

Dagsordenspunkt 2	Cover – Kommunikation og opfølgning på strategi	Bilag 2.1
<p>Kort sagsfremstilling</p>	<p>Formål Bestyrelsen præsenteres for planen for formidling og eksekvering af den nye strategi over for interessenter i økosystemet, herunder en kort version (pixi), samt opfølgning på den skærpede virksomhedsrettede kommunikation, der følger af strategien.</p> <p>Kommunikation om og eksekvering af den nye strategi Lancering af den nye strategi pågår aktuelt som en flerstrengt indsats. Strategien er officielt lanceret med erhvervsministeren den 27. maj 2024 på ENORM Biofactory A/S, der er Nordeuropas største insektfabrik med proteinproduktion, og som er et eksempel på en SMV, der har deltaget i flere erhvervsfremmeindsatser. Ved eventet var en række interessenter fra økosystemet inviteret sammen med repræsentanter fra erhvervslivet. Her blev strategien præsenteret af ministeren og forpersonen, ligesom der blev afviklet en paneldebat om relevante emner fra strategien. I den forbindelse er der udsendt en pressemeddelelse og kommunikeret på LinkedIn og website herom med fokus på den fælles retning for de samlede indsatser og de strategiske mål heri.</p> <p>Til at understøtte formidlingen af den nye strategi til erhvervsfremmesystemets aktører er der udarbejdet en pixi-version af strategien. Pixien er tænkt som et kommunikationsværktøj, medlemmerne og sekretariatet kan anvende til at skabe et enkelt overblik over de vigtigste linjer i strategien over for interessenter i økosystemet.</p> <p>Udover ovenstående foreslås, at strategien kommunikeres og implementeres i økolandskabet gennem et tilbagevendende event, fx et årsmøde, for relevante interessenter i erhvervsfremmesystemet, hvor bestyrelsen kan sætte agenda for strategiske drøftelser, herunder den skærpede virksomhedsrettede kommunikation.</p> <p>Strategien i sig selv kommunikeres ikke direkte til erhvervslivet, men gennem det nedenfor skitserede.</p> <p>Desuden forankres strategien gennem dialog med og transparens over for omverdenen, bl.a. ved fortsat inddragelse af erhvervshusenes bestyrelser i udarbejdelsen af investeringsplaner samt tilgængeliggørelse af nøgletal for strategien på bestyrelsens hjemmeside.</p> <p>Opfølgning på den skærpede virksomhedsrettede kommunikation Som følge af strategien skal den virksomhedsrettede kommunikation skærpes, så erhvervsfremmeindsatsen opleves mere enkel og sammenhængende for virksomhederne. Dette er bl.a. indarbejdet som et initiativ under strategiens målsætning <i>Forenkle fremtidens erhvervsfremme</i> og sker i forlængelse af den gennemførte forenkling af erhvervsfremmesystemet i 2018 samt evalueringen heraf fra november 2023.</p> <p>Som første skridt i dette arbejde udvikles en fælles rammefortælling for den virksomhedsrettede erhvervsfremmeindsats, der bygger på få tydelige værditilbud, der resonnerer hos de virksomheder, der er tiltænkte brugere af indsatsen. Værditilbud og rammefortælling skal være udgangspunkt for mere enkel og målgruppeorienteret</p>	

	<p>kommunikation om erhvervsfremmesystemets virksomhedsrettede tilbud og muligheder, der er anvendelig i kommunikationen på tværs af erhvervsfremmeindsatsen. Rammefortællingen og værditilbuddene skal favne og være attraktive for aktørerne i erhvervsfremmesystemet, og være lettilgængelige for virksomhederne på Virksomhedsguiden og via erhvervshusene.</p> <p>Arbejdet med at skærpe den virksomhedsrettede kommunikation vil involvere eksternt konsulentbistand og inddragelse af relevante aktører, herunder erhvervshusene. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse vil ligeledes blive inddraget, forventeligt på bestyrelsesmødet den 17. september 2024.</p> <p>Indsatsen foreslås finansieret af op til kr. 2 mio. af de 5 mio. kr., der er afsat til <i>evaluering, analyser, strategi og kommunikation m.v.</i> i Investeringsplan 2024. Arbejdet vil forløbe i 2024 med henblik på, at en ny styrket kommunikation kan være udrullet omkring årsskiftet 2024/2025 og kan følges op med kampagneaktivitet mv. i 2025.</p>
Indstilling	<p>Det <u>indstilles</u>, at bestyrelsen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Godkender, at der igangsættes kommunikationsaktiviteter til opfølgning på strategien, herunder arbejdet med skærpet virksomhedsrettet kommunikation, og at der disponeres op til 2 mio. kr. fra Investeringsplan 2024 hertil. • Drøfter muligheden for et event, fx et årsmøde, i økosystemet som et led i implementering af strategien.