

Error! Reference source not found.



Dialogprojektet v/Frederikssund Kommune

Ny By ved Store Rørbæk

Undersøgelse af erhvervspotentialet

December 2005

Ny by ved Store Rørbæk

Undersøgelse af erhvervspotentialet

December 2005

Rambøll Management
Nørregade 7A
DK-1165 København K
Denmark

Tlf: 3397 8200
www.ramboll-management.dk

Indholdsfortegnelse

1.	Resumé og konklusioner	1
2.	Indledning	6
2.1	Undersøgelsens baggrund	6
2.2	Formål	6
2.3	Datakilder og metode	7
2.4	Rapportens indhold og struktur	7
3.	Lokaliseringsfaktorer	9
3.1	Virksomheders lokalisering	9
3.1.1	Barrierer for virksomheders flytning	9
3.1.2	Kategorier af lokalisering	10
3.1.3	Tidligere undersøgelser i Hovedstadsregionen	10
3.1.4	Strukturen i afsnittet om lokalisering	11
3.2	Adgang til arbejdskraft	11
3.3	Infrastruktur	14
3.4	Bygningsfunktionalitet	15
3.5	Omgivende miljø	17
3.6	Naboskab med andre virksomheder	18
3.7	Samlet vurdering af lokalisering	19
4.	Vurdering af erhvervspotentialet for St. Rørbæk	21
4.1	Styrker og svagheder	21
4.2	Styrker	21
4.3	Svagheder	24
4.4	Samlet vurdering af erhvervspotentialet for St. Rørbæk og scenarier for den fremtidige udvikling	25
5.	Elementer til en udviklingsstrategi	28
5.1	Vision og udviklingsstrategi	28
5.2	Udviklingsstrategi og markedsføring	31
5.2.1	Syv mulige strategier	31
5.2.2	En bredspektret strategi	32
5.2.3	Fokusering af markedsføringen	33
5.2.4	Markedsføringens organisering	34
5.3	Krav til bygninger og bymæssige rammer	35
5.3.1	Forudsætningsfaktorer	35
5.3.2	Samlokalisering	38
5.3.3	Offentlige og private serviceydelser	39
5.4	Oplevelser og kultur som dynamo for erhvervsudviklingen	40
5.5	Samspillet mellem erhvervslivet og de frivillige organisationer	43
5.5.1	Erhvervslivet som samfundsborgere i St. Rørbæk	43
5.5.2	Virksomheders motiver til et samfundsmæssigt engagement	43
5.5.3	Strategi og indsats i forhold til en lokal erhvervsudvikling med en social og samfundsmæssig profil	45
5.6	Start af erhvervsudviklingen	47
Bilag 1:	Supplerende oplysninger om lokalisering	50

1. Resumé og konklusioner

Baggrund og formål

Formålet med undersøgelsen er at belyse den nye bys potentiale for at realisere visionerne for St. Rørbæk i form af at tiltrække virksomheder og arbejdspladser, samt de vigtigste udfordringer der er forbundet hermed. Undersøgelsen er gennemført af Rambøll Management for *Dialogprojektet*, der gennemføres af en række samarbejdspartnere med Frederikssund Kommune som ejer af projektet.

Hovedkonklusion

Det centrale spørgsmål i undersøgelsen af erhvervspotentialet i St. Rørbæk er hvorvidt det er realistisk og muligt at opnå en fremtidig erhvervsudvikling i St. Rørbæk, samt hvilken styrke og karakter dette potentiale i givet fald har.

Analysen peger på en række drivkræfter, som enkeltvis og i samspil skaber og påvirker dette potentiale. I overskriftsform er disse drivkræfter:

- Der er et regionalt markedsgrundlag og efterspørgsel efter den type lokalitet som St. Rørbæk vil kunne tilbyde.
- Der kan opstå pladmangel i den øvrige Hovedstadsregion.
- Der er allerede lokalisering af medico virksomheder i nærområdet.
- Bosætningen i St. Rørbæk vil understøtte erhvervsudviklingen.
- St. Rørbæk har en nærhed til øvrige del af Hovedstadsregionen, men samtidig er Frederikssund-fingeren i dag i udkanten af Hovedstadsregionen.
- Der er kapacitetsproblemer i infrastrukturen i Frederikssund-fingeren
- Der er konkurrence fra øvrige dele af regionen om tiltrækning af virksomheder

Med afsæt i disse drivkræfter er det Rambøll Managements overordnede vurdering, at der synes at være gunstige drivkræfter og rammevilkår, som vil påvirke erhvervsudviklingen i St. Rørbæk positivt. Disse forhold danner tilsammen grundlaget for en positiv forventning til mulighederne for at opnå en erhvervsudvikling i St. Rørbæk. Imidlertid vil udviklingen på to afgørende områder – udviklingen af infrastrukturforbindelserne til St. Rørbæk og den økonomiske udvikling – have stor indflydelse på udviklingen. Undersøgelsen opstiller tre scenarier, som bl.a. viser, at en negativ indflydelse fra disse afgørende faktorer vil betyde væsentlige barrierer og bremses på indfrielsen af erhvervspotentialet.

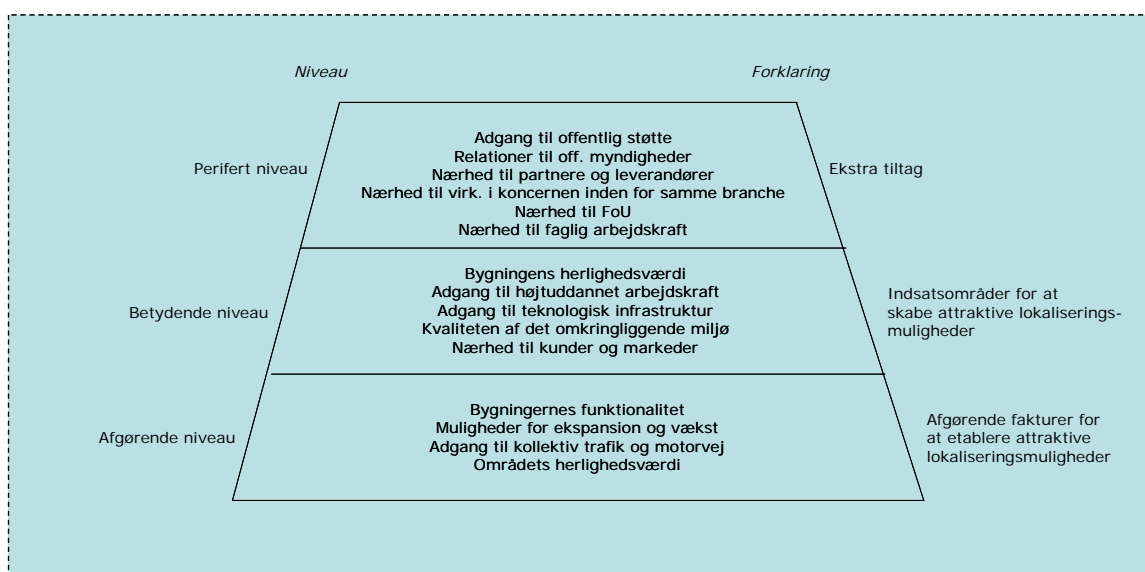
Virksomheders lokalisering

Gennem interviews med virksomheder og organisationsrepræsentanter og gennem databaser fra tidligere undersøgelser er virksomhedernes lokaliseringsfaktorer blevet undersøgt. Selv om en almindelig opfattelse er, at virksomhed generelt er tilbageholdende med hensyn til at ændre adresse, viser tidligere undersøgelser, at vidensvirksomhederne i Hovedstadsregionen er meget mobile.

Generelt tillægger forskellige typer af virksomheder forskellige lokaliseringsfaktorer varierende betydning, men de højst prioriterede faktorer er dog generelt adgangen til den nødvendige arbejdskraft, motorvejsadgang og nærhed til S-tog station. Hertil kommer krav til bygningernes funktionalitet og, for nogle virksomheder, det omgivende miljø.

Det generelle billede er illustreret i nedenstående figur, der er opstillet i forbindelse med en tidligere undersøgelse. Her er lokaliseringsfaktorerne kategoriseret efter deres betydning. De centrale parametre, adgangen til arbejdskraft, infrastrukturen til området og bygningsfunktionalitet udgør fundamentet. Herover kommer faktorer, der ikke er af central betydning, men som påvirker en lokalitets attraktivitet. Endelig er der en række mere perifere faktorer, som kan have betydning i nogle situationer, men som altså ikke er centrale eller generelle.

Figur 1: Klynge- og lokaliseringsfaktorer for alle vidensvirksomheder i Hovedstadsregionen



Kilde: Hovedstadens Udviklingsråd (HUR): *Bymæssige rammer for videns erhverv*, 2003.

Elementer i en udviklingsstrategi

St. Rørbæk har et langsigtet perspektiv. Derfor må byens udviklingsstrategi også formes gradvist i et løbende samarbejde mellem de involverede partnere. På dette tidlige stadie af processen peger Rambøll Management på nogle af de elementer, som efter vores vurdering vil være fordelagtige for realiseringen af visionen og erhvervspotentialet. Hovedpointerne er sammenfattet nedenfor.

1. Vision og udviklingsstrategi

Det er nødvendigt at have et langsigtet perspektiv på erhvervsudviklingen og fastholde visionen og ambitionerne – også når de er under pres. Derfor er det essentielt at etablere en organisation, som kan bære opgaven igennem. Med inspiration fra Ørestadsselskabet foreslår vi dannelsen af "St. Rørbæk Selskabet", som dannes som et offentligt-privat partnerskab (OPP) med deltagelse af aktører som Frederikssund Kommune, Realdania og private investorer. Selskabet har beslutningskompetence og økonomisk ansvar for udviklingen af St. Rørbæk. Selskabet skal i det daglige drives af engagerede og professionelle medarbejdere, som er ansat på vilkår der skaber stærke incitamenter for at få St. Rørbæk projektet til at lykkes.

2. Målgrupper og markedsføring

Foruden de lokalt funderede virksomheder, så er segmentet af vidensvirksomheder i Hovedstadsregionen en attraktiv og relevant målgruppe. Der er relativt høj mobilitet blandt disse virksomheder, og de er i stand til at generere vækst.

Markedsføringen af byen som mål for lokalisering af virksomheder skal gribes aktivt an og organiseres i et udviklingsråd nedsat af St. Rørbæk Selskab. Udviklingsrådet har rådgivende kompetence og sammensættes af repræsentanter for de offentlige partnere, erhvervslivet, kulturlivet og lokale foreninger. Derved kan rådets medlemmer i praksis fungere som ambassadører for St. Rørbæk i deres respektive netværk.

3. Krav til bygninger og bymæssige rammer

En række faktorer skal være på plads – en forbedring og udbygningen af infrastrukturen, by- og servicefunktioner til byens borgere, en tidssvarende teknologisk infrastruktur – for at byen har de nødvendige grundlæggende forudsætninger for at udvikle sig som erhvervsby.

Indretningen af bygningerne skaber udfordringer og skal honorere virksomhedernes behov og krav om økonomisk, kontraktmæssig og arealmæssig fleksibilitet, og indretningen skal spille sammen med nye arbejdsformer i virksomhederne. Det er vores vurdering at visse typer af virksomheder vil være interesseret i samlokalisering i rammer som fx de der er skitseret for *Byens Hus*, som St. Rørbæks kulturelle og sociale centrum. Ligeledes vil det være relevant at etablere faciliteter, der både kan bruges til virksomhedsmæssige og offentlige formål på delebasis, fx møde- og conferencefaciliteter, kombineret biograf/auditorium.

En konkret idé til et offentligt-privat samarbejde er opførelsen af et eksklusivt wellness-center med adgang både for borgere og virksomhedens medarbejdere. Undersøgelsen indikerer at erhvervslivet vil være interesserede i at gå med som medinvestorer, fordi dette center vil være attraktivt for deres medarbejdere. En mulig tilgang er at etablere centeret som et multifunktionelt hus som kombinerer wellness og idrætsfaciliteter med hotel, møde- og conferencefaciliteter, og fx gerne integreret med et efteruddannelsescenter, som drives i samarbejde med en faglig organisation eller lignende. Det er vores umiddelbare vurdering, at dette initiativ har potentialet til at blive et kulturelt og oplevelsesmæssigt fyrtårn i St. Rørbæk.

4. Oplevelser og kultur som dynamo for erhvervsudviklingen

Det er en mulighed for St. Rørbæk at vælge en offensiv strategi hvor oplevelser og kultur bruges som løftestang både for bosætningen og erhvervsudviklingen. Forudsætningen for en succesfuld strategi er imidlertid at byen er i stand til at definere et begrænset antal – to eller tre – særkender, som skal tegne byens profil og markere St. Rørbæk både internt i forhold til den lokale identitet for virksomheder og borgere og eksternt i forhold til regionen og Danmark som helhed. Er byen ikke i stand til at finde disse særkender, som skal være bæredygtige rent indholdsmæssigt, er der en stor risiko for at strategien ikke lykkes og løber ud i sandet.

Disse særkender skal identificeres og udvikles i en lokalt forankret proces, men Rambøll Managements umiddelbare bud på hvor der kunne være et potentiale er henholdsvis:

- St. Rørbæks arkitektur og byrum
- Multifunktionelt hus med hotel, efteruddannelsescenter, idrætsfaciliteter, wellness-center m.m. som kulturelt centrum og fyrtårn

- St. Rørbæk som eksperimentarium for den digitale by med fokus på samspillet mellem teknologi, arbejdsliv og privatliv

5. Samspillet mellem erhvervslivet og de frivillige organisationer

Undersøgelsen konkluderer, at tilstedeværelsen af et socialt og samfundsmæssigt engagement hos virksomhederne, som går udover det rent forretningsmæssige, ikke må blive et krav til en "adgangsbillet" til St. Rørbæk. Langt de fleste danske virksomheder er gode "samfundsborgere" med en række aktiviteter overfor medarbejdere, arbejdsmiljø, miljø og samfundsaktiviteter generelt. Det betyder, at ønsket om at have et erhvervsliv i St. Rørbæk med et samfundsmæssigt engagement langt hen ad vejen vil være opfyldt alene ved at virksomhederne placerer sig i St. Rørbæk. En lokalt forankret partnerskabsstrategi med deltagelse af virksomheder og frivillige foreninger kan bringes i spil med henblik på at udvikle aktivitetsniveauet yderligere.

6. Start af erhvervsudviklingen

Etableringen og udbygningen af St. Rørbæk, og herunder realiseringen af erhvervspotentialet er både et stort og et meget langsigtet projekt. I rapporten peger vi afsluttende på en række områder, hvor en indsats vil være nødvendig i den forholdsvis tidlige fase af by- og erhvervsudviklingen. I overskriftsform er disse:

- Frederikssund Kommune skal tage initiativer for at få andre investorer og partnere med.
- Nye OPP modeller er nødvendige for udviklingen af St. Rørbæk.
- Investeringsmodellerne skal være langsigtede pakked løsninger, som åbner mulighed for at tiltrække fx detailhandel.
- Sats på bosætningen for at skabe grundlag for erhvervsudviklingen.
- St. Rørbæk skal planlægges og udføres i etaper for at sikre liv i byen.

Etableringen og udbygningen af St. Rørbæk indebærer innovationsudfordringer

St. Rørbæk er i sig selv et eksperiment, i og med der ikke er noget tilsvarende fortilfælde på byudvikling i Danmark, og det er en del af visionen at udvikle en eksperimenterende by. I kølvandet på denne eksperimenterende tilgang følger nogle innovationsudfordringer, som udviklingsarbejdet må finde svar på hvis visionen og erhvervspotentialet skal realiseres. Disse udfordringer er nævnt i løbet af rapporten og kan sammenfattes i nedenstående punkter:

- **Bygninger:** Kommunikation mellem medarbejderne er en afgørende produktionsfaktor i vidensvirksomheder. Det er en arkitekturmæssig udfordring at skabe bygninger der understøtter kommunikationen i virksomhederne.
- **Fleksible vilkår:** Det vil understøtte virksomhedernes udvikling hvis de har mulighed for at indgå i korte, fleksible kontrakter. Tilsvarende vil det være fordelagtigt for virksomhederne at de løbende har mulighed for at op- eller nedskalere arealanvendelsen i takt med udvidelse og reduktion i forretningen.
- **Adgang til boliger:** Det vil være attraktivt for virksomheder at placere sig et sted hvor der findes gode og billige boliger – og hvor medarbejderne har mulighed for at få adgang til disse boliger. Det betyder at der skal udvikles modeller for hvorledes St. Rørbæk Selskabet i samarbejde med virksomheder kan udvikle "pakked løsninger

ger”, der tiltrækker virksomheder og samtidig tilgodeser medarbejdernes boligbehov.

- **Nye OPP-modeller for samarbejde:** For at St. Rørbæk Selskabet, og de selskaber som etableres om konkrete initiativer med selskabet som katalysator, skal blive succeser kræver det samarbejdsmodeller med attraktive incitamenter for de involverede offentlige og private partnere. De præcise formler for samarbejdet mellem partnerne skal udvikles løbende og i en dialog mellem partnerne.

2. Indledning

2.1 Undersøgelsens baggrund

I denne rapport præsenterer Rambøll Management resultaterne af en undersøgelse af det fremtidige erhvervspotentiale i forbindelse med anlæggelsen af en ny by i St. Rørbæk ved Frederikssund. Undersøgelsen er gennemført for *Dialogprojektet* som gennemføres med Frederikssund Kommune som projektejer og formand for Styregruppen og Koordinationsgruppen. Projektets parter udgøres af Frederikssund Kommune, Miljøministeriets Landsplanafdeling, Hovedstadens Udviklingsråd (HUR), Fonden Realdania, Socialministeriet og Frederiksborg Amt.

I projektføreløbet har Rambøll Management samarbejdet med og refereret til Koordinationsgruppen. Koordinationsgruppen har også fulgt arbejdet med undersøgelsen af bosætningspotentialet, som er gennemført af Statens Byggeforskningsinstitut parallelt med nærværende undersøgelse, og der er således sket en vis koordinering imellem de to projekter.

2.2 Formål

Udgangspunktet for gennemførelsen af undersøgelsen er store visioner og et højt ambitionsniveau for udbygningen af en ny by ved St. Rørbæk. Disse visioner og ambitioner er bl.a. beskrevet i Frederikssund Kommunes visionsprogram fra 2004: "Ny By ved Store Rørbæk". Der er opstillet et foreløbigt mål om 6.000 boliger og 3-6.000 private og offentlige arbejdspladser, der på forskellig måde kan være integrerede i hinanden. Der sigtes på en unik erhvervsprofil med en høj prioritering af bl.a.:

- Et kreativt og innovativt miljø, herunder et særligt kreativt kvarter og et innovationscenter for videnserhverv
- Offentligt-privat samarbejde
- Digital information og kommunikation
- En høj social profil og virksomhedernes deltagelse i frivilligt, socialt arbejde

Der satses generelt på videnserhvervene og målgruppevirksomhederne omfatter primært:

- Lokale service og produktionsvirksomheder fra Ny Frederikssund kommune og fra Frederiksværk-Hundested kommune.
- Iværksættere.
- "Kreative virksomheder".
- Regionale virksomheder.

I den nordlige udkant af St. Rørbæk, som ligger tæt på Frederikssunds sydøstlige del, forestiller man sig en satsning på virksomheder indenfor medico/sundhed, engroshandel og bygge/anlæg. Dette område, som fortrinsvis vil huse produktionsvirksomheder i et traditionelt koncept for erhvervskvarterer, forventes udlagt til erhvervsgrunde allerede inden for en kortere årrække. Dette område vil således ikke afvente etableringen og udbygningen af selve bykernen i St. Rørbæk, som først vil blive etableret omkring 2010-11 og fremefter.

Formålet med undersøgelsen er at belyse den nye bys potentiale for at realisere visionerne i form af at tiltrække virksomheder og arbejdspladser samt de vigtigste udfordringer der er forbundet hermed. I den forbindelse er det også et formål med undersøgelsen at få kortlagt virksomhedernes ideer og forventninger til byens opbygning. Desuden kortlægger undersøgelsen hvilke kriterier virksomheder lægger vægt på, når de tager beslutning om lokaliseringsring. Undersøgelsen belyser desuden følgende aspekter:

- Potentialet for samarbejde mellem private og offentlige aktører, bl.a. gennem integrering af offentligt og privat byggeri og aktiviteter
- Potentialet for skabelsen af en markant social og samfundsmæssig profil i erhvervslivet, hvor der er aktiv deltagelse af virksomhederne i byens liv og lokalsamfundet
- Udvikling af nye modeller for samarbejde mellem private virksomheder og frivillige, sociale foreninger

Undersøgelsens resultater skal umiddelbart anvendes som inspirationsgrundlag for udarbejdelsen af kommende forslag om en helhedsplan for St. Rørbæk, som gennemføres i 2006, og som vil være en central del af planlægningen og udformningen af St. Rørbæk. I et større perspektiv er det undersøgelsens formål at bidrage til grundlaget for udvikling af en by, der på samme tid virker overraskende og samtidig lever op til virksomhedernes ønsker og forventninger, og således bliver et attraktivt sted for lokalisering af virksomheder og arbejdspladser.

2.3 Datakilder og metode

Undersøgelsen om erhvervspotentialet i St. Rørbæk er baseret på to hovedtyper af datakilder:

- Eksisterende undersøgelser og data, bl.a. fra tidligere projekter om erhvervsudviklingen i Hovedstadsregionen og lokalisering af virksomheder, som Rambøll Management har gennemført for HUR.
- Interview med virksomheder og nøglepersoner med tilknytning til erhvervsudviklingen i Hovedstadsregionen og Frederikssundsområdet. Der er i alt gennemført mere end 20 interview.

Diskussionerne med virksomheder og nøglepersoner og de råd og synspunkter, som interviewpersonerne har fremsat, er indgået i analysen og har haft stor betydning for formuleringen af undersøgelsens konklusioner og vurderinger. Disse konklusioner og vurderinger er dog alene Rambøll Managements og kan ikke tilskrives nogen af de interviewede virksomheder eller nøglepersoner.

2.4 Rapportens indhold og struktur

Rapportens indhold er struktureret på følgende måde:

- Undersøgelsens hovedresultater og konklusioner er sammenfattet i afsnit 1.
- I afsnit 3 er der gennemført en analyse af de faktorer og kriterier som har særlig betydning for virksomheders lokaliseringsbeslutninger. Analysen belyser følgende faktorer, som i overskriftsform sam-

tidig angiver hvilke faktorer der især har betydning for lokaliseringen af virksomheder:

- Adgangen til medarbejdere og for medarbejdere
 - Infrastruktur
 - Bygningsfunktionalitet
 - Omgivende bymiljø
 - Naboskab med andre virksomheder
- Afsnit 4 indeholder en overordnet vurdering af erhvervspotentialet i den ny by. Afsnittet afspejler det helt fundamentale spørgsmål om det er muligt og realistisk at forvente en erhvervsudvikling i St. Rørbæk. Afsnittet sammenfatter en række centrale styrker og svagheder, som vi vurderer, påvirker – og fremover vil påvirke - mulighederne for erhvervsudvikling i St. Rørbæk. På den baggrund opstilles tre scenarier, som illustrerer mulige udviklingsretninger for erhvervspotentialet i St. Rørbæk.
 - Afsnit 3 og 4 danner grundlag for en mere specifik vurdering af erhvervspotentialet i afsnit 5. Afsnittet præsenterer Rambøll Managements vurdering af en række temaer, som både er knyttet til undersøgelsens formål, og som samtidig kan udgøre elementer i den fremtidige strategi og tilgang til erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. Med afsæt i undersøgelsens data diskuteres hvert tema, og vi vurderer hvorledes dette tema kan indgå i erhvervsudviklingen på den mest hensigtsmæssige måde.
 - En række supplerende oplysninger om virksomheders lokalisering findes i rapportens bilag.

3. Lokaliseringsfaktorer

For kommuner og regioner, der ønsker at fremme den regionale eller lokale vækst gennem virksomhedstilflytning, er det naturligvis af stor betydning at kende til baggrunden for virksomhedernes beslutninger om lokalisering. Der ved kan de gøre en mere målrettet indsats for at gøre sig konkurrencedygtige.

Analysen af lokaliseringsfaktorer, der er central i denne undersøgelse, er primært udført på baggrund af desk-research og de gennemførte interviews. De interviewede virksomheder har alle stået overfor beslutninger om lokalisering, men ingen har haft aktuelle flytteplaner. Da der er tale om et relativt beskedent antal interviews i forhold til de mange svarmuligheder på spørgsmål om de væsentligste lokaliseringsfaktorer, har vi her valgt at give tidligere udførte undersøgelser en relativt høj vægtning i vurderingerne.

I de følgende afsnit ser vi nærmere på de enkelte lokaliseringsfaktorer og hvilken betydning, disse har for forskellige virksomhedstypers flytteadfærd og lokaliseringsmønstre.

3.1 Virksomheders lokaliseringsadfærd

3.1.1 Barrierer for virksomheders flytning

Mange års erfaring med erhvervsudvikling viser, at det er svært at skabe erhvervsmæssig succes med at satse på tilflyttende virksomheder. Virksomhedernes mobilitet er ikke stor og tilbuddet om en attraktiv placering får sjældent alene virksomheder til at flytte. Som udgangspunkt kan man antage, at det er virksomheder, der af andre årsager ønsker at flytte, f.eks. som følge af vækst og deraf følgende manglende plads, der kan tiltrækkes til en attraktiv placering. I den situation er alternativet ofte en mere eller mindre hensigtsmæssig udbygning på eksisterende lokalisering, og så kan det ofte være fristende at starte fra bunden på en ny adresse.

Den generelle opfattelse fra denne såvel som fra tidligere undersøgelser er, at virksomheder er meget tilbageholdende med at flytte fra én lokalisering til en anden. De væsentligste forklaringer herpå synes at være følgende:

- den generelle tilknytning til regionen, hvor man har boet i en periode
- risikoen for, at kvalificerede medarbejdere ikke følger med ved flytning til et sted, der måske ikke opleves at have samme tilgængelighed.
- omkostningsmæssige forhold i forbindelse med husleje og flytteudgifter

Når virksomheder er i en situation, hvor de seriøst overvejer flytning pga. pladmangel eller uhensigtsmæssig lokalisering, vil de samme faktorer kunne forventes at begrænse deres flytteradius, eller de vil virke som en barriere for den endelige beslutning. Tidligere undersøgelser har således også vist, at virksomhedernes flytninger primært foregår inden for Hovedstadsregionen. Kun meget få flytter til andre regioner.

Til trods for denne tilbageholdenhed, så er der alligevel mobilitet på markedet, og på nogle områder kan der være forholdsvis meget mobilitet. Generelt

gælder det at virksomhederne flytter når de kritiske betingelser ændrer sig, fx ved stærk vækst, nedgang, ejerskifte, større ændringer i produktionsprocessen m.v. Specielt er det virksomheder i vækstsektorer, der er mobile. Når de rammer deres kapacitetsgrænse, står de som nævnt ofte i en situation, hvor de må foretage en, måske dyr udvidelse på stedet, eller flytte. En undersøgelse fra 2003 viste, at vidensvirksomhederne i Hovedstadsregionen generelt er meget mobile. En femtedel af vidensvirksomhederne var flyttet indenfor de sidste to år¹, og næsten en tredjedel forventede at ville flytte indenfor de kommende to år. Hovedårsagen til flytningerne var ekspansion og vækst og deraf manglende plads til de udvidede aktiviteter. Endvidere viser en specialkørsel af data fra samme undersøgelse, at omkring halvdelen af virksomhederne i København og Frederiksberg kommuner, der forventer at flytte, ønsker at lokalisere sig indenfor et lokalområde af fem kilometer, eller i det mindste inden for nuværende kommune, mens 38% forventer at flytte til en lokalitet beliggende inden for Hovedstadsregionen.

3.1.2 Kategorier af lokaliseringsfaktorer

Der er over de seneste år etableret en stor viden om lokaliseringsfaktorer og lokaliseringsmønstre for forskellige typer virksomheder såvel i Hovedstadsregionen som andre steder.

Det amerikanske specialmagasin Area Development Online har i flere år undersøgt lokaliseringsbeslutningerne blandt sine abonnenter. I 2000 er der spurgt om respondenternes syn på 32 konkrete lokaliseringsfaktorer.

Opgørelsen, der er gengivet i bilag, viser hvor bredt et spektrum af lokaliseringsfaktorer, der kan tages med i virksomheders vurderinger i forbindelse med en eventuel flytning. Opgørelsen viser dermed forskelligheden i virksomhedernes krav til en lokalisering. Der er mange, meget forskellige faktorer, herunder såvel hårde, økonomiske som bløde, kulturelle faktorer, der spiller en rolle for mange virksomheder. Opgørelsen er naturligvis noget præget af at være baseret på en amerikansk situation, men giver dog et overordnet billede af lokaliseringsfaktorenes betydning, som også er anvendeligt på danske forhold.

De væsentligste lokaliseringsfaktorer i denne opgørelse kan kategoriseres under følgende overskrifter:

- Arbejdskraft tilgængelighed
- Transport infrastruktur
- En række økonomiske faktorer (løn, incitamenter, lejeudgifter mm)
- Afstand til eksterne markeder mm
- Omgivende miljø

Hertil kommer en række faktorer, som klima og kriminalitet samt faktorer, der primært retter sig mod et områdes beboere (skoler, sundhed, bolig og fritidstilbud).

3.1.3 Tidligere undersøgelser i Hovedstadsregionen

Hovedkilderne i det gennemførte desk-research er tidligere gennemførte undersøgelser for HUR. Det drejer sig bl.a. om følgende:

- HUR: Bymæssige rammer for videnserhverv, PLS Rambøll Management, 2003

¹ HUR: *Bymæssige rammer for videnserhverv*, 2003.

- HUR: Konkurrencedygtige Produktionserhverv, Rambøll Management, februar 2004
- HUR: Vækstprægede erhvervsområder, Rambøll Management, marts 2005

I rapporten *bymæssige rammer for videnserhverv*, undersøgte forskellige lokaliseringsfaktorer og deres betydning for videnserhvervene. Resultaterne i rapporten er baseret på besvarelser af 234 spørgeskemaer.

Det er forskelligt, hvilke lokaliseringsfaktorer de enkelte sektorer inden for videnserhvervene tillægger betydning, hvilket bliver beskrevet i senere afsnit, hvor de enkelte lokaliseringsfaktorer bliver beskrevet.

Konkurrencedygtige Produktionserhverv beskriver hvilke faktorer, der har betydning for produktionsvirksomhedernes valg af beliggenhed. I denne forbindelse blev virksomhederne bedt om at angive vigtigheden af forskellige faktorer, hvis de stod over for at skulle flytte inden for den nærmeste fremtid. Grundlaget for rapportens resultater er besvarelser af knap hundrede spørgeskemaer.

Rapporten *vækstprægede erhvervsområder*² undersøger forholdet til lokaliseringsfaktorer, for virksomhederne lokaliseret inden for særlig vækstprægede geografiske områder i Danmark. Virksomhederne blev spurgt, hvorvidt en lang række lokaliseringsparametre havde betydning for, at virksomheden i sin tid valgte at placere sig på den nuværende adresse. Det samlede resultat er baseret på besvarelsen af 257 spørgeskemaer.

Det er ikke nødvendigvis alle lokaliseringsfaktorer, der generelt vurderes at være vigtige i Hovedstadsregionen, der er relevante for udviklingen af Frederikssund området. Der er branchemæssige forskelle og forskel på virksomheder, der er etableret i eller uden for Hovedstadsregionen, Der er også forskel på iværksættervirksomheder og vel etablerede virksomheder med mange ansatte, der har tilknyttet sig det område, hvor de er bosat.

3.1.4 Strukturen i afsnittet om lokalisering

De efterfølgende afsnit beskriver de væsentligste lokaliseringsfaktorer under følgende overskrifter og på grundlag af de gennemførte interviews, samt tidligere gennemførte undersøgelser.

- Adgang til arbejdskraft
- Infrastruktur
- Bygningsforhold
- Det omgivende miljø
- Økonomi

Disse faktorer, ser ud til at være de væsentligste for virksomheders lokalisering i Hovedstadsregionen. I det følgende gennemgås og beskrives de nærmere.

3.2 Adgang til arbejdskraft

Adgangen til arbejdskraft må betragtes som en meget væsentlig lokaliseringsparameter. Interviewrunden har tydeligt vist, at kampen om de gode medarbejdere er af stor og tiltagende betydning for virksomhedernes konkurrenceevne. Det skal være muligt for virksomhedernes eksisterende med-

² Kilde: HUR: Vækstprægede erhvervsområder, Rambøll Management marts 2005

arbejdere at komme til/fra arbejdspladsen på en ubesværet og tidseffektiv måde, og samtidigt skal virksomhederne have adgang til en potentiel arbejdskraftreserve og et opland, som de kan rekruttere nye medarbejdere fra. Dvs. de skal have adgang til resten af Hovedstadsregionen. Dette er en klar tendens, der går igennem de fleste af de gennemførte interviews, og kun enkelte mener, at medarbejdernes øgede mobilitet gør det mindre relevant at tænke på let adgang til arbejdskraft i Hovedstadsregionen.

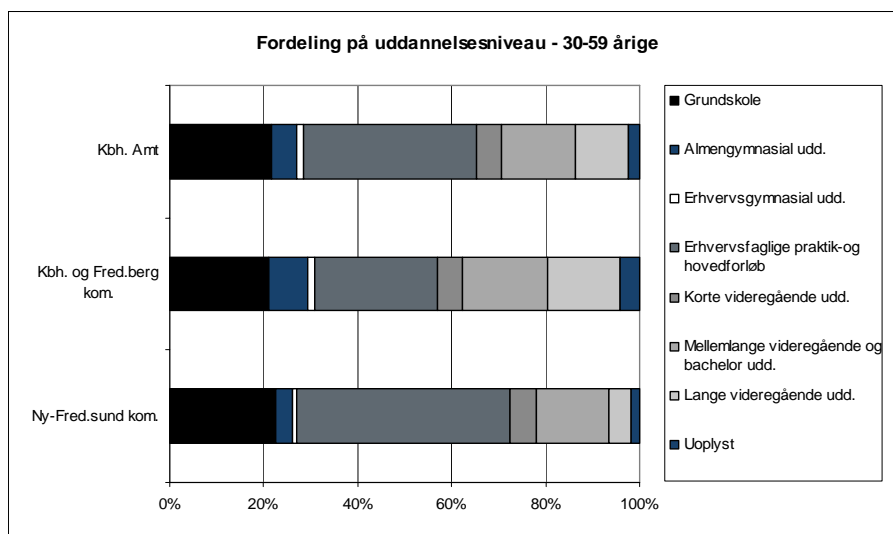
Blandt de interviewede virksomheder er det specielt virksomheder med mange ansatte og virksomheder med behov for særligt specialiseret arbejdskraft som videnstunge og kreative virksomheder, der vælger lokalisering i forhold til adgangen til arbejdskraften. Virksomheder på iværksætterstadiet ser derimod i mindre grad dette som en vigtig lokaliseringsfaktor.

De tidligere undersøgelser indikerer også, at adgangen til arbejdskraft er meget vigtig for vidensvirksomheder. Det er den eneste lokaliseringsfaktor, som vidensvirksomheder inden for alle sektorer samstemmende kategoriserer som værende af høj betydning. Blandt produktionsvirksomheder og virksomheder i vækstområder prioriteres adgang til arbejdskraften også højt, men her prioriteres en række andre faktorer højere af mange virksomheder.

Adgangen til arbejdskraft som lokaliseringsfaktor har to forskellige aspekter. For det første er det vigtigt for virksomheder, der overvejer en ny lokalisering, at man kan forvente at især nøglemedarbejderne flytter med. For det andet skal man også sikre sig, at den nye lokalitet ligger indenfor en tilpas pendlingsafstand for den potentielle arbejdsstyrke. Det første aspekt kan virke som en barriere mod alle flytningsplaner, mens det andet aspekt stiller de regioner bedst, der ligger indenfor en normal pendlingsafstand af større bosætningsområder. Her er det imidlertid ikke nok at tælle hoveder. Man må også tage bosætningsmønstret for de forskellige, relevante socialgrupper med i betragtning, før man drager sine konklusioner.

Uddannelsessammensætningen i Frederikssund afviger noget fra både uddannelsessammensætningen i Københavns Amt samt København og Frederiksberg kommuner. Dette er ikke overraskende, da mønstret er det samme for mange andre byer, der ligger i periferien af de større byer, hvor mange unge tager til de større byer for at uddanne sig. Andelen med gymnasial uddannelse blandt de 30-59 årige er ca. halv så stor i Frederikssund som i Københavns Amt og København-Frederiksberg kommuner. Andelen med lange videregående uddannelser kun knap 5% i Frederikssund mod godt 11% i Københavns Amt og godt 15% i København og Frederiksberg kommuner. Der er ligeledes stor forskel på andelen med erhvervsfaglige uddannelser, der er væsentlig højere i Frederikssund end i København. I nedenstående figur ses de 30-59 åriges fordeling på uddannelses niveau i de tre nævnte områder.

Figur 2: Fordeling på uddannelsesniveau



Det er klart at denne lokaliseringsfaktor skal ses i sammenhæng med dels infrastrukturen og kvaliteten i den kollektive transport og dels den generelle holdning til at pendle. De senere års udvikling hen imod en større pendlingsvillighed, hvor antallet af pendlere over kommunegrænserne i landet som helhed er steget med over 18% over en 10 års periode, 1994-2004, har således udvidet arbejdskraftoplandet i alle områder, men især i byer i en vis afstand til København. Her kan man nu i højere grad end tidligere regne hele Hovedstadsregionen med i opgørelsen af arbejdskraftoplandet.

Ønsket om en lokalisering, der sikrer virksomhedens adgang til den efterspurgte arbejdskraft, betyder i nogle tilfælde ønske om lokalisering tæt på en uddannelsesinstitution eller tæt på klynger af virksomheder med samme medarbejdergrupper. For vidensintensive virksomheder er lokalisering i forhold til universitet og forskningsinstitutioner således af relativt stor betydning, da disse virksomheder ofte rekrutterer en betydelig del af deres arbejdskraft herfra.

Lokalisering tæt på virksomhedsklynger skyldes også til dels virksomheders ønske om at sikre sig let adgang til arbejdskraft. Der vil ofte inden for et område med flere virksomheder af samme type udvikles et udbud af de kategorier af specialiseret arbejdskraft, som de pågældende virksomheder gør brug af. Derved lettes den enkelte virksomheds tiltrækning af arbejdskraft, hvilket naturligvis opleves som en lokaliseringsmæssig fordel. Der er dog ikke meget i denne eller i tidligere undersøgelser, der tyder på, at eksistensen af virksomhedsklynger letter adgangen til arbejdskraft udover det, der generelt er til stede i et område af en størrelse som Hovedstadsregionen.

Med den tiltagende mangel på arbejdskraft, må det forventes, at denne lokaliseringsfaktor bliver af stigende betydning. Udviklingen af vidensøkonomien øger anvendelsen af mere uddannet og mere specialiseret arbejdskraft og medfører, at virksomhedens beliggenhed i forhold til arbejdskraften yderligere får tiltagende betydning. Til gengæld betyder den større pendlingsvillighed i befolkningen og forbedringerne i infrastrukturen, at tæt lokalisering i forhold til arbejdskraften i et vist omfang mister betydning.

Virksomheders behov for en lokalisering med adgang til uddannet og specialiseret arbejdskraft har som konsekvens for et område som St. Rørbæk, at adgangsforholdene fra København og fra oplandsbyerne skal være de bedst mulige for at området kan indgå som en integreret del af erhvervs- og arbejdsmarkedet i regionen.

3.3 Infrastruktur

Alle interviewpersoner har gjort opmærksom på infrastrukturens store betydning for lokaliseringsbeslutninger. Denne lokaliseringsfaktor omfatter en række aspekter, herunder især:

- Motorvejsadgang fra København
- Gode vejforbindelser til andre større byområder i Hovedstadsregionen
- S-tog station tæt på St. Rørbæk (inden for gå afstand)
- Busforbindelse til Frederikssund og oplandsbyer mm.

Disse faktorer nævnes af alle interviewpersoner, men med forskellig vægtning. Specielt let adgang til S-tog/metro tillægges stor betydning. Er der ikke mulighed for tilslutning til sådanne, kræver det en yderligere tilslutning med bybus, hvorved tiden til og fra arbejde forøges. Generelt forventes det, at busstoppesteder og s-togstationer skal kunne nås til fods, for at lokalisering er attraktiv for virksomhederne.

Infrastruktur er på den ene side essentiel for, at virksomhederne kan skaffe sig den nødvendige arbejdskraft, og på den anden side for virksomhedens tilførsel af forsyninger, råvarer og halvfabrikata samt for afsætningen af produkter. Det gælder naturligvis især for produktions- og handelsvirksomheder og det siger sig selv, at en god infrastruktur især er af betydning for transporttunge virksomheder i det hele taget.

De interviewede virksomheder pegede på, at der er forskel på, hvor lang tid medarbejdere er villige til at bruge på transport til og fra arbejde. Ansatte i videns- og karierejobs er generelt mere fleksible og transporterer sig gerne op til en time til og fra arbejde (og i nogle tilfælde endnu længere tid). For ufaglærte er der derimod generelt tale om en meget lille acceptabel afstand og tid til og fra jobbet.

Blandt de interviewede vidensvirksomheder pegedes på, at Frederikssundsområdet med en acceptabel transporttid på ca. en time hver vej blandt medarbejderne er lige så attraktivt som andre områder inden for Hovedstadsregionen. En placering inden for Hovedstadsregionen vil derfor være tilstrækkelig, for at opfylde de primære krav, som denne type virksomhed har for placering. Det forudsætter blot, at infrastrukturen er fuldt udbygget og tilgængelig.

Da mange større virksomheder, som kunne overveje en placering af en virksomhedsfunktion i Frederikssund området, typisk vil have andre afdelinger indenfor regionen, har nogle interviewpersoner også lagt vægt på vigtigheden af udbygningen af de tværgående trafikårer.

De tidligere undersøgelser viser ligeledes, at alle grupper af virksomheder vægter infrastruktur meget højt i forbindelse med lokaliseringsbeslutninger. Undersøgelsesresultaterne tyder dog på, at kollektiv transport faciliteter især er vigtig for vidensvirksomheder, og herunder specielt for virksomheder med forsknings- og udviklingsaktiviteter, mens motorvejsadgang tæller en del

mere for produktionsvirksomheder og især for virksomheder i vækstområder.

Vægtningen af motorvejsadgang i forhold til en god kollektiv trafik påvirkes af flere faktorer. For det første vil motorvejsadgang alt andet lige være væsentlig for transporttunge produktions- og handelsvirksomheder, og for det andet spiller virksomhedernes nuværende placering ofte ind. Ligger en virksomhed i et erhvervsområde med en uhensigtsmæssig placering i forhold til S-togstrafik, er der typisk en relativt stor andel af medarbejdere, der transporterer sig i bil til og fra arbejde. Det medfører at virksomheden også ved overvejelser om en ny lokalisering har tendens til at vægte motorvejsadgang højest. Alle interviewede virksomheder lægger dog meget stor vægt på en god kollektiv trafik.

I forbindelse med en undersøgelse af motorvejenes udviklingseffekter og potentiale i Nordjylland, som Rambøll Management har udført for Vejdirektoratet og Nordjyllands Amt³, interviewedes en række virksomheder, der har lokaliseret sig tæt på motorvejen. Der var to årsager til denne lokalisering. Den ene var transportmæssige for transport tunge virksomheder, virksomheder med mange ansatte og virksomheder med behov for en let tilgængelighed for forretningsforbindelser. Den anden årsag var synlighed for potentielle kunder og medarbejdere, og her spillede placeringen tæt på fra- og tilkørsler en mindre rolle.

For St. Rørbæk spiller infrastruktur en meget væsentlig rolle. Det kræver en god infrastruktur at kunne trække arbejdskraft fra såvel København som fra oplandet, herunder via tværgående forbindelser. Herunder er det også væsentligt at tænke på forbindelser mod vest, som er en væsentlig del af Frederikssunds arbejdskraftopland i dag.

Generelt er det således vigtigt at have et velfungerende transport infrastruktur, men hertil kommer, at den ovennævnte lokaliseringsfaktor påvirkes positivt ved enhver forbedring af infrastrukturen, som betyder kortere transporttid. Det må bl.a. derfor konkluderes at fokus på udviklingen af transportinfrastrukturen er af stor betydning for områdets udviklingspotentiale.

3.4 Bygningsfunktionalitet

En ganske betydelig og for nogen den mest betydningsfulde - lokaliseringsfaktor er forhold der relaterer sig til bygningsforhold. Det drejer sig både om konkrete krav til en ny bygnings funktionalitet og fleksibilitet, der kan være en forudsætning for en flytning eller være med til at gøre flytning til et givent område mere attraktiv. I de gennemførte interviews har der været meget fokus på bygningsforholdene og krav til funktionalitet og fleksibilitet, men vigtigheden af bygningernes indretning m.m., understreges også i de tidligere undersøgelser.

Især bygningernes fleksibilitet understreges af mange interviewpersoner. Det kan være fleksibilitet i forhold til bygningens indretning og rummelighed, men også i forhold til lejeforhold. Bygningens funktion og struktur skal kunne ændres, uden at dette bliver for omkostningsfuldt for virksomhederne. Denne fleksibilitet er en nødvendighed for mange moderne virksomheder, hvor der stilles stadig større krav til omstillingsparathed, omlægning af pro-

³ Vejdirektoratet og Nordjyllands Amt: Motorveje i Vendsyssel Rambøll Management, september 2005.

duktion og mulighed for at kunne skalere op og ned, for at være konkurrencedygtige i de hurtigt ændrende markedsvilkår.

Kravene til bygningsfunktionalitet vægtes forskelligt og har lidt forskelligt indhold for virksomheder i forskellige brancher. Dette er i nedenstående be-lyst med udgangspunkt i såvel interviews som i de tidligere undersøgelser.

En vigtig overordnet pointe fra interviewene er, at kommunikation er en central produktionsfaktor i vidensvirksomheder. Dette skaber nogle arkitektur-mæssige udfordringer, fordi bygningernes indretning skal understøtte kommunikationen imellem medarbejderne, samtidig med at den enkelte arbejdsplads skal have høj effektivitet og god funktionalitet.

Udviklingstunge vidensvirksomheder som eksempelvis virksomheder i medi-co- og elektronikbranchen, har et stort behov for at kunne ændre bygningernes funktion, for at kunne imødekomme de omskiftelige markedskrav. Disse virksomheder har bl.a. behov for, at deres bygninger og grund over tid skal rumme mange forskellige funktioner lige fra forskning og udvikling til produktion og lager. Virksomhederne vil bygge selv, netop på grund af de specielle krav til bygningerne, og det generelle billede er at de ønsker kvalitetsbyggeri.

For de kreative og højteknologiske virksomheder er sikkerhedsaspektet helt centralt, da dette er et kernepunkt for forretningsgrundlaget, der er baseret på digital teknologi. Dette hensyn kan være i konflikt med ønsket om state of the art teknologi i form af mobil, trådløs kommunikation. Baggrunden er at virksomhedernes forretningsgrundlag afhænger af opretholdelsen af de intellektuelle rettigheder, og kreative idéer er vanskelige at beskytte.

IT-virksomheder er en konjunkturfølsom branche med betydelige op- og nedskaleringsbehov. Her er derfor også behov for en høj grad af fleksibilitet, og desuden har denne branches virksomheder de moderne tekniske installationer og muligheden for vækst i centrum.

Blandt produktionsvirksomheder er bygningens funktionalitet ifølge de tidligere undersøgelser en klar topscorer som lokalitetsfaktor. Bygningernes indretning og fleksibilitet er afgørende for, at produktionen kan tilrettelægges optimalt. Denne gruppe virksomheder stiller desuden krav til kommunikationsinfrastruktur og ekspansionsmuligheder. Blandt de (relativt få) virksomheder, der er utilfredse med deres placering, er det da også typisk bygningens kvalitet der er den væsentlige grund til dette. Ofte vælger produktionsvirksomheder at bygge selv pga. specielle tekniske krav til bygningerne, eksempelvis laboratorier o.l. Virksomhederne skal dog stadig have mulighed for udvidelse, hvilket betyder, at der skal være plads på grunden til at ekspandere.

For "de kreative" virksomheder peges der i interviewene på, at bygningerne skal kunne imødekomme nye arbejdsformer. Det være sig eksempelvis deling af præsentationsfaciliteter samt møde- og konferencelokaler. Der er generelt ikke ønske om fælles kantineforhold, idet frokostpausen af mange ses som arbejdspladsens vigtigste forum for intern kommunikation. Derfor værnes der meget om fortroligheden i virksomhedens kantine. Til gengæld ses deling af catering-forhold som en mulighed.

De kreative virksomheder ønsker desuden åbne miljøer med intern synlighed mellem medarbejdere og gode muligheder for umiddelbar kommunikation og fleksibilitet. Disse miljøer foretrækkes lokaliseret på eksempelvis samme

etage i bygningen, således at synligheden mellem medarbejdere og den personlige kommunikation ikke går tabt. Netop denne type af virksomhedsmiljøer er der mangel på i København, og de eksisterende er relativt dyre.

Finansvirksomheder lægger afgørende vægt på arealeffektivitet og moderne tekniske installationer, hvilket er afgørende for deres effektive produktion. Forretningsservicevirksomheder har parkeringsmuligheder, moderne tekniske installationer og arealeffektivitet øverst – parkering til kunderne og konsulenter på farten, state of the art teknologi og effektivitet, fordi det typisk er primære rådgivningsområder. I denne kategori stilles der også krav til bygningernes funktionalitet og fleksibilitet. Disse virksomheder oplever turbulens med store organisatoriske omvæltninger som følge af ny teknologi og fusioner mv., og har derfor behov for en høj grad af fleksibilitet. Denne kategori af virksomheder prioriterer desuden herlighedsværdier højest, både i forhold til området og i forhold til deres bygning. Dette hænger sammen med deres behov for at udvise stabilitet og soliditet.

Salgsorganisationer har synlighed og reklameeffekt, parkeringsmuligheder og herlighedsværdig øverst, og som de eneste, tekniske installationer som lav prioritet – salg og kunder står i absolut centrum.

De mindre virksomheder og især iværksættervirksomheder stiller krav om korte lejemål og størst mulige fleksibilitet i såvel lokaler som lejekontrakter. Fra virksomhedernes side er der betalingsvilje for denne fleksibilitet, som ideelt set skal gøre det muligt for virksomhederne at skalere op og ned i arealanvendelse i takt med markedsudviklingen. Omvendt prioriterer store virksomheder en moderne ejendom, der præsenterer virksomhedens identitet både udadtil og indadtil.

3.5 Omgivende miljø

Et levende og velfungerende bymiljø vil være attraktivt for mange virksomheder at placere sig i. Andre 'ny by'-projekter⁴, har erfaret, at et godt boligmiljø, hvor folk flytter til og holder af at være, er det bedste grundlag for en positiv erhvervsudvikling.

Fra de gennemførte interviews nævnes udviklingen af boligområdet som et meget værdifuldt eller nødvendigt grundlag for videre erhvervsudvikling. Det vurderes videre af flere interviewpersoner, at tiltrækningen af bosætning til et område nær Frederikssund ikke vil volde store problemer. Horsens nævnes som et eksempel på, at kulturelle begivenheder i byen har medført en positiv befolkningsudvikling, hvilket igen har smittet af på erhvervsudviklingen i området. Desuden peges der fra mange sider på, at der fra starten må etableres et minimum af velfungerende handel og andre byfunktioner, for at byen skal være attraktiv for virksomheder.

Ifølge den tidligere undersøgelse af vidensvirksomheders etablering vurderes det, at specielt de mindre virksomheder har stor interaktion med det omgivende bymiljø – restauranter, caféer, catering, servicefunktioner. Bymiljøet er meget vigtigt for virksomheder i kreative brancher, men generelt er kravene varierende afhængig af, hvilke typer virksomheder der er tale om. De store virksomheder er ofte mere selvforsynende på alle områder, hvorfor det omgivende bymiljø spiller en lidt mindre rolle.

⁴ Eksempelvis Milton Keynes i omegnen af London og Jakriborg ved Lund i Sverige

Vidensvirksomheder, beliggende i industriområder i forstæderne giver udtryk for ønsker om at være mere centralt placeret i forhold til bylivet. De føler, at de er gemt bort, og dermed fejlplaceret i et traditionelt forstadsindustri kvarter.

Forretningsservicevirksomheder og pengeinstitutter ser kvalitet i det omkringliggende bymiljø som betydningsfuldt. For begge virksomhedstyper har oplevelsen af det område, de er lokaliseret i, meget stor betydning for virksomhedens image. Det at ligge i et område, der er kendt af kunderne og velrenommeret, giver tryghed og troværdighed i forhold til omverdenen. Ligeledes ønsker mange af forretningsservicevirksomhederne at fremstå som kreative og nytænkende. De anvender i denne forbindelse bymiljøet som del af deres image.

Produktionsvirksomheder anser i almindelighed ikke områdets herlighedsværdi og kvaliteten af det omkringliggende bymiljø som afgørende for placering af virksomheden. Det påvirker ikke direkte virksomhedens produktion og drift, og anses derfor som mindre vigtige. Omvendt er der også produktionsvirksomheder, der giver udtryk for at foretrække en placering i god afstand fra boligområder. Naboskabet er potentielt risikabelt, når der er tale om en virksomhed, som kan støj, lugte eller på anden måde genere de nære omgivelser. Det gælder bl.a. virksomheder med døgnoperation, og det vurderes at en stor del af de fremstillingsvirksomheder, der trods globaliseringen og forbliver her i landet, netop vil blive i stand til det gennem maksimal automatisering, som ofte vil forudsætte døgnproduktion.

3.6 Naboskab med andre virksomheder

Naboskab med forretningsforbindelser i form af kundevirksomheder, leverandører eller samarbejdspartnere er også en væsentlig lokaliseringsparameter for nogle virksomheder. Også naboskab med konkurrentvirksomheder kan have en stor værdi, idet en klynge af lignende virksomheder som gruppe vil fremstå mere synlige og markante i forhold til omverdenen. Interviewvirksomheder har peget på, at naboskab primært skal være med virksomheder med samme basisteknologi for at være fordelagtigt. Der er ikke nødvendigvis tale om virksomheder fra samme branche, da samme basisteknologier kan gå på tværs af brancher og anvende samme type arbejdskraft og kompetencer. Eksistensen af en række virksomheder af samme karakter på samme lokalitet kan medføre en tendens til, at også andre virksomheder lokaliserer sig her. Derved opnår de en række fordele, som er udviklet af de allerede etablerede virksomheder på lokaliteten. Nærheden til arbejdskraft eller kunder vil ofte være en sådan lokaliseringsmæssig fordel.

Den tidligere undersøgelse af lokaliseringsfaktorer i *vækstprægede erhvervsområder* viser, at knap en tredjedel af de adspurgte virksomheder lagde vægt på virksomhedssammensætningen i området ved etableringen på den eksisterende adresse.

Blandt interviewpersonerne er det specielt de, der repræsenterer iværksættere, der har peget på ønsket om samlokalisering. Der er en tiltagende tendens til at iværksættere, og herunder især vidensbaserede iværksættere foretrækker at starte op i et miljø af andre i en lignende situation. Man bosætter sig i såkaldte "iværksætttermiljøer", hvor mange små virksomheder f.eks. er placeret inden for samme bygning, hvor der er mulighed for at dele kontorer og andre faciliteter.

Nogle få andre interviewpersoner har repræsenteret virksomheder, der har haft særlige behov for eller fordele ved samlokalisering med andre virksomheder. Her har der specielt været peget på potentialet i samarbejde med virksomheder med samme basisteknologi. I de tidligere undersøgelser har nogle virksomheder angivet nærhed til især kunder og marked men også til leverandører og andre virksomheder som betydende lokaliseringsparametre.

En særlig kategori af virksomhedsklynger er kompetenceklynger, hvor virksomheder, der er baseret på samme vidensgrundlag eller teknologi placerer sig inden for samme geografiske område. Det, der specielt karakteriserer kompetenceklynger er, at netværket mellem virksomheder og vidensinstitutioner resulterer i en udvikling, der medfører en øget konkurrencedygtighed for hele området.

IT-sektoren har store fordele ved at lokalisere sig i samme geografiske område som konkurrerende virksomheder⁵. Det nærhedsmæssige element kan for nogle virksomheder være en afgørende lokaliseringsfaktor – her tænkes også på nærheden til krævende kunder, der stiller krav til og udfordrer virksomhedernes teknologiske og konkurrencemæssige forhold.

En helt anden form for samlokalisering kan tænkes i "Byens Hus", der er planlagt for St. Rørbæk. Det kan være et forum for samlokalisering og kontakt mellem virksomheder og byen. Ingen af de interviewede virksomheder har direkte udtrykt ønske om at gøre aktivt brug af et sådant sted, men flere af interviewpersonerne kan mere generelt godt se potentialet i et sådant hus. Muligheden for at integrere Byens Hus i en erhvervssammenhæng diskuteres yderligere i afsnit 5.

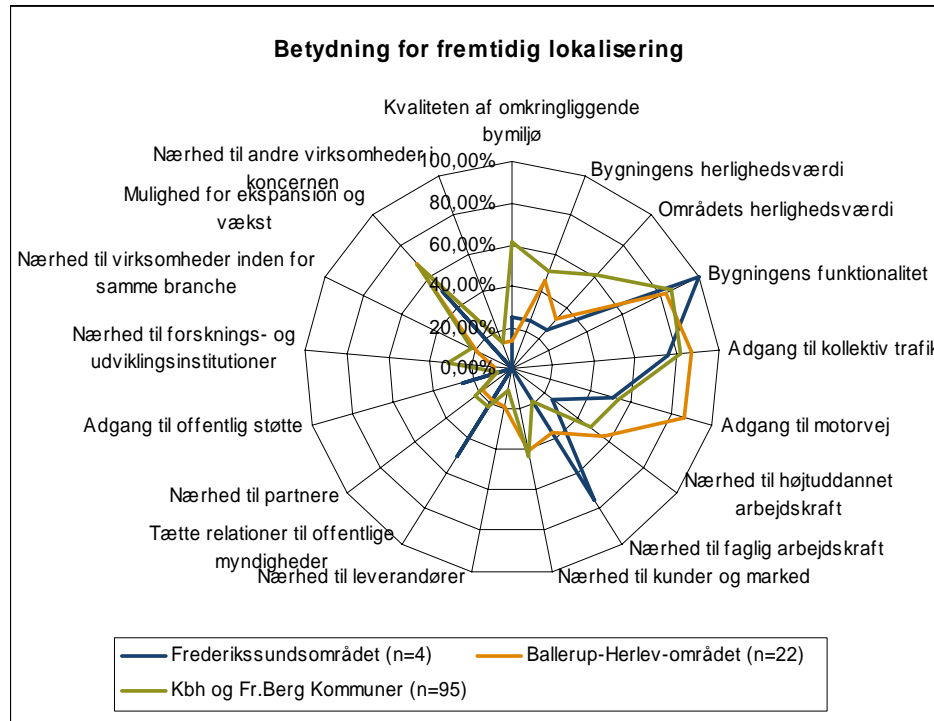
3.7 Samlet vurdering af lokaliseringsfaktorer

Analysen har klart vist, at de mest basale lokaliseringsfaktorer er adgang til arbejdskraft, en god infrastruktur og tilstedeværelsen af gode, fleksible og funktionelle bygninger. Hertil kommer for nogle virksomheder naboskab med andre virksomheder, bymiljøet og herlighedsværdierne i området, samt en række mere specifikke faktorer, som er af betydning for enkeltvirksomheder eller virksomheder i enkelte brancher. Økonomien spiller naturligvis også en rolle for valget af lokalisering for de fleste virksomheder. Hertil kommer betydningen af, at der i området sker en byudvikling og at området opfattes som et attraktivt sted at arbejde.

Der har ikke været registreret nogen væsentlige forskelle på de interviewede virksomheder i København og i Frederikssund med hensyn til de højest prioriterede lokaliseringsparametre. Motorvejsadgang, kollektiv transport og adgang til arbejdskraft er overalt højt prioriteret. For at belyse prioriteringen i forskellige områder, er der foretaget en specialkørsel af tidligere indsamlet data i forbindelse med rapporten *Bymæssige rammer for videnserhverv*. Data er således opgjort for tre grupper af kommuner, nemlig København og Frederiksborg, Herlev-Ballerup samt Frederikssund kommuner. Som det fremgår af nedenstående figur, prioriterer virksomheder tæt på Københavns centrum, kvaliteten af det omkringliggende bymiljø og områdets herlighedsværdi væsentlig mere betydende for virksomheder centralt placeret i hovedstaden, end for virksomheder i de mere perifere områder. Det er dog stadig adgangen til arbejdskraft, infrastruktur og bygningers funktionalitet, der især spiller en rolle for virksomhedernes lokalisering.

⁵ Kilde: IT Øresund, IT-sektoren i Øresundsregionen.

Figur 3: Lokaliseringsfaktorer betegnet som værende af 'meget stor-' og 'stor betydning' hvis virksomheden skulle flytte indenfor en to års periode



Med den stigende mobilitet i samfundet opfatter et stigende antal virksomheder hele Hovedstadsregionen som 'nærområde' for lokalisering. Det betyder, at lokalisering med god adgang til arbejdskraft, i nærhed til kunder, leverandører eller andre virksomheder af samme type og i nærhed af FoU-institutioner bliver mindre vigtig, når blot infrastrukturen er i orden. Hovedstadsregionen har som helhed en størrelse der gør at der er tilstrækkelig tæthed og en kritisk masse af virksomheder og arbejdskraft til at klyngedannelser kan opstå og udvikle sig videre. For erhvervsudviklingen i St. Rørbæk er det derfor ikke afgørende om hele klyngen af virksomheder, forskningsinstitutioner m.m. ligger placeret i byen, hvilket heller ikke er realistisk. Derimod er det vigtigt at St. Rørbæk bliver en integreret del af helheden i Hovedstadsregionen, således at virksomhederne og arbejdskraften har let adgang til den øvrige del af Hovedstadsregionen. Det er St. Rørbæks tilgængelighed der er en meget afgørende faktor for hvorvidt virksomheder, som indgår i erhvervsklyngerne i Hovedstadsregionen, vil placere sig i St. Rørbæk.

4. Vurdering af erhvervspotentialet for St. Rørbæk

4.1 Styrker og svagheder

Som nævnt indledningsvist er et af de centrale grundlæggende spørgsmål hvorvidt det er realistisk og muligt at opnå en erhvervsudvikling i St. Rørbæk. I denne afsnit giver vi en samlet vurdering af dette spørgsmål ved at sammenstille de faktorer, som vil understøtte erhvervsudviklingen i St. Rørbæk, med de faktorer der synes at være væsentlige barrierer i forhold til ambitionen om at skabe en erhvervsudvikling i St. Rørbæk. Ved at se på disse "styrker" på den ene side over for "svaghederne" på den anden, munder afsnittet ud i en samlet vurdering af hvorledes disse forskellige drivkræfter i fællesskab skaber potentialet for en fremtidig erhvervsudvikling i St. Rørbæk.

På længere sigt vil der naturligt være en vis usikkerhed knyttet til hvorledes disse drivkræfter udvikler sig og både påvirker hinanden indbyrdes og hvorledes de påvirker det fremtidige erhvervspotentiale i St. Rørbæk. Derfor afsluttes afsnittet med formuleringen af tre forskellige scenarier for den fremtidige udvikling af erhvervspotentialet i St. Rørbæk. De tre scenarier illustrerer tre mulige udviklingsretninger for St. Rørbæks muligheder for at realisere visionen om en integreret erhvervs- og bosætningsby.

4.2 Styrker

De vigtigste styrker kan sammenfattes i nedenstående punkter, som vi uddyber i det følgende:

- Der er et regionalt markedsgrundlag og efterspørgsel
- Stigende pladsmangel i den øvrige Hovedstadsregion
- Lokalisering af medico virksomheder i nærområdet
- Bosætningen vil understøtte erhvervsudviklingen
- Nærhed til øvrige del af Hovedstadsregionen

Der er et regionalt markedsgrundlag og efterspørgsel

Den måske vigtigste faktor af betydning for en fremtidig erhvervsudvikling i St. Rørbæk udgøres af at der findes et reelt markedsgrundlag med efterspørgsel efter erhvervsgrunde og bygninger i Hovedstadsregionen.

Rambøll Managements undersøgelse fra januar 2003 om lokalisering af videnserhverv, som er gennemført for HUR, viser som et hovedresultat at vidensvirksomheder, både inden for produktion og service, som helhed er ret mobile. Undersøgelsen viser således at næsten 50% af vidensvirksomhederne i Hovedstadsregionen er flyttet inden for de seneste 5 år, samt at 20% af virksomhederne er flyttet inden for de seneste to år. Ca. 1/3 af virksomhederne forventer at flytte inden for kommende to år. Årsagen bag mobiliteten er vækst som medfører at virksomhederne ikke længere har tilstrækkelig plads på deres nuværende lokalitet.

Set i forhold til det samlede antal virksomheder, der kan kategoriseres som vidensvirksomheder i Hovedstadsregionen, så betyder undersøgelsens resultater, at der er mere end 1.000 vidensvirksomheder der flyt-

ter i Hovedstadsregionen inden for en 5-årig periode, eller i gennemsnit 200 virksomheder om året. Hertil kommer, at der også vil være mobilitet blandt de øvrige virksomheder i erhvervslivet, som definitivt falder uden for kategorien vidensvirksomheder, og hvis mobilitet ikke er kortlagt.

Disse tal betyder at der findes et marked for den type "produkt" som St. Rørbæk vil kunne tilbyde. Potentialet i markedet viser vigtigheden af at indrette St. Rørbæk på en måde så byen bliver tilstrækkelig attraktiv som et mål for virksomhedernes lokalisering. I den forbindelse indikerer undersøgelsen at der er en potentiel ny trend på vej: Efterspørgslen efter lokaler og bygninger til erhvervsformål synes i stigende grad at rette sig mod en høj grad af funktionel kvalitet i bygninger og lokaler – det vil sige godt indeklima, god og effektiv udnyttelse af arealet, god arbejdspladsfunktionalitet, høj grad af æstetisk og herlighedsværdi – og disse krav er vanskelige at honorere i forbindelse med citybeliggenhed. Derfor retter efterspørgslen sig ikke i samme grad mod den centrale citybeliggenhed som det var tilfældet for 2-3 år siden.

Stigende pladsmangel i den øvrige Hovedstadsregion

De seneste 20 års udvikling i Hovedstadsregionen har været kendetegnet ved to overordnede udviklingstendenser: For det første er Hovedstadsregionen blevet et vækstcentrum i dansk økonomi. For det andet er der gradvist blevet skabt et stadigt mere sammenhængende erhvervs- og arbejdsmarked, som har Hovedstadsregionen som det centrale omdrejningspunkt.

Dette sammenhængende marked omfatter størsteparten af Sjælland, dele af Lolland-Falster og har også tilknytning til Fyn. Udviklingen har bl.a. medført at indpendlingen til Hovedstadsregionen er sket i stadig større omfang og over længere afstande. Koncentrationen kombineret med en stabil økonomisk vækst siden første halvdel af 1990'erne har betydet at flere virksomheder og arbejdspladser er lokaliseret i Hovedstadsregionen.

Tilsvarende er kapaciteten i Hovedstadsregionen også blevet udvidet med Ørestaden som den klart største satsning og udvidelse, men også med udbygningen af Sydhavnen og Nordhavnsområdet, som har både bynær beliggenhed og bygninger med moderne faciliteter og tekniske installationer. I omegnen er fx Køge-fingeren blevet centrum for en række transport- og logistikvirksomheder.

På baggrund af disse udviklingstendenser tyder undersøgelsen på at der kan opstå en situation med kapacitetsproblemer i Hovedstadsregionen som helhed. Dette peger i retning af at efterspørgslen kan rette sig mod St. Rørbæk. Det er dog klart at udbygningen af Ørestaden i de kommende år fortsat vil betyde en kapacitetsudvidelse, ligesom den store kapacitet, der findes i Ørestaden, vil medføre sin egen dynamik, hvor der løbende vil være erhvervslejemål til rådighed. Imidlertid passer Ørestaden ikke til alle virksomheder, og specielt regionale og lokale virksomheder vil formentlig foretrække alternative placeringer.

Lokalisering af medico virksomheder i nærområdet

Et af udgangspunkterne for undersøgelsen er at se på potentialerne for at tiltrække virksomheder inden for medico industrien i bred forstand til St. Rørbæk. Undersøgelsen har på baggrund af dette særlige fokus omfattet en række interview med medico virksomheder, netop for at belyse potentialet for at tiltrække denne type virksomheder til St. Rørbæk.

På den ene side er det klart at tiltrækning af medico virksomheder til St. Rørbæk står overfor en række udfordringer og derfor næppe er noget der vil ske af sig selv. Helt grundlæggende er det den generelle holdning blandt virksomhederne (herunder medico virksomhederne) med mange internationale aktiviteter, at St. Rørbæk er for langt fra Kastrup Lufthavn og for vanskeligt tilgængelig med den nuværende infrastruktur. Desuden er der for de store medico virksomheder tale om store investeringer i bygninger og indretning af fx laboratorier på deres nuværende placering. Det betyder at virksomhederne som udgangspunkt har et stærkt incitament til at forblive hvor de er. Generelt er disse virksomheder meget opmærksomme på at placere nye produktionsanlæg i god afstand fra naboer og beboede områder for at undgå problemer med støj, lugtgener og klager.

Dette tyder på at St. Rørbæk ikke vil være et umiddelbart valg for medico virksomhederne når det drejer sig om placering af egentlig produktion: Virksomhederne vil som udgangspunkt søge at blive hvor de er, og St. Rørbæk kan meget vel være et område med for tæt beboelse for virksomhederne. Dog kan det traditionelle erhvervsområde i den nordlige del af St. Rørbæk vise sig at være relevant på sigt, også for denne type aktiviteter, hvor nogle medico virksomheder vurderer at afstanden til beboelsesområder er tilstrækkelig.

På den anden side er der en række faktorer, som tilsammen betyder at medico virksomheder på sigt kunne finde det attraktivt at lokalisere dele af deres aktiviteter i St. Rørbæk. For det første åbner det forhold, at der er store og vækstorienterede virksomheder blandt de danske virksomheder inden for dette område i sig selv et vist potentiale. Flere af disse virksomheder har allerede i dag forskellige aktiviteter placeret på flere forskellige lokationer i Hovedstadsregionen. Der er blandt virksomhederne eksempler på at man har placeret særskilte og indholdsmæssigt afgrænsede aktiviteter forskellige steder i Hovedstadsregionen som følge af knopskydning og begrænsede udvidelsesmuligheder på de eksisterende lokationer. En fremtidig knopskydning af aktiviteter blandt medico virksomhederne åbner dermed potentielle muligheder for St. Rørbæk.

For det andet er der en gruppe medico virksomheder som i forvejen er placeret i Frederikssund-fingeren. Dermed er placering af nye aktiviteter i St. Rørbæk ikke helt perifert for virksomhederne. Det er kendetegnende for denne type vidensintensive virksomheder, at en stor del af medarbejderne er specialister og højtuddannede og dagligt pendler over ganske store afstande for at komme på arbejde. For en stor del af arbejdsstyrken er der således ikke tale om at de er bosiddende i nærområdet, og derfor vil flytning af dele af virksomhedernes aktiviteter, eller etablering af nye aktiviteter, i St. Rørbæk ikke nødvendigvis vil få medarbejderne til at søge væk fra virksomheden. Men igen er forudsætningen at trafikinfrastrukturen er på plads og at St. Rørbæk er let tilgængeligt fra de øvrige dele af Hovedstadsregionen med forskellige transportmidler.

Bosætningen vil understøtte erhvervsudviklingen

Erfaringerne fra andre byer, fx Horsens, er at bosætningen i sig selv kan være en drivkraft der fremmer erhvervsudviklingen. Rationalet er at jo større befolkningsgrundlaget er, desto mere attraktivt er det for virksomhederne at lokalisere sig i området fordi det letter deres adgang til arbejdskraften. Undersøgelsen om erhvervspotentialer har berørt sammenhængen mellem bosætning og erhvervsudvikling. I den forbindelse er det interviewpersonernes klare forventning at bosætningen vil komme først til St. Rørbæk, og herefter vil virksomhederne begynde at etablere sig. Det vil med andre ord sige,

at jo hurtigere bosætningen i St. Rørbæk udvikler sig, desto mere attraktivt bliver det for virksomhederne at lokalisere sig i St. Rørbæk.

Spørgsmålet om hvorvidt bosætningen vil finde sted i St. Rørbæk belyses nærmere i den anden rapport, som er udarbejdet i forbindelse med dette projekt. Det har dog været naturligt at berøre emnet også i forbindelse med undersøgelsen om erhvervspotentialet, netop fordi der er en sammenhæng mellem bosætning og erhvervsudvikling. Her har interviewundersøgelsen peget på at tendensen til stigende boligpriser medfører at dele af arbejdsstyrken placerer sig længere væk fra de centralt beliggende arbejdspladser i København end tidligere. Det medfører at der bliver stigende afstand og adskillelse mellem bopæl og arbejde. Derfor er medarbejderne i mindre grad end tidligere knyttet til deres arbejdsplads på grund af kort afstand mellem arbejde og bopæl. Begge faktorer er til fordel for St. Rørbæks attraktion som mål for bosætning, hvilket som nævnt er til fordel for erhvervsudviklingen.

Nærhed til øvrige del af Hovedstadsregionen

Det er vigtigt at understrege en af de styrker, som vil have stor betydning for både erhvervsudviklingen og bosætningen, er nærheden til den øvrige del af Hovedstadregionen. Etableringen og udbygningen af St. Rørbæk starter ganske vist på "bar mark", men det er en mark som er en del af en helhed. I dag er det mest præcist at beskrive St. Rørbæk og Frederikssund som et område der har nærhed til den øvrige region, men som samtidig ikke anses for at være en integreret del af Hovedstadsregionen. Dette uddybes nedenfor i afsnittet om svaghederne.

4.3 Svagheder

De vigtigste svagheder udgøres af følgende faktorer:

- Frederikssund-fingeren er i dag i udkanten af Hovedstadsregionen
- Kapacitetsproblemer i infrastrukturen i Frederikssund-fingeren
- Konkurrence fra øvrige dele af regionen om tiltrækning af virksomheder (fx Ørestaden, ledige erhvervsgrunde i Ølstykke, vækstmiljø i Hillerød)

Frederikssund-fingeren er i dag i udkanten af Hovedstadsregionen

Samtidig er det et af de meget klare resultater af undersøgelsen, at St. Rørbæk og Frederikssund i dag anses af virksomhederne og de øvrige nøglepersoner for at være en relativt fjerntliggende del af Hovedstadsregionen. Årsagen er at området er vanskeligere tilgængeligt trafikmæssigt end de øvrige dele af Hovedstadsregionen. Infrastrukturen har imidlertid haft en afsmitende effekt på erhvervsudviklingen, hvor Frederikssund-fingeren ikke i samme omfang har oplevet en vækst som områderne langs de nordgående motorveje til Hillerød og Helsingør.

Kapacitetsproblemer i infrastrukturen i Frederikssund-fingeren

Det er således ikke afstanden i kilometer, men i tid der er afgørende. Målt på denne parameter har området omkring Frederikssund og St. Rørbæk i øjeblikket en konkurrenceulempe i forhold til øvrige dele af regionen. Denne svaghed kan der imidlertid ændres på gennem de udvidelser af infrastrukturen som nu er under overvejelse (dvs. udvidelse af motorvejen, tunnel under Roskilde Fjord med tilslutning til motorvejen og St. Rørbæk, samt anlæggelse af S-togsstation i St. Rørbæk).

Konkurrence fra øvrige dele af regionen om tiltrækning af virksomheder

St. Rørbæk er ikke alene om ambitionen om at tiltrække virksomheder. I hele Hovedstadsregionen er der en konkurrencesituation mellem mange områder om at tiltrække erhvervslivet, både i form af eksisterende virksomheder og i form af iværksættere.

Der findes en række eksempler fra forskellige dele af Hovedstadsregionen på initiativer, som bl.a. har til formål at øge et områdes tiltrækningskraft overfor erhvervslivet: Aktuelt er Ørestaden, som nævnt ovenfor, et område hvor der både er anlagt områder med en stor kapacitetsudvidelse, og hvor der fortsat vil ske udvidelse i de kommende år. I Hillerød er der en prioritering af iværksættere og iværksætttermiljøer, bl.a. med henblik på at skabe et grundlag for den langsigtede vækst i området. Men også i nærområdet i Ølstykke, hvor der er ledige erhvervsgrunde, er der tale om en vis konkurrence på området.

Når erhvervsudviklingen i St. Rørbæk starter fra omkring 2011 og fremefter, så er det ikke nødvendigvis alle disse områder, der er de direkte konkurrenter. Men fordi det er grundlæggende positivt for en kommune at have både erhvervsliv og bosætning, frem for bosætning alene, er det hævet over enhver tvivl at der vil være konkurrence til St. Rørbæk i kampen om at tiltrække virksomheder.

4.4 Samlet vurdering af erhvervspotentialet for St. Rørbæk og scenarier for den fremtidige udvikling

Formålet med analysen og vurderingerne i dette afsnit er at skabe et samlet overblik over de faktorer der henholdsvis kan fremme og bremse erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. I den forbindelse er det Rambøll Managements samlede vurdering at der med alle de nævnte styrker og svagheder in mente synes at være gunstige drivkræfter og rammevilkår som vil påvirke erhvervsudviklingen i St. Rørbæk positivt. Disse forhold danner tilsammen grundlaget for en positiv forventning til mulighederne for erhvervsudvikling i St. Rørbæk.

Forudsætningen for indfrielsen af potentialet er imidlertid at Frederikssund og St. Rørbæk bliver en integreret del af Hovedstadsregionen gennem en forbedring af transportinfrastrukturen. Løses infrastrukturproblemerne ikke er det meget sandsynligt at St. Rørbæk fortrinsvis bliver en bosætningsby, og kun i begrænset omfang en erhvervsby.

Endvidere er det naturligvis af fundamental betydning hvorledes den økonomiske udvikling og vækst i regionen og i landet som helhed. Bortset fra en afmatning omkring 2001-2002, så har perioden siden ca. 1993-1994 været en økonomisk vækstperiode. Men en negativ udvikling i de økonomiske konjunkturer i løbet af de kommende 10-15 år vil også have negativ indflydelse på realiseringen af erhvervspotentialet.

Dermed er der tale om to helt fundamentale og eksternt givne forudsætninger, som hver især på afgørende vis kan påvirke styrken og karakteren af erhvervspotentialet i St. Rørbæk. For at illustrere de mulige fremtidige udfaldsrum, som følger af udviklingen i disse grundlæggende forudsætninger, er der i oversigten nedenfor opstillet tre forskellige scenarier. Disse tre scenarier tegner tre forskellige billeder af påvirkningen på de forskellige drivkræfter bag erhvervsudviklingen, som i dag udgøres af de styrker og svagheder, som er beskrevet ovenfor, og dermed af den mulige, fremtidige

udvikling. Resultatet "på bundlinien" er potentialet for den fremtidige erhvervsudvikling i St. Rørbæk, som skabes af disse drivkræfter.

Overskrifterne på de tre scenarier er:

- Scenario 1: Fortsat økonomisk vækst og etablering af ny infrastruktur
- Scenario 2: Økonomisk afmatning og status quo i infrastrukturen
- Scenario 3: Fortsat økonomisk vækst men status quo i infrastrukturen

Samlet viser de tre scenarier hvor stor en indflydelse de to grundlæggende forudsætninger vil have på erhvervspotentialet for St. Rørbæk. Det er således kun i det "optimale" scenario, dvs. hvor der er fortsat økonomisk vækst og der etableres ny infrastruktur både for den kollektive trafik og for vejtrafikken, at der er muligheder for en egentlig erhvervsudvikling som går i retning af de ambitioner, som er skitseret for St. Rørbæk. I de to øvrige scenarier, hvor disse forudsætninger ikke, eller kun delvist, er gunstige, vil erhvervsudviklingen i St. Rørbæk være langt vanskeligere at realisere.

Table 1: Tre scenarier for udviklingen af erhvervspotentialet i St. Rørbæk

Drivkræfter for erhvervsudviklingen: Styrker og svagheder	Scenario 1: Fortsat økonomisk vækst og etablering af ny infrastruktur	Scenario 2: Økonomisk afmatning og status quo i infrastrukturen	Scenario 3: Fortsat økonomisk vækst men status quo i infrastrukturen
<i>Regionalt markedsgrundlag og efterspørgsel</i>	Stabil og evt. stigende mobilitet blandt virksomheder skaber markedsfundamentet for tiltrækning af virksomheder.	Faldende mobilitet blandt eksisterende virksomheder og få nyetableringer reducerer markedet for erhvervsbyggeri.	St. Rørbæk får kun en begrænset del af et marked med stabil og evt. stigende mobilitet blandt virksomheder.
<i>Pladsmangel i den øvrige Hovedstadsregion</i>	Væksten vil være bredt fordelt over hele regionen, hvilket vil skabe efterspørgsel efter erhvervsbyggeri i St. Rørbæk.	Den økonomiske afmatning betyder at den allerede eksisterende kapacitet i regionen er tilstrækkelig.	Væksten vil blive koncentreret omkring den eksisterende kapacitet. Flere virksomheder udvider med etablering i Malmø.
<i>Lokalisering af medicovirksomheder i nærområdet</i>	Vækst og ny infrastruktur kan gøre det attraktivt for medicovirksomheder at placere nye, afgrænsede aktiviteter i St. Rørbæk.	Lokalisering af medicovirksomheder i St. Rørbæk er ikke sandsynlig, fordi virksomhederne ikke ekspanderer eller kun gør det i begrænset omfang.	Lokalisering af medicovirksomheder i St. Rørbæk er ikke sandsynlig, fordi virksomhederne finder andre og mere tilgængelige lokationer.
<i>Bosætningen vil understøtte erhvervsudviklingen</i>	Økonomisk vækst vil fastholde udviklingen på boligmarkedet. Bosætningen udbygges i løbet af få år og skaber en ekstra dynamo for erhvervsudviklingen.	Bosætningen vil blive udbygget i St. Rørbæk, men i langsommere tempo end oprindelig forventet. Bosætningen får ingen eller kun begrænset betydning for erhvervsudviklingen.	Økonomisk vækst vil fastholde udviklingen på boligmarkedet og gøre St. Rørbæk til et attraktivt mål for bosætning. Bosætningen udbygges i løbet af få år men får kun begrænset betydning for erhvervsudviklingen.

Drivkræfter for erhvervsudviklingen: Styrker og svagheder	Scenario 1: Fortsat økonomisk vækst og etablering af ny infrastruktur	Scenario 2: Økonomisk afmatning og status quo i infrastrukturen	Scenario 3: Fortsat økonomisk vækst men status quo i infrastrukturen
<i>Nærhed til øvrige del af Hovedstadsregionen, men Frederikssund-fingeren er i dag i udkanten af Hovedstadsregionen</i>	Frederikssund-fingeren bliver mere integreret i Hovedstadsregionen, både i forhold til arbejdsstyrken og erhvervsudviklingen.	Frederikssund-fingeren forbliver forholdsvis isoleret og udvikler sig ikke i samme takt som den øvrige del af regionen.	Bosætningen i St. Rørbæk består af en pendlerbefolkning, som rejser mod København. Det understøtter en vis integration, men det påvirker ikke den lokale erhvervsudvikling i nævneværdig grad.
<i>Kapacitetsproblemer i infrastrukturen i Frederikssund-fingeren</i>	Kapacitetsproblemerne løses med udbygningen af infrastrukturen. Dette påvirker erhvervspotentialet positivt.	Kapacitetsproblemerne løses ikke, men aftager pga. afmatning i beskæftigelsen.	Kapacitetsproblemerne vokser i omfang som følge af bosætningen af pendlere.
<i>Konkurrence fra øvrige dele af regionen om tiltrækning af virksomheder</i>	Der vil være stor konkurrence, men også et større marked at konkurrere om. St. Rørbæks konkurrenceevne er forbedret i lyset af væksten og den ny infrastruktur.	Konkurrencen mellem kommunerne skærpes, og St. Rørbæk står svagt i denne konkurrencesituation.	Der er konkurrence, men også et stigende marked. Dog er St. Rørbæk svagt positioneret i denne konkurrencesituation.
Effekt på St. Rørbæks erhvervspotentiale	St. Rørbæks erhvervsudvikling udvikler sig gradvist og består både af lokalt funderede virksomheder, tilflyttede virksomheder, som er dele af større koncerner, samt detailhandel.	St. Rørbæk er en bosætningsby uden eller med begrænset erhvervsudvikling. Korte lejekontrakter i et prisbilligt niveau vil være en forudsætning for tiltrækning af virksomheder.	St. Rørbæk er fortrinsvis en bosætningsby , men vil have et grundlag for lokal detailhandel og tiltrækning af lokale virksomheder inden for fremstillingserhverv .

5. Elementer til en udviklingsstrategi

Dette afsnit præsenterer Rambøll Managements vurdering af en række temaer, som både er knyttet til undersøgelsens formål, og som samtidig kan udgøre elementer i den fremtidige strategi og tilgang til erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. Med afsæt i undersøgelsens data diskuteres hvert tema, og vi vurderer hvorledes dette tema kan indgå i erhvervsudviklingen på den mest hensigtsmæssige måde.

5.1 Vision og udviklingsstrategi

I rapportens indledning er St. Rørbæk projektets vision kort beskrevet, og som nævnt er mål og ambitioner med den nye by høje. Interviewene med nøglepersoner og virksomheder har generelt understreget betydningen af at have en vision for byen, og der er udtrykt opbakning til det høje ambitionsniveau. Det er visionen der skal styre arbejdet med at udforme byen helt frem til det tidspunkt hvor den er opført og taget i brug af borgere og virksomheder. Netop på dette tidspunkt af arbejdsprocessen, hvor byen end ikke eksisterer på tegnebrættet, har visionen en særlig vigtig rolle: Der lægges nogle spor ud i denne fase, og visionen spiller en helt central rolle som et værktøj til at vurdere om disse spor går i den ønskede retning.

I Frederikssund Kommunes præsentation af St. Rørbæk projektet fra marts 2004 er visionen for byen beskrevet. I nedenstående tekstboks er den centrale tekst om St. Rørbæk visionen gengivet.

Tabel 2: Foreløbig vision for St. Rørbæk

"Ambitionsniveauet for planlægningen og udbygningen af den nye by er højt. Det skal blive en unik by, der spiller en vigtig rolle i Øresundsregionen som en anderledes og fremtidssikret by. Der arbejdes derfor med integration af boliger, offentlig service og erhverv på en måde, der skal være med til at skabe rammerne for oplevelse af liv og aktivitet hele døgnet.

Skal man i dag tegne et billede af byen er det en tæt og grøn by. Den kan gå i højden. Den kan være organiseret om fælles arealer eller strenge af byrum. Mange funktioner er integreret, og store og små virksomheder er indpasset i bymiljøet. Bebyggelsen er koncentreret, måske med fælles frie arealer omkring sig. Samtidig er det også en grøn by, en by der udnytter landskabet og beliggenheden tæt ved Fjorden.

Det er en fleksibel by med en robust struktur, som sikrer, at visionen om den nye by kan holdes fast – også selv om udviklingen i de kommende 20-30 år vil forløbe anderledes, end vi kan se nu."

Kilde: Frederikssund Kommune, marts 2004 "Ny by ved Store Rørbæk. Vision og program".

Det mest markante eksempel på byudvikling fra nyere tid i Hovedstadsregionen, og i landet som helhed, er udviklingen af Ørestaden. I flere af de gennemførte interview med nøglepersoner og virksomheder er Ørestaden og erfaringerne herfra og fra andre byudviklingsprojekter blevet diskuteret. Nogle af disse har betydning for visionen for erhvervsudviklingen i St. Rørbæk og kan beskrives under tre overskrifter:

- Tidsperspektivet
- Fastholdelse af visionen

- Organisering

Tidsperspektivet

Udviklingen i Ørestaden illustrerer tydeligt, at byudvikling i stor skala er et arbejde hvor det er nødvendigt med et meget langsigtet perspektiv. Den trinvis etablering og udbygning af Ørestaden har været i gang siden vedtagelsen af Ørestadsloven i 1992, og forud for starten på iværksættelsen er gået flere år med planlægning og debat.

Overføres disse erfaringer på St. Rørbæk, og på den tidsramme for iværksættelsen af byen der tegner sig nu, så betyder det, at de første virksomheder vil etablere sig i St. Rørbæk tidligst fra 2011 og fremefter (dvs. når man ser bort fra erhvervsområdet i den nordlige del af St. Rørbæk, som vil blive udstykket som erhvervsgrunde langt tidligere). Herefter vil tiltrækningen og udbygningen af erhvervslivet i St. Rørbæk ske gradvist.

Det vil samlet sige, at der meget vel kan gå op til 15 år eller mere før der er etableret en form for kritisk masse af virksomheder. Etableringen af en kritisk masse af virksomheder er bl.a. vigtig, fordi den i sig selv bidrager til at tiltrække flere virksomheder gennem en selvforstærkende snebold-effekt. Desuden er den kritiske masse nødvendig for at byen bliver i stand til at oppebære de 3.000 – 6.000 arbejdspladser, som ambitionen for St. Rørbæk sigter på.

Fastholdelse af visionen

Det lange tidsperspektiv sætter scenen for de forventninger der realistisk kan stilles til erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. Tidshorisonten betyder at der vil ske ændringer bl.a. i den kreds af personer og institutioner, som skal bære projektet igennem, i de økonomiske konjunkturer som skaber grundlaget og efterspørgslen efter byen, og i de politiske omgivelser, som skal sikre den nødvendige opbakning og fremdrift i arbejdet.

I forventning om at disse kritiske omgivelsesbetingelser meget vel kan skifte for St. Rørbæk projektet i løbet af denne årrække har flere interviewpersoner understreget betydningen af at holde fast i visionen. Med andre ord, så vil St. Rørbæk møde modvind og måske stærk modstand undervejs, men visionen vil kun blive realiseret, hvis man ikke går på kompromis. Sættes der først en udvikling i gang, der ikke er i stand til at tiltrække virksomheder i de ønskede målgrupper, så er det meget vanskeligt at vende tendensen efterfølgende.

Som en af interviewpersonerne beskrev det, så har Ørestaden været "dødsdømt" adskillige gange siden vedtagelsen af Ørestadsloven, men alligevel er processen fortsat, og der er skabt en udvikling med mange solgte erhvervsgrunde og lokalisering af vigtige offentlige institutioner og private virksomheder, som tilsammen har skabt den kritiske masse, der vil trække flere virksomheder og arbejdspladser til i fremtiden.

Overført på St. Rørbæk betyder disse erfaringer fx at:

- Der skal holdes fast i princippet om **høj kvalitet** i byen og byggeriet, også selv om der i perioder kan forekomme dårlige økonomiske konjunkturer og svag efterspørgsel efter erhvervsbyggeri.
- Det skal være **acceptabelt at sige nej** til at sælge eller udleje til virksomheder, der vurderes at påvirke realiseringen af visionen negativt (fx bynær lokalisering af virksomheder med støj, luftforure-

ning eller lugtgener). Også selv om det kan betyde at det tager længere tid at tiltrække virksomheder til byen.

- Der er grundlag for en **aktiv indsats** i forhold til at **markedsføre** St. Rørbæk i forhold til udvalgte virksomhedssegmenter, som vurderes som attraktive for byens udvikling.
- Det er nødvendigt at udvikle modeller for **offentligt-privat samarbejde (OPP)** som sikrer at det bliver økonomisk muligt for **detailhandelsvirksomheder** at etablere sig og opretholde driften også ud over en startfase med lavere aktivitet indtil bosætningen tager fart. Det vil kræve finansieringsmodeller for byggeriet som sikrer lempelige og attraktive vilkår for detailhandelsvirksomheder. Tilstedeværelsen af detailhandelsvirksomheder spiller en vigtig rolle i skabelsen af et attraktivt bymiljø og bosætningsområde, og vil derfor være en drivkraft i udviklingen af bosætningen.

Organisering

Fastholdelse af visionen hænger sammen med organiseringen af St. Rørbæk projektet. Hvis visionen skal blive andet og mere end ord på "skåltale-niveau", så kræver det bl.a. en organisation som kan sikre, at visionens indhold og intentioner bliver omsat til praksis og fastholdes igennem en længere årrække.

I den nuværende form er St. Rørbæk projektet et samarbejdsprojekt blandt forskellige partnere og interessenter. Det er naturligt, både fordi det er en stor opgave for Frederikssund Kommune at løfte alene, og fordi det giver mulighed for at skabe sammenhæng til den øvrige udvikling i Hovedstadsregionen. Imidlertid indebærer det også en risiko for at projektet splittes mellem forskellige interesser og der skabes løsninger efter laveste fællesnævner.

For at sikre St. Rørbæk mod risikoen for en glidende nedgradering over tid er det ikke tilstrækkeligt at fastlægge plangrundlaget for byen, men også at skabe en organisatorisk platform, der reelt kan fastholde visionen. Det vil sige at det vil være hensigtsmæssigt at udskille St. Rørbæk projektet fra Frederikssund Kommune i en lignende struktur som i Ørestaden, hvor Ørestads-selskabet står i spidsen for udvikling. Denne struktur omtales i det følgende som "St. Rørbæk Selskabet". Det betyder, at der nok er forbindelser til det politiske system, således at der kan ske en påvirkning af demokratiske kanaler, men at der også er indarbejdet et armlængde-princip i organisationen, idet det er bestyrelsen der er det kompetente beslutningsforum.

St. Rørbæk Selskabet skal etableres som et selskab som både har det økonomiske ansvar og den besluttende funktion. Selskabet skal bestå af forskellige aktører, som er investorer i byen. Foruden Frederikssund Kommune kunne det være regionsrådet, Realdania, institutionelle investorer og ejendomsselskaber. I den forbindelse er det en af de fremtidige udfordringer at udforme en OPP-model, som lever op til disse målsætninger og kan fungere som ramme for samarbejdet mellem de forskellige investorer. Dette vil være en ny model, men i sin natur er St. Rørbæk et eksperiment, og dette må også afspejle sig i den bagvedliggende organisation.

Desuden er det af fundamental vigtighed at der er engagerede, professionelle personer, der kan bære den daglige indsats. Erfaringer fra andre byudviklingsprojekter, fx i Newcastle, viser at det kan have afgørende positiv betydning for realiseringen af at der står en professionel og faglig kompetent "ildsjæl" i spidsen for projektet. For at opnå dette kan der skabes nogle incita-

menter, som tiltrækker personer med det rette engagement og de rigtige kompetencer. Der skal med andre ord udformes nogle stillinger i St. Rørbæk Selskabet hvor karriere og succeskriterier er tæt knyttet til realiseringen af visionen.

5.2 Udviklingsstrategi og markedsføring

5.2.1 Syv mulige strategier

Der er dog også en række udviklingsstrategier, som kan være relevante for St. Rørbæk. De syv strategier som Rambøll Management vil trække frem, beskrives nedenfor i deres 'rene' form. I praksis vil man typisk udvælge og kombinere elementer fra flere af strategierne, da disse erfaringsmæssigt bidrager til vækst og velstand på forskellig vis.

1. **Erhvervsklyngestrategi for udvalgte erhverv:** St. Rørbæk kan satse på en eller flere eksisterende eller potentielle erhvervsklynger. Dvs. grupper af virksomheder, som via deres indbyrdes relationer giver dem en øget konkurrencestyrke. Det er klart at en sådan strategi ikke kan løftes af St. Rørbæk og Frederikssund Kommune alene, men kræver medvirken fra regionale og statslige aktører. En indsats fra offentlig side kan fx finde sted i form af etablering af et uddannelses- og forskningsmiljø i byen, gerne kombineret med en udviklingspark eller vækstmiljø for iværksættere, med henblik at skabe den fornødne kritiske masse igennem en årrække.
2. **Videnstrategi:** Ved at fremhæve og/eller udvikle særlige uddannelses- og forskningsmiljøer i St. Rørbæk kan man understøtte og pleje et klima for innovation og nytænkning inden for et givet område. Det kan ske gennem vækstmiljøer, netværk eller samarbejde mellem kultur og erhverv. Det kan også være gennem udvikling af uddannelser eller netværk med eksisterende uddannelser, der giver kompetencer inden for bestemte erhverv og deres støttefunktioner. Denne strategi forudsætter således samarbejde mellem kommunen og forskellige vidensmiljøer og -institutioner.
3. **Iværksætterstrategi:** St. Rørbæk kan sætte fokus på udvikling af små virksomheder, eventuelt inden for en særlig sektor (teknologi, kreative erhverv mm.). Der kan udvikles miljøer for iværksættere og mindre og mellemstore virksomheder gennem netværksorganisationer, centre samt innovations- og iværksætterinitiativer samtidig med at rammebetingelserne for de nye virksomheder styrkes. Indsatsen for denne strategi består for det første i at etablere de rette fysiske rammer under favorable økonomiske vilkår, så iværksætterne har et økonomisk incitament for at etablere sig i St. Rørbæk. For det andet må der skabes et iværksættermiljø med en vifte af service- og rådgivningsydelser til iværksætterne (revisorhjælp, marketingrådgivning mv.).
4. **Oplevelses- og turismestrategi:** St. Rørbæk kan vælge en målrettet satsning på oplevelser i form af natur, kultur og attraktioner, der vil tiltrække borgere og turister. Kultur og kreativitet tiltrækker 'den kreative klasse' og dermed attraktive borgere, som virksomhederne efterspørger. Kulturinvesteringer er dermed indirekte investeringer i erhvervsudvikling – ikke mindst når morgendagens innovative og kreative virksomheder skal tiltrækkes. En sådan strategi forudsætter, at der eksisterer en række interessante og vedkommende natur- og kulturtilbud, samt at der in-

vesteres i større attraktioner og forlystelser, der indtænkes i en samlet oplevelsespakke for kommunen og området i øvrigt.

5. **Eventstrategi:** St. Rørbæk kan skabe en vækst og et stærkt image ved at fokusere på og udvikle store events inden for faglige områder eller inden for kultur eller idræt. Events tiltrækker investeringer og skaber solide netværk, organisationer og samarbejder i regionen. For at realisere strategien kræves dog en række større investeringer fra start, et bæredygtigt koncept samt en større institution eller markante ressourcerpersoner, der kan bære og realisere sådanne større arrangementer.
6. **Fyrtårnsstrategi:** St. Rørbæk kan etablere eller markedsføre et arkitektonisk, kulturelt eller vidensbaseret fyrtårn for byens udvikling (f.eks. et markant kulturhus, museum eller wellness og sportscenter), for at tiltrække opmærksomhed og turister samt udvikle byens tiltrækningskraft for potentielle borgere og virksomheder. En realisering af fyrtårnsstrategien forudsætter et markant bygningsværk eller institution – både arkitektonisk og indholdsmæssigt – og bør derfor realiseres via arkitektkonkurrencer med deltagelse af anerkendte og innovative arkitekter. Desuden er det en forudsætning, at kommunen tænker fyrtårnet ind i den samlede udvikling af byen.
7. **Oplevelsesrige byrum:** St. Rørbæk kan gøres til en oplevelsesrig by ved at iscenesætte byens rum – både reelt og virtuelt – som en scene for udfoldelse. Det kan gøres ved brug af kunst, interaktive pladser, gadekultur og events i byrummet eller ved at blande byfunktioner såsom erhverv, bosætning og kultur. Denne tanke ligger i forlængelse af de intentioner, der er beskrevet i visionsprogrammet for St. Rørbæk. Hvis byen skal blive en attraktion i sig selv kræver det imidlertid, at tankerne omkring de oplevelsesrige byrum konkretiseres og integreres i helhedsplanen fra start samt at der åbnes rum for utraditionelle og 'skæve' idéer.

Således de syv strategier og forudsætningerne herfor. Hvilke strategielementer St. Rørbæk præcis skal tage udgangspunkt i, må besvares gennem en fremtidig analysefase og proces omkring udviklingen af byen. En sådan analyse vil fungere som et navigationsværktøj, der angiver i hvilken retning St. Rørbæk skal udvikle sig.

5.2.2 *En bredspektret strategi*

Der er i projektet lagt op til at St. Rørbæk sigter bredt og bliver det væsentlige udviklingsområde i den nye kommune og i denne del af Hovedstadsregionen. Da der samtidigt ikke synes at være basis for en meget snæver eller ensidig satsning på en bestemt branche eller på et konkret vidensområde må udgangspunktet være en relativt bred udviklingsstrategi med flere elementer fra de ovennævnte syv strategiforslag.

En bred tilgang til udviklingen af St. Rørbæk betyder for det første at der arbejdes for en udvikling, hvor der i området gøres plads til etablering af virksomheder i form af:

- Iværksættere fra området og udefra
- Lokale virksomheder, der flytter eller etablerer nye afdelinger
- Tilflytterselskaber fra andre dele af Hovedstadsregionen eller udefra

Disse tre kategorier stiller forskellige krav til markedsføring og til en vis grad til byens faciliteter og byfunktioner. Men en udvikling, der består af alle tre

dele vil være godt i tråd med ønsket om et område med en bred sammen-sætning, det vil give bedre muligheder for vækst, når konjunkturerne skifter for en af de tre kategorier, og de tre kategorier vil kunne give et godt internt samspil og skabe et godt vækstklima.

Rent branchemæssigt er der områder, man skal undgå, for at opretholde byens attraktivitet for andre virksomheder. Det kan være virksomheder, der afgiver lugt eller støj, eller virksomheder med så stor en transport til og fra, at det vil virke ødelæggende for miljøet. Det er vigtigt at identificere og klart beskrive sådanne områder allerede fra starten, så man kan melde klart ud i forhold til interesserede investorer.

5.2.3 *Fokusering af markedsføringen*

I forbindelse med markedsføringen vil det imidlertid være hensigtsmæssigt at satse mere snævert. Branchemæssigt vil det således være oplagt at tage udgangspunkt i de virksomheder, der ligger i området, dvs. i Frederikssund området og hele Frederikssund-fingeren. Medico-virksomheder har været nævnt som et satsningsområde, og der er såvel i Frederikssund som i hele det nordsjællandske område mange virksomheder og arbejdspladser inden for såvel medicinalvirksomhed som medicoteknik. Området er meget ombejlet af kommuner og amter, og har nok været topscorer i satsningsområder i erhvervsstrategier over de seneste femten år, men med placeringen i forhold til mange af branchens virksomheder kan det være en mere realistisk satsning her. Det vil især være en styrke, hvis der inden for de eksisterende aktiviteter på området kunne identificeres en fælles specialisering eller en fælles teknologi, som kunne danne udgangspunkt for netværkssamarbejde om faglig udvikling.

Et andet oplagt udgangspunkt for en indsnævring af et fokus for markedsføringen er områdets profil med hensyn til arbejdskraften. Analyser af uddannelsesstrukturen viser, at Frederikssund, ligesom andre byer med en vis afstand fra København har en overvægt af kort uddannede. Det betyder naturligvis ikke at man skal satse snævert på virksomheder, der primært beskæftiger kortuddannede, men det betyder, at Frederikssundsområdet har en komparativ fordel i forhold til lokaliseringer tættere på København, hvad angår virksomheder, der har brug for en del ikke-højt uddannet arbejdskraft. Den styrkes yderligere af, at den højt uddannede arbejdskraft er mere mobil og villig til pendling over længere afstande end den lavere uddannede arbejdskraft.

Endelig er det oplagt at tage udgangspunkt i, hvilke virksomheder, der forventes at opleve vækst over de kommende år. Det er vækstvirksomheder, der er interessante at have i byen af hensyn til områdets beskæftigelse, men det er også vækstvirksomheder, der er mest mobile og kan være mulige at tiltrække i situationer med kapacitetsproblemer. Vækstvirksomheder kan naturligvis være meget forskelligt og have forskelligt branchetilhørsforhold over årene, men i øjeblikket er det primært virksomheder inden for forretningservice, vidensvirksomhed, samt virksomheder inden for oplevelses- og fritidsområdet.

Vidensvirksomheder er en interessant målgruppe, dels fordi de er meget mobile (jf. tidligere HUR undersøgelse), dels fordi der skabes mange jobs og er høj vækst i de vidensintensive virksomheder, hvilket er påvist i en tidligere Rambøll Management undersøgelse om akademikere i mindre og mellemstore virksomheder. Derfor er de potentielt vigtige som dynamoer i udviklingen af St. Rørbæk som erhvervsområde.

5.2.4 Markedsføringens organisering

Det er vigtigt at sikre en bred opbakning om projektet og skabe viden og respekt omkring det, såvel lokalt som regionalt og så vidt muligt nationalt. Der skal især satses på et højt vidensniveau i målgruppevirksomheder og i lokalområdet. Her er det vigtigt at der er et godt kendskab og en god forståelse for planerne, samt at planerne fremstår som på den ene side ambitiøse men på den anden side også realistiske.

Det er derfor også vigtigt at projektet forankres på disse områder samt hos andre, der på forskellig måde kan have indflydelse på St. Rørbæks udvikling fremover. Konkret foreslås en partnerskabs og netværksbaseret udviklings- og markedsføringsstrategi, der sikrer at et bredt udsnit af organisationer og nøglepersoner bakker op om byens udvikling og bruger sine netværk og sin kreativitet til fremme af udviklingen i St. Rørbæk. Denne kan udmøntes i en organisation, bestående af et udviklingsråd, et erhvervsforum, en beboerforening og evt. et antal faglige netværk. En oplagt mulighed er at organisere initiativet under "St. Rørbæk Selskabet", som omtalt i det foregående afsnit, der under ledelse af en udviklingsdirektør står for administration og netværksudvikling og -pleje.

Det bør overvejes tidligt i processen at etablere et udviklingsråd, der har til formål at:

- diskutere og udvikle strategier for området
- skabe kendskab og respekt omkring projektet
- være ambassadører for St. Rørbæk i forskellige sammenhænge

Udviklingsrådet bør være bredt forankret i alle de væsentligste fora, der kan have indflydelse på udviklingen af St. Rørbæk. Det kan f.eks. være sammensat på følgende måde.

- Ny Frederikssund kommunes borgmester
- En eller to oppositionsrepræsentanter fra byrådet i den ny kommune
- Tre repræsentanter fra det lokale erhvervsliv, heraf én fra det største pengeinstitut og én fra St. Rørbæks Erhvervsforum, når det dannes.
- En repræsentant fra Realdania
- En repræsentant fra Region Hovedstaden
- To folketingspolitikere med tilknytning til området og/eller til erhvervsområdet
- En EU parlamentariker med tilknytning til området
- En repræsentant for hver af organisationerne Dansk Industri, Håndværksrådet, Dansk Iværksætterforening m.fl.
- En repræsentant for den civile sektor (foreningslivet) i regionen/kommunen
- En eller to forskere på et område med tilknytning til en eller flere af områdets virksomheder
- Én eller to kulturpersoner med tilknytning til området
- Eventuelt repræsentanter fra brancher, der satses på i området

Rådet kan i starten mødes to gange årligt men på sigt vil én gang årligt være rimeligt. Møderne vil dels bestå af relevante indlæg, hvor under der kan inviteres en bredere kreds til deltagelse, og dels diskussioner i henhold til udsendt dagsorden. Der skal sigtes på at udnytte medlemmernes kompetencer og netværk optimalt.

Virksomheder med en vis interesse for St. Rørbæk skal inddrages aktivt i planlægningen. Det kan f.eks. ske gennem dannelsen af et erhvervsforum for St. Rørbæk, som ville kunne fungere som et forum for diskussion af konkrete spørgsmål vedr. planlægning af området, fælles faciliteter og fælles problemer i området, men som også kan udvikles til at være en attraktiv klub for erhvervslivet i St. Rørbæk, Ny Frederikssund Kommune eller for regionen som sådan.

Det foreslås, at der også etableres en egentlig beboerforening for såvel bosatte personer som virksomheder i området til varetagelse af praktiske og sociale forhold i området.

En af udviklingsrådets opgaver vil være at være igangsætter for virksomhedsnetværk, der arbejder med udvikling af virksomhedskoncepter, tiltrækning af konkrete typer af virksomheder eller fælles udvikling af teknologi. Udviklingsrådets rolle skal desuden være at gøre deltagelse i sådanne netværk attraktiv for de virksomheder, organisationer, og personer, man ønsker deltagelse af.

Uanset tidsplanen for udbygningen af området er det vigtigt at forberede og igangsætte den institutionelle del, som kan skabe viden og troværdighed omkring hele projektet.

5.3 Krav til bygninger og bymæssige rammer

5.3.1 Forudsætningsfaktorer

Som det fremgik af afsnit 3, så er der i forbindelse med virksomhedslokalisering tale om at en række af virksomhedernes krav og ønsker har karakter af at være såkaldte forudsætningsfaktorer. Det vil sige, at hvis virksomhedernes krav og ønsker i forhold til netop disse faktorer ikke er opfyldt, så vil lokalisering slet ikke komme på tale. Lidt karikeret kan man dermed også sige, at det er først når disse faktorer er på plads at der er grund til for alvor at fokusere på de øvrige lokaliseringsfaktorer.

På baggrund af den eksisterende viden om lokaliseringsfaktorer og på baggrund af de gennemførte interview med nøglepersoner og virksomheder peger vi i dette afsnit på de faktorer, som i forbindelse med etablering og udbygning af St. Rørbæk fremstår som forudsætningsfaktorerne. Dette drejer sig om henholdsvis:

- Den trafikale infrastruktur
- By- og servicefunktioner til byens beboerne
- Den teknologiske infrastruktur

Den trafikale infrastruktur

Spørgsmålet om den trafikale infrastrukturens betydning som lokaliseringsfaktor blev beskrevet i afsnit 3. Derfor kan dette punkt beskrives kort i dette afsnit, men det er vigtigt at understrege, at den trafikale infrastruktur klart fremstår som den vigtigste lokaliseringsfaktor i St. Rørbæk. Både i de eksisterende data om lokaliseringsfaktorer og i samtlige interview fremgår det, at den trafikale infrastruktur er af fundamental og afgørende betydning for udbygningen af St. Rørbæk og for realiseringen af erhvervspotentialet.

Konklusionen fra interviewene er, at Frederikssund og St. Rørbæk anses for at være et randområde i Hovedstadsregionen, der ikke er fuldt integreret i den resterende del af regionen. Dette skyldes især at vejnettet til og fra om-

rådet ikke er udbygget på en måde der giver mulighed for hurtig og nem adgang. Det samme gælder adgangen til området på den vestlige side af Roskilde Fjord.

På baggrund af analysen vil vi for det første fremhæve at det er vigtigt, at den **trafikale infrastruktur** er på plads allerede fra start eller at der, som et minimum, ligger en detaljeret plan herfor. Den trafikale infrastruktur har flere aspekter, og omfatter ikke alene spørgsmålet om en motorvej til Frederikssund. Kravet om et udbygget og velfungerende infrastruktur gælder således både i forhold til:

- **Vejadgangen til og fra St. Rørbæk i form af trafikveje og tilslutningsanlæg:** Gennemførelsen af motorvejen til Frederikssund og etableringen af en tilslutningsvej og tunnel under Roskilde Fjord vil integrere ikke alene St. Rørbæk men også Frederikssund, Skibby og Jægerspris med den øvrige del af Hovedstadsregionen.
- **Den planlagte S-togsstation i St. Rørbæk:** Det skal være muligt at gå til/fra stationen til de centrale erhvervskvarterer i byen. På baggrund af interviewene synes et bud på hvor lang gåafstand der vil være acceptabelt, at ligge på ca. 10-15 minutter.
- **Busbetjening internt i byen og eksternt i forhold til den øvrige del af området og regionen:** Arbejdskraftoplandet (specielt ufaglært og faglært arbejdskraft) til St. Rørbæk vil i høj grad befinde sig i det lokale område. Derfor skal der sikres adgang til byen gennem offentlig bustransport.
- **Byens interne trafiknet af veje og stier:** Placeringen af virksomheder i den centrale del af byen stiller krav til vejtilgængeligheden. Uanset om der er tale om fremstillings-, service-, eller detailhandelsvirksomheder, så har virksomhederne behov for leverancer, som skal kunne fragtes til/fra byen med mindst mulig gene for beboere og det øvrige liv i byen. Specielt for fremstillingsvirksomhederne gælder det, at der kan være forholdsvis meget tung trafik forbundet med virksomhedernes aktiviteter, herunder trafik på alle døgnets tidspunkter. Derfor søger denne type virksomheder oftest isolerede placeringer i rene industrikvarterer således at aktiviteterne ikke skaber gener for naboer. Det nordlige erhvervsområde i St. Rørbæk tæt ved Frederikssunds sydøstlige grænse forekommer umiddelbart velegnet til denne type virksomheder.

By- og servicefunktioner til byens beboere

Da bosætning er én af de centrale faktorer, der driver erhvervsudviklingen i byer og regioner, er det desuden afgørende, at St. Rørbæk har en række by- og servicetilbud, der retter sig mod alle alders- og befolkningsgrupper. Tilbudene er vigtige for, at borgerne kan få hverdagen til at fungere, og bliver dermed også vigtige for kommende virksomheder i området.

Centrale services, der som et minimum skal være tilstede, er:

- Daginstitutioner og pasningsgaranti
- Folke- og ungdomsskoler
- Detailhandel i bykernen
- Offentlig 'serviceskranke'
- Idrætsfaciliteter
- Kultur- og fritidstilbud

- Læger
- Tandlæger.

Ligesom i forhold til den trafikale infrastruktur er det vigtigt, at servicetilbudene etableres fra start, da de færreste borgere vil være parate til at vente længe herpå. Derudover vil vi som et muligt fokusområde pege på, at St. Rørbæk kan arbejde med at skabe let adgang til detailhandelsfaciliteter for byens borgere. Desuden kunne det være en idé at udvikle anderledes indkøbsmuligheder, som f.eks. en drive-in eller en e-handelsløsning med et lokalt supermarked, som gør det let for indpendlere at ordne indkøb på vej til eller fra arbejdet i St. Rørbæk.

Den teknologiske infrastruktur

For det tredje vurderer Rambøll Management, at byen gerne skal kunne tilbyde 'state-of-the-art' teknologi, som virksomhederne i stigende grad betragter som en forudsætningsfaktor. En betingelse for, at en kommende by kan udfolde sit fulde potentiale er, at der etableres et veludviklet kommunikationsnetværk. Det kan være infrastrukturelle forbindelser, men også kommunikationsplatforme (fysiske som virtuelle), der kan facilitere udveksling og mobilitet i regionen. Helt konkret kan moderne teknologi være med til at skabe en bedre sammenhæng mellem arbejde, transport og familieliv, hvilket særligt børnefamilierne efterspørger. Ligeledes kan teknologien forventes at bidrage til og understøtte nye arbejds måder og arbejds mønstre. Dette er eksempelvis sket på Massachusetts Institute of Technology, da man indførte trådløst Internet på campus-området.

Trådløs campus på The Massachusetts Institute of Technology (MIT)

På MIT er der etableret trådløs internetforbindelse på hele campus-området, ved at opsætte en række acces points. Det har betydet, at de studerende nu færdes frit på området med deres bærbare PC'er i forbindelse med undervisningen og løsning af studieopgaver. Desuden har det trådløse netværk ændret fundamentalt ved aktiviteterne på campus-området, idet nettet benyttes 24 timer i døgnet.

De nye teknologibårne bevægelses- og adfærdsmønstre bør desuden understøttes af de fysiske rammer forstået som den måde både virksomheder og boliger indrettes på. Her tænkes særligt på fleksible løsninger så bygninger kan skifte karakter fra erhverv til bolig og vice versa, men også andre fremtidsorienterede indretningsløsninger bør afprøves.

Hvilken teknologi der konkret skal implementeres i St. Rørbæk er, med den hastige teknologiske udvikling, svært at sige noget om på nuværende tidspunkt. Generelt er det klart, at det bør være den til enhver tid gældende bedste teknologi. St. Rørbæk skal dermed fastholde visionen om at være en førende digital by. En udfordring i den forbindelse er, at en sådan teknologi kræver løbende investeringer og vedligeholdelse. Omvendt vil opdaterede teknologiske faciliteter være centralt for at tiltrække og fastholde vidensintensive virksomheder og medarbejdere, der anvender moderne teknologi i forbindelse med deres arbejde. At ny teknologi er et effektivt instrument i den sammenhæng, har man oplevet i en mindre provinsby som Præstø, der er Danmarks første "fiberby".

Præstø - Danmarks første fiberby

Præstø på Sydsjælland blev i år 2003 den første by i Danmark, hvor alle indbyggerne kunne komme på nettet med en hurtig fiberforbindelse. Hver fjerde husstand meldte sig til fra start og i dag er mere end en tredjedel tilmeldt. Foreløbig er kun bymidten i Præstø koblet op. Men alligevel er det allerede nu tydeligt at nettet har betydet en øget interesse for tilflytning til byen, bl.a. på grund af den dækkende omtale af fibernet. Her har Præstø en klar fordel i forhold til nabokommunerne.

Hurtige internetforbindelser og anden teknologi vurderes at være særlig relevant for mindre by- og landområder, da det kan være en betingelse for at tiltrække tilflyttere. Det giver først og fremmest gode muligheder for hjemmearbejdspladser. Fremover vil der desuden være mulighed for at opnå endnu flere services over fibernet end i dag – eksempelvis video-on-demand, e-læring og videochat. Dermed må det forventes, at den digitale infrastruktur vil større betydning fremover, når byer og regioner skal konkurrere om borgernes og virksomhedernes gunst.

Efter udrulningen af fibernet i Præstø har flere andre byer vist interesse for indførelse af et fibernet, heriblandt en række mindre byer på Lolland og Falster, som i år 2004 indgik en aftale med IBM omkring indførelse af et fibernet.

5.3.2 Samlokalisering

Undersøgelsen har belyst virksomhedernes holdning til at lokalisere sig i bygninger hvor man lokalemæssigt er placeret tæt på hinanden og deler fællesfaciliteter i større eller mindre grad. Denne del af undersøgelsen har bl.a. været inspireret af tankerne i visionsprogrammet om 'Byens Hus', som byens centrale sociale og kulturelle centrum med fx iværksætterlokaler, kontorhus placeret side om side med offentlige (fx kommunal serviceskrank) og bymæssige faciliteter (fx bibliotek, mødesal, undervisnings- og konference-lokaler).

Som beskrevet i afsnit 3 viser interviewene med virksomhederne tydeligt at forskellige typer af virksomheder har forskellige behov og ønsker på dette område. Der er nogle virksomheder, som ikke vil være interesseret i egentlig samlokalisering, men som vil være interesseret i at være lokaliseret tæt på virksomheder der anvender samme basisteknologi og trækker på samme type arbejdskraft og beslægtede kompetencer: Fx vil en producent af computerspil være interesseret i at være placeret tæt på en mobiltelefonproducent og en medico virksomhed, der arbejder med telemedicin, og de vil alle være interesseret i at befinde sig tæt på en teknologisk beslægtet afdeling af Danmarks Tekniske Universitet.

Samlet er det dog Rambøll Managements vurdering, at det vil være et aktiv at etablere bygninger med fællesfaciliteter i den centrale del af St. Rørbæk i forhold til tiltrækningen af specielt mindre og mellemstore virksomheder. Dette gælder specielt servicevirksomheder, som normalt ikke er bundet af krav og ønsker om produktionsfaciliteter på samme måde som produktionsvirksomheder.

Denne hovedkonklusion omfatter også iværksættervirksomheder, som er en virksomhedstype der generelt er interesserede i at lokalisere sig i bygninger med fællesfaciliteter. Dette skyldes ikke alene at det er en mulighed for at reducere omkostningerne i virksomhedens tidlige år, men også at det giver mulighed for at hente inspiration fra og danne netværk med andre virksomheder.

På baggrund af interviewene vil vi derfor foreslå følgende retningslinier for udformningen af de bygninger, hvor der tilbydes forskellige former for delefaciliteter, fx i Byens Hus:

- Bygningerne indrettes som udgangspunkt som en skal, hvor den indvendige indretning foretages i samarbejde med virksomhederne.

- Bygningerne indrettes som fleksible bygninger, der indvendigt kan ændres efter behov i forhold til lokalestørrelse og skillevægge. Dette vil give mulighed for at området som helhed kan udvikle sig igennem årene, og det sikrer mod at bygningerne om området låses fast i bestemte funktioner.
- Der indrettes fællesfaciliteter og funktioner, som virksomhederne lejer sig ind på efter behov. Finansieringen kunne eventuelt være en kombination af et basis og et forbrugsafhængigt beløb, afhængigt af driftsomkostningerne. Dette kan fx omfatte: møderum og konferencefaciliteter, projektrum, som virksomhederne kan booke sig ind på og anvende i afgrænsede perioder, auditorium med ajourførte fremvisnings- og præsentationsteknologi (fx kombineret biograf/auditorium).
- Derimod er det ikke attraktivt med en fælles kantine, som deles af flere forskellige virksomheder – nogle af de interviewede servicevirksomheder har således lagt vægt på at virksomhedens egne medarbejdere har mulighed for at sidde uforstyrret og uformelt sammen over frokost og andre sammenkomster og bl.a. diskutere virksomhedsfortrolige forhold. Dog kunne det være fordelagtigt med fælles catering-funktioner, hvor servicering af virksomhederne til frokost, møder og andre arrangementer outsources til en underleverandør.

5.3.3 Offentlige og private serviceydelser

Som et meget perspektivrigt punkt har undersøgelsen afdækket at virksomhederne i høj grad overvejer de virksomhedsmæssige fordele der er forbundet med at kunne tilbyde **særlige serviceydelser til medarbejderne**. Undersøgelsen tyder på at sådanne serviceydelser fremover vil være et stærkt konkurrenceparameter og dermed bidrage til at tiltrække og fastholde attraktive medarbejdere. I den forbindelse vil vi især fremhæve serviceydelser til det professionelle mellemlag, det rækker ud over lønnen og selve arbejdet.

Det kunne fx være rekreative og udviklende tilbud – der udbydes via et offentligt-privat samarbejde – i form af kvalitetsfaciliteter inden for wellness og sport.

Et konkret forslag er at søge at etablere et hotel med uddannelses- og konferencefaciliteter for regionen, der samtidig rummer et eksklusiv wellness og motionscenter i stil med DGI-Byen i København. Et sådant projekt må etableres i et samarbejde mellem kommunen, virksomheder i området og andre interesserede medinvestorer som et særskilt selskab (dvs. i en OPP-model). Præcist hvordan denne model skal udformes kræver en mere dybdegående analyse, men det er klart at det er en OPP-model som kræver et langsigtet perspektiv og tålmodighed fra investorernes side. Disse skal være indstillede på at der er tale om en investering som skal forrentes over meget lang tid. I løbet af undersøgelsen er denne idé blevet diskuteret med interviewpersonerne. Disse vurderinger udgør ikke et egentligt feasibility-studie af idéen, men der er en række positive tilkendegivelser, som tyder på at der vil være virksomheder, som vil være interesserede i at indgå i et partnerskab som medinvestorer, netop fordi de kan se perspektiverne og fordelene for virksomheden og virksomhedens medarbejdere.

Et konkret eksempel på, hvordan der eventuelt kan skabes en alliance med en brancheorganisation eller en fagligorganisation med henblik på at skabe

et økonomisk fundament bag de øvrige aktiviteter er Pharmakon i Hillerød, som er beskrevet nedenfor.

Pharmakon

Pharmakon i Hillerød rummer en række funktioner og faciliteter:

- Uddannelsescenter for farmaceutisk praksis
- Udviklingscenter med særlig vægt på udvikling af ny viden og implementering af eksisterende viden inden for god apotekspraksis
- Farmaceutisk-fagligt rådgivningscenter
- Kursus- og konferencecenter med moderne uddannelses- og informationsteknologi.

Pharmakons virksomhedsområde er apoteker og sygehusapoteker samt lægemiddelinindustrien og beslægtede institutioner og virksomheder herhjemme og i udlandet. Desuden samarbejder Pharmakon med danske og internationale myndigheder og organisationer, herunder WHO og FIP.

Et koncept som det bag Pharmakon kunne i St. Rørbæk desuden udvides til at omfatte flere funktioner og/eller fagområder. Et koncept med visse fælles-træk findes på Skodsborg Kurhotel & Spa, hvor medicinalvirksomheden Lundbeck har efteruddannelsesfaciliteter i tilknytning til hotellet. Under alle omstændigheder vil et uddannelses- og kursussted a la Pharmakon bidrage til at skabe trafik til og liv i byen, ligesom de eksisterende faciliteter vil kunne benyttes af områdets beboere og øvrige interesserede gæster.

Endelig for det femte, vil Rambøll Management med afsæt i analysen, fremhæve at det er attraktivt for virksomhederne at kunne hjælpe medarbejderne med at få adgang til **gode og billige boliger**. Det hænger sammen med, at usikkerheden omkring medarbejdernes boligsituation i en vis udstrækning afholder virksomheder fra at flytte. Eksempelvis er der i dag samarbejder mellem virksomheder og kommuner, hvor virksomhedens medarbejdere kan søge bolig i kommunen på samme vilkår som kommunens indbyggere, og dermed få en bolig efter forholdsvis kort tid. Et andet eksempel er at virksomhed og kommune samarbejder om informationsformidlingen om boligmuligheder til virksomhedens medarbejdere i lokalområdet. Præcist hvordan en passende samarbejdsmodel på dette område vil se ud, kræver en nærmere analyse, og herunder vil det være hensigtsmæssigt at en sådan model udarbejdes i et samarbejde mellem virksomhederne og St. Rørbæk Selskabet og Frederikssund Kommune.

5.4 Oplevelser og kultur som dynamo for erhvervsudviklingen

I forhold til by- og regionaludvikling er der ingen tvivl om, at kultur og oplevelser vil få stigende betydning fremover. Det skyldes, at byer og regioner i stigende grad konkurrerer om virksomhedernes, borgernes og turisternes gunst. I en stadig mere globaliseret verden er konkurrencesituationen for byer og regioner både national og international.

Især virksomheder er ikke længere bundne af geografiske skel, men vælger at placere sig der, hvor de opnår de største fordele. Også de ressourcestærke borgere er blevet mere mobile og flytter til de byer og regioner, der opfattes som mest attraktive. Samtidig bidrager kultur og oplevelser naturligvis også til at tiltrække turister og skabe en attraktiv turistdestination i en tid, hvor folk tager på flere, kortere ferier end tidligere.

Kulturarv støtter den lokale udvikling

Undersøgelsen "Agenda Kulturarv", som Rambøll Management har gennemført i 2005, viser at kulturarv bidrager til at tiltrække og fastholde både borgere og virksomheder. Undersøgelsen peger på, at borgere og erhvervsliv prioriterer det æstetiske element højt i forbindelse med lokalisering og er villige til at betale for herlighedsværdi. Virksomhederne vurderer, at kulturarv er med til at skabe et godt miljø omkring deres virksomhed samt gør et område attraktivt. Derudover skaber kulturarven lokal identitet og dermed et tilhørsforhold i en tid præget af forandringer.

At kultur og kulturarv kan bidrage til at skabe lokal identitet og forandring vidner om, at lokalt særpræg og en lokal historie er centrale elementer for at skabe en klar profil for byen. I den forbindelse må St. Rørbæk betragtes som en integreret del af Frederikssundsområdet og de lokalhistoriske islæt som Frederikssund har.

Den beskrevne situation skaber nye udfordringer for byer og regioner, der ønsker at klare sig godt i fremtiden, herunder en helt ny by som St. Rørbæk. Der findes en række forskellige strategier til at klare disse udfordringer og her er der for alvor kommet fokus på kultur og oplevelser. Strategien for St. Rørbæk skal naturligvis bygge videre på den position, som Frederikssundsområdet allerede har. For at udforme den rigtige strategi, bør kommunen derfor kortlægge hvilke styrker og potentialer, der allerede findes og hvordan der kan bygges videre på disse.

I den forbindelse anbefaler Rambøll Management, at der skabes en særlig profil for St. Rørbæk ved at fokusere på et begrænset antal – to til tre – nøje udvalgte særkender, som byen gerne vil være kendt for. Disse fokusområder vil både være centrale i forhold til den interne identitet og den eksterne branding, der bidrager til at fastholde og tiltrække borgere og virksomheder. Her er det vigtigt, at pejlemærkerne har rod i realiteterne forstået som det lokale miljø og lokale kompetencer. Det skal desuden undersøges om disse mål kan kombineres med de midler, der er til rådighed.

At arbejde med kultur og oplevelser som by er at skille sig ud fra mængden og satse på de kreative alliancer, der kan dannes mellem erhvervsliv, borgere og private. Hvis ikke St. Rørbæk kan udvikle en unik profil som kultur- og oplevelsesby, bliver det særdeles svært at konkurrere med den øvrige del af Region Hovedstaden.

Som i enhver anden økonomisk satsning gives der ingen garantier for succes. Men jo mere bevidst St. Rørbæk er om udgangsposition og arbejder med området, des større er chancen for at det lykkes. Derfor forudsættes en afklaring og præcisering af den vision, der ligger til grund for udviklingen af St. Rørbæk. Ud over en strategi, kræver satsningen dog også en vilje til at gøre tankerne om det potentielle til aktuel virkelighed. Én mulig strategi kunne være inspireret af positioneringen som kulturby, sådan som Horsens har gjort det.

Kulturby Horsens

Det, der især får virksomheder til at vælge Horsens er adgangen til arbejdskraft fra hele området fra Århus i nord til Kolding i syd. Hertil kommer, at huspriserne er væsentligt lavere i Horsens end i Århus. Man har derfor i de seneste år set en stor tilflytning til byen. Desuden har kommunen satset på udvalgte sektorer, hvor der er en lokal styrke. Satsningen på kultur spiller også en stor rolle. Ideen blev i sin tid skabt af lokale virksomheder for at forskønne byen og profilere sig på kultur. Der blev opnået fuld enighed om den strategi, og det har vist sig, at den virker. Omkring en tredjedel af de, der flytter til Horsens gør det bl.a. på grund af byens kulturprofil. I Horsens er man således bevidste om, at bosætningen er en vigtig forudsætning for erhvervsudvikling. Derimod betyder kultur meget lidt erhvervsmæssigt, forstået som jobs inden for oplevelsesøkonomien.

Det skal understreges, at vi ikke taler for en "kopiering" af Horsens' kulturstrategi og –profil, eftersom hver by må finde og udvikle sine egne særkender. Men den bevidste satsning og profilering af byen i samarbejde med erhvervslivet tjener som inspiration.

Svarene på spørgsmålene om hvad der skal må i sagens natur findes igennem en lokalt drevet og lokalt forankret proces. Med udgangspunkt i de temaer og idéer som er beskrevet forskellige steder i rapporten, samt i den øvrige dokumentation om St. Rørbæk, så kunne umiddelbare bud til inspiration være:

- **St. Rørbæks arkitektur og byrum:** St. Rørbæk er tænkt som en eksperimenterende og nyskabende by. Dette gælder ikke mindst på det arkitekturmæssige område, hvor bygninger og byrum af høj kvalitet. Hvis det lykkes, så kan byens arkitektur og indretning og dens funktion som ramme for byens liv i sig selv blive et særkende for St. Rørbæk.
- **Multifunktionelt hus som kulturelt centrum og fyrtårn:** Det tidligere nævnte konkrete forslag om opførelsen af et kombineret hotel og uddannelsescenter med bl.a. et eksklusivt wellness center, forskellige idrætsfaciliteter m.m. har potentialet til at blive et fyrtårn og særkende for St. Rørbæk. Et sådant hus vil have nytteværdi for både virksomheder og beboere og vil også kunne tiltrække besøgende til byen.
- **Eksperimentarium for den digitale by:** Eksemplet fra MIT, som blev beskrevet ovenfor, er et nutidigt eksempel på hvorledes teknologien kan ændre arbejdsformer og –mønstre. Men om 7-10 år vil denne udvikling være meget mere fremskreden. St. Rørbæk kan være en by som udvikler og eksperimenterer med samspillet mellem digitalisering, bygninger, arkitektur og menneskelig adfærd på arbejdspladsen og i boligen (se også Teknologisk Fremsyn om "IT I Alting" fra 2003 som bl.a. berører IT's konsekvenser for arbejdsformer, bygninger, arbejdspladser og menneskelig interaktion⁶).

⁶ Den fulde rapport om det teknologiske fremsyn findes på http://www.teknologiskfremsyn.dk/documents.php?folder_id=26. Fremsynet er gennemført af Rambøll Management og Center for Pervasive Computing ved Alexandra Institutet på opdrag fra Videnskabsministeriet.

5.5 Samspelet mellem erhvervslivet og de frivillige organisationer

5.5.1 *Erhvervslivet som samfundsborgere i St. Rørbæk*

En del af visionen og ambitionen med St. Rørbæk er at tiltrække virksomheder der er eller kan involveres aktivt i byudviklingen. Intentionen er at fremme de sociale aspekter og bidrage til udviklingen af et integreret og socialt bæredygtigt lokalsamfund, bl.a. gennem et aktivt og gensidigt samarbejde mellem virksomheder og det lokale foreningsliv indenfor idræt, kultur m.m.

For at belyse dette aspekt af erhvervs- og byudviklingen har undersøgelsen afsøgt en række eksisterende kilder som kan belyse muligheder og barrierer på dette område. Desuden er temaet om virksomhedernes sociale engagement og involvering indgået i interview med virksomhederne. Formålet har været at belyse hvorvidt og hvordan dette aspekt kan indgå i erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. Udgangspunktet for undersøgelsen af dette tema har været, at det at udvise socialt engagement ikke bør opfattes som en byrde for virksomhederne og dermed som en barriere i forhold til at etablere sig i området.

På den baggrund belyser vi i det følgende afsnit virksomhedernes motiver til at engagere sig i samfundsmæssige opgaver og aktiviteter, og afsluttende vurderer vi hvorledes dette kan indgå i den fremtidige indsats i erhvervsudviklingen i St. Rørbæk.

5.5.2 *Virksomheders motiver til et samfundsmæssigt engagement*

Begrebet 'Corporate Social Responsibility' (CSR) betegner virksomheders frivillige arbejde med at integrere sociale og miljømæssige hensyn i deres forretningsaktiviteter og i interaktionen med deres interessenter.

I Danmark har brugen af CSR – eller virksomhedernes sociale engagement - især kredset om etableringen og udviklingen af det rummelige arbejdsmarked, samt om virksomhedernes miljøansvar. Dog er CSR analytisk et bredere begreb: I et igangværende projekt om CSR, som Rambøll Management gennemfører for Erhvervs- og Selskabsstyrelsen, peges der på, at en ny strategisk tilgang til CSR begrebet kan integrere virksomhedens sociale ansvar og engagement i dens forretningsstrategi⁷. I denne optik indarbejdes CSR-aktiviteter som en naturlig del af virksomhedens kerneaktiviteter. Det betyder, at udvælgelsen af virksomhedens indsats og aktiviteter på CSR-området tager udgangspunkt i en analyse af dens strategi, værdikæde og konkurrencekontekst. I det nye virksomhedsstrategiske perspektiv kan man identificere fire formål, som aktiviteterne forventes at opfylde for virksomheder og som således kobles til virksomhedens forretningskoncept.

De fire formål er:

1. efterlevelse af lovkrav
2. best practice
3. innovation
4. frivillig samfundsstøtte.

⁷ I forbindelse med projektet er der udarbejdet et oplæg af Foundation Strategy Group i samarbejde med Professor Michael E. Porter, Harvard Business School.

Tabel 3: Strategisk CSR

Strategisk formål med CSR-aktiviteten	
Efterlevelse af lovkrav	Aktiviteten forventes at skabe samfundsmæssige fordele gennem efterlevelse af danske lovgivningskrav på områder relateret til CSR fx medarbejdere og miljø.
Best practice	Aktiviteten forventes at skabe samfundsmæssige fordele motiveret ud fra ejernes værdier og overbevisning og/eller samfundets forventninger til virksomheden. Kan iværksættes inden for alle CRS-aktiviteter.
Innovation	Udviklingen af nye produkter eller services som matcher et relevant samfundsbehov samtidig med at det udgør en bæredygtig forretningsmodel for virksomheden fx inden for ældreomsorg, folkesundhed eller energiformer.
Frivillig samfundsstøtte	Frivillige bidrag af penge, tid eller ydelser som kan være fx 'godt samfundsborgerskab' eller 'investeringer i virksomhedens omgivelser' fx aktiviteter rettet mod bedre uddannelse af relevant arbejdskraft.

Som det fremgår, kan strategisk CSR tage form af udvikling og markedsføring af nye produkter/ydelser målrettet samfundsbehov, eller forhold i virksomhedens konkurrencekontekst. Set fra et samfundsmæssigt perspektiv kan CSR ses som et strategisk redskab, der kan øge virksomhedens profit samt skabe en bedre arbejdsplads, et bedre lokalsamfund, et bedre miljø, bedre produkter mv.

Det er vigtigt at understrege, at danske virksomheder i stort omfang gennemfører CSR-aktiviteter i dag, og i den forstand har virksomhederne allerede (i større eller mindre grad) en social og samfundsmæssig profil: En Gallup-undersøgelse fra oktober 2005 viser således, at 75% af danske mindre og mellemstore⁸ virksomheder har CSR-aktiviteter inden for et eller flere områder.

Der er dog to områder, hvor der umiddelbart kan spores en manglende økonomisk effekt. Disse er hhv.:

1. at efterlevelse af lovgivningskrav på CSR-området ikke giver en konkurrencemæssige eksportfordele
2. at frivillig samfundsstøtte har værdi for samfundet men ikke for den enkelte virksomhed

Aktiviteter, der falder inden for disse områder, giver således ikke virksomheden umiddelbare økonomiske fordele, om end der på længere sigt kan være en positivt afsmittende økonomisk effekt som følge af ændret image, branding, m.m. Dermed er der i praksis tale om nogle barrierer for virksomhedernes samfundsmæssige engagement. Det gælder specielt for mange mindre og mellemstore virksomheder, som typisk opererer med en kortere tids horisont og et snævrere økonomisk råderum end store virksomheder.

Dette vil også være barrierer der i en eller anden grad vil gøre sig gældende i forhold til at engagere virksomhederne i sociale aspekter og udviklingen af lokalsamfundet i St. Rørbæk.

⁸ TNS Gallup A/S "Kortlægning af CSR-aktiviteter blandt små og mellemstore virksomheder", gennemført for Erhvervs- og Selskabsstyrelsen og Arbejdsmarkedsstyrelsen, oktober 2005.

En undersøgelse som Rambøll Management gennemførte for *The Copenhagen Centre* i 2005⁹ viste, at knap 50 pct. af virksomhederne angiver, at den væsentligste begrundelse for at arbejde med CSR (sociale hensyn, miljøbeskyttelse, og arbejdsmiljø) er hensynet til de ansattes tilfredshed, mens 40 pct. af virksomhederne angiver, at det er af hensyn til virksomhedens omdømme og egne værdier.

Rationalerne for at arbejde med CSR i danske mindre og mellemstore virksomheder er således i høj grad drevet af hensynet til medarbejderne, og deres trivsel og anseelse af den virksomhed de arbejder i.

De virksomheder, som i forbindelse med dette projekt er blevet interviewet om deres CSR-strategier og aktiviteter, bekræfter billedet af at disse aktiviteter er koncentrerede om medarbejderne. Dette omfatter både tilbud til de eksisterende medarbejdere samt oprettelse af og tilbud om flexjob til fysisk handicappede eller andre personer med nedsat arbejdsevne. Derudover er det især samfundsrelaterede aktiviteter, hvor virksomhederne giver økonomisk støtte til frivillige organisationer. Dog er der også eksempler på virksomheder, som er gået langt i retning af at integrere sociale og samfundsmæssige hensyn i deres strategier for kerneforretningen. Disse virksomheder ser CSR som en måde at opbygge relationer til forskellige interessenter på en måde der både gavner interessenterne og virksomheden, samt opbygge virksomhedens image.

I en survey gennemført af Rambøll Management for Arbejdsmarkedsstyrelsen i 2005¹⁰ spurgte vi til de små og mellemstore virksomheders vidensbehov for at arbejde med CSR / virksomhedernes sociale engagement. De virksomheder der arbejder med CSR angiver, at de i opstartsfasen manglede:

- Konkret viden om regler og tilskudsordninger (33 pct.)
- Ideer og inspiration (20 pct.)

Hos de virksomheder, der endnu ikke arbejder med et socialt engagement svarer knap 60 pct. at de behøver inspiration og ideer for aktivt at tage et socialt engagement, mens knap hver fjerde virksomhed mangler praktiske redskaber.

Rambøll Managements undersøgelser peger således på, at de små og mellemstore virksomheder har behov for introduktion til faktiske værktøjer og inspiration, men også strategisk viden om hvordan CSR kan understøtte virksomhedens produktion mv. Set i forhold til erhvervsudviklingen af St. Rørbæk betyder dette, at der er et vist potentiale for at vække virksomhedernes interesse og engagement i lokalsamfundet og samspillet med frivillige organisationer, fx igennem forslag til samarbejde om konkrete aktiviteter med et gensidigt udbytte.

5.5.3 *Strategi og indsats i forhold til en lokal erhvervsudvikling med en social og samfundsmæssig profil*

Virksomhedsinterviewene har tegnet et billede af virksomhedernes CSR-aktiviteter og CSR-profil som generelt bekræfter det billede som kendes fra andre kilder og en række tidligere undersøgelser: Mange virksomheder har CSR-aktiviteter i forhold til medarbejdere og gennen-

⁹ Rambøll Management for The Copenhagen Centre (2005) "Undersøgelse af krav til sociale og miljømæssige standarder i små og mellemstore virksomheder".

¹⁰ Rambøll Management for Arbejdsmarkedsstyrelsen (2005) "Brugerundersøgelse: Portal for virksomhedernes sociale engagement".

fører fx allerede samarbejde med eller donor/sponsor støtte til humane foreninger samt lokale organisationer inden for kultur, idræt o. lign.

For at indsatsen i forhold til at engagere St. Rørbæks fremtidige virksomheder i lokalsamfundet kan blive en succes, så er det imidlertid afgørende, at indsatsen kombineres med en forståelse for målgruppens vilkår. Mindre og mellemstore virksomheder vil udgøre et vigtigt segment i det fremtidige erhvervsliv i St. Rørbæk. Det er Rambøll Managements erfaringer med denne type virksomheder at de ovennævnte barrierer, som følger af virksomhedernes fokus på økonomiske faktorer og korte tidsperspektiv, også vil gøre sig gældende for store dele af virksomhederne i St. Rørbæk. Indsatsen fra lokale foreningers side samt fra det offentlige side må derfor indrettes således at den tager højde for barrierernes eksistens og så vidt muligt eliminerer dem. Men samtidig er konsekvensen også, at der er muligheder for at engagere virksomhederne i bredere samfundsmæssige aktiviteter, hvis det lykkes at udforme den rette model for samarbejdet.

Det er vores vurdering, at en strategi for at udvikle et samfundsmæssigt engagement blandt erhvervslivet i St. Rørbæk med fordel kan baseres på følgende principper:

CSR må ikke blive et krav der bremser erhvervsudviklingen i St. Rørbæk

Et samfundsmæssigt engagement, som går ud over det snævert forretningsmæssige, må ikke være et krav til en "adgangsbillet" til St. Rørbæk. Tværtimod vil det skabe et negativt incitament for virksomhederne, og det vil dermed være en unødvendig barriere og bremse på erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. Det er vigtigt at understrege, at langt de fleste virksomheder allerede i udgangssituationen er gode samfundsborgere, som har mange CSR-aktiviteter i relation til medarbejdere, arbejdsmiljø, miljø og samfundsaktiviteter generelt. Dermed vil ønsket om at tiltrække virksomheder med en social og samfundsmæssig profil nærmest af sig selv blive tilgodeset når virksomhederne lokaliserer sig i St. Rørbæk. Ydermere kan deres CSR-aktiviteter i tilknytning til lokalsamfundet intensiveres og skabes hen ad vejen. Virksomheder med en markant CSR-profil, som fx Lego, Novo Nordisk og IKEA, er naturligvis velkomne, men de er ikke en nødvendig forudsætning for i praksis at skabe et aktivt samarbejde mellem lokalsamfund og erhvervsliv.

Samarbejde skal skabes gennem en partnerskabsmodel

En overordnet model til samarbejde mellem kan være, at kommunen på højt niveau (borgmester OG kommunaldirektør) går ind i et partnerskab med en lille håndfuld markante og respekterede firmaer i området og med nogle få repræsentanter for civilsamfundet i form af foreninger. Sådant et netværk skal dels tage initiativer og sætte noget i gang og skal desuden være med til at markere kommunens, erhvervslivets og civilsamfundets samarbejde og hensigter. Foruden den direkte effekt af samarbejdet i form af de aktiviteter der igangsættes er det en sidegevinst at lokalområdet vil få forstærket sit image som et attraktivt sted for bosætning og fritid.

Som udgangspunkt kan det forventes, at virksomhederne typisk vil være orienterede mod at drive forretningen. Det betyder ikke at de er uvillige til at engagere sig i samfundsmæssige og sociale aktiviteter i lokalsamfundet. Men det betyder, at de lokale foreninger også skal være indstillede på at tage initiativet og give impulsen til samarbejdet.

Fokus på samarbejdsmodeller med gensidigt bidrag og udbytte på kort og på lang sigt

Kortsigtede incitament og udbytte har betydning for de fleste virksomheder. Det får betydning for den måde hvorpå de kan engageres i aktiviteter af samfundsmæssig og social karakter, og det stiller krav til at udforme nye samarbejdsmodeller. Relationer og samarbejdsmodeller med gensidigt udbytte her og nu, og som går videre end basale sponsor engagementer, vil være de mest perspektivrige. Et simpelt eksempel på en udvidet samarbejdsmodel med fordele for både virksomheder og det lokale foreningsliv kunne være idrætsforeninger der stiller faciliteter og instruktører til rådighed for virksomhederne før/efter arbejde, hvor virksomhederne til gengæld bidrager til foreningernes økonomi.

5.6 Start af erhvervsudviklingen

Etableringen og udbygningen af St. Rørbæk, og herunder realiseringen af erhvervspotentialet er både et stort og et meget langsigtet projekt. Hvordan kommer det i gang? I dette afsluttende afsnit vil vi pege på nogle af de indledende skridt, som kan skubbe på processen.

Frederikssund Kommune skal tage initiativer for at få andre investorer og partnere med.

Etableringen og udbygningen af en ny by står overfor det grundlæggende dilemma, at fordi der ingenting er i udgangspunktet, så er der tale om en barriere i forhold til at trække virksomheder til byen. Men i det øjeblik der er etableret en kritisk masse af virksomheder i byen, så vil erhvervsudviklingen få en selvforstærkende effekt, som af sig selv trækker flere virksomheder til byen. Udfordringen er derfor at overvinde dette punkt og løse dilemmaet, og dette sker ikke automatisk igennem markedet. Realiseringen af erhvervspotentialet sker ved at skabe en bymæssig ramme, hvor det er attraktivt for virksomhederne at etablere sig. Det kræver en række initiale investeringer, men det er samtidig klart, at de initiale investeringer er risikobetonede. Markedet kan forventes at forholde sig afventende, og derfor er det nødvendigt at Frederikssund Kommune tager initiativer og også er villig til at investere for at trække andre investorer med.

Nye OPP modeller er nødvendige for udviklingen af St. Rørbæk

Derfor er det nødvendigt at tænke i udviklingen af nye modeller for offentligt-privat samarbejde med henblik på at få en vifte af investorer, herunder private investorer, med i projektet. En sådan tilgang ville bygge videre på udviklingen i Danmark som helhed hvor byudvikling udviklet sig til en helhedsorienteret og borgerinvolverende tilgang på områdeniveau, hvor den fysiske byfornyelse suppleres med sociale og kulturelle tiltag, og hvor byudviklingen har ændret sig at være et primært offentligt anliggende baseret på offentlige midler til, at der i forbindelse med byudvikling skabes incitament til inddragelse af private investeringer¹¹.

Investeringsmodellerne skal være langsigtede pakked løsninger, som åbner mulighed for at tiltrække fx detailhandel

Det er i den forbindelse vigtigt at de private investorer får etableret et tydeligt billede af markedspotentialet og risici i forbindelse med projekterne. Dette kan fx indebære at der i finansieringsmodellerne bevidst indarbejdes mekanismer, der kan tiltrække virksomheder, herunder i første omgang detailhandel, til byen på attraktive vilkår i den tidlige fase. Sådanne mekanismer

¹¹ Se også Erhvervs- og Byggestyrelsen "Indsamling og analyse af udenlandske erfaringer med OPP i byomdannelse", 2005.

kan udgøres af omkostningsbestemt husleje, eller anden form for reduceret husleje i en afgrænset årrække. Anvendelse af omkostningsbestemt husleje har således været en succes i Jakriborg, som er beliggende udenfor Lund i Sverige, hvor det i etableringen af en ny by har været muligt at tiltrække også mindre detailhandelsvirksomheder ved hjælp af omkostningsbestemt husleje.

Generelt er der fremsat en række synspunkter i interviewene, som harmonerer med de anbefalinger, som er samlet om offentligt-privat samarbejde i Erhvervs- og Byggestyrelsens rapport fra 2005. De ti anbefalinger fra rapporten er derfor gengivet i oversigten nedenfor.

10 anbefalinger ved offentlig-privat partnerskab i byomdannelsesprojekter:

1. En klar vision/målsætning.
2. Etablering af særskilt struktur for offentlig-privat partnerskab.
3. Tidlig inddragelse af private kompetencer.
4. Risikodeling baseret på kompetence og mulighed for påvirkning
5. Afklaring af hjemmelsgrundlag for etablering af offentlig-privat partnerskab.
6. Synliggørelse af potentialet for markedssucces.
7. Anvendelse af kommunalt ejede arealer forenkler processen.
8. Anvendelse af incitamentstruktur, som understøtter det offentliges ønsker.
9. Tiltrækning af privat engagement og investering kræver projekter af en vis størrelse.
10. Indsamling af erfaringer fra og løbende videndeling af byomdannelsesprocesser.

Kilde: Erhvervs- og Byggestyrelsen, 2005

Sats på bosætningen for at skabe grundlag for erhvervsudviklingen

Den generelle forventning, som er kommet til udtryk i interviewene, er at bosætningen vil understøtte erhvervsudviklingen. Denne forventning svarer også til de udviklingsmønstre som kan iagttages andre steder, fx i Horsens, som omtalt tidligere: Satsningen på udviklingen af et aktivt kulturliv og kulturudbud trækker beboere til byen, og når indbyggertallet stiger, så følger der en erhvervsudvikling i kølvandet på det stigende indbyggertal, fordi virksomhederne får forbedret adgangen til arbejdsstyrken. Heri ligger også, at der ikke kan forventes udvikling af bosætning og erhvervsudvikling i samme hastighed. Et realistisk bud på udviklingen er derfor at bosætningen vil komme først, og derefter vil erhvervsudviklingen følge gradvist.

I lyset af anbefalingerne fra Erhvervs- og Byggestyrelsen, samt diskussionen af organiseringen af projektet, er det vores vurdering at et af de første skridt hen imod realiseringen af St. Rørbæk vil være dannelsen af "St. Rørbæk Selskabet", som netop er den særskilte struktur som kan danne en ramme om et offentligt-privat samarbejde. Under St. Rørbæk Selskabets auspicer kan der så efterfølgende dannes yderligere selskaber efter OPP-modellen, som varetager konkrete opgaver i forbindelse med byudviklingen, fx etableringen af det før omtalte wellness-center i et samarbejde mellem det offentlige og private investorer.

St. Rørbæk skal planlægges og udføres i etaper for at sikre liv i byen

Et af de strategiske fokuspunkter for St. Rørbæk Selskabet vil være udfordringen med at skabe kritisk masse og liv i St. Rørbæk. Dette kan gøres i form af byfunktioner, detailhandel, faciliteter til virksomheder og medarbejdere i den centrale bymidte til en start. Men det er også klart at det kræver risikovillighed og etapevis udvikling af byen. Der må ikke være bydele uden liv som følge af tomme bygninger og for hastig udbygning. Det vil medføre en stor risiko for at der sættes en negativ udviklingsspiral i gang i St. Rør-

bæk, som det vil være vanskeligt at vende når den først er startet. Udfordringen indebærer derfor, at der skal udvikles og fastlægges en detaljeret plan og tidsplan for bymidtens etablering og udvikling.

Et andet strategisk fokuspunkt for St. Rørbæk Selskabet vil være at skabe alliancer og netværk med samarbejdspartnere, som har potentielle muligheder for at bidrage positivt til erhvervsudviklingen i St. Rørbæk. Et sådant netværk vil omfatte repræsentanter for virksomheder og erhvervsorganisationer både lokalt og regionalt, men bør også omfatte de forsknings- og uddannelsesinstitutioner, som ofte fungerer som tidlig rugekasse for nye vidensvirksomheder. Når målgruppen for byens erhvervsudvikling defineres som vidensvirksomheder, så vil det fx være relevant at søge at skabe en alliance med vigtige vidensinstitutioner, der allerede befinder sig i området: Roskilde Universitet og Forskningscenter Risø. Et muligt omdrejningspunkt kunne fx være at samarbejde om etableringen af et udviklingspark for vidensvirksomheder i sektorer som har tilknytning til Risøs eller Roskilde Universitets specialer.

Etableringen og udbygningen af St. Rørbæk indebærer innovationsudfordringer

St. Rørbæk er i sig selv et eksperiment, i og med der ikke er noget tilsvarende fortilfælde på byudvikling i Danmark, og det er en del af visionen at udvikle en eksperimenterende by. I kølvandet på denne eksperimenterende tilgang følger nogle innovationsudfordringer, som udviklingsarbejdet må finde svar på hvis visionen og erhvervspotentialet skal realiseres. Disse udfordringer er nævnt i løbet af rapporten og kan sammenfattes i nedenstående punkter:

- **Bygninger:** Kommunikation mellem medarbejderne er en afgørende produktionsfaktor i vidensvirksomheder. Det er en arkitekturmæssig udfordring at skabe bygninger der understøtter kommunikationen i virksomhederne.
- **Fleksible vilkår:** Det vil understøtte virksomhedernes udvikling hvis de har mulighed for at indgå i korte, fleksible kontrakter. Tilsvarende vil det være fordelagtigt for virksomhederne at de løbende har mulighed for at op- eller nedskalere arealanvendelsen i takt med udvidelse og reduktion i forretningen.
- **Adgang til boliger:** Det vil være attraktivt for virksomheder at placere sig et sted hvor der findes gode og billige boliger – og hvor medarbejderne har mulighed for at få adgang til disse boliger. Det betyder at der skal udvikles modeller for hvorledes St. Rørbæk Selskabet i samarbejde med virksomheder kan udvikle "pakkeløsninger", der tiltrækker virksomheder og samtidig tilgodeser medarbejdernes boligbehov.
- **Nye OPP-modeller for samarbejde:** For at St. Rørbæk Selskabet, og de selskaber som etableres om konkrete initiativer med selskabet som katalysator, skal blive succeser kræver det samarbejdsmodeller med attraktive incitamenter for de involverede offentlige og private partnere. De præcise formler for samarbejdet mellem partnerne skal udvikles løbende og i en dialog mellem partnerne.

Bilag 1: Supplerende oplysninger om lokaliseringsfaktorer

Tabel 4: Rangordning af lokaliseringsfaktorer iflg abonnenter på Area Development Online i 2000. Andel, der har svaret "meget vigtig" eller "vigtig" er rangordnet og angivet i pct.)

Rang og faktor	Andel	Arbejdskraft tilgængelig- kost	Transport infrastruktur	Nærhed til eksterne kon- faktorer	Bygninger og arealer	Omgivende miljø	Adgang til serviceydelser	Økonomi
1. Adgang til uddannet arbejdskraft	95,8	■						
2. Adgang til motorveje	94,6		■					
3. Lønoms-kostninger	93,8							■
4. Statslige og lokale incitamenter	90,3							■
5. Leje- og byggeomkostninger	87,5							■
6. Skattefordele	85,9							■
7. Energiafgang- og omkostninger	85,2							■
8. Telekommunikationsservice	85,1				■			
9. Adgang til arealer	85,0				■			
10. Arealomkostninger	80,9							■
11. Lav kriminalitet	79,9					■		
12. Lav fagforeningsprofil	79,5							■
13. Miljøregulering	79,0							■
14. Adgang til ufaglært arbejdskraft	77,3	■						
15. Nærhed til store markeder	75,6			■				
16. Kvaliteten af offentlige skoler	72,4					■		
17. Sundhedsfaciliteter	70,4					■		
18. Boligudbud	70,1					■		
19. Boligomkostninger	69,1					■		
20. Right-to-work stat (frivillig organisering, USA)	67,7						■	
21. Adgang til langtidsfinansiering	64,2						■	
22. Efteruddannelsesprogrammer	63,7						■	
23. Fritidstilbud	59,7					■		
24. Nærhed til leverandører	59,3			■				
25. Klima	58,8						■	
26. Adgang til råvarer	58,7			■				
27. Adgang til central lufthavn	57,2		■					
28. Kulturelle muligheder	52,5							
29. Videregående uddannelser	52,4							
30. Nærhed til teknisk universitet	31,1							
31. Vejservice	31,0							
32. Adgang til havn/vandveje	13,2		■					

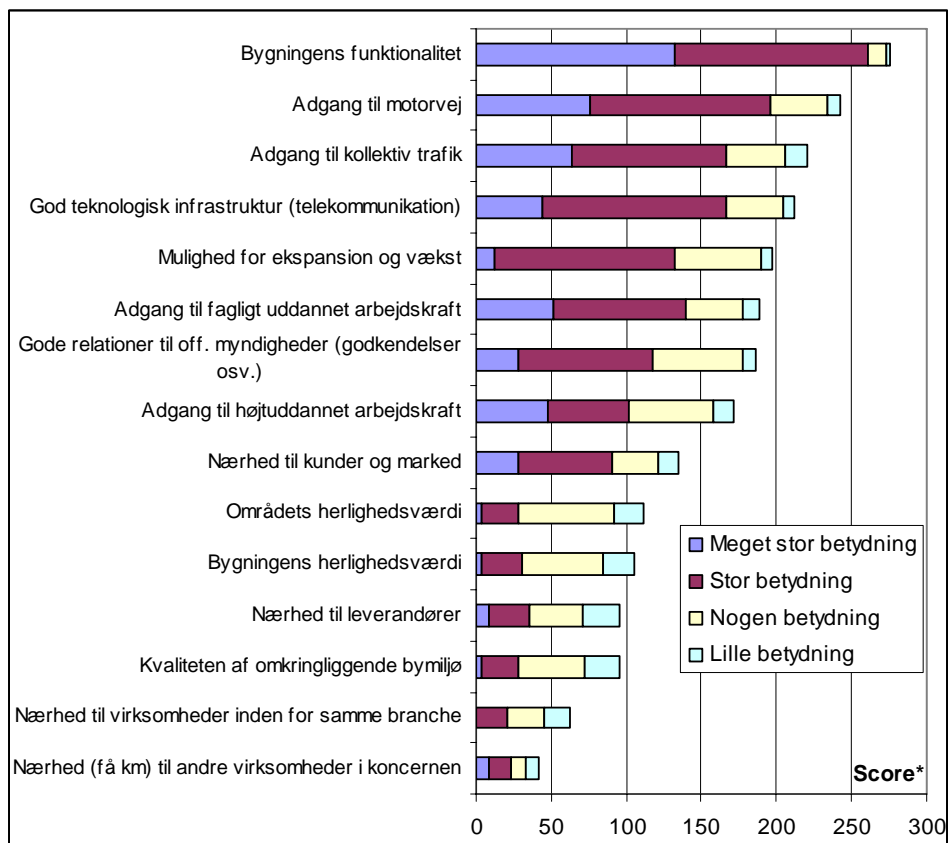
Note: Livskvalitetsfaktorer er angivet med fremhævet skrift

Kilde: Danmarks kreative potentiale. Kultur- og erhvervs-politisk redegørelse 2000, kapitel 7, samt Area Development Online, november 1999

Tabel 5: Rangordning af lokaliseringsfaktorerens betydning for valget af lokalisering blandt vidensvirksomheder

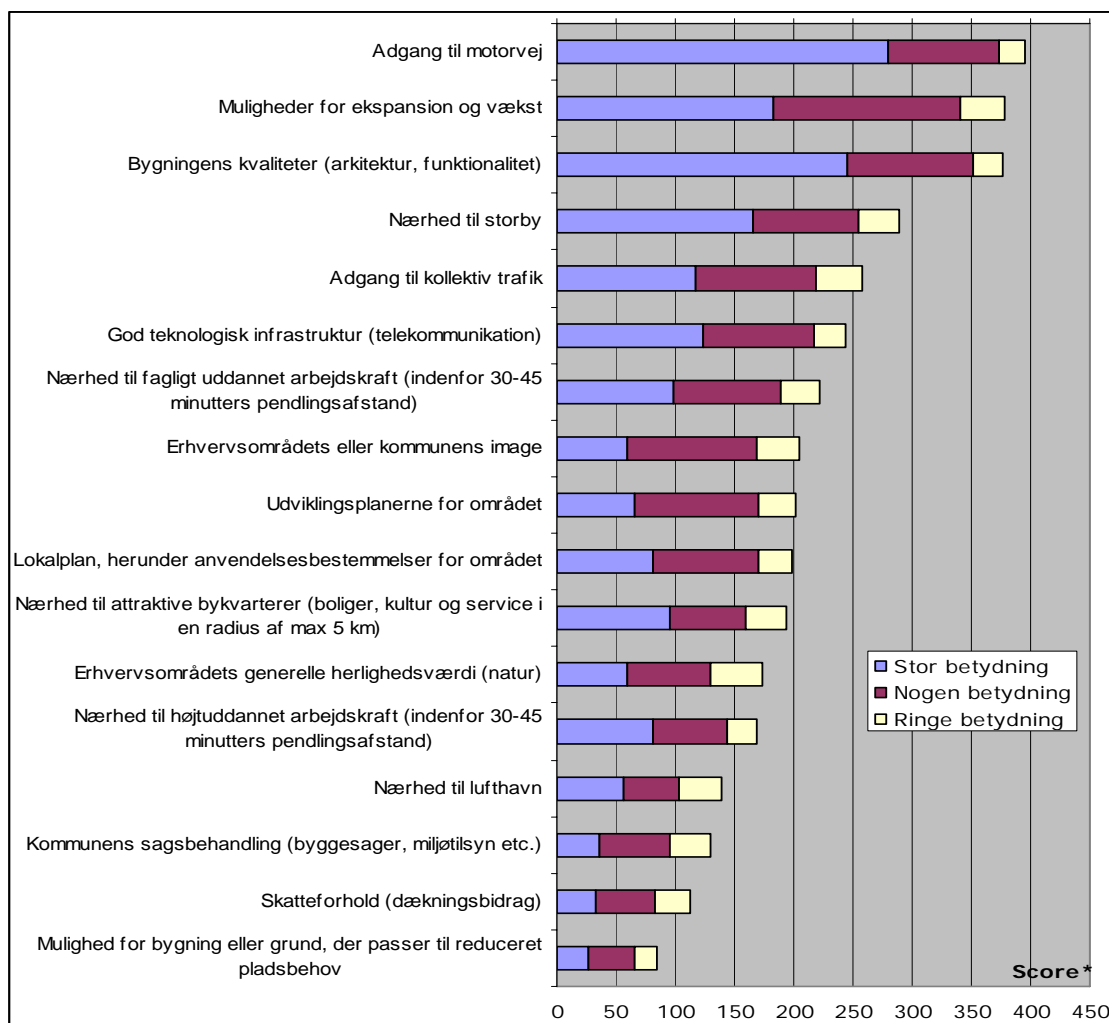
Lokaliseringsfaktorer	Høj betydning	Betydning	Begrænset betydning	Lav betydning	Bemærkninger til udvikling
Bygningens funktionalitet	Energi og transport	Elektronik, IT, FoU Pengeinst, Medico, forretningsservice,			Betydningen vokser i alle sektorer på nær energi og transport
Teknologisk infrastruktur		Alle syv sektorer			Betydningen vokser i elektronik og FoU
Mulighed for ekspansion	Energi og transport	Elektronik, IT, FoU Pengeinst, Medico, Forretningsservice,			Betydningen vokser i Energi og transport samt FoU
Adgang til kollektiv transport	Alle syv sektorer				Betydningen vokser specielt inden for FoU samt medico
Adgang til motorvej	Elektronik, Energi og transport, IT, Pengeinst.	Medico, Forretningsservice	FoU		Betydningen vokser jævnt i alle sektorer
Kvalitet i omkringliggende bymiljø	Forretningsservice	Pengeinst.	Elektronik, FoU, , IT Medico, Energi og transport		Betydning for FoU og Elektronik er kraftigt voksende
Områdets herlighedsværdi	Pengeinst. og Forretningsservice	IT, Energi og transport	Elektronik, FoU , Medico		Specielt pengeinst. samt FoU er voksende
Bygningens herlighedsværdi	Pengeinst, energi og transport	Forretningsservice, Elektronik, IT	Medico, FoU		Betydning for elektronik og FoU er kraftigt voksende
Tætte relationer til offentlige myndigheder		Energi og transport, FoU	Pengeinst., Elektronik, Forretningsservice, Medico	IT og telekommunikation	Betydning for pengeinst. er faldende, elektronik er stigende, resten den samme
Adgang til offentlig støtte			FoU	Elektronik, IT, Energi & transport, Pengeinst, Medico, forr. service	Betydning for FoU samt energi & transport er voksende, mens betydningen er stationær i resten.
Klyngefaktorer	Høj betydning	Betydning	Begrænset betydning	Lav betydning	Bemærkninger til udvikling
Nærhed til Forskning og uddannelsesinstitutioner	FoU	Energi og transport	Elektronik, IT, Pengeinst, Medico, Forretningsservice		Betydning er stationær i alle sektorer
Nærhed til højtuddannet arbejdskraft	Energi og transport, FoU	IT, Pengeinst.	Elektronik, FoU, Medico, Forretningsservice		Energi og transport, pengeinst. samt FOU er voksende
Nærhed til faglig arbejdskraft		Energi og transport, elektronik	Medico, pengeinst., forr. service, IT	FoU	Alle er voksende på nær forr. service og IT
Nærhed til partnere		FoU	Energi & transport, forr. service	Pengeinst., IT, elektronik, Medico	FoU, energi & transport og medico er stigende, resten er faldende
Nærhed til virksomheder inden for samme branche		FoU	Energi & transport, forr. service, IT	Pengeinst., elektronik, Medico	FoU er faldende. Energi og transp., IT og pengeinst. er stigende. Resten er stationære
Nærhed til kunder og marked	FoU	Energi og transport, IT, pengeinst., FoU og Medico	Elektronik		Energi og transp. er kraftigt stigende. Resten på nær FoU er faldende

Figur 4: Rangordning af lokaliseringsfaktoreres betydning for valget af fremtidig lokalisering blandt produktionsvirksomheder



Kilde: HUR, Konkurrencedygtige Produktions erhverv, Rambøll Management, februar 2004

Figur 5: Rangordning af lokaliseringsfaktorerens betydning for valget af nuværende lokalisering blandt virksomheder i vækstområder



Kilde: HUR: Vækstprægede erhvervsområder, Rambøll Management marts 2005