

A woman with dark hair, wearing a dark top and dark pants, is standing next to a red bicycle on a cobblestone street. She has a black bag slung over her shoulder. The background is slightly blurred, showing a white car and a building.

# Klima, planlægning...

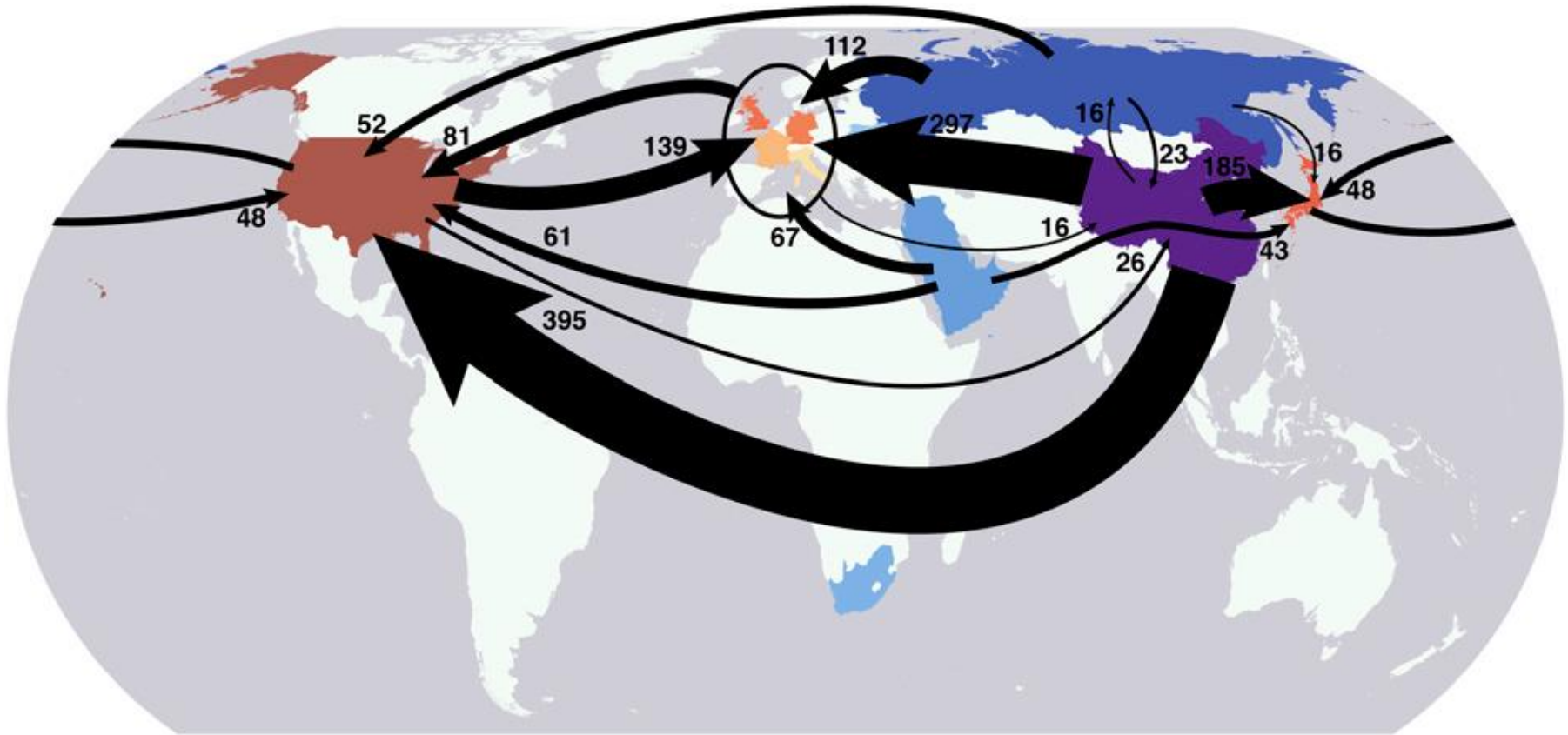
- og **VÆKST!**

Henrik Kærgaard

Udviklingschef og Klimaansvarlig På Tværs

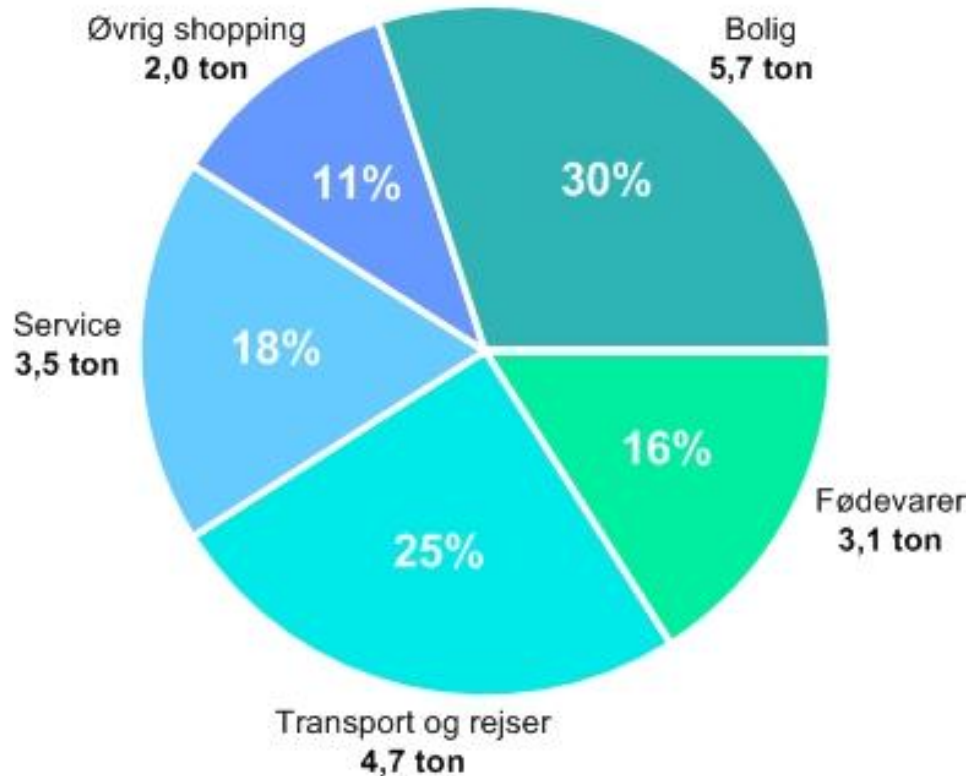
NIRAS

# Klima Baseline? – husk importen!



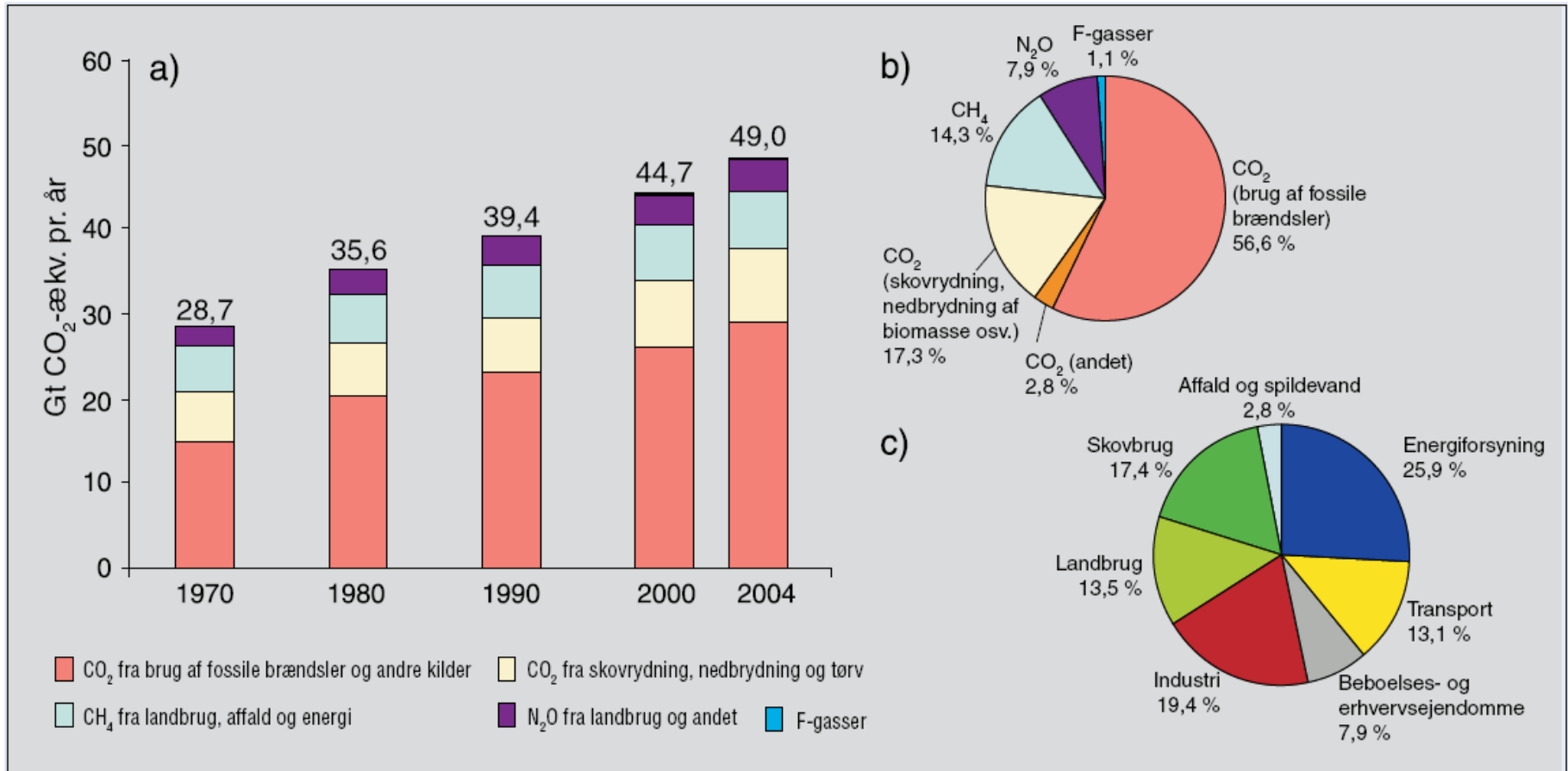
# ...og en danskers udledning, totalt – forbrugsperspektivet!

Gennemsnitsudledning  
pr. dansker: 19 ton



**Check CO2-  
beregneren på  
[www.neas.dk](http://www.neas.dk)**

# ...og energien er kun det halve problem!



# Vi må have styr på virkeligheden...

...så i NIRAS har vi lavet en ny kortlægningsmodel:

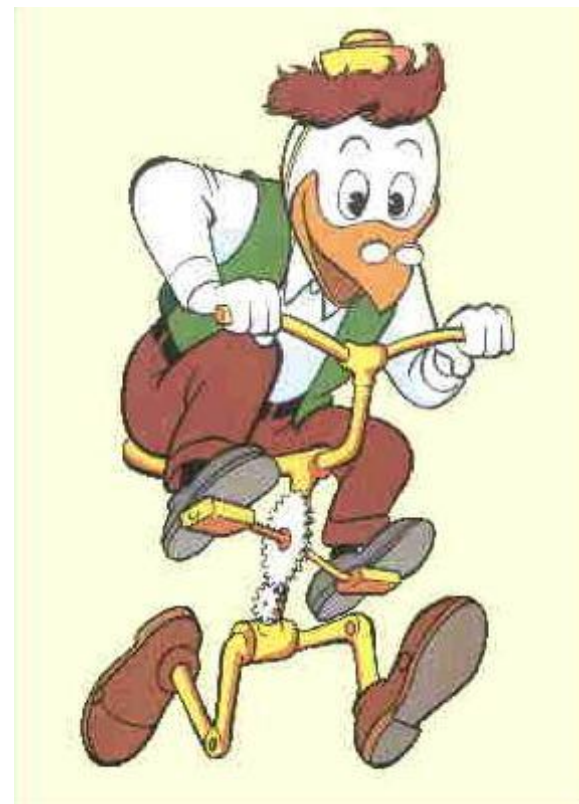
- Der tager det hele med og giver et klart billede;
- Der kan bruges på virksomheder og på geografiske områder i både et produktions- og et forbrugsperspektiv;
- Der baserer sig på økonomiske basis-opgørelser fra Danmarks Statistik;
- Der opgør CO<sub>2</sub>-emissioner fordelt på operationelle aktørgrupper;
- Der ikke kræver særskilt dataindsamling;
- Der er nem og billig at etablere på kommunalt niveau og giver god og troværdig benchmarking;
- Der kan give en opdateret monitorering en gang om året ved et "tryk på en knap";
- Som er afprøvet i Allerød kommune i 2009 og færdigudvikles i Region Hovedstaden i 2010.

---

**Så vi kan handle målrettet  
- og skabe vækst!**

---

***...men hvordan?***



***...med innovation, hvad ellers?***

---

# 1: Klimaperspektivet som samlet plancheck!

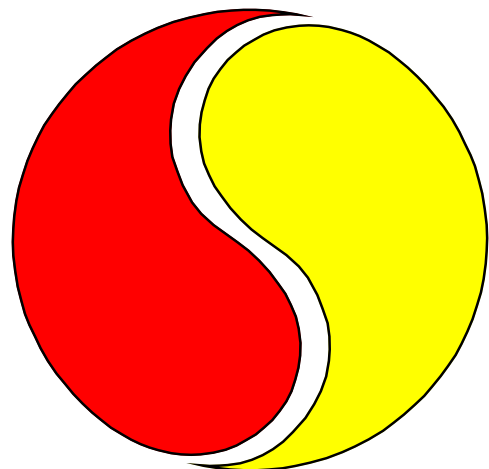
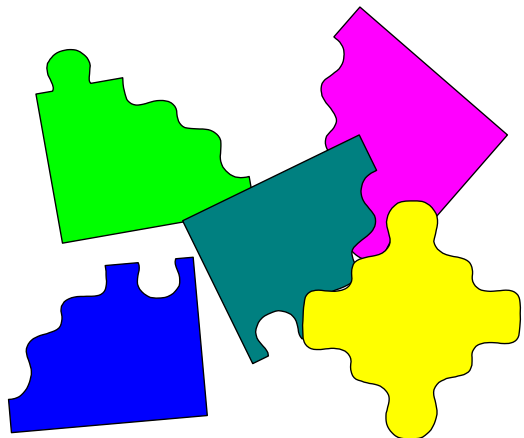
Jeg er ked af at sige dette, men det er ret generelt:

***Jeres planer hænger ikke sammen som en helhed!***

...og det gør det faktisk ret svært at føre dem ud i livet med rimelig succes.

***Klima hænger sammen med alt – så brug klimaperspektivet til at få samling og helhed i planlægningen!***

***Der dukker både synergier op, som I kan udnytte – og konflikter, som I kan undgå!***



## 2: Tænk kommercielt i planlægningen!

Den danske plantradition handler i høj grad om at styre og kontrollere kommerciel vækst – og tidligere med gode grunde og gode resultater...

***...men nu er der ingen vækst og ingen penge i offentligt regi – så nu skal planlægningen bruges til at skabe væksten ved at tænke kommercielt – altså:***

Før vi sender arkitekter, planlæggere, politikere og andre gode folk i marken, skal vi have fundet de kommercielle potentialer i området ...potentialer, der også er kommercielt interessante i en hård tid, herunder:

- Attraktive naturværdier og kulturværdier, bydele etc.;
- Attraktive forhold indenfor normal rækkevidde i øvrigt;
- Stærke konstellationer af attraktioner, virksomheder, institutioner og nøglepersoner – personlige/socialt netværk;
- Lokale medinvestorer...

# Case: Sønderborg Havn og Frank Gehry



# 3: Hvad skal vi leve af?

Hvad er vores afgørende *fokusområder* for udvikling og overlevelse i de kommende 5 år – med fortsat finanskriser etc?

- Klima og energi?
- Oplevelsesøkonomi og turisme?
- Bosætning?
- Erhvervsmæssige styrkepositioner?
- Hvad kan vi finde ud af med landbruget?
- Hvad kan vi gøre sammen med andre kommuner?
- ...eller andre aktører, generelt?
- Har vi nogle fordele i relation til transportsystemet, som kan udnyttes bedre?
- Har vi nogle særligt kvikke eller skæve hoveder, som kan inspirere andre?
- ????

# 4: Målrettet dialog med erhvervsliv og andre aktører!



Målrettet?

- Mod de valgte fokusområder!
- ...og resultatet af en kommerciel analyse;
- I omhyggeligt sammensatte fora med fokus på nyskabelse og innovation ud fra eksisterende styrkepositioner;
- Med både privat og offentlig deltagelse og engagement – og med vilje til at løfte i flok!
- Med mod og vilje til også at slås, når det bliver svært – for det bliver det!
- Med fokus også ud over den enkelte kommune – der skal tænkes i større skala og et større perspektiv;
- ...og konkurrence er ikke et hovedproblem – flere initiativer, der ligner hinanden, kan godt virke forstærkende i stedet for det modsatte...

# 5: Benhårdt fokus i jeres eget arbejde!



*Men selvfølgelig et nyt/supplerende fokus – på de udvalgte fokusområder!*

I vil ofte gerne "have virksomhederne på banen" for at få noget i gang...men har I tænkt over, at I selv i kommunen...

- Er langt den største virksomhed?
- Beskæftiger 10% af jeres samlede befolkning?
- Er en meget stor indkøber af ydelser og varer i området?
- Er rammesættende for alt, hvad der foregår i kommunen?
- Yder service til en meget stor del af kommunens borgere?
- ...og meget mere – i det hele taget: Har en enorm indflydelse på udviklingen – måske langt mere end alle de private virksomheder tilsammen!



***Tænk, hvis I valgte at bruge den målrettet?***

---

# Med disse 5 tilgange...

---



**...kan vi flytte verden!!!**

*Livet er stadig fuldt af muligheder – vi skal blot gøre noget andet for at finde dem end tidligere...*

*Tak for jeres  
opmærksomhed...*