information & Communication Technology) specialister inden 2020, hvor en betydelig andel skal komme fra udlandet. Tilstrømningen af kloge hoveder til universiteterne i Zürich fungerer optimalt, og Zürich er i stand til at holde på de ønskede færdiguddannede kandidater til glæde for erhvervslivet.

Derimod har vi politiske problemer med et DS lignende parti kaldet SVP. De var i stand til at få godkendt et forslag ved en folkeafstemning i februar om begrænsning af indvandringen til Schweiz, hvilket rammer erhvervsudviklingen og giver problemer med EU.

2. Hvilke områder bør der fokuseres på for at øge internationaliseringen af København?

Alle de traditionelle initiativer, som man har arbejdet med i mange år, dvs. flere flyruter, flere internationale skoler, en hurtigere udbygning af region Copenhagen omfattende resten af Sjælland og Skåne for at skabe et større hjemmemarked, samt andre af de ofte nævnte rammebetingelser, vil alle være naturlige forudsætninger for at kunne tiltrække flere udenlandske firmaer og investeringer.

Personbeskatningen og den manglende åbenhed over for udlændinge er områder, der bør fokuseres på. Det bekræftes både af DI og virksomheder som Microsoft, Novo og andre internationale virksomheder i regionen. Beskatningen kan kommunen nok ikke gøre meget ved ud over politiske anbefalinger, men man bør kunne bidrage til at skabe en bedre integration af expats.

3. Konkrete forslag til initiativer og aktiviteter

Jeg vil foreslå, at København udnævner en top embedsmand i kommunen eller måske en borgmester (!) for internationalisering. Hans opgave skal være at gøre København mere attraktiv og dermed mere konkurrencedygtig på de 3 nævnte spor. Han skal samtidig være borgmester for alle expats i København, og hans opgave er at forbedre deres forhold og deres integration, både sprogligt, kulturelt og socialt. Han skal være med til at sikre expats en højere social position i København gennem mediemæssig prestige, gennemføre integrationsinitiativer for expats og deres familier, udvikling af specielle events for alle expats i København bl.a. inden for sport og kultur m.v. (se forslag fra GWA arbejdsgruppen om en Copenhagen Family Biking Event), støtte DAGBO lignende grupperinger for unge udenlandske erhvervsfolk i København, etc.

4. Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en proces (virksomhed + turisme)

Jeg fornemmer, at det marked man i dag kan bearbejde ud af København i mange erhverv er for lille, og arbejdstiden er for kort i forhold til etablerings- og lønomkostninger per effektiv arbejdstime. Her vil den større region Copenhagen sikkert skabe bedre forudsætninger for tilvalg i sådanne erhverv.

Specielt for internationale start-Ups tror jeg, at manglen på et internationalt "angel and venture capital" miljø er en væsentligste årsag. Hvis København kunne skabe bedre rammebetingelser for start-ups inden for "IT, consumer space and those focusing on e-commerce, advertising, media and fashion" så tror jeg, byen kunne udvikle et stort cluster på samme spor, som New York har formået at gøre.

Turisme har jeg ikke meget forstand på, men jeg vil tro, at byggerod i forbindelse med Metro byggeriet, afholder mange fra at besøge byen i disse år! Det internationale service-niveauet i hoteller, transport og andre turistområder i København, har nok også "room for improvements."

5. Mener du politikken dækker de vigtigste elementer?

Ja, hvis de sikrer konkurrenceevnen på de fronter, der er nævnt. Udfordringerne ligger nok i formulering af effektive handlingsplaner samt udførelsen af dem. Inden de laves, vil jeg foreslå de nævnte udefra-ind analyser. De bør udarbejdes af internationale specialister, som har et indgående kendskab til forholdene i de byer, som København skal konkurrere med.

Jeg kan også anbefale, at de danske universiteter opbygger et videnscenter for hele dette område. Det skal bl.a. kunne analysere de samfundsøkonomiske konsekvenser af alternative strategier og handlingsplaner for udviklingen på området. På den politiske front vækker DFs fremgang bekymringer, og derfor vil det være vigtigt at kunne imødegå deres postulater med veldokumenterede analyser.

JESPER LØVENDAHL, USA

DANMARKS UBENYTTET GLOBALE FORSPRING

Med udgangspunkt i Københavns mål om at sætte fokus på internationalisering er der i oplægget "Internationalisering" 7 områder hvor Københavns kommune vil sætte ind. Punkt nr. 7 er "At sætte København på verdenskortet ved branding og markedsføring. Bl.a. ved at dyrke internationale relationer og netværk...". Vi er budgetmæssigt begrænset i vores muligheder for at konkurrere med andre nationer via general markedsføring, hvorfor det er vigtigt, vi benytter vores relationer og netværk internationalt, som der lægges op til i punkt 7.

Det følgende oplæg vil presse grænserne for Københavns og Danmarks innovation, med fokus på at optimere Danmarks udnyttelse af landets eksisterende internationale sociale kapital og dermed øge velstanden. Alt sammen ved hjælp af eksisterende globale ressourcer og innovativ tilgængelig teknologi. Hvis implementeret, vil det flytte Danmark og dermed København ind i 21. århundrede (i forhold til brugen af et lands internationale ressourcer) og efterlade alle klodens andre nationer i det 20. århundrede. Som landets hovedstad giver det mening at en sådanne indsats bliver ledet af København til gavn for hele Danmark.

Problemstilling

Hvordan øger vi produktiviteten og velstanden i Danmark? Hvorledes vendes brain drain (hjerneflugt) til brain gain?

Der bor i dag ca. 200.000 danskere uden for Danmarks grænser.

Med væksten i virtuelle jobs øges mulighederne for at bosætte sig hvorsomhelst i verden, og stadigvæk passe sit danske job. Vi vil i fremtiden se flere af Danmarks borgere udvandre i kortere eller længere perioder. Det kan være på eget initiativ eller i forbindelse med en udstationering. En del vælger at blive ude, og bliver ofte i forbindelse med jobskifte til en udenlandsk virksomhed "usynlige for Danmark". "Hjerneflugt" er ikke kun en udfordring for Danmark, men for størstedelen af Europas lande. Hjerneflugten er og vil blive et stigende problem for Danmark, hvis vi ikke finder ud af, hvordan vi kan drage fordel af denne udvikling.

Løsningen er ikke, som mange tror, at gøre det mere besværligt for danskerne at flytte til udlandet, modarbejde muligheden for dobbeltstatsborgerskab eller lokke danske statsborgere hjem med skattelettelser. For der er beviseligt en kæmpe værdi i at have danskere i udlandet.

I en dansk videnskabelig artikel under navnet "Flows of People, Flows of Ideas, and the Inequality of People" skrevet af de to økonomiprofessorer Thomas Barnebeck Andersen fra Syddansk Universitet og Carl-Johan Dalgaard fra Københavns Universitet, beviser de at høj rejseaktivitet er lig med produktivitet og velstand.

Danmark er blandt de 20 lande i verden med den største rejseaktivitet set i forhold til arbejdsstyrken. Det er en medvirkende årsag til, at velstanden i Danmark er højere sammenlignet med andre lande, hvis befolkning ikke rejser så ofte. Ifølge professorerne bag artiklen bidrager udlandsdanskere med langt mere værdi, end man lige umiddelbart har gået og troet. Professorerne peger på, at udveksling af viden, idéer, teknologi og nye arbejdsgange sker hurtigere i lande med høj rejseaktivitet.

Deres analyser af hvor meget produktiviteten forøges i Danmark, hvis der sker en stigning i antallet af ind-og udrejser, gør en målrettet indsats yderst interessant. Det viser sig nemlig, at en forøgelse af rejseaktiviteten på 5 procent vil skabe en velstandsforbedring på 1 procent, svarende til en vækst på cirka 18 mia. kr. Og det er vel at mærke en afledt effekt uden, at der gøres en bevidst og målrettet indsats for at skabe denne effekt.

Professorernes konklusion er, at vi altid har forbundet væksten fra globalisering med handel, og derfor ligger fokus fra politikerne på at styrke konkurrenceevnen med fordelagtige skatteforhold. Men der er en anden dimension af globaliseringen, som har en endnu stærkere effekt på produktiviteten, nemlig rejseaktivitet.

Opsummeret så er både hypotesen og konklusionen, at Danmark kan drage en enorm fordel af at udnytte alle danskeres kompetencer, og det gælder bestemt – og måske især – dem der ikke længere bor i Danmark. Man kan sige, at det på en måde er indsnævret og absurd, at vi som videnssamfund betragter den samlede danske videns kapital, som den der geografisk befinder sig i Danmark. Vi har en fantastisk mulighed for at øge den danske videns kapital, ved at inkludere *alle* danskere - personer og virksomheder - i 'Danmarks vidensbank', og dermed øge innovation, velstand og vækst.

Målsætning

ET GLOBALT DANSK KOMPETENCE KORT OG INTERAKTIVT FORUM – DANMARKS INTRANET

Eksempler på muligheder og synergier der kan opnås (listen er ikke udtømmende):

- At skabe et globalt dansk kompetence-kort:
- For at kunne vende hjerneflugt til "brain gain" blive vi nødt til at skabe et globalt kompetencekort over danskere i udlandet. Således kan vi trække på landets globale kompetencer på rigtig tid og sted.
- At søge i dansk CV-/kompetence-database globalt og lokalt.
- At øge adgangen til beslutningstagere i udenlandske virksomheder via danskere i de pågældende virksomheder eller deres kontakter i disse.
- At finde og tiltrække udlandsdanskere til jobs i Danmark eller for danske virksomheder i udlandet.
- At skabe en dansk international vidensdatabase (Wikipedia-struktur)

- At øge den internationale samhandel blandt danskere, via opslagsværk over danske virksomheder i udlandet.
- At intensivere samarbejdet med "Invest in Denmark", "Copenhagen Capacity" mil. uddannelse og online værktøjskasse.
- At samle globale faglige vidensnetværk (eks. Cleantech, kommunikation, ingeniører, finans, design osv.)
- At øge antallet af forretningsrelaterede transaktioner mellem udenlandsdanskere, dansk ejet udenlandske virksomheder og dansk erhvervsliv.
- At øge mulighederne, indflydelsen og succesraten for danskere i udlandet ved hjælp og inspiration fra dansk erhverv.
- At øge rejseaktiviteten både fysisk og virtuelt pga. den øgede aktivitet og de flere muligheder som byder sig mellem udenlandsdanskere og Dansk erhvervsliv.

Anbefaling

Hvis vi kigger på succesfulde globale virksomheder, så har de formået at skabe en infrastruktur for vidensdeling på tværs af landegrænser ved hjælp af intranet-værktøjer. For privatpersoner er denne vidensdeling i de senere år sket via social media platforme som LinkedIn og Facebook.

Tænk hvad 10.000, 20.000 eller 40.000 danske forretningsfolk kunne gøre hvis de kunne aktiveres og engageres på rigtig tid og sted, samt løbende have mulighed for at give input og modsat blive informeret om muligheder i Danmark.

Til trods for denne almene viden omkring vidensdeling, så er der intet land i verden som benytter sig af gammel intranet-teknologi eller de nye social media platforme med det formål at skabe et globalt kompetence-kort over dets lands internationale videns kapital.

Et lands internationale sociale kapital er "the low hanging fruit" som alle søger med lys og lygte efter, når de prøver at forbedre landets internationale konkurrenceevne, men som alle – uden undtagelse - komplet overser. Forestil jer hvis en virksomhed håndterede sine internationale medarbejdere på samme måde som et land håndterer sine internationale borgere...

Vi kan med få midler skabe ekstraordinære resultater ved at udvikle en enestående online platform (Danmarks intranet) for Danmark. Det vil som nation sætte os i stand til at bruge offline- og online-værktøjer til landets fordel, i samme stil som privatpersoner og virksomheder gør det i dag. Danmark er ifølge "World Economic Forum" "The most networked economy in the world". Det betyder at vi har verdens bedste forudsætninger for at lykkes med en kombineret online/offline strategi og dermed skabe en international fordel i forhold til andre nationer. Alt dette med hjælp fra de danskere som i dag allerede er bosiddende i udlandet og som i dag medvirker til brain drain. Vi kan sammen vende dette til Danmarks styrke og vende brain drain til brain gain.

Vi har som land en bedre forudsætning for at et sådanne projekt kan lykkes, da vi som de eneste i verden har et allerede veletableret dansk online forretningsnetværk med mere end 10.000 medlemmer. Netværket har eksisteret siden 2006 og hedder DABGO (Danish Abroad Business Group Online). Der afholdes hver måned ca. 40 arrangementer på tværs af 6 kontinenter. DABGO er en non-profit organisation og det er gratis at være medlem af DABGO. DABGO har Globalt over 100 frivillige udenlandsdanskere som kører netværket.

Det er DABGO's mission gennem en kerne af Internet-baserede værktøjer samt fysiske aktiviteter og arrangementer at skabe muligheder for danskere i udlandet ved at styrke deres – og dermed Danmarks – netværk og relationer internationalt. Herunder at engagere medlemmerne i at netværke mere effektivt, støtte op omkring lokale danske initiativer, skabe større præference for at handle dansk, og ikke mindst gøre danskere i udlandet til gode ambassadører for Danmark som et godt og trygt sted at gøre forretning og placere sine investeringer.

Visionen for DABGO er at være aktiv og synlig i minimum de 20 vigtigste danske eksportmarkeder og derigennem aktivt bidrage til det bedst mulige fundament for dansk international handel/eksport, forbedring af danske forretningsfolks kulturelle forståelse, internationale karrieremuligheder samt øge mulighederne for internationale investeringer i Danmark.

Danmark er et lille land. Vi lever af viden og videns-produkter og –services. Det vi har her, og det vi lægger op til, er at vi holder op med at betragte dansk viden via en geografisk begrænsning og dermed bruger en enestående mulighed for at vende brain drain til brain gain. Danmark kan blive en vidensmæssig kæmpe, hvis vi arbejder mod at inkludere hele Danmarks videns kapital, uanset hvor i verden den er.

Vi har den nødvendige viden og erfaring til at succesfuldt designe og etablere et sådanne "Danmarks Intranet" platform og vi har allerede organiseret kontakt til 10.000 internationale danske erhvervsfolk. Vi mangler blot finansiel og politisk opbakning for at kunne igangsætte Danmarks indtræden i det 21. århundrede med resten af klodens nationer haltende bagefter i brugen af innovation og teknologi i den globale konkurrence.

SØREN MOSE, SCHWEIZ

Jeg bor i Zurich, som år efter år er verdens top 3 over mest attraktive byer at bo og arbejde i. Hent lidt inspiration herfra.

Service niveauet skal højnes i København. Indstillingen på hoteller og restauranter lader meget tilbage at ønske. Beslutningstagere kommer til København for at danne sig et overblik. Bor på hotel og går på restaurant. Her får disse en dårlig førstegangsoplevelse. Det første indtryk skal man aldrig glemme.

Det skal være attraktivt at etablere sig i Danmark. Det kæver, at man kan finde kvalificeret arbejdskraft eller tiltrække disse udefra. Jeg mener, at den lokale arbejdsstyrke er veluddannet, men det kan være svært at få kvalificeret udlændinge til at komme til Danmark. Her skræmmer skatten. Boligforhold er gode og billige så slå mere på dette. Det betyder meget for en familie.

Danskere mener, at fordi de er liberale, så er de imødekommende. Det er de ikke. Det er svært for en udenlandsk familie at få en dansk omgangskreds. Husk på hvad journalisten og Harvard professoren fortalte på årets GWA seminar.

København skal markedsføre sig bedre. Byen er blevet meget attraktive de sidste mange år. Det skal man sælge og markedsføre meget bedre.

Der tales meget om work-life balance. Man kan bruge det mere som et dansk fænomen, men man kommer ikke uden om, at skatten skal ned og arbejdstiden op. Hvordan man får det pakket sammen, er jeg ikke helt sikker på.

Lufthavnen skal vise en hurtigere ekspeditionstid. Det er det første indtryk forretningsfolk får, når de ankommer til Danmark.

JØRGEN G. RASMUSSEN, SCHWEIZ

- *Hvilken type initiativer mener du vil kunne bidrage til Københavns internationalisering?*

Sikre at byens miljø er internationalt. Mere engelsk (dobbel sprog: dansk / engelsk) og en befolkning, der er glad for fremmede.... Jeg har haft cbs studerende herfra ch der opgav, idet de ikke kunne "finde sig til rette" – den schweiziske kolde levemåde på trods.

- *Hvilke områder bør der fokuseres på for at øge internationaliseringen af København?*

En indstillingsændring. Mange af vore landsmænd – københavnere – er "bange" for de fremmede.... Mere åbenhed og imødekommenhed fra embeds- og bestillingsmænd og borgerne...

- *Konkrete forslag til initiativer og aktiviteter*

Vurder medarbejdende i kommunen på deres evne til at kunne kommunikere (ikke blot tale sproget, men også mentalt) med fremmede.

- *Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en proces (virksomhed + turist)?*

Folk føler sig ikke vel når de skal bo i København. Og det har intet med vold at gøre, og pris niveauet, som tiltrækker de mennesker der har en god indtægt (som jeg så mener, man skal gøre mere for – og så kommer de....) det kan blive en form for "to klasses turisme", men givtigt bliver det....

- *Mener du politikken dækker de vigtigste elementer?*

Ja – men det vil være godt at få befolkningen til at se sig som en stor "vært", for de mennesker vi gerne vil have til at blive.... (jeg finder det skræmmende – og spild af penge – at så mange der har studeret i dk rejser fra dk, når de har fået uddannelsen)

- *Frit fra hjemtet*

Der er tre store problemer: skat, skat og skat !!!! Jeg er bekendt med, at København ikke kan gøre meget ved dette – men det er vanskeligt at forklare, nok mest til unge singles, der er ret ligeglade med børnehaven etc.

SØREN ESKILDSEN, FRANKRIG

Turisme tiltrækning

- Fjernelse eller reduktion af moms på hoteller og restauranter
- Flersproget skiltning hvor det er relevant
- Bedre uddannelse af servicepersonale på hoteller, restauranter og butikker, herunder bedre fransk og spansk kundskaber
- Bedre rengøring af gader, pladser og torve
- Hurtig fjernelse af graffiti
- Rensning af facader på mange af Københavns smukke bygninger

Investeringsfremme

- Danmark opsagde i 2009 ensidigt dobbeltbeskatningsoverenskomsten med Frankrig uden en sådan overenskomst er franske investeringer i DK stort set udelukket
- Københavns kommune bør lægge pres på regeringen for at vise fleksibilitet under forhandlingerne med den franske regering om indgåelse af en ny overenskomst

Tiltrækning af studerende og højtuddannede

- Der skal være første klasses internationale skoler for højtuddannedes børn
- passende tax breaks eller andre incentives
- Unge der uddanner sig i CPH bør sikres arbejde umiddelbart efter uddannelsen, hvilket
- Giver den største sandsynlighed for fastholdelse, de finder en kæreste og bliver i DK

TORBEN RIISE, USA

1. Benyt allerede EKSISTERENDE materiale om Kbh/DK (fx. som det her vedlagte (som du allerede kender); jeg henviser til siderne i oplægget for at illustrere mine tanker om, hvad der er relevant for de tre grupper nedenfor) SAMMENHOLDT med de væsentligste data omkring de byer, vi er i DIREKTE konkurrence med (Hamborg, Berlin, London, Stockholm, Amsterdam, Bruxelles, etc.).

Da jeg arbejdede som konsulent og rådgiver for generalkonsul Leif Donde i New York, holder vi ofte foredrag om KBH, og talte om, fx, m2 prisen på kontorer i byerne, transporttiden for shipping af varer til vigtigste destinationer i Europa, energipriser, bureaukrati i arbejdsmiljøet, akademisk produktivitet (artikler, patenter), osv. - og KBH fremstod i meget favorabelt lys!!

KBH konkurrerer IKKE med Singapore og Beijing, med Rom, Rio eller Moskva. Der er helt særlige grunde til at en virksomhed eller en professor eller en turist tager dertil: Fordi de vil være netop der, og KBH er derfor IKKE et alternativ. Vi skal vise, at vi er det mest attraktive alternative i Nordeuropa for de som gerne vil være i den region. Det gør opgaven meget lettere.

- a. vedr. Tiltrækning af udenlandske virksomheder og investeringer, internationale talenter og turister, brug nedenstående facts aktivt.
2. Der er fire strategier, som alle kan baseres på nedenstående facts:
- a. Gå ud i verden og spred budskabet - det er den bedste vej (og den dyreste)
 - b. Udsend ovennævnte materiale til alle de kontakter kommunen har i de lande som er prioriteret som målområde
 - c. Brug Youth Goodwill Ambassadørerne til at holde foredrag om Kbh alle vegne, hvor de er i dag
 - d. brug GWAerne til (b) og (c)

On top of the World:

Copenhagen/Denmark scores high as a destination for business, meetings and living.

Copenhagen/Denmark is one of the most attractive places in Europe (and top-10 in the world) if you are searching for a location for your European HQ, manufacturing, research facility or distribution/service center, or if you plan an international convention or seminar.

On the following pages, you can get the most recent facts about Copenhagen and Denmark on the following issues:

- Business environment
- Intellectual and human capital
- Infrastructure/environment
- Lifestyle

If you want more information about why more than 3,000 internationally owned companies or organizations have placed a subsidiary, business unit or their Nordic HQ in Copenhagen, contact Goodwill Ambassador Torben Riise.

Facts about business environment . . .

- The new, 2014 Regional Entrepreneur and Development Index (REDI) ranks Copenhagen #1 among all the 125 regions in the EU in terms of supporting entrepreneurship and improving business and growth for entrepreneurial companies.
- According to the World Bank (2013), Denmark ranks for the third year in a row as the best place in Europe to do business – and the 4th best in the world according to Forbes: Best Countries for Business Ranking (2014)
- Denmark ranks among the top-10 most competitive countries in the world, according to IMD's 2014 ranking
- Denmark has once again received top ranking in 2013 on the Transparency International's world-wide study of perceived corruption in the public sector

- According to the Global Innovation Index 2014, Denmark is #1 in "redundancy dismissal," #2 in credit to private sector, and #3 in spending on education, and in number of scientific and technical articles, among others
- Copenhagen ranks fifth on Fortune's 2013 list of the world's best entrepreneurial cities and most creative IT hubs based on "the atmosphere in Copenhagen is sprightly and accommodating, startups are met enthusiastically, and the climate is business-friendly."
- Denmark is on the top of the world when it comes to regulation of businesses i.e. "unnecessary bureaucracy, red tape, minimal administrative burdens" (The World Bank, 2010)
- Copenhagen is 20% cheaper than Stockholm, Dublin, Amsterdam, and SE England and is among the cheapest of 48 capitals in the world in regards to cost of business rent, all according to Financial Times fDi Benchmarks (2014)
- INSEAD's Global Competitiveness Index (Dec. 2013) ranks Denmark 3rd in the world in terms of competitiveness (quality of talent it produces, attracts and retains)
- World Economic Forum (WEF 2010) ranks Denmark in the forefront of 27 EU countries when it comes to competitiveness and production of world class goods and services, and a highly educated, multi-lingual workforce
- Copenhagen ranks 8 among the world's most preferred congress cities with more than 120 congresses and 500 international business gatherings (WoCo 2013)

Facts about intellectual and human capital . . .

- According to IBM's 2013 Global Location Trends, Denmark is second in the world at attracting valuable foreign investments, confirming its position as an attractive destination for knowledge-intensive investments
- Denmark's labour productivity is among the highest in the world (The Economist Intelligence Unit, 2009)
- Denmark is the world's best IT-nation among 127 countries (World Economic Forum (2009), and has recently (2014) been named "the smartest city in Europe" by U.S. magazine Fast Company and global strategist Boyd Cohen. When it comes to innovation, infrastructure, technology, and entrepreneurship, Copenhagen takes the lead over Amsterdam, Paris, and Stockholm.
- Denmark ranks 5th best country in the world at innovation (Global Innovation Index) in terms of publications and cooperation between academia and private companies; the Technical University of Denmark (DTU) is among the ten best universities in the world

- Denmark has the most satisfied employees in Europe (Europe Foundation for Improvement of Living And Working, 2009)
- A new study by the polling institute, A Great Place to Work (AGPW 2013), shows that among the 100 best workplaces in Europe, 20 of them are Danish

Facts about its infrastructure . . .

- Copenhagen Airport, less than 15 min from downtown, was rated the most efficient in Europe for eight of the past ten years, according to Air Transport Research Society
- Copenhagen has the world's best metro and world's best driverless system (Metro Rail Convention, 2009 and 2010)
- Copenhagen is the world's 9th most popular congress city (UIA, 2008)
- Copenhagen has a congress center a few minutes from the airport and a few minutes from downtown; it can accommodate 20,000 delegates (largest congress venue in Scandinavia)
- Copenhagen has a hotel capacity of >20,000

Facts about its environment . . .

- Copenhagen has been awarded the European Green Capital Award 2014 by the European Commission because of its excellence in combining sustainable solutions with growth and quality of life.
- Denmark was honoured in Washington, DC with the 2014 EE Visionary Award for its effort in reducing energy consumption and – in the words of the judges, "serves as a beacon to the rest of the world"
- In 2013, half of the power consumption in Denmark was provided by windmills (Dansk Energi)
- Copenhagen won the 'Carbon Measurement and Planning' categories in the Leadership Prize Award for its comprehensive and targeted carbon reduction master plan
- The Climate Change Performance Index (2013) released by COP19 (Warsaw) ranks Denmark #1 in the world in terms of CO2 emission, sustainable energy, energy efficiency as well as environment-friendly policies
- Copenhagen is, as of 2013, ahead of its plan to become the world's first CO2 neutral capital by 2025
- Copenhagen harbour is so clean that it is used for public beaches and swimming pools

- Copenhagen received the INDEX 2013 Award - the world's biggest design award - for its contribution to "improving the quality of life for people around the world" in regards to climate improvement and sustainability

Facts about its lifestyle . . .

- CNN (Sept. 2014) listed Copenhagen as the healthiest city in the world to live in, mentioning leisure time, bicycle culture, walking distances to shopping, restaurants, and less than 15 min to a beach or park as contributing factors (Okinawa, Monte Carlo, Vancouver and Melbourne were 2nd to 5th in this ranking)
- Copenhagen is the "best city in the world to live in," according to the international magazine Monocle (2013)
- According to its 2013 analyses, the Economist Intelligence Unit (EIU), a sister company of The Economist, ranks Denmark the 5th best place in the world to be born in (following Switzerland, Australia and Norway and Sweden)
- the 2nd most peaceful country in the world (Global Peace Index, 2009)
- Copenhagen enjoys the highest quality of life in the world for "its design for living" (Monocle: 25 most livable cities, 2008)
- Copenhagen is the cleanest city in Europe (Trip Advisors, 2009 survey)
- 60% of the population lives <15 min away from a beach, a park, or a swimming pool; everyone lives <60 min from the ocean
- Copenhageners buy more organic produce than any other country in Europe; Denmark named "organic country of the year (Biofach2009)
- Copenhagen is the world's best cycling city - more than 50% of its population, from students to the prime minister, bike to work or to educational institutions (the highest in the world)
- Copenhagen has 14 Michelin star restaurants – among the top in Europe (Michelin Red Guide, 2009, 2014)
- Copenhagen booked more than 8.5 million overnight-stays in 2013
- SAVEUR, American food and wine magazine that ranks restaurants around the world, listed (9/2014) Copenhagen as the best gastronomic destination (in the category of small cities)
- Norma has been named the best restaurant in the world (London Restaurant Magazine, 2014, 2012 and 2011)

GITTE MELDGAARD, USA

Som turist i København, oplevede jeg at der manglede ledige hotelværelser, og at dem der tilgængelig var tilgængelige var ekstremt dyre.

Næste oplevelse, er så den meget dårlige service. Kunden skal næsten være glad for at blive set i DK.

Statens høje skatter gør, at mange fravælger at gøre forretninger her i vores land, og hvis vi kunne favorisere vores udenlands aftaler skattemæssigt, ville vi nok få flere aftaler i hus, dette velvidende om DK's lønniveau.

Jeg synes at vi skal koncentrere os mere om at gøre plads til flere turister i Hoteller, moteller & bed and breakfasts, før vi lokker flere turister til landet med de "gladeste mennesker". Da turisterne ikke kan dele glæden uden et sted at sove.

Dette var ord frit fra hjertet, hvis DK og i særdeleshed København, for styr på det første turistindtryk, vil de næste skridt nok blive nemmere...

ROBERT ARENDAL, LUXEMBOURG

- *Hvilken type initiativer mener du vil kunne bidrage til Københavns internationalisering?*
 - o Ved at tiltrække konferencer/seminarer vedr. luftfart og klima spørgsmål
- *Hvilke områder bør der fokuseres på for at øge internationaliseringen af København?*
 - o En kort men "to the point" TV reklame på engelsk i udenlandske tv udsendelser med fokus på "Copenhagen offers **high quality facilities, environment and attractions for business and tourism**".
- *Konkrete forslag til initiativer og aktiviteter.*
 - o To follow
- *Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en process (virksomhed + turisme)?*
 - o "Insufficient visibility" og så måske vores høje priser på hoteller etc.; måske er løsningen moms-frie hoteller?
- *Mener du politikken dækker de vigtigste elementer?*
 - o Ja
- *Frit fra hjertet*
 - o Metro byggeri og vejarbejde er naturligvis en nødvendighed, men lige for tiden er der rigtigt meget af det der nok afskrækker mange turister, hvis de har været her før og set det (ref. cruiseship nedgang/stagnation) eller har hørt om det. Det er i hvert fald ikke godt for turismen.
 - o Jeg tror også vi skal tænke på at målrette vores fokus på kvalitetsturister og ikke nødvendigvis kvantitet; vi har rigtig mange attraktioner, restauranter og arrangementer af høj kvalitet, men jeg er ikke sikker på, at det bliver promoveret godt i udlandet (måske med undtagelse af restauranter på grund af vores mange Michelin stjerner).
 - o Vi skal promovere København på en anden måde end alle andre storbyer gør: "lets be different" og fremhæve vores specialiteter og værdier!

- o Vedr. tiltrækning af talenter ved jeg ikke, om vi er gode nok til at kontakte universiteter i udlandet og promovere vores mange gode virksomheder. Der må være at stor interesse for udenlandske talenter!
- o Det kunne være et godt PPP initiativ at sætte i gang af GWA korpset *hvis ikke det allerede er gjort af universiteterne og erhvervsorganisationer).

OLE SKJODSTRUP, ITALIEN

Generelle kommentarer

Det fremsendte forslag er et særdeles kompetent og velskrevet oplæg til København.

Kommunes erhvervs- og vækstpolitik. Det opstiller klare mål og indsatsområder samt vurderingsfaktorer. Professionelt.

Der mangler endnu at definere konkrete handleplaner, tidslinjer, ressourceplaner og budgetter.

Det må komme efter, at forslaget er behandlet som principoplæg.

Disse kommentarer relaterer sig til det samlede forslag og også til afsnittet om internationalisering.

Specifikke kommentarer og forslag

Klynger

København ønsker meget hurtig økonomisk vækst. Det kan kun opnås gennem flere iværksættere, flere videnarbejdere, og flere hurtigt voksende 'gazelle' virksomheder, som af natur er små eller mellemstore, ligesom flertallet af virksomheder i København.

Klynger er klart svaret på at skabe både volumen og hurtig vækst under disse vilkår, klynger af virksomheder med beslægtede varer og services eller andre beslægtede behov som faciliteter, virksomhedsservices etc. Forslaget forudsiger dette og lister de vigtigste klynger i hovedstaden.

Mit forslag er at fokusere på to klynger:

Finansierings klynge

Mange små, innovative, nystartede 'gazelle' virksomheder kræver finansiering for at komme i gang og til at finansiere hurtig vækst, som ikke kan finansieres gennem organisk vækst. En tværgående klynge af finansielle virksomheder, herunder risikovillige venture capital selskaber ville kunne understøtte de øvrige klynger af virksomheder med den nødvendige finansiering.

Konkret forslag: København burde initiere og intensivere opbygningen af en finansieringsklynge, eventuelt i samarbejde med danske og udenlandske banker og venture capital virksomheder.

Bioteknologi klynge med fødevarer applikationer

Der eksisterer allerede en bioteknologi klynge i hovedstadsregionen.

København burde fokusere på og udbygge denne klynge med speciel fokus på bioteknologi til fødevarer applikationer, f.eks. enzymer, genetic engineering etc. Behovet kan ikke overestimeres.

Verdens befolkning ventes at vokse til omkring 10 milliarder mennesker i 2050 (fra omkring 6 milliarder i dag) og allerede i dag bor halvdelen i ikke-fødevarer producerende byområder. Der er et globalt behov for langt flere fødevarer, langt større produktivitet i fødevarer produktionen og langt bedre cost/effectiviness og bæredygtighed i produktionen.

Der er en global udfordring i at tilvejebringe disse mål. Og Danmark har allerede meget stærke virksomheder indenfor disse applikationsområder.

Dette scenario er netop temaet for EXPO2015 i Milano, der åbner i maj 2015. Det giver en enestående platform for København til at skabe synlighed omkring Danmarks kompetencer på disse applikationsområder. Et sammendrag af Temaet og hovedindholdet for EXPO2015 er vedhæftet dette dokument.

Konkret forslag: København burde udnytte EXPO2015 i samarbejde med relevante danske virksomheder, organisationer og det danske eksportråd i Milano til at udbygge en bioteknologiklynge for fødevarer applikationer.

Forslag til turist tiltag: Turistbåde på den sjællandske øst og nordkyst

Dette forslag ligger på et mere jordnært og konkret niveau end ovenstående, men da der efterspørges konkrete forslag, kommer det alligevel med.

Cinque Terre i Italien er en international og velkendt turist success. Mit forslag er at bruge Cinque Terre som model eller i al fald inspiration til at etablere et lignende tilbud til turister på Sjællands øst- og nordkyst. Cinque Terre bådtrafikken kan ses på dette link <http://www.navigazionegolfodeipoeti.it/orario.asp?lang=eng>

Ideen er at have turistbåde, der sejler fra f.eks. Københavns havn med anløbshavne i f.eks. Charlottenlund, Skovshoved, Tårnbæk, Skodsborg, Vedbæk, Rungsted, Sletten, Helsingør, Hornbæk, Gilleleje og retur med mulighed for at turister (med et dags-kort) kan hoppe af og på bådene i alle havne efter ønsker og behov.

I Cinque Terre kan de lignende tilbud ses her (til en begyndelse) <http://italy.dk/turisme/liguria/cinque-terre-1002.htm>

Dette tilbud kunne kombineres med et veteran damptog, der (efter valg) kunne tage turisterne tilbage eller ud over øst- og nordkysten af den samme strækning.

Dette tilbud kunne også kombineres med lejetilbud i hver anløbshavn på intelligente e-icykler med GPS og sat-nav, som København er i gang med at implementere.

Dette turist tilbud ville være relativt enkelt at udvikle ved at udnytte en række eksisterende kompetencer og tilbud i hovedstadsregionen:

- Københavns kompetencer indenfor bådtrafik og vandtrafik af personer,
- Øst- og nordkystens eksisterende havne- og marina faciliteter,
- Københavns erfaring med intelligente e-cykler,
- Øst- og nordkystens eksisterende turisttilbud som f.eks. adskillige marina- og havne og fiskerleje miljøer, Bakken og Dyrehaven, Louisiana, Karen Blixen huset, Tegners museum samt alle turist tilbuddene under 'Kongernes Nordsjælland', og denne løsning vil 'holde fast' på turisterne en hel dag!

*Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en proces (virksomhed + turisme)?
GWA sekretariatet stillede dette spørgsmål.*

Set udefra-ind fra en italiensk synsvinkel er der ikke skyggen af tvivl om, at langt den vigtigste forhindring for både virksomheds etablering og erhvervs/privatturisme er omkostningsniveauet i Danmark og København.

På erhvervs investeringsområdet er Københavns Kommunes planer og aktiviteter omkring Copenhagen Business Region virkelig nyttige tiltag, der vil kunne bidrage til lettere hurtigere og billigere virksomheds etablering i København.

JON PLATE, THAILAND

Hvilken type initiativer mener du vil kunne bidrage til Københavns Internationalisering?

- Markedsføringen skal slå på styrkerne København har:
 - o God adgang til kvalificeret arbejdskraft (sandsynliggjort ved citater og interviews af allerede etablerede virksomheder). Fortæl historien om landet, der besluttede at gøre hele deres befolkning til deres "ressourcer", og derfor har et ekstremt højt uddannelsesniveau af ALLE
 - o Alle taler engelsk
 - o Et lille land med en maritim historie, der gør og internationale og engelsktalende
 - o Et af de få lande i verden, hvor produktiviteten er i top på arbejdet (vis statistikker), men hvor work/life balancen også er sådan, at der er tid til familie, sport og andre hobbies. Det er unikt.

Konkrete forslag til initiativer og aktiviteter

- Markedsfør det internationalt *mindede* Danmark, hvor alle taler engelsk, "gateway" til Europa, højt kvalificeret arbejdskraft og en god livsstil, også for de mest ambitiøse
- Kommunen bør tilbyde lokationer til private investorer, som er interesserede i at skabe internationale børnehaver og skoler, og ellers lade det være 100% privat
- Udlændinge som kommer for at arbejde skal ikke "integreres". De vil gerne være sammen med hinanden. Sådan er det i alle andre lande også, og danskerne har vist sig i diverse undersøgelser ikke at tage udlændingene ind i deres private kredse. Derfor skal udlændingene have hinanden. Der kan man lære meget fra DTU bl.a., hvor udlændingene i stor stil holder sammen, og ofte bliver længe eller permanent i Danmark.

Hvorfor tror du København bliver valgt fra i en proces (virksomhed + turisme)?

- Fordi København ikke går på kompromis. Der er ikke menukort på russisk eller kinesisk, der er ikke skabt grobund for billige kinesiske restauranter, der kan tage en eller to tour-busser ad gangen SELVOM undersøgelser har vist gang på gang, at kinesiske rejsende gerne vil have deres egen mad. "GIV DEM DET DE VIL HAVE. IKKE DET VI TROR ER GODT FOR DEM."

Indsendt af: **Palle Christoffersen (2791)**

Dato: 18.09.14

København har et udtalt behov for trafikale forbedringer. Fremkommeligheden er for ringe.

Dette skyldes for det meste at der lægges hindringer i vejen for at trafikken glider og at man skal lede efter P-pladser. Disse forhold generer både borgere i byen og virksomhederne. Disse forhold skal bringes i orden inden at udviklingen kan ske i fornødent tempo.

Ved intelligent planlægning af mulighederne for at parkere, i stedet for at skabe hindringer kan megen spildtid og forurening spares.

Ved at ensrette store gader der går parallelt kan gennemstrømningstiden mindskes væsentligt og sikkerheden forbedres. Et par eksempler er: Vesterbrogade / Gl.Kongevej, Jagtvej / Fasanvej og Søgaderne / Farimagsgade. Man kunne også åbne visse gader for gennemkørsel for at spare omveje. Det er vigtigt at se på transportudgifterne når der skal skabes vækst. Ved disse få tiltag, vil forureningen mindskes væsentligt. Disse tiltag kommer også vælgerne / borgerne til gode og væksten vil stige.

Kommentarer på Indre By Lokaludvalgs hjemmeside:

Lastbilhelvede i Indre By

Indsendt af Anonymous den lør, 2014-09-27 14:17.

Det er helt fint, at kommunen vil gøre noget for erhverv og vækst i Indre By, så byen kan overleve som by, bare det ikke overlades helt til cafeer og værhuse. Men hvad med beboerne - hvordan skal de overleve. Men det hører man ikke så meget om.

Et af problemerne er de utåleligt mange lastbiler og kassevogne, der hver dag kører ind i byen med varer til erhvervslivet og som forurener og støjer rigtig meget - ofte står de med motoren gående i meget lang tid. Der er talt meget om at løse dette problem, men der sker ikke noget. Hvornår har kommunen tænkt sig at løse denne store belastning af byen.

Gammei Strand og tilstødende gader er f.eks. et sandt lastbilhelvede. Ofte holder der 4-5 lastbiler ad gangen på den lille plads, som blev levnet beboerne i forbindelse med Metro-byggeriet - ofte med motorerne gående - hvorefter de kører op i byen med varerne på små vogne med metalhjul, der også larmer i gaderne. (Hvorfor er gummihjul ikke et krav)?

Parkering for erhverv

Indsendt af Anonymous den fre, 2014-09-26 14:43.

Jeg driver en forretning, der bl.a. handler med møbler og større genstande - og har af samme grund en varebil, som jeg ikke kan undvære. Ifølge kommunens parkeringsregler kan jeg godt få en parkeringslicens til den, HVIS DEN ER PÅ GULE PLADER.

I det virkelige liv er det bare sådant, at masser af indre bys mindre butik drivende har en økonomi, så de må nøjes med at have én bil. Og det bliver derfor en varebil på papegøjeplader - altså en bil, der må benyttes til både erhvervstransport og privatkørsel.

Den kan man så til gengæld ikke få en parkeringslicens til, fordi den også kan bruges til privatkørsel. Derfor må jeg betale flere tusinde kroner om måneden for en privat parkeringsplads i nabolaget, for overhovedet at kunne have min bil, som jeg bruger erhvervsmæssigt frem og tilbage til butikken mange gange om dagen.

Samtidig kan en mere velstillet kollega længere hende ad gaden få en parkeringslicens til nøjagtig samme type varebil (på gule plader), fordi hun har råd til at have privatbil ved siden af.

Det er virkelig dårlig erhvervspolitik over for de mindre forretningsdrivende, som jo i bund og grund er med at skabe den mangfoldighed og liv i byen, som turister og beboere (og politikere) efterlyser. Derfor: Erhvervslicens også til varebiler papegøjeplader!

Vækst og erhverv

Indsendt af Anonymous den fre, 2014-09-26 13:59.

Det er en udmærket ide, at blande erhverv og boliger, hvis man blot er opmærksom på at pågældende erhverv ikke belaster miljøet. Hverken med forurening, men så sandelig heller ikke med støj! Der er i øjeblikket en støjgrænse i blandet bolig/erhverv på 40db om natten, og det er alt for højt!

Flere restauranter har indrettet kølerum med tilhørende udendørs placerede køleaggregater/udsugningsanlæg som kører i døgndrift og generer omkringboende med konstant dag og ikke mindst natte-støj, som på sigt belaster og udgør en sundhedsrisiko for de berørte. Som skrækeksempel kan jeg nævne Øster Farimagsgade 16B, som øjensynlig har fået tilladelse til at etablere ovenstående maskinanlæg på en tagterrasse i første sals højde, uden at man øjensynligt har en chance for at gribe ind. Lyden når lige op på de 40db ved soveværelse vinduerne, og selv miljøkontrollens medarbejder har givet medhold i, at han nødigt ville ha' 40db uden for sit vindue. For slet ikke at nævne, hvis man gerne sover for åbent vindue!

Så alt i alt, skal København blive en bedre by at bo i må vi sænke grænsen på decibel. Så der kan blive nattero i boligområderne.

Manglende vedligeholdelse

Indsendt af Anonymous den fre, 2014-09-26 13:41.

Sankt Pauls Plads har aldrig været så misholdt, som den er nu. Om føje tid vil der kunne græsse kvæg.

Ganske vist kører der af og til en larmende fejmaskine rundt på pladsen og i de omliggende gader, men græs og ukrudt gror fortsat mellem brosten, op ad granit-sokler og langs indhegninger. Tidligere blev en af pladsens to smukke indhegninger omdannet til et uhumsk hunde-wc, og det sågar af den tidligere borgmester for Københavns Teknik- og "Miljø"forvaltning; skulle det være en forbedring af miljøet at placere så uappetitlig og stinkende en nabo tæt på den nærliggende beboelse? Mængder af hunde fra nær og fjern besørger og larmer nat og dag. Alle de smukke blomster, der var plantet af kommunen, er kradsat væk af hundeklør.

Da Sankt Pauls Kirke alligevel ikke skal nedlægges som kirke (tak for det!), vil kvarterets beboere foreslå, at Sankt Pauls Plads igen vedligeholdes som før i tiden.

Lad mig tilføje, at man i foråret ved en forkert beskæring skamferede en række meget smukke (og meget dyre) Dronningebuske i den anden af pladsens to indhegninger, så alle knopper blev klippet af, hvilket betød, at disse ellers rigt blomstrende buske ikke fik en eneste blomst denne sommer.

Mvh

Joan m. H.



17-10-2014

Sagsnr.
2014-0182042

**Dialogmøde om Københavns Kommunes Erhvervs- og
vækstpolitik: Erhvervsservice og uddannelse og beskæftigelse**

Dokumentnr.
2014-0182042-4

Tid og sted: 6. oktober 2014 kl. 16-18 i Københavns Erhvervshus,
Nyropsgade 1

Sagsbehandler
Jesper Buch Jakobsen

Deltagere:

- Christian Wad, konsulent, SOHO
- Jette Rhode, direktør, Sten & Grus Prøvestenen
- Thomas Jandorf, projektchef, TETRIS
- Jan Elving, indehaver, Øens Murerfirma
- Allan Christensen, formand, Grønt Erhverv
- Adam Pade, redaktør, Haandværkerforeningen i Kjøbenhavn
- Balder Johansen, daglig leder, Logik & co
- Peter Christensen, vicedirektør, CPH WEST
- Louise Bosen Karlsen, projektleder, Maritime Development
Center of Europe
- Peter Topp Engelsted Jonassen, direktør, NCC
- Kit Claudi, dekan, UCC
- Morten Asaa, specialkonsulent, UCC
- Marianne Kragh, uddannelseschef, HORESTA
- Niels Tolstrup, chefkonsulent, Dansk Byggeri
- Louise Svendgaard Møller, Studentermedhjælp, Dansk Industri

- Kaj Ove Christiansen, direktør, Beskæftigelses- og
Integrationsforvaltningen
- Pernille Kjeldgård, kontorchef, BIF
- Jesper Buch Jakobsen, chefkonsulent, BIF
- Rannvá Arnadóttir, fuldmægtig, BIF
- Janus Krarup, erhvervschef, Københavns Erhvervshus
- Martin Bredgaard Sørensen, enhedschef, Københavns
Erhvervshus
- Niels Tørsløv, serviceområdechef, Teknik- og Miljøforvaltningen
- Dorthe Elise Svinth, programchef, TMF

Fokus for drøftelsen af vækstfaktor vedr. erhvervsservice:

- Københavns nye Erhvervshus – hvor skal fokus være? Digitale
selvbetjeningsløsninger, en håndholdt indsats og/eller key account
managers (dvs. én fast kontaktperson)?
- Hvordan kan dialogen med erhvervslivet styrkes? Flere
virksomhedsbesøg, konferencer og/eller faste orienteringsmøder?

**Center for Inklusion og
Beskæftigelse**

Bernstoffsgade 17, 1. sal
1577 København V

Telefon
20703057

E-mail
jbj@erhverv.kk.dk

EAN nummer
5798009710581

- Hvilke kommunikationskanaler er mest effektive ift. virksomhederne? Hjemmesider, kampagner, informationsmøder om nye indsatser, velkomst til nye virksomheder?
- Internationale iværksættere er mere værdiskabende pga. kendskab til deres hjemlands markeder og kulturer – hvordan understøttes flere internationale iværksættervirksomheder?

Fokus for drøftelsen: af vækstfaktor vedr. uddannelse og beskæftigelse:

- Skal beskæftigelsesindsatsen være mere branchefokuseret? F.eks. ved brancheovervågning, branchespecifik dialog om kompetencebehov, branchespecialiserede virksomhedskonsulenter?
- Hvordan styrkes dialogen mellem virksomheder og uddannelsesinstitutioner om tilrettelæggelse af uddannelser, så de matcher arbejdsmarkedets forventninger til nuværende og fremtidige behov?
- Ledige akademikere kan skabe vækst i mindre virksomheder – hvordan styrkes akademikerindsatsen? F.eks. ved dimittendindsats, Vækstakademikerordning eller andet?
- Hvordan oprettes flere praktik- og lærepladser? F.eks. ved større fokus på brancher med ubesatte praktikpladser? Øget brug af støttede praktikpladser for de 'svagere' unge?

Virksomhedernes input til konkrete initiativer vedr. erhvervsservice

Københavns nye Erhvervshus – hvor skal fokus være? Digitale selvbetjeningsløsninger, en håndholdt indsats og/eller key account managers (dvs. én fast kontaktperson)?

- Virksomhedskonsulenter skal udstationeres en dag i bydele/lokalområder i samarbejde med lokale erhvervs- og handelsforeninger, hvor virksomheder kan aftale tid til et møde.
- Flere udstationerede key account managers i områder med mange mindre virksomheder (som Kødbyen)
- Flere interne key account managers, som virksomhederne kan opbygge en personlig relation til med henblik på hurtig sagsafklaring
- Mere håndholdt service ved komplicerede sagsgange, f.eks. i form af "lods"-ordning i Erhvervshuset
- Digital selvbetjening skal suppleres med adgang til hurtig telefonisk bistand
- Byggesagsbehandling er så central for mange virksomheder, at området bør have en særlig erhvervsafdeling
- Behov for at lægge tidsplan fra start af sagsbehandlingen. Forudsigelighed er afgørende.

Hvordan kan dialogen med erhvervslivet styrkes? Flere virksomhedsbesøg, konferencer og/eller faste orienteringsmøder?

- Stor efterspørgsel efter flere virksomhedsbesøg med konkret dagsorden fra kommunen, både af politikere og embedsmænd
- Tematiserede dialogmøder om f.eks. nye indsatser eller udfordringer for en bestemt branche fungerer bedst. Svært hvis dialogen bliver for generel.
- Samarbejde med erhvervs- og handelsforeninger om en mere lokalt fokuseret erhvervsdialog
- Ønske om at KK orienterer om nye initiativer på fyraftensmøder i erhvervsorganisationer og virksomheder
- KK skal blive bedre til at holde øje med de nye, ”skæve” iværksættere og tage dialog om deres udfordringer
- Ligeledes behov for bedre dialog med ikke etnisk danske iværksættere om deres udfordringer
- Erfarne og uerfarne virksomheder har forskellige behov. Behov for bedre – og tidlig – information om myndighedskontakt (bl.a. vedr. lokalplaner og byggesagsbehandling) til uerfarne virksomheder.

Hvilke kommunikationskanaler er mest effektive ift. virksomhederne? Hjemmesider, kampagner, informationsmøder om nye indsatser, velkomst til nye virksomheder?

- En effektiv og navigerbar hjemmeside er den bedste kommunikationsform
- KK kan gøre som Aalborg Kommune, der udsender velkomstpakke til nye virksomheder
- Information (både mundtlig og skriftlig) skal være målrettet og relevant for modtageren, f.eks. brancherettet eller geografisk afgrænset
- Flere virksomheder efterspørger månedlig eller kvartalsvis orientering i form af nyhedsbrev (gerne som pdf) om nye initiativer på tværs af forvaltninger, relevante nøgletal, ny lovgivning mv.

Internationale iværksættere er mere værdiskabende pga. kendskab til deres hjemlands markeder og kulturer – hvordan understøttes flere internationale iværksættervirksomheder?

- Behov for særlig indsats for at gøre det problemfrit for internationale iværksættere at etablere sig. Erhvervshuset skal brande sine tilbud i første møde med virksomheden.
- KK skal gøre mere for at understøtte produktionsvirksomheder, og infrastrukturen skal kunne håndtere tung transport i forbindelse med nybyggeri
- Stort behov for at offentlige dokumenter, skemaer mv. er tilgængelige på engelsk
- Der skal afholdes engelsksprogede informationsmøder for internationale virksomheder

Virksomhedernes input til konkrete initiativer vedr. uddannelse og beskæftigelse

Skal beskæftigelsesindsatsen være mere branchefokuseret? F.eks. ved brancheovervågning, branchespecifik dialog om kompetencebehov, branchespecialiserede virksomhedskonsulenter?

- Behov for mere brancheviden især i forhold til rekruttering. F.eks. viden om at man til nogle brancher aldrig ansætter en person, men et helt sjak.
- Kommunen skal være mere proaktiv. Vigtigt med brancheovervågning og en tættere relation. Der er ikke nok besøg på virksomheder.

Hvordan styrkes dialogen mellem virksomheder og uddannelsesinstitutioner om tilrettelæggelse af uddannelser, så de matcher arbejdsmarkedets forventninger til nuværende og fremtidige behov?

- Kommunen skal allerede have fokus på arbejdsmarkedets behov i folkeskolen – f.eks. gøre det mere spændende at være betonarbejder. Det skal være private virksomheder, der underviser i det, ikke lærere som aldrig har arbejdet med det.
- Der skal være flere med en naturvidenskabelig uddannelse. Der er for mange, der uddanner sig indenfor f.eks. kommunikation. Det er begrænset hvor mange kommunikationsmedarbejdere, private virksomheder ansætter.
- Københavns Kommune skal i dialog med de lokale uddannelsesudvalg.

Ledige akademikere kan skabe vækst i mindre virksomheder – hvordan styrkes akademikerindsatsen? F.eks. ved dimittendindsats, Vækstakademikerordning eller andet?

- Flere akademikere skal skrive specialer i mindre virksomheder. De skal problemformulere sammen med virksomhederne.
- Udbud er et kompliceret område for en mindre virksomhed, som en akademiker kan hjælpe med. Men akademikere har ofte store krav til videreudvikling, som f.eks. et blikkenslagerfirma ikke kan tilbyde.
- Flere ledige akademikere til de kommunale skoler. De kan varetage akademiske opgaver som f.eks. dokumentation i folkeskolen. Undervise i f.eks. fransk og naturfag. Tage meritlæreruddannelse.
- Flere ledige akademikere til hotelbranchen. Kortere uddannelser med omskoling, f.eks. hoteluddannelse og introkursus om turisme. Gør brug af kommunens samarbejde om jobrotation.
- Der skal være mere holdningsbearbejdning, mens man er under uddannelse. De studerende skal tænke mere på, hvordan de kan bruge uddannelserne og være omstillingsparate. De skal rokke ved den faglige stolthed over uddannelsen.

- Mere viden til virksomheder om, hvad akademikere reelt kan bidrage med. Virksomhederne mangler informationer om ordninger for akademikere, og hvor man får fat i akademikere. DI har f.eks. afholdt netværksmøder om, hvad akademikere kan tilbyde små og mellemstore virksomheder.
- Den maritime branche er ikke vant til akademikere. Maritime Development Center of Europe har arbejdet med et 3 års projekt for at øge viden om akademikere og holdt mange møder for små og mellemstore virksomheder om værdiskabelsen ved at ansætte akademikere.
- Behov for flere maritime kompetencer på universiteterne for at forberede dem på stillinger i branchen.
- Der skal arbejdes med holdningsændring i virksomhederne. På f.eks. de store hoteller er direktørerne startet som elever, derfor forstår de ikke akademikere.

Hvordan oprettes flere praktik- og lærepladser? F.eks. ved større fokus på brancher med ubesatte praktikpladser? Øget brug af støttede praktikpladser for de 'svagere' unge?

- Antal lærlinge og praktikpladser skal være med til at give arbejde og kommunale opgaver til virksomheden. Kommunens krav til virksomheder bør også handle om antal elever. Tildeling af udbudte opgaver til virksomheder skal ikke kun handle om pris, men også f.eks. antal lærlinge.
- Hotel- og Restaurationsbranchen mangler elever. Der er et problem med incitamentstrukturen. Skolerne får penge til praktikcentre og vil derfor gerne beholde eleverne selv.
- Københavns Kommune skal fokusere på at efteruddanne til at skifte retning og være mere målrettet i forhold til hvem de ledige er, inden der bevilges penge. I Sverige skal man ikke være ledig, men kommer i gang med en ny uddannelse med det samme.
- Der er ikke nok piger på erhvervsuddannelserne. Der skal gøres noget ved uroen på skolerne, som de ikke trives i.

OPSAMLING FRA DIALOGMØDE "Virksomhedernes samspil med Københavns kommunes om indkøb, test og innovation".

DATO: Mandag den 6. oktober 2014 kl. 9-11 på Københavns Rådhus – Udvalgsværelse D, 1.sal vær.103.

FOKUS:

- Et af nøgleelementerne i Erhvervs- og vækstpolitikken er at sikre et bedre samspil mellem Københavns Kommune og virksomheder og videninstitutioner i forbindelse med indkøb, test og innovation af innovative løsninger til byen og dens borgere. På mødet blev Københavns Kommunes indsats inden for følgende områder drøftet:
 1. Styrke rammerne for dialog og innovationssamarbejder mellem virksomheder, videninstitutioner og Københavns Kommune.
 2. Tilbyde byen som ramme for virksomheder, der ønsker at udvikle og teste innovative løsninger
 3. Imødekomme virksomhedernes ønske om at nedbringe barrierer i forhold til at byde på Københavns Kommunes opgaver.

Overordnet var der stor tilfredshed med at Københavns Kommune har fokus på ovennævnte områder. Derudover tilkendegav deltagerne, at de var glade for muligheden for at drøfte problemstillingerne med Københavns Kommune.

DELTAGERNE LAGDE VÆGT PÅ FØLGENDE UNDER DE TRE SPOR:

Dialog og innovationssamarbejder

- *Fokuser mere på innovation – også i byggeudbud:* Der blev efterlyst innovative samarbejder mellem virksomheder, videninstitutioner og Københavns Kommune inden for byggebranchen. Herunder at der i højere grad ses på totalomkostninger i udbud relateret til byggeri.
- *Fokuser også på nogle af virksomhedernes sidegevinster ved at deltage i OPI:* En virksomhed påpegede, at de havde brugt mange ressourcer på at deltage i OPI med Københavns Kommune, men at de havde høstet gevinster i form af: gode kontakter og samarbejdsrelationer med andre virksomheder, afprøvning i byrummet og udvikling af nye løsninger.
- *Brug funktionsudbud mere systematisk:* Der er behov for at bruge funktionsudbud meget mere systematisk. Det kræver risikovillighed fra Københavns Kommune.
- *Køb det!* Københavns Kommune skal gå forud og købe nye, innovative løsninger.
- *Hjælp os med at få skala:* Det er vigtigt for virksomhederne, at kommunerne/regioner taler sammen, så virksomhederne kan få deres salg op i skala. Lav et kommunenetværk - på den måde kan kommunerne mønstre fælles udbud og gøre det mere interessant for virksomhederne at udvikle nyt.
- *Husk de eksisterende løsninger:* Der eksisterer allerede rigtig mange gode løsninger rundt omkring i verden. Det er vigtigt, at Københavns Kommune ser sig omkring og afdækker det eksisterende. Ofte kan man bygge oven på det.

- *Brug klyngeorganisationerne:* Klyngeorganisationerne har et ben i hver lejr – de kender virksomhederne, forskerne og de offentlige kunder. Københavns Kommune kan bruge klyngesekretariatene til at få kontakt til forskere og virksomheder. Klyngerne kan også være en god kilde til at finde midler til innovationsprojekter – især EU midler som fx Horizon2020. Disse midler kan sammen med midler fra fx Markedsmodningsfonden være med til at finansiere fælles udviklingsprojekter og dialogprocesser.
- *Brug førudbudsfasen:* Førudbudsfasen skal bruges aktivt til markedsscreening - at få input og komme i dialog med virksomhederne.
- *Tænk udbud på tværs af sektorer:* Københavns Kommune kan for alvor få de innovative løsninger, hvis man lægger op til at tilbudsgiverne byder ind med tværsektorielle samarbejder/bud på løsninger. Kombiner fx design og teknologi.
- *Hjælp til business case er vigtig:* Virksomhederne og kommunen skal tidligt i forløbet tænke i retning af business case, så det er tydeligt, at der er en klar gevinst.

Byen som ramme for test og innovation

- *Vigtigt for virksomhederne at kunne rettighedsbeskytte deres baggrundsviden ifm test:* Test kan ofte indeholde forretningshemmeligheder, og det er derfor vigtigt for virksomhederne, at deres test og testresultater kan hemmeligholdes.
- *Synlighed og gennemskuellighed i testfaciliteter:* Vigtigt at virksomhederne kan se hvor præcis de skal henvende sig for hvilke test. Hvad kan man få hvor og hvordan?
- *"Tested in Copenhagen":* Dette brand kan især bruges på områder, hvor København har et forspring status/kompetence – fx inden for det grønne område relateret til eks. cykler. Spørgsmålet er om "Tested in Copenhagen" brand vil være værdifuldt for virksomhederne, hvis København ikke har købt løsningen.
- *Klare spilleregler for samspil om test:* Virksomhederne vil gerne have klar besked om, hvordan man kan teste. Hvilke krav kan virksomhederne stille? Kan man lave sit eget testdesign? Kan Københavns Kommune bidrage med andet end "fysisk lokalitet"?
- *Ikke alle test kan laves på samme testcenter:* Kan man lave et system så virksomhederne let kan skruer test sammen? Tænke på tværs af living labs, så man kan imødekomme kompleksiteten i kravene til test.
- *Test kan handle om mere end byens udfordringer og behøver derfor ikke ende i et salg til Københavns Kommune:* Kommune kan opfordre virksomheder til at bruge byens rum og dens brugere til at teste løsninger, som ikke nødvendigvis har noget at gøre med KK's indkøb.
- *Living labs på flere områder:* Kan man forestille sig, at Københavns Kommune laver living labs inden for andre områder end "det sunde" og "smart city"?

Nedbringelse af barrierer ifm udbud

- *Positivt at der ses på at fjerne de mange barrierer og uhensigtsmæssigheder i relation til kommunale udbud:* Der ligger godt materiale bl.a. fra DI om, hvor knasterne er.
- *Dialog og tidligt indblik i kommunens planer er en nøgle:* Der vil være en stor gevinst for virksomhederne, hvis de fremover tidligt kan få indblik i Københavns Kommunes planer og få gennemgået indkøbsmæssige konsekvenser af budgetaftaler.
- *Der er urimelig stor risiko for leverandører:* Kommunerne stiller alt for store krav - også mange irrelevante, som gør det næsten umuligt for virksomhederne at deltage i udbud. Omkostningerne for virksomhedernes ifm udbud drives op.
- *Enkeltleverandører favoriseres:* Der er stadig problemer med, at udbud skrives så visse leverandører favoriseres.
- *Udbuddene er for fikserede på "laveste pris" og ser for lidt på totalomkostninger (TCO) og effekter*
- *Se på SKAT:* Københavns Kommune opfordres til at se på SKAT's måde at lave udbud på. De gør det let for virksomhederne at byde.

DELTAGERLISTE

TILMELDTE TIL DIALOGMØDE "VIRKSOMHEDERNES SAMSPIL MED KØBENHAVNS KOMMUNE OM INDKØB, TEST OG INNOVATION"		
Navn	Titel	Virksomhed
Kim Rosenkrans	Director and Partner	Public Sector Nordic - IBM Global Business Services
August Ussing	Project Administrator	Leapcraft
Claus Lorents Sørensen	CEO	DigiCorpus ApS
Dennis Nielsen	Direktør	NCC Construction Danmark A/S
Jesper K Thomsen	Direktør	Studio Jesper K Thomsen
Mette Abrahamsen	Netværksleder	Innovationsnetværk Service Platform
Mie Bjerre	Director	Copenhagen Living Lab
Kurt Othendal Nielsen	City Account Manager	Siemens A/S
Nicolai Wiese	Nordic Project Manager	Diligent CAPN
Peter Bjørn Larsen	Business Development Manager	Clean
Sylvie Bove,	Project Director CHC	Copenhagen Capacity
Anne-Katrine Nielsen	Business Development Manager	Copenhagen Capacity
Kristoffer Riis	Projektleder	Væksthus Hovedstadsregionen
Betina Simonsen	Direktør	Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning
David Overton Chabre Holm	Senior Business Developer	DTU
Susanne Schultz	Chefkonsulent	DTU
Karoline Amalie Steen	Kontorchef	KK, Økonomiforvaltningen
Lisbeth Kjær Thomsen	Kontorchef	KK, Økonomiforvaltningen
Annemarie Munk Riis	Chefkonsulent	KK, Økonomiforvaltningen
Søren Nørgaard Madsen	Specialkonsulent	KK, Økonomiforvaltningen
Rikke Wesch	Specialkonsulent	KK, Økonomiforvaltningen
Sara Winding	Jurist	KK, Teknik - og Miljøforvaltningen
Per Boesgaard	Kilmakonsulent	KK, Teknik - og Miljøforvaltningen
Ian Røpke	Programleder	KK, Sundheds- og omsorgsforvaltningen

Internationalisering, Turisme d. 9. oktober

Deltagere: Susanne Nordenbæk (DE), Lars Bernhard (WoCo), Mads V. Olesen (Strømme), Eva Thyboe (VDK), Caspar Jørgensen (Kulturstyrelsen), TMF, Thomas Jakobsen, Joo Ran Norreen og Jesper Hyldal

Fokus på serviceløft fx via uddannelse

Danmarks høje prisniveau stiller krav om et højt serviceniveau, hvis ikke Danmark skal sakke bagud i den globale kamp om turisterne. Det vurderes fra flere sider, at Københavns Kommune med overtagelsen af Turistinformationen i Hovedstadsregionen vil kunne skabe værdi og imødekomme denne serviceudfordring. Det anbefales ligeledes, at der arbejdes mere strategisk med uddannelse i servicebranchen for at styrke serviceniveauet, på trods af udfordringer med sæsonmedarbejdere.

Helt konkret ønskes det, at der samarbejdes mellem de offentlige myndigheder og erhvervsorganisationer, for at sikre de ønskede uddannelsesmuligheder og en eventuel ansøgning om midler hertil. Der er gode erfaringer at trække på fra Region Syddanmark.

Samarbejde på tværs af aktørerne – og tydelig rollefordeling

Der er stor enighed om, at samarbejde på tværs mellem de mange aktører i turismebranchen vil være en klar styrke. Ikke mindst ift. at styrke samarbejdet omkring det der skaber vækst; det private tursmeerhverv. Det vurderes dog, at koordineringen er sværere end ventet. Det ønskes, at der arbejdes med en tydelig rollefordeling blandt aktørerne, så man i stedet for at konkurrere støtter op om hinandens indsatser – til gavn for hele landet og på tværs af offentlige og private aktører.

Temaer og pakker

Der arbejdes løbende med udvikling af turismepakker, som vurderes som værdiskabende for hele kæden af aktører. Tematiseringen kræver nye vinkler, og et større hensyn til driften hos de involverede private aktører, fx low-season på restauranter.

Generelt ønskes der, at det københavnske brand og den københavnske livsstil bruges i endnu højere grad i disse produkter, fx ved bydelsture, hvor der spises på folkekøkkener, udbydes madlavningskurser indenfor ny nordisk mad, liveability-pakke ift. vores havnebade o. lign. Pakkerne kan ligeledes kombinere klassiske turistattraktioner og mindre kendte og skæve indslag, for at teste disses værdi af, og vise det brede spektrum af byen og bydelenes identitet.

Manglende forståelse for daglig drift stopper udvikling og vækst

KK opleves stadig som ude af trit med virksomhedernes behov, hvilket fjerner fokus fra den daglige drift i virksomhederne, og demotiverer ift. samarbejde med myndighederne. Der er særligt udfordringer med lavpraktiske ting som infrastruktur og tilladelser. Styrket offentlig-privat samarbejde anbefales, ligesom at problemstillingerne forventes identificeres ved at skabe den klare rollefordeling mellem turismeaktørerne, som derved opdager problemstillingerne.

Internationalisering, talent

Deltagere: Nikolaj Lubanski (CopCap), Sebastian Klerulff Page (Novo Nordisk), Lone Retoft (IDA), Sys Vecht (Spousecare), Henriette Ladefoged (COWI), Dorte Salskov-Iversen (CBS), Aravni Elisabeth Jakobsen (KFF), Michael Ryan Andersen (KFF), Susanne Skovgaard (KFF).

Job til medfølgende ægtefæller/Spouses

Manglende karrieremuligheder for ægtefæller er en væsentlig årsag til, hvorfor internationale borgere forlader deres job i Danmark. 9 ud af 10 rejser hjem pga. spouse-problematikken. Pt. er det kun de store

virksomheder, der er åbne overfor ikke-dansk talende arbejdskraft. Der er gode resultater for spouses i praktik og løntilskud, men der mangler muligheder for spouses, der ikke er en del af disse ordninger.

Anbefalinger:

- Der kan tænkes mere i at få spredt CV'er i virksomhederne
- Der mangler businesscases på at ansætte international arbejdskraft
- Flere jobmuligheder for medfølgende ægtefæller, herunder i SMV'er.

Regionalt samarbejde/overblik

Den internationale talentdagsorden er et regionalt anliggende. Ud over de mange offentlige aktører (kommuner, region mv.) er der mange private aktører. Der mangler overblik over de forskellige profiler og tilbud.

Anbefaling:

- Kortlægning af tilbud ift. spouses
- Oversigt over kommunale, regionale og private tilbud/services til international arbejdskraft
- Mapping over målgrupper – hvilke indsatser er relevante overfor forskellige målgrupper?
- Samarbejde mellem kommuner ift. skoler – flere internationale linjer og større fleksibilitet over kommunegrænser
- Samarbejde mellem kommuner ift. indrejse

Boliger

En af de største udfordringer for tiltrækning og fastholdelse af international arbejdskraft er boligsituationen. Udmeldingen er, at der er ca. 20 %, som tjener nok til, at boligsituationen ikke er et problem. 10 % er graduates, som kan få hjælp til det. De sidste 70 % har problemer med at finde en bolig. Der er behov for fleksible boliger. Ift. boligproblematikken er det desuden væsentligt, at der er en overensstemmelse med de forventninger, som expats har ift. deres bosættelse i Hovedstaden og de tilbud, de bliver mødt med.

Anbefaling:

- Der kan tænkes i regionale løsninger på boligproblemet. Faren er, at man bliver ensom i forstaden. Boligløsninger kan tænkes sammen med fleksible løsninger ift. kultur- og fritidstilbud og sprogskoletilbud. Afstand betyder ikke så meget, hvis det er muligt at deltage i aktiviteter på tværs af kommunegrænser.

Øvrige anbefalinger

- Introduktion til digital post, Nem ide mv.
- Mere information på engelsk
- Adgang til netværk
- Partnerskabsmodellen skal udvides til at omfatte øvrige services; kultur, fritid, job, bolig mv.

Dialogue meeting about internationalization:

Comments and recommendations from round table discussion about attraction and retention of international companies and investments

Date: 9 October 2014

Participants:

	Company	Name	Title
1	BGI Europe Research	Ruiqi Xu	Manager of BGI Europe Research
2	Cisco Systems Danmark ApS	Claus Holm	Partner and creative director
3	CopCap	Anne Have Kjærholm	Investment Development Manager
4	CopCap	Kim Lundberg	Investment Development Manager
5	CorpNordic	Ulla Heurlin	Managing Director
6	CorpNordic	Dorthe Goldberg Heinsen	Director & Head of Payroll/HR
7	DTU Compute (Lydens Hus)	Eske Bo Knudsen	Specialkonsulent
8	Hitachi Convergence EMEA	Hans Lindeman	Senior Vice President
9	Kromann Reumert	Christian Lundgren	Partner
10	White Arkitekter	Erik Lindahl	Markedschef
11	White Arkitekter	Morten Vedelsbøl	Kreativ chef
12	World Trade Center Ballerup	Lars Gøtke	Direktør
13	City of Copenhagen	Karoline Amalie Steen	Kontorchef
14	City of Copenhagen	Tine Ane Nielsen	Fuldmægtig

Step up the effort to retain international companies

Copenhagen Capacity already monitors new companies and contact them to welcome them to the region. This effort can be combined with visits from the political level to the biggest companies or with invitations to annual events. The focus of the contact with the companies should be: What can we do for you and how can we help you expand your business in the region?

Start branding Copenhagen as a good place to do business, not just as a good place to live

We need to include business every time we talk about Copenhagen internationally and to start branding Copenhagen as a business location, not just as a good place to live. Since 2011, the World Bank has ranked Denmark the most business-friendly climate in Europe and 5th in the world.

Expand the sales force by cooperating with universities and private organisations

Expand the sales forces by using everyone who is flying out of the region on business trips or to conferences. Give them a few extra slides about the region to include in their presentation. For instance researchers and scientists travel a lot and collaborate with many people.

Start marketing international jobs in Denmark

Many jobs for international companies, Danish and foreign, can be based in Denmark. This needs to be advertised better.

Focus on the region's strongholds

We're too small to win all the international companies. We need to focus on sectors where we have a competitive advantage and to do this together with the universities.

Events should be used strategically to brand the city's strengths and attract activities, as for instance Barcelona has done with their smart city-initiative.

Focus on providing scale

Besides focus, scalability should be a central word in the internationalisation policy. Help companies build scale, for example through partnerships, and spread risk on many companies. This way we can handle the challenge of being a small economy.

Copenhagen's function as a test-bed for solutions to global challenges are crucial to the companies opportunities of building scale. Global challenges are to be solved in the politically and economically stable environment of Copenhagen.

Another way for companies to build scale is to couple their investments to large public investments, for example in infrastructure, healthcare, climate adaptation etc. Therefore, communication about large public investments in Denmark and abroad is important to the companies.

The political networks, such as C40, can be used to help companies build scale. Solutions from Copenhagen can be presented to cities around the world and demand from these cities can be communicated back to the companies located in Copenhagen and Denmark. However, the communication can be difficult, as there are many different players.

Find one vehicle for communication between the political level and the companies

To address the above mentioned challenge of communication, designate one vehicle or a "one-stop-shop" for communication from the political level to the companies.

This forum can also be used for match-making between companies and organisation, and maybe also to give new companies an introduction to how to do business in Copenhagen.

Map and market the innovation ecosystem

A central platform for communication is requested where innovation networks such as House of Sound can add themselves to the map of Copenhagen's innovation ecosystem.

Likewise, a central platform for knowledge exchange about how to set up clusters and attract foreign attention and activities, such as Danish Outdoor Lighting (DOL) in Albertslund has done, is in demand.

Make sure not to focus too narrowly on one economy

China is an interesting and rapidly expanding economy. However, some participants were worried that many Chinese investments were focused on exporting technologies from Denmark to China without many benefits to the local Danish economy. Other participants disagreed with this view and argued that many Chinese companies collaborate with local Danish research institutions and support innovation and that the broader Danish society should see the prospects in such collaboration with foreign companies.

The tax and legal system can be a challenge

The Danish tax and legal system is complex and difficult to understand. Furthermore, foreign companies are not all used to dealing with this in a digital way and often need help.

When foreign companies set up business in the region, they are typically treated like they are creating a new company, although they often see themselves as a new department and do not have the necessary resources (HR, finance department) to understand and engage with the Danish legal and tax systems.

Tax

Other countries and cities offer tax reliefs to attract businesses, which makes the competition harder for Copenhagen and Denmark.

In Denmark, VAT payments are quickly returned to companies, which is an advantage.