

KREATIVT FORUM

MOD EN STÆRK, KREATIV METROPOL

**Anbefalinger fra tænketanken Kreativt Forum til
styrkelse af rammevilkårene for kreative erhverv
København, august 2011**

www.kreativforum.eu

Indholdsfortegnelse

<i>Forord fra formand Gerda Hempel</i>	<i>Side 2</i>
<i>Kreativ Vækst</i>	<i>Side 3</i>
<i>Anbefalingerne – kort fortalt</i>	<i>Side 5</i>
<i>'Den lille kloge';</i> Generelle anbefalinger til Københavns Kommunes overordnede satsning på kreative erhverv	<i>Side 7</i>
<i>'Den lille konkrete';</i> Konkrete anbefalinger til stimulering af vækst i Københavns kreative erhverv	<i>Side 9</i>
<i>De 80 største kreative erhverv i København</i>	<i>Side 22</i>
<i>Medlemmer af Kreativt Forum</i>	<i>Side 23</i>
<i>Kontakt</i>	<i>Side 26</i>

Kreativ Vækst i København

OECD ved det, de kreative ved det, Københavns politikere ved det – København har et stærkt potentiale inden for de kreative erhverv.

Kreativt Forum arbejder for at udfri potentialet - så målrettet og hurtigt, det kan lade sig gøre. For borgernes skyld, for de kreatives skyld, for andre virksomheders skyld, for byens tiltræknings skyld – og som lokomotiv for udviklingen i Danmark.

Der har været talt og tænkt i en årrække – nu er det fastslået, at vækstraterne for kreative erhverv er markante og værd at investere i. Og Kreativt Forum hilser med tilfredshed, at borgmestrene i den nye Kommuneplan har valgt at sætte kreative erhverv som en af fem vækstbrancher.

Skal Københavns kreative erhverv forrest i konkurrencen med andre metropoler, skal kommune og private tænke sammen, handle klogt og effektivt og sammen bidrage til at sætte tempoet for kreativ vækst markant op.

På baggrund af research i ind- og udland, med ideer og inputs fra mange andre kreative og igennem tværsektorielle diskussioner, præsenterer Kreativt Forum her sine forslag til at få realiseret Københavns kreative potentiale – i faktisk handling.

Læs forslagene – og hvordan de vil bidrage til realisering af Københavns vækst mål.

På Kreativt Forums vegne,

Gerda Hempel
Formand

Investeringer i kreativ vækst, der genererer jobvækst, offentlige besparelser, tiltrækning af talenter og nye udviklingsmidler

Kreativt Forum anbefaler konkrete projektforslag til, hvordan en offentlig investering i kreativ vækst på sigt kan skabe godt 3.700 nye jobs i København frem mod 2020. De offentlige investeringer genererer i sig selv kun en mindre direkte jobskabelse, men skaber til gengæld attraktive rammer for private investeringer, som genererer hovedparten af de nye jobs. Heraf er ca. 2.700 nye jobs i de kreative erhverv, 500 nye jobs i andre erhverv og 500 nye jobs gennem tiltrækning af internationale virksomheder. Derudover kan en implementering af projektforslagene generere en besparelse for Københavns Kommune på ca. 10 mio. kr. årligt i indkøb samt sikre en fordobling af midler til udviklingsaktiviteter og indsatser for kreative erhverv fra 7 til 14 mio. kr. årligt gennem tiltrækning af nye EU midler.

En udløsning af det kreative vækstpotentiale vil kunne understøtte Københavns Kommunes overordnede vækstmål frem mod 2020 om 5 % gennemsnitlig vækst i BNP, 4 % årlig stigning i produktivitet, befolkningstilvækst på 8,5 %, 20.000 nye private arbejdspladser, flere virksomheder med internationale ambitioner samt tiltrækning af internationale hovedkvarterer.

Hvad er kreativ vækst?

Begrebet kreativt vækst blev lanceret i 2010 af Kreativt Forum, og dækker over to sammenhængende indgange til vækst:

- Vækst gennem investering i forbedrede rammevilkår for de kreative erhverv
- Vækst gennem skabelse af et levende og kreativt byliv, som gør København til en international attraktiv metropol at bo og arbejde i, hvor livskvalitet er foreneligt med vækst.

De kreative erhverv er definerede som værende arkitektur, design, mode, musik, reklame, bøger, presse, TV, film, computerspil, dans, teater, kunst og kunsthåndværk samt kreative og kunstneriske events. Det er med andre ord de erhverv, som betragtes, som de centrale bylivsskabende erhverv, og som øger en bys attraktionsværdi. Den direkte væksts-kabelse inden for disse erhverv skal ske via forbedrede rammevilkår, som genererer markeds- og forretningsudvikling, øget omsætning, øget produktivitet, øget eksport og øget jobskabelse.

Derudover dækker kreativ vækst over den indirekte væksts-kabelse, som disse bylivsskabende og attraktionsøgende erhverv skaber på andre områder. De kreative erhvervs bidrag til et levende og kreativt byliv, sikrer at København er en attraktiv by at besøge samt bo og arbejde i. Her bidrager de kreative erhverv til at tiltrække turister, arbejdskraft, virksomheder og investeringer til København. I forhold til tiltrækning af erhverv og investeringer drejer det sig bl.a. om erhverv, som benytter sig af de kreative metoder, produkter, talenter eller services, som de kreative erhverv leverer. Herigennem kan de kreative erhverv bidrage til øget produktivitet, innovation og jobskabelse i andre erhverv.

Kreativ vækst er med andre ord et ønske om både at skabe direkte vækst i de kreative erhverv og skabe vækst på andre erhvervsområder ved at sikre Københavns attraktionsværdi.

Hvorfor kreativ vækst?

Gennem de seneste år, har adskillige undersøgelser på europæisk plan påvist, at de kreative erhverv har særligt høje vækstrater på helt op til 20 %, hvilket er 10 gange gennemsnitsvæksten for det resterende erhvervsliv.

I 2010 angav Erhvervs- og Byggestyrelsen fire overordnede trends med markant indflydelse på fremtidens væksterhverv: miljø, sundhed, digitalisering og kreativitet. Det fastslås, at der er et stigende behov for kreative løsninger, og at de virksomheder, der skaber vækst, er virksomheder, som udvikler radikalt nye kreative løsninger og derigennem nye markeder.

Derudover konkluderede OECD i deres territorial review af København fra 2009, at der er et særligt stort uudnyttet vækstpotentiale i de kreative erhverv i København.

Udnyttelsen af vækstpotentialet i de kreative erhverv i København hæmmes ifølge tænketanken Kreativt Forum af 5 centrale barrierer. Disse er:

- Mangel på billige og fleksible lejemål til nyetablerede virksomheder,
- Mangel på adgang til risikovillig kapital,
- Manglende kompetencer inden for forretnings- og markedsudvikling,
- Manglende internationalisering,
- Mangel på samlet vækststrategi for de kreative erhverv.

Vækstbarriererne for kreativ vækst er alle områder, hvor Københavns Kommune har mulighed for at spille en særlig rolle for at fjerne disse barrierer, og herigennem udløse det kreative vækstpotentiale. Samtidig kræver en fjernelse eller lempelse af ovennævnte vækstbarrierer ikke store og kostelige indsatser fra kommunens side.

Vækstpotentialet på godt 3700 nye jobs frem mod 2020 kan udløses ved en forbedring af rammevilkårene for de kreative erhverv, som kun kan ske via en indsats for at mindske eller helt fjerne ovennævnte vækstbarrierer. Hvis rammevilkårene for de kreative erhverv i København forbedres, vil flere kreative iværksættere og virksomheder have mulighed for at blive til vækstvirksomheder med internationale ambitioner, og herigennem skabe flere jobs, øget produktivitet, øget internationalisering og øget markeds- og forretningsudvikling.

Nedenfor er en kort oversigt over Kreativt Forums anbefalinger til, hvordan Københavns Kommune kan investere i kreativ vækst og herigennem sikre udløsning af det kreative vækstpotentiale. På side 7 er Kreativt Forums anbefalinger til, hvordan Københavns Kommune overordnet bør tilgå arbejdet med kreativ vækst. Endelig er anbefalingerne – deres indhold, effekter og aktører nærmere beskrevet på side 9.

Anbefalingerne – kort fortalt

De kreative erhverv har en række behov for særlige rammevilkår, som er helt centrale for deres bidrag til vækstskabelsen. Kreativt Forum har identificeret følgende centrale barrierer for udløsningen af vækstpotentialet i de kreative erhverv:

- Billige og fleksible lejemål til nyetablerede virksomheder
- Adgang til kapital og vækstmidler
- Kompetencer inden for forretnings- og markedsudvikling
- Internationalisering
- Samlet vækststrategi for de kreative erhverv

Tænketanken Kreativt Forum har derfor foreslået følgende indsatsområder for styrkelse af rammevilkårene for de kreative erhverv (læs de præcise anbefalinger s. 9-21):

Adgang til billige og fleksible lejemål

- Udvikling af en model for dokumentation af effekterne af private developeres investering i billigere kvadratmeter til kreative erhverv. Modellen skal påvise, hvordan kreative miljøer skaber vækst i områder målt på parametre såsom tilflytning af borgere og erhverv, stigende salgs- og lejepriser etc.
- Fremleje af arealer til kreative erhverv i offentlige og private domiciler i områder som Refshaleøen, Ørestaden og Nordhavn. De skal udlejes på attraktive vilkår og til lavest mulige husleje.

Adgang til kapital og vækstmidler

- Tiltrækning af nye penge i form af EU-midler til medfinansiering af projekter og aktiviteter rettede mod de kreative erhverv samt tilbud om rådgivning og overblik over andre internationale fonde og puljer med relevans for de kreative erhverv.

Forretningsudvikling

- Etablering af et særskilt tilbud, der kan hjælpe mindre, kreative virksomheder med at finde hinanden, afsætte B2B, samarbejde om fælles personale, etablere leverandørkonsortier som kan gøre, at de kan komme i betragtning i til større opgaver etc. (Eks. leverandørkonsortier, som kan leve op til krav i offentlige udbud).

Kommunen som indkøber hos de kreative erhverv

- Introduktion af faste udbudskriterier, der lægger særlig vægt på tværfaglige leverandørkonsortier, dispensation fra formelle krav/kriterier, hvis der er tale om mindre opgaver - samt etablering af en kreativ indkøbsrådgiver.

Internationalisering

- København som international designby. Et medlemskab af UNESCO's Global Alliance of Design City skal sikre, at København får en international platform for profilering af de kreative erhverv inden for design, mode og arkitektur.

Vækststrategi

- Etablering af en platform for dialog og viden, som skal give overblik og indsigt i Københavns kreative erhverv, samtidig med at den skal hjælpe de kreative erhverv til en højere grad af branche- og erhvervsidentifikation.

- Årlige internationale topmøder, hvor der på stedet udvikles effektive vækststrategier, målrettet et specifikt kreativt erhverv – hvor det valgte kreative erhverv veksler fra år til år.

Derudover har Kreativt Forum udarbejdet anbefalinger til en overordnet strategi for, hvordan Københavns Kommune skaber kreativ vækst, forstået som vækst i de kreative erhverv, samtidig med at de kreative erhverv bidrager til Københavns Kommunes overordnede vækstsmål. Denne overordnede strategi er beskrevet i afsnittet Den Lille Kløge på side 7.

Nedenfor ses Kreativt Forums konkrete anbefalinger til vækst med kort beskrivelse af indhold, forventet effekt og aktører.

<i>Anbefaling</i>	<i>Forventet effekt</i>	<i>Kommunens rolle</i>	<i>Andre aktører</i>
Billige lejemål			
Investering i billige lejemål til kreative.	1700 nye jobs.	Dialog med developere om investering i kreative miljøer.	Developere i Ørestaden, Refshale-øen og Nordhavn.
Fremleje af arealer til kreative hos virksomheder og kommunen.	400 nye jobs.	Tilbud om billige lejemål til kreative i kommunale bygninger.	Private virksomheder tilbyder billige lejemål til kreative.
Risikovillig kapital			
Flere EU penge til København.	Fordobling af budget fra 7 til 14 mio. kr. årligt til aktiviteter for kreative erhverv. Flere offentligt-private partnerskaber og herigennem øget produktivitet i Københavns Kommune.	Etablering af et EU sekretariat, som kan hente EU midler til medfinansiering.	
Forretningsudvikling			
Øget konkurrenceevne via match-making og partnerskaber.	1000 nye jobs Samt besparelser på 10 mio. kr. i indkøb.	Målrettet indsats over for match-making mellem kreative erhverv og andre erhverv ift. forretningsudvikling.	Inddragelse af relevante aktører med erfaring inden match-making.
Offentlige indkøb			
Kommunen som indkøber hos de kreative erhverv.	Min. 140 nye jobs samt besparelse i kommunale indkøb.	Justering af indkøbspolitik, så mindre virksomheder lettere kan komme i betragtning som leverandør.	
Internationalisering			
Medlemskab af UNESCO's Global Alliance of Design Cities.	250 nye jobs i københavnske virksomheder og 500 nye jobs i tiltrukne internationale designvirksomheder.	Københavns Kommune ansøger om medlemskab og varetager medlemskabet.	Designbranchen inddrages fra start i en reference-/styregruppe, som definerer aktiviteter og indsatser.
Kreativ vækst			
Videnplatform for kreative erhverv.	Løbende indikation af udvikling, barrierer og fremmere for de kreative erhverv.	Udvikling og etablering af platform samt løbende reaktion på udviklingstendenser i de kreative erhverv.	Inddragelse af relevante aktører til udvikling af platform.
Internationale topmøder om vækststrategi	Udvikling af målrettede vækststrategier for enkelte kreative brancher.	Medfinansiering, afholdelse og opfølgning på topmøderne.	Medfinansiering og afholdelse af topmøderne.

Den Lille Kluge

Kreativ vækst giver et kreativt København: Stimulering af væksten i de kreative erhverv er af stor betydning for Københavns udvikling. Ved en fokuseret investering i kreativ vækst, vil København som landets metropol og lokomotiv kunne opnå:

- En større andel af den internationale vækst inden for kreative erhverv
- Afledt omsætnings- og jobeffekt i øvrige erhverv
- De kreative erhvervs stimulering af udvikling og innovation i øvrige erhverv og i kommunen
- Stærkere produkter og services til øget attraktion og trivsel i byen

Kreativ vækst bidrager til Københavns vækstsmål: Samlet set betyder dette, at kreativ vækst kan bidrage til opfyldelse af de vækstsmål, som Københavns Kommune har sat sig:

- 5 % årlig gennemsnitlig vækst i BNP
- En gennemsnitlig årlig vækst på 4 procent i produktivitet
- Befolkningsvækst på 8,5 %
- 20.000 nye private arbejdsplader
- Flere nye vækstvirksomheder med globale ambitioner
- København som førende lokalitet for internationale virksomheders hovedsæder i Skandinavien

Kreativ vækst er termen, når vision, strategi og indsats spiller klogt sammen om at styrke de kreative erhverv. Gennem en længere periode har det været drøftet om, og hvordan kreative erhverv bidrager til væksten. Særligt spørgsmålet om hvorvidt de kreative erhverv bidrager til vækst, bør efterhånden være besvaret i tilstrækkelig grad. Kreativt Forum anbefaler derfor, at en vækststrategi for København indeholder en klar konstatering af, at de kreative erhverv bidrager, og at der ikke længere bør stilles spørgsmålstejn ved det.

Fra potentiale til vækstbranche: OECD's rapport fra 2008 viste, at der var et markant potentiale inden for de kreative erhverv, som ikke er realiseret. Kreativt Forum hilser derfor kommuneplanens fokus på kreative erhverv som en af de fem vækstbrancher særdeles velkommen!

Vision og strategi

Kreativt Forum anbefaler på baggrund af national og international research en række aktuelle indsats, der vil hjælpe Københavns Kommune med at udfri potentialet, stimulere væksten og de nævnte direkte og afledte effekter samt opnå de opstillede vækstsmål.

Kreativt Forum opfordrer politikerne til at arbejde efter en overordnet vision og sammenhængende strategi for kreativ vækst, der adresserer nogle essentielle aspekter:

1. Politisk mod og vision for de kreative

Kreativt Forum anbefaler, at Københavns Kommune udviser det fornødne mod til at tænke og handle substantielt, nyt og visionært – til at undgå hurtige copy/paste- eller lappeløsninger. Det kræver, at politikerne udviser lederskab og ihærdighed til at støtte de optimale løsninger for Københavns kreative, som har så stor indvirkning på hele byens udvikling.

Derudover kræver det en vision om det kreative København. Alle anbefalinger fra Kreativt Forum er i tråd med forummets vision for det kreative København. Visionen fokuserer på at skabe øget professionalisme, vækst, viden og omsætning i de kreative erhverv. Derved kan de kreative erhverv levere stærke kreative produkter og processer til byens mennesker og virksomheder og bidrage væsentligt til udviklingen af København som en international kreativ metropol.

Derved styrkes tiltrækningskraften og opfattelsen af en kreativ, dynamisk by for alle byens brugere, virksomheder og turister.

2. Kreativ metropol/hot spot for kreative erhverv

Kreativt Forum anbefaler, at politikerne satser på investering i og udvikling af de kreative erhverv bredt. Monosatsninger fra andre store byer er ikke efterlignelsesværdige.

Men politikerne skal også have modet til at gå i spidsen for en branchespecifik indsats og at vælge særlige kreative erhverv som fyrtårn, hvor det er vigtigt for udviklingen og den internationale attraktion af fokus og investeringer.

3. Strategien skal være flerstrengt

Forummet har indsamlet gode erfaringer fra andre lande/byer mht. vækststrategier for de kreative erhverv. Flere byer har valgt en enstrengt model. (Eks. Wien, som udelukkende fokuserer på finansiering). Kreativt Forum anbefaler, at Københavns strategi for at skabe vækst i de kreative erhverv bliver flerstrengt og bl.a. fokuserer på uddannelse/kompetenceudvikling, forbedring af generelle erhvervsvilkår, finansiering, lokalisering (herunder adgang til billige lejemål), internationalisering og markedsudvikling (via eks. kommunen som kunde).

4. Fra støtte til investering

Kreativt Forum anbefaler overordnet, at kommunen investerer i aktiviteter, der direkte eller indirekte medfører et forbedret forretningsgrundlag. Indsatsen skal stimulere de kreative erhverv bredt - i modsætning til andre byers strategier om en snæver indsats for få kreative erhverv. Det er tanken at ændre kommunens fokus fra støtte til investering – i klar bevidsthed om, at investeringen efterfølgende skal kunne resultere i øget omsætning, afsætning, antal ansatte, overgang til eksistens på markedsvilkår mv. for de(t) pågældende erhverv.

5. Klar differentiering

Ved investeringer i og initiativer for de kreative erhverv, er det vigtigt, at kommunen:

A: Holder sig definitionen af kreative erhverv for øje. I Kreativ Vækst-kontekst taler vi udelukkende om kreative virksomheder, der [overvejende] fungerer på markedsvilkår. Se branchetitler i definitionen fra Kreativt Forums første sæt anbefalinger.

OBS: Kunst og kulturproduktion og de tilknyttede institutioner er særdeles vigtige for København. Området fungerer i tæt symbiose med byens kreative erhverv og skal bestemt støttes, men området ligger isoleret set uden for Kreativt Forums anbefalingsfelt.

B: Differentierer klart imellem hvilken type virksomhedsniveau og størrelse, som investeringen/initiativet skal nå. Om der sigtes mod vækstlag, entreprenører, de etablerede eller vækstvirksomheder.

Desuden skal kommunen være opmærksom på de ind imellem væsensforskellige vækstforhold, der kendetegner de enkelte brancher, fx mode, musik, design, computerspil og mad.

6. Offentlig-privat dynamik

Det offentlige skal være en kritisk, krævende indkøber som en del af indsatsen over for de kreative erhverv. Anbefalingerne bør generelt implementeres med tilkobling af private aktører hvis muligt. Sådan at aktiviteterne i videst muligt omfang tilrettelægges efter et dynamisk armslængdeprincip: Om muligt entreterer kommunen med private omkring løsning af afgrænsede projektopgaver med definerede succeskriterier som en fødselshjælper, med det fokus, at aktiviteterne hurtigst muligt skal være selv bærende på markedsvilkår. De private leverandører skal kunne tilknyttes og frakobles, alt efter om de ønskede resultater opnås. Sådan at kommunens initiativer over for de kreative erhverv koordineres af en lille kommunal professionel task-force, men at kommunen ikke nødvendigvis selv ansætter faste medarbejdere i større omgang. Kommunen kan på den måde sikre dynamiske, professionelle initiativer, og at indsatsen kan skifte til væsentlige aktuelle behovs-områder, uafhængigt af faste medarbejders kompetencer.

1. Investering i billige lejemål for kreative erhverv

Potentiale: 1700 arbejdspladser (inden 2020) og værdivækst for nye byggeområder

Hvis private developere først får øje for værdien og investerer i billige lejemål til kreative iværksættere i områder som Ørestaden, Refshaleøen og Nordhavn, vurderes det, at kreative iværksættere vil kunne generere 500 nye arbejdspladser årligt. Det fordrer, at de kreative i de første leveår bliver støttet i deres etablering og udvikling via billige og fleksible lejemål. Derudover vil rådgivning og gode opstartsfaciliteter være med til at sikre, at flere iværksættere bliver til vækstvirksomheder med internationale ambitioner. Det vurderes, at ca. 7-8 % af de nystartede virksomheder på sigt vil have potentiale til at blive vækstvirksomheder med 25-30 ansatte. Dette svarer til yderligere mellem 800 -1200 nye jobs.

Problemstilling: Dyr husleje hæmmer vækst og områdemodning

Manglen på gode faciliteter med billig husleje forhindrer mange kreative virksomheder i at etablere sig, overleve og vokse sig stærke. Kommunen kan ikke selv regulere huslejepriserne, der reguleres efter markedsprisen jf. national lovgivning. Derfor skal kommunen finde andre metoder at påvirke huslejeniveauet for de kreative. Der er behov for at dokumentere, hvordan kreative miljøer skaber vækst i områder, målt på parametre såsom tilflytning af borgere og erhverv, stigende salgs- og lejepriser, etc.

Modellen skal med andre ord dokumentere, hvor developernes økonomi bedres, når områdets tiltrækningskraft stiger pga. de kreatives 'kulturelle modning' af området og genererer kapital for developeren i form af øgede lejeindtægter. Den model findes ikke i dag.

Anbefaling: Værditilvækst-model skal få developere til at investere i kreative erhverv

Kreativt Forum foreslår, at Københavns Kommune sammen med developere udvikler en model for dokumentation af investering i kreative miljøer. De kvalitative effekter skal omsættes til resultater og værdi af kvantitativ karakter, så det bliver tydeligt, hvilken værdi et kreativt miljø skaber for en bydel. Modellen skal udvikles sammen med developere for at sikre, at den er kvalificeret, relevant og anvendelig også fra developernes perspektiv.

Københavns Kommunes rolle: Sætte gang i dialog og modeludvikling

Københavns Kommune skal gå i dialog med de ti største developere, som står for udviklingen af Ørestaden, Refshaleøen, Carlsberg og Nordhavn, hvor man ønsker at tiltrække kreative erhverv. Sammen med developerne skal kommunen udvikle en model for en investeringstilgang for developerne, som kan sikre billige lejemål til de kreative samt værditilførsel i de pågældende områder.

Andre aktører: Medskabere af model

Private developere og udlejere skal inddrages i dialog om, hvordan der skabes attraktive områder via billig husleje for de kreative. De private aktører skal medvirke til at identificere værdierne af at investere i billig husleje til de kreative erhverv.

Effekt: 500 kreative iværksættere får billig husleje og dermed boost af virksomheden

Hvis man via en udvikling af en investeringsmodel får developere til at tilbyde billig husleje til kreative i Ørestad, på Refshaleøen og i Nordhavn, vurderes det, at der frem mod 2020 vil kunne tilbydes gode faciliteter til ca. 500 kreative iværksættere, hvilket vil betyde 500 nye arbejdspladser. Den billige husleje betyder bedre mulighed for den enkelte kreative iværksætter til at etablere og udvikle sin virksomhed. Det vurderes ud fra internationale erfaringer at starthjælp i forhold til billig husleje og rådgivning kan sikre større overlevelsesgrad blandt kreative iværksættere og derved bidrage til en øget jobskabelse. Derudover vil områdets værdi stige, og huslejen i de øvrige kvadratmeter kan således øges.

Cases: Carlsberg, designmiljø og Berlin

På Carlsberg har man haft held med at tiltrække kreative virksomheder via reducerede huslejer. Det har skabt en stor efterspørgsel fra andre erhverv, som ønsker at bo på Carlsberg pga. den værdi, som de kreative erhverv har tilført området. Hvilket gør, at Carlsberg kan sikres øgede lejeindtægter langt hurtigere end uden denne 'kulturelle modning' af området.

En aftale mellem en privat developer og en større designvirksomhed om etablering af et inkubatormiljø for designiværksættere eller -virksomheder vil eksempelvis gøre, at design-virksomheden sammen med iværksættere kan betale en reduceret husleje for at bo i bygningen. Andre etablerede mode- eller designvirksomheder vil kunne se værdien i at placere sig i samme bygning eller i nærområdet for at få udbytte af den synergieffekt, der opstår, når flere virksomheder bor sammen. De øvrige etablerede virksomheder vil kunne betale en højere husleje og dermed bidrage til en sammenhængende business case for udlejer.

Erfaringer fra Berlin viser, at områder, som ellers vurderes uattraktive, kan blive attraktive gennem eksempelvis at lade kreative flytte ind i området på gunstige vilkår. Med udgangspunkt i et EU-finansieret forskningsprojekt fra 2003 dokumenterer bogen 'Urban Pioneers' 40 forskellige projekter, der alle har til formål at skabe liv og tiltrækningskraft til områder, som ellers ikke fremstår attraktive (Overmeyer, Klaus m.fl. (2007)). Projekterne beskriver, hvordan byrummenes 'pionerer' på forskellig vis anvender forfaldne og glemte områder i byen, indtil en mere blivende anvendelse kan finde sted.

2. Fremleje af arealer til kreative hos virksomheder og offentlige myndigheder

Potentiale: 400 arbejdspladser samt udvikling i kreative og offentlige virksomheder

Hvis kreative iværksættere får tilbudt billige kvadratmeter hos etablerede virksomheder og hos offentlige myndigheder, der samtidig støtter iværksætterne i deres etablering og udvikling, vurderes det, at modellen vil generere 400 nye arbejdspladser pga. af iværksætternes øgede overlevelses- og konkurrenceevne.

Derudover kan tilbudet om kreative arealer bidrage til at sikre udvikling, innovation og øget produktivitet gennem kreative og innovative løsninger og samarbejder mellem de kreative og de virksomheder eller offentlige myndigheder, der huser de kreative.

Problemstilling: Dyr husleje og fravær af samarbejdsflader hæmmer vækst

- For Københavns Kommune er det et problem, at mange iværksættere ikke når til et vækststadium, før de må lukke deres virksomhed.
- For de kreative er manglen på gode faciliteter med billig husleje et problem, da det forhindrer mange kreative iværksættere i at overleve og vokse sig stærke.
- Kommunen kan kun i begrænset omfang regulere huslejepriserne i de kommunale bygninger, da disse reguleres efter markedsprisen, jf. national lovgivning, og stort set ingen mulighed har for at regulere huslejepriserne hos de private udlejere. Derfor skal kommunen finde andre metoder at påvirke huslejeniveauet for de kreative. (Se også anbefaling om investering i billige lejemål for kreative erhverv).

Anbefaling: Udvikling af inhouse-muligheder for styrkelse af kreative erhverv

Kreativt Forum anbefaler, at Københavns Kommune tilbyder billige lokaler eller arbejdspladser i kommunale bygninger til kreative og samtidig (hvis relevant) efterspørger produkter og services fra de kreative erhverv, som flytter ind i de kommunale bygninger. På den måde sikrer kommunen, at de kreative iværksættere eller nyetablerede virksomheder får større mulighed for at overleve og udvikle sig til vækstvirksomheder.

Større virksomheder, herunder etablerede kreative virksomheder og private udlejere skal ligeledes opfordres til at tilbyde billige lokaler/arbejdspladser i eksisterende og nye bygninger.

Københavns Kommunes rolle: Går foran, huser kreative og synliggør udbyttet

Kommunen skal gå forrest og vise værdien i at tilbyde billige kvadratmeter til de kreative erhverv, ved at tilbyde lokaler/arbejdspladser i kommunale bygninger til de kreative erhverv og samtidig indlede relevante samarbejder med de kreative erhverv. Eksempelvis ved at efterspørge kreative løsninger på nogle af de kommunale opgaver hos dem, de huser. Derudover bør kommunen gå i tæt dialog med virksomheder og private udlejere om at tilbyde billige kvadratmeter til kreative erhverv.

Andre aktører: Tilbyde lokaler til kreative erhverv

Større virksomheder skal udleje billige lokaler til kreative erhverv, så kreative erhverv får mulighed for at bo billigt, og sameksistensen ligeledes giver mulighed for øget samarbejde.

Effekt: Større overlevelsesrate og flere kreative vækstvirksomheder

En nedsættelse af husleje på eksempelvis 1.500 kr. pr. måned vil øge iværksætternes likviditet. Med en ambition om at få skabt 1.000 pladser med reduceret husleje for iværksættere (både kreative og andre typer iværksættere) vil man kunne øge deres samlede likviditet med 18 mio. kr. om året, som eksempelvis vil kunne bruges til rådgivning og kompetenceudvikling.

Undersøgelser viser, at bl.a. rådgivning og kompetenceudvikling kan øge overlevelsesraten hos iværksættere med op til 17 %. Ifølge Global Entrepreneurship Monitor etableres der i Danmark hvert år 18.000 virksomheder, men kun 1.200 forventes at blive vækstvirksomheder med over 20 ansatte. En forøgelse på 17 % i overlevelsesraten for nyopstartede virksomheder vil have en tilsvarende effekt for antallet af vækstvirksomheder.

Byområder kan få tilført værdi i form af større attraktivitet, som kan sikre, at developere og private udlejere kan tiltrække øvrige erhverv, som har mulighed for at tilføre kapital til området. Virksomheder og kommunale enheder, som tilbyder lokaler/arbejdspladser til kreative erhverv, kan via samarbejde med de kreative øge innovation, udvikling og produktivitet via kreative løsninger.

Case: Projekt hjælpes mod vækst på privat, kreativ virksomhed

En nystartet projektorganisation arbejder med et nyt landsdækkende koncept til integration via korsang og interkulturelle koncerter. De har fået gratis projektkontorplads på en privat, kreativ virksomhed. Når deres forretningsmodel og basisøkonomi er på plads, betaler projektet husleje til virksomheden. Projektet modtager udviklingssparring fra den kreative virksomheds medarbejdere - og styrker til gengæld miljøet samt giver inspiration og nye vinkler tilbage til den kreative virksomheds ansatte.

3. Kommunen som indkøber af kreative produkter og ydelser

Potentialet: Øget årlig omsætning på 140 mio. kr. hos de kreative erhverv skaber 140 jobs

Med Københavns Kommunes knap 50.000 ansatte og et årlig indkøbsbudget på 8 mia. kr. er kommunen en afgørende faktor for det lokale erhvervsliv, både i form af direkte indkøb hos det lokale erhvervsliv, udvikling af kommunens serviceydelser samt efterspørgsel efter innovative løsninger, som kan være driftsbesparende for kommunen.

Baseret på Københavns Kommunes opgørelse af indkøb inden for ca. 60 forskellige UNSPSC hovedgrupper, vurderes det, at der er ca. 10 hovedgrupper, hvor det er mest oplagt, at Københavns Kommune efterspørger kreative løsninger fra det lokale kreative erhvervsliv. Alene inden for de 10 mest oplagte hovedgrupper er kommunes samlede indkøb på over 1,4 mia. kr. årligt.

Problemstilling: SKI-aftalen og andre indkøbsrammer begrænser små virksomheders vækst

- SKI-aftalen hindrer i dag virksomheder med en omsætning på under 20 mio. kr. i at komme i betragtning som leverandør til Københavns Kommune. Det betyder, at stort set alle iværksættere, nyetablerede virksomheder og mindre etablerede virksomheder ikke har adgang til at sælge produkter eller services til Københavns Kommune via SKI.
- De indkøb, som ligger ud over SKI-aftalen, er omfattet af en række meget besværlige og bureaukratiske krav, som gør, at mindre virksomheder ikke har ressourcerne til at sætte sig ind i de mange krav, der stilles fra kommunes side, for at kunne afgive tilbud.
- Kommunens seneste arbejde med at decentralisere indkøbsansvaret til de enkelte institutionsledere har gjort, at det lokale erhvervsliv mangler et overblik over mulige decentrale salgsgange til kommunen.

Anbefaling: Kreative konsortiekriterier, dispensationer samt kreativ indkøbsrådgiver

1. Kreativt Forum anbefaler, at der i kommunens indkøbspolitik indarbejdes et fast udbudskriterium, der lægger særlig vægt på leverandørkonsortier, hvori der indgår kreative erhverv, i de tilfælde, hvor kommunen efterspørger kreative produkter og ydelser.
2. Kreativt Forum anbefaler desuden, at der i kommunens indkøbspolitik skal være en fast regel for udbud under 1.000.000 kr. om, at der kan gives dispensation fra formelle krav om omsætning, anciennitet mv., hvis der er tale om kreative virksomheder.
3. Endelig anbefaler Kreativt Forum, at der ansættes en kreativ indkøbsrådgiver, der på tværs af forvaltningerne bistår vedr. indkøb og håndtering af ydelser fra kreative virksomheder. Rådgiveren skal indsamle erfaringer og være de kreative branchers 'advokat', når kommunens modeller m.m. på indkøbsområdet skrues sammen. Rådgiveren skal desuden skabe overblik for de kreative erhverv ift. konkrete indgange til afsætning af kreative produkter og ydelser til kommunens mange forskellige forvaltninger og institutioner.

Københavns Kommunes rolle: Klar indkøbspolitik og oplysning til det lokale erhvervsliv

Københavns Kommune skal udarbejde en klar politik for, hvordan indkøb og udbud kan være med til at understøtte det lokale erhvervsliv – såvel kreative som andre brancher. Udover ovennævnte forslag til ændringer af praksis i den nuværende indkøbspolitik, skal kommunen igangsætte en større indsats rettet mod de enkelte indkøbsansvarlige i kommunes mange institutioner og en anden rettet mod det lokale erhvervsliv. Formålet er at oplyse om de muligheder, som en revideret indkøbspolitik lægger op til.

Andre aktører: Øget fokus og handling på mulighederne

De kreative erhverv skal være bedre til at forstå og handle på potentialet i konsortiedannelse (jf. anbefaling 5) og samtidig være bedre til at tilegne sig viden om salgsgange til kommunen og viden om de ufravigelige krav, kommunen stiller som indkøber. Eksempelvis via en vidensplatform for de kreative erhverv (se anbefaling 6) og via en kommunal indkøbsrådgiver.

Effekt: 140 mio. kr. skaber 140 jobs om året

Hvis kommunen lægger 10 % af sine indkøb inden for de ovennævnte 10 mest oplagte UNSPSC hovedgrupper, vil det medføre en øget omsætning på 140 mio. kr. årligt hos de lokale kreative erhverv, hvilket vil bidrage til skabelse af nye arbejdspladser i Københavns Kommune.

Offentlige investeringer er et anerkendt redskab til at skabe jobs. Ifølge modelberegninger fra Arbejderbevægelsens Erhvervsråd kan f.eks. offentlige renoverings- og anlægsinvesteringer for 10 mia. kr. løfte beskæftigelsen med 10.000 personer. Det svarer til, at skabelsen af ét nyt job koster 1 mio. kr. Overføres den nøgleberegning på et øget kommunalt indkøb på 140 mio. kr. i kreative erhverv i København, svarer det til skabelsen af 140 jobs om året.

Udover vækst i de kreative erhverv kan Københavns Kommune med ovennævnte fokus i indkøbspolitikken sikre indhentning af bedre tilbud, da flere får mulighed for at deltage i udbudene. Således sikres, at virksomheder, som har de bedste og billigste produkter/services, men endnu ikke kompetencerne/ressourcerne til at deltage i udbud, kommer i betragtning. Det kan bidrage til produktivitetstigning i Københavns Kommune i form af større købekraft. Desuden kan samarbejde mellem kreative og andre virksomheder i forbindelse med et udbud være med til at sikre øget innovation og dermed skabe vækst.

Case: SKI vejleder om konsortiedannelse

SKI har netop udarbejdet en vejledning til konsortiedannelse. Formålet med vejledningen er at inspirere og vejlede mindre virksomheder i at danne konsortier og ad den vej få muligheden for at øge salget til det offentlige. Vejledningen behandler en række aspekter ved dannelsen af et konsortium, herunder: Hvad er fordelene ved et konsortium? Hvordan skal konsortiet sammensættes? Hvordan skal konsortiet anmode om prækvalifikation på SKI-rammeaftaler?

4. Flere EU-penge til København

Potentialet: EU fordobler investering i kreative erhverv - med afledt væksteffekt

Københavns Kommune kan med en målrettet indsats over for tiltrækning af EU-midler fordoble de midler, som kommunen i dag afsætter til støtte til projekter og aktiviteter inden for de kreative erhverv (De fleste EU-midler gives med krav om 100 % matching fra ansøger). En fordobling af midlerne til projekter og aktiviteter, som eksempelvis har til formål at generere forretnings- og kompetenceudvikling, vil have en betydelig væksteffekt for de kreative erhverv. En fordobling vil betyde et årligt budget på ca. 14 mio. kr. til erhvervsaktiviteter rettet mod de kreative erhverv.

Problemstilling: EU-midler går pt. Københavns (og Danmarks) næse forbi

Adgang til finansiering af tiltag, der støtter erhvervenes vækst, er essentielt for de kreative erhverv. Københavns Kommune (og generelt Danmark) er for dårlige til at tiltrække EU-midler via de mange fonde. Ofte søges finansiering fra de få danske puljer. Det skyldes ofte, at kreative iværksættere, men også mere etablerede virksomheder, ikke har ressourcer til at tilegne sig den viden og de kompetencer, som det kræver at ansøge om EU-midler samt håndtere de administrationskrav, der følger med EU-finansiering. Desuden er kommunen selv ikke tilstrækkelig opmærksom på de muligheder, der ligger i EU-medfinansiering til kommunale projekter og aktiviteter.

Anbefaling: Kommunal enhed genererer EU-midler og skaber viden og overblik for de kreative erhverv

Der skal oprettes en kommunal enhed, som kan søge EU-midler til medfinansiering af kommunale projekter og aktiviteter, der kan styrke byens kreative erhverv, og som kan skabe overblik over andre relaterede internationale fonde og puljer, hvor de kreative erhverv kan tænkes ind (innovation, grøn vækst etc.). Enheden skal tiltrække nye penge til kommunen og have fokus på EU-finansiering til kreative projekter/aktiviteter, som ikke allerede modtager anden offentlig støtte.

Københavns Kommunes rolle: Indledende research og drift af enheden

Kommunen skal lave et samlet overblik over de midler, som man i allerede i dag giver i støtte til forskellige aktiviteter og projekter inden for de kreative erhverv. Derefter skal det undersøges, hvilke EU programmer og puljer man kan søge medfinansiering fra og dermed fordoble midlerne

Andre aktører: Bidrag til overblik

Andre kommuner og regioner, som allerede har fokus på tiltrækning af EU-midler, bør inddrages i dialog om evt. samarbejde. Desuden skal kommuner, regioner og brancheorganisationer inddrages i at skabe overblik over, hvilke relevante EU-programmer og -puljer, som kan anvendes, og være med til at definere fokusområder og projektemaer, som ville være relevante at støtte.

Effekt: Flere vækstmidler og flere offentlig/private samarbejder

I dag bruger Københavns Kommune ca. 7 mio. kr. i erhvervsaktiviteter og -indsatser for de kreative erhverv så som: tilskud til CPH Fashion Week, INDEX, Danish Fashion Institute, erhvervsrådgivning mv. Dette beløb kan fordobles til 14 mio. kr. årligt ved en målrettet indsats over for tiltrækning af nye EU-midler. En lettere adgang til finansiering af kreative projekter og indsatser kan bidrage til vækst i kreative erhverv gennem højere overlevelseshed blandt kreative iværksættere og generel virksomhedsudvikling. Desuden kan øgede midler til kommunen være med til at sikre en indsats, der forbedrer rammevilkår for de kreative erhverv og derved stimulerer vækst. Lettere adgang til EU-medfinansiering fra kommunen kan desuden være med til at generere flere offentlig-private samarbejder i forbindelse med projekter og lignende, som kan bidrage til øget innovation og højere produktivitet i den offentlige sektor.

Case: Berlin har tiltrukket 2-3 mio EUR om året

Erfaringer fra Berlin viser, at selv med en mindre ressourcekrævende, men målrettet indsats, er det muligt at få adgang til EU-midler, som gives i støtte i forbindelse med forskellige EU-programmer. I Berlin har en enkelt ansat formået at tiltrække ca. 2-3 mio. EUR (15-20 mio. DKK) om året i medfinansiering til forskellige kreative projekter og aktiviteter.

5. Øget konkurrencedygtighed via B2B-samarbejde og konsortie-dannelse

Potentialet: Øget salg på 1 mia. til kommune, private og internationalt giver 1.000 lokale jobs samt øget produktivitet og innovation og sparer kommunen for 10 mio. kr. årligt

Går flere mindre københavnske kreative virksomheder sammen i større enheder med andre kreative og/eller øvrige erhverv, vil de større enheder kunne byde på flere og større private og offentlige opgaver. Hvis potentialet i øget salg via større samarbejdende virksomhedsenheder/ partnerskaber vurderes til ca. 1 mia. kr. om året, vil det på baggrund af modelberegninger fra Arbejderbevægelses Erhvervsråd give 1000 jobs om året.

- **Københavns Kommune** anslås at stå for ca. halvdelen af indkøbet. - Indkøbene foretages under alle omstændigheder, men hvis kommunen har fokus på at lægge indkøb hos det lokale erhvervsliv, vil den øgede omsætning bidrage til tilvækst af nye arbejdspladser inden for kreative erhverv og andre erhverv: Prioritering af lokale indkøb for 500 mio. kr. om året genererer ifølge modellen 500 jobs årligt i København.
- **Privat/internationalt:** Salg af produkter og services til den private sektor samt øget adgang til internationale markeder vurderes til samme stigning – både i omsætning og skabelse af nye jobs.
- **Produktivitet:** Virksomhedssamarbejdet vil bidrage til øget produktivitet i Københavns Kommune, fordi konkurrencen i offentlige udbud skærpes: Jo flere, der byder på en opgave, des bedre og billigere bliver produktet. F.eks. vil en besparelse på bare 1 % for Københavns Kommune betyde en forøget købekraft på 10 mio. kr. årligt.
- **Innovation:** Endelig vil et samarbejde mellem kreative erhverv og andre erhverv kunne bidrage til større innovation i offentlige løsninger.

Problemstilling: Små virksomheder i de kreative erhverv er ikke gearret til offentlige udbud
Erhvervsstrukturen for de kreative erhverv er præget af mange små virksomheder, ofte enkelt- eller tomandsvirksomheder, der typisk har stor fokus på udvikling af produkter/services og mindre på klassiske forretningskompetencer som markedsføring, salg og ledelse. En målrettet indsats, som skaber match-making og konsortiedannelser mellem kreative virksomheder og mellem kreative virksomheder og andre typer virksomheder, vil kunne bidrage til skabelse af enheder med et bredere kompetencefelt. De nye enheder vil styrke de små virksomheders muligheder for at løse opgaver for den offentlige og private sektor og for at begå sig på internationale markeder.

Anbefaling: Kommunen og private stimulerer dannelse af dynamiske partnerskaber

Kreativt Forum anbefaler, at Københavns Kommune i samarbejde med relevante parter udvikler og udbyder et særskilt tilbud, der kan hjælpe mindre, kreative virksomheder med at finde hinanden og andre forretningspartnere, afsætte B2B, samarbejde om fælles personale, etablere leverandørkonsortier om større opgaver etc. (se også forslaget om kommunen som indkøber).

Indsatsen skal have til formål at skabe dynamiske kombinationer af kompetencer samt en professionalisering af ledelsesstruktur og forretningsmodeller.

Københavns Kommunes rolle: Justering af indkøbspolitik samt understøttelse af match-making og partnerskaber

Anbefalingens succes kræver, at Københavns Kommune beslutter at justere kommunens indkøbspolitik, så den i højere grad giver mindre kreative virksomheder mulighed for at byde på opgaver. Derudover kræver det, at kommunen igangsætter en match-makingindsats, hvor kreative virksomheder og andre virksomheder kan finde hinanden og opstarte samarbejde.

Andre aktører: Tværsektorielt samarbejde om match-making og partnerskaber

Der findes en række private aktører, som allerede arbejder med match-making mellem kreative virksomheder og andre virksomheder. De relevante private aktører bør inddrages i udvikling og

gennemførelse af match-makingindsatsen, så kommunens indsats gør gavn af de erfaringer, som de private aktører har gjort sig.

Effekt: Flere kompetente deltagere i udbud sikrer øget kommunal produktivitet, øget omsætning i de kreative erhverv og øget jobskabelse

Når flere virksomheder deltager i de offentlige udbud, kommer der større konkurrence, og herved sikres bedre og billigere løsninger, hvilket bidrager til øget produktivitet i den offentlige sektor. En øget adgang til at byde på og løfte offentlige og private opgaver vil skabe øget omsætning i de kreative erhverv og i de erhverv, som samarbejder med dem, og herigennem skabes der flere jobs. Endelig kan match-making mellem mindre virksomheder være med til at skabe flere københavnske virksomheder med internationale ambitioner og herigennem ligeledes bidrage til vækst via øget salg, flere arbejdspladser og tiltrækning af internationale talenter og investeringer.

Case: New Shoes Today – 18 virksomheder med fælles platform

I Holland og Belgien er 18 mindre virksomheder, kreative og andre erhverv, gået sammen i en fælles virksomhedsplatform, kaldet 'New Shoes Today'. Platformens samarbejdsmodel giver de mange små virksomheder et langt bredere kompetencefelt og en samlet størrelse og kapital, der gør dem i stand til at komme i betragtning på lige fod med større virksomheder som leverandør til både den offentlige og private sektor. New Shoes Today er desuden baseret på et organisatorisk setup med samarbejde om en række administrative funktioner, så de enkelte virksomheder sparer individuelle udgifter til revisorer, advokater og andre servicefunktioner.

www.newshoestoday.com

6. Videnplatform for Københavns kreative erhverv

Potentialet: Platform udløser det kreative vækstpotentiale ved at effektivisere og målrette kommunens indsats

Når de kreative erhverv inddrages direkte i løbende at give kommunen input om deres aktuelle vækstsituation via en fælles erhvervsplatform, styrkes relevansen af kommunens tiltag og initiativer og dermed opbakningen fra og resultaterne for de kreative erhverv. Det medfører en optimeret cost-/benefitbalance for kommunen, og de kreative erhverv vil gradvis få en større branche- og erhvervsidentifikation. Platformen skal være med til at give input til kommunen om effektive måder at konkretisere politiske visioner på området, og samtidig vil platformen dokumentere vækst og synliggøre den værdi, de kreative erhverv har for København.

Problemstilling: Rapporter er ofte bagudrettet analyserende – vækstinitiativer kræver hurtig dynamik og videnopsamling.

- **Differentieret viden mangler:** Københavns Kommune har ikke et samlet billede over de enkelte aktører, aktiviteter, brancher eller delmarkeder i de kreative erhverv. Der mangler viden om deres fælles og differentierede udfordringer og udviklingstendenser, og med store forandringer i forretningsmodeller, konditioner og markeder i disse år er det et stort problem.
- **Rapporter uden inddragelse:** Der er lavet utallige rapporter og kortlægninger, men de bliver ofte distancerede, fordi 'de kreative' bliver noget, man studerer, i stedet for at inddrage de kreative erhverv direkte i at identificere udfordringer, tendenser og løsninger. Mange rapporter konstaterer blot, at de kreative erhverv er i vækst, og at de rummer et meget stort potentiale.
- **København mangler en dynamisk model** for fortløbende opsamling af viden om de kreatives fremadrettede orientering og udfordringer, så der løbende kan revideres på de relevante håndtag og den retning, de skal skrues. Det skal en kreativ vidensplatform råde bod på.

Anbefaling: Oprettelse af virksomhedsinddragende videnplatform for de kreative erhverv

Med udgangspunkt i, at København er unik og skal finde sin egen vej for at realisere potentialet i de kreative erhverv, anbefaler Kreativt Forum, at der udarbejdes en – internationalt helt ny – platform for dialog og viden, som skal give overblik og indsigt i Københavns kreative erhverv, samtidig med at den skal hjælpe de kreative erhverv til en højere grad af branche- og erhvervsidentifikation. Platformen og den viden, der genereres på platformen, skal være udgangspunkt for aktiviteter, der involverer Københavns kreative erhverv, og være udgangspunktet for den netværksskabelse, der ønskes mellem de kreative erhverv og andre erhverv. (jf. anbefaling om forretningsudvikling via matchmaking).

Københavns Kommunes rolle: Rammeudvikling og etablering af platform

Det er ikke gjort før, og det er stort projekt. Kreativt Forum foreslår derfor konkret, at Københavns Kommune deler opgaven op i to faser: Fase et, hvor kommune i samarbejde med Kreativt Forum udvikler rammen for arbejdet gennem tæt inddragelse af de kreative og identificerer og konkretiserer det fælles projekt og relevante parametre at måle på. Fase to, hvor platformen udvikles, der sætter aktiviteter i gang, og hvor væksten dokumenteres.

Andre aktører: Relevante inddrages i udviklingen

Kreativt Forum og evt. andre relevante aktører inddrages i arbejdet med at udvikle rammerne for platformen.

Effekt: Løbende inddragelse giver højaktuel og effektiv vækstindsats

Den kreative videnplatform kan være med til at skabe tættere dialog mellem de kreative erhverv indbyrdes, mellem de kreative erhverv og kommunen samt mellem de kreative erhverv og andre erhverv. Dialogen skal sikre vidensdeling mellem de kreative erhverv og kommunen om deres særlige behov for rammevilkår for udvikling samt skabe samarbejde mellem kreative virksomheder og evt. med andre virksomheder.

Platformen kan bruges som en løbende indikator af udviklingstendenser, vækstbarrierer og væksthæmmere for de kreative erhverv, som kommunen løbende kan reagere på, og derved sikre de mest optimale rammevilkår for Københavns kreative erhverv.

Case: Modellen er internationalt nyskabende

Ifølge vores research er der endnu ingen eksempler på lignende platforme i Danmark eller internationalt. Der er udarbejdet adskillige analyser af kreative erhverv og oplevelsesøkonomien, men fælles for analyserne er, at de er forældede, bagudrettede og statiske.

Den kreative videnplatform vil være en ny og langt mere dynamisk tilgang til at udnytte potentialerne i de kreative erhverv.

7. Topmøder om vækststrategier for kreative erhverv

Potentialet: Fagdifferentierede vækststrategier, udarbejdet af toptænkere og –praktikere forkorter inkubationstiden for kreativ vækst

Et internationalt samarbejde med forskere, virksomheder samt videns- og uddannelsesinstitutioner om udvikling af målrettede vækststrategier for de enkelte kreative erhverv kan bidrage til udveksling af best og next practice for vækstsikring i de kreative erhverv i København. International udveksling af erfaringer samt udvikling af nye vækststrategier kan sikre hurtig vækst i de enkelte kreative brancher, da strategierne vil tage udgangspunkt i allerede afprøvede og succesfulde indsatser fra andre byer. Den allerede opnåede succes i andre byer vil gøre det lettere at skabe interesse hos private investorer og andre relevante aktører om opbakning til en vækstindsats.

Problemstilling: Isoleret siloudvikling hæmmer hastigheden for kreative erhvervs vækst

Alt for mange vækstmuligheder i de kreative erhverv forspildes, fordi der udvikles i isolerede siloer, og fordi der er for ringe international udveksling af metoder, effekt og resultater.

Anbefaling: Tværsektorielle topmøder med særligt inviterede skal sammen udvikle/nytænke konkrete vækststrategier

Kreativt Forum anbefaler, at Københavns Kommune sammen med relevante parter afholder årlige internationale topmøder, hvor der på stedet udvikles effektive vækststrategier, målrettet et specifikt kreativt erhverv – hvor det valgte kreative erhverv veksler fra år til år. Væksttopmødet indbyder udvalgte eksperter (kreative, forskere, virksomheder/kunder, uddannelsesinstitutioner samt kommunen) som eneste deltagere fra København og tilsvarende fra andre metropoler, der matcher byen. Man udveksler mål og metoder på tværs af byerne – og udvikler en samlet strategi for vækst i egen by.

Københavns Kommunes rolle: Modeludvikling, medfinansiering af opstart og koordination

Københavns Kommune går sammen med en række andre aktører – både offentlige og private om finansiering og afholdelse af internationale topmøder om kreativ vækst. Derudover vil Københavns Kommune efterfølgende stå i spidsen for at koordinere en målrettet indsats over de enkelte kreative erhverv.

Andre aktører: Medfinansiering af, deltagelse i og opfølgende arbejde for væksttopmødet

Relevante private og offentlige aktører medfinansierer og afholder internationale topmøder sammen med Københavns Kommune og bidrager efterfølgende til en målrettet indsats.

Effekt: Hurtigere og mere effektiv kreativ vækst

Der kan udvikles målrettede vækststrategier for enkelte kreative brancher, som har særlige behov og kræver en særlig indsats. Vækststrategierne kan både baseres på internationale erfaringer og på nye initiativer/modeller, som eksperter og praktikere sammen udvikler på stedet og efterfølgende deltager i at realisere inden for en given tidsramme. Modellen med tværsektoriel samtænkning og medansvar for realisering sikrer målrettede og effektfulde indsatser.

Case: Departure samler aktører fra et enkelt, kreativt erhverv ad gangen

Den kommunale enhed Departure i Wien arbejder udelukkende med kreative erhverv – herunder erhvervsrådgivning, finansiering og vækststrategier. Hvert år afholder Departure en større konference, hvor et enkelt kreativt erhverv er i fokus. Konferencen har til formål at udvikle nye vækststrategier for det pågældende erhverv, baseret på internationale erfaringer. De årlige konferencer formår at tiltrække en lang række deltager fra videns- og uddannelsesmiljøet samt fra private virksomheder.

8. Medlemskab af UNESCO's Global Alliance of Design Cities

Potentialet: Designprofil styrker kreativ vækst med 750 nye jobs – og brander København

En storstilet satsning på at brande København som international designby kan skabe vækst i designbranchen via international opmærksomhed, projekter og nye samarbejder. Samtidig kan en international profilering af de københavnske designerhverv bidrage til vækst i de øvrige kreative erhverv.

Problemstilling: Manglende international orientering hæmmer eksporten

Der er et stort uudnyttet vækstpotentiale i de kreative erhverv i København. Særligt inden for designbranchen har Danmark og København allerede en stærk international profil, men væksten udebliver. Det skyldes bl.a., at mindre virksomheder i designbranchen – samt i de øvrige kreative erhverv ikke har tilstrækkeligt fokus på professionalisering og vækstmuligheder via internationalisering. København mangler internationalt orienterede platforme, som kan bidrage til internationalisering af de kreative erhverv i København.

Anbefaling: Medlemskab af UNESCO's Global Alliance of Design Cities

Kreativt Forum anbefaler, at Københavns Kommune bliver medlem af UNESCO's Global Alliance of Design Cities, og at der i forbindelse med medlemskabet oprettes en referencegruppe med repræsentanter fra de københavnske designerhverv. Medlemskabet skal afføde en række aktiviteter og indsatser over for designbranchen og andre kreative erhverv, som kan profilere København internationalt og herigennem skabe flere arbejdspladser, tiltrække talenter og investeringer. Medlemskabet giver adgang til de øvrige medlemsbyer og formålet med dette netværk er, at samarbejde internationalt om udvikling af de kreative brancher.

Københavns Kommunes rolle: Central, koordinerende aktør

Københavns Kommune skal være den centrale aktør i medlemskabet, men skal i dialog og samarbejde med den københavnske designbranche formulere visioner og målsætninger for effekter af medlemskabet.

Andre aktører: Designbranchen med i reference-/styregruppe

Den københavnske designbranche skal inddrages i projektet fra start via oprettelse af en reference-/styregruppe for medlemskabet.

Effekt: International profilering, netværk, eksport, samarbejde og vækst

Formålet med medlemskabet er at profilere København som en international designby og herigennem også en attraktiv kreativ metropol. Medlemskabet giver adgang til et stort netværk af de øvrige medlemsbyer og herigennem eksport, profilering og samarbejdsprojekter inden for de kreative erhverv. Desuden vil en international profilering af København som designby kunne bruges til at tiltrække internationale designvirksomheder til København og herigennem forventeligt skabe 500 arbejdspladser årligt. Dertil kommer øget internationalisering og herigennem øgede internationale markedsmuligheder for eksisterende københavnske designvirksomheder. Her vurderes det, at der kan skabes 250 nye arbejdspladser årligt.

Case: Internationalt samarbejde mellem Berlin og Montreal

Berlin og Montreal er begge medlemmer af UNESCO's Global Alliance of Design Cities. Siden byernes indtræden i netværket har de haft et tæt og stærkt samarbejde på inden for design og arkitektur. Byerne har sammen igangsat flere internationale projekter og disse har ledt til øget samarbejde, eksport og vidensudveksling mellem designere og arkitekter i de to byer. Således deltager eksempelvis flere berlinske arkitekter i arkitektkonkurrencer i Montreal og omvendt. Udover netværket mellem designbyerne, har medlemskabet også givet adgang til UNESCO's andre kreative netværksbyer inden for gastronomi, litteratur, kunst mv.

De kreative erhverv i København

Kreativt Forum har identificeret de 10 største kreative virksomheder i Region Hovedstaden, målt på omsætning, inden for hvert af de 8 kreative erhverv. De kreative erhverv er afgrænset med udgangspunkt i Erhvervs- og Byggestyrelsens definition og lægger sig dermed også op af Kreativ Forums egen forståelse af de kreative erhverv. De otte kreative erhverv er: Musik, Film, video og tv, Computerspil, Arkitektur, Reklame, Bøger og presse, Design samt Kunst og kunsthåndværk.

Kreativt Forum har undersøgt de største kreative virksomheders bidrag til væksten og deres interesse og behov for investering i bedre rammevilkår fore de kreative erhverv – herunder særligt udviklingen af nye talenter. Resultatet af Kreativt Forums undersøgelser, metoder og konklusioner kan ses på forummets hjemmeside www.kreativforum.eu. Her er nogle uddrag af konklusionerne:

1. **Beskæftigelse og omsætning:** De største kreative virksomheder tilsammen beskæftiger over 10.000 personer¹ og har en samlet omsætning på over DKK 60 mia.²
2. **Medansvar for vækstkæden:** De største kreative virksomheder generelt har en interesse i og føler et medansvar for vækstkæden inden for deres egen branche. Mange vil gerne understøtte og investere i de mindre virksomheder inden for deres felt. Det kan f.eks. ske via konkrete samarbejder og aftaler, ved at lægge ordrer hos virksomhederne eller være opsøgende i forhold til studerende og nyuddannede.
3. **Behov for kreative ressourcer:** De kreative ressourcer er særdeles vigtige for de store kreative virksomheder. De samarbejder alle på forskellig vis med professionelle kreative; gennem fastansættelser og projektansættelser, ved at benytte freelancere og underleverandører og i form af indkøb af særlig rådgivning og ydelser.
4. **International orientering:** De kreative virksomheder er generelt internationalt orienterede. For nogle ligger størstedelen af omsætningen uden for landets grænser, mens andre primært opererer i Danmark. Fælles er, at virksomhederne har internationalt udsyn. De beskæftiger i vid udstrækning forskellige nationaliteter, de søger ny viden og inspiration i udlandet, og de udveksler eller sælger produkter og viden internationalt.

¹ 24 virksomheder har ikke oplyst antal ansatte, så totalen er baseret på 56 virksomheder.

² 20 virksomheder har ikke oplyst deres omsætning, så totalen bygger på 60 virksomheder.

Medlemmer af Kreativt Forum



**Gerda Hempel,
Udpeget formand for Kreativt Forum. Leder af Artlab siden opstart i 1997**

Gerda Hempel er cand. mag. fra Københavns Universitet i musik og engelsk. Medlem af bestyrelsen for Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi. Hun har siddet i EU's Expert Group for Employment in the Cultural Sector og i repræsentantskabet for Statens Musikråd. På Artlab arbejder Gerda Hempel med kompetence- og jobudvikling i kunst, kultur og oplevelsesøkonomi.



**Nanna Sørensen,
Producent og sekretariatsleder for KULTURHAVN og KØBENHAVNS HAVNETEATER.**

Nanna Sørensen har gennem en årrække afviklet KULTURHAVN og har skabt en tilbagevendende udendørs folkelig event i København. Hun var producent og leder Københavns Havneteater med hhv. 'Den Lille Havfrue' 2005 og 'Forelsket i København' 2007 og 'Kulturhavn Kor Koncert' i 2009. Hun er tidligere Head of Events på Europæisk Melodi Grand Prix 2001 i PARKEN.



**Birgit Stöber,
PhD og Associate Professor, CBS**

PhD og Associate Professor, CBS. Birgit Stöber er kulturgeograf og forsker bl.a. i de kreative erhverv. Hun er tilknyttet et stort tværfagligt projekt på CBS, hvor hun bl.a. udarbejder en komparativ analyse af de kreative erhverv i hhv. København, Berlin og Singapore. Hun er selv berliner, har arbejdet som journalist for tyske medier og har et stort netværk til de kreative erhverv i Berlin.



**Anna Porse Nielsen,
Direktør i Manto A/S**

Anna Porse Nielsen er direktør i konsulentfirmaet Manto A/S, som har specialiseret sig i strategi og analyse i forhold til kreative brancher, by- og regionaludvikling og oplevelsesøkonomi generelt. Anna har stor viden omkring de kreative brancher opbygget gennem mange år og står bag en lang række rapporter om emnet. Anna er medforfatter til to bøger om oplevelsesøkonomi og er engageret som underviser, censor og medlem af advisory boards på flere uddannelser.



**Erik Skibsted Hey,
Kulturplanlægger i By & Havn, Initiativtager til Luftkastellet, Supertanker og CITADEL**

Erik Skibsted Hey startede det oprindelige Luftkastel samtidigt med foreningen Supertanker, der debatterede havne og byudvikling med forskellige typer workshops og events. Luftkastellet er stadig en paraply for forskellige urbane tiltag. Erik er i dag tilknyttet som konsulent for BYLIV i By og Havn I/S.



**Rasmus Wiinstedt Tscherning,
Direktør i Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi**

Rasmus Wiinstedt Tscherning er direktør i Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi. Tidligere var han chefkonsulent i Rambøll Managements Center for Oplevelsesøkonomi og arbejdede til dagligt med udvikling af oplevelser tilknyttet salg af en vare eller serviceydelse. Rasmus har siden 1994 været tilknyttet Roskilde Festivalen og siden 2002 siddet som bestyrelsesmedlem i Musikkens Hus Vega.



**Christian Have,
Kreativ direktør i Have PR & Kommunikation**

Christian Have er kreativ direktør for Have PR & Kommunikation og adjungeret professor ved Institut for Kommunikation på Ålborg Universitet og Institut for Virksomhedsudvikling og Ledelse på CBS. Christian Have har gennem årene løst talrige PR- og kommunikationsopgaver inden for kultur i Danmark og udlandet, heriblandt den skandinaviske koncertturné Les Misérables og Det Europæiske Melodi Grand Prix i Parken. Christian Have er desuden medlem af bestyrelsen i Wonderful Copenhagen.



**Maj-Britt Mathiesen,
Skuespiller & Producent**

MajBritt Mathiesen er uddannet cand. phil. fra Københavns Universitet med speciale i Skuespillens Teknik. Sideløbende med de akademiske studier har hun uddannet sig som skuespiller og arbejder løbende praktisk og kunstnerisk med forskellige aspekter af teater og produktion. Til daglig er Maj-Britt kunstnerisk leder af sit eget teater - eklektisk.dk



**Lars B. Goldschmidt,
Direktør i DI**

Lars B. Goldschmidt blev ansat i Energistyrelsen i 1986 og har derefter blandt andet været hos Mærsk, Miljøstyrelsen, Dansk Industri, Copenhagen Business School, direktør for Arbejdsmarkedsstyrelsen og adm. direktør i Foreningen af Rådgivende Ingeniører fra 2005-2008. I 2008 vendte han tilbage som direktør i DI. Endvidere har Lars B. Goldschmidt forfattet en række bøger og bestridt en række tillidshverv.

Kontakt

For nærmere information om tænketanken Kreativt Forum se forummets hjemmeside på www.kreativtforum.eu eller kontakt:

Michael Ryan Andersen
Københavns Erhvervscenter
Njalsgade 13
2300 København S
Tlf: 33 66 32 66
E-mail: mra@okf.kk.dk