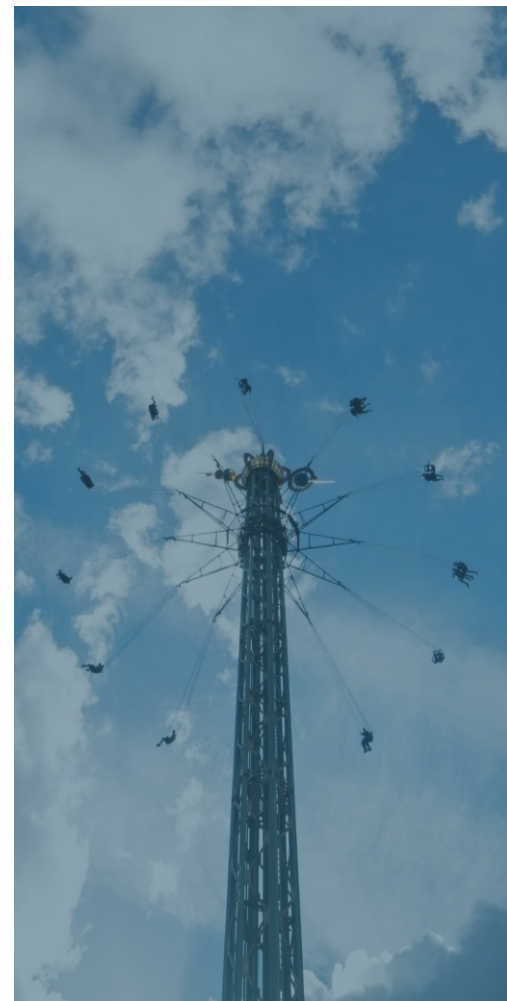


Behovet for lokale erhvervs- indsatser under corona-krisen: Fakta og idéer

Københavns Kommune

Juni 2020

IRISgroup



Indhold

Indledning	3
1. Nøgletal for udviklingen under corona-krisen	5
2. Corona-krisens påvirkning af turisme og cityhandel i København	19
3. Corona-krisens påvirkning af bygge & anlæg i København	32
4. Corona-krisens påvirkning af cleantech i København	45
5. Generelle anbefalinger til lokale indsatser under corona-krisen	53
Bilag: Interviewpersoner	55

IRIS GROUP

JORCKS PASSAGE, OPGANG 1B, 4. SAL

DK-1162 KØBENHAVN K

IRISGROUP@IRISGROUP.DK

WWW.IRISGROUP.DK

Indledning

Dette projekt sætter fokus på, hvordan corona-krisen påvirker erhvervslivet i kommunerne, og hvad der lokalt kan gøres for at hjælpe virksomhederne gennem krisen og ruste dem til den tid, der kommer efter krisen.

Projektet er baseret sig på interviews med virksomheder inden for brancher, som hver kommune har ønsket at sætte fokus på. Fx fordi de har stor betydning jobmæssigt eller i særlig grad er ramt af krisen. Herudover er der trukket på forskellige kvantitative datakilder.

Der er endvidere afholdt tværgående workshops, hvor erfaringer er delt på tværs kommuner, og hvor eksperter har bidraget med indsigter og idéer.

Denne rapport fokuserer på Københavns Kommune og indeholder forslag til lokale indsatser målrettet fire erhverv: Cityhandel, turisme, cleantech samt bygge & anlæg. Med cityhandel menes primært den del af detailhandelen, der ligger i den indre by.



Københavns
Kommune



Aalborg
Kommune



Billund
Kommune



Esbjerg
Kommune



Gladsaxe
Kommune



Køge
Kommune



Randers
Kommune



Roskilde
Kommune



Trekant-
området



Læsevejledning og hovedpointer

Især cityhandel og turisme er hårdt ramt af corona-krisen. Stor efterspørgsel efter lokale indsatser på både kort og længere sigt.



Denne rapport sætter fokus på, hvordan corona-krisen har påvirket erhvervslivet i Københavns Kommune. Fire nøgleerhverv – cityhandel, turisme, bygge & anlæg samt cleantech – sættes under lup.

Gennem dybdegående interviews med virksomheder inden for de fire erhverv, suppleret med tilgængelig statistik, tegner rapporten et billede af:

- Corona-krisens hidtidige påvirkning af erhvervene.
- Erhvervenes forventninger til den kommende tid.
- De største udfordringer på kort og længere sigt.
- Virksomhedernes ønsker til lokale erhvervsfremmeindsatser i lyset af corona-krisen.

Det indledende afsnit præsenterer nøgledata for erhvervsudviklingen under krisen. Derefter gennemgås resultaterne for hvert af de fire erhverv, idet cityhandel og turisme behandles under ét. Hvert afsnit slutter med idéer til lokale indsatser baseret på virksomhedernes input.

Det skal understreges, at der er tale om et idékatalog, og at idéerne ikke er prioriteret.



Rapporten viser bl.a., at:

- Københavns Kommune har både oplevet højere stigning i ledigheden og mere udbredt brug af hjælpepakker end andre kommuner.
- Cityhandel og turisme er meget hårdt ramt af krisen – og der forventes på begge områder et stort omsætningstab resten af året pga. fraværet af turister. De to erhverv er i høj grad afhængige af, at det lykkes at tiltrække flere danske turister i 2020.
- Bygge & anlæg og cleantech har været ramt i noget mindre omfang. Men der er risiko for et betydeligt fald i aktiviteten, hvis den økonomiske krise bliver alvorlig.
- Corona-krisen har for alle fire erhverv accelereret digitaliseringen. Det har en række positive konsekvenser, men det udfordrer også små virksomheder ift. digital omstilling og kompetence-opbygning.
- Der er en stor efterspørgsel efter lokale indsatser, der kan hjælpe virksomhederne bedre gennem krisen. Rapporten indeholder i alt 20 bud på konkrete indsatsområder baseret på input fra virksomheder.



Profil af interviewede virksomheder i København

Opdeling på størrelsesgrupper, brancher og segmenter

Størrelses- og branchefordeling

Segment	Bygge- og anlæg	Cityhandel	Tturisme	Cleantech	I alt
Under 20 ansatte	2	3	2	5	12
21 til 50 ansatte	0	3	2	1	6
51 til 150 ansatte	3	0	3	0	6
Over 150 ansatte	2	1	2	0	5
I alt	7	7	9	6	29

Interviewede virksomheder og aktører

Bygge- og anlæg	Cityhandel	Turisme	Cleantech
Arpe & Kjeldsholm	A.C. Perch's Thehandel	Arthur Hotels	Clever
Atkins Danmark	Bindesbøl	Dansk Jødisk Museum	Kirt Thomsen
Bjarke Ingels Group	Helsam	Kødbyens Fiskebar	Nordsense
Byggefirmaet Logik & Co.	Kbh. Commerce & Culture	Mormors Café	North Q
Dorte Mandrup	Magasin	Hotel/Restaurant Nimb	Nuwe Denmark
Norh Entreprise	Pandora Flagship Store	Ripleys Believe IT Or Not	Purix
Vilhelm Lauritzen Arkitekter	Sommerfuglen	Tholstrup	
		Tivoli	
		Wonderful Copenhagen	

Bygge- og anlægsbranchen

Segment	Interviews
Arkitektvirksomheder	3
Entreprenører mv.	3
Rådgivning	1
Øvrige	0
I alt	7

Turisme

Segment	Interviews
Turismefremme	1
Hoteller	2
Café/restauranter	3 (4)
Museer	2
Forlystelsesparker	1
I alt	9

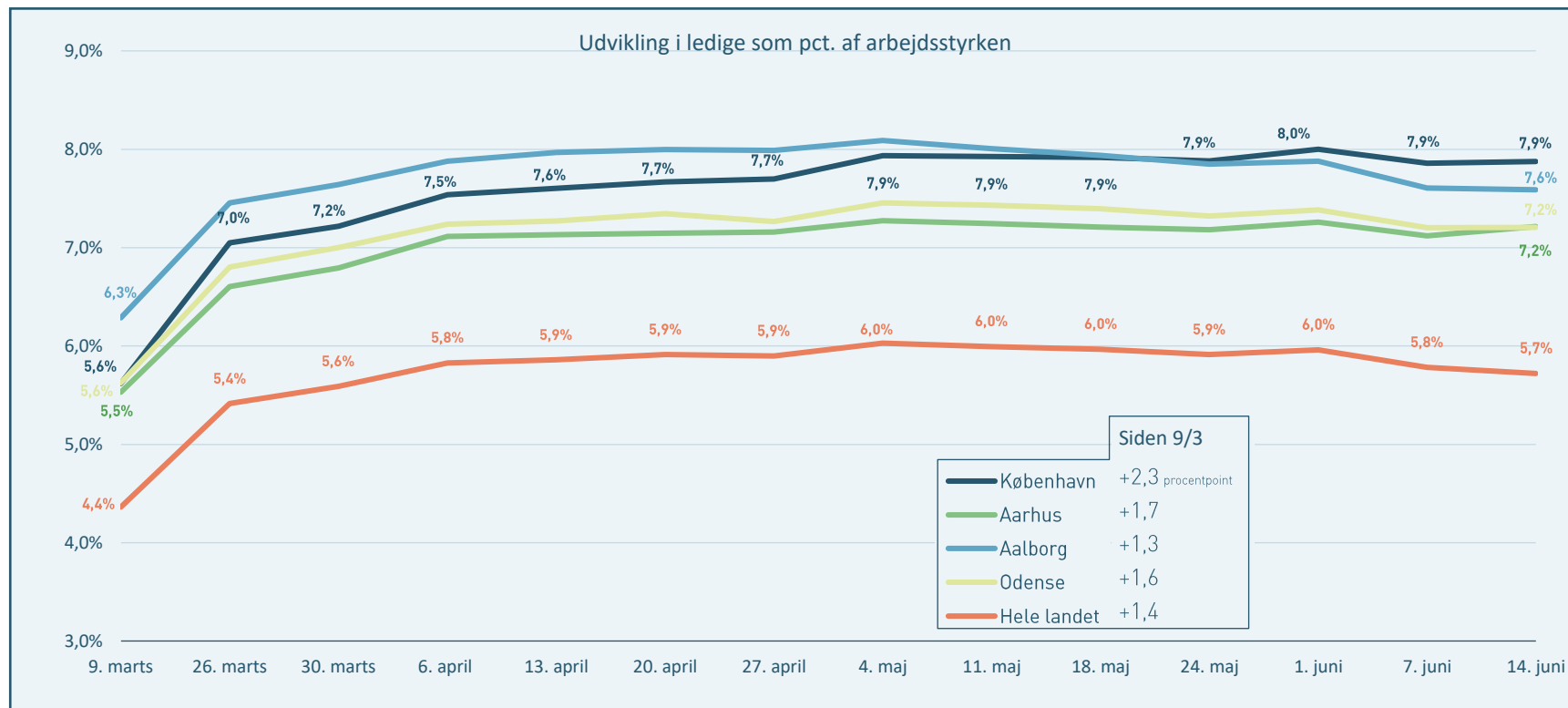
1. Nøgletal for udviklingen under corona-krisen





Udviklingen i ledigheden siden nedlukningen af samfundet

Københavns Kommune har oplevet større stigning end andre store bykommuner



Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering og Danmarks Statistik.



Udviklingen i ledigheden siden nedlukningen af samfundet holdt op mod ledigheden pr. 14. juni 2020

Københavns Kommune er i dag blandt de 10 kommuner, der har højst ledighed



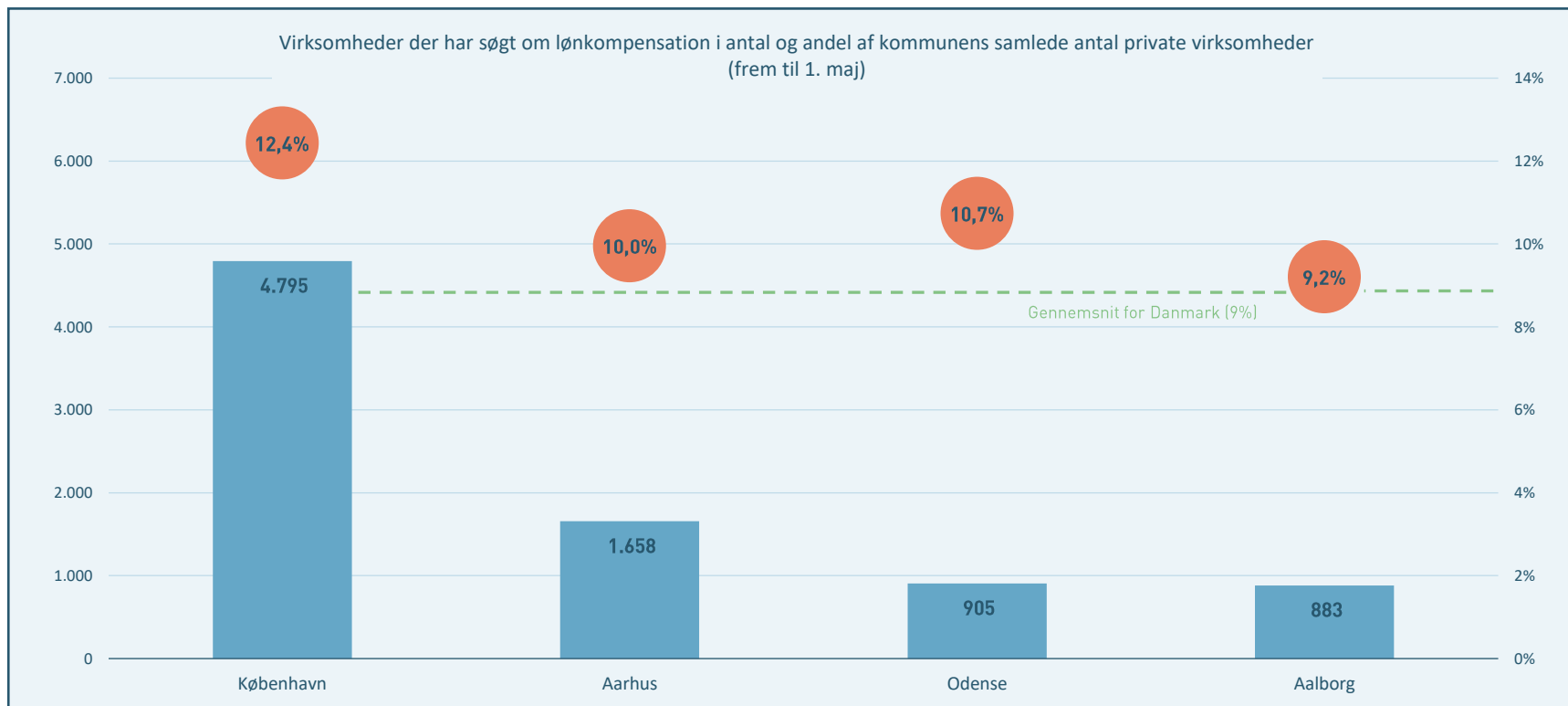
Kilde: Styrelsen for Arbejdsmarked og Rekruttering og Danmarks Statistik

Note: De fremhævede kommuner indgår i projektet. Af grafiske hensyn er enkelte kommuner udeladt af figuren.



Brug af hjælpepakker – lønkompensation 1

En stor andel virksomheder bruger lønkompensationsordningen i København

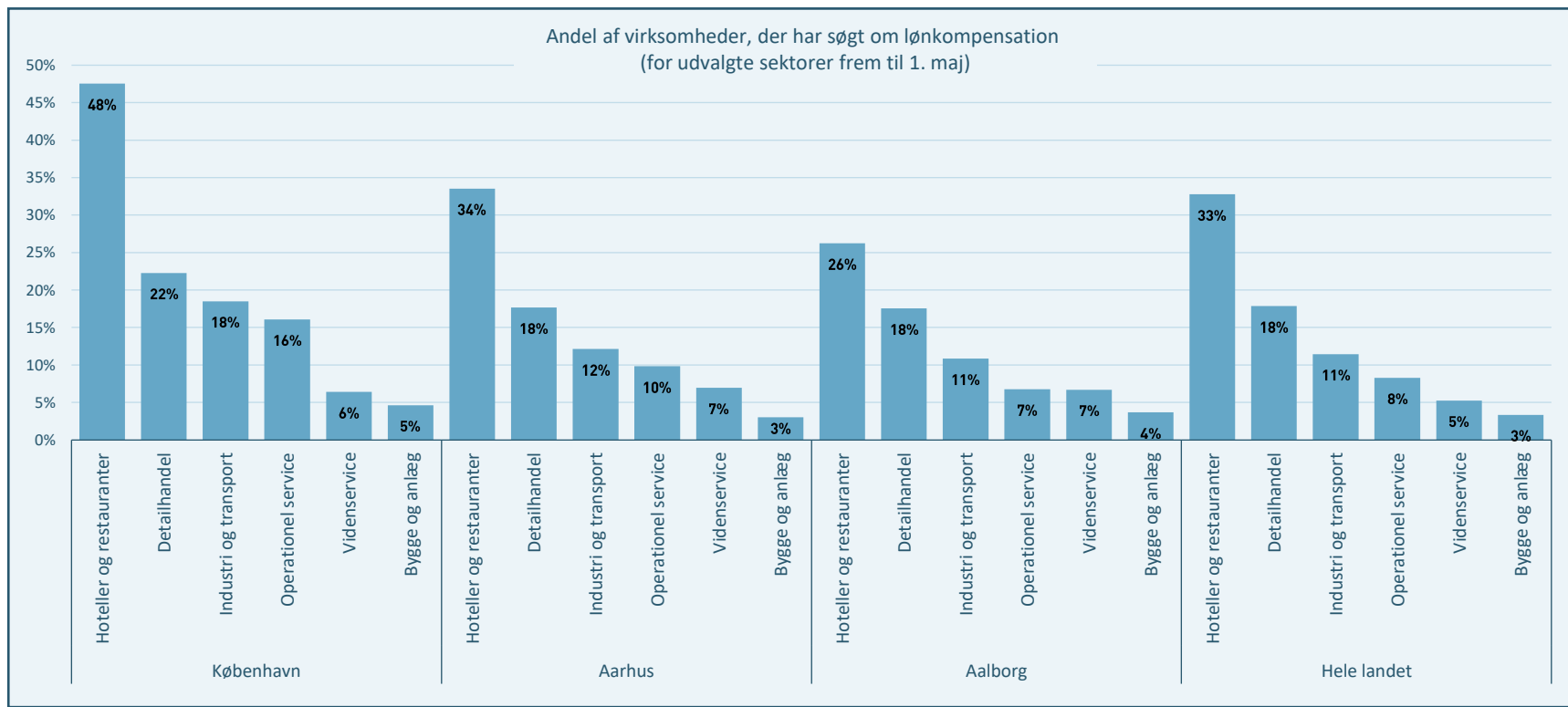


Kilde: Erhvervsministeriet og IRIS Groups kommunedatabase.



Brug af hjælpepakker – lønkompensation 2

Især virksomheder inden for detail og oplevelseserhverv gør brug af lønkompensation i København

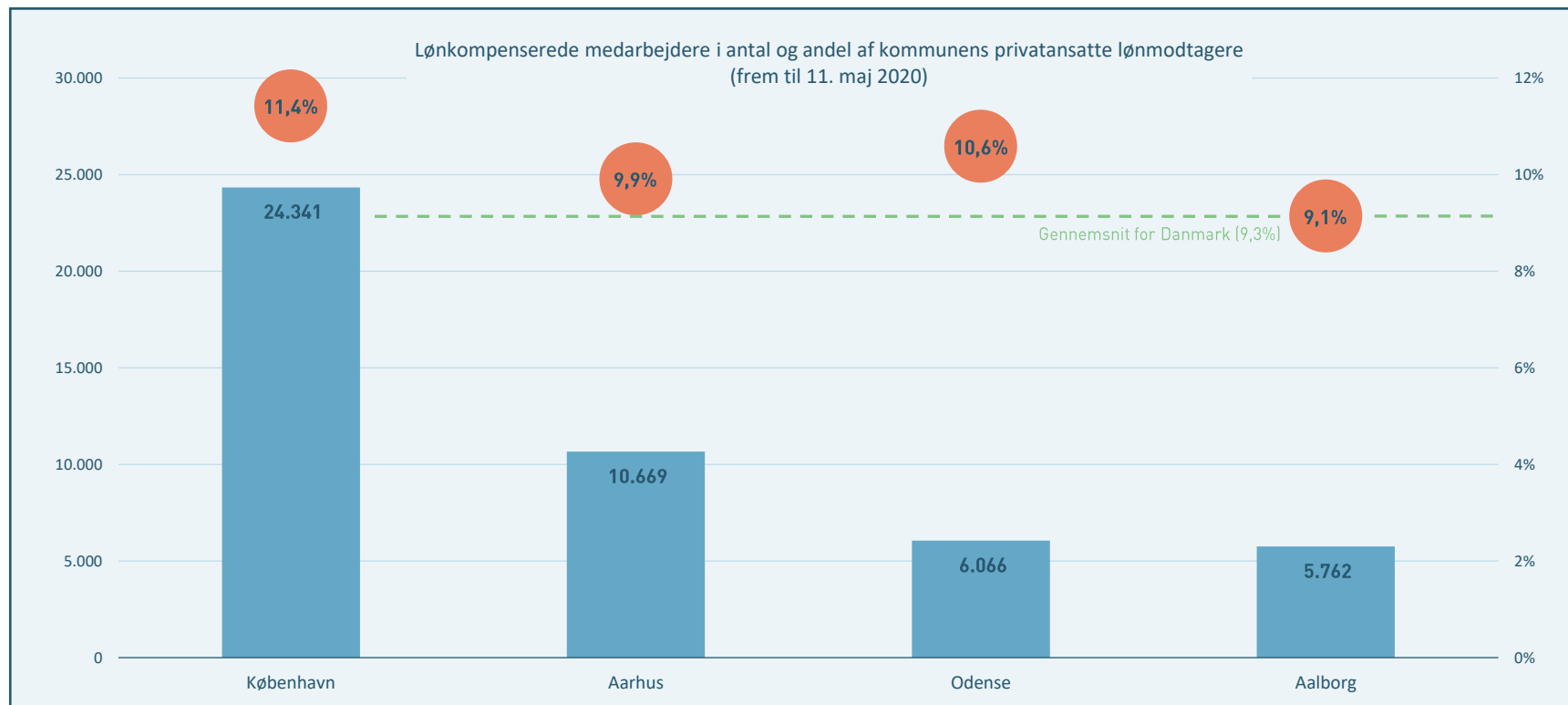


Kilde: Erhvervsministeriet og IRIS Groups kommunedatabase.



Brug af hjælpepakker – lønkompensation 3

Godt 11 pct. af de privatansatte lønmodtagere har været på lønkompensation i København



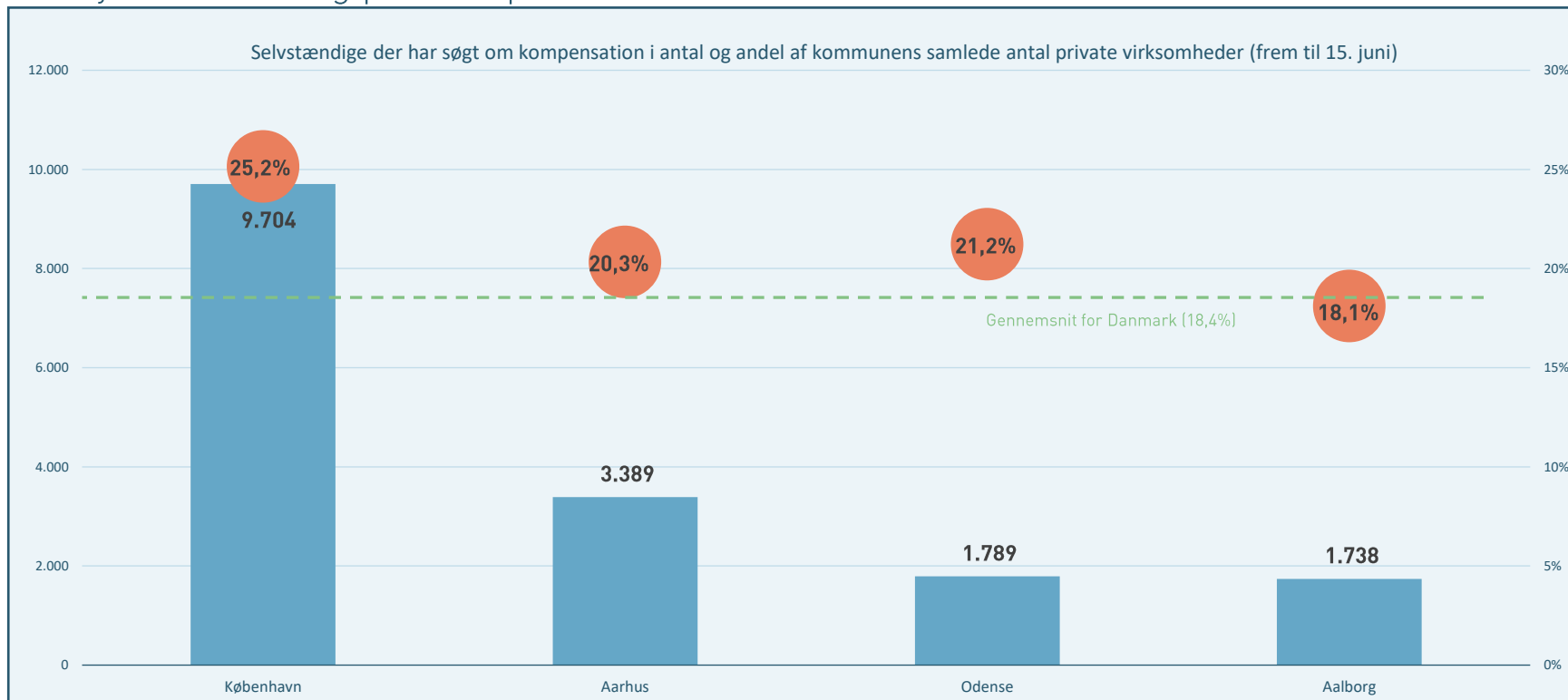
Kilde: Erhvervsministeriet.

Note: Medarbejderne og lønmodtagerne er fordelt på kommuner på baggrund af deres bopæl.



Brug af hjælpepakker – selvstændige 1

Flere selvstændige i København har søgt om kompensation sammenlignet med de øvrige storbykommuner og på landsplan



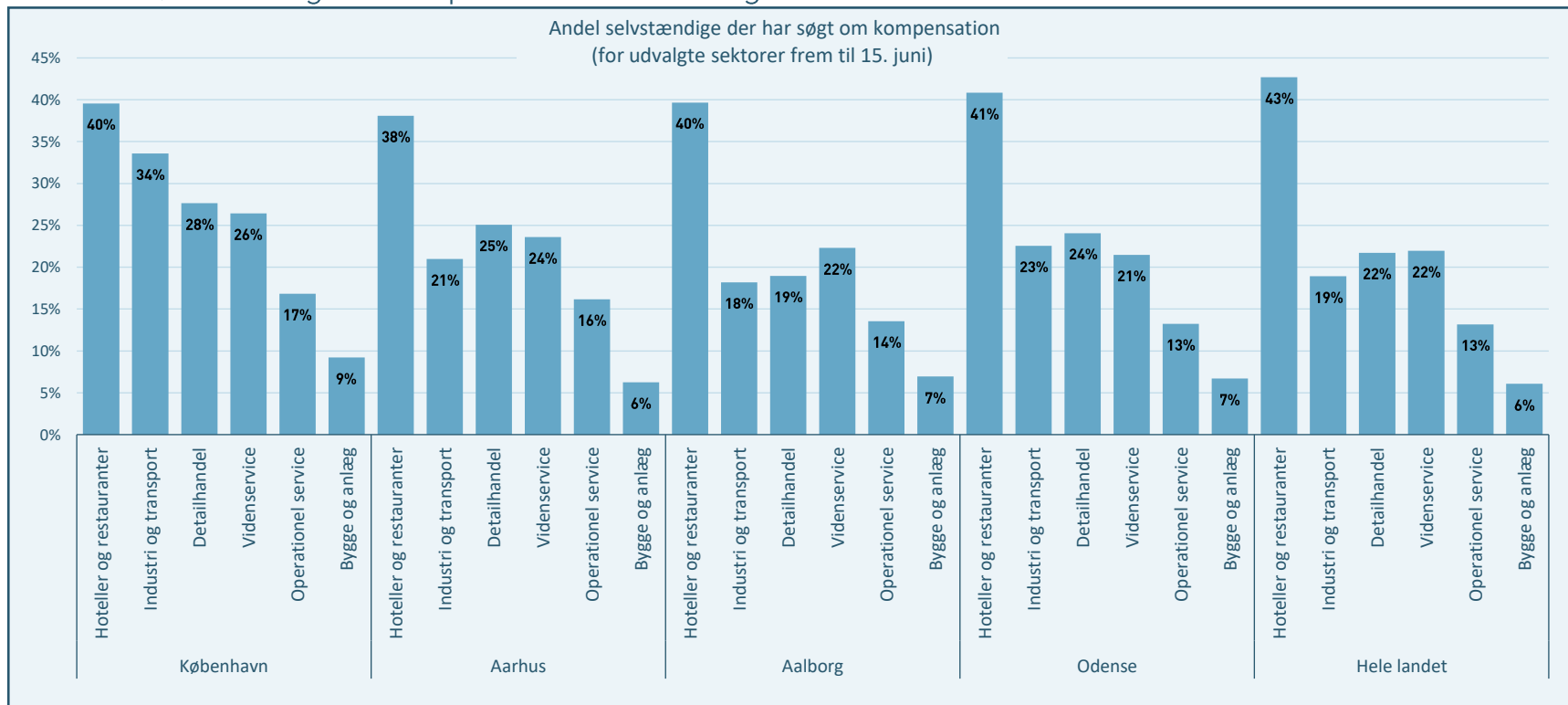
Kilde: Erhvervsministeriet og IRIS Groups kommunedatabase.

Note: Omfatter kun selvstændige, der har fået godkendt en ansøgning per 15. juni 2020.



Brug af hjælpepakker – selvstændige 2

For de fleste sektorer er der en højere andel selvstændige i København end i resten af landet, der bruger kompensationsordningen



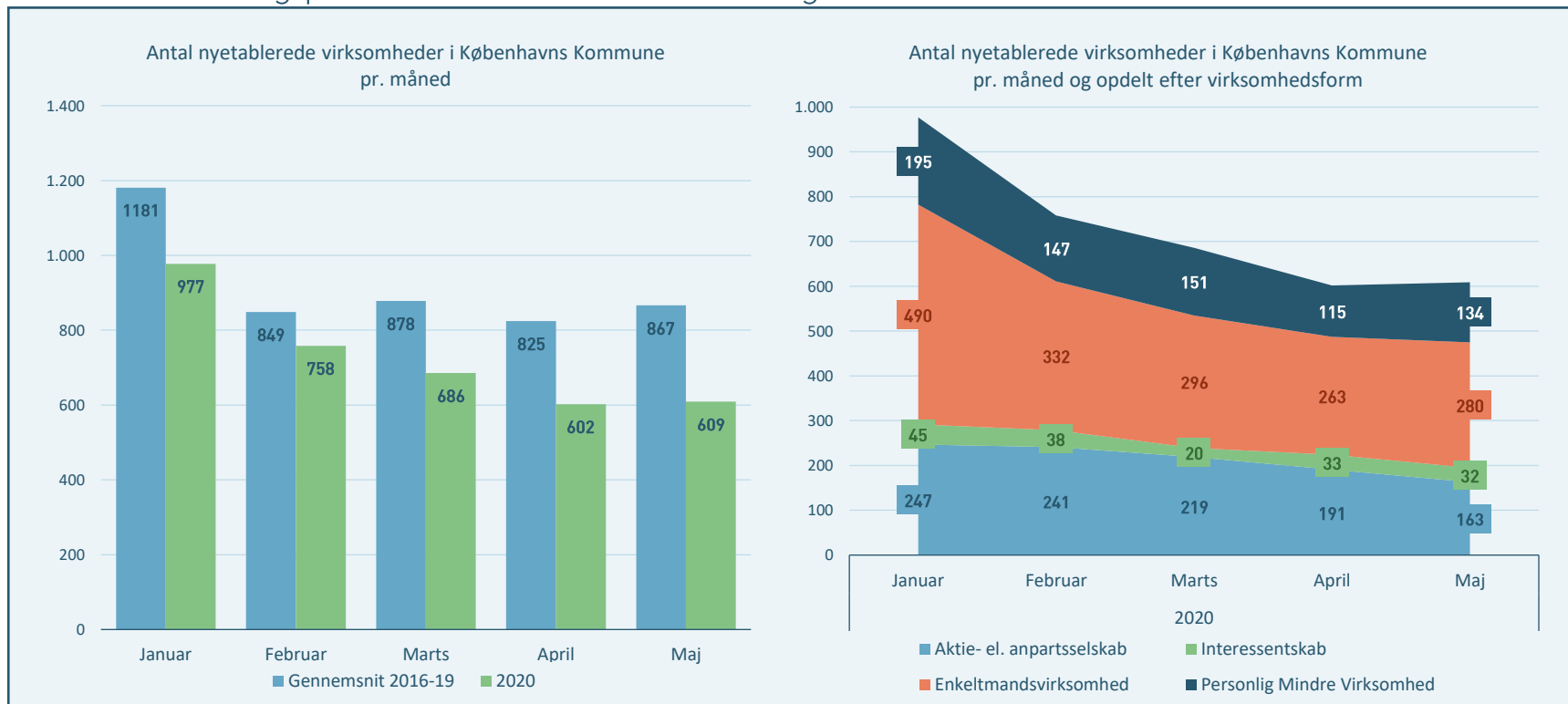
Kilde: Erhvervsministeriet og IRIS Groups kommunedatabase.

Note: Omfatter kun selvstændige, der har fået godkendt en ansøgning per 15. juni 2020.



Iværksætter i under krisen - 1

Der er sket et væsentligt fald i antallet af nyetableringer i København sammenlignet med sidste år og perioden før corona-krisen – gælder alle virksomhedsformer



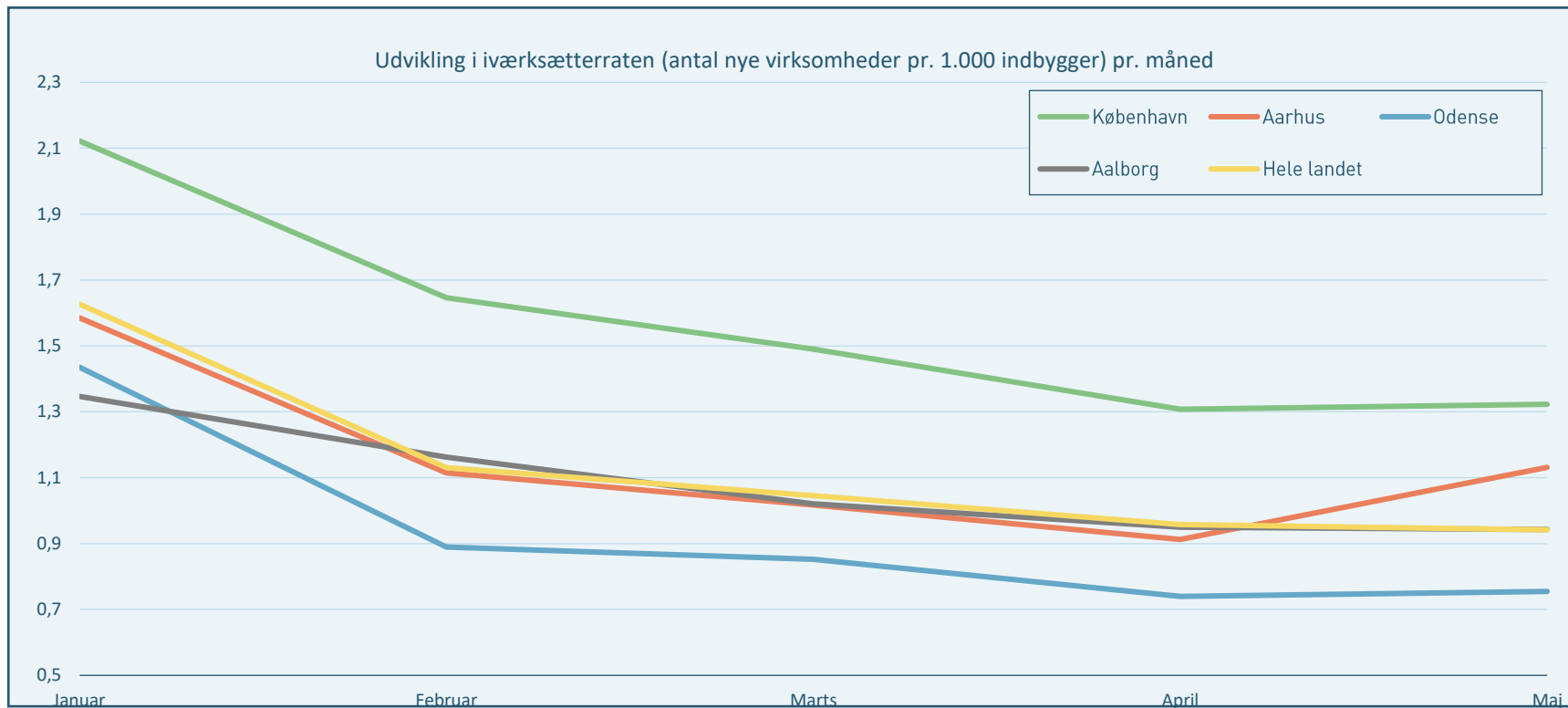
Kilde: CVR-registret via NNMarkedsdata.

Note: I 2016-19 var det endnu muligt at oprette iværksætterselskaber. Selskabsformen blev afskaffet i april 2019. Umiddelbart efter begyndte antallet af nyetablerede virksomheder at være på et noget lavere niveau. Faldet i 2020 kan derfor også delvist tilskrives afskaffelsen af denne selskabsform.



Iværksætter i under krisen - 2

Iværksætterraten i København har fulgt udviklingen i de store bykommuner og resten af landet.



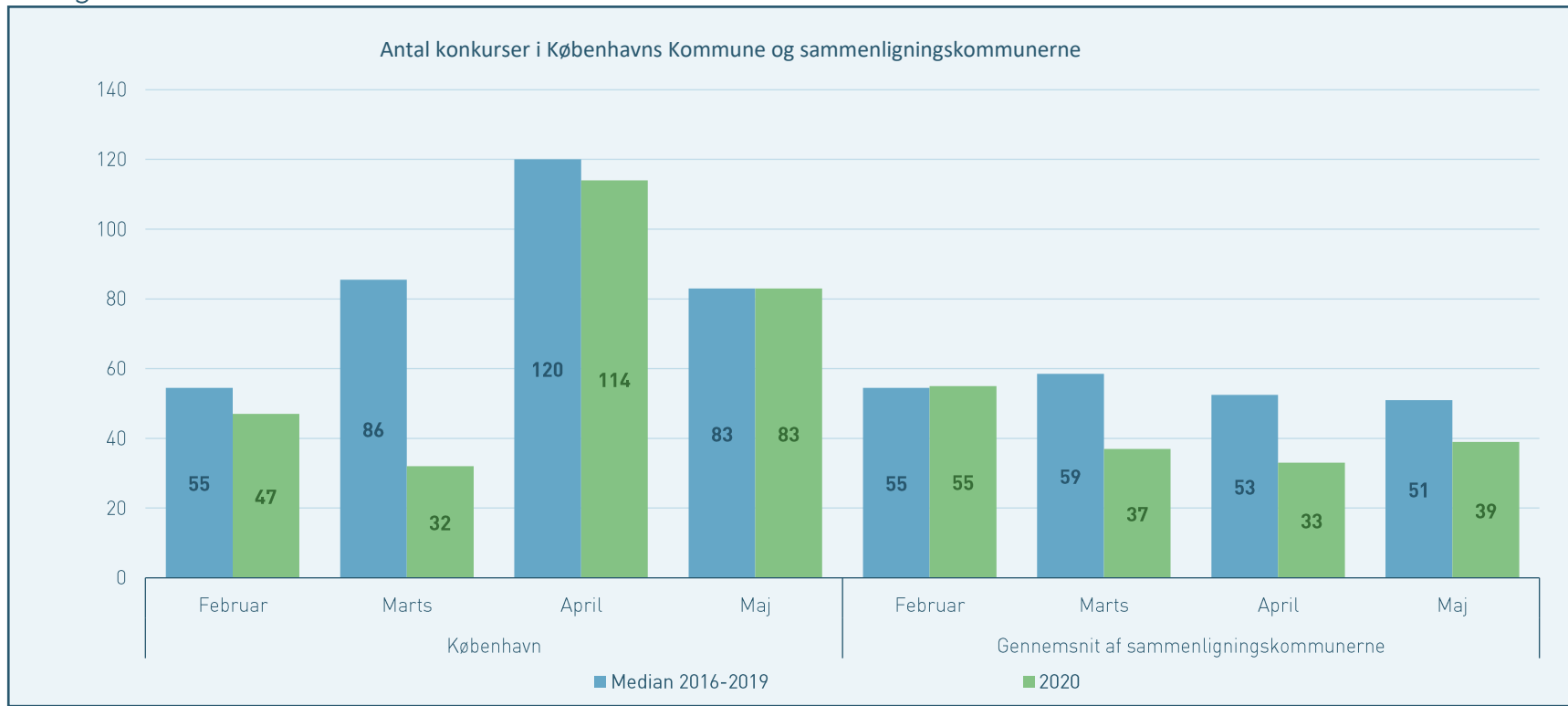
Kilde: CVR-registret via NNMarkedsdata samt Danmarks Statistik.

Note: "Indbyggere" er opgjort som personer mellem 18 og 65 år.



Udviklingen i konkurser under corona-krisen – 1

Stigning i antal konkurser i april/maj, men niveauet er ikke højere i København end i tidligere år



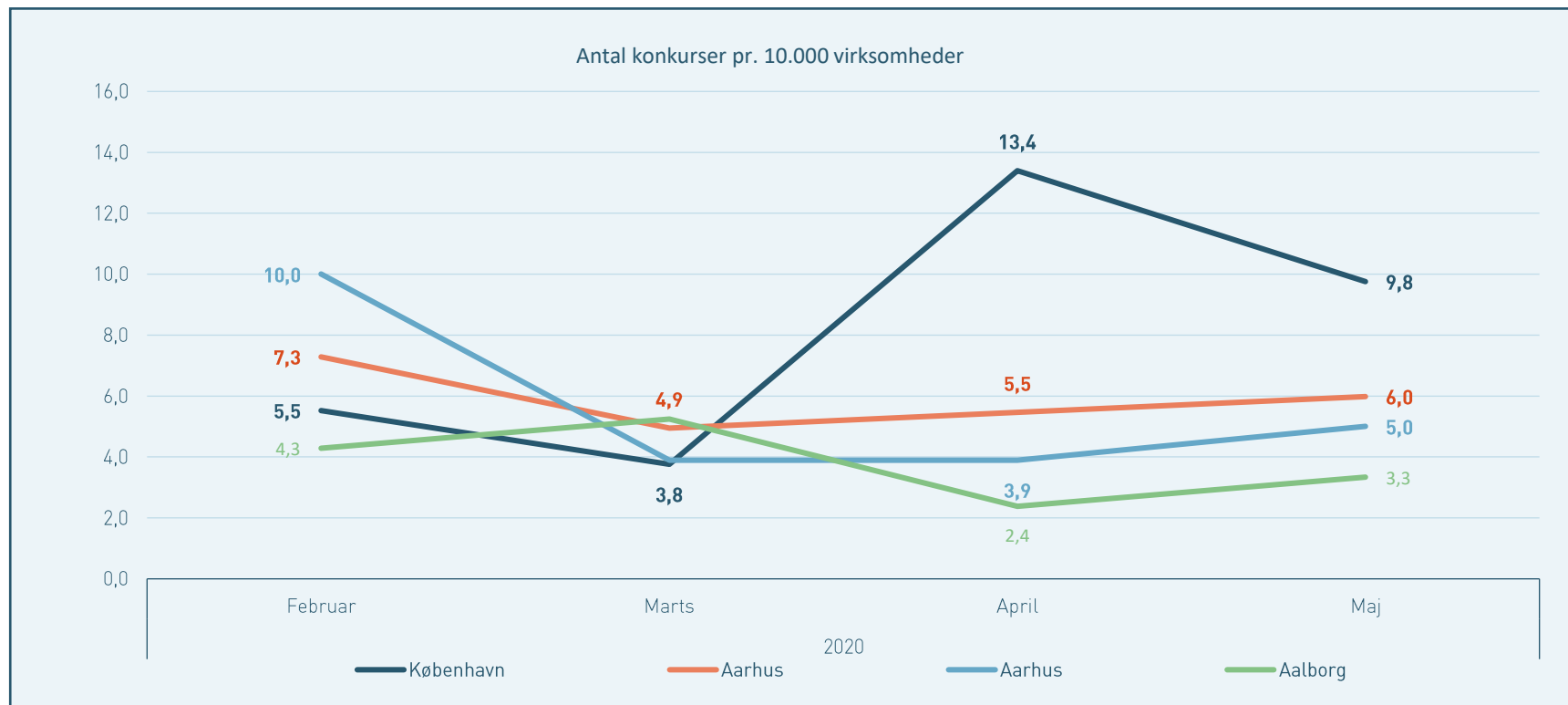
Kilde: Statstidende og CVR-registret. For virksomheder med kurator- eller advokatregistreret adresse i CVR-registret er i stedet brugt virksomhedens opstartsadresse.

Note: Kun A/S, ApS, IVS, I/S, Enkeltmandsvirksomheder og PMV'er er inkluderet i statistikken. Kundgørelsesdatoen er benyttet til opgørelsen. Sammenligningskommunerne er Aarhus, Aalborg og Odense.



Udviklingen i konkurser under corona-krisen – 2

Københavns Kommune har i april/maj haft en høj andel konkurser

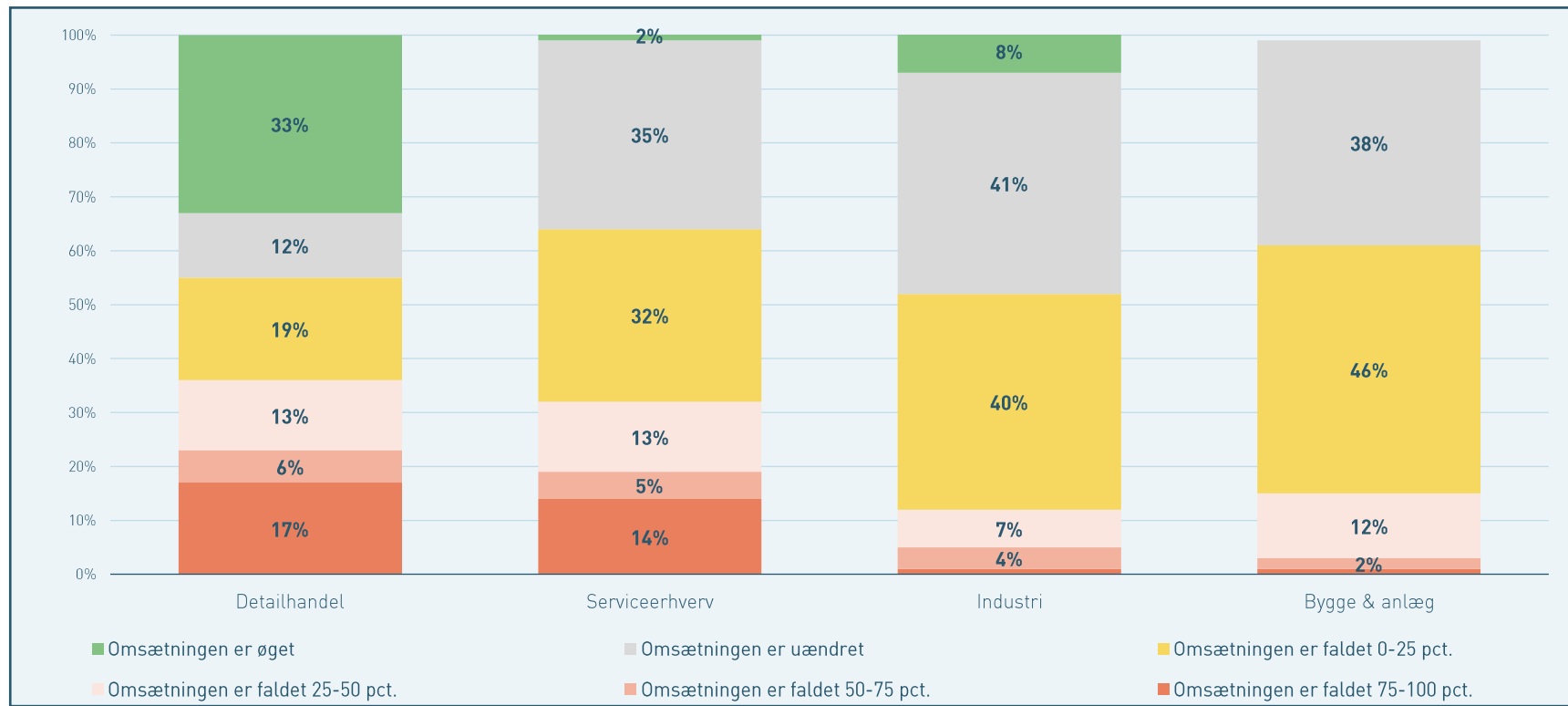


Kilde: Statstidende og CVR-registret. For virksomheder med kurator- eller advokatregistreret adresse i CVR-registret er i stedet brugt virksomhedens opstartsadresse.
 Note: Kun A/S, ApS, IVS, I/S, Enkeltmandsvirksomheder og PMV'er er inkluderet i statistikken. Kundgørelsesdatoen er benyttet til opgørelsen.



Udviklingen i omsætningen under corona-krisen på landsplan (marts-april)

Hårdt ramte virksomheder findes især inden for detail og service (herunder turismesektoren)

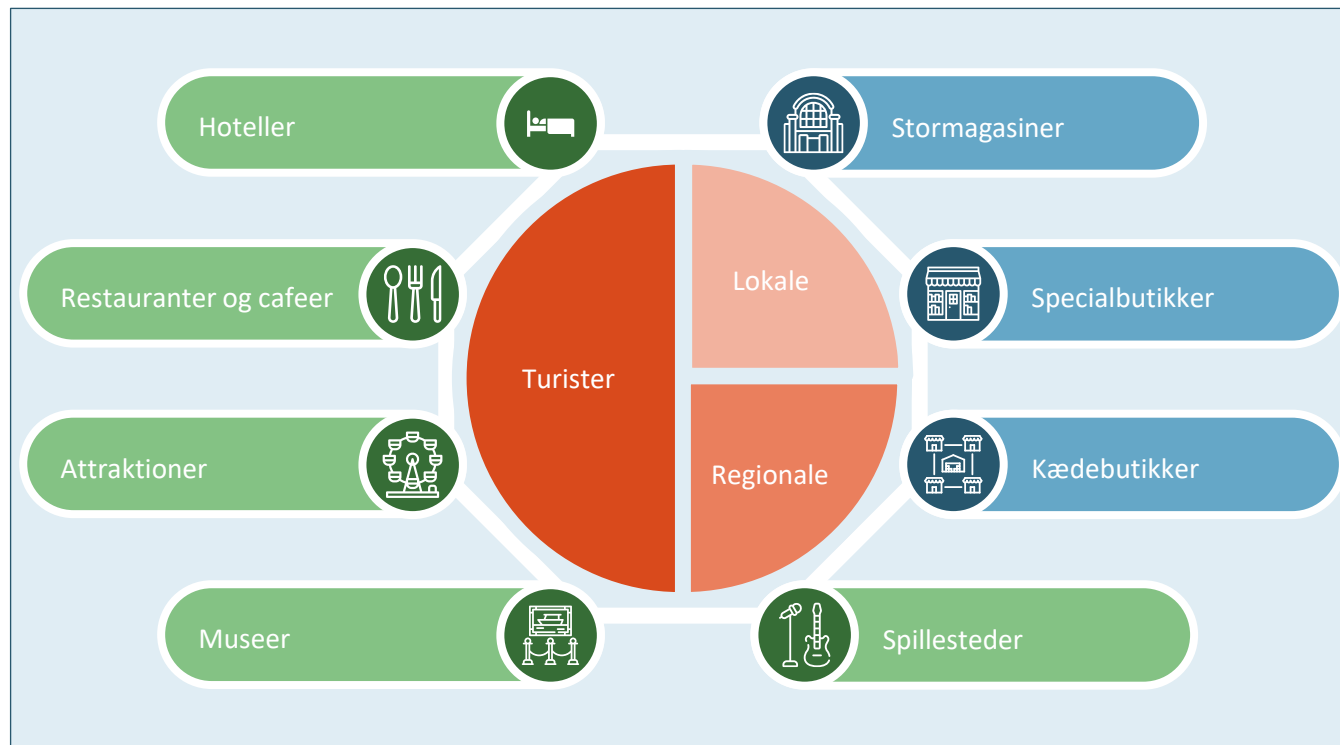


Kilde: Danmarks Statistik (særkørsel) 28/4 – 2020.

2. Corona-krisens påvirkning af turisme og cityhandel i København



Turisme og cityhandel i København – et integreret erhvervsområde med stor indbyrdes afhængighed. Turister er største kundegruppe på tværs af områder.



Til venstre vises hvilke forretningsområder, der er inkluderet under brancherne turisme og cityhandel. Turismeområderne er markeret med grønt, mens handelsområderne er markeret med blå.

Termen 'Cityhandel' henviser til, at vi i analysen har fokuseret på virksomheder lokaliseret centralt i København. Det skyldes, at en meget stor del af detailomsætningen i kommunen kommer fra cityhandelen, og at denne del af handelen sammen med turismesektoren udgør den centrale del af oplevelsesøkonomien i København.

Men 'city' mener vi først og fremmest København K. Men analysen er i høj grad også relevant ift. andre miljøer tæt på indre by som fx Kødbyen på Vesterbro, Fisketorvet, Sankt Hans Torv, mv.

Figuren signalerer, at turister samlet udgør den største indtægtskilde for både turismen og cityhandelen i København.

Corona-krisens hidtidige betydning for cityhandel og cityturismen i København

Meget stor nedgang i omsætningen og omfattende brug af hjælpepakker



- Citybutikker enten helt lukket eller åbent med 60-80 % omsætningsfald under nedlukningen.
- Stor stigning i online salg flere steder, der dog max. har udgjort 20 pct. af normal omsætning.
- Trods at der nu er ca. 70 pct. footfall i forhold til normalen, ligger omsætning typisk kun på 30-50 pct. af normal omsætning. Især meget lav omsætning i specialbutikker, der i høj grad baserer omsætning på udenlandske turister.
- Butikker oplever også nedsat produktivitet/længere transaktioner pga. tiltag til reduktion af smitterisiko.
- Især stor nedgang i ældre handlende,



- Meget stort fald i omsætningen på alle områder inden for turisme i København. 60 % har mistet over 80 % af omsætningen (se næste slide) og 50 % har betydelige likviditetsudfordringer.
- Efter genåbning ligger alle aktørers omsætning under normalen – men svinger meget fra kun 10 pct. til 80 pct. Fx har nogle cafeer udfordringer med at tiltrække gæster (især det ældre publikum). Også hoteller har meget lav aktivitet.
- Mange virksomheder opererer med rabatter eller lign. for at tiltrække kunder.
- Pæne besøgstal i miljøer, der tiltrække mange unge (fx Kødbyen).

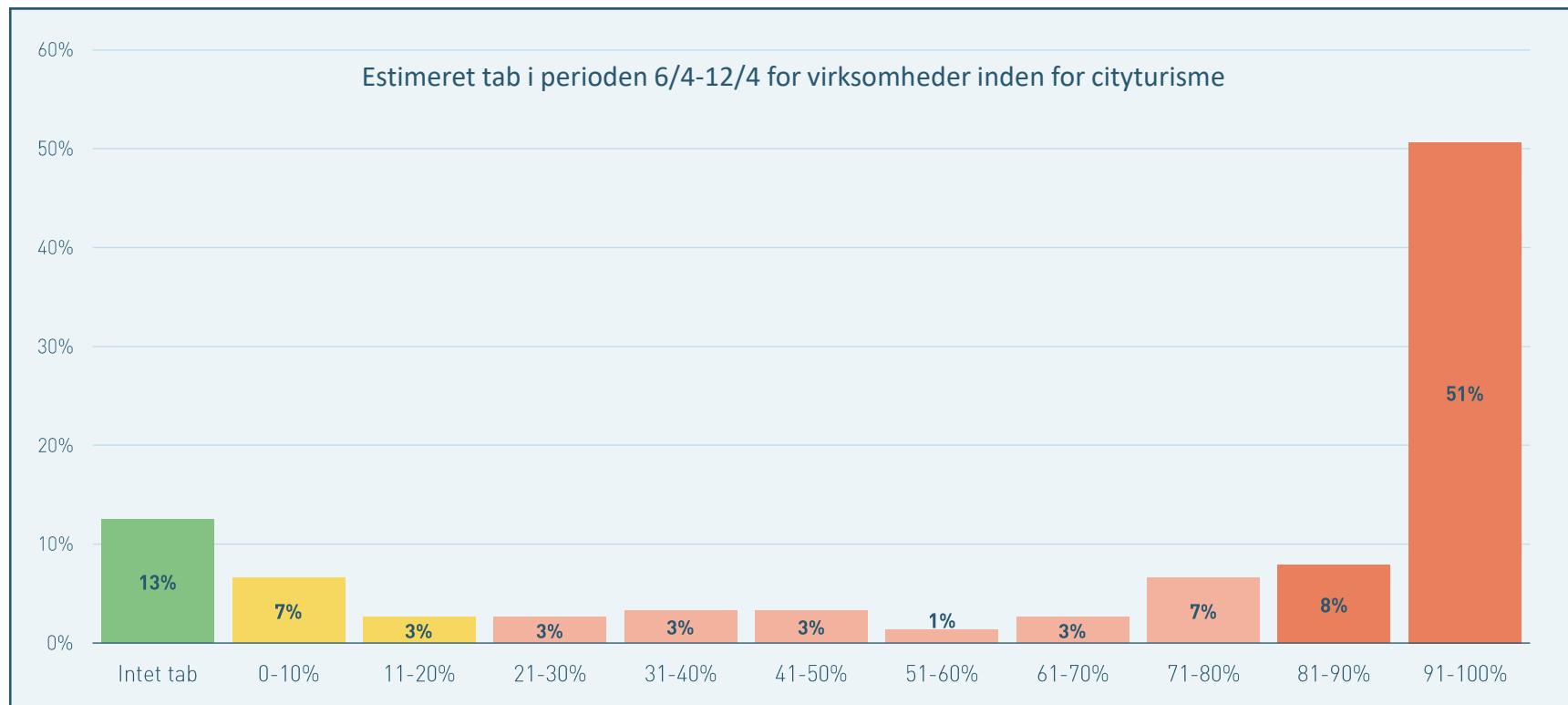


- Udbredt brug af hjælpepakker inden for både cityhandel og cityturisme, men stort tab pga. mistet omsætning, høje faste omkostninger og udgifter til digital markedsføring, tilsyn, mv.
- Meget stor afhængig på alle brancheområder af udenlandske turister. Grænselukning har derfor stor betydning for, at omsætningen fortsat ligger på lavt niveau.



Tab af omsætning grundet Covid-19 i turisterhvervet i København

Meget stor andel oplevede omsætningstab på 70 % eller mere under nedlukningen



Kilde: Woco (spørgeskemaundersø).



Corona-krisens forventede betydning for resten af 2020 og perioden efter

Forventninger om store omsætningstab i hele erhvervet



- Generelt forventes omsætningen over sommeren at falde til 50-80 pct. af normalen inden for cityhandel pga. fraværet af udenlandske turister og økonomisk krise. Især specialbutikker forventer stor nedgang ift. tiden før Covid-19.
- Stor risiko for fyringer og konkurser blandt butikker i City. Høje faste udgifter (i kombination med opsigelsesvarsler) vil give likviditetsproblemer i en række butikker.
- Afgørende at der trækkes flere handlende til City, og at danskerne holder ferie i København.



- Woco forventer Samlet omsætningstab inden for cityturisme i 2020 på 20-25 mia. kr. i København. Især attraktioner, spillesteder, hoteller og visse cafeer forventer stor nedgang. Hoteller forventer, at belægning og priser vil falde markant frem til 2022.
- Vigtigt at tiltrække flere danske turister, men denne gruppe lægger væsentligt færre penge pr. turist end udenlandske besøgende.
- Forventninger om en del konkurser/massefyringer inden for cafeer, restauranter og hoteller.

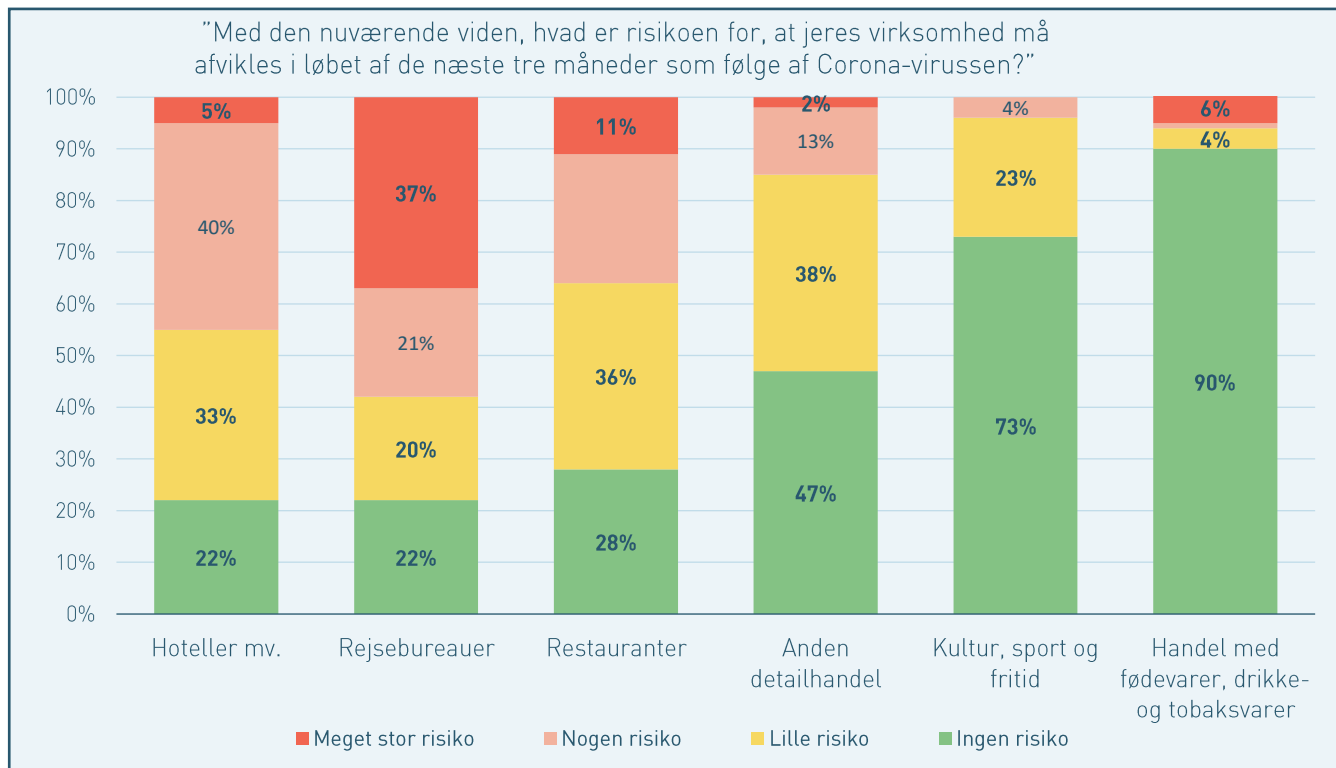


- Branchen forventer, at antal udenlandske turister tidligst er tilbage på 2019-niveau i 2023 (kilde, Woco)
- Omvendt er der også forhåbninger om en vis recovery fra efteråret, fordi Danmark har været et af de lande, der har håndteret krisen bedst. Kan være vigtigt kort i konkurrencen med andre storbyer.



Detailhandel og private serviceerhverv på landsplan:

Turismesektoren og specialbutikker er områder med risiko for mange konkurser.



Figuren viser, at der inden for både hoteller, Restauranter og specialbutikker (anden detail) er en betydelig andel virksomheder på landsplan, der vurderer, at der er nogen eller meget stor risiko for konkurs.

For Københavns vedkommende skal tallene ses i det lys, at hoteller, restauranter og specialbutikker typisk er ekstra hårdt ramt, fordi en meget stor del af kunderne er turister, der ikke kan komme til København eller ikke må overnatte i København.

Der er derfor sandsynligt, at risikoen for konkurser i København er ekstra stor.



De største udfordringer for cityhandel og turisme

Akutte udfordringer skal håndteres på kort sigt, mens innovationsniveauet skal løftes på lidt længere sigt

Kort sigt

- For nogle aktører er den vigtigste kortsigtede udfordring overlevelse – dvs. at finde veje til at få øget omsætning her og nu.
- Crowd management – mange aktører skal finde effektive løsninger til at tilpasse antal handlende og besøgende til restriktioner (dørmænd, booking systemer, digital overvågning, mv.)
- Der er brug for at tilpasse markedsføring af både København og de enkelte oplevelsestilbud til danske turister (bruger andre kanaler end udenlandske turister og efterspørger mere detaljeret information)
- Huslejeniveau i City står ikke mål med aktuel værdi og indtjeningsmuligheder. Faste omkostninger er for høje ift. omsætning.

Lidt længere sigt

- Det bliver sværere og dyrere at tiltrække turister i de kommende år. Det skyldes hårdere kamp mellem destinationerne pga. færre rejser, større rejseudgifter (pga. konkurser), og at en del turister sandsynligvis vil fravælge storbyferier (over for naturturisme).
- Aktørerne ser stort behov for innovation og spredning af god praksis på tværs af erhvervet. Den skærpede konkurrence skaber et pres for bl.a.:
 - Nye butikskoncepter
 - Professionalisering af websalg og digital markedsføring
 - Samlede oplevelseskoncepter, der går på tværs af brancheområder.
- Større udfordringer med at finansiere international markedsføring, da store virksomheder får sværere ved at bidrage til finansieringen,



Mulige strukturelle konsekvenser af krisen

Aktørernes forventninger til Covid-19s langsigtede impact

- Større fokus på bæredygtighed i turismeforbruget og fokus på "reason to go". Der lægges større vægt på den enkelte destinations profil og value proposition, herunder lokalbefolkningens holdning til turisme
- Trends mod mere eksklusive oplevelser (vi kommer i højere grad til at prioritere udvalgte oplevelser med højere kvalitet, færre mennesker, mindre kø, etc.)
- Der vil komme stigende konkurrence på hygiejne og rengøring (bl.a. centralt for hoteller) i forhold til tiltrækning af turister
- Stor vækst i e-handel skaber behov for, at detailhandelen tænker fysiske butikker og e-handelskoncepter sammen. Større krav til service, indretning, mv. i butikker.
- Der vil på alle destinationer – pga. konkurser og konsolideringer – ske justeringer i infrastrukturen (udbud af hoteller, flyruter, restauranter, oplevelser mv.). Det kan betyde ændringer i destinationernes indbyrdes konkurrenceforhold



Kortsigtede mål for cityhandel og turisme i København

Hvad ligger aktørerne vægt på for de kommende måneder?

1

Få flere lokale (borgere og virksomheder) til at bruge butikker, cafeer og restauranter

3

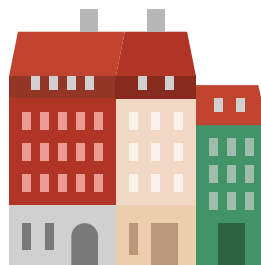
Undgå yderligere butiksød
(der er en del ledige butikslejemål i Indre By)

2

Trække flere handlende fra regionen til City og få flere danskere til at holde ferie i København

4

Tiltrække flere udenlandske turister i takt med at grænser åbner





Langsigtede mål for cityhandel og cityturisme i København

Hvad skal der til for at styrke erhvervets langsigtede position, konkurrenceevne og recovery

5

Øge omsætningen pr. turist som følge af nedgang i turismen de kommende 3-4 år (kræver styrkede produkter og koncepter)

7

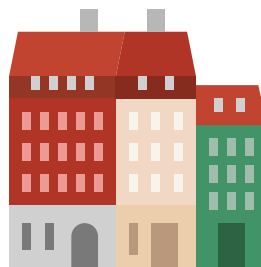
Trække flere typer af forretninger til København for at styrke mangfoldigheden og "reason to go"

6

Fortsat byfornyelse, æstetik og udvikle København som grøn/bæredygtig destination

8

Styrke byens profil som bæredygtig destination med bred vifte af oplevelser, kulinariske tilbud og attraktiv bymidte





Idéer til lokale tiltag til støtte af cityhandel/cityturisme

1 Få flere lokale til at bruge butikker, cafeer og restauranter

2 Tiltrække flere handlende til City og flere danske turister

3 Undgå yderligere butiksdød

4 Tiltrække flere udenlandske turister i takt med at grænser åbner

5 Øge omsætningen pr. turist

6 Byfornyelse og æstetik

7 Mangfoldighed af butikker i City

8 Styrke byens profil som bæredygtig destination

Tilgængelighed til byen 1 2 3

Mange aktører peger på vigtigheden af, at Københavns Kommune gør det nemt og attraktivt at komme til og bruge byen blandt borgere i Storkøbenhavn, mens der er lukket for de fleste turister. Der peges bl.a. på følgende tiltag:

- Midlertidigt stop for renoveringsprojekter i indre by.
- Gratis parkering i indre by.
- Dialog mellem Københavns Kommune, DSB og Movia om at gøre det sikkert og nemt at komme til København (reducere smitterisiko og usikkerhed i offentlig transport).
- Åbning af offentlige toiletter og styrkelse af rengøring og hygiejne.

Herudover peger mange aktører på vigtigheden af nationale initiativer, der stimulerer indenlandsk turisme i resten af 2020. Det kan være i form af lavere takster for broer og færger samt lavere moms for turismeerhvervet.

Markedsføring af København 1 2 3 4 5

Der er brug for at markedsføre København med fokus på lokale og på danske turister og på de udenlandske turister. Der peges bl.a. på følgende tiltag:

- Markedsføring af København som ferie- og oplevelsesdestination over danskere med fokus på byens oplevelsesudbud og tiltag, der gør det sikkert at opholde sig i og holde ferie i København.
- Udvikle guide over København målrettet danske turister.
- Styrket markedsføring af museer, attraktioner mv. i København over for borgere i regionen (fx på togstationer og i metro).
- Fælles markedsføring (herunder evt. fælles portal) af cafeer og restauranter i byen ift. både lokalbefolkning, virksomheder og myndigheder med fokus på vigtigheden af lokal støtte, mens der ikke må komme turister til København. Målet skal være at stimulere brugen af byen, få flere til at gøre brug af take away, få virksomheder til at købe lokalt, mm.

Herudover er der brug for at styrke den internationale markedsføring af København mhp. at genoprette turismen. Virksomhederne peger på, at det kan indgå i markedsføringen, at Danmark har håndteret corona-krisen godt, har lavt smittetryk og effektive hygiejne foranstaltninger.



Idéer til lokale tiltag til støtte af cityhandel/cityturisme (på kort sigt)

1 Få flere lokale til at bruge butikker, cafeer og restauranter

2 Tiltrække flere handlende til City og flere danske turister

3 Undgå yderligere butiksdød

4 Tiltrække flere udenlandske turister i takt med at grænser åbner

5 Øge omsætningen pr. turist

6 Byfornyelse og æstetik

7 Mangfoldighed af butikker i City

8 Styrke byens profil som bæredygtig destination

Regler og rammer 1 3

Flere aktører peger på et behov for mere fleksible rammer for at hjælpe erhvervet til at reducere omsætningstabene under krisen. Aktørerne lægger bl.a. vægt på:

- Muligheder for at lette at kunne inddrage ekstra udearealer til borde/servering i cafeer og restauranter (er allerede implementeret i sagsbehandlingen i kommunen)
- Længere åbningstider i sommerperioden i detailhandelen for at håndtere flere danske turister og undgå spidsbelastninger, hvor restriktioner vil betyde afviste kunder eller for lang kø.
- Hurtigere sagsbehandling i Teknisk Forvaltning ift. ansøgning om udbygning, ibrugtagning af nye lokaler, mv.
- Mere lempelige vilkår for skiltning – bl.a. i forhold til at markedsføre museer, attraktioner og spillesteder mv. over for lokalbefolkningen.
- Støtte til museer og attraktioner mhp. at gøre entréen billig eller helt gratis.

Lettelse af omkostninger og styrket likviditet 3

Det er også væsentligt at fokusere på omkostningssiden i indsatsen for at hjælpe virksomhederne gennem krisen. Virksomhederne i City har generelt meget høje faste omkostninger – især til husleje. Der er også øgede omkostninger knyttet til rengøring og crowd management under krisen. Der peges bl.a. på følgende tiltag.

- Tiltag til at reducere huslejen, så den matcher den værdi og omsætning, der kan skabes i butikkerne.
- Kommunen kan indlede dialog med private udlejere og selv sætte huslejen ned for de ejendomme, kommunen selv ejer (fx i Kødbyen). Herudover kan det overvejes at indlede dialog med staten om at ændre ejendomsvurderinger i City mhp. at tilpasse ejendomsskatter.
- Nedsættelse af afgifter for udeservering i lyset af indskrænkninger i antal borde/pladser indendørs samt udskydelse af frister for betaling af afgifter til kommunen (cafeer og restauranter).
- Etablering af korps, der kan hjælpe og vejlede handlende og besøgende ift. ophold, forsamlinger og køer i miljøer med mange besøgende på bestemte tidspunkter (fx Kødbyen).



Idéer til lokale tiltag til støtte af cityhandel/cityturisme (på langt sigt)

1 Få flere lokale til at bruge butikker, cafeer og restauranter

2 Tiltrække flere handlende til City og flere danske turister

3 Undgå yderligere butiksdød

4 Tiltrække flere udenlandske turister i takt med at grænser åbner

5 Øge omsætningen pr. turist

6 Byfornyelse og æstetik

7 Mangfoldighed af butikker i City

8 Styrke byens profil som bæredygtig destination

Innovation og produktudvikling 5 8

Hvis der skal tiltrækkes flere turister og omsætningen pr. turist øges, er det vigtigt, at de enkelte aktører udvikler deres koncepter. Samtidig peges på behovet for at udvikle og markedsføres fælles koncepter på tværs af attraktioner, restauranter, cafeer, detail, museer, mv.

Inden for detail betyder udviklingen inden for e-handel, at kravene til indretning og service stiger, hvis handlende fortsat skal trækkes til butikkerne.

Der peges i interviewene bl.a. på følgende tiltag:

- Adgang til sparring og netværk om innovation og forretningsudvikling.
- Fremme af partnerskaber på tværs af branchen.
- Adgang til inspirationscases fra virksomheder, der har udviklet virkningsfulde forretningskoncepter, partnerskaber og forretningsmodeller.

By- og butiksudvikling 5 6 7 8

Bymidters æstetik samt udbud af butikker og oplevelser er afgørende for tiltrækningen af turister og handlende fra regionen. Der peges bl.a. på behov for følgende initiativer:

- Der kan indledes et samarbejde om et bredere udbud butikker og oplevelser i City. Det kan være i form af tiltrækning af fx gallerier, særlige showrooms, fælles butikskoncepter, mv.

Kompetenceudvikling 3 5

Der er behov for at tilpasse uddannelsesudbuddet til den udvikling, der sker inden for detailhandelen og oplevelseserhvervene.

Med sit brede udbud af erhvervsrettede uddannelser kan København være drivkraft i at udvikle uddannelsestilbud, der understøtte fornyelse af sektoren og sikrer det nødvendige kompetenceløft.

Herudover peges på relevansen af at indgå aftaler om kombinerede forløb, hvor medarbejderne veksler mellem job og uddannelse, mens krisen står på. Sådanne arbejdsfordelingsforløb kan reducere antallet af fyringer og samtidig bidrage til at løfte erhvervets kompetencer. Konkret peges der på behov for uddannelse inden for digitalisering, e-handel, service og kulturforståelse i detailhandelen og hygiejne.

3. Corona-krisens påvirkning af bygge & anlæg i København

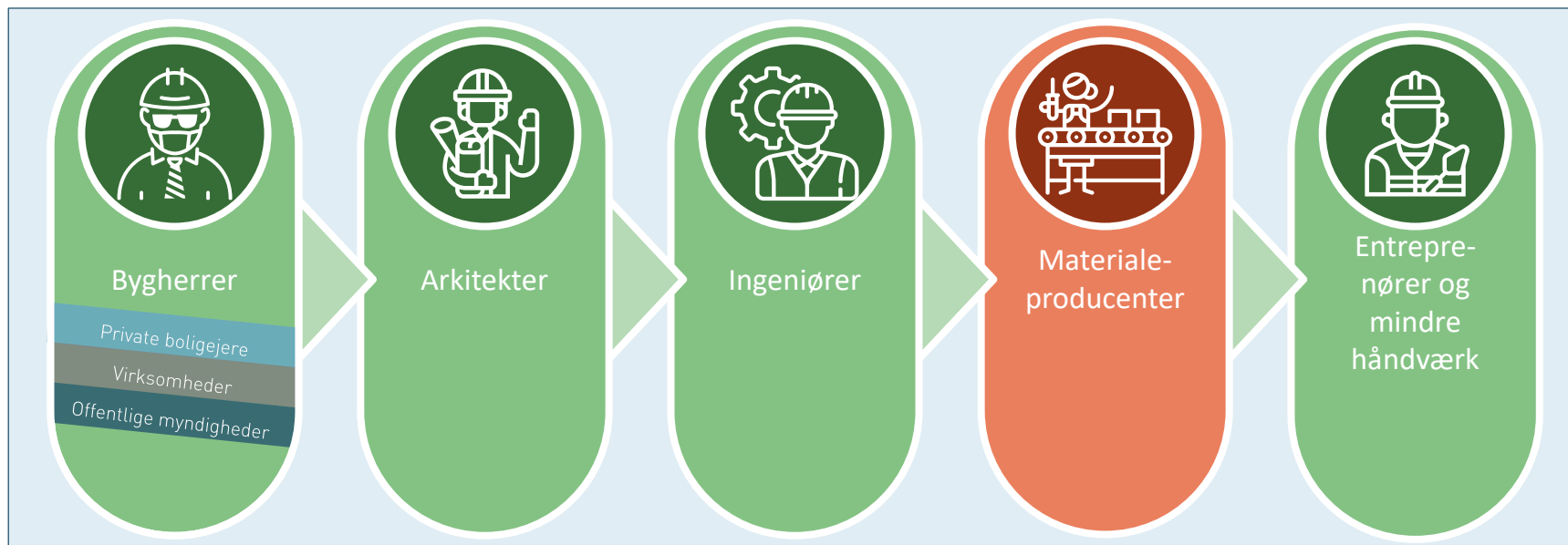


Overblik over bygge- og anlægserhvervet i København – en lang værdikæde med tre forskellige typer af slutkunder



Bygge- og anlægserhvervet består af virksomheder inden for de fem nedenstående elementer i værdikæden. I vores undersøgelse har vi talt med repræsentanter på tværs af værdikæden, på nær materialeproducenter, der ikke fylder meget i København.

Der er tre typer af slutkunder (bygherrer) inden for bygge- og anlægserhvervet. Det er 1) private boligejere, 2) virksomheder og 3) offentlige myndigheder og institutioner.



Note: Materialeproducenter er ikke omfattet af analysen, da branchen ikke fylder meget i København



Corona-krisens hidtidige betydning for bygge & anlæg i København

Mindre virksomheder ramt pga. fald i efterspørgsel fra private, men begyndende problemer hos især arkitekter pga. mindre

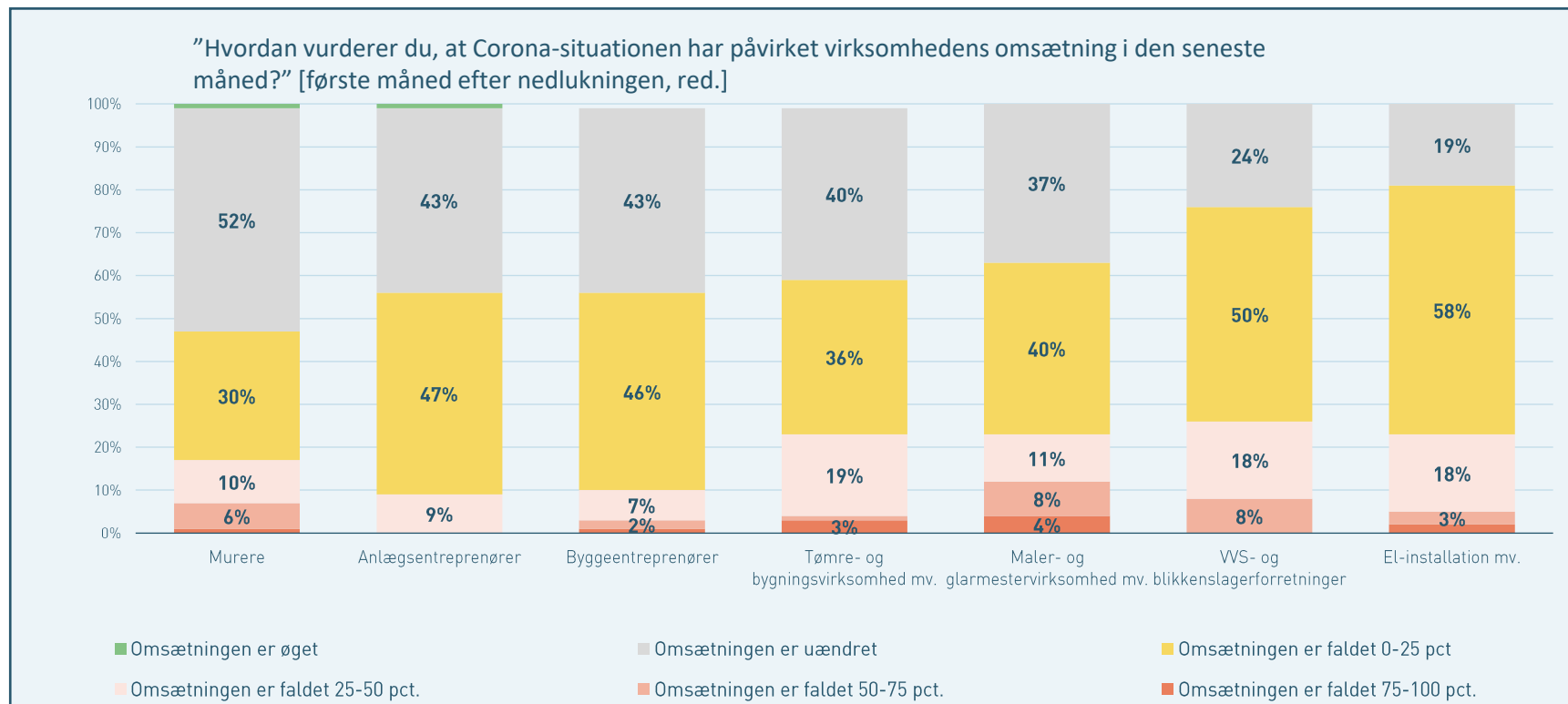


- Overordnet set, er bygge- og anlægsbranchen ikke så hårdt ramt som andre erhverv.
- Erhvervets projekter består dels af små opgaver og dels af større, længerevarende projekter. På det første område har entreprenører og håndværksvirksomheder oplevet en mindre nedgang pga. fald i efterspørgslen og begrænset mulighed for tilgang til boliger.
- Ligeledes er virksomheder med mange små-opgaver (fx malere, VVS'ere og elinstallatører) hårdere ramt.
- Branchen har haft fin adgang til byggepladser mv., men ikke opgaver i fx butikker, boliger og befolkede offentlige bygninger.
- Der har både i Danmark og globalt været god fremdrift i igangsatte projekter inden for erhvervsbyggeri og offentligt byggeri. Men virksomhederne begynder at opleve nedgang i omsætningen pga. fald i nye projekter (især arkitekter, der typisk er de første, der berøres).
- Den forholdsvis beskedne nedgang i omsætningen for branchen som helhed er således relateret til, at det har været muligt at fortsætte på projekter, der blev igangsat før krisen.
- Produktiviteten er i mindre grad blevet påvirket af et større koordinationsbehov ift., hvornår forskellige typer af håndværkere kan være på en byggeplads (time slots).
- Ingen virksomheder har oplevet mærkbare forsyningsproblemer på materialesiden.



Corona-krisens påvirkning af bygge & anlæg på landsplan

Kun mindre forskelle inden for entreprenører og mindre håndværk – indearbejde er hårdest ramt



Kilde: Danmarks Statistik



Positive effekter af Corona-krisen for bygge & anlæg

Accelererende udvikling i digitaliseringen kan betyde markant produktivitetsstigning

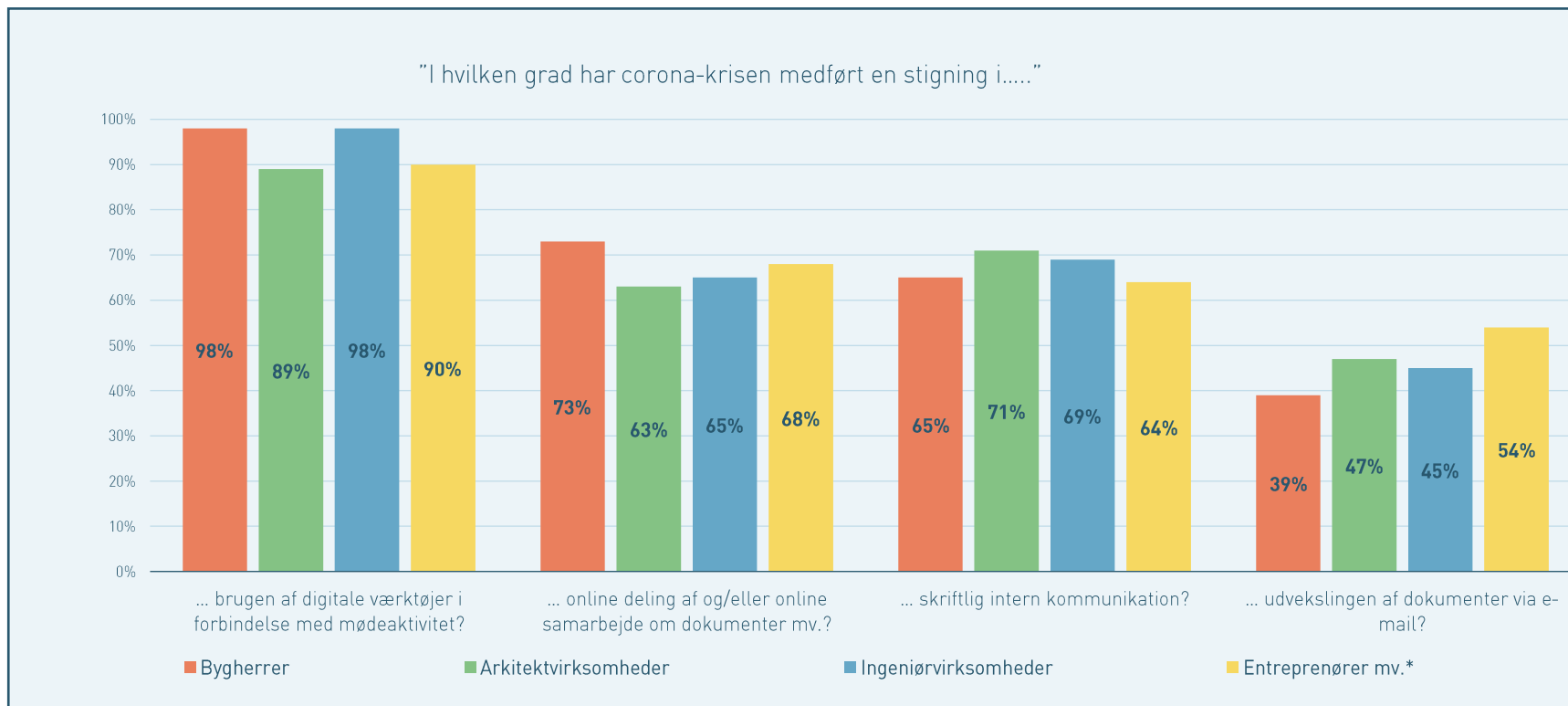


- Krisen har accelereret brugen af digitale værktøjer i branchen til gavn for den langsigtede produktivitetsudvikling.
- Bygge- og anlæg er en relativt mødetung branche, hvor der går meget tid med transport. Digitale møder har vist sig at være mindst lige så nyttige med et par ekstra fordele:
 - Man kan inkludere eksperter, herunder fra udlandet, uden tydelige rejseomkostninger. Det vurderes som meget positivt for kvaliteten og effektiviteten i byggeprojekter.
 - Datatungt digitalt materiale, som fx benyttes i tekniske gennemgange og kvalitetssikringer, fungerer bedre ved virtuelle møder, hvor man kan dele skærm og sikre, at alle kigger på det samme.
- Desuden har digitaliseringen ført til et øget brug af kvalitetsskabende teknologier, som AR/VR, digital underskrivning og dokumenthåndtering samt digitale projektplatforme.
- Endelig har især rådgivnings- og arkitektvirksomheder været nødsaget til at lade medarbejdere arbejde hjemmefra. Det har vist sig at påvirke produktiviteten positivt i mange sammenhænge. Derfor bliver hjemmearbejde i fremtiden et fleksibelt værktøj, som mange virksomheder vil benytte sig af.



Digitalisering af bygge & anlæg under corona-krisen

Krisen har øget brugen af digitale teknologi i hele værdikæden ift. både kommunikation og projektsamarbejde

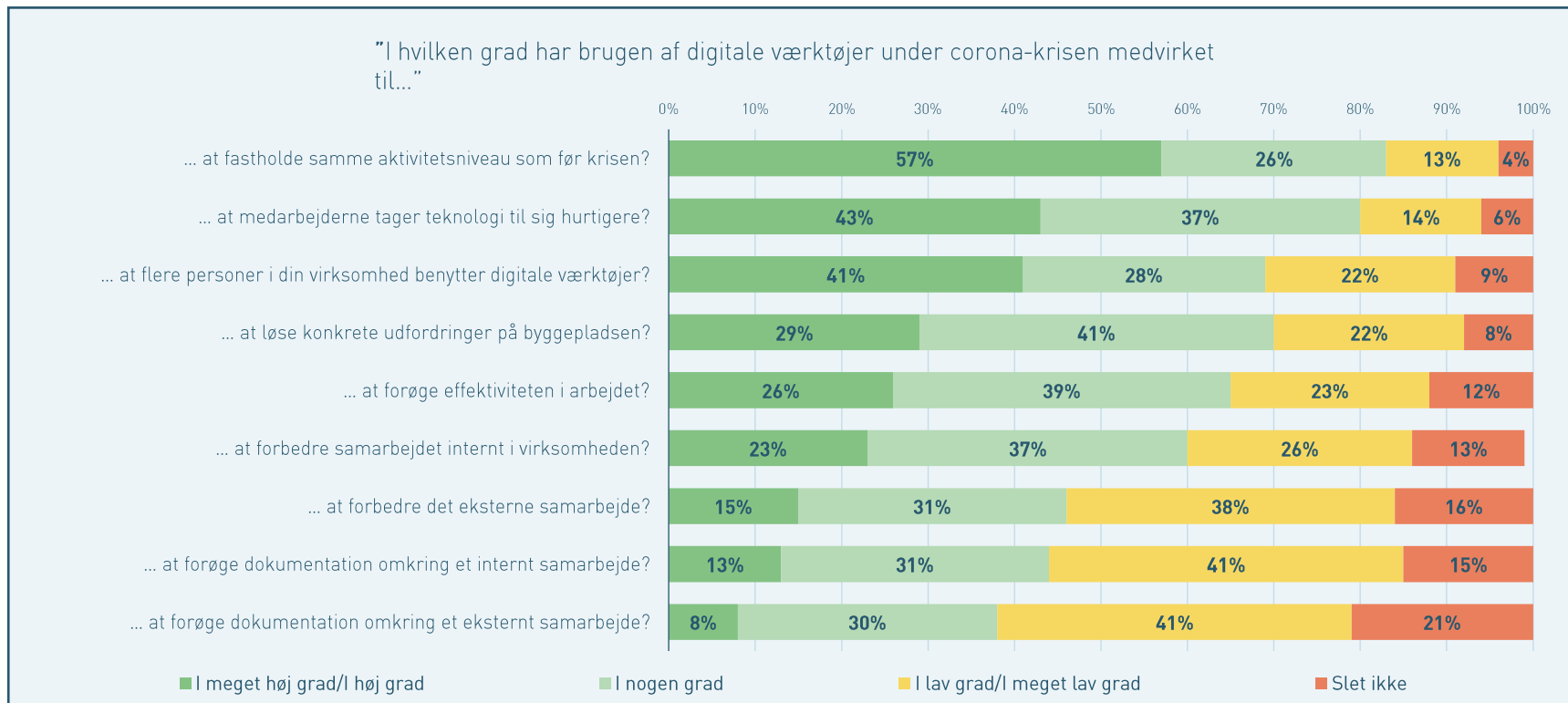


Kilde: Molio

Note: Figuren viser andelen af respondenter, som har svaret "i meget høj grad", "i høj grad" eller "i nogen grad". *Gruppen omfatter entreprenører, håndværkervirksomheder, materialeproducenter og grossistvirksomheder. Gruppen er især domineret af entreprenørvirksomheder.

Øget udbredelse af digitale værktøjer i bygge & anlæg

Har medvirket en række forbedringer i effektivitet, samarbejde og problemløsning





Corona-krisens forventede betydning for bygge & anlæg i resten af 2020 og årene efter

Bekymringer for faldende aktivitet i erhvervsbyggeriet og for timing af offentlige projekter



- Forventning om, at corona-krisen i sommer/efterår vil have modsat effekt af i foråret. De små opgaver vil komme tilbage, mens større projekter og nybyggeri frygtes påvirket af krisen og usikkerhed inden for vigtige brancher (fx hotelbyggeri).
- Der forventes især faldende efterspørgsel på erhvervsbyggeri på de sydeuropæiske og nord-amerikanske markeder, mens det endnu virker usikkert, hvor meget aktiviteten vil falde på det danske marked.
- I forhold til det offentlige byggeri oplever flere virksomheder faldende aktivitetsniveau omkring udbud og dialog inden for broer, veje, cykelstier, byplanlægning, etc.
- Der er dog forventninger om stigende kommunal aktivitet i resten af 2020 pga. fjernelsen af anlægsloftet og en politisk vilje til at prioritere bygge- og anlægs-projekter.
- Der er bekymringer om, hvorvidt fremrykning af offentlige projekter kan bidrage til at forværre krisen i 2021/22, hvor et fald i det private nybyggeri forventes at slå igennem længere ned i værdikæden.
- På kortere sigt er det også vigtigt at tage højde for, at erhvervet i mindre grad end før krisen har adgang til udenlandsk arbejdskraft.



De største udfordringer for bygge & anlæg

Vigtigt med fokus på mindre virksomheder, grøn omstilling og timing af offentlige bygge- og anlægsprojekter

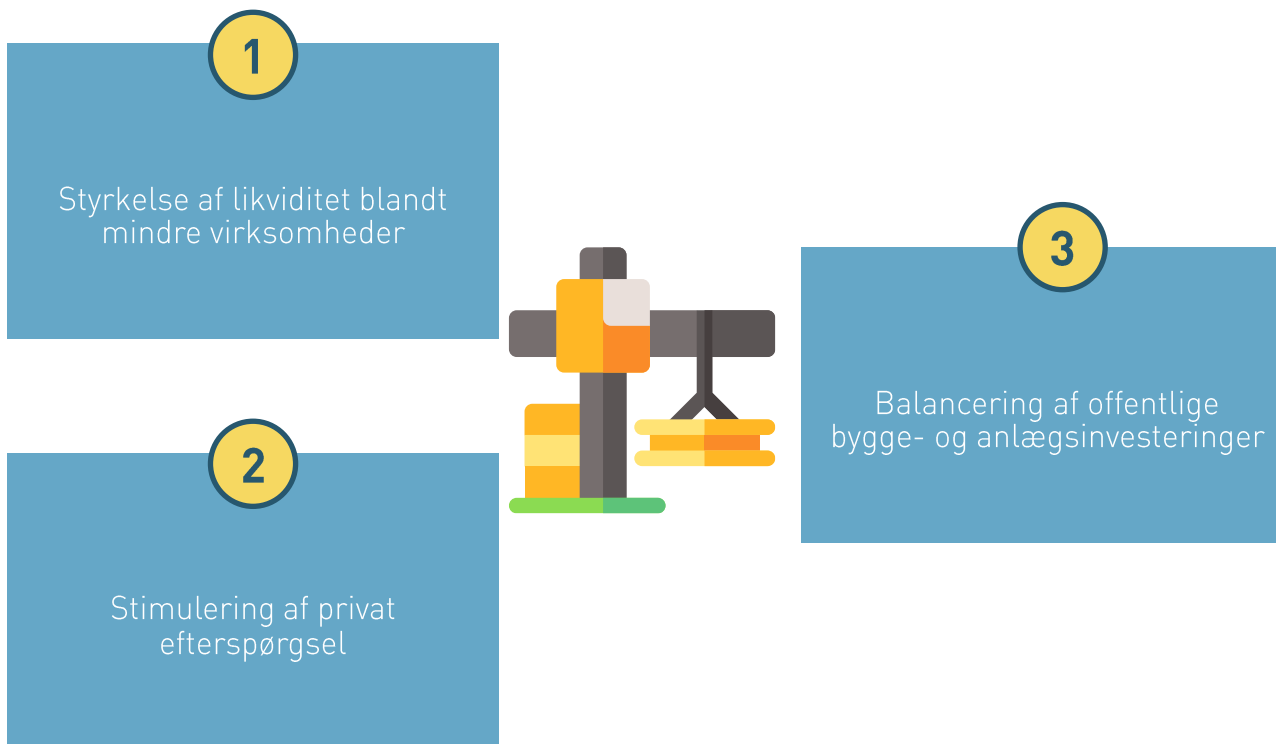
Kort sigt

- En del mindre entreprenører og håndværksvirksomheder er pressede på likviditeten.
- Meget vigtigt at time øgede offentlige anlægsinvesteringer og fremrykning af renoveringsprojekter med 1) udviklingen på det private marked samt 2) udviklingen i adgang til udenlandsk arbejdskraft. Det er således vigtigt at undgå:
 - Overophedning i dele af værdikæden.
 - Stort aktivitetspres hos virksomheder, som er på offentlige rammeaftaler.
 - Store udsving i den samlede aktivitet og efterspørgsel over de kommende 2-3 år.

Lidt længere sigt

- Corona-krisen har accelereret den digitale omstilling i branchen. Det udfordrer især entreprenører og håndværksvirksomheder, der mangler digitale kompetencer.
- Fald i antallet af nye projekter i det private erhvervsbyggeri vil langsomt sive ned gennem værdikæden og skabe udfordringer for en del SMV'er på længere sigt.
- Vigtigt for både klimaet og den igangværende omstilling i branchen at fastholde trend i retning af fokus på grønne arealer og bæredygtigt byggeri i kommunerne.

Kortsigtede mål for lokale tiltag til støtte af bygge & anlæg under corona-krisen



Langsigtede mål for lokale tiltag til støtte af bygge & anlæg under corona-krisen



4

Styrkelse af digitale kompetencer i hele værdikæden

5

Fortsat fokus på bæredygtighed og grøn omstilling



6

Involvering af SMV'er i offentlige bygge- og anlægsopgaver



Idéer til lokale tiltag til støtte af bygge & anlæg i København

1 Styrkelse af likviditet blandt mindre virksomheder

2 Stimulering af privat efterspørgsel

3 Balancering af offentlige bygge- og anlægsinvesteringer

4 Styrkelse af digitale kompetencer i hele værdikæden

5 Fortsat fokus på bæredygtighed og grøn omstilling

6 Involvering af SMV'er i offentlige bygge- og anlægsopgaver

Prioritering af kommunal byggesagsbehandling 1 2

Branchen bifalder generelt, at Københavns Kommune har forkortet sagsbehandlingstiderne for byggesager, men understreger samtidig, at det er afgørende, at hurtig sagsbehandling fortsat prioriteres højt for at sikre tilstrækkelig aktivitet i erhvervet.

Incitamentskabelse i det private byggeri 2

I den kommende usikre periode med negativ vækst og stigende ledighed er det vigtigt at stimulere det private byggeri. Det er bl.a. vigtigt at understøtte fortsat aktivitet i erhvervsbyggeriet, herunder igangsættelse af nye projekter.

Også den private efterspørgsel kan komme under pres, hvis krisen bliver dyb og langvarig.

Flere virksomheder efterlyser en samlet plan for stimulering af det private byggeri, der fx kan omfatte lempelse af eksisterende restriktioner for privat byggeri, fjernelse af byggesagsgebyrer og udlægning af arealer til byggeri.

Kommunal overtagelse af projektlederrollen 6

Flere SMV'er, som har deltaget i offentlige byggeprojekter, peger på, at det har negative konsekvenser for deres deltagelse, at projektlederne typisk er større virksomheder.

Et forslag er derfor, at kommunen skaffer entreprenør-kompetencer in-house, så man selv kan hyre fagentrepriser ind til byggeprojekter.

Dialog om fremrykning af bygge- og anlægsprojekter 3

Der er en bekymring for, hvordan kommunerne timer fremrykningen af bygge- og anlægsprojekter. Det er vigtigt, at fremrykninger times med udviklingen i erhvervsbyggeriet og adgangen til udenlandsk arbejdskraft. Der kan derfor indledes en dialog med bygge- og anlægsbranchen for at planlægge udviklingen af over de kommende 1-2 år. Det vil fx være naturligt at prioritere større nybyggerier på kort sigt, hvor antallet af nye private projekter forventes at falde. Omvendt kan det være fornuftigt at igangsætte flere mindre renoveringsprojekter på lidt længere sigt, hvor en opbremsning af det private nybyggeri vil sætte sig længere nede i værdikæden.



Idéer til lokale tiltag til støtte af bygge & anlæg i København

1 Styrkelse af likviditet blandt mindre virksomheder

2 Stimulering af privat efterspørgsel

3 Balancering af offentlige bygge- og anlægsinvesteringer

4 Styrkelse af digitale kompetencer i hele værdikæden

5 Fortsat fokus på bæredygtighed og grøn omstilling

6 Involvering af SMV'er i offentlige bygge- og anlægsopgaver

Mere åben udbudspolitik 6 7

Københavns Kommunes rammeaftaler og udbud er generelt meget store. Det tillader færre håndværkervirksomheder og entreprenører at byde på offentlige opgaver, og det er særligt de mindre virksomheder der rammes.

Samtidig viser undersøgelser lavet af SMVdanmark, at der ikke er økonomiske stordriftsfordele ved dette, ift. sammenlignelige kommuner, der laver mindre udbud. Desuden befinder de fleste større bygge- og anlægsvirksomheder sig uden for København, og bidrager derfor ikke med fx lærepladser.

Virksomheder peger på, at Københavns Kommune:

- I højere grad kan gøre det attraktivt for mindre byggeentreprenører at byde ind på opgaver vha. annoncering og vejledning.
- Kan sparre med SMV'er i branchen mhp. at få input til, hvordan man optimerer udbudsprocessen i forhold til at gøre den attraktiv for flere virksomheder.
- Kan arbejde med at lave udbud og rammeaftaler mindre, samt at så mange virksomheder som muligt er kvalificerede til at afgive tilbud.

Digital rådgivning og uddannelse 4

Corona-krisen har medført en acceleration i brugen af digitale værktøjer i bygge & anlægsbranchen. Men udviklingen skaber også et behov for et løft i de digitale kompetencer i dele af værdikæden. Der ligger en stor opgave for de håndværksmæssige uddannelser i at indtænke brug af digitale teknologier tidligt i de håndværksmæssige uddannelser. Derudover er der behov for målrettede efteruddannelsesforløb inden for digitale værktøjer til styring og koordination af projekter.

Der er endvidere behov for at sikre entreprenører og håndværksvirksomheder adgang til sparring om digitalisering og hjælp til at tage digitale platforme i brug i virksomheden.

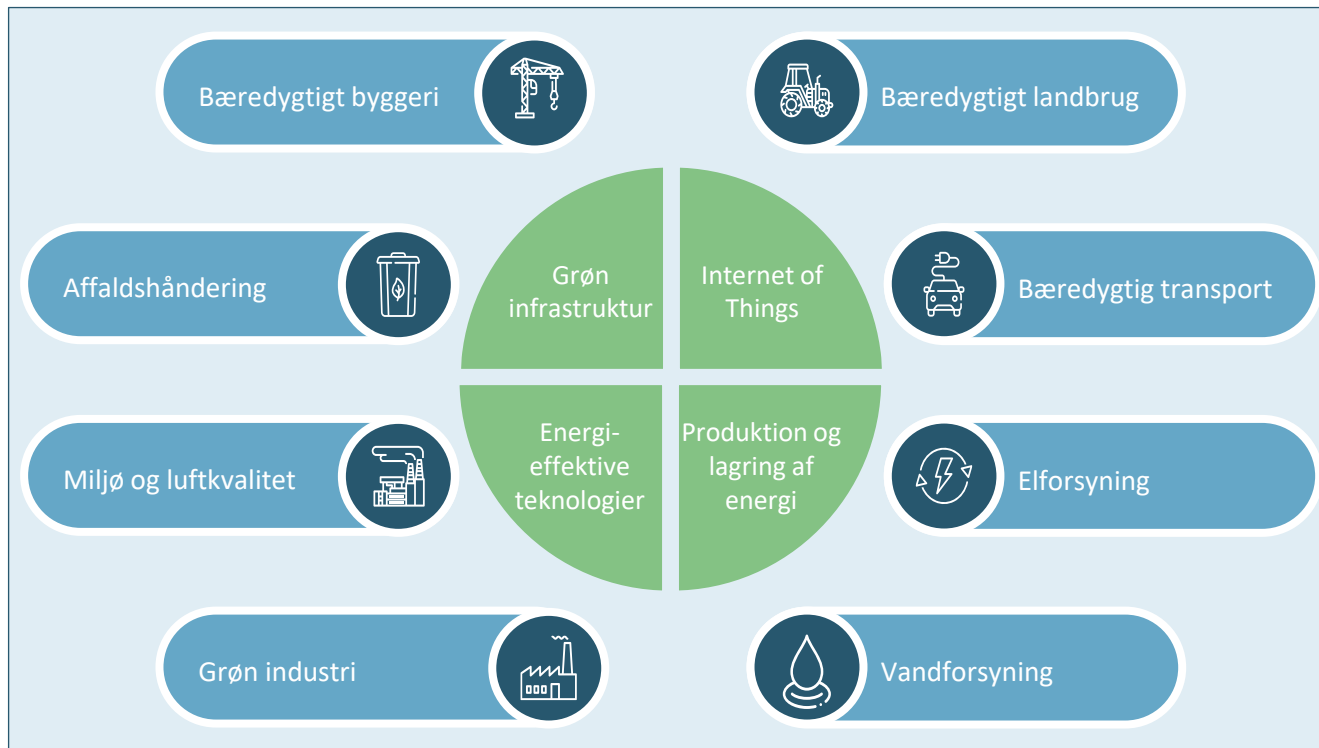
Prioritering af bæredygtige og grønne projekter 5

Corona-krisen vil skabe en øget efterspørgsel efter grønne og åbne områder, både for lokale og turister. Virksomhederne anser det som vigtigt, at Københavns Kommune fortsat prioriterer udvikling af grønne projekter, der samtidig kan bidrage til at opbygge kompetencer i virksomhederne, der på sigt kan styrke eksportmulighederne.

4. Corona-krisens påvirkning af cleantech i København



Overblik over **Cleantech-erhvervet** i København – et teknologitungt erhverv der retter sig mod mange forskellige markeder og sektorer



Cleantech-erhvervet beskæftiger sig med forskellige former for teknologi, der bidrager til grøn omstilling og øget bæredygtighed. Det gælder både inden for energiproduktion, energilagring, energieffektiviseringer, infrastruktur og intelligente systemer.

Teknologierne henvender sig til en lang række markeder, som vist i figuren til venstre.

De interviewede virksomheder beskæftiger sig bl.a. med udvikling og produktion af produkter og løsninger relateret til el-biler, affaldshåndtering og forsyning.



Corona-krisens hidtidige betydning for cleantech i København

Virksomhederne er påvirket meget forskelligt, hvilket afspejler, at de er på forskellige udviklingsstadier og markeder



- Branchen består af forskellige typer virksomheder med forskellige teknologier, kundegrupper og på forskellige udviklingsstadier. Det betyder også store forskelle i, hvordan corona-krisen har påvirket virksomhederne.
- Blandt de interviewede virksomheder har de fleste oplevet et mindre fald i omsætningen på 5-20% (i forhold til det forventede). Men eksportvirksomheder er typisk mere udfordret.
- Branchen har i bred udstrækning gjort brug af hjemmekontorer for medarbejdere. For nogle virksomheder har det givet problemer ift. små børn og manglende muligheder for fysiske møder. Men for andre er produktiviteten øget pga. mindre transporttid og mere effektive møder.

Følgende faktorer har været afgørende for, om/hvordan Covid-19 har påvirket cleantech virksomhederne:

- **Udvikling vs. produktion.** Nogle producerende virksomheder er blevet ramt af fald i efterspørgslen og restriktioner, mens udviklingsvirksomheder stort set er upåvirket.
- **Eksport.** Eksporterende virksomheder er ramt pga. nedlukkede delmarkeder og fald i private investeringer.
- **Muligheder for digitalt salg.** Nogle cleantech-produkter er vanskelige at sælge online, fordi de er relativt komplekse, skal demonstreres, pilottestes eller er knyttet til forretningsmodeller med indbyggede services.



Corona-krisens forventede betydning for cleantech i resten af 2020 og årene efter

Økonomisk krise kan påvirke branchen, hvis bæredygtighed ikke prioriteres højt



- Den store trussel på lidt længere sigt for cleantech-branchen er en dybere økonomisk krise. Flere cleantech-virksomheder er bekymrede, da de umiddelbare merudgifter ved indkøb af grønne løsninger er et let sted at spare for virksomheder og myndigheder - set med kortsigtede økonomiske briller.
- Derudover kan en længere krise føre til færre investeringer på et område, der er stærkt afhængig af investeringer i ny teknologi.
- Der er delte vurderinger, hvordan bæredygtighed vil blive prioriteret globalt af virksomheder og myndigheder i kølvandet på Covid-19.

- Der peges i interviewene på tre scenarier for den københavnske cleantechs nærmeste fremtid, der relaterer sig til, hvordan Danmark og omverdenen reagerer på en eventuel længerevarende krise ift. bæredygtighed. De er vist i tabellen herunder.

	Danmark prioriterer bæredygtighed	Danmark prioriterer ikke bæredygtighed
Omverdenen prioriterer bæredygtighed	(1) Branchen vil fortsat blomstre	Ikke realistisk
Omverdenen prioriterer ikke bæredygtighed	(2) Branchen vil kunne udbygge sin teknologiske førerposition	(3) Branchen vil tabe momentum



De største udfordringer for cleantech-erhvervet

Cleantech-virksomhedernes udfordringer varierer efter marked og efter, om de har produkter på markedet eller stadig er i udviklingsfasen

Startups

- Adgang til kapital er en udfordring for mange cleantech startups. Herunder er det en udfordring, at der mangler kompetente investormiljøer inden for grøn teknologi.
- Startups baserer sig ofte på kombinationer af hardware, software og services. Det kan være svært at identificere den rette forretningsmodel og lægge en samlet go-to-market strategi, herunder ift. finansiering.
- Unge virksomheder har brug for at udvikle nye løsninger i samspil med potentielle kunder. Rammer for og incitamentter til at samarbejde med offentlige kunder er derfor vigtigt for branchen.
- Der mangler rammer for at demonstrere nye løsninger for potentielle kunder. Kommunerne opleves ofte som lukkede og svære at komme i kontakt med.

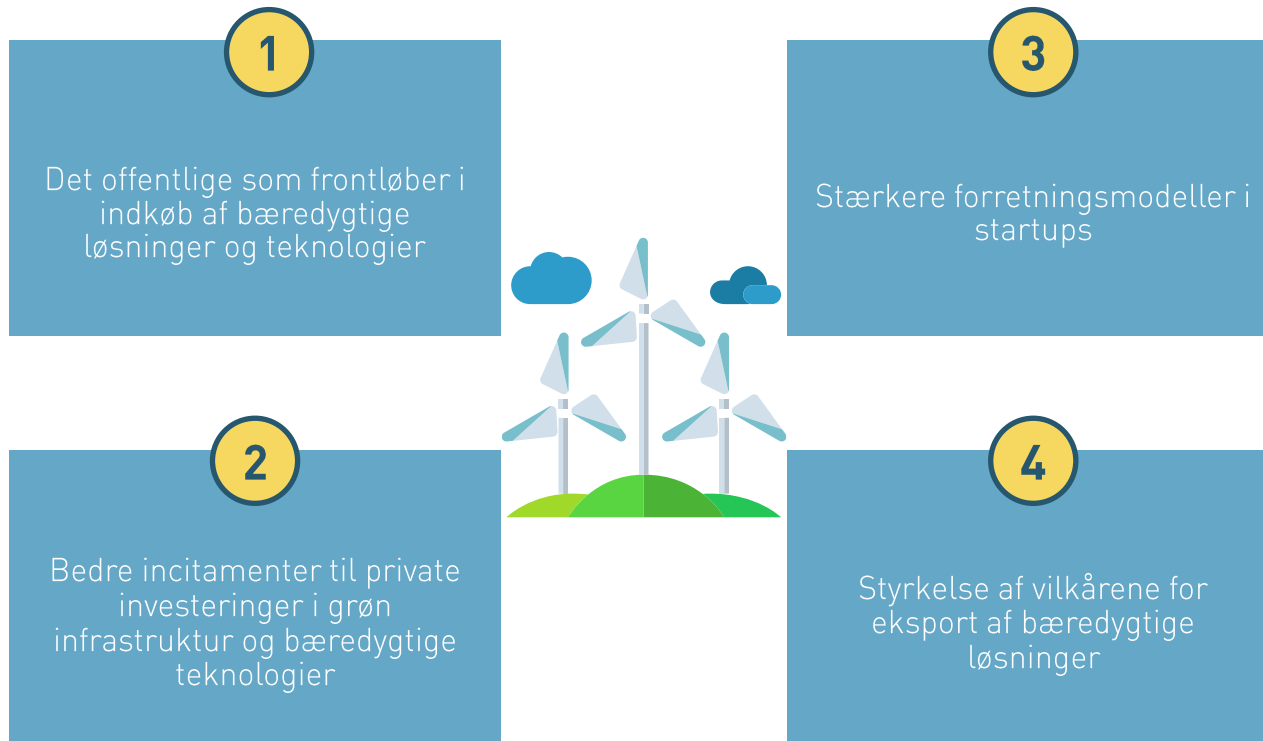
Etablerede virksomheder

- Det er ofte vigtigt for eksport af nye cleantech produkter, at virksomhederne har stærke referencer fra hjemmemarkedet.
- Det er vigtigt, at der skabes stærkere incitamentter for, at private investorer i infrastruktur for grøn transport. Fx inden for elbilsområdet.
- Der er for lille vidensspredning på tværs af både offentlige og private aktører om fordele og effekter af investeringer i grønne/bæredygtige løsninger. Det hæmmer udbredelsen af cleantech-produkter.
- Fortsat brug af traditionelle udbudsformer ved offentlige indkøb hæmmer mulighederne for at udbrede grønne løsninger, der sparer energi og bidrager til klimamål.



Mål for udvikling af cleantech-branchen i København

Hvad vurderer erhvervet kan styrke væksten under og efter krisen?





Idéer til lokale tiltag til støtte af cleantech-branchen i København

- 1 Det offentlige som frontløber i indkøb af bæredygtige løsninger og teknologier
- 2 Bedre incitamentter til private investeringer i grøn infrastruktur og bæredygtige teknologier
- 3 Stærkere forretningsmodeller i startups
- 4 Styrkelse af vilkårene for eksport af bæredygtige løsninger

Brug af innovative udbudsformer 1

En del cleantech virksomheder har det offentlige marked som et vigtigt marked. Kommunerne kan understøtte vækst og innovative inden for cleantech gennem innovative indkøb. Der peges i interviewene bl.a. på følgende initiativer:

- Øget brug af nye udbudsformer som innovationspartnerskaber – gerne i samarbejde mellem flere kommuner.
- Københavns Kommune kan gå sammen med andre kommuner om at udbyde problemstillinger (fx inden for energieffektiviseringer), som virksomhederne efterfølgende skal udvikle løsninger på og demonstrere dem i pilotdrift – evt. i samarbejde med kommunale institutioner og universiteter. Projekterne kan fx medfinansieres af fonde eller EUDP.

Som inspiration til brug af innovative udbudsmodeller kan nævnes Helsinkis [Energy Challenge](#), der er en online open innovation-plattform for samarbejde, eller [City Innovate](#) i San Francisco, der faciliterer bæredygtige, innovative udbud.

Brug af Københavns Kommune som reference 1 4

Eksporterende cleantech-virksomheder, som sælger til – eller laver pilotprojekter i samarbejde med – Københavns Kommune, vil gerne benytte kommunen som reference ved internationalt salg.

Men flere oplever det som vanskeligt at få lov til at benytte Københavns Kommune som reference. Kommunen virker ifølge virksomhederne som tilbageholdende med at fremhæve én privat virksomhed frem for andre. Det kan hæmme eksporten, da udenlandske kunder og investorer kan undre sig over, hvorfor en tidligere kunde ikke vil udtale sig om projektets/varens kvalitet. Virksomhederne foreslår derfor at ændre praksis.

Bedre infrastruktur for grøn transport 2

Kommunerne kan spille en væsentlig rolle i udbredelse af el-biler og grøn transport. Det vil bidrage til at realisere klimamål og hjælpe cleantech-virksomheder til vækst. Der peges på, at følgende initiativer kan understøtte private investeringer og skabe vækst i lokale cleantechvirksomheder:

- Forøgelse af loftet for ladestandere til el-biler.
- Hurtigere sagsbehandling på ansøgninger til parkeringspladser for el-biler og bedre skiltning.



Idéer til lokale tiltag til støtte af cleantech-branchen i København

- 1 Det offentlige som frontløber i indkøb af bæredygtige løsninger og teknologier
- 2 Bedre incitamentter til private investeringer i grøn infrastruktur og bæredygtige teknologier
- 3 Stærkere forretningsmodeller i startups
- 4 Styrkelse af vilkårene for eksport af bæredygtige løsninger

Offentlige indkøb af bæredygtige løsninger 1 4

Det vides ikke, hvordan markedet for bæredygtige løsninger vil reagere på en eventuel længerevarende økonomisk krise.

Danmark har på en række grønne områder en global førerposition. Det gælder fx inden for energilagring samt køling. Det er vigtigt at udnytte vores førerposition, herunder at offentlige aktører går forrest og investerer i nye løsninger, der kan reducere energiforbrug og CO₂-udledning.

Det er derfor vigtigt at eliminere barrierer for grønne og bæredygtige indkøb i kommunerne. Københavns Kommune kan gå forrest gennem følgende typer af initiativer:

- Udvikling af værktøjer til at foretage helhedsvurdering af grønne indkøb, herunder i forhold til totaløkonomi og bidrag til at realisere kommunens mål om CO₂-neutralitet i 2025.
- Facilitering af messer/cleantechdage, hvor startups kan præsentere og demonstrere deres løsninger, herunder med mulighed for at demonstrere løsningernes effekter hos eksisterende kunder.

Tilskynde til indkøb af bæredygtige løsninger 1 4

I forlængelse heraf oplever cleantech-virksomheder, at forsynings-selskaber, skoler, kulturinstitutioner mv. er tilbageholdende med grønne indkøb. De vælger ifølge virksomhederne ofte de løsninger, der er billigst at investere i uden skelen til fx afledte energiomkostninger.

Det foreslås derfor af flere virksomheder, at Københavns Kommune tilskynder til grønne indkøb – og herunder fx tilbyder rådgivning i totaløkonomiske vurdering af grønne indkøb.

Uvildig sparring om forretningsmodeller og finansiering 3

Cleantech-virksomheder arbejder ofte med en kombination af produkter og services, herunder datadrevne services til reduktion af energiforbrug i fx bygninger og transport. Det kan være en stor udfordring for nye virksomheder at etablere den rette forretnings-model og præsentere nye koncepter for investorer. Bl.a. fordi der ikke er et stærkt investormiljø i Danmark.

Der kan på den baggrund udvikles erhvervsfremmetilbud, der kombinerer uvildig sparring og mentorforløb. Nye cleantech-virksomheder har behov for spar-ring fra personer, der besidder det rette mix af kompetencer inden for digitalisering, forretningsmodeller og tiltrækning af kapital.



5. Generelle anbefalinger til lokale indsatser under corona-krisen [på tværs af brancher og kommuner]



Generelle anbefalinger til lokale tiltag på tværs af brancher

Tæt dialog og føling med det lokale erhvervsliv

Corona-krisen har ramt og rammer de lokale virksomheder vidt forskelligt. Nogle har oplevet vækst og udviklet nye forretningsmuligheder – andre er truet på deres eksistens. Nogle har overstået det værste – andre forbereder sig på at blive ramt.

Det er derfor blevet endnu mere vigtigt, at der er en tæt dialog mellem de lokale virksomheder, myndigheder og andre aktører, så de lokale erhvervsfremmetiltag løbende kan tilpasses og bedst muligt adressere virksomhedernes behov og udfordringer.

På tværs af brancher og virksomhedssegmenter er der i projektet blevet identificeret en række generelle input til lokale tiltag og fokusområder, som kort er sammenfattet neden for.



Hold kommunen åben og sikker under nedlukning

Fasthold eller styrk servicemål, sagsbehandlingstider, børnepasning og sikker transport for at modvirke produktivitetstab



Fokus på lokale leverandører i udbud og opgaveløsning

Køb lokale produkter og ydelser på tværs af brancher og involver aktivt lokale leverandører i udbudsprocesser



Nødberedskab i lokal erhvervsservice

Opret fx hotline, digitaliser ydelser og tilbyd proaktivt særlige services, rådgivning og hjælp til sårbare virksomheder



Beskæftigelses- og uddannelsestilbud for ledige

Skab værktøjer og ydelser, der bidrager til hurtig opkvalificering af ledige og hav fokus på tæt samarbejde ml. jobcentre



Tilpasning af regler, regulering og håndhævelse

Vær fleksibel i tolkningen af lokale og nationale krav med henblik på at understøtter hurtig omstilling og fastholdelse af omsætning



Deling af viden og erfaringer

Stimuler udveksling af viden og erfaringer om håndtering af corona-krisen på tværs af virksomheder



Bilag: Interviewliste

Cityhandel og cityturisme

- Christian Hincheldey, indehaver, A.C. Perch's Thehandel
- Michael Steen Larsen, ejer, Bindsbøl
- Nina Petersen, butikschef, Helsam
- John Hansen, direktør, Kbh. Commerce & Culture
- Peter Fabricius, økonomidirektør, Magasin
- Anika Petersen, butikschef, Pandora Flagship Store
- Inga Walløe, adm. direktør, Sommerfuglen
- Kirsten Brøchner, direktør, Arthur Hotels
- Sara Fredfelt, museumsinspektør, Dansk Jødisk Museum
- Kristian Linde, ejer/direktør, Kødbyens Fiskebar
- Gitte Hansen, ejer/direktør, Mormors Café
- Mikkel Ledertoug, hotel manager, Hotel/Restaurant Nimb
- Mikkel Sonne, general manager, Ripleys Believe IT Or Not
- René Kristensen, CEO, Tholstrup
- Lars Liebst, adm. direktør, Tivoli
- Mikkel Aarø-Hansen, CEO, Wonderful Copenhagen

Bygge & anlæg

- Erik Preus, CFO, Arpe & Kjeldsholm
- Eva Rindom, adm. direktør, Atkins Danmark
- Sheela Søgaard, adm. direktør, Bjarke Ingels Group
- Balder Johansen, daglig leder, Byggefirmaet Logik & Co.
- Frants Frank Nielsen, adm. direktør, Dorte Mandrup
- Nicolai Silver, adm. direktør, Norh Entreprise
- Jakob Brandt, vicedirektør, SMVdanmark
- Gyrithe Saltorp, adm. direktør, Vilhelm Lauritzen Arkitekter

Cleantech

- Casper Kirketerp-Møller, CEO, Clever
- Rune Kirt, CEO, Kirt Thomsen
- Anders Engdal, CEO, Nordsense
- Christian Ulrik von Scholten, CEO, North Q
- Mogens Løkke, director business development, Nuwe Denmark
- Lars Munkøe, direktør, Purix

IRISgroup



IRIS GROUP

JORCKS PASSAGE, OPGANG 1B, 4. SAL

DK-1162 KØBENHAVN K

IRISGROUP@IRISGROUP.DK

WWW.IRISGROUP.DK