

## NOTAT



### Fonden til Markedsføring af Danmark - Redegørelse 2010

#### Forord

I 2010 blev Handlingsplanen for offensiv global markedsføring af Danmark positivt evalueret, og hovedkonklusionen var, at indsatsen har bidraget til at skabe et klarere og mere positivt billede af danske styrkepositioner i udlandet. Forligskredsen besluttede på den baggrund at fortsætte indsatsen, herunder Fonden til Markedsføring af Danmark, i 2011-2012. Der er med den nye aftale afsat i alt 67,4 mio. kr. til formålet 2011-2012.

Fonden medvirkede i 2010 aktivt til oprettelsen af to nye offentlig-privat markedsføringskonsortier. Food Organisation of Denmark (F.O.O.D.) blev etableret med det primære formål at øge omverdens kendskab til dansk gastronomi og fødevarer, og Global Connected blev ligeledes etableret for at markedsføre Danmark som en attraktiv flydestination og tiltrække nye interkontinentale flyruter til danske lufthavne.

Klimakonsortiet har i 2010 fortsat arbejdet med at skabe international opmærksomhed om grøn teknologi og danske klimaløsninger. Konsortiet har i 2010 afholdt konferencen "Global Green Growth" med fokus på at skabe vækst og beskæftigelse ved omstilling til en grøn økonomi. Yderligere iværksatte konsortiet arbejdet med at skabe et nationalt grønt brand for Danmark.

Fonden har desuden valgt at støtte tre store sportsprojekter, som afvikles i 2011. En af de helt store begivenheder i det kommende år er VM i landevejscykling, som afholdes i og omkring København. Mesterskabet forventes at blive en af de største begivenheder med internationale interesse, der afholdes i Danmark i 2011, og Dansk Cykel Union forventer, at op mod 50.000 tilskuere fra ind- og udland vil overvære begivenheden. Yderligere støtter fonden afholdelsen af EM for U21 fodboldlandshold og VM i BMX i 2011.

Evalueringen af Fondens indsats i 2007-2010 har bl.a. vist, at offentlig-privat samarbejde om markedsføring skaber den største effekt. Det anbefales derfor at styrke arbejdet med at initiere og fremme strategiske konsortiedannelser med kraftig erhvervsinvolvering. Med henblik på at udnytte dette potentiale og dermed sikre den nødvendige sammenhæng og volumen i markedsføringsindsatsen er det i den nye handlingsplan for perioden 2011-2012 fastsat, at fonden skal arbejde på at oprette tre nye

markedsføringskonsortier inden for henholdsvis sport, design og velfærdsløsninger samt videreføre de eksisterende konsortier.

Denne redegørelse præsenterer fondens arbejde i 2010. Først beskrives de af fonden støttede projekter, som blev gennemført i 2010. Derefter beskrives de projekter, som fonden i 2010 har givet tilsagn om at støtte, hvoraf nogle allerede er gennemført i 2010. Endelig redegøres for de offentlig-privat markedsføringskonsortier, som fonden har støttet.

**Jørgen Tandrup**

## **Indledning**

Fonden til Markedsføring af Danmark har siden 2007 arbejdet for at styrke udlandets kendskab til Danmarks styrker og kompetencer. Fonden skal deltage i og fremme større begivenheder, konferencer, kampagner mv. samt etablere og deltage i partnerskaber og konsortier, der bidrager til at fremme fondens formål.

I 2010 blev gennemført 7 projekter, som har modtaget støtte fra fonden.

## **Kultur**

I Danmark afholdes hvert år en lang række kulturbegivenheder, som tiltrækker internationale opmærksomhed til Danmark. Fonden har ydet støtte til tre kulturprojekter gennemført i 2010, der skal udbygge Danmarks omdømme som et kreativt land med et stærkt og innovativt kunst- og kulturliv.

Danske fotografer markerer sig allerede i dag internationalt indenfor samtidskunsthoto, modetofografi samt dokumentarfotografi og er anerkendte verden over for deres bidrag. Under paraplyorganisationen Copenhagen Photo Festival er samlet en lang række udstillingsarrangører, der tilsammen profilerer dansk fotografi internationalt og bringer den internationale fotoverden til Danmark. Festivalen ønsker at etablere sig som en tilbagevendende international, kulturel turistbegivenhed i København. Fonden har derfor støttet initiativet i 2010.

På filmområdet har Fondens støttet den internationale markedsføring af dokumentarfilmfestivalen, CPH:DOX, og kortfilmfestivalen, Odense Internationale Filmfestival. Begge har som målsætning at blive en must-attend begivenhed for den internationale filmbranche og dermed markedsføre Danmark som en kreativ filmnation.

## **Klima**

Med afsæt i klimatopmødet - COP15 - har fonden fortsat arbejdet med at udbygge Danmarks førende position på det grønne verdenskort og støtte indsatsen for at gøre Danmark til et af de ledende steder i verden, hvor konkrete løsninger på de globale, grønne vækstudfordringer udtænkes.

I regi af Klimakonsortiet afholdtes i november 2010 konference Global Green Growth med deltagelse af bl.a. OECD's generaldirektør Ángel Gurría, HKH Kronprins Frederik, statsministeren og en række andre prominente udenlandske talere. På konferencen blev diskuteret de globale udfordringer inden for de politiske rammebetingelser, erhvervslivets rolle og finansiering i relation til omstillingen til grøn vækst.

## **Sport**

Fonden har støttet et enkelt afholdt projekt inden for sportsområdet i 2010. Den internationale gymnastikfestival EUROGYM med deltagelse af over 4.000 børn og unge fra 12 år blev afholdt i juli i Odense. Under

EUROGYM præsenteredes unge fra hele Europa for, hvordan idræt og bevægelse integreres i unges hverdag i Danmark.

### Mode og design

Fonden har endvidere givet støtte til et enkelt stort fremstød på modeområdet, som skabte massiv omtale i udenlandske medier i 2010. Med udgangspunkt i international markedsføring af Copenhagen Fashion Week støttede Fonden bl.a. gennemførelsen af Verdens længste catwalk på 1,3 km. på strøget i København.

### Andre begivenheder

Endeligt har fonden givet bidrag til gennemførelse af Projektet ”Danmark – verdens bedste cykelland”, der blev afsluttet i 2010. Projektet har med afsæt i en række store internationale arrangementer fortalt om dansk cykelkultur og dansk viden om bæredygtig infrastruktur. Under COP15 fik internationale politikere og pressefolk stillet en cykel til rådighed til at transportere sig rundt i København og indsatsen fortsatte under EXPO2010 i Shanghai, hvor gæster cyklende kunne opleve den danske pavillon.

Støtte til gennemførte projekter i 2010 fremgår af tabel 1.

**Tabel 1: Gennemførte projekter i 2010, som har modtaget støtte fra Fonden til Markedsføring af Danmark**

Projekt	Beløb
<b>Sport</b>	
<i>EUROGYM 2010</i> International gymnastikfestival, hvor fysisk aktivitet sættes på dagsorden med Danmark som det gode eksempel	1,5
<b>Kultur</b>	
<i>Copenhagen Photo Festival</i> Fotografi-festival/udstilling, som profilerer dansk fotografi og bringer den internationale fotoverden til Danmark	1,4
<i>Dokumentarfilmfestivalen, CPH:DOX</i> International dokumentarfilmfestival samt andre særlige tilbud til den internationale filmbranche	1,4
<i>Kortfilmfestivalen Odense Internationale Filmfestival</i> Udviklingsstøtte med henblik på at løfte festivalen til en internationalt anerkendt dansk kortfilmsfestival.	1,0
<b>Klima</b>	
<i>Global Green Growth</i> International konference om grøn vækst afholdt af Klimakonsortiet	5,0
<b>Mode og design</b>	
<i>Copenhagen Fashion Week 2010 - verdens længste catwalk</i> Markedsføring af den københavnske modeuge	5,0
<b>Andet</b>	
<i>Danmark - Verdens Bedste Cykelland</i>	1,0

Markedsføring af Danmark som videnscenter for cyklisme og byplanlægning med fokus på cyklisme.	
<b>I alt</b>	<b>16,3</b>

Samlet set har fonden givet støtte til 7 projekter, der er gennemført i 2010. Projekterne dækker fondens temaområder og viser et bredt udsnit af danske styrkepositioner.

### Tilsagn om støtte givet i 2010

Fonden har i 2010 modtaget over 70 ansøgninger om støtte til diverse projekter inden for markedsføring af bl.a. danske kultur-, klima- og sport-events. Af de indkommende ansøgninger har fondens bestyrelse givet tilsagn om støtte på 59,6 mio. kr. til 15 forskellige projekter og markedsføringskonsortier, herunder f.eks. VM i landsvejscykling 2011, Copenhagen Fashion Week og oprettelsen af offentlig-privat markedsføringskonsortier inden for gastronomi og tiltrækning af internationale flyruter.

Fordelingen af de afgivne tilsagn i 2010 fremgår af tabel 2.

**Tabel 2: Forbrug i 2010 i mio. kr.**

	Beløb
Tilsagn om støtte til enkeltprojekter	24,0
Støtte til markedsføringskonsortier	35,6
<b>I alt</b>	<b>59,6</b>

Fonden har mulighed for at støtte større enkeltbegivenheder, der afholdes i Danmark, og som har potentiale til at markedsføre Danmark internationalt. Fonden har på den baggrund i 2010 udvalgt 11 projekter, som inden for flere områder markedsfører Danmark og danske styrker og kompetencer. En række af disse begivenheder er allerede afholdt og derved bidraget til fondens formål (se ovenfor).

Projekter, som fonden har givet tilsagn til i 2010, fremgår af tabel 3.

**Tabel 3: Støttede enkeltprojekter i 2010 i mio. kr.**

Projekt	Beløb
<i>Kultur</i>	
<i>CPH:DOX</i> . International dokumentarfilmfestival	1,4
<i>Odense Internationale Filmfestival</i> . Kortfilmfestival	1,0
<i>Copenhagen Photo Festival</i> . Fotografi-festival/udstilling	1,4
<i>Sport</i>	
<i>SportAccord Copenhagen</i> . Tiltrækning af konferencen Sport-Accord til Danmark*	5,0
<i>UEFA U21-EM</i> i 2011	2,6
<i>VM i Landevejscykling</i> i 2011.	2,0
<i>VM i BMX</i> i 2011	1,4
<i>EUROGYM 2010</i> . International gymnastikfestival	1,5
<i>Cop3nhag3n ROBOT</i> . International eSports-turnering	1,4

<i>Mode</i>	
<i>Copenhagen Fashion Week – Verdens længste catwalk.</i>	5,0
<i>Future Textiles - Tre uger med fokus på fremtidens tekstiler og tekstilmaterialer.</i>	1,5
<b>I alt</b>	<b>24,0**</b>

\* Det har på trods af tilsagn fra fonden ikke vist sig muligt at gennemføre projektet, hvorfor tilsagnet er bortfaldet.

\*\* afrundet

## Markedsføringskonsortier

I 2010 gennemførtes en evaluering af effekten af Fondens støtte siden 2007. Evalueringen viste, at etableringen af offentlig-privat samarbejder igennem markedsføringskonsortierne sikrer en meget stærk ramme for nyskabende udvikling af markedsføringen af Danmark. Med konsortiedannelsen fås en selvstændig og fagligt/markedsmæssigt funderet organisation, der kan arbejde fleksibelt og langsigtet i forhold til markedsprojekter inden for eget fagområde. Konsortiernes basale sekretariatsfunktion understøtter forskellige kort- og langvarige underprojekter og tiltag og bidrager dermed til at skabe tværgående relationer, netværk og optimering af kommunikationseffekten, som markedsføringsindsatsen kan bygge videre på.

Fonden til Markedsføring af Danmark har siden 2008 medvirket til oprettelsen af fire konsortier inden for klima, tiltrækning af internationale konferencer, tiltrækning af interkontinentale flyruter samt fødevarer og gastronomi. Ifølge Handlingsplanen for offensiv global markedsføring af Danmark 2011-2012 skal fonden støtte oprettelsen af yderligere tre nye konsortier inden for markedsføring af dansk design, velfærdsløsninger samt afvikling af internationale sportsbegivenheder i Danmark.

Nedenfor er præsenteret de eksisterende markedsføringskonsortier og deres resultater i 2010.

### Klimakonsortiet

I 2008 blev Klimakonsortiet blev oprettet i samarbejde imellem Dansk Industri, Dansk Byggeri, Dansk Energi, Landbrug og Fødevarer og Vindmølleindustrien og Fonden til Markedsføring af Danmark. Med afsæt i det danske værtskab for COP15 markedsfører Klimakonsortiet danske svar på globale klimaudfordringer herunder danske virksomheders kompetencer inden for klimaløsninger og -teknologi.

Med den nye handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark 2011-2012 blev det besluttet at videreføre Klimakonsortiet til udgangen af 2012. Konsortiet har på den baggrund iværksat en række nye projekter, som skal udbygge den internationale opmærksomhed om Danmarks vilje og evne til at løse internationale klimaproblemer. Konsortiet arrangerede bl.a. i november 2010 konferencen ”Global Green Growth” om udfordringerne ved omstillingen til global grøn vækst. Konferencen

tiltræk over 200 internationale beslutningstagere og skabte massiv medieomtale i udlandet.

Yderligere har konsortiet påbegyndt arbejdet med at skabe et grønt brand for Danmark, som skal være en fælles markedsføringsplatform ved salg af bl.a. danske clean tech teknologier i udlandet samt tiltrække udenlandske investeringer og talenter til Danmark.

Fonden har i 2010 bevilget i alt 13,6 mio. kr. til konsortiets arbejde.

#### Meetdanmark

Meetdenmark er en national satsning, der skal bringe Danmark i front som værtsnation for verdens mest betydningsfulde begivenheder inden for politik, klima, kultur, økonomi og forskning.

Meetdenmark-projektet løber fra 2009-2011 og samler landets toneangivende udbydere på kongresmarkedet om det fælles mål at vinde flere internationale konferencer og begivenheder til landet. Målsætningen for konsortiet er at byde på værtskaber for minimum 120 internationale konferencer og vinde 60 af disse, hvilket forventes at tiltrække 40-50.000 delegerede til Danmark fra hele verden.

Fonden bidrager med 5 mio. kr. til det samlede projekt.

#### Global Connected

Den internationale adgang til Danmark er afgørende for erhvervslivet og for tiltrækningen af turister og internationale begivenheder til Danmark. På den baggrund vil en række offentlige og private aktører i konsortiet "Global Connected" markedsføre Danmark som destination med henblik på at tiltrække nye interkontinentale flyruter.

Konsortiet søger gennem markedsføring af Danmark som destination for oplevelser, begivenheder og investeringer at tiltrække nye internationale flyruter til Danmark især fra oversøiske vækstøkonomier.

Målsætningen for det nyoprettede konsortium er, at det inden for fire år skal tiltrække 10 nye ruter med ca. 290.000 passager til Danmark.

Fonden støtter konsortiet med 10 mio. kr.

#### Food Organisation of Denmark, F.O.O.D.

Danmark er internationalt anerkendt for fremragende gastronomiske oplevelser med alt fra restauranter i den absolutte verdensklasse til fødevarer og produkter af høj kvalitet. Konsortiet er oprettet i 2010 og består udover Fonden af Arla Foods, Danish Crown, Danmarks Fiskehandlere og Team Gastronomi Danmark.

Formålet med F.O.O.D. er at markedsføre Danmark som et gastronomisk oplevelsesland med stærke kvalitetsfødevarer, herunder at lave international PR og skabe nye skelsættende begivenheder mv., der sætter Danmark på det gastronomiske verdenskort.

Fonden har bevilget 12 mio. kr. til konsortiets arbejde.

I tabel 4 er præsenteret tilsagn til markedsføringskonsortierne i 2010.

**Tabel 4: Tilsagn til markedsføringskonsortier i 2010**

	<b>Beløb</b>
<b>Klimakonsortiet herunder</b>	<b>13,6</b>
- Driftsbevilling 2010	3,0
- Grøn vækst konferencen ”Global Green Growth”	5,0
- Markedsføring af Danmark som grøn nation: Udvikling og aktivisering af et grønt brand for Danmark	5,6
<b>Meetdenmark.dk</b>	<b>0,0*</b>
<b>Global Connected</b>	<b>10,0</b>
<b>F.O.O.D.</b>	<b>12,0</b>
<b>I alt</b>	<b>35,6</b>

\* Fonden gav i 2008 tilsagn om støtte på 5 mio. kr. frem til 2011. Der er ikke givet nyt tilsagn til projektet i 2010.



**Bestyrelsen**

Fonden til Markedsføring af Danmark bestod i 2010 af følgende personer:

- Fhv. adm. direktør Jørgen Tandrup (formand)
- Bestyrelsesformand Michael Christiansen, Danmarks Radio
- Departementschef Michael Dithmer, Økonomi- og Erhvervsministeriet (næstformand)
- Adm. direktør Susanne Folmer, Lykkeberg
- Vicedirektør for uddannelse Hanne Harmsen, Københavns Universitet
- Bestyrelsesformand Peter Højland, Bikubenfondene
- Departementschef Karoline Prien Kjeldsen, Kulturministeriet
- Direktør Søren Kragelund, Fårup Sommerland
- Direktør Eva Kruse, Danish Fashion Institute
- Chef for Danmarks Eksportråd Anne Steffensen, Udenrigsministeriet