

Bridging business needs
and innovation policy



Vidensbyen 2.0

Hovedresultater fra medlemsundersøgelse
gennemført i perioden august-september 2014

IRISgroup

Baggrund

Formål:

Bestyrelsen for Vidensbyen ønsker at revidere Vidensbyens strategi, vision og målsætninger. Formålet med undersøgelsen har derfor været at give input til dette arbejde ved at afdække medlemmernes hidtidige erfaringer med deltagelse i Vidensbyen samt ikke mindst deres ønsker til fremtidige indsatsområder og aktiviteter.

Metode:

Der er gennemført en interviewundersøgelse blandt 21 virksomheder og 5 videninstitutioner. Herudover har medlemmerne af Vidensbyens bestyrelse på et seminar i september suppleret med egne erfaringer og ønsker. De interviewede virksomheder omfatter både større og mindre virksomheder samt vidensvirksomheder, handelsvirksomheder, finans- og forsikringsvirksomheder og håndværksvirksomheder.

Interviewene har omhandlet følgende emner;

- Motiver for at deltage i Vidensbyen
- Hidtidige erfaringer og opnåede resultater
- Ønsker til fremtidige indsatsområder i Vidensbyen
- Andre input til Vidensbyen
- Kommentarer til Vidensbyens vision og mål

Denne afrapportering følger ovenstående struktur.



Hovedresultater af undersøgelsen

- Der er meget forskelligartede motiver på tværs af virksomheder til at engagere sig i Vidensbyen. De spænder fra ambitioner om at opbygge stærkere netværk til andre virksomheder, over tiltrækning af arbejdskraft, til deltagelse i innovationsprojekter og klyngeudvikling.
- Mange deltagere har oplevet konkrete resultater. Ikke mindst har mange virksomheder og uddannelsesinstitutioner oplevet, at de har fået styrket deres netværk pga. deltagelsen i Vidensbyen. Det gælder både forretningsrelationer og opbygning af netværk mellem virksomheder og uddannelsesinstitutioner.
- Der er bred enighed om, at Vidensbyen og aktiviteterne har styrket byens position som videns- og handelshub. Herudover har arbejdet medvirket til at styrke rammebetingelserne på flere områder – ikke mindst for tiltrækning og fastholdelse af international arbejdskraft.
- Der er en oplevelse af, at fremdrift og resultater i nogle af netværkene ikke har været stærk/stærke nok. Der er brug for at revitalisere og professionalisere netværkskonceptet.
- Erhvervsudviklingspotentialer i Vidensbyen er langt fra udnyttet endnu. Der er brug for en klarere strategi inden for klyngeudvikling (fx inden for it og cleantech), for tiltrækning af vidensvirksomheder og for offentlige-privat innovationssamarbejde.
- Der er bred opbakning til Vidensbyens nuværende indsatsområder, men også et ønske om at revidere de nuværende mål, der ikke i tilstrækkeligt omfang afspejler Vidensbyens styrker og særtræk.

1. Motiver for at deltage i Vidensbyen

Intro:

Der er forskellige grunde til at engagere sig i Vidensbyen. De interviewede virksomheder og videninstitutioner har typisk angivet 2-3 hovedmotiver hver. Neden for er de seks mest udbredte motiver beskrevet, idet det også i parentes er listet hvor mange respondenter, der har angivet de pågældende motiver. Under hvert hovedpunkt er angivet nogle underpunkter, der illustrerer de vigtigste nuancer.

1. Udvikling af stærkere netværk (14 ud af 26 interviewede aktører angiver dette som motiv)

- Relationer mellem virksomheder og uddannelsesinstitutioner. Især vidensvirksomheder har engageret sig i vidensbyen, fordi de ser det som en mulighed for at øge samarbejdet med specielt DTU. På tilsvarende vis har et vigtigt motiv for uddannelsesinstitutionerne været tættere virksomhedskontakt – bl.a. i relation til deres undervisning i innovation og entrepreneurship og for at give flere studerende mulighed for at løse opgaver for virksomheder.
- Øge samarbejde med kommunen. Enkelte virksomheder har lagt stor vægt på øget samarbejde med kommunen. Det gælder særligt virksomheder, der afsætter til kommunen, og som har haft ambition om at udvikle nye, innovative løsninger inden for fx energi/klima og velfærdsteknologi.
- Tættere på potentielle kunder og forretningspartnere. Flere mindre virksomheder ser netværkene som en mulighed for at etablere forretningsmæssige relationer og møde nye kunder.



1. Motiver for at deltage i Vidensbyen

2. Rekruttering af højtuddannet arbejdskraft (8 aktører)

- Tiltrække international arbejdskraft. De fleste interviewede vidensvirksomheder ansætter i stigende grad international arbejdskraft. Indsatsen for at etablere gode rammer for at tiltrække udenlandsk arbejdskraft vægter højt i denne gruppe.
- Styrke adgang til studerende. I den samme gruppe lægger flere virksomheder vægt på at komme tættere på studerende – og dermed potentielle medarbejdere. Specielt mindre vidensvirksomheder lægger vægt på aktiviteter, der bringer dem tættere på DTU-studerende.
- Branding af virksomhed. For enkelte virksomheder har det også været et motiv at bruge deltagelse i Vidensbyen til at skabe større kendskab til virksomheden lokalt (typisk som led i rekrutteringsindsatsen).

3. Klyngeudvikling (7 aktører)

- Tiltrækning og netværk. Inden for it, cleantech og handel lægger virksomhederne vægt på, at Vidensbyen kan bidrage til at tiltrække nye virksomheder. Samtidig er det inden for de to førstnævnte områder en vigtig motivation, at Vidensbyen kan være med til at opbygge relationer mellem virksomheder (fx mellem etablerede virksomheder og mindre opstartsvirksomheder, der fx kan rumme interessante teknologier).

1. Motiver for at deltage i Vidensbyen

4. Bidrage til byudvikling (6 aktører)

- Videns- og detailhub. Specielt større aktører som Lyngby Storcenter, Fog og Danica er gået ind i Vidensbyen med en ambition om at bidrage til en samlet vision og plan for hele byens udvikling – med det mål at markere og udnytte byens position som både forsknings- og uddannelsescentrum og som handelsby.
- Åben og attraktiv studieby. For uddannelsesinstitutioner er tiltrækning af studerende centralt. Ambitionen i denne gruppe er bl.a., at Vidensbyen skal blive et attraktivt sted at bo og opholde sig for deres studerende. Også uden for studietiden.

5. Ser det som virksomhedsansvar at tage del i udvikling af lokalsamfund (6 aktører)

- For specielt de lidt større virksomheder har det været et vigtigt motiv at tage ansvar og vise engagement for udviklingen af det lokalsamfund, de er en del af ("Corporate Social Responsibility")

6. Intelligent efterspørgsel – udvikle "test bed" for nye løsninger rettet mod den offentlige sektor (4 aktører)

- Eksperimentarium. Blandt for arkitekter og ingeniørvirksomheder ses et potentiale for, at Vidensbyen kan komme til at fungere som et fælles laboratorium for udvikling af attraktive bymiljøkoncepter og velfærdskoncepter, som kan styrke virksomhedernes salg – også uden for LTK (fx bæredygtigt byggeri, fremtidens plejehjem, etc.).
- Innovative løsninger til kommunen. Nogle virksomheder ser Vidensbyen som en generel mulighed for at udvikle nye produkter og løsninger, der kan afsættes til kommuner (fx it-systemer og velfærdsteknologi).



1. Motiver for at deltage i Vidensbyen

Sammenfattende vurdering:

Der er meget forskelligartede motiver på tværs af virksomheder til at engagere sig i Vidensbyen. De spænder fra konkrete ambitioner om at rekruttere kunder, over tiltrækning af arbejdskraft, til deltagelse i innovationsprojekter og klyngeudvikling.

Herudover har specielt de større virksomheder og vidensvirksomheder fokus på at tage et medansvar for at gøre byen til en mere attraktiv by – for både studerende, international arbejdskraft og handlende. Disse aktører deltager også i netværkene for at bidrage med idéer og input til initiativer og projekter, der kan styrke de lokale rammebetingelser i bredere forstand.

Det må konstateres, at medlemmerne samlet har forventninger om, at Vidensbyen skal bidrage med at løfte erhvervsbetingelserne på en bred vifte af områder.

2. Hidtidige erfaringer og opnåede resultater

Det samlede billede:

Generelt er de interviewede medlemmer positive over for, hvad der er opnået i Vidensbyens første tre år. Det gælder både de samlede resultater og den værdi, der er skabt for den enkelte virksomhed eller uddannelsesinstitution. Der er dog også enkelte virksomheder, der er kritiske – specielt når det gælder fremdrift og resultater i nogle af netværkene. Samtidig er det samlede billede, at de erhvervsudviklingsmæssige potentialer i Vidensby-samarbejdet endnu ikke er tilstrækkeligt i fokus. Generelt er tilfredsheden lidt større blandt uddannelsesinstitutioner og større virksomheder end blandt mindre virksomheder.

På plussiden fremhæver medlemmerne:

- Konceptet. Der er udbredt anerkendelse af Vidensbykonceptet som samlet koncept for udvikling og branding af kommunen. Tiltrækning af fx Microsoft er en god dokumentation heraf. Lyngby-Taarbæk fremstår ifølge mange af de interviewede stærkere i dag, når det gælder tiltrækning af arbejdskraft, studerende og handlende.
- Sekretariatet. Mange interviewpersoner fremhæver sekretariatets indsats, engagement og kommunikation som en væsentlig forudsætning for Vidensbyens fremdrift. Handlekraft, initiativrigdom samt evne til at matchmake og binde aktørerne sammen er også nogle af de positive træk ved sekretariatet, som fremhæves i interviewene.
- Stærkere netværk. Mere end halvdelen af de interviewede medlemmer oplever, at deres netværk er blevet markant styrket som følge af deltagelsen i Vidensbyen. Det gælder både uddannelsesinstitutioners netværk til virksomheder og etablering af forretningsmæssige relationer blandt virksomhederne. Med andre ord er der betydelige resultater på det område, der har været det mest udbredte motiv til at melde sig ind, jf. tidligere.



Citater

"Vidensbyen er meget udadvendt og kommunikerende, og sekretariatet har formået at få stablet meget på benene på kort tid. Aktiviteterne virker generelt professionelle og gennemtænkte. Vi er godt informeret per mail, nyhedsbrev og netværk."

"Det er fantastisk at være en del af en kommune, hvor der sker så meget udvikling og forandring."

"Vi oplever en vækst i vores forretning, som helt klart kan tilskrives Vidensbyen og vores deltagelse i arbejdet."

"Mange af netværkene har betydning for os. En international orienteret by i tiltalende omgivelser bidrager til at tiltrække kompetent arbejdskraft, som vi gerne vil have fat i."

"Vi har fået skabt mange relationer til virksomheder og kulturliv. Sekretariatet er gode til at matche og se muligheder."

"Vidensbyen har skabt et godt fundament for klyngeudvikling ved at samle erhvervslivet, ved at gøre byen mere attraktiv og ved at tiltrække et lokomotiv som Microsoft".

"Det er klart blevet lettere for os at rekruttere virksomheder til praktikforløb. Vores kendskab og relationer til områdets virksomheder er styrket markant".

2. Hidtidige erfaringer og opnåede resultater

På negativsiden fremhæver medlemmerne:

- Beskedne resultater i nogle netværk. Nogle interviewpersoner giver udtryk for, at de netværk, de har deltaget i, er for lidt konkrete, for svagt styrede og sammensat af meget forskellige aktører. Andre giver udtryk for, at der ikke følges godt nok op på konkrete idéer og initiativforslag udviklet i netværkene.
- Erhvervsudviklingspotentialer i Vidensbyen udnyttes ikke godt nok;
 - Specielt vidensvirksomhederne oplever, at der kan gøres mere for at skabe synergi og samarbejde mellem forskning, uddannelse og erhverv. Fx efterspørges konkrete aktiviteter, der kan bringe SMVer tættere på studerende og bidrage til, at studerende løser konkrete opgaver i virksomhederne. Mulighederne for at knytte erhvervslivet tættere på inkubationsmiljøerne på uddannelsesinstitutionerne fremhæves også som et område, der ikke har fået stor nok opmærksomhed.
 - Flere aktører efterlyser en klarere strategi for klyngeudvikling, der med afsæt i kommunens styrkepositioner også skal danne ramme for hvilke typer af virksomheder, der skal forsøges tiltrukket til kommunen.
 - Det pointeres, at der ikke er formuleret egentlige forslag til innovationsprojekter (triple-helix projekter) med deltagelse af kommune, erhvervsliv og uddannelsesinstitutioner på trods af, at der har været nedsat to netværk herom. Ambitionsniveauet bør ifølge flere interviewede være højere på dette område.

The background of the slide features a stylized, light blue illustration of the Golden Gate Bridge spanning across a body of water under a clear sky with a few wispy clouds.

Citater

"Netværkene bør i højere grad kombineres med projekter og forsøg på at gennemføre nyskabende innovationsaktiviteter. Vidensbyen bør facilitere idéudvikling og udviklingsprojekter, og ambitionen bør være at tiltrække betydelige fondsmidler".

Det er vigtigt at trække videninstitutionerne endnu tættere på virksomhederne. Vi skal kapitalisere på den nærhed, der er specielt til DTU. Det har der ikke været nok fokus på".

"Det hele er meget fluffigt i netværket. Der mangler mål og fokus, og der er for lidt handling. Vi ved ikke, hvad vi skal bruge hinanden til. Der virker til at være for mange forskellige virksomheder med for mange forskellige interesser."

"Netværket virker for løst styret og er ikke præget af så stort engagement. Fx blev det sidste møde aflyst pga. manglende tilslutning. Det er vigtigt, at vi hurtigere får nedsat små, forpligtende arbejdsgrupper med konkrete mål og deadlines."

"Der bør i Vidensbyen være bedre muligheder for, at fx SMVer kan fremlægge konkrete udfordringer i deres udvikling og drift, som studerende og forskere kan bidrage til at finde løsninger på".

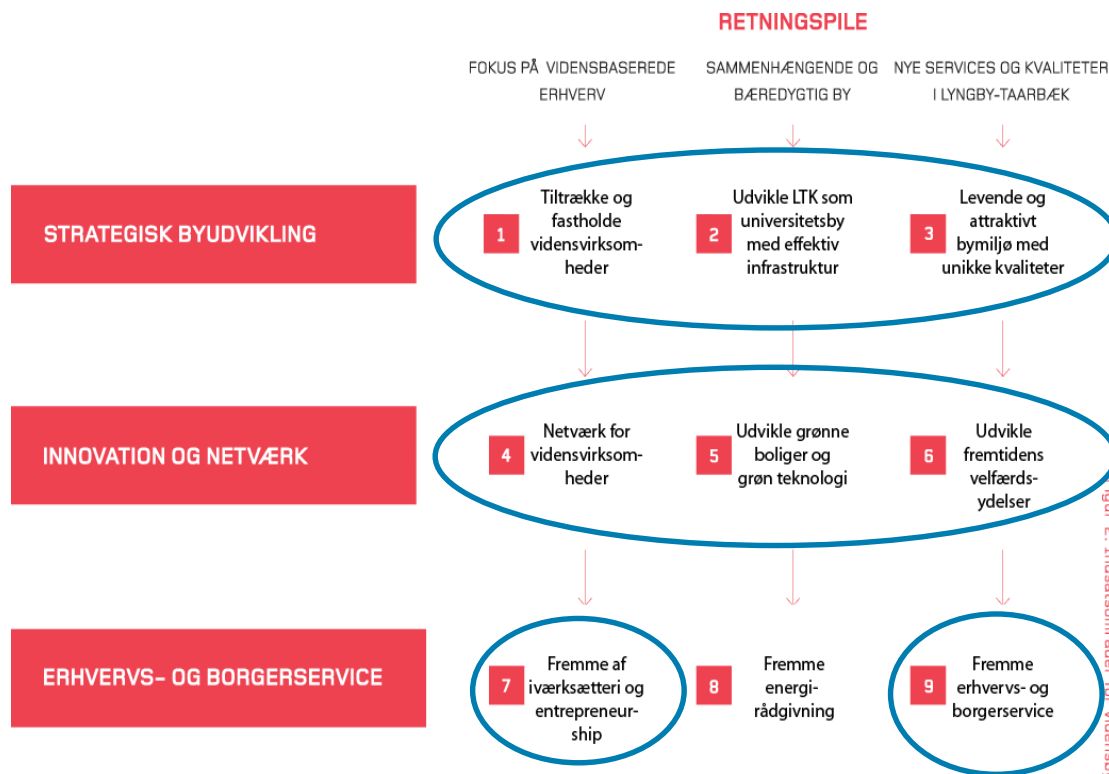
"Vi vil meget gerne bidrage til at hjælpe fx studerende og ph.d'ere i præetablerings- og opstartsfasen. Det kan også medvirke til at styrke vores brand, give større netværk og forbedre vores kendskab til små teknologivirksomheder i området".

3. Ønsker til fremtidige indsatsområder (Vidensby 2.0)

Det samlede billede:

De interviewede virksomheder og videninstitutioner har – i naturlig forlængelse af de forskellige motiver – forskellige ønsker til fremtidige indsats- og fokusområder. Set samlet er der betydelig opbakning til otte af de ni nuværende indsatsområder i Vidensbyens strategi (se figuren). På de følgende sider er uddybet mere specifikke ønsker under disse otte indsatsområder (for en uddybning af strategien henvises til www.vidensby.dk).

Vidensbyens nuværende strategi – ni indsatsområder



3. Ønsker til fremtidige indsatsområder (Vidensby 2.0)

1. Tiltrække og fastholde vidensvirksomheder

- Klyngefokus. Der efterspørges klyngefokus i den kommende arealudlægning og indsats for at tiltrække og fastholde vidensvirksomheder. Med afsæt i kortlægninger af den lokale erhvervsstruktur kan der fokuseres på områder som it, cleantech og evt. medico. Det anses for vigtigt, at Vidensbyen i højere grad markedsfører og brander sine erhvervsmæssige styrker – i sammenhæng med forskningsmæssige styrker.
- Branding af byen som videnshub. Mere generelt kan Vidensbyen i højere grad markedsføre og kommunikere sine styrker som *videnshub*. Flere interviewede virksomheder peger på, at der kan udvikles et stærkt markedsførings- og investormateriale med afsæt i byens styrker inden for viden, erhverv, uddannelse og attraktivitet som handelsby.

2. Udvikle Lyngby-Taarbæk som universitets- og uddannelsesby

- Samarbejde på tværs. Nogle uddannelsesinstitutioner ønsker, at Vidensbyen skal stimulere flere samarbejder mellem de dygtigste elever på forskellige niveauer i uddannelsessystemet.
- Styrke samspil mellem uddannelsesinstitutioner og SMVer. Der efterspørges et stærkere fokus på at bringe virksomheder og uddannelsesinstitutioner sammen. Det kan være i form af matchmakingkoncepter, projektportaler, karrieredage for SMVer på uddannelsesinstitutionerne, mv.

3. Ønsker til fremtidige indsatsområder (Vidensby 2.0)

3. Levende og attraktivt bymiljø med unikke kvaliteter

- Fælles vision. Det er ifølge flere aktører vigtigt, at byudviklingsnetværket samler centrale aktører om at udvikle og realisere en fælles vision for udvikling af byen frem mod fx 2020 (med afsæt i Vidensbyens strategi).
- Attraktiv by. Det er vigtigt, at byudviklingen har øje for, hvad studerende lægger vægt på ift. liv efter lukketid (barer), kulturtilbud, festivals, gratis wifi, mv. Attraktive boligmuligheder og services for udenlandske forskere og studerende fremhæves også som områder, som det fortsat er vigtigt at have fokus på i Vidensbyen.

4. Netværk for vidensvirksomheder (og andre nøgleaktører)

- Revidere netværkskoncept. Der er bred enighed om behovet for at udvikle et stærkere netværkskoncept, som alle netværk kan drives efter. Det bør bl.a. omfatte klare mål, milepæle, nedsættelse af flere undergrupper/projektaktiviteter samt professionel facilitering.
- Bedre facilitering af konkrete projektidéer. I forlængelse af ovenstående peger nogle medlemmer på behovet for, at konkrete projektidéer kan faciliteres for at øge mulighederne for realisering. Det kan fx være ud fra mål om at tiltrække ekstern finansiering fra fonde, mv.

3. Ønsker til fremtidige indsatsområder (Vidensby 2.0)

- Klyngenetværk. Det nuværende netværkskoncept kan suppleres med aktiviteter, der går ud på at fremme netværk, videndeling og samarbejde inden for prioriterede klynger. Specielt it-virksomheder gav udtryk for ønsker på dette område.
- Topledernetværk. Et par vidensvirksomheder ser endvidere perspektiver i at etablere ledernetværk mhp. at videndele vedr. fælles strategiske udfordringer (fx internationalisering) og få inspiration om centrale trends (eksempelvis big data, open source, udviklingen på vækstmarkeder, mv). Sådanne netværk kunne fx faciliteres af DTU – eksempelvis DTU Management.

5-6. Fremtidens velfærdsydelser samt udvikling af grønne boliger og grøn teknologi

- Intelligent offentlig efterspørgsel. Indtil videre har resultaterne inden for de to netværk (velfærdsteknologi og grøn teknologi) været skuffende (netværket for velfærdsteknologi er sat i bero). Interviewene viser en interesse for at revitalisere indsatsen, men i et lidt andet set-up. Virksomhedernes og uddannelsesinstitutionernes ønsker kan sammenfattes i et budskab om, at der i "Vidensby 2.0" sættes fokus på at lade kommunen byde problemstillinger ud. Det kan være alt fra idéer til udvikling af svømmehallen, over it-løsninger til administration, til udvikling af grønne byggeløsninger.
- Afhængig af problemernes karakter kan *midlerne* variere fra skole- og studenterprojekter til egentlige innovationsudbud, hvor kommunen udbyder innovative løsninger på konkrete mål/udfordringer.

3. Ønsker til fremtidige indsatsområder (Vidensby 2.0)

7. Fremme af iværksætteri og entrepreneurship

- Start-up miljøer. Flere uddannelsesinstitutioner har etableret mindre inkubationsmiljøer, hvor studerende arbejder med at udvikle et produkt eller en service og en tilhørende forretningsplan. Der efterlyses bedre muligheder for at koble de studerende til erhvervsfolk og virksomheder fra kommunen, der kan bidrage med sparring, mentorfunktioner, opbygning af netværk og evt. tilvejebringelse af finansiering. Også flere vidensvirksomheder giver udtryk for en interesse for at bidrage til udvikling af iværksætterne – og evt. til et fælles inkubationskoncept for hele kommunen.
- Undervisning i iværksætteri og entrepreneurship. Der er bred enighed blandt uddannelsesinstitutionerne om at fortsætte samarbejdet om at styrke undervisning i innovation og entrepreneurship – og i den forbindelse også lave flere fælles events som Innovation Camps, fælles talentudviklingsaktiviteter, mv. Der er også ønsker om flere aktiviteter, hvor studerende, virksomheder og forskere samarbejder om fx kultur- og byudviklingsaktiviteter.

9. Fremme erhvervs- og borgerservice

- International arbejdskraft. Både vidensvirksomheder og uddannelsesinstitutioner betoner vigtigheden af en fortsat indsats for tiltrækning og fastholdelse af international arbejdskraft. Fx fremhæves boligmuligheder for midlertidige projektansatte som et vigtigt fokusområde. Bedre information til virksomhederne om eksisterende tilbud og services for international arbejdskraft fremhæves også som et vigtigt område.

4. Andre input til Vidensbyen

Andre input:

Udover ønsker til konkrete indsatsområder blev der fremsat nogle forslag til det generelle sekretariatsarbejde mv. De er sammenfattet neden for;

- 1-1 samtaler. Specielt virksomheder, der ikke deltager meget aktivt i et bredt udsnit af Vidensbyens aktiviteter, har et ønske om en mere formaliseret dialog med sekretariatet. Det kan fx være en fast årlig samtale, hvor virksomhederne har mulighed for at orientere om behov og udfordringer af relevans for Vidensbysamarbejdet, og hvor virksomhederne kan få information om relevante aktiviteter.
- Rapportering. Der efterlyses en forstærket rapportering af resultater under Vidensbyen. En del medlemmer mangler indsigt i konkrete resultater af arbejdet, og om hvad der er på vej i de enkelte netværk.
- Rekruttering og fastholdelse. Der peges på, at indsatsen for rekruttering og fastholdelse kan styrkes (bl.a. via de to ovennævnte forslag). Rekruttering af nye medlemmer kan også styrkes gennem kommunikation af *value propositions* eller *testimonials* på Vidensbyens hjemmeside.
- Temamæssig bredde. Den store emnemæssige bredde i aktiviteter og netværk – og de mange forskellige erhvervsmæssige målgrupper – fremhæves af flere interviewpersoner som en udfordring, der kan gøre det svært at fremvise markante resultater på alle indsatsområder. I hvert fald på kort sigt. Flere lægger vægt på, at Vidensbyen i højere grad fokuserer på netop viden, innovation og udvikling af videnserhverv, herunder kapitalisering på DTU som vidensmæssigt kraftcenter.

5. Vidensbyens vision og mål

Intro:

En vigtig del af arbejdet med at revidere strategien består i at tage stilling til den nuværende vision og de 12 eksisterende mål (se bilag 1). Interviewpersonerne er ikke blevet bedt om at forholde sig eksplicit til de enkelte delvisioner og til alle mål. Men de har haft mulighed for at reflektere generelt over visionen og målene og komme med input, hvor de ser forbedringsmuligheder.

Generelle input til mål:

- Konkretisering. Flere interviewpersoner fremhæver, at de nuværende mål fremstår lidt for akademiske og metapolitiske. De opleves ikke som så nærværende. Målene skal i højere grad afspejle, hvordan de forskellige aktører kan byde ind – fx hvordan virksomhederne kan byde ind i forhold til at realisere uddannelsesmålene.
- Påvirkningsmuligheder. I forlængelse af ovenstående er det et kritikpunkt, at flere mål i meget begrænset omfang påvirkes af Vidensby-aktiviteter (fx DTUs internationale ranking). Det er ifølge flere interviewpersoner vigtigt, at målene kan påvirkes gennem Vidensbyens aktiviteter, og at særkendet ved Vidensbyen, således kommer frem.
- Siloagtige mål. Målene mangler den tværsektorielle dimension, der netop er Vidensbyens styrke og kendetegn – universitet, vidensvirksomheder, uddannelse og byudvikling fremstår som uafhængige indsatsområder i de nuværende delvisioner og mål.

Bilag 1. Nuværende delvisioner og mål

En af Nordeuropas førende videns- og universitetsbyer:

1. Bidrage til at fastholde DTUs position som et af Europas førende tekniske universiteter
2. Der skal i 2020 være mindst 20% flere vidensvirksomheder i Lyngby-Taarbæk

En førende uddannelsesby med høj kvalitet, bredt udbud og et generelt højt uddannelsesniveau:

3. Lyngby-Taarbæk skal fortsat ligge absolut i top nationalt målt på folkeskolernes resultater
4. Alle folkeskoler og uddannelsesinstitutioner skal tilbyde undervisning og projekter i entrepreneurship. Resultaterne skal kunne aflæses på en stigning i antallet af nystartede virksomheder i kommunen
5. Andelen af unge i kommunen, der gennemfører ungdomsuddannelser, skal stige fra 80 til 95%

Et internationalt orienteret knudepunkt for arbejdskraft, kultur og handel:

6. Kgs. Lyngby skal kunne måle sig med andre universitetsbyer målt på attraktivitet og benyttelse i og uden for butikkernes åbningstid og på attraktive kultur, natur- og fritidstilbud
7. Markedsandelen inden for stormagasiner og specialbutikker i Kgs. Lyngby skal øges
8. Der skal være markant bedre bosætningsmuligheder for udenlandsk arbejdskraft og udenlandske studerende

Et område kendetegnet ved bæredygtig vækst, velfærd og byudvikling:

9. Der skal i 2012 ligge en ambitiøs og godkendt model for, hvordan Lyngby-Taarbæk som vidensby ser ud og opleves for borgere, virksomheder og handelsliv i 2020-30. Modellen skal indeholde bæredygtige trafikløsninger, byfortætning og byrumsudvikling
10. CO₂-udslippet fra Lyngby-Taarbæk som geografisk område skal reduceres med 20% i 2020, i forhold til CO₂-udslippet i 2008, herunder skal CO₂-udslippet fra den kommunale drift reduceres med 2% om året frem mod 2025
11. Lyngby-Taarbæk skal være kendt som et testlaboratorium for nye, grønne og bæredygtige teknologier
12. Lyngby-Taarbæk skal på mindst ét område være kendt som foregangskommune i udviklingen af nye velfærdsydelser