

Punkt 6	Cover – Eksekvering af bestyrelsens kommunikation	Bilag 6.1
Formål	På bestyrelsesmødet i maj blev det besluttet at justere fokus for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses kommunikation. Denne strategiske beslutning omsættes løbende i bestyrelsens kommunikationsstrømme, hvoraf der fremlægges eksempelsamling til drøftelse med henblik på evaluering og eventuelle justeringer.	
Indstilling	Det indstilles, at bestyrelsen: ■ Drøfter den foreløbige eksekvering af kommunikationsstrategiens nye fokus. ■ Bidrager med input til den fremadrettede prioritering af kommunikationen.	
Drøftelse	Bestyrelsen kan drøfte: ■ Om fokus i det fremlagte bilag og videocase effektivt understøtter bestyrelsens strategiske retning og mål. ■ Hvordan kommunikationsindsatsen yderligere kan målrettes for at opnå størst mulig effekt blandt primære målgrupper.	
Sag	Baggrund Det blev på mødet i maj besluttet, at kommunikationsindsatsen for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse skulle styrkes og målrettes som en naturlig konsekvens af arbejdet med at skærpe den virksomhedsrettede kommunikation (brandet Virksomhedsudvikling Danmark). Bestyrelsen vedtog, at formålet med dens egen kommunikation er at synliggøre og konkretisere erhvervsfremmeindsatsens effekt og værdiskabelse for virksomheder gennem ord, tal og billeder. På den baggrund blev der vedtaget syv dogmer for bestyrelsens kommunikation, bl.a. at interessenter og beslutningstagere vil være den primære målgruppe, at kommunikationen skal basere sig på viden om effekt og værdiskabelse via analyser og data, kvalitative vidnesbyrd (cases o.l.) samt vil fokusere på strategisk sammenhæng med aktuelle erhvervsøkonomiske forhold og med ophæng i bestyrelsens egen strategi. Løsning Det nye fokus skal medvirke til, at aktørlandskabet og afledt virksomhederne i højere grad ser værdien af bestyrelsens investeringer. Kommunikationsstrategien implementeres sideløbende i takt med udrulning af det nye virksomhedsrettede brand Virksomhedsudvikling Danmark. Eksempler på eksekvering af det nye fokus for bestyrelsens kommunikation findes i bilag 6.2. Bilaget indeholder tre cases udgivet i maj og juni ifm. udmøntning af hhv. klyngeindsats, Virksomhedsprogrammet og Iværksætterprogrammet samt én AI-relateret case, der forventes at udkomme i forlængelse af bestyrelsesmødet. Fokus i de valgte cases er først og fremmest på at konkretisere den kommercielle værdi af det tilbud, den enkelte virksomhed har benyttet gennem autentiske, kvalitative vidnesbyrd. Bilaget indeholder desuden uddrag af opslag udgivet på bestyrelsens LinkedIn-profil i juni og juli med tal fra Virksomhedspanelet. Data bruges til at synliggøre viden om SMV'ernes behov samt formidle effekten af bestyrelsens indsatser i en saglig og transparent tonalitet. Videre proces Efter bestyrelsens drøftelse vil eventuelle input og justeringer blive indarbejdet i den videre eksekvering af kommunikationsstrategien.	