

transport



Infrastruktur i en digital verden
Ole Schmidt
Dansk Erhverv

**DANSK
ERHVERV**

Hvad skal vi med infrastruktur i en digital verden?

Fremtidens samfund fordrer fremtidens infrastruktur

- Geografien
- Tidsperspektivet
- Visionen
 - For samfundet
 - For infrastrukturen

Geografien giver mange muligheder – og behov

Afgørende hvordan de understøtter fremtidens behov!



Fremtidens samfund

Historiske paradigmer – delvist overlappende:

- Agrarsamfund (- 1890)
- Industrisamfund (1850 – 1960)
- Moderne samfund (1920 – 1980)
- Servicesamfund (1970 – 2020 ?)
- ?

Infrastruktur til fremtidens samfund

- Tidshorisont for Kattegat-forbindelse?
 - Næppe færdig i 2025
- Skal løse behov i 2050 – 80 snarere end i 2020-30
- Spørgsmålene bliver derfor:
- Hvilket samfund har vi i 2050?
- Hvilke krav til infrastruktur indebærer det?

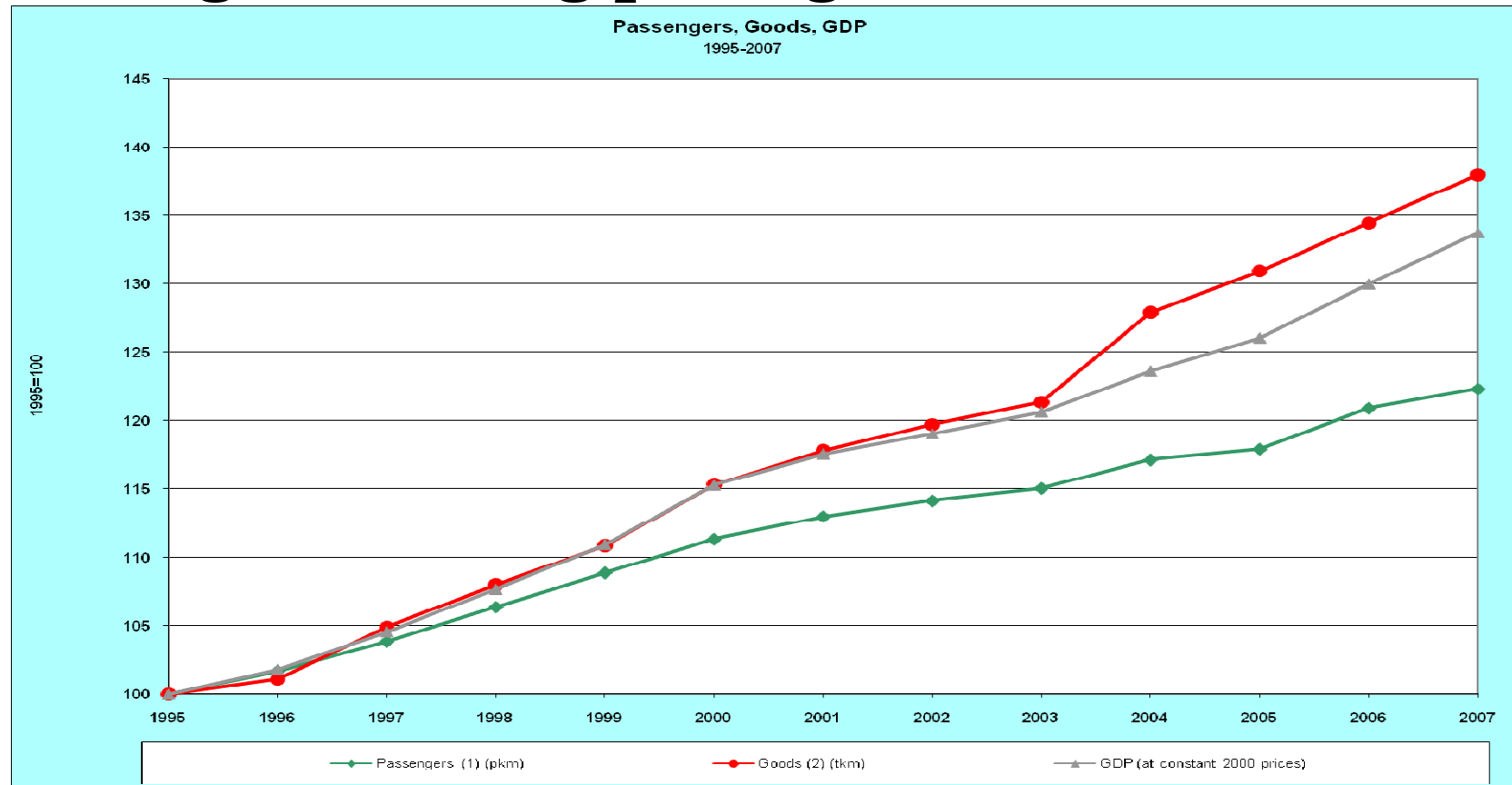
Tidsperspektivet

- Grænser for hvad vi kan sige noget (fornuftigt) om.

<u>Tidshorisont</u>	<u>Type</u>
2020 – 30	Fremskrivning
2030 – 50	Vision
2060 – 80	Fantasi

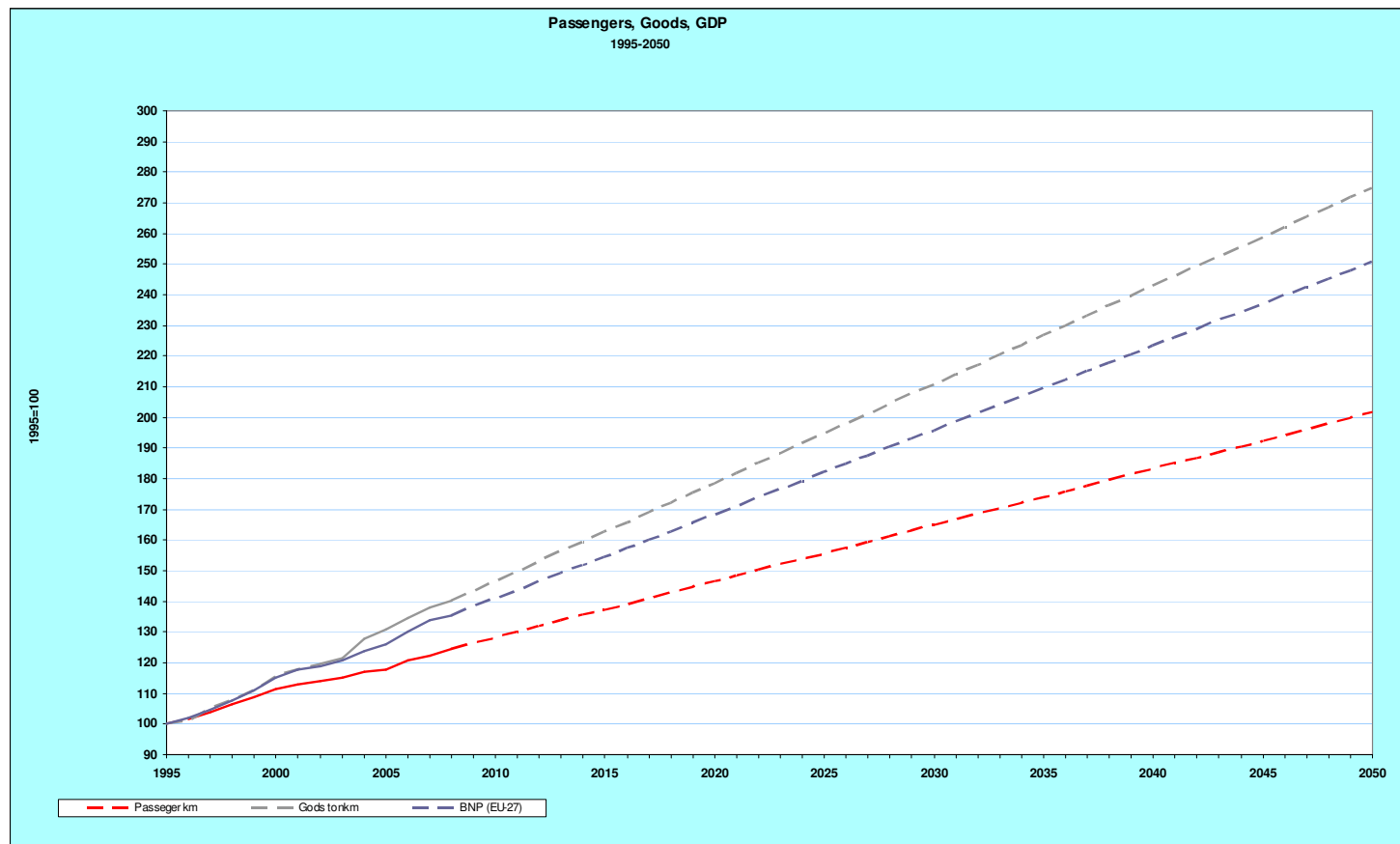
Fremskrivningstanken

- BNP, gods-km og passager-km



Fremskrivning II

- ”Alt andet lige...” – indtil 2050



Fremskrivning III

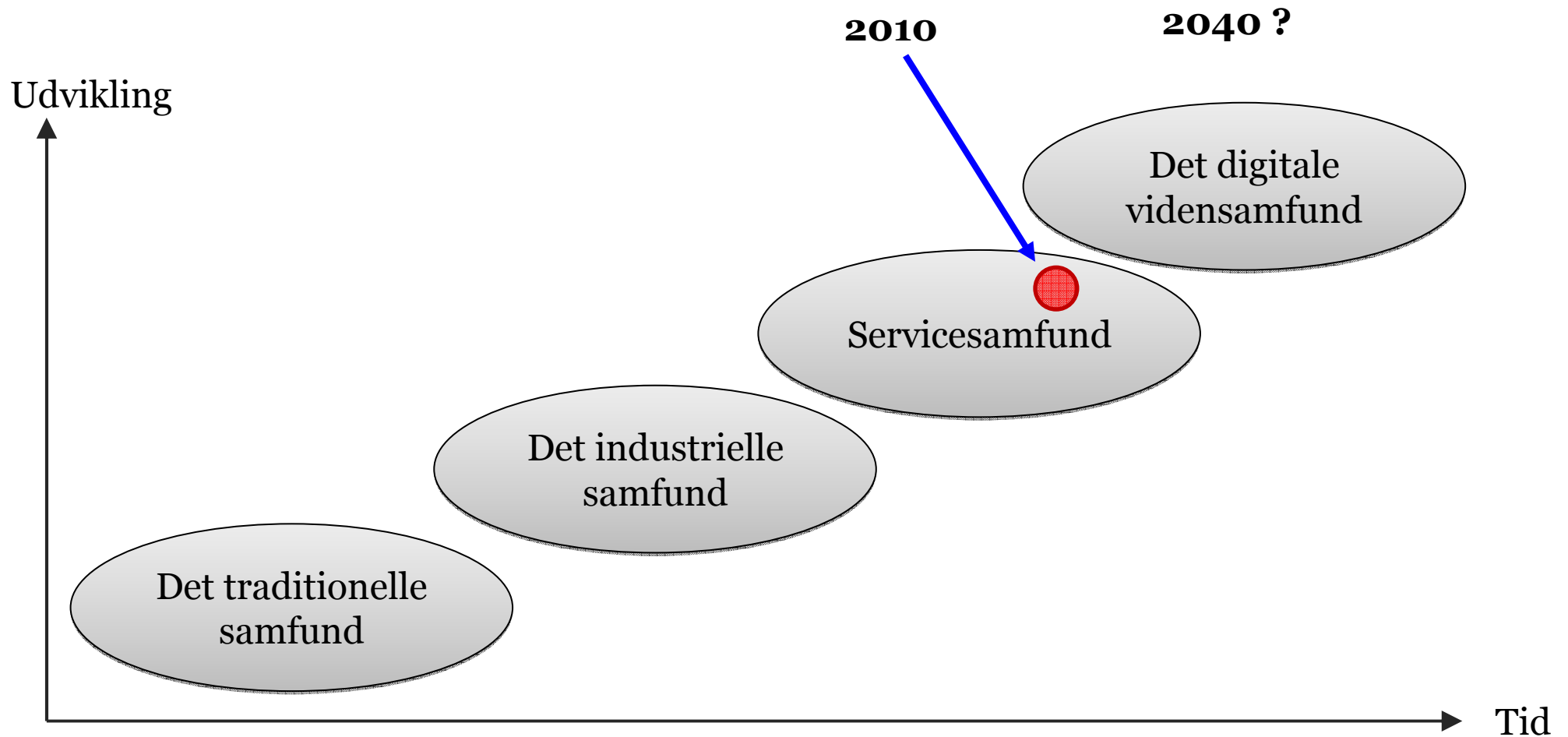
- Kraftig, vedvarende vækst de næste 50 år
 - Men giver det mening så langt frem?
 - Vil sammenhæng mellem BNP og godsmængde være konstant ?
 - Kurven er knækket for BNP ift. energi
 - Kurven skal knækkes ift. CO₂
 - Vil fremtidens samfund (post-2030) stille andre krav?

Fremtidens samfund - Megatrends

- ”Megatrends frem mod 2030”
 - Økonomisk vækst
 - Globaliseringen
 - Fra land til by til metropoler
 - Den aldrende befolkning
 - Ny teknologi i produktion og forbrug
 - Intelligente transportsystemer (ITS)
 - Energiforsyningen
 - Miljø & sikkerhed

» Kilde: Niels Buus-Kristensen

”En digital verden”



Fremtidens samfund II

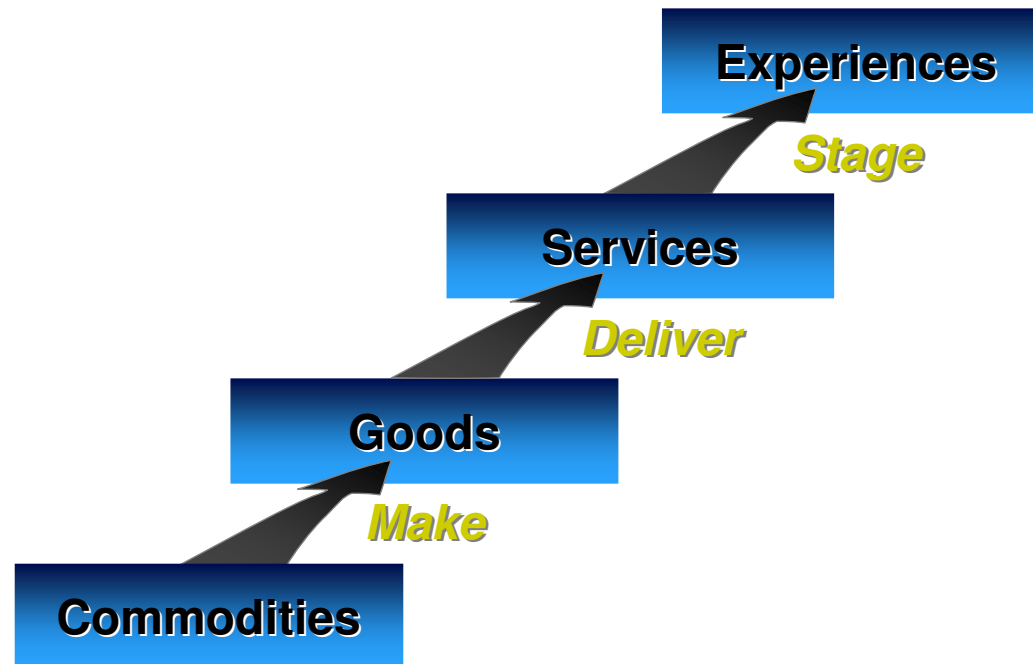
- Individet eller kollektivet i fokus?
- Hvad flytter vi; varer eller viden?
- Vidensamfundet
 - I dag flytter vi personer for at flytte viden
 - Hvorfor tager man egentlig på arbejde?
 - Netværk frem for hierarki
 - Hvor arbejder du i næste uge
 - Transport: Flexibilitet og afveksling

Oplevelsesøkonomi

- Oplevelser i centrum ved alle typer forbrug
 - Nye (kreative) elementer ind i det man tilbyder forbrugeren
 - Kultur, events og turisme er *oplevelsesbranchen*
- Handler om at skabe værdi for forbrugeren

Værdiskabelse i oplevelsesøkonomi

The Progression of Economic Value



Ændrede forbrugsmønstre

- Oplevelsen: Højere element af service ift. varer
- Fra oplevelser til transformation
 - Hvad forbruget gør ved forbrugeren
 - Personlig udvikling i fokus
- Begge trækker i retning af færre varer (= gods)
- Men ikke mindre transport

Infrastruktur i en digital verden

- Og hvad så...?
- Både visioner og fremskrivninger er nødvendige
- Viden og oplevelser en del af svaret
- Kurven skal knækkes...
 - Bliver næppe med det første
- Transport er et middel – ikke et mål