

NOTAT

Bilag 3.2: Nyt brand

29. april 2025

Formål

Bilaget opsummerer anbefalingerne fra Kunde & Co. om skærpet virksomhedsrettet kommunikation, herunder etablering af et nyt brand for virksomhedsrettede indsatser finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse.

Baggrund

Bestyrelsen satte på baggrund af strategien et arbejde i gang med at skærpe den virksomhedsrettede kommunikation. Formålet er at øge kendskabet blandt virksomhederne til erhvervsfremmeindsatsens værditilbud ved en letforståelig og sammenhængende kommunikation. Til arbejdet er anvendt eksternt rådgivning fra Kunde & Co. Der er sket løbende inddragelse af virksomheder mhp. test af foreslåede løsninger, ligesom der er foretaget aktørinddragelse for at udvikle løsninger, der kan fungere i praksis. Bestyrelsen er løbende blevet orienteret om arbejdet.

Anbefalinger til kommunikationen om erhvervsfremmeindsatsen

Kunde & Co. identificerer en aktuel virkelighed, hvor virksomhederne møder en usammenhængende kommunikation om erhvervsfremmeindsatsen præget af forskellige kommunikationskoncepter samt mange brands, heraf en del med kort og projektspecifik levetid. På den baggrund anbefaler de at etablere et nyt brand ved navn *Virksomhedsudvikling Danmark*, som omfatter bestyrelsens virksomhedsrettede tilbud. Brandnavnet er deskriptivt og let at afkode, og det understøtter, at indsatsen har fokus på de virksomheder, der kan og vil udvikle. Navnet er testet blandt virksomheder, der grundlæggende opfatter det som let at forstå og bredt appellerende. Til brandet er udviklet og testet visuelle markører, herunder logo, der skal skabe samhørighed og genkendelighed på tværs af tilbud. Virksomhederne forbinder logoet med bl.a. vækst, udvikling og bevægelse, og vurderer det som moderne og letgenkendeligt. Brandet er udviklet, så det visuelt har sammenhæng til de to primære og kendte indgange: Virksomhedsguiden og erhvervshusene.

Kunde & Co. peger på, at løsningen reducerer en stor del af kompleksiteten ved at samle den fragmenterede kommunikation under ét brand. Brandet skaber med sammenhængende greb kontinuitet på tværs af både tid (bevilningsperioder), tilbud (signaturindsatser) og afsendere (operatører), hvorfor det vil fungere som et tydeligt pejlemærke, der styrker kendskab hos

Vejlsøvej 29
8600 Silkeborg
T: 3529 1700
@: deb@erst.dk
Erhvervsfremmebestyrelsen.dk

ERHVERVSMINISTERIET

Sag nr. 2024-16962

målgruppen over tid og tilknytning til dem, der kommunikerer om brandet. Løsningen bygger videre på kendskabet til de eksisterende indgange til erhvervsfremmesystemet, og det vurderes, at det kan implementeres bredt relativt omkostningseffektivt. Brandet vil tilføre gensidig værdi til de kommunikerende aktørers brands ved at etablere en genkendelighed og sammenhæng på tværs af tilbuddene, og ved at styrke synergien mellem aktørerne og dermed effekten af de enkelte kommunikationsindsatser.

Gradvis implementering

Det nye brand vil få en fremtrædende tilstedeværelse på Virksomhedsguiden, der benyttes af mere end 500.000 brugere årligt. I takt med, at operatørernes tilbud omfattes af de besluttede krav i tilsagnsvilkår, vil disse blive synlige som del af det nye brand, forventeligt i 2. halvår 2025. Virksomhedsguiden vil fra maj 2025 desuden kommunikere de fem faste værditilbud¹ og sikre sammenhæng til erhvervshusene, der tilbyder virksomhederne vejledning inden for de samme værditilbud. Endelig vil planlægges en kendskabskampagne, som sammen med de andre tiltag skal øge kendskabet til brandet og bidrage til at realisere bestyrelsens strategisk mål om at øge kendskabsgraden til værditilbuddene til 60 pct. blandt SMV'er.

Projektspecifikke brands og indsatsnavne som "Virksomhedsprogrammet" udfases, og alle indsatser markedsføres under Virksomhedsudvikling Danmark, hvor kommunikationen fokuseres på behovs- og situationsorienteret formidling af det enkelte tilbuds værdi og relevans for virksomheder. Herunder kan operatørers egen brandidentitet som fx erhvervshus eller klynge bevares.

Sekretariatet er opmærksom på, at det nye brand skal implementeres på tværs af forskellige indsatser og operatørtyper og vil derfor operationalisere det i dialog med de omfattede operatører. Den samlede løsning vil indskrænke operatørernes kommunikationsmæssige handlerum i tråd med bestyrelsens tidligere beslutninger. Det skal omvendt fremme overskuelighed og forenkling fra et virksomhedsperspektiv.

Videre proces

Sekretariatet arbejder videre med at konkretisere retningslinjer for implementering samt forbereder oplæg til en kampagne med det formål at øge kendskabet til brandet og de fem værditilbud. Idet bestyrelsen tidligere har besluttet at indføre krav i sine indsatser til operatørers virksomhedsrettede kommunikation, vil disse operatører markedsføre tilbuddene under det nye brand fremover i takt med, at de pågældende indsatser udrulles. Sekretariatet vil løbende monitorere det nye brands performance og gennemslagskraft.

1) 1) Kom godt fra start med din virksomhed, 2) Få styr på forretningen og spar tid og penge, 3) skab nye produkter, services og forretningsmodeller, 4) Øg salget med nye kunder, markeder og eksport og 5) Invester i bæredygtighed i din virksomhed.