



R A P P O R T
April
2023

Postbyen

Profilering, omsætning,
og flowanalyse



EXOMETRIC
Ellebjergervej 52
2450 København SV
www.exometric.com

Indhold

Projektet	4
Metodeoversigt	5
Målgrupper / segmentering	6
Detailomsætning	7
Profiler	8
Flowanalyse	14

Projektet

Projektets formål er at give et indblik i potentialet for detaillokalerne i Postbyen. Projektet tager i den forbindelse udgangspunkt i de nuværende borgere, der er bosat i nærområdet, de forventelige kommende borgere til Postbyen, samt nuværende besøgende til nærområdet.

Med udgangspunkt i disse borgere analyseres data ud fra to forskellige faktorer, i forhold til udlejning af lokaler i Postbyen. De to faktorer, der belyses, er:

- 1) Forbrug af dagligvarer og udvalgsvarer.
- 2) Brug af kultur, cafeer/restaurant og f.eks. fitness.

Oplandet

For at kunne belyse ovenstående er der defineret tre oplande til Postbyen. Oplandsstørrelsen kan defineres på forskellige måder alt efter hvilken tilgang, der anses for den mest realistiske tilgang.

I Figur 1 er der optegnet to oplande plus Postbyen selv. Oplandene er defineret således:

1) **Postbyen** tager udgangspunkt i tilbagemelding fra Danica på det planlagte samlede projekt.

Etape 1: ca. 110.000 kvm. kontor til Danske Bank med plads til ca. 5.000 medarbejdere.

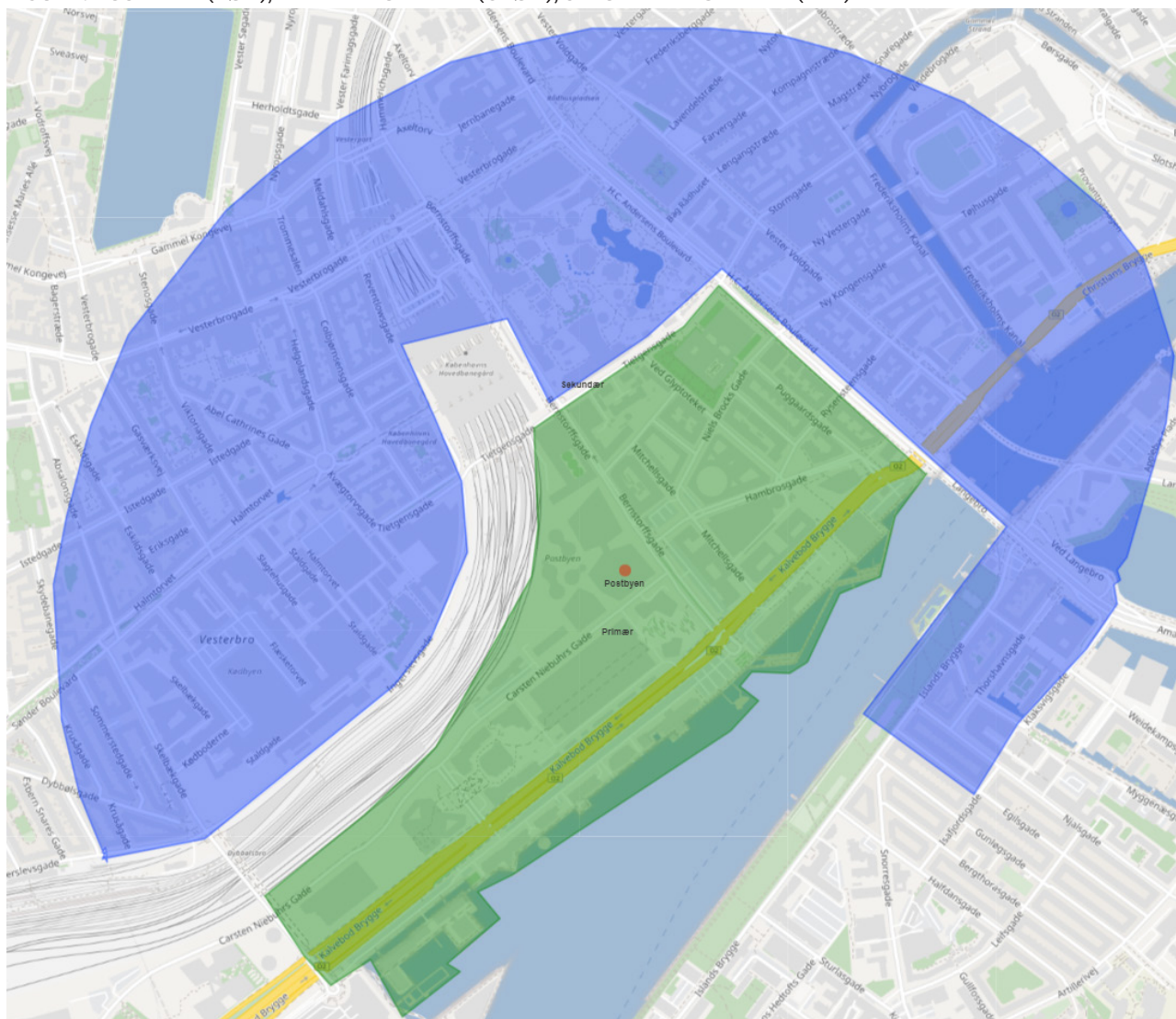
Etape 2: ca. 35.000 kvm. kontor med plads til ca. 1.800 medarbejdere samt en restaurant, café og dagligvarebutik. Derudover 160 udlejningsboliger med en gennemsnitsstørrelse på ca. 100 kvm., og 236 hotellejligheder, der i gennemsnit har ni overnatninger.

Etape 3: ca. 11.000 kvm. kontorer med cirka 550 medarbejdere, ca. 75 almennyttige lejligheder og ca. 200 studieboliger.

2) **Det primære opland**, med ca. 10 min gåafstand til Postbyen.

3) **Det sekundære opland**, hvor man kan forvente, at beboere vil komme forbi Postbyen med en lavere frekvens.

FIGUR 1: POSTBYEN (RØD), PRIMÆRT OMRÅDE (GRØN), SEKUNDÆRT OMRÅDE (BLÅ)



Metodeoversigt

Metode - Dagligvarer og udvalgsvarer omsætning

Danmark er opdelt i 100 x 100 meter celler, som er geostationære. Disse celler indeholder data fra en række forskellige databaser, bl.a. fra Danmarks Statistik, Skat, Gallup, Motorregisteret mv. Cellerne konverteres til Husstande (1-1), der kan identificeres på adresse.

Husstandenes data fra mikrocellerne underkastes statistisk klyngeanalyse, som gør det muligt at identificere pt. 9 overordnede målgrupper og i alt 36 undermålgrupper - kaldet Conzoom-segmenter (se illustration på næste side)

Beregning af dagligvare/udvalgsvarer er baseret på nationalt repræsentative interview, hvor husstandene/conzoom-segmenterne er blevet adspurgt om deres forbrug.

Forbruget er efterfølgende beregnet for hver af de 36 conzoom-segmenter. Gennemsnittet for beregningerne af dagligvareforbruget i husstandene ligger helt på linje med gennemsnittet for Danmarks Statistiks opgørelser.

Forbruget i de danske hjem er naturligvis forskelligt alt efter husstandens sammensætning. Derfor beregner Exometric forbruget på de typer husstande, der reelt er til stede i et område eller forventes at flytte dertil.

På side 6 ses beregningerne for de tre definerede områder. Der er opstillet en tabel, hvor bruttobeløbet per husstand er omregnet til det samlede månedlige og årlige forbrug på dagligvarer og udvalgsvarer.

I tillæg til dette estimeres der også i rapporten, hvor meget omsætning personerne uden bolig, men med deres gang i selve Postbyen, kan forventes at forbruge på dagligvarer.

Metode - Brug af kultur/cafeer/restaurant/fitness.

Ved at profilere de husstande, der er og kan forventes i de tre områder, kan man se i hvilken udstrækning, de kan forventes at anvende de forskellige butikker og aktiviteter, der eventuelt vil blive en del af Postbyen, når den etableres.

Profileringen er også baseret på Geomatics microsegmentering (conzoom-segmenter). På side 8 til 13 ses profileringen af både eksisterende og fremtidige beboere i og i nærområdet til Postbyen.

I tillæg til dette, vil personerne uden bolig i Postbyen eller i nærområdet, men med deres gang i selve Postbyen ligeledes kunne forventes at gøre brug af de tilbud, der vil blive udbudt i området, herunder fx medarbejdere fra andre kontorer. Der er dog ikke udarbejdet en profilering af disse borgere.

Metode - flowanalyse

Flowanalysens indhold er vist i nedenstående punkter, der tilsammen udgør et estimat på det samlede daglige flow af mennesker ved Postbyen, herunder:

- 1) Beboere i Postbyen
- 2) Beboere i det primære område
- 3) Beboere i det sekundære område
- 4) Gæster i hotellejligheder
- 5) Hotelgæster i det primære område
- 6) Ansatte på kontorer i Postbyen
- 7) Ansatte på kontorer i det primære område
- 8) Ansatte på hoteller

Der vil uden tvivl være et vist flow, der ikke kommer ud fra nogle af de ovenstående områder, men det er ikke muligt her at give et skøn over størrelsen på disse. På side 14 ses forudsætninger og beregningen for flowanalysen.

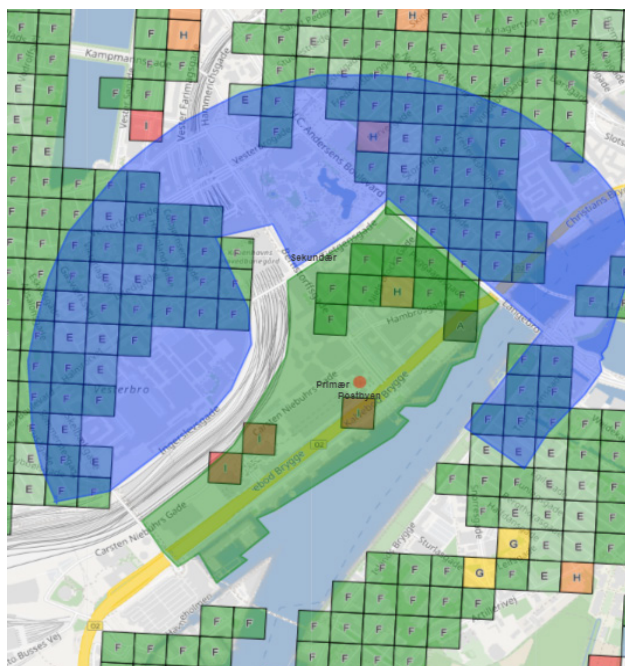
Analysens opbygning

Denne analyse vil indledningsvis vise detailomsætningen med udgangspunkt i de forskellige opland. På baggrund af data fra conzoom beregnes forbrug af dagligvarer og udvalgsvarer.

Derefter vises profileringen af borgerne i Postbyen, samt for det primære og sekundære område. Her belyses brugen af kultur/café/restauranten faciliteter baseret på conzoom profiltypene for det givne område (se eksempel på figur 2).

Til sidst findes flowanalysen, som er opstillet for at give indblik i besøgende i området ved Postbyen.

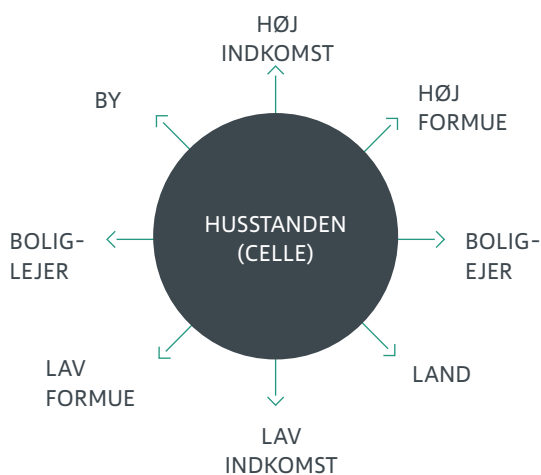
FIGUR 2: PROFILERNE I DET EKSISTERENDE OMRÅDE



Profil / målgrupper

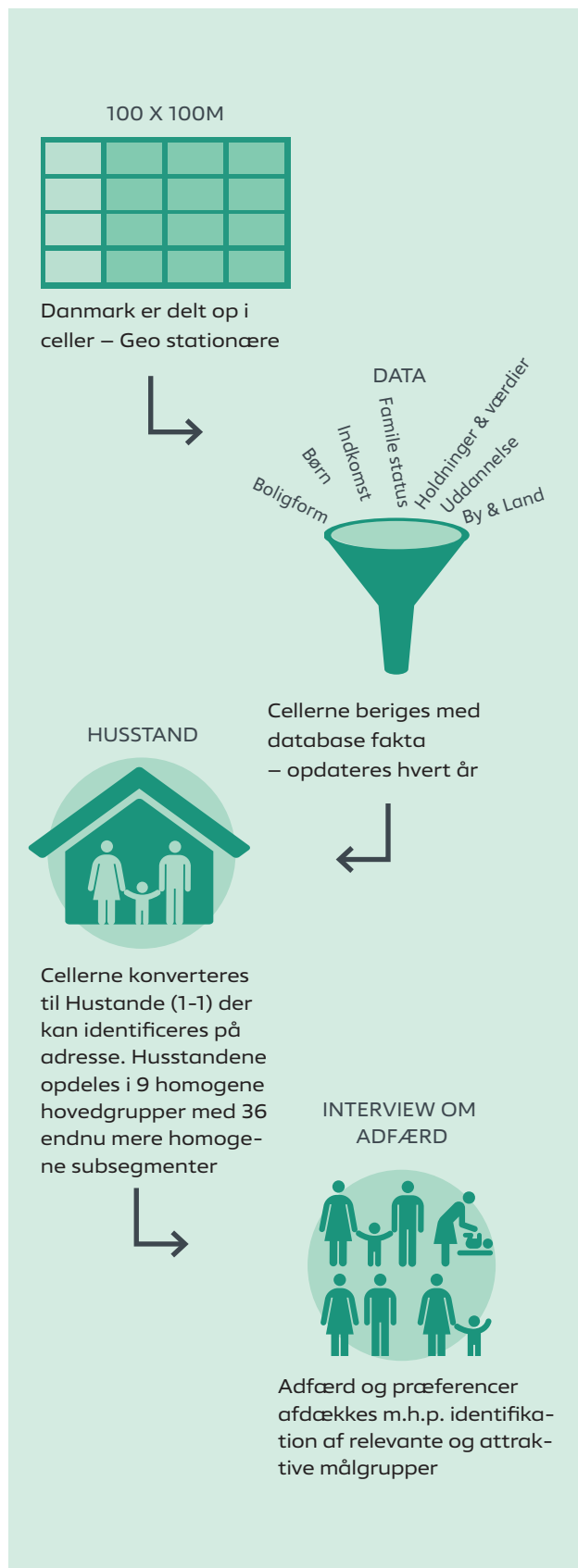
Danmark er opdelt i 100 m x 100 m celler, som er geostationære. Disse celler beriges med forskellige databaser fra bl.a. Danmarks Statistik, Gallup, motorregisteret m.fl. Herved fremkommer en 1-1 beskrivelse af cellerne, som bliver synonyme med danske husstande og med beboernes holdninger og ikke mindst forbrugeradfærd og præferencer.

Segmenterne er konstrueret ud fra graden af homogenitet (fra clusteranalyse) baseret på op til 25 variable – så som økonomi, holdninger/værdier, bolig etc., kaldet socio-demografisk klassificering. Segmenterne kan efterberiges med op til 160 adfældsvariable.



SEGMENT HOVEDGRUPPER

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| A Velfunderede husejere | F Vid og velstand |
| B Komfort og hygge | G Seniorer |
| C Livet på landet | H Unge på vej |
| D Velhavere | I Provinsliv |
| E Urban mangfoldighed | |



Detailomsætning

Dagligvarer

I Tabel 1 vises det estimerede forbrug i en dagligvarebutik i Postbyen, når området er fuldt udbygget, baseret på de forventede boliger i Postbyen, det primære områdes husstande, det sekundære områdes husstande, hotellejlighederne og det samlede antal ansatte i kontorer og forretninger.

Det antages ved beregningerne, at hele Postbyen er fuldt udbygget, og at belægningen i hotellejlighederne er tæt på 100%.

Der vil givetvis også være passerende, der også lægger et vist beløb i en dagligvarebutik i området, men det er ikke muligt at give et skøn over størrelsen.

Forudsætninger for beregningerne:

1. Husstande i Postbyen ligger tæt på alle deres dagligvareindkøb i den kommende butik
2. Husstandene i det primære område ligger 20%
3. Husstandene i det sekundære område lægger 1%
4. Hotellejlighederne lægger 1.000 kr. om måneden til diverse småforbrødenheder.
5. Medarbejderne i Postbyen laver småindkøb for 200 kr. om måneden.

Det samlede årlige bruttoforbrug af dagligvare estimeres til at være 44.664.438 kr. (se tabel 1), hvilket er baseret på de 14.199 husstande, som forventes at besøge dagligvarebutikkerne i Postbyen i større eller mindre omfang.

TABEL 1: BRUTTODAGLIGVAREOMSÆTNING I POSTBYEN

Oplande	Antal Husstande /medarbejdere	Gns. månedligt forbrug	Vægtning	Månedligt bruttoforbrug	Årligt bruttoforbrug
Postbyen	435	3.262 kr.	100%	1.418.970 kr.	17.027.640 kr.
Primære område	479	3.917 kr.	20%	375.237 kr.	4.502.839 kr.
Sekundære område	5.649	3.750 kr.	1%	211.830 kr.	2.541.959 kr.
Hotellejligheder	236	1.000 kr.	100%	236.000 kr.	2.832.000 kr.
Medarbejdere	7.500	200 kr.	100%	1.500.000 kr.	18.000.000 kr.
Total	14.199	-	-	-	44.904.438 kr.

Udvalgsvarer

I Tabel 2 vises det estimerede bruttoforbrug på udvalgsvarer i Postbyen, baseret på husstandene i de tre definerede geografiske områder. Da det endnu ikke vides præcis, hvilken type af udvalgsvarer-butikker, der

vil komme i Postbyen, vil det ikke være muligt at give et realistisk bud på omsætningen som et konkret eksempel. Der kan dog med fordel tilvælges butikker, der er tilpasset området vision, fx outdoor, vandsport eller cykelbutikker.

TABEL 2: BRUTTOOMSÆTNINGEN PÅ UDVALGSVARER I POSTBYEN

Oplande	Antal Husstande	Gennemsnit månedligt forbrug	Månedligt bruttoforbrug	Årligt bruttoforbrug
Postbyen	435	2.610 kr.	1.135.327 kr.	13.623.929 kr.
Primære område	479	3.456 kr.	1.655.598 kr.	19.867.175 kr.
Sekundære område	5.649	3.256 kr.	18.395.774 kr.	220.749.292 kr.
Total	6.563	3.108 kr.	21.186.699 kr.	254.240.396 kr.

Profiler

Profiler i Postbyen

Profilerne på de fremtidige beboere i Postbyen vil naturligvis altid være mere usikkert, end beskrivelsen af et område, hvor beboerne allerede bor.

De segmenter, der kan forventes at flytte ind i Postbyen, er udvalgt og profileret ud fra forskellige overvejelser og tilgange.

1) De fremtidige beboere i de almene boliger: Disse beboere kan være meget differentieret. I dette tilfælde arbejdes med arketyper på husstandene, og segmentet tilhøre denne profil kan være E5-segmetnet.

2) De fremtidige beboere i ungdomsboliger: er en kombination af de tre segmenter, der i andre sammenhænge flytter i ungdomsboliger. Det er segmenterne H1, H2 og E1.

3) De fremtidige beboere i lejlighederne: Disse er udvalgt ud fra hvilke segmenter, der vil flytte til denne placering i byen, og vil søge efter lejligheder ved de lejeniveauer som forventes i Postbyen (se også Exometrics potentialeberegning): Det er segmenterne F2, F1 og E1.

Med udgangspunkt i, at det vil være en blanding af boligformer i Postbyen vil de segmenter, der skal være med til skabe liv i bydelen, være ganske fragmenterede i deres brug af faciliteter og tilbud i lokalområdet.

Exometrics potentialeberegning tager udgangspunkt i en national repræsentativ undersøgelse på ca. 11.000 respondenter. Undersøgelsen repræsenterer ca. 2.800.000 danske husstande.

Herefter indsættes respondenternes præferencer:

- Søgning til kommunen/distriktet
- Ejerform
- Boligtype
- Størrelse bolig
- Prisniveau
- Flyttefrekvens

Disse parametre indsættes i Exometrics algoritme, hvorved volumen kan estimeres for et givent område inden for en given tidsramme. Herefter kombineres svarene med antallet af personer i de 36 conzoom-segmenter. Dette giver den samlede volumen og hvilke segmenter, der vil flytte dertil.

De unge i segmenterne H1, H2 og E1 har ikke de store økonomiske midler, men er meget aktive både kulturelt, socialt (café/barer) og anvender ofte fitness.

F1 og F2 segmenterne er begge kendetegnet ved en høj købekraft og har særdeles stor aktivitet i byen uden for hjemmet. De er storforbrugere af kultur, og lever generelt et godt liv med fokus på dem selv. F'erne fylder en del i de dyrere bydele i København, da de har økonomisk råderum, og endnu ikke har behov for større boliger med have, da de endnu ikke har fået børn.

E5'erne er ikke et segment, der umiddelbart vil anvende de mange tilbud, der vil komme i Postbyen. Det er samtidig usikkert om det faktisk bliver dette segment, der vil flytte ind i de almene boliger.

Profiler i det primære område

Profilerne/husstandene i det primære område er klart domineret af F2 og F1'ere. Som det ses på side 10 betyder det, at gennemsnitsindkomsten pr. husstand er helt oppe over 900.000 kr., selvom området også har segmenter med meget lav husstandsindkomst. Det er til gengæld husstande, der ikke har børn endnu, og samlet giver det kun 0,4 børn pr. bolig. Beboerne i det primære område bor i store lejligheder i forhold til København i gennemsnit, og har også en lang uddannelse bag sig, der er medvirkende til den høje indkomst.

Det dominerende F-segment er storforbrugere af kultur, ceféer, restauranter, barer og nattelev.

Profiler i det sekundære område

Profilerne/husstandene i det sekundære område er mindre domineret af F'ere, det er dog stadig dem der udgør næsten 50% af husstandene.

Det sekundære område er i stor udstrækning også baseret på Vesterbro, hvor mange bl.a. bor i andelsboliger. Her er gennemsnitsindkomsterne noget lavere, og de har derfor et mindre forbrug på alle parametre end F'erne, men har dog stadig en indkomst over gennemsnittet for København.

Det er generelt husstande, der er meget sociale, og har fokus på sundhed og motion.

Samlet set er både de forventede og eksisterende husstande i og omkring Postbyen storbrugere af byens tilbud, og har for langt de flestes vedkommende en økonomi, der tillader dem at gøre det.

Postbyens fremtidig profil

H1
22%



Kollegier

Studerende på kollegier.

Fakta

- Unge studerende på små kollegieværelser.
- Bor i studiebyerne.
- Lav købekraft.
- **Meget sociale og går ofte ud.**
- Prioriterer gerne nyeste teknik.
- **Dyrker ofte motion.**
- Interesserer sig for miljø.
- Handler discount.

H2
21%



Første stop

Unge singler i første bolig.

Fakta

- Unge studerende og arbejdende.
- Bor i lejlighed i større byer.
- Lav købekraft.
- **Meget sociale og går ofte ud.**
- Tager på festival.
- **Dyrker ofte motion.**

F2
18%



Kulturnaut

Veluddannede byfamilier.

Fakta

- Yngre familier uden børn.
- Bor i ældre lejligheder i storbyen.
- Veluddannede i høje stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Store kulturforbrugere.**
- Velorienterede og interesserede.
- Læser Berlingske og Politiken.
- (Handler gerne i Irma.)

E5
17%



Familiebånd

Enlige med lave indkomster.

Fakta

- Enlige i almene boliger i større byer.
- Lavt beskæftigelsesniveau.
- Lav købekraft.
- Køber gerne ugens tilbud.
- Læser gratismedier.
- Traditionelle.

F1
10%



Byens puls

Yngre, veluddannede højtindkomst.

Fakta

- Yngre familier under etablering.
- Bor i nyere lejligheder i storbyen.
- Veluddannede i gode stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Store kulturforbrugere.**
- Velorienterede og interesserede.
- **Meget sporty.**
- Økologi.

E1
10%



City-singler

Unge lejere under uddannelse.

Fakta

- Unge lejere i storbyen.
- Mange studerende.
- Lav købekraft.
- **Højt kulturforbrug.**
- Benytter kollektiv trafik og cykler.
- **Spiser jævnligt take-away.**

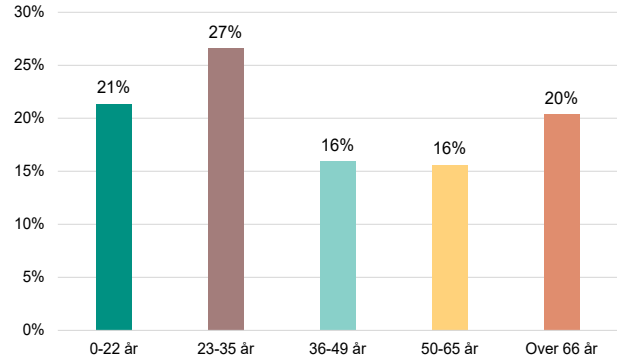
Det primære områdes nuværende profil

Nøgletal

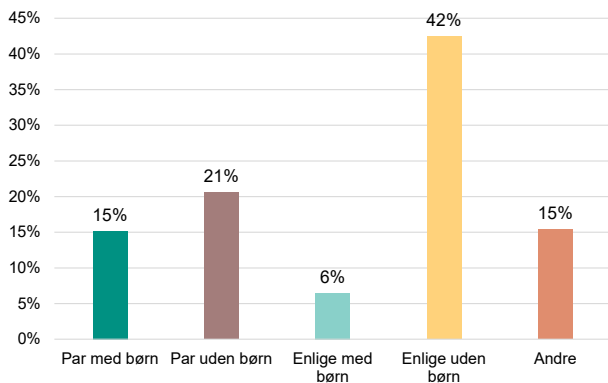
	Primære område	Sekundære område	Københavns Kommune
Gns. boligstørrelse	121 m ²	96 m ²	81 m ²
I beskæftigelse	55%	59%	54%
Gns. alder *)	49,7 år	44,6 år	45,8 år
Gns. antal biler	0,60 bil	0,42 bil	0,46 bil
Gns. antal børn	0,38 barn	0,38 barn	0,41 barn
Gns. husstandsindkomst	922.921 kr.	681.547 kr.	576.347 kr.
Gns. uddannelseslængde	15,8 år	15,5 år	14,7 år

*) Gns. alder på den ældste person i husstanden.

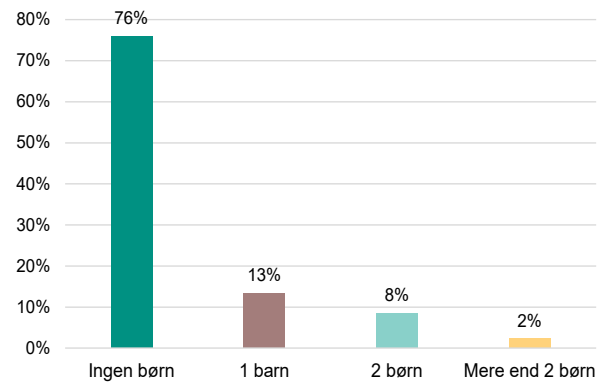
Alder



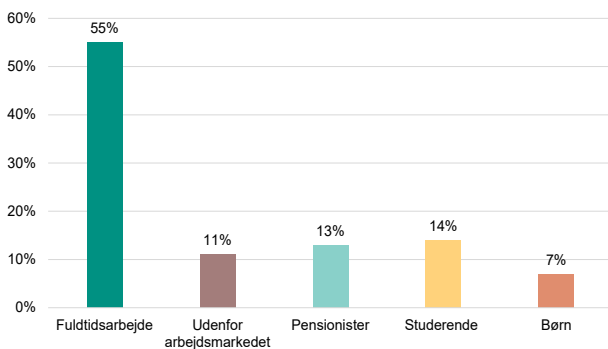
Familietype



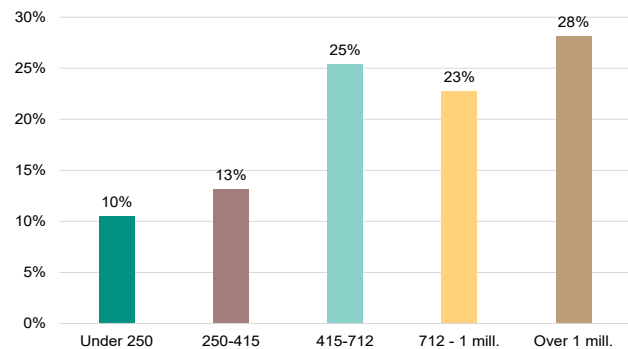
Børn i husstanden



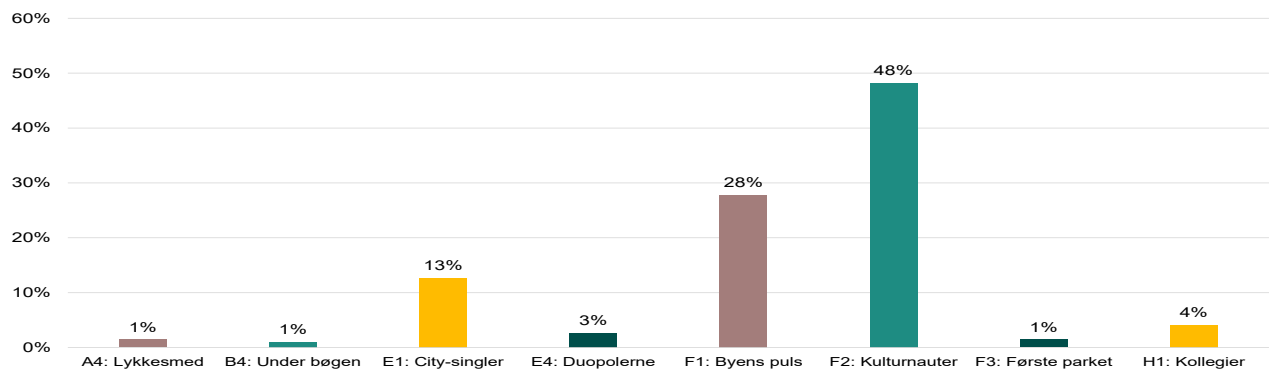
Beskæftigelse



Husstandsindtægt (1.000 kr)



Conzoomtype (top 8)



KILDE: CONZOOM

F2
48%



Kulturnaut

Veluddannede bifamilier.

Fakta

- Yngre familier uden børn.
- Bor i ældre lejligheder i storbyen.
- Veluddannede i høje stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Store kulturforbrugere.**
- Velorienterede og interesserede.
- Læser Berlingske og Politiken.
- (Handler gerne i Irma.)

F1
28%



Byens puls

Yngre, veluddannede højtindkomst.

Fakta

- Yngre familier under etablering.
- Bor i nyere lejligheder i storbyen.
- Veluddannede i gode stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Store kulturforbrugere.**
- Velorienterede og interesserede.
- **Meget sporty.**
- Økologi.

E1
13%



City-singler

Unge lejere under uddannelse.

Fakta

- Unge lejere i storbyen.
- Mange studerende.
- Lav købekraft.
- **Højt kulturforbrug.**
- Benytter kollektiv trafik og cykler.
- Spiser jævnligt take-away.

H1
4%



Kollegier

Studerende på kollegier.

Fakta

- Unge studerende på små kollegieværelser.
- Bor i studiebyerne.
- Lav købekraft.
- Meget sociale og går ofte ud.
- Prioriterer gerne nyeste teknik.
- **Dyrker ofte motion.**
- Interesseres sig for miljø.
- Handler discount.

E4
3%



Duopolyerne

Unge og ældre i ydre by.

Fakta

- Unge og ældre uden hjemmeboende børn.
- Bor i mindre ejerlejligheder i udkanten af storbyen.
- **Middel købekraft.**
- Benytter kollektiv trafik og cykler.
- Spiser jævnligt take-away.
- **Motionerer ofte.**

F3
1%



Første parket

Familier med formue og forstand.

Fakta

- Familier med og uden børn.
- Bor i ældre dobbelt- og flerfamiliehuse i storbyen.
- Veluddannede i høje stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Går ofte ud.**
- Økologi.
- Læser Politiken.

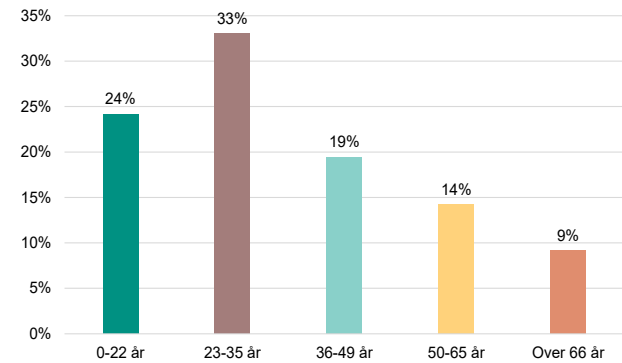
Det sekundære områdes nuværende profil

Nøgletal

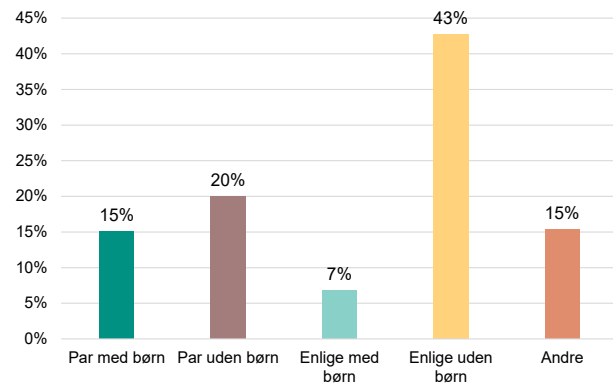
	Primære område	Sekundære område	Københavns Kommune
Gns. boligstørrelse	121 m ²	96 m ²	81 m ²
I beskæftigelse	55%	59%	54%
Gns. alder *)	49,7 år	44,6 år	45,8 år
Gns. antal biler	0,60 bil	0,42 bil	0,46 bil
Gns. antal børn	0,38 barn	0,38 barn	0,41 barn
Gns. husstandsindkomst	922.921 kr.	681.547 kr.	576.347 kr.
Gns. uddannelseslængde	15,8 år	15,5 år	14,7 år

*) Gns. alder på den ældste person i husstanden.

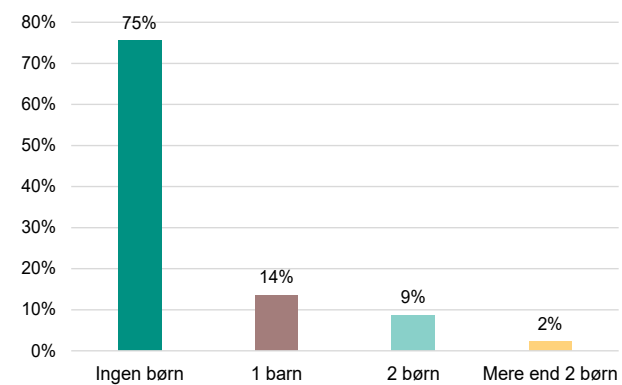
Alder



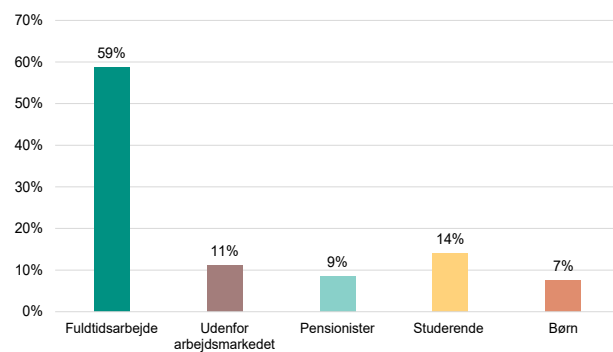
Familietype



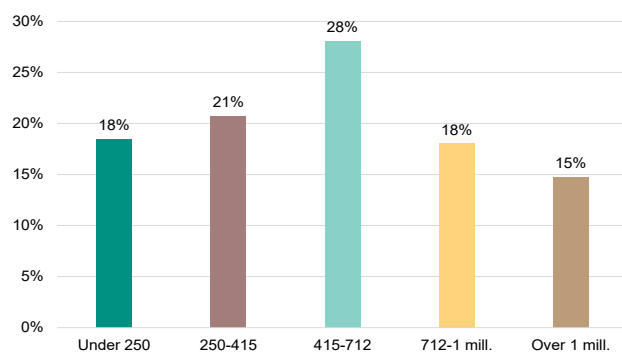
Børn i husstanden



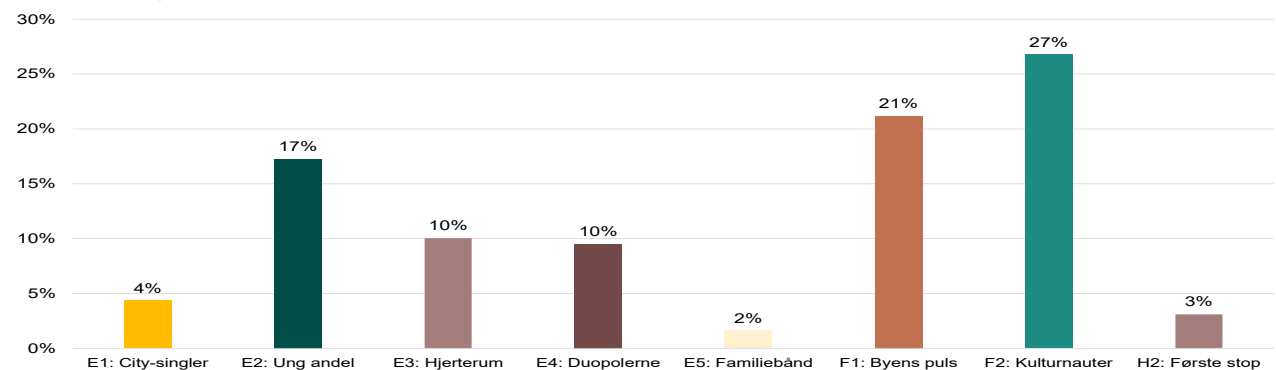
Beskæftigelse



Husstandsindtægt (1.000 kr)



Conzoomtype (top 8)



KILDE: CONZOOM



F2
27%

Kulturnaut

Veluddannede byfamilier.

Fakta

- Yngre familier uden børn.
- Bor i ældre lejligheder i storbyen.
- Veluddannede i høje stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Store kulturforbrugere.**
- Velorienterede og interesserede.
- Læser Berlingske og Politiken.
- (Handler gerne i Irma.)



F1
21%

Byens puls

Yngre, veluddannede højtindkomst.

Fakta

- Yngre familier under etablering.
- Bor i nyere lejligheder i storbyen.
- Veluddannede i gode stillinger.
- **Høj købekraft.**
- **Store kulturforbrugere.**
- Velorienterede og interesserede.
- **Meget sporty.**
- Økologi.



E2
17%

Ung andel

Veluddannede i andelslejligheder.

Fakta

- Unge andelshavere i storbyen.
- Enten studerende / nyuddannet.
- Lav købekraft.
- **Højt kulturforbrug.**
- Benytter kollektiv trafik og cykler.
- Online.
- Spirende forbrug af luksusvarer.
- Økologi.
- **Motionerer ofte.**



E4
10%

Duopolerne

Unge og ældre i ydre by.

Fakta

- Unge og ældre uden hjemmeboende børn.
- Bor i mindre ejerlejligheder i udkanten af storbyen.
- **Middel købekraft.**
- Benytter kollektiv trafik og cykler.
- Spiser jævnligt take-away.
- **Motionerer ofte.**



E3
10%

Hjerterum

Voksne enlige midt i byen.

Fakta

- Alle familietyper.
- Bor i mindre lejligheder.
- Lav købekraft.
- **Meget sociale og fællesskabsorienteret.**
- Online.
- **Motionerer ofte.**



E1
4%

City-singler

Unge lejere under uddannelse.

Fakta

- Unge lejere i storbyen.
- Mange studerende.
- Lav købekraft.
- **Højt kulturforbrug.**
- Benytter kollektiv trafik og cykler.
- Spiser jævnligt take-away.

Flowanalyse

Besøgende ved området

I Tabel 3 vises det estimerede antal personer ved Postbyen, når området er fuldt udbygget, baseret på de forventede boliger i Postbyen, det primære områdes husstande, det sekundære områdes husstande, hotellejlighederne og det samlede antal ansatte i kontorer og forretninger.

Flowet ved Postbyen er i den forbindelse opdelt efter følgende tilhørsforhold til området:

- 1) Beboere i Postbyen
- 2) Beboere i det primære område
- 3) Beboere i det sekundære område
- 4) Gæster i hotellejligheder
- 5) Hotelgæster i det primære område
- 6) Arbejdspladser på kontorer i Postbyen
- 7) Ansatte på kontorer i det primære område
- 8) Ansatte på hoteller i det primære område

Ved beregningen af antal besøgende i Postbyen antages det, at Postbyen er fuldt udbygget, og belægningen i hotellejlighederne er tæt på 100%.

Der vil uden tvivl være et vist antal af besøgende, der ikke er taget højde for, eftersom det ikke er muligt at give et skøn over antallet.

Forudsætninger for beregningerne:

1. Hver lejlighed i Postbyen beregnes som 1,5 person i gennemsnit
2. Der bor kun én person pr. hotellejlighed
3. Der bor kun én person pr. hotelværelse
4. Belægningsprocenten for hotelværelserne er baseret på oplysninger fra hotellerne, men i tilfælde af begrænset adgang til dette, er belægningsprocenten fastsat til 62%, der er den gennemsnitlige belægningsprocent for København på årsbasis fra Horesta.
5. Antallet af ansatte er baseret på tal fra virksomheden selv, sammenholdt med CVR.dk

Antallet af personer i de forskellige områder er vægtet efter, hvor ofte de formentligt vil besøge Postbyen. Alle personer tæller kun med i beregningen én gang per dag. Det antages eksempelvis at de angivet arbejdspladser i Postbyen forventes at være besat fire ud af syv dage, hvilket svare til de 0,57.

Det estimerede daglige antal besøgende ved Postbyen er ca. 10.000 personer (se Tabel 3).

I Tabel 4 ses en oversigt med de hoteller og erhverv, som indgår i beregningerne af antal hotelgæster, samt ansatte for henholdsvis kontorer og erhverv for det primære område.

TABEL 3: ANTAL BESØGENDE I POSTBYEN OM DAGEN

Oplande	Antal personer	Vægtning	Samlet dagligt
Beboere i Postbyen	670	1,00	670
Beboere i det primære område	1.085	0,80	868
Beboere i det sekundære område	11.777	0,03	353
Gæster i hotellejligheder	234	1,00	234
Hotelgæster i det primære område	3.167	0,50	1.583
Arbejdspladser i Postbyen	7.500	0,57	4.286
Ansatte på kontorer i det primære område	5.258	0,25	1.315
Ansatte på hoteller i det primære område	932	0,25	233
Totale antal personer	30.525	-	9.542

Erhverv i det primære område	Hoteller i det primære område
Abacus Medicine	Cabinn Copenhagen
BASF Coatings Services	Cabinn City
Bjørn Nielsen ApS	Copenhagen Island
Borgerrådgiveren	Copenhagen Marriott
Brfholding A/S	Nobis Hotel Copenhagen
Certa Intelligence & Security	Scandic Spectrum
Copenhagen Beauty Club	Tivoli Hotel & Congress Center
Dreamdata	Villa Copenhagen
Gallery Sapere Aude	Wakeup Copenhagen, Bernstorffsgade
Genmab	Wakeup Copenhagen, Carsten Niebuhrs Gade
Geoforum Danmark	
Geografforlaget ApS	
IDA, Ingeniørforeningen	
Kammeradvokater	
Københavns Politiforening	
Lund Elmer Sandager Advokatpartnerselskab	
Ny Carlsberg Glyptotek	
Nykredit Bank A/S	
Patienterstatningen	
RelyOn Nutec Headquarters	
Roland Munch Research	
Swedbank	
TCS, Tata Consultancy Services	
TMF Denmark A/S	
Trafikstyrelsen	
Visuel IT	

Kuben Management og Exometric har med afsæt i dyb markedsindsigt i mange år arbejdet med strategisk by- og boligudvikling. Målet er blandt andet at hjælpe kommunerne i de indledende faser med at klarlægge og planlægge udviklingen med udgangspunkt i borgernes og markedets behov.

Vores data- og vidensgrundlag om borgere, marked og byudvikling giver et nuanceret perspektiv på udviklingsbehovet i kommunerne, ligesom vores mangeårige erfaring med at bistå private og institutionelle investorer og almenne boligorganisationer med at udvikle og omdanne byområder bidrager til at sikre realisering af kommunernes boligstrategier – herunder finansiering af boligprojekterne.

Vi er en del af NRGi-koncernen, som er en af Danmarks største energikoncerner.

NRGi arbejder for et velfungerende samfund og en renere planet og bidrager aktivt til realisering af de klima- og energipolitiske mål samt går forrest i realisering af et smart og bæredygtigt samfund. Skabelse af smartere byer og omstilling til et mere intelligent og bæredygtigt samfund er ikke blot et interesseområde, men en fundamental del af koncernens mission.

Derfor er bæredygtighed også en grundlæggende del af Kuben Managements og Exometrics profiler, og vi arbejder hver dag aktivt for at påvirke byudvikling, nybyggeri og renovering af eksisterende byggerier, så der tidligt i processen implementeres en overordnet bæredygtighedsstrategi.

Det er ligeledes bæredygtig tænkning at opføre de rigtige byggerier, som bliver brugt i stedet for at stå tomme.

Bæredygtighedselementet kan i høj grad bidrage til at skabe byer og boliger, hvor mennesker kan trives og lykkes til glæde for os, der er her i dag og for dem, der skal tage over efter os.