

April 2008

---



# International attraktiv vidensserviceregion

Delrapport 2

*Spørgeskema- og  
interviewundersøgelse*

**VÆKSTFORUM  
HOVEDSTADEN**



## International attraktiv vidensserviceregion

### Delrapport 2: Spørgeskema- og interviewundersøgelse

April 2008

© Dansk Erhverv, Branchefællesskabet for Videnrådgivere, Copenhagen Capacity, Finansrådet, Forsknings- og Innovationsstyrelsen, IT-Branchen, ITEK og Københavns Kommune

Udarbejdet af DAMVAD – [www.damvad.dk](http://www.damvad.dk)

# Indhold

<i>Indledning</i>	5
<i>Karakteristisk af virksomheder</i>	7
<i>Lokaliseringsfaktorer i Hovedstadsregionen</i>	12
<i>Bilag 1 - Virksomhedscases</i>	27
<i>Bilag 2 - Fremtidens vidensserviceregion</i>	35

# 1. Indledning

I forbindelse med projekt International attraktiv vidensserviceregion er der i perioden 25. november til 4. december 2007 gennemført en telefoninterviewundersøgelse omhandlende Vidensservicevirksomhedernes begrundelser for deres lokalisering og internationalisering i Hovedstadsregionen.

Undersøgelsen er gennemført for Vækstforum Hovedstaden i samarbejde med Branchefællesskabet for Videnrådgivere, Copenhagen Capacity, Dansk Erhverv, Finansrådet, Forsknings- og Innovationsstyrelsen, IT-Branchen, ITEK og Københavns Kommune som en del af projektet International attraktiv vidensserviceregion. Konsulent og analysefirmaet DAMVAD har i samarbejde med Capacent/Epinion stået for den praktiske gennemførelse af telefoninterviewene.

I alt 563 virksomheder har givet besvarelser i undersøgelsen. Antallet af respondenter er fordelt således:

66	Finansvirksomheder
166	It- og teknologisk service
166	Rådgivningserhverv
164	Kreativ vidensservice

Det lavere antal deltagende finansvirksomheder skyldes, at antallet af selvstændige finansvirksomheder generelt er lavt i forhold til øvrige erhverv i Danmark. Det samme billede gør sig gældende i Hovedstadsregionen.

Resultaterne er mange og varierede, men kan i kort form sammenfattes under de følgende punkter:

- 40 pct. af vidensservicevirksomhederne har valgt at placere sig i Hovedstadsregionen, fordi det giver nemmere adgang til et vækstmarked og dermed tættere adgang til kunder. For en stor del af virksomhederne (22 pct.) er nærheden til andre virksomheder og erhvervsklynger i Hovedstadsregionen meget vigtig.
- Mere end hver femte vidensservicevirksomhed i Hovedstadsregionen har imidlertid flyttet eller overvejer at flytte funktioner til udlandet. Det drejer sig primært om servicefunktioner og forsknings- og udviklingsafdelinger, som vidensservicevirksomhederne har flyttet eller overvejer at flytte til udlandet.
- Blandt de virksomheder, som har overvejet eller allerede har flyttet funktioner ud af Hovedstadsregionen, mener hver tredje, at der er andre metropoler eller regioner, som tilbyder bedre vilkår end Hovedstadsregionen.

- Vidensservicevirksomhederne i Hovedstadsregionen angiver særligt nedbringelse af omkostninger, adgang til kvalificeret arbejdskraft og nærhed til kunder og vækstmarkeder som vigtige begrundelser for at flytte deres servicefunktioner til udlandet.
- De fleste af de vidensservicevirksomheder, der planlægger at flytte ud eller allerede har flyttet funktioner ud, gør dette med udgangspunkt i en bevidst strategi for virksomheden.
- Af de virksomheder, som har flyttet eller overvejet at flytte funktioner til udlandet, er det knap 70 pct., der mener, at udbuddet af kvalificeret arbejdskraft ikke er tilstrækkeligt i Hovedstadsregionen.
- Næsten halvdelen af vidensservicevirksomhederne forventede ved deres lokalisering at få større markedsandele, og godt en tredjedel forventede at opnå adgang til et attraktivt marked ved at etablere sig i Hovedstadsregionen.
- For størstedelen af virksomhederne er forventningerne blevet opfyldt, men det fremgår også af undersøgelsen, at for en del virksomheders vedkommende er ikke alle forventninger blevet opfyldt.
- Kvaliteten af at bo og leve i Hovedstadsregionen samt infrastrukturen er vigtigst for vidensservicevirksomhederne med hovedaktiviteter indenfor logistik, planlægning og distribution samt forskning og udvikling.
- Mellem en fjerdedel og en tredjedel af de virksomheder, der har angivet, at adgang til viden var et vigtigt argument for at placere sig i Hovedstadsregionen, angiver samtidig, at de har udflyttet eller vil udflytte aktiviteter.
- Op mod hver tiende vidensservicevirksomhed, som er aktiv inden for forskning og udvikling, overvejer at flytte deres forsknings- og udviklingsafdelinger ud af regionen.
- Infrastrukturen i forhold til trafik og parkering angives samlet set som det største problem for vidensservicevirksomhederne i Hovedstadsregionen.

I forlængelse af spørgeskemaundersøgelsen har DAMVAD gennemført kvalitative interviewcases med i alt ni virksomheder på tværs af de forskellige brancher for på denne vis at få kvalificeret og uddybet resultaterne af spørgeskemaundersøgelsen. Disse præsenteres i rapportens bilag 1.'

Endelig er i rapportens bilag 2 vedlagt en fremtidsbeskrivelse af hvilke udfordringer Hovedstadsregionen kan komme til at stå over med udgangspunkt i de nuværende strukturer og tendenser.

## 2 Karakteristik af virksomheder

I alt 14 pct. af de vidensservicevirksomheder, som har deltaget i undersøgelsen, har udenlandsk oprindelse. Af disse har flertallet (86 pct.) hovedsæde et andet sted end i Hovedstadsregionen. Ud af de deltagende virksomheder har 40 pct. ingen international afsætning.

*Tabel 1*                      *Hvad karakteriserer bedst jeres virksomheds oprindelse og profil?*

	Pct.
Vi er en virksomhed af udenlandsk oprindelse, som har etableret sig i Hovedstadsregionen (det kan f.eks. være et dansk datterselskab med udenlandsk moderselskab).	14 %
Vi er en virksomhed af dansk oprindelse og med international afsætning (f.eks. med eksport, medarbejdere udstationeret i udlandet eller udenlandske kunder).	46 %
Vi er en ren dansk virksomhed og har ikke en international afsætning.	40 %

N=563

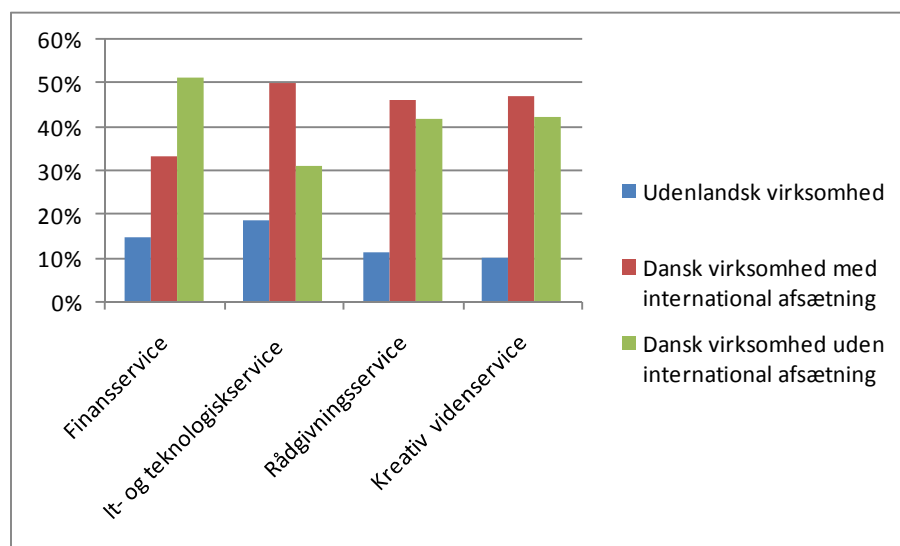
Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Fordelt på de fire erhvervssegmenter (finansvirksomheder, It- og teknologisk service, rådgivningserhverv og kreativ vidensservice) er det især virksomhederne inden for it- og teknologisk service samt finansservice, der har udenlandsk oprindelse.

De udenlandske virksomheder, som har etableret sig i Hovedstadsregionen, er i figuren herunder opdelt på sektorer. Det fremgår, at 19 pct. af virksomhederne med udenlandsk oprindelse er aktive inden for it- og teknologisk service. Finansservice udgør 15 pct. af virksomhederne, mens rådgivningsservice samt kreative vidensserviceerhverv udgør henholdsvis 11 og 10 pct.

Spørgeskemaets resultater fordelt på sektorer giver nogle interessante variationer. Disse resultater kan dog med fordel kombineres med nogle tabuleringer mellem udvalgte nøgledata fra spørgeskemaet. Det er gjort herunder, hvor interessen først falder på virksomhedernes oprindelse og aktiviteterne for virksomhederne fordelt på sektorer og ejerforhold.

Figur 1 Virksomhedskarakteristik ud fra oprindelse og afsætning



N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, hovedstadsregionen

Lidt over halvdelen (53 pct.) af vidensservicevirksomhederne angiver, at de har international afsætning, mens 44 pct. af virksomhederne oplyser, at de inden for de sidste 2 år har købt ydelser eller tjenester i udlandet.

Samtidig er en del af vidensservicevirksomhederne i gang med eller har allerede gennemført en international optimering af koncernaktiviteterne ved at samle flere funktioner på tværs af landegrænser. Endelig er der også 19 pct. af vidensservicevirksomhederne, som planlægger eller allerede har foretaget en egentlig etablering i udlandet. Det er dermed mange internationalt orienterede virksomheder blandt de deltagende virksomheder i undersøgelsen.

Tabel 2 Virksomhedernes udenlandske aktiviteter de sidste 2 år

	Ja	Nej	Ved ikke
International afsætning (eksport)	56 %	43 %	1 %
Etablering, køb eller fusionering af udenlandsk virksomhed	19 %	80 %	1 %
Køb af viden eller andre ydelser i udlandet	44 %	54 %	2 %
Samling af koncernaktiviteter på tværs af lande	23 %	75 %	2 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Det er især it- og teknologiske servicevirksomheder samt finansvirksomhederne, som har foretaget køb eller fusionering af udenlandsk virksomhed inden for de

seneste 2 år. Det fremgår, at 26 pct. af de virksomheder, der har købt en udenlandsk virksomhed inden for de sidste to år, er aktive inden for it- og teknologisk service. Herefter følger finansvirksomhederne med 24 pct. Rådgivningsservice udgør 19 pct., mens de kreative videnservicevirksomheder kun er repræsenteret ved 9 pct. Det giver et billede af, at intensiteten af udenlandske opkøb er væsentlig forskellig inden for de kreative videnserviceerhverv og de tre øvrige brancher.

*Tabel 3 Virksomheder, der har foretaget køb af udenlandsk virksomhed inden for de seneste 2 år (fordelt på brancher).*

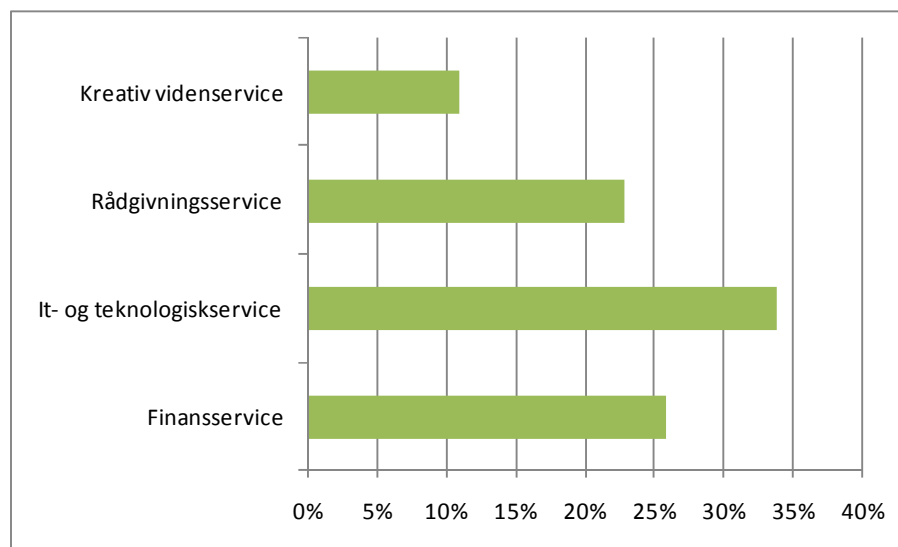
	Procent af sektorpopulation
Finansservice	24 %
It- og teknologisk service	26 %
Rådgivningsservice	20 %
Kreativ videnservice	9 %

N=107

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

It- og teknologiske servicevirksomheder udviser også den højeste intensitet i henhold til at samle deres koncernaktiviteter. Således har 34 pct. af virksomhederne udført sammenlægningsaktiviteter inden for denne sektor, mens mere end hver fjerde finansvirksomhed har gjort det samme.

*Figur 2 Samling af koncernaktiviteter inden for de sidste to år, fordelt på sektorer*



N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen



Hovedstadsregionens vidensservicevirksomheder varetager primært opgaver inden for rådgivning, salg, markedsføring og/eller fungerer som hovedkontorer. Det er en mindre andel (17 pct.) af vidensservicevirksomhederne, der arbejder med forskning og udvikling som en af deres primære funktioner.

*Tabel 4 Hvilke primære funktioner varetager jeres virksomhed med udgangspunkt i hovedstadsområdet? (mulighed for flere afkrydsninger)*

	Andel
Vi yder rådgivning som en af vore primære funktioner (f.eks. inden for management consulting, teknisk, juridisk, finansiel, it-service, reklame m.v.).	67 %
Vi fungerer som hovedkontor.	59 %
Vi arbejder med salg og markedsføring som en af vore primære funktioner.	51 %
Vi arbejder med at servicere (f.eks. som et shared service center, call-center, eller vi servicerer den koncern, vi er en del af).	43 %
Vi arbejder med FoU som en af vore primære funktioner (f.eks. organisatorisk udvikling, softwareudvikling, prototyping, konceptudvikling m.v.).	17 %
Vi arbejder med logistik, planlægning og distribution som en af vore primære funktioner.	10 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Undersøgelsen viser, at vidensservicevirksomhederne er forholdsvis veletablerede. For størstedelens (83 pct.) vedkommende har de været etableret i mere end 6 år i Hovedstadsregionen.

*Tabel 5 Antal år virksomhederne har været etableret i Hovedstadsregionen*

	Andel
0-1 år	1 %
2-5 år	16 %
6-10 år	23 %
11 år eller mere.	60 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Ser man nærmere på fordelingen på virksomhedsstørrelser, er billedet, at der er en høj andel af mindre virksomheder med under 50 ansatte (jf tabel 6).

*Tabel 6 Antal medarbejdere i Hovedstadsregionens vidensservicevirksomheder (medarbejdere opgøres i antal fuldtidsansatte).*

	Andel virksomheder
1-9 medarbejdere	31 %
10-49 medarbejdere	44 %
50-99 medarbejdere	9 %
100-249 medarbejdere	8 %
250-999 medarbejdere	6 %
1000 medarbejdere eller flere	2 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

### 3 Lokaliseringsfaktorer i Hovedstadsregionen

Undersøgelsen viser, at 40 pct. af vidensservicevirksomhederne har valgt at placere sig i Hovedstadsregionen, fordi det giver nemmere adgang til et vækstmarked og samtidig tættere adgang til kunder.

Samtidig er der en væsentlig del af vidensservicevirksomhederne, som vurderer, at deres lokalisering i Hovedstadsregionen har betydning for virksomhedens image. Andre "bløde" faktorer, som gode forhold for medarbejderne, vurderer 18 pct. af virksomhederne, er afgørende for deres valg af lokaliseringssted.

For en stor del af vidensservicevirksomhederne (22 pct.) er nærheden til andre virksomheder og erhvervsklynger meget vigtig.

Ligeledes er der dog en stor del af vidensservicevirksomhederne (31 pct.), som vurderer, at det har været mere eller mindre tilfældigt, at de har lokaliseret sig i Hovedstadsregionen. For disse virksomheder er det primært den historiske tilknytning til København, der gør, at virksomhederne har placeret sig i Hovedstadsregionen. Desuden svarer en stor del af virksomhederne, at det er ejerens bopæl, som har haft betydning for virksomhedens placering (jf tabel 7).

*Tabel 7 Begrundelser for videnservicevirksomhedernes valg af Hovedstadsregionen som hjemsted.*

For at komme tættere på et vækstmarked/for at være tættere på kunder	40 %
Det er mere eller mindre tilfældigt	31 %
Det har betydning for virksomhedens image at være i Hovedstadsregionen	22 %
For at få adgang til kvalificerede medarbejdere	22 %
Tilstedeværelsen af andre virksomheder eller erhvervs-klynger	22 %
Betingelser for medarbejderne (bolig, børneoplysning, kultur og fritid m.m.)	18 %
Fysisk infrastruktur, vejnet, offentlig transport etc.	14 %
Bedre adgang til viden, f.eks. den nyeste forskning	8 %
Bedre kvalitet ved at placere funktioner i Hovedstadsregionen	8 %
For at øge virksomhedens internationale profil og erfaring	4 %
Det har været et ønske fra vore udenlandske ejere	3 %
Vore kunder flytter aktiviteter ud, og vi følger med kunderne	2 %
For at koncentrere virksomhedens servicefunktioner på andre markeder	2 %
For at bringe lønomkostninger ned	1 %
For at opnå lavere selskabsskat og afgifter	0 %
Mindre statslig regulering og færre myndighedskrav end i konkurrerende metropoler	0 %
Andet	24 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

I tabel 8 ses virksomhedernes begrundelser fordelt på sektorer. Det giver også en række interessante variationer. Det fremgår således, at adgang til kvalificeret arbejdskraft har været en væsentlig faktor for alle sektorerne, mens undersøgelsen viser, at finansservicevirksomhederne i særlig høj grad er

afhængig af kvalificeret arbejdskraft. I alt 36 pct. af virksomhederne inden for finansservice angiver, at kvalificeret arbejdskraft var et motiv for deres valg af Hovedstadsregionen som hjemsted. Dette kan sammenholdes med kreative vidensserviceerhverv (19 pct.), rådgivningsservice (21 pct.) og it- og teknologisk service (20 pct.).

Undersøgelsen viser, at Hovedstadsregionen vælges til på et højt niveau af kvalificeret arbejdskraft, men det er samtidig bekymrende, idet flere vælger Hovedstadsregionen fra, fordi der mangler kvalificeret arbejdskraft, og udviklingen i beskæftigelsen går i disse år imod en stadig voksende mangel på kvalificeret arbejdskraft.

I forhold til at være tæt på et vækstmarked er der ligeledes variationer for de fire sektorer. Virksomhederne inden for kreativ vidensservice er repræsenteret ved 46 pct., mens rådgivningsservice er repræsenteret ved 43 pct. It- og teknologisk service er placeret noget lavere ved 36 pct., mens finansservice kun er repræsenteret ved 20 pct.

Der er samtidig forskel på, hvor stor vægt tilstedeværelsen af andre virksomheder eller erhvervsklynger tillægges. 28 pct. af rådgivningsvirksomhederne finder dette vigtigt, mens det tillægges mindre betydning i de andre brancher. Endelig er der en relativ stor del af virksomhederne, som angiver tilfældigheder som baggrund for placeringen i Hovedstadsregionen.

*Tabel 8 Virksomhedernes begrundelser for valg af Hovedstadsregionen som hjemsted, fordelt på sektorer*

	Finansservice	It- og teknologisk service	Rådgivning	Kreativ vidensservice
For at komme tættere på et vækstmarked/for at være tættere på kunder	26 %	36 %	43 %	46 %
Det har betydning for virksomhedens image at være i Hovedstadsregionen	23 %	16 %	27 %	25 %
For at opnå lavere selskabsskat og afgifter	2 %	0 %	0 %	0 %
For at bringe lønomkostninger ned	2 %	1 %	0 %	0 %
For at få adgang til kvalificerede medarbejdere	36 %	20 %	22 %	19 %
For at koncentrere virksomhedens servicefunktioner på andre markeder	0 %	2 %	2 %	3 %
Det har været et ønske fra vore udenlandske ejere	6 %	4 %	3 %	2 %
Mindre statslig regulering og færre myndighedskrav end i konkurrerende metropoler	0 %	0 %	0 %	0 %
For at øge virksomhedens internationale profil og erfaring	3 %	5 %	5 %	3 %
Bedre adgang til viden, f.eks. den nyeste forskning	9 %	7 %	13 %	5 %
Vore kunder flytter aktiviteter ud og vi følger med kunderne	3 %	2 %	3 %	2 %
Bedre kvalitet ved at placere funktioner i Hovedstadsregionen	6 %	5 %	10 %	10 %
Tilstedeværelsen af andre virksomheder eller erhvervsklynger	20 %	17 %	28 %	21 %
Betingelser for medarbejderne (bolig, børnepasning, kultur og fritid mm)	12 %	19 %	17 %	21 %
Fysisk infrastruktur, vejnet, offentlig transport etc.	14 %	16 %	16 %	10 %
Det er mere eller mindre tilfældigt	20 %	35 %	31 %	30 %
Andet	17 %	24 %	28 %	23 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Mere end hver femte vidensservicevirksomhed har flyttet eller overvejer at flytte funktioner til udlandet. Det er primært servicefunktioner og forsknings- og udviklingsafdelinger, som vidensservicevirksomhederne har flyttet eller overvejer at flytte til udlandet.

*Tabel 9 Har virksomheden flyttet eller overvejer den at flytte funktioner eller dele heraf til udlandet?*

Nej, vi har ikke flyttet og overvejer heller ikke at flytte funktioner	79 %
Servicefunktioner (f.eks. shared servicecenter, call-center, m.v.)	9 %
Forsknings- og udviklingsfunktioner	8 %
Salg og markedsføringsfunktioner	4 %
Logistik, planlægning og distributionsfunktioner	2 %
Hovedkontorfunktioner	1 %
Andet	4 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Det er især it- og teknologiske virksomheder, som har flyttet eller overvejer at flytte forskning- og udviklingsaktiviteter, mens det for finansservicevirksomhederne især angår flytning eller overvejelser om at flytte servicefunktioner.

I forhold til udflytning af servicefunktioner er de kreative vidensservicevirksomheder og rådgivningsservice mindre mobile, idet kun 7,2 pct. og 5,4 pct. angiver, at de har planer om eller har gennemført udflytninger af servicefunktioner.

Finansservice samt it- og teknologisk service har til sammenligning henholdsvis 12 og 13 pct. af virksomhederne, som har angivet dette. Det skyldes formentlig, at servicefunktionerne inden for disse sektorer er mindre afhængige af en fysisk nærhed til kunden og nemmere kan ydes digitalt. For Hovedstadsregionen kan dette være problematisk på længere sigt, idet det tyder på, at de funktioner, som rent praktisk er lettest at flytte, i højere grad også bliver flyttet i fremtiden.

*Tabel 10 Har virksomheden flyttet eller overvejer den at flytte følgende funktioner eller dele heraf til udlandet, fordelt på sektorer.*

	FoU-aktivitet	Logistik, planlægning og distribution	Salg og markedsføring	Servicefunktioner	Hovedfunktioner	Andet	Nej
Finansservice	2 %	2 %	2 %	12 %	3 %	2 %	83 %
It- og teknologiskservice	19 %	2 %	6 %	13 %	1 %	5 %	67 %
Rådgivningsservice	4 %	2 %	5 %	5 %	2 %	4 %	87 %
Kreativ vidensservice	4 %	1 %	2 %	7 %	1 %	5 %	82 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Af de virksomheder, som har overvejet eller allerede har flyttet funktioner ud af Hovedstadsregionen, er det interessant, at hver tredje virksomhed mener, at der er andre metropoler eller regioner, som tilbyder bedre vilkår end Hovedstadsregionen. Der tegner sig et broget billede, hvor dog især byer som London og Stockholm nævnes, ligesom lavtlønsområder som Indien og Ukraine fremhæves.

*Tabel 11 Er der andre metropoler eller regioner, der tilbyder bedre vilkår end i Hovedstadsregionen?*

Ja	38 %
Nej	62 %

N=116

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Ser man nærmere på, hvilke årsager virksomhederne angiver for at flytte funktioner, er de tre vigtigste: Nedbringelse af lønomkostninger, adgang til kvalificeret arbejdskraft og nærhed til kunder og vækstmarkeder.

38 pct. af virksomhederne angiver, at det er for at bringe lønomkostningerne ned, at de overvejer eller allerede har flyttet funktioner. Næsten lige så mange angiver adgangen til kvalificerede medarbejdere som en vigtig begrundelse.



*Tabel 12                      Hvad er årsagen til, at I har flyttet eller overvejer at flytte funktioner ud af Hovedstadsregionen?*

For at bringe lønomkostninger ned (f.eks. høj marginalskat)	38 %
For at få adgang til kvalificerede medarbejdere	32 %
For at komme tættere på et vækstmarked/ for at være tættere på kunder	27 %
For at opnå lavere selskabsskat og afgifter (f.eks. lønsumsafgift)	10 %
For at øge virksomhedens internationale profil og erfaring	9 %
Bedre adgang til viden, f.eks. den nyeste forskning	9 %
Fysisk infrastruktur, vejnet, offentlig transport etc.	9 %
For at koncentrere virksomhedens servicefunktioner på andre markeder	8 %
Bedre kvalitet ved at outsource	8 %
Vore kunder flytter aktiviteter ud, og vi følger med kunderne	7 %
Tilstedeværelsen af andre virksomheder eller erhvervsklynger	7 %
Det har betydning for virksomhedens image at flytte funktioner ud	5 %
Betingelser for medarbejderne (bolig, børnepasning, kultur og fritid m.m.)	4 %
Det har været et ønske fra vore udenlandske ejere	3 %
Mindre statslig regulering og færre myndighedskrav	2 %
Andet	26 %

N=116

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Undersøgelsen viser også, at langt de fleste virksomheder dvs. to tredjedele har en bevidst strategi for at flytte funktioner ud af Hovedstadsregionen.

*Tabel 13 Har virksomheden en bevidst strategi på ledelsesniveau om at flytte funktioner ud af Hovedstadsregionen?*

Ja	68 %
Nej	32 %

N=116

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Af de virksomheder, som har overvejet at flytte funktioner til udlandet, er det knap 70 pct., der mener, at udbuddet af kvalificeret arbejdskraft ikke er tilstrækkeligt i Hovedstadsregionen.

*Tabel 14 Er udbuddet af kvalificeret arbejdskraft i Hovedstadsregionen tilstrækkeligt for virksomheden?*

Ja	31 %
Nej	69 %

N=116

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen

Selvom udbuddet af kvalificeret arbejdskraft ikke vurderes som tilstrækkeligt stort, er det en forholdsvis lille andel af virksomhederne, som rekrutterer arbejdskraft fra udlandet. Det er værd at bemærke, at Skåne er det sted, hvor flest vidensservicevirksomheder har fundet udenlandsk arbejdskraft. 29 pct. af virksomhederne har rekrutteret medarbejdere fra andre steder i Danmark.

*Tabel 15 Hvorfra har virksomheden primært rekrutteret kvalificeret arbejdskraft de seneste år?*

Rekruttering af medarbejdere fra hovedstadsområdet	90 %
Rekruttering af medarbejdere fra andre steder i Danmark	29 %
Rekruttering af udenlandske medarbejdere fra Skåne	10 %
Rekruttering af udenlandske medarbejdere fra øvrige udland	8 %
Rekruttering af udenlandske medarbejdere, f.eks fra andre dele af Sverige eller Tyskland	6 %
Andet:	2 %

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Virksomheder med udenlandsk oprindelse er blevet spurgt om, hvilke forventninger de havde forud for etableringen i Hovedstadsregionen og til hvilke forventninger, der er blevet opfyldt.

I tabel 16 fremgår det, at næsten halvdelen af virksomhederne forventede at få større markedsandele, mens godt en tredjedel forventede adgang til et attraktivt marked ved at etablere sig i Hovedstadsregionen. For størstedelen af virksomhederne er forventningerne blevet opfyldt. Det fremgår dog også, at for en del virksomheders vedkommende er ikke alle forventninger blevet opfyldt.

*Tabel 16 Hvilke forventninger havde virksomheden forud for etablering i Hovedstadsregionen, og er forventningerne blevet opfyldt?*

	Forventning	Opfyldt	Ikke opfyldt
Vi forventede at få større markedsandele i Danmark	45 %	83 %	17 %
Vi forventede at få adgang til et attraktivt marked	36 %	82 %	18 %
København kunne fungere som et brohoved for salg og distribution til det nordeuropæiske marked	10 %	88 %	13 %
Vi forventede god adgang til viden og kvalificeret arbejdskraft	30 %	87 %	13 %
Vi forventede et fleksibelt og velfungerende arbejdsmarked.	16 %	75 %	25 %
Vi forventede let adgang til innovative FoU-miljøer	8 %	83 %	17 %
Vi forventede, at hovedstaden var et godt sted at bo og leve	18 %	100 %	0
Vi forventede, at hovedstaden havde mange og billige kontorarealer	4 %	67 %	33 %
Andet.	31 %	79 %	21 %

N=77

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

I figur 17 neden for vises en kategorisering af de problemer, som vidensservicevirksomhederne oplever i forhold til at være placeret i Hovedstadsregionen. Over halvdelen (56 pct.) af virksomhederne indikerer, at de er utilfredse med elementer inden for trafik og infrastruktur, mens 11 pct. angiver en utilfredshed med adgangen til kvalificeret arbejdskraft. Det område, der oftest ikke har levet op til forventningerne for vidensservicevirksomhederne med

udenlandsk oprindelse, er trafik og infrastruktur. Denne faktor er således angivet i 121 tilfælde svarende til 56 pct. af indikationerne<sup>1</sup>.

*Tabel 17 Hvilke forhold har ikke levet op til forventningerne for virksomhederne med udenlandsk oprindelse?*

Problemområder	Procent	Observationer
Trafik og infrastruktur	56 %	121
Skat og Løn	3 %	7
Erhvervslokaler	7 %	15
Offentlige tilbud og samspil	10 %	21
Tilgængelighed af arbejdskraft	11 %	24
Andet	13 %	27
I alt	100 %	215

N=77

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Nedenstående tabel 18 viser virksomhedernes angivelser vedrørende de bedste omstændigheder ved at være lokaliseret i Hovedstadsregionen. 42 pct. af vidensservicevirksomhederne mener, at nærheden til kunder, firmaer og ressourcepersoner og institutioner er det bedste ved at drive vidensservicevirksomhed i Hovedstadsregionen.

Infrastrukturen bliver fremhævet som det bedste ved Hovedstadsregionen af 26 pct. af virksomhederne. Dette er umiddelbart i uoverensstemmelse med foregående tabel, hvor 56 pct. af virksomhederne netop indikerer utilfredshed hermed. Forklaringen på forskellene er, at Hovedstadsregionen har en stor international lufthavn, hvilket angives som årsag til, at infrastrukturen vurderes så højt i denne tabel. Negative elementer ved trafikforholdene, såsom kø og parkering, er således ikke inkluderet.

*Tabel 18 Hvad er det bedste ved at være lokaliseret i hovedstaden for jeres virksomhed?*

Område	Procent	Observation
Arbejdskraft	21 %	116
Infrastruktur og beliggenhed	26 %	149
Kunder, firmaer og ressourcepersoner/institutioner	42 %	236
Andet	11 %	62
I alt	100 %	563

N=563

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

<sup>1</sup> Da spørgsmålet er åbent har virksomhederne mulighed for at angive flere svar. Derfor kan virksomhederne indikere f.eks. både infrastruktur og arbejdskraft. Det er årsagen til, at antallet af observationer inden for hver kategori ikke svarer til antallet af virksomheder.

Det fremgår af tabel 19, at trafik og infrastruktur er det område, hvor flest virksomheder vil foretrække, at der gøres en ekstra indsats. Hele 59 pct. af virksomhederne har dette som et forslag til forbedring. Derudover er arbejdskraft, skat og uddannelse nævnt af henholdsvis 10 pct., 5 pct. og 3 pct. af vidensservicevirksomhederne.

*Tabel 19 Hvis Hovedstadsregionen skulle gøres mere attraktiv for virksomheder som jeres, hvor ville du så sætte ind?*

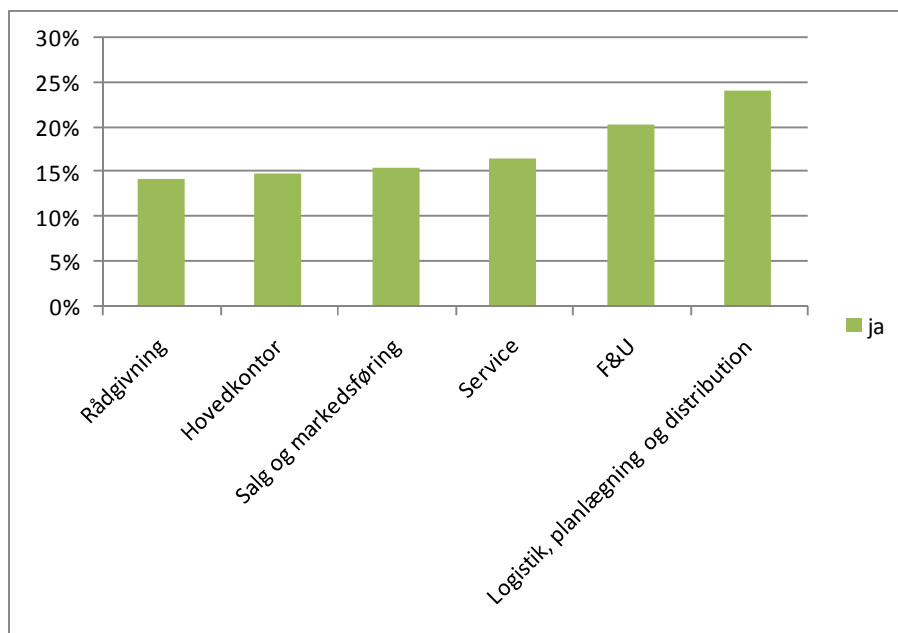
Indsatsområde	Procent	Nominelt
Trafik og infrastruktur	59 %	333
Arbejdskraft	10 %	60
Skat	5 %	27
Uddannelse	3 %	14
andet	23 %	129
I alt	100 %	563

N=563.

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Der er en god korrelation mellem de virksomheder, som indikerer, at "bo og leve"-omstændigheder er vigtige på tværs af hovedfunktionerne. Det er imidlertid interessant, at de virksomheder, der beskæftiger sig med forskning og udvikling (21 pct.) og logistik, planlægning og distribution (24 pct.), identificerer "bo og leve"-forhold oftere end de virksomheder, der beskæftiger sig med f.eks. rådgivning (14 pct.) og de, der har hovedkontorsaktiviteter i Hovedstadsregionen (15 pct.).

Figur 3 *Vigtigheden af bo og leve forhold<sup>2</sup> fordelt på hovedfunktion*



N=36

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

Det er påvist, at infrastrukturen er et vigtigt element for de fleste vidensservicevirksomheder, og i denne forbindelse er det interessant at se, om de primære opgaver, som udføres i Hovedstadsregionen, giver grundlag for en forskelligartet vurdering af vigtigheden af infrastruktur.

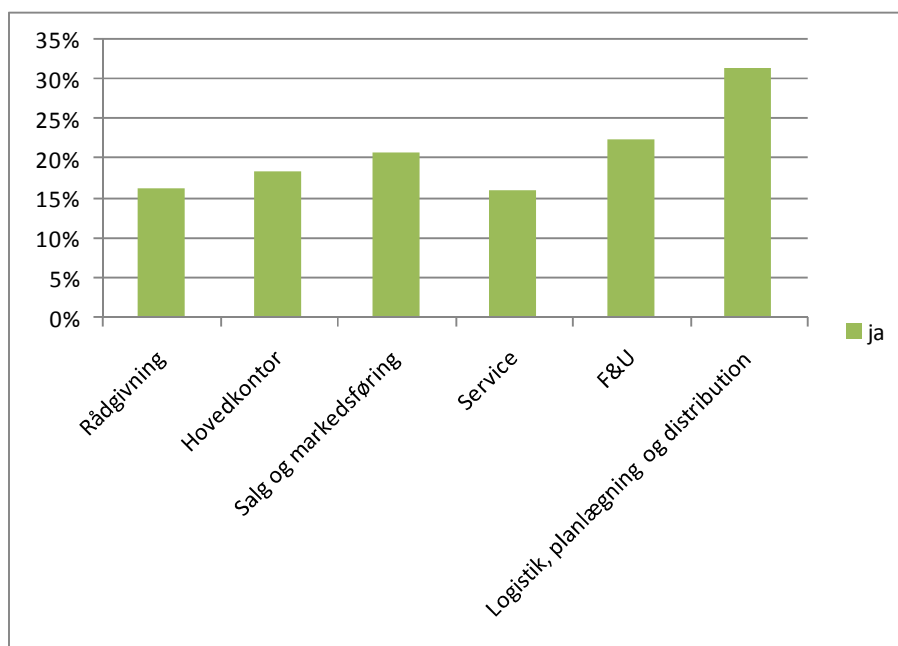
Det fremgår, at aktiviteter inden for logistik, planlægning og distribution udløser størst fokus på kvaliteten af infrastrukturen. Således har 31 pct. af de virksomheder, der er aktive indenfor dette segment, indikeret, at infrastrukturen var en vigtig forudsætning for deres valg af Hovedstadsregionen som hjemsted.

Der er dog forskel på vigtigheden af infrastrukturen for de øvrige hovedfunktioner. Således er forskning og udvikling med 22 pct. også en hovedfunktion, der gør, at virksomhederne ofte angiver infrastrukturen som bevæggrund for deres valg af Hovedstadsregionen.

---

<sup>2</sup> Bo og leve kategorien er sammensat af de virksomheder, der har indikeret, at betingelser for medarbejderne (bolig, børnepasning, kultur og fritid mm) var vigtige for deres valg af Hovedstadsregionen.

Figur 4 *Vigtigheden af trafik og infrastruktur<sup>3</sup> fordelt på hovedfunktion*



N=103

Kilde: DAMVAD Survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

I forhold til at vurdere attraktiviteten af Hovedstadsregionen for vidensservicevirksomheder er det centralt at vide, hvor mange der vil flytte, og hvad de, der vil flytte eller har udflyttet funktioner, foretager sig i Hovedstadsregionen.

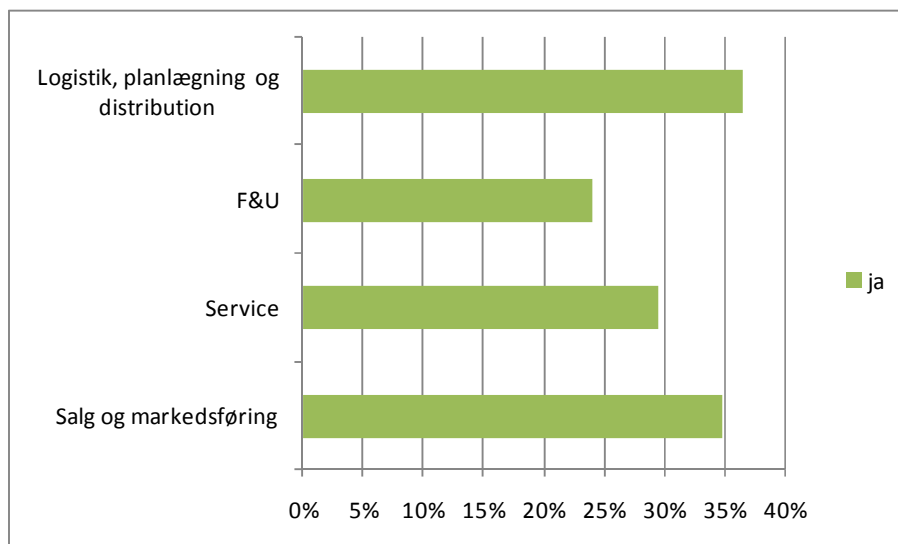
Herunder er virksomheder med funktioner, der er udflyttet eller har tænkt på at udflytte, krydset med virksomheder, som har indikeret adgang til viden som en vigtig forudsætning for at placere sig i Hovedstadsregionen.

Set med disse briller er manglen på viden mest kritisk for virksomheder med servicefunktioner som logistik, planlægning og distribution og salg og marketing, idet op mod 36 pct. af virksomhederne med disse hovedfunktioner angiver, at de har flyttet funktioner eller overvejer at gøre det. Lidt mindre kritisk er det for virksomheder med forskning og udviklingsfunktioner, hvor 24 pct. har angivet, at de er mobile.

---

<sup>3</sup> "Bo og leve"-kategorien er sammensat af de virksomheder, der har indikeret at fysisk infrastruktur, vejnet, offentlig transport etc., var vigtige for deres valg af Hovedstadsregionen.

Figur 5 Udflytning af hovedfunktioner pga. manglende adgang til viden<sup>4</sup>



N=77

Kilde: DAMVAD survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

For de virksomheder, som ikke har flyttet funktioner og heller ikke har planer herom, er det særligt adgangen til markedet i og omkring regionen, der er afgørende for deres valg af Hovedstadsregionen som hjemsted.

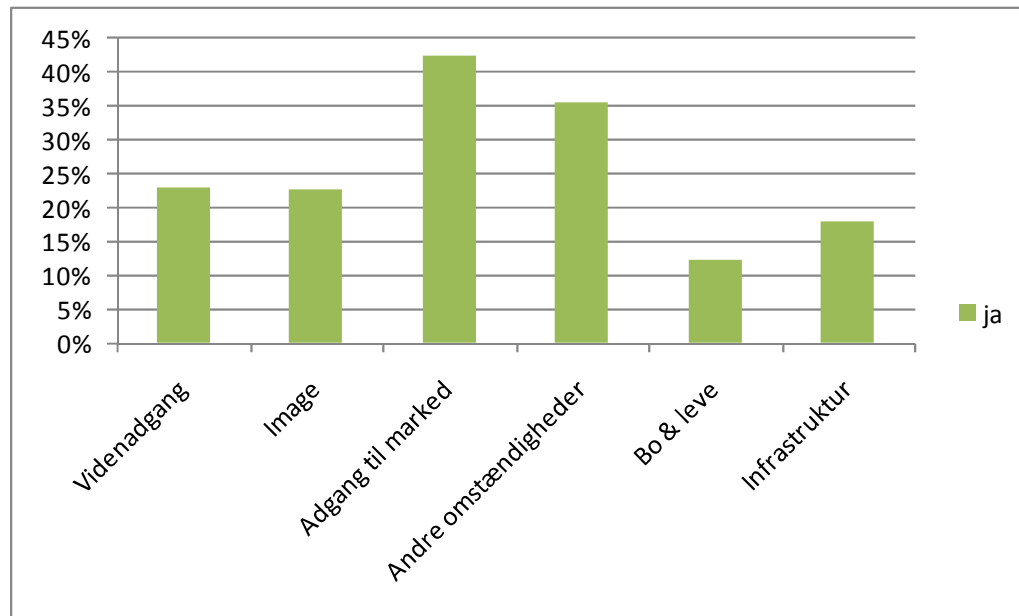
Men også andre omstændigheder, hvor især ønsker fra udenlandske ejere og tilfældigheder, gør sig gældende. Ligesom viden og image også tillægges en vis betydning hos de vidensservicevirksomheder, som ikke umiddelbart angiver at være mobile.

---

<sup>4</sup> Adgangen til viden er her klassificeret som adgang til forskning og innovationsmiljøer, adgangen til viden og kvalificeret arbejdskraft, bedre kvalitet af ydelser samt tilstedeværelsen af andre erhvervsvirksomheder eller erhvervsklynger.



Figur 6 Hvilke omstændigheder fastholder vidensservicevirksomhederne?



N=563

Kilde: DAMVAD survey International attraktiv vidensserviceregion, Hovedstadsregionen.

# Bilag 1 - Cases

## CBD – Design



CBDs forretningsområder angår design, innovation, ingeniør- og udviklingsarbejde. For at imødekomme behov fra klienter har CBD tilføjet produktion til deres portefølje, så virksomheden nu er i stand til at håndtere hele udviklingsarbejdet fra første idé over formgivning og teknisk design til færdigt produceret og leveret produkt. CBD samarbejder for eksempel med Carlsberg, Maersk og Coloplast i forhold til design, udvikling og produktion af deres produkter.

CBD blev etableret i 1974 i København og har siden udvidet med afdelinger i Kina og Vietnam. Virksomheden er i dag en af de førende på sit område med omkring 100 ansatte på globalt niveau. CBD betegner sig selv som en virksomhed, der er "global, men med evnen til at agere lokalt". Placeringen af afdelinger foretages ud fra bevidste, strategiske valg, hvor især adgangen til viden om markeder og tendenser er central. Knudepunkterne for viden vurderes at være spredt, og netop derfor er CBD repræsenteret i Europa, Asien og Sydamerika og har kontakter med amerikanske selskaber. CBD er ikke kun internationalt orienteret i forhold til kunderne, men også i forhold til de ansatte og har for eksempel både danske, engelske og svenske medarbejdere på kontoret i København. Indtil nu har det ikke været svært at tiltrække kvalificerede medarbejdere, selvom København ikke oplever helt den samme dynamik, som man ser i andre europæiske hovedstader.

CBD's Internationale Administrerende Direktør Henrik Jeppesen argumenterer for, at Vækstforum Hovedstaden bør fokusere mere på at forbinde regionens kulturinstitutioner, som for eksempel universiteter, Operaen, museer og andre kulturelle institutioner for at øge hovedstadens dynamik. Infrastrukturen er overordentlig væsentlig, hvis hovedstaden skal være en ægte metropol og et knudepunkt for uddannelse, kultur og udvikling. Hvis transportmulighederne til og fra hovedstaden desuden kunne effektiviseres, ville det forbedre vilkårene for pendlere betydeligt og samtidig øge incitamentet til at søge arbejde i Hovedstaden. CBD har en del designere fra Sverige ansat på kontoret i København, og deres pendling besværes voldsomt af den trafikale situation i København.

Det generelle uddannelsesniveau i regionen vurderes ikke at være for lavt af CBD, men Henrik Jeppesen lægger vægt på, at designuddannelsernes indhold bør være langt mere erhvervsorienteret, end det er tilfældet i dag. På dette område er designuddannelserne i København langt efter uddannelserne i for eksempel London.

Lufthavnen og den nyåbnede metroforbindelse dertil er væsentlige aktiver for København i forhold til at tiltrække investeringer og arbejdskraft, som kan skabe dynamik og udvikling, mener Henrik Jeppesen. På negativsiden nævner han de danske visumregler, som, han mener, er alt for komplicerede og tidskrævende og bevirker, at regionen bliver lukket af for omverdenen. Dermed kan Hovedstadsregionen ikke høste det fulde udbytte af globaliseringen, men bliver i stedet udelukkende udsat for et pres fra den globale konkurrence.

CBD Design har derfor følgende erhvervspolitiske ønsker:

- Forbedret infrastruktur og bedre forbindelse mellem kulturinstitutioner i hovedstaden.
- Forenklinger i de danske visumregler for at lette adgangen til hovedstaden.
- En øget praktisk og erhvervsorienteret vinkel på designuddannelsen.

Interview: Henrik Jeppesen, International Adm. Direktør, CBD A/S

Læs mere om CBD Design på: [www.cbd.dk](http://www.cbd.dk).

Valcon er en hurtigt ekspanderende konsulentvirksomhed med hovedkontor i Hørsholm, nord for København. Derudover har virksomheden afdelinger i Århus, Stockholm og Indien. Valcons ydelser spænder vidt med specialisering inden for områder som strategi for økonomistyring, supply-chain management, innovation og en række andre managementværktøjer. Afdelingen i Indien er resultatet af, at Valcon hjælper danske kunder med at optimere processer i landet samtidig med, at der er en stigende efterspørgsel fra andre kunder end de danske.

Valcon omsatte i 2006/2007 for 130 mio. kr. og havde et overskud på 25 mio. kr., hvilket var en stigning på 7 mio. kr. sammenlignet med året før. I samme periode har Valcon fordoblet sin stab fra 50 til ca. 100 medarbejdere. Størstedelen af virksomhedens kunder er andre private virksomheder, men op mod 25 pct. af omsætningen kommer fra opgaver i det offentlige.

Valcon har som erklæret mål, "... at skabe fornyelse og værditilvækst i form af markante, synlige og varige forbedringer hos vores kunder", heraf navnet Valcon (Value Consulting). Valcon var blandt børsens' Gazelle virksomheder i 2006 og vandt Konsulentprisen i 2007 foran 30 andre konsulentvirksomheder. Valcon er placeret i Hovedstadsregionen, fordi det giver den nærmeste adgang til kunder og medarbejdere. Virksomheden er dog her i hård konkurrence med andre virksomheder og andre regioner om især de mere erfarne og kvalificerede medarbejdere.

Valcons medarbejdere bruger meget tid på transport til og fra kunder. En konsulent hos Valcon har ofte 1-2 kundebesøg om dagen, hvilket betyder, at han er undervejs 2-3 timer om dagen, selvom kunderne ligger i hovedstadsområdet. Virksomheden mærker, at der er blevet mere trængsel, og at infrastrukturen, veje og kollektiv transport ikke er tidssvarende. På den baggrund efterlyses forbedringer.

Valcon efterlyser samtidig, at hovedstaden får støvet sit image af, så man i højere grad viser og markedsfører sig på, hvad virksomhederne kan på højteknologiområdet og inden for specialiserede kompetencer blandt vidensserviceerhvervene. Det er vigtigt for tiltrækning af medarbejdere og investeringer.

Valcon ser en stigende konkurrence på kompetencesiden fra udlandet, herunder at universiteter i udlandet uddanner flere og mere kvalificerede kandidater end hovedstaden som en af fremtidens største udfordringer. De danske universiteter placerer sig for dårligt i internationale sammenligninger. På den baggrund efterlyser Valcon, at der tages initiativ til at etablere et internationalt eliteuniversitet i hovedstaden med særligt fokus på udvalgte styrkeområder.

Valcons erhvervspolitiske ønsker:

1. Forbedringer af infrastruktur, både veje og kollektiv transport.
2. Mere moderne image for København.
3. Etablering af internationalt anerkendt eliteuniversitet i hovedstaden.
4. Sænkning af marginalskatter.

Interview: Henrik Dall, Director i Valcon  
Læs mere om Valcon på [www.valcon.dk](http://www.valcon.dk)

Microsoft blev grundlagt i 1975 i Redmond nær Seattle i Staten Washington og er i dag førende på It-området. I 2007 havde Microsoft omkring 79.000 ansatte fordelt på 102 lande. De genererede en omsætning på 51 mia. dollars og skabte 14 mia. dollars i overskud i 2006.

I Danmark er Microsoft repræsenteret med to datterselskaber. Det drejer sig dels om Microsoft Danmark, som er placeret i Hellerup, hvor 450 medarbejdere beskæftiger sig med primært salg og markedsføring og Microsoft Development Center Copenhagen, som er en udviklingsenhed, placeret i Vedbæk med ca. 900 medarbejdere. I 2006 omsatte virksomheden i Danmark for 601 mio. kr. og opnåede et primært resultat på 57,5 mio. kr.

Microsoft Development Center Copenhagen vandt både i 2006 og 2007 titlen som Danmarks bedste arbejdsplads. Hver tredje medarbejder hos Microsoft Development Center Copenhagen er af udenlandsk oprindelse, og de repræsenterer ikke mindre end 42 forskellige nationaliteter. Virksomheden har konstant 35-40 åbne stillinger og har således også et stort fokus på tiltrækning og fastholdelse af kvalificerede medarbejdere fra såvel Danmark som udlandet.

Virksomhedens lokalisering i Hovedstadsregionen er i høj grad begrundet i tilstedeværelsen af højt kvalificerede og specialiserede kompetencer på It-området, ligesom virksomheden ser meget positivt på, at der er mange andre internationale It-virksomheder, som har placeret udviklingsfunktioner i regionen. Samtidig har Microsoft et ønske om, at der kan uddannes og tiltrækkes flere kompetencer til Hovedstaden. Virksomheden gør selv meget for at tiltrække medarbejdere fra især lande som Sverige, Polen og Ukraine og er særligt opmærksomme på, hvad der skal til for at kunne fastholde de udlændinge, der kommer, samt at integrere deres medfølgende ægtefæller. Af samme grund har Microsoft udviklet kurser for medfølgende ægtefæller og etableret et uformelt netværk, som kan give ægtefæller mulighed for ansættelse i andre virksomheder.

Trods virksomhedens tidligere begrænsede brug af ordningen ser Microsoft positivt på bestræbelserne på at udvide den danske skatteordning for tiltrækning af udenlandske eksperter og forskere fra 3 til 5 år og mener, at der generelt har udviklet sig en positiv holdning til tiltrækningen af udenlandske kompetencer. Virksomheden efterlyser dog, at vi som danskere på det personlige plan åbner endnu mere op for udenlandsk arbejdskraft i vores sociale liv udenfor arbejdspladsen. Der er behov for et større fokus på, hvordan det egentlig opleves for udlændinge at komme til Hovedstadsregionen og til Danmark. Derudover opfordrer Microsoft til, at offentlige myndigheder i højere grad kommunikerer og informerer på engelsk, således at det er muligt for udlændinge at forstå de breve og informationer, de modtager.

Microsoft's Udviklingscenter har følgende erhvervspolitiske ønsker:

1. Vi danskere skal have større fokus på, hvordan vi tager imod udenlandske videnarbejdere.
2. Der skal gøres mere for at integrere medfølgende ægtefæller.
3. Endvidere er det vigtigt med fortsat fokus på forbedring af rammebetingelser som visa, cpr nummer, forskerordning, og kommunikation fra offentlige myndigheder

Interview: Charlotte Mark, Site Leader i Microsoft Development Center Copenhagen.

Læs mere om Microsoft Development Center Copenhagen på [www.mdcc.dk](http://www.mdcc.dk)

## GCI Mannov – PR og kommunikation



GCI Mannov er en PR og kommunikationsvirksomhed med ca. 70 medarbejdere. Størstedelen af medarbejderne er placeret i København. Derudover har GCI Mannov kontorer i Århus og Malmø for at kunne betjene jyske og sydsvenske kunder. Hovedparten af kunderne er dog stadig i hovedstaden, hvor der generelt er en koncentration af firmahovedkontorer.

Virksomheden blev grundlagt i 1975 under navnet Mannov Consult, men blev i 1999 en del af GCI Group og skiftede i den forbindelse navn til GCI Mannov. GCI Group er et af verdens største internationale netværk af PR- og kommunikationsvirksomheder. Dermed har GCI Mannov også fået mulighed for at tilbyde specialiseret rådgivning inden for international PR, idet virksomheden som en del af GCI Group har fået adgang til søsterselskaber i 40 lande verden over.

Virksomheden arbejder således både med nationale og internationale kunder. PR-koncernen havde i 2006 en omsætning på ca. 60 mio. kr. GCI Mannov har specialiserede afdelinger med spidskompetencer inden for bl.a. Public Affairs, Healthcare, Food, Technology, Finance og Corporate Communication.

Virksomheden har derudover fokus på at yde kommunikationsrelaterede ydelser inden for områderne Employer branding og Crisis Management. Employer branding handler om at skabe et godt image for virksomheder, så de i højere grad kan tiltrække og fastholde kvalificerede medarbejdere. Crisis Management handler om at forberede virksomheder på håndtering af potentielle kriser, før de opstår.

Selv om virksomheden har et kontor i Århus, er der for virksomheden ingen tvivl om, at København er PR- og kommunikationsbranchens centrum i Danmark. Det er her de primære kunderelationer er og her, der er den største adgang til kvalificerede medarbejderressourcer. Der er i hovedstaden en god pool af kommunikationsuddannede, journalister og magistre, som der er behov for i virksomheden, men lønningerne er også steget de senere år som følge af højkonjunktoren, og mange jobskift presser lønningerne op. Det vil givet ændre sig i de kommende år, ligesom flere og flere kommunikationsopgaver vil blive outsourcet fra de større virksomheder.

GCI Mannov har gode erfaringer med at være lokaliseret i Hovedstadsregionen, men har også en række erhvervspolitiske ønsker, som særligt angår, at det er blevet vanskeligere at parkere i særligt det indre København. Virksomhedens ansatte cykler i dag rundt eller tager taxi, fordi det ellers vil tage for lang tid at komme frem i København.

Såtidig har GCI Mannov et ønske om, at Vækstforum Hovedstaden sætter mere i gang for at markedsføre sig selv som internationalt centrum for udviklingsorienterede og innovative virksomheder. Virksomheden mener, at København ikke i tilstrækkelig grad udnytter alle sine potentialer i et internationalt perspektiv.

GCI Mannov har følgende erhvervspolitiske ønsker:

- Udvikling af bedre parkeringsforhold i hovedstaden.
- Større fokus og markedsføring af hovedstaden internationalt.

Interview: Steffen Lüders, Adm. direktør i GCI Mannov.  
Læs mere om GCI Mannov på [www.mannov.dk](http://www.mannov.dk)

Saxo Bank blev grundlagt som dansk investeringsbank i 1992. Siden er det gået stærkt. Banken er specialiseret inden for handel med valuta, aktiederivater, aktier, futures og forvaltede fonde. Saxo Bank har blandt andet haft stor succes med udvikling af den prisbelønnede handelsplatform SaxoTrader, som kunder kan bruge til at handle med valuta, CFD'er, aktier, futures og optioner. I tillæg gives en række tekniske værktøjer, der hjælper kunder til at holde overblikket over investeringer og giver markedsinformation med opdateringer om de nyeste udviklinger på de finansielle markeder.

I dag er banken vokset til at have 1310 ansatte på verdensplan dækkende hele 62 forskellige nationaliteter. Bankens medarbejdere er placeret dels på hovedkontoret i København og dels på kontorer i London, Singapore, Marbella, Beijing og Skt. Petersborg. Af de 900 ansatte i København er en tredjedel af udenlandsk oprindelse, og det har stor betydning for at kunne opretholde et højt serviceniveau over for såvel danske som udenlandske kunder.

Saxo Bank havde i 2006 en omsætning på ca. 1 mia. kr. og et resultat efter skat på 144 mio. kr. Det er et mindre fald i forhold til året før til trods for kraftig stigning i omsætningen. Forklaringen kan tilskrives mange nye ansættelser på virksomhedens udenlandske kontorer.

I Danmark er Saxo Bank ikke mindst kendt for et stort politisk engagement, og bankens stiftere er ikke bange for at tilkendegive deres erhvervspolitiske holdninger. Virksomheden er meget positiv over for Danmark og hovedstaden som velfungerende og med et lavt niveau af korruption og nepotisme i sammenligning med udlandet.

Samtidig er der dog mange ting, der kunne fungere bedre ifølge Saxo Bank. Det er for det første alt for svært at komme ind i Danmark som udlænding, og det skader vores konkurrenceevne. Ligeledes er der fra mange politikeres og danskeres side en alt for mistroisk holdning over for udlændinge, som staten og regionen bør arbejde på at fortrænge.

Det er til gengæld vigtigt, at de gamle danske frihedsidealer og vores tidligere så afslappede holdninger til tingene genopfriskes. Det er det venlige og åbne sindelag, vi er kendte for og skal dyrke for at tiltrække udenlandske videnarbejdere og investeringer hertil. Og så skal der gøres noget ved den høje personbeskatning, som er en væsentlig begrænsning for hovedstadens virksomheder i deres bestræbelser på at tiltrække og fastholde de bedste internationale og mobile kompetencer. Endelig mener virksomheden også, at hovedstaden burde gøre mere ud af at investere i kultur og samtidig sørge for at informere herom på engelsk til udlændinge.

Saxo bank har følgende erhvervspolitiske ønsker:

- Regionen bør tage initiativ til en tænketank bestående af udenlandske videnarbejdere, som kan sætte fokus på de "ømme tær" og komme med anbefalinger til forbedringer.
- Der bør investeres i at give regionen en mere international kulturprofil, hvor der i højere grad kommunikeres på engelsk, så udlændinge kan deltage i kulturudbuddet.
- Der skal skabes forbedringer for at lette udlændinges adgang til Danmark og forbedringer for at fastholde de tilstedeværende udenlandske kompetencer, f.eks. på skatteområdet.

Interview: Erik Kjær, HR direktør i Saxo Bank  
Læs mere om Saxo bank på [www.saxobank.dk](http://www.saxobank.dk)

Nordea blev dannet som nordisk bank i perioden fra 1997 til 2000 gennem en række sammenlægninger af banker i de nordiske lande, herunder det danske Unibank. Banken har i dag hovedsæde i Stockholm. Navnet Nordea er en sammentrækning af Nordic Ideas. Den svenske stat ejer ca. 20 pct. af aktierne i Nordea og er dermed den største aktionær. Banken betragter Skandinavien og Baltikum som sit hjemmemarked, men er til stede i 19 lande. Nordea har verdensrekord i kundernes brug af internetbanken og havde i 2006 en markedsværdi på 30,3 mia. Euro. Indtægterne i 2006 var på 7,3 mia. euro, og banken generede et overskud på omkring 3,1 mia. euro, hvilket var en forbedring i forhold til året før på 39 pct.

Nordea har et omfattende filialnet med over 1.100 fysiske locationer i Skandinavien og mere end 9 mio. privatkunder i hele Østersøregionen, heraf 1,4 mio. kunder i Danmark. Nordea har ca. 30.000 ansatte, hvoraf 5000 er ansat i Danmark. Det danske marked står for 25 pct. af virksomhedens indtægter.

Banken har valgt at have størstedelen af sine It-funktioner (It-udvikling, drift og service) placeret i Stockholm, mens centrale It-funktioner i Danmark er placeret i Fredericia og Høje Tåstrup. Overvejelserne i forhold til placering af bankens funktioner i Danmark har i høj grad været medarbejderrelaterede, herunder at der har skullet være et stort opland for kvalificerede medarbejdere, og at det skal være let at komme til og fra arbejdspladsen.

Nordea oplever, at mens det er forholdsvis let at tiltrække de yngre medarbejdere til det danske hovedsæde i København, så er det lettere at tiltrække de mere erfarne og kvalificerede medarbejdere til afdelingerne i Fredericia og Høje Tåstrup. Dette kan blandt andet begrundes med, at disse arbejdssteder ligger bedre infrastrukturmæssigt og har bedre parkeringsforhold.

Danmarks og dermed Vækstforum Hovedstadens omdømme i omverdenen er vigtigt for banken. Det har en afsmittende betydning for de danske virksomheder, herunder for deres muligheder for at tiltrække udenlandske medarbejdere. Det er vigtigt, at regionen har en profil som hjemsted for mange avancerede virksomheder og mange højtuddannede kompetencer. Det er vigtigt, at regionens aktører samarbejder om at profilere sig i denne retning.

Nordea prioriterer selv at have et udbredt samarbejde med offentlige videninstitutioner og i det hele taget at tage del i den regionale udvikling i hovedstadsområdet såvel som i resten af landet. Det giver de bedste muligheder for at skabe sammenhæng mellem efterspørgslen efter kompetencer og uddannelsesudbuddet, og det skaber samtidig gode rammebetingelser for erhvervslivet.

Nordea har følgende erhvervspolitiske ønsker:

- Styrkelse af infrastrukturen i Hovedstadsregionen.
- Indsats for at profilere Vækstforum Hovedstaden som hjemsted for avancerede virksomheder og højtuddannede kompetencer.
- Forsat udvikling af gode samarbejdsrelationer mellem erhvervsliv og videninstitutioner.

Interview: Kurt Svendsen, Nordeas Managementsekretariat.  
Læs mere om Nordea på [www.nordea.dk](http://www.nordea.dk)

Handelsbanken blev grundlagt i 1871 i Stockholm. Banken betragtes i dag som Skandinaviens mest internationale bank med filialer over det meste af Europa, Asien, Rusland og USA. Handelsbanken adskiller sig fra mange andre banker ved, at hver filial fungerer som en selvstændig bank med fuldt kunde- og resultatansvar.

Banken blev etableret i Danmark i 1992 for erhvervs-kunder og åbnede i 1996 for privatkunder. I 2001 overtog Handelsbanken Midtbank med hovedsæde i Herning og har i dag 39 filialer og 600 medarbejdere i Danmark. Sammenlægningsprocesserne har i dag vist sig som en stor succes, og det har også vist sig, at det kan fungere, at en del af hovedsædefunktionerne er i Herning (det tidligere Midtbank), mens andre er placeret i Hovedstadsregionen. Internationalt har banken omkring 10.500 medarbejdere placeret i 21 lande. De generede i 2007 et resultat på ca. 19 mia. svenske kr.

Banken har ikke haft svært ved at tiltrække nye kvalificerede kompetencer. Mange medarbejdere vurderer det som attraktivt, at banken er en virksomhed i vækst. Men Handelsbanken mærker også, at arbejdsmarkedet er presset, og det bliver sværere at finde kvalificerede medarbejdere.

Handelsbanken har outsourcet sine centrale It-funktioner til BEC som ekstern It-leverandør. Det giver banken en større fleksibilitet i forhold til lokalisering, at man ikke skal tage hensyn til It-delen. Men det opfattes som vigtigt at have de fleste funktioner i Hovedstaden, som bl.a. har lette adgangsforhold til Sverige og koncernens hovedsæde i Stockholm.

Handelsbanken har med sin internationale profil stor interesse i det engelske bankmarked. Det engelske bankmarked har gennem mange år manglet en serviceudvikling, som den der har udviklet sig på bankmarkederne i Norden. Nu efterspørger de engelske kunder service fra deres bank, og det gør etablering i England attraktivt for Handelsbanken.

Når Hovedstadsregionen sammenlignes med Stockholm, taber hovedstaden ikke mindst på den offentlige infrastruktur. Stockholm har et mere fleksibelt og bedre fungerende offentligt transportsystem, som gør det lettere for medarbejdere at komme ind og ud af centrum. I hovedstaden kan det indimellem være svært at tiltrække medarbejdere til det centrale København, bare de kommer fra Roskilde eller Farum, på grund af den lange transporttid.

Handelsbanken har følgende erhvervspolitiske ønsker:

- Forbedringer i den offentlige infrastruktur.
- Skabe en kultur for, at medarbejdere bliver mere mobile og lader sig udstationere.

Interview: Lenette Kok Neesbye-Hansen, Udviklingschef i Handelsbanken.

Læs mere om Handelsbanken på [www.handelsbanken.dk](http://www.handelsbanken.dk).



## Motorola – dansk udviklingsafdeling



Motorola blev etableret i Chicago i Illinois i 1928, og selskabet fik sit nuværende navn i 1947. Virksomheden omsatte i 2006 for omkring 43 mia. dollars og havde samme år et overskud på 3,7 mia. dollars. Motorola etablerede sig i Danmark med opkøbet af virksomheden Storno A/S i 1986. Virksomhedens afdeling i hovedstaden ligger i Glostrup. Den har ca. 350 medarbejdere, der især beskæftiger sig med udvikling af trådløse kommunikationsløsninger samt radionet til professionelle formål, herunder politi, brand, redning og civilforsvar. I 2006 havde Motorola i Danmark en omsætning på 475 mio. kr., hvilket er en stigning på 58 pct. i forhold til året før. Siemens-BenQ's udviklingsafdeling i Aalborg overtog Motorola i 2006. Her udvikles i dag nye, avancerede mobiltelefoner til det globale marked. Motorolas samlede beskæftigelse i Danmark nåede således op på over 600 medarbejdere inden for forskning og udvikling.

Hovedstadsregionen betegnes som central for adgangen til kvalificeret arbejdskraft. Det er ikke mindst i Hovedstadsregionen, at der er kvalificeret arbejdskraft i forhold til de ingeniørfaglige kompetencer, som Motorola efterspørger til Glostrup afdelingen. Udviklingen af innovative løsninger inden for professionel kommunikation nyder gavn af de mange øvrige virksomheder, der er aktive inden for området. Koncentrationen af virksomheder med ensartede kompetencer vurderes dermed som et særligt positivt element.

Universiteterne i Hovedstadsregionen fremhæves med DTU i spidsen som en central kilde til tilstedeværelsen af arbejdskraft, men også som en kilde til den nyeste forskning, der stimulerer udviklingen. I det hele taget bidrager det til et innovativt miljø, hvilket Motorola afdelingen i Hovedstadsregionen selv lægger stor vægt på. Et yderligere positivt aspekt i denne retning er, at Aalborg Universitet har oprettet en afdeling i Ballerup med fokus på forskning inden for mobilkommunikation.

På trods af, at adgangen til arbejdskraft bliver fremhævet som et tiltrækkende element ved lokaliseringen, så er der bekymring omkring den træge proces, som er forbundet med at skaffe nye medarbejdere fra tredjelande, som f. eks. Kina, opholds- og arbejdstilladelser i Danmark. Tidligere har DTU været en genvej til højtuddannet, udenlandsk arbejdskraft i kraft af deres studerende, men studieafgifterne udgør nu et stort problem i forhold til dette kompetencebidrag. Tiltrækningen af arbejdskraft bliver også udfordret af en mangel på egnede boliger for medarbejdere, der skal bo i området midlertidigt.

Endelig fremhæves nærheden til især IT- og Telestyrelsen som en væsentlig fordel, idet virksomheden hermed er tæt på den relevante regulerende myndighed på området. Udflytning af funktioner er ikke et tema netop pga. af den kvalitet, som Vækstforum Hovedstaden tilbyder på ovennævnte områder. Dog skal der værnes om især det fortsatte udbud af kvalificeret arbejdskraft.

Motorolas erhvervspolitiske ønsker:

- Mindre bureaukrati i forhold til udenlandsk arbejdskraft.
- Flere boliger egnet til midlertidig arbejdskraft.

Interview: Steffen Ring, Teknisk direktør i Motorola.

Læs mere om Motorola på [www.motorola.dk](http://www.motorola.dk)

MicroStrategy blev dannet i 1989 og er en af verdens største leverandører af business intelligence løsninger. Virksomheden har i øjeblikket 1600 ansatte og 2 ansatte i Hovedstadsregionen, hvor der tidligere har været 7 ansatte. Der blev outsourcet 5 stillinger, da salgsfunktionen flyttede til Sverige. Virksomheden blev etableret i Hovedstadsregionen i 2006 og har udover, software udvikling også et konsultelement.

MicroStrategy har valgt at placere sig i Hovedstadsregionen med den begrundelse, at man bedre kan yde en optimal servicering af kunderne, hvis man er fysisk til stede. Virksomheden udvikler ydelser i samspil med kunderne, hvilket er årsagen til, at der er etableret en afdeling i Hovedstadsregionen.

Et af de største problemer for virksomheden er manglen på parkeringspladser i København. Denne mangel er årsag til megen spildtid. Problemet har affødt overvejelser om at flytte fra den indre by til Nordsjælland.

Et andet væsentligt problem ved Hovedstadsregionen er de betragtelige vanskeligheder, som er forbundet med at være en global virksomhed i Regionen. MicroStrategy er afhængig af, at koncernens nøglemedarbejdere kan overføres fra afdeling til afdeling med henblik på f.eks. hjælp i en opstartsfasen. Det er imidlertid forbundet med så meget administrativt besvær, at den danske afdeling ikke har kunnet drage nytte af denne fremgangsmåde. I et konkret tilfælde opgav man at overføre en medarbejder fra Virginia. På denne måde udgør de administrative procedurer en hindring for adgang til kritisk viden og for virksomhedens globale tilgang til placeringen i Hovedstadsregionen.

Adgangen til udenlandske specialister er ikke det eneste område, hvor kompetencetilførslen til virksomheden er problematisk. Den generelle mangel på arbejdskraft vanskeliggør endvidere rekrutteringen af egnede It-medarbejdere i Hovedstadsregionen.

I tillæg til de specialiserede It-faglige kompetencer nævnes manglen på lederkompetencer også som et problem, der på sigt gør Væktsforum Hovedstaden mindre attraktiv.

MicroStrategy's erhvervspolitiske ønsker:

- Mindre administration i forbindelse med tiltrækning af udenlandsk arbejdskraft.
- Adgang til flere kvalificerede medarbejdere.
- Bedre infrastrukturløsninger.

Interview: Thomas Kabel, Professional Service Manager, Nordic  
Læs mere om MicroStrategy på [www.microstrategy.com](http://www.microstrategy.com)

# Bilag 2

## Fremtidens vidensserviceregion

### Introduktion

Vidensserviceerhvervene i Hovedstadsregionen er i konstant udvikling og vækst, i tæt samspil med resten af erhvervslivet og samfundet. For 25 år siden udgjorde vidensserviceerhvervene en relativ beskedent andel af økonomien. I dag udgør vidensservice en lige så stor andel af økonomien som produktionen af industrivarer udgjorde i 1970'erne. Vidensserviceerhvervene har samtidig enorm betydning for den bredere erhvervsudvikling i Hovedstaden såvel som i Danmark generelt. Det er derfor vigtigt at forstå, hvordan Hovedstadsregionen kan udvikle sig som en international attraktiv vidensserviceregion og hvilke drivkræfter, der vil påvirke udviklingen.

I det følgende beskrives fire hoveddrivkræfter og en række udviklingstræk, som vil skabe væsentlige udfordringer men også nye muligheder for Hovedstadsregionen de næste 10 år. Beskrivelsen tager udgangspunkt i resultaterne fra den statistiske sammenligningsrapport og i spørgeskemaundersøgelsen, som har været en del af projekt International Attraktiv vidensserviceregion. I projektet har følgende organisationer deltaget; Dansk Erhverv, IT-Branchen, Vækstforum Hovedstaden, Finansrådet, ITEK, Branchefællesskabet for Videnrådgivere, Copenhagen Capacity, Forsknings- og Innovationsstyrelsen og Københavns Kommune. Konsulentfirmaet DAMVAD har assisteret projektgruppen med gennemførelse af undersøgelser, mødeplanlægning, koordination og anden projektbistand.

Med udgangspunkt i eksisterende og ny viden i dette projekt kan der opridses fire hoveddrivkræfter, med særlig betydning for udviklingen på vidensserviceområdet.

#### **1. Internationaliseringen af vidensservicevirksomheder og deres kunder**

Det seneste 10 år har budt på en omfattende internationalisering af erhvervslivet generelt og vidensserviceerhvervene især. Udviklingen ses tydeligt i eksportfremmesammenhænge, hvor en stærkt voksende andel af eksportprogrammernes brugere i dag er vidensservicevirksomheder, og en

betragtelig del af disse kommer fra Hovedstadsregionen. Udviklingen giver sig også udtryk i outsourcing og offshoring af videnproduktion fra Danmark til udlandet og fra udlandet til Danmark. Begge dele vil der blive mere af og det vil skabe nye markeder og nye kunder for virksomhederne men også større informations- og koordineringsbehov. Både i regi af EU og WTO har man arbejdet aktivt for at fjerne barrierer for de internationale servicemarkeder. Om end der stadig er et stykke vej at gå før alle internationaliseringsbarrierer er fjernet, er der ingen tvivl om at fremtiden i høj grad vil blive formet af vidensserviceerhvervenes fortsatte internationalisering.

## **2. Informations- og kommunikationsteknologiens fremskridt**

Fremskridt inden for informations- og kommunikationsteknologi har enorm betydning for vidensserviceerhvervene. Den teknologiske udvikling betyder, at mulighederne for videndeling udvides markant næsten måned for måned. Det giver vidensservicevirksomhederne flere muligheder for at være mobile og trænge ind på nye markeder. Der indgår efterhånden IKT i alle vidensserviceydelser og med tiden vil man se, at det også slår igennem i forhold til at skabe effektivisering, automatisering, omkostningsreduktion, ændrede arbejdskraftsammensætning, m.v. Finansvirksomhederne har vist retningen. Ingen andre vidensservicebrancher har gennemgået så store og hurtige forandringer, som følge af fremskridtene inden for informations- og kommunikationsteknologi, som finansservice. Her har nye it-koncepter for homebanking og aktiehandel igennem flere år betydet store organisatoriske forandringer, effektiviseringer og værdiskabelse.

## **3. Uddannelses- og kvalifikationsniveauet er stigende globalt**

Vestlige, europæiske og amerikanske storbyregioner konkurrerer i stigende grad om at uddanne flere medarbejdere til kompetencekrævende vidensservicefunktioner, som er i vækst. Det nye er at storbyregioner i de nye EU-lande, Rusland og i Asien har meldt sig ind i kampen. Som følge heraf sker der i disse år en markant forøgelse af uddannelses- og kvalifikationsniveauet globalt. Det giver et kraftigt voksende videnarbejdsmarked og øget produktionskapacitet på vidensserviceområdet i lande uden for Europa og USA. Det gør ikke kun fjernereliggende lande til interessante lokaliseringssteder for danske vidensservicevirksomheder. Det øger også konkurrencen herfra, ligesom det øger mulighederne for at tiltrække kvalificeret udenlandsk arbejdskraft til Region Hovedstaden, i stærk konkurrence med andre nordeuropæiske storbyregioner.

## **4. Demografiske ændringer**

Hovedstadsregionen oplever sammen med resten af Danmark markante demografiske ændringer, i disse år, med flere ældre og færre unge og arbejdsaktive. Ændringerne er uden fortilfælde og vil især påvirke vidensserviceerhvervene som er arbejdskraftintensive og

kompetencekrævende. Den mangel på kvalificeret arbejdskraft, der allerede ses hos vidensserviceerhvervene i dag vil vokse i de kommende år, og det kan forventes at slå negativt ud på både beskæftigelsen og aktivitetsniveauet inden for især vidensserviceerhvervene i de kommende år, hvis der ikke tages politiske initiativer for at modvirke udviklingen. På den ene side skaber det et pres for at importere mere udenlandsk arbejdskraft på vidensserviceområdet. På den anden side vil det gøre det endnu mere attraktivt og nødvendigt, at outsource vidensservicefunktioner til andre storbyregioner, som har en bedre adgang til kvalificeret arbejdskraft. Begge dele vil ske i voksende grad. Det interessante bliver, hvordan mikset bliver og om udviklingen kan udnyttes til danske vidensservicevirksomheders fordel.

I det følgende beskrives de ovennævnte drivkræfters indvirkning på en række udviklingstræk som vil have væsentlig betydning for Hovedstadsregionen over det kommende tiår.

## Udviklingstræk og udfordringer

Mens udflytning af produktion til udlandet har været kendt inden for fremstillingsindustrien i mange år, er det en udvikling som først for alvor har taget fart indenfor serviceerhvervene i de seneste 10 år. Det er især fremskridtene inden for IT og kommunikation i sammenhæng med en voksende højtuddannet arbejdsstyrke i en række store udviklings- og lavtlønslande (f.eks. de baltiske lande, Kina og Indien), der gør det muligt og økonomisk- og kompetencemæssigt attraktivt for danskbaserede virksomheder at flytte servicefunktioner ud af Danmark.

Analysebureauet Forester Research anslår i en analyse fra 2006, at ca. hver fjerde europæiske virksomhed har flyttet en eller flere servicefunktioner ud af virksomheden enten til andre lokationer i deres hjemland, i Europa eller udenfor Europa. Forester Research forudsiger samtidig at dette tal vil være øget betragteligt i de kommende år. Det anslås samtidig i en engelsk analyse fra 2006, at mellem 2006 og 2010 vil næsten 200.000 arbejdspladser blive udflyttet fra England. Heraf vil mere en halvdelen være at finde inden for forretningsservice og herunder vidensservice. Men hvordan vil udviklingen forme sig for Region Hovedstadens vidensserviceerhverv, hvad vil effekterne være og kan der gøres noget for, at udviklingen bliver positiv for Hovedstaden.

Det er vigtigt at bemærke, at outsourcing og offshoring af vidensserviceydelser fra Hovedstadsregionen til udlandet kan foregå på en intelligent måde, således at de mindre værdiskabende og mindre kompetencekrævende servicefunktioner udflyttes, mens mere værdiskabende ydelser udvikles og kommer til regionen.

I spørgeskemaundersøgelsen under projekt International attraktiv vidensserviceregion deltog 563 virksomheder. Heri angav mere end hver femte vidensservicevirksomhed, at de har flyttet eller overvejer at flytte servicefunktioner ud af regionen, enten for at nedbringe lønomkostninger eller for, at opnå adgang til kvalificerede medarbejdere. Det drejer sig både om standardiserede servicefunktioner men, mere bekymrende, også om mere avancerede forsknings-

og udviklingsafdelinger, som vidensservicevirksomhederne i Hovedstadsregionen har flyttet eller overvejer at flytte til udlandet.

Mellem en fjerdedel og en tredjedel af de virksomheder, der har angivet at adgang til viden var et vigtigt argument for at placere sig i Hovedstadsregionen, angiver samtidig, at de har udflyttet eller vil udflytte aktiviteter. Af de virksomheder, som har flyttet eller overvejet at flytte funktioner til udlandet, er det knap 70 pct., der mener, at udbuddet af kvalificeret arbejdskraft ikke er tilstrækkeligt i Hovedstadsregionen. Op mod hver tiende vidensservicevirksomhed, som er aktiv inden for forskning og udvikling overvejer, at flytte deres forsknings- og udviklingsafdelinger ud af regionen. Det er også et bemærkelsesværdigt resultat, at de fleste af de vidensservicevirksomheder, der planlægger at flytte ud eller allerede har flyttet funktioner ud, gør dette med udgangspunkt i en bevidst strategi for virksomheden.

Man kan forvente, at den voksende andel af vidensservicevirksomheder, som har udflytningsaktiviteter også vil have en lavere beskæftigelsesvækst i Hovedstadsregionen end andre vidensservicevirksomheder i de kommende år.

På den anden side, vil de samme virksomheder, på grund af besparelser og en større adgang til kvalificeret arbejdskraft i udlandet sandsynligvis opleve en større vækst og en større international afsætning (eksport) end vidensservicevirksomheder uden udflytning af servicefunktioner.

Den større adgang til international arbejdskraft og lokalisering i udlandet kan også skabe innovation og give adgang til markeder og kunder, som giver de samme virksomheder mulighed for, at vinde flere nye opgaver til virksomheden, som er placeret i Hovedstadsregionen. Samlet kan de tendenser vi ser på vidensserviceområdet således sætte gang i en række udviklinger, som er vigtige for Hovedstadsregionens aktører, at overveje de mulige udfordringer og muligheder i.

Det kan betyde, at lønniveauet i en række konkurrenceudsatte vidensservicebrancher i de kommende år vil komme under et voldsomt pres. Et lavere lønniveau og tab af beskæftigelse vil umiddelbart slå igennem på tab af skatteindtægter og dermed velfærdsmuligheder for regionen. Samlet vil det give regionen færre muligheder for at investere i kultur, uddannelse, forskning, innovation, infrastruktur og bymiljø, som er af betydning for at opretholde og udvikle regionen som en international attraktiv vidensserviceregion. Udviklingen vil forværres hvis andre konkurrerende storbyregioner formår at fastholde og tiltrække værdiskabende vidensservicefunktioner, mens Regionen Hovedstaden taber disse. I så fald vil der være igangsat en negativ udviklingsspiral, hvor andre storbyregioner løbende bliver rigere mens Hovedstadsregionen bliver fattigere. Og jo fattigere Hovedstadsregionen bliver jo sværere vil det være, at tiltrække de mere avancerede og værdiskabende vidensservicefunktioner.

Hvis de ovennævnte udviklingstræk realiseres vil udflytningen af servicefunktioner særligt kunne ramme virksomheder med mere standardiserede servicefunktioner samt de mindre og mellemstore vidensservicevirksomheder, som der er mange af i Hovedstadsregionen. De to hovedmotivationer for at flytte

vidensservicefunktioner ud, nemlig nedbringelse af økonomiske omkostninger og adgang til kvalificeret og relevant arbejdskraft udgør også de to hovedmotivationer for, at bibeholde vidensservicefunktionerne i regionen og tiltrække flere fra udlandet. Hovedstadsregionen står således, samtidig med at der foregår en udflytning af servicefunktioner, overfor en mulig fremtid, hvor det måske kan lykkes at gøre regionen så attraktiv, at der også kan tiltrækkes flere udenlandske kompetencer og servicefunktioner til regionen.

I spørgeskemaundersøgelsen under Projekt International attraktiv vidensserviceregion, var det et markant resultat, at 40 pct. af vidensservicevirksomhederne angav, at de havde valgt at placere sig i Region Hovedstaden, fordi det gav adgang til et vækstmarked og dermed tættere adgang til kunder. Hovedstadsregionen *har* været et vækstmarked i de senere år, hvilket betyder at mange vidensservicevirksomheder har fået indfriet deres forventninger, og hvis udviklingen kan fortsættes, vil flere vidensservicevirksomheder kunne tiltrækkes. For en stor del af virksomhederne var det også vigtigt at der var en nærhed til andre lignende virksomheder og erhvervsklynger i Region Hovedstaden. Resultaterne af den statistiske undersøgelse viste, at som metropolregion har Hovedstadsregionen en naturlig høj specialisering indenfor vidensservice. Det gælder både inden for finansservice, It- og teknologisk service, rådgivning og kreativ vidensservice. Samtidig er det dog også klart, at der ikke fremstår store og stærke klyngekoncentrationer af vidensservicevirksomheder i Hovedstadsregionen, og at der endda er en tendens til, at vidensserviceerhvervet i Hovedstadsregionen bliver mindre specialiseret. Det gør sig særligt gældende indenfor It- og teknologisk service og kreativ vidensservice. Endelig er det også vigtigt at bemærke, at Hovedstadsregionen ligger lavere end de fleste andre metropolregioner, vi sammenligner med på væksten i antal virksomheder.

Hvis denne udvikling fortsætter, og hvis man skal tage virksomhedernes udsagn om at tilstedeværelsen af erhvervsklynger og andre lignende virksomheder er meget vigtig, er det væsentligt at forholde sig til den udfordring, at antallet af virksomheder skal øges og specialiseringen og udviklingen af vidensserviceklynger i Hovedstadsregionen skal styrkes.

På et andet område, hvor der er en række positive tendenser, men hvor man samtidig bør forholde sig til om udviklingen går for langsomt eller foregår på et for lavt niveau, drejer sig om adgangen til kvalificeret arbejdskraft. I spørgeskemaundersøgelsen angav hver femte vidensservicevirksomhed, at de havde valgt Hovedstadsregionen som hjemsted netop for at få adgang til kvalificerede medarbejdere.

På den positive side kan det bemærkes, at Hovedstadsregionen har oplevet en relativ god og stabil stigning i vidensservicebeskæftigelsen siden 2000. Det tegner ligeledes et positivt billede for fremtidens beskæftigelse, at Hovedstadsregionen har en højere andel af befolkningen, som studerer på universitetet end sammenligningsregionerne. Endelig tæller det positivt, at der har været en udvikling hen imod, at flere vidensservicevirksomheder benytter sig af ekspert/forskerkatteordningen i tiltrækningen af kvalificerede medarbejdere fra udlandet. Vidensservicevirksomhederne har således mere end 500 medarbejdere

på ekspert/ forskerskatteordningen, og står for næsten en fjerdedel af det samlede antal medarbejdere med en ekspert/forskerskatteordning i 2007.

På negativsiden, når man taler om adgangen til kvalificerede medarbejdere tæller det, at Hovedstadsregionen har en lavere andel af vidensserviceansatte end flere af de andre storbyregioner man konkurrerer med, heriblandt London, Stockholm, Hamborg, Amsterdam og Frankfurt. Samtidig ligger Hovedstaden lavere end de andre storbyregioner, i forhold til hvor stor en andel af befolkningen, som i dag er højtuddannede, når man tæller både de korte, mellemlange og lange videregående uddannelser med. Hovedstaden starter altså fra et lavere udgangspunkt i konkurrencen om, at kunne tilbyde en stor pool af vidensservicearbejdskraft.

Tages en samlet vurderingen af udviklingen, herunder de senere års store vækst indenfor vidensservice i Hovedstadsregionen, er det sandsynligt at den økonomiske betydning af vidensserviceerhvervene forsat vil vokse i de kommende 10 år. Det er dog sandsynligt, på trods af at en større andel af befolkningen tager en videregående uddannelse og selvom det lykkes at tiltrække flere udenlandske medarbejdere, så vil Hovedstaden stå overfor en udpræget mangel på den rette kvalificerede arbejdskraft i de kommende år på vidensserviceområdet. I sammenhæng med øget konkurrence fra vidensserviceerhverv i andre storbyregioner såvel som vidensservicevækst i de lande, som vidensservicefunktioner udflyttes til, vil det sandsynligvis komme til at virke begrænsende og give noget lavere vækstrater end vi har set hidtil i Region Hovedstaden.

Mulige positive effekter	Mulige negative effekter
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Øget konkurrenceevne for virksomheder med udflytning af vidensservicefunktioner.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mange mindre og mellemstore vidensservicevirksomheder kan bukke under for konkurrence udefra.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Øget brug af IKT i vidensserviceerhvervet.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mangel på arbejdskraft</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Specialiserede og nicheorienterede vidensserviceerhverv vil opleve øget efterspørgsel.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Vidensservicevirksomheder med standardiserede funktioner er i fare for at tabe i udenlandsk konkurrence.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Øget samlet produktivitet i vidensserviceerhvervet.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lønninger vil komme under pres.</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Lavere omkostninger ved køb af vidensserviceydelser.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Færre skatteindtægter og velfærds- og investeringsmuligheder.</li></ul>