

Aktiviteter og støttede projekter

Fonden til Markedsføring af Danmark 2008



Forord

”jo mere udlændinge kender til Danmark og danskerne, jo bedre kan de lide os”.

Derfor skal vi øge kendskabet til Danmark og danskeres styrker og kompetencer. Særligt ved at invitere udlændinge til Danmark for at se de mange kvaliteter, vi har at byde på.

Fonden tildeler derfor efter ansøgning midler til projekter, der er med til at fremme dette mål. Vi sikrer derved, at det er de mange danskere, der har noget at byde på indenfor klimateknologi, design, idræt, kultur og andre vigtige områder, der bidrager til at løfte den store opgave, det er at markedsføre Danmark.

De projekter, fonden støtter, markedsfører Danmark med udgangspunkt i danskernes styrker og kompetencer. Det skal sikre sammenhæng mellem, hvad vi siger, og hvad vi rent faktisk gør. Derved undgår vi, at markedsføringen bliver flotte ord uden indhold.

Samtidig er det vigtigt, at projektdeltagerne medfinansierer mindst halvdelen af projekterne. Det er nemlig ansøgerne, der skal drive og gennemføre projekterne og derved markedsføre Danmark – ikke fonden. Og det er derfor afgørende, at de også selv er villige til at bidrage med andet end flotte ord.

Det glæder os på denne baggrund meget, at vi i fonden i det forløbne år har kunnet støtte projekter af høj kvalitet, der formår at formidle et klart og positivt billede af Danmark til udlandet.

Jørgen Tandrup
Formand for bestyrelsen

Indledning

Kendskabet til Danmarks styrker og kompetencer skal øges, så Danmark fortsat kan stå stærkt i den internationale konkurrence om studerende, investeringer, turister og markedsandele. Det er målet med initiativerne i Handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark, hvoraf Fonden til Markedsføring af Danmark er det største og vigtigste enkelt-initiativ.

Formålet med fonden er således at øge udlandets kendskab til Danmarks styrker og kompetencer ved at deltage i og fremme større begivenheder, konferencer og kampagner, der er solidt forankret i det danske samfund.

Det betyder konkret, at fonden ofte er dét rammevilkår, der skaber mulighed for at sætte en lang række af de indsatser og initiativer i gang, der har potentiale til at markedsføre Danmark i udlandet. Enten ved at tiltrække udlændinge til Danmark, så de ved selsyn kan se, hvad Danmark har at byde på. Eller ved at skabe positiv omtale af Danmark og danske kompetencer i udlandet.

I 2008 har fonden modtaget i alt 127 ansøgninger om støtte for ca. 583 mio. kr. Der er i alt uddelt godt 65,6 mio. kr. til 19 projekter. Fælles for de støttede projekter er, at de alle bidrager til at markedsføre Danmark inden for de 4 temaområder, som fremgår af handlingsplanen:

- Ansvarligt og afbalanceret
- Høj kvalitet
- Eksperimenterende og modigt
- Miljøbevidsthed, enkelhed og effektivitet

Fonden har med dette udgangspunkt i det forløbne år spillet en afgørende rolle i arbejdet med at skabe et klart og positivt billede af Danmark.

Dette gælder særligt fondens markante satsning på at markedsføre danske kompetencer inden for klima- og energiteknologi. Klimatopmødet i København i december 2009 forventes at tiltrække regeringsledere og journalister fra hele verden. Topmødet er dermed også en unik platform for markedsføring af de stærke danske løsninger på klimaområdet.

Det skal udnyttes, og derfor har fonden med sin største satsning på 25 mio. kr. – der matches af et endnu større privat bidrag fra partnere og sponsorer – taget initiativ til at etablere et ambitiøst offentligt-privat partnerskab med Klimakonsortiet. Konsortiet har ansvaret for at sikre effektiv koordinering og gennemføre en række konkrete projekter, der skal sikre, at Danmarks stærke kompetencer på dette væsentlige område bliver yderligere kendt i udlandet.

På turismeområdet har fonden været med til at etablere et nationalt konsortium, der skal skaffe flere kongresser og konferencer til Danmark. Konsortiet MeetDenmark.dk dækker hele Danmark og har udover fonden deltagelse af Syddansk Turisme, VisitAalborg, VisitAarhus, Wonderful Copenhagen og VisitDenmark.

Udover at spille en central rolle i etableringen af disse to konsortier, har fonden gjort det muligt at sætte gang i udvalgte projekter indenfor en række områder, hvor der er særligt gode muligheder for markedsføring af Danmark.

På idrætsområdet har fonden således for eksempel ydet støtte til, at der også kommer opmærksomhed på København og Danmark som del af den massive internationale pressedækning, der vil være i forbindelse med Den Internationale Olympiske Komité's kongres i København i 2009, hvor det besluttes, hvem der skal være vært for OL i 2016.

World Outgames, der betragtes som OL for homo-
seksuelle, har ligeledes fået tilsagn om støtte til at
markedsføre Danmark som et afslappet og tolerant
samfund på idrætsområdet, hvor alle har mulighed
for udfoldelse.

Begge begivenheder forventes at tiltrække tusind-
vis af gæster til Danmark og få massiv global me-
diedækning.

Fondens samlede forbrug fremgår af tabel 1.

Tabel 1 FORBRUG I 200 I MIO. KR.

	Beløb
Indskud til stiftelse af Klimakonsortiet	6,5
Støtte til konkrete projekter i regi af Klimakonsortiet	15,0
Konsortiet MeetDenmark.dk	5,0
Tilsagn om støtte til enkeltprojekter	38,7
Udgifter til kommunikationsvurdering af ansøgninger	0,4
I alt	65,6

Fonden har i 2008 haft 76,6 mio. kr. til uddeling (heraf 59,1 mio. kr. fra Finanslov for 2007). Fonden overfører derfor 11,0 mio. kr. til uddeling i 2009. Heraf 5,5 mio. kr. til projekter i regi af Klimakonsortiet.

Fakta om Fonden til Markedsføring af Danmark

.....

Fonden tildeler efter ansøgning støtte til projekter m.v., der kan bidrage til fondens formål. Fonden kan endvidere deltage i og etablere partnerskaber og konsortier, der bidrager til at fremme fondens formål.

.....

Bestyrelsen for Fonden til Markedsføring af Danmark består af en formand, en næstformand og 8 medlemmer udpeget af økonomi- og erhvervsministeren. Bestyrelsen skal tilsammen have viden om dansk erhvervsliv, uddannelse og kulturliv samt indsigt i den indsats for at markedsføre Danmark, der varetages af staten.

Fondens bestyrelse blev nedsat i oktober 2007 og havde sit første møde i januar 2008. Bestyrelsen for fonden har afholdt 4 bestyrelsesmøder i 2008 i henholdsvis januar, marts, juni og oktober måned.

Tilsagn om støtte til konkrete projekter

Fonden har i 2008, som det fremgår af tabel 2, støttet 14 projekter inden for en række forskellige områder.

Tabel 2 STØTTEDE ENKELTPROJEKTER I 2008 I MIO. KR.
– ekskl. konsortier

Projekter	Beløb
Erhverv	
COPENMIND	3,0
Et nyt initiativ, der skaber en ny platform for at skabe partnerskaber mellem universiteter og industri. Den første udgave af COPENMIND fandt sted 1.-3. september i Bella Centret i København.	
INDEX: – Danish Design to Improve life	3,0
Den internationale anerkendte INDEX:-pris skal markedsføres yderligere internationalt. INDEX: afholdes i august 2009 ved flere forskellige events rundt om i København.	
Markedsføring af nye værdier i træ- og møbelbranchen	2,9
Projektet vil markedsføre et nyt og mere nuanceret billede af den danske møbel- og træindustri. Projektet løber i perioden oktober 2008 til ultimo 2010.	
Kultur	
ASSITEJ Verdenskongres 2011 – Building Bridges, Crossing Borders	1,6
Assitej, den internationale organisation for professionelt teater for børn og unge, afholder i 2011 sin Verdenskongres i Danmark. Kongressen afholdes i København/Malmø i maj 2011 med forventning om 1.200 deltagere og ca. 35.000 tilskuere.	
CPH:FILM FEST	4,5
De københavnske filmfestivaler samles til en festival for at skabe en større og mere synlig filmfestival i København. CPH:PIX går i luften for første gang 16. – 26. april 2009.	
European Film Awards 2008	1,0
Afholdelse af stor europæisk prisuddeling i Forum, København, den 6. december 2008.	
IMPACT	2,2
Et internationalt og nyskabende kunst- og forskningsprojekt, der fokuserer på klimaforandringerne. Udstillingsdelen åbnes samtidig med klimatopmødet i København i november-december 2009.	

– fortsat

Sculpture by the Sea	1,5
Udstilling af skulpturer langs kysten syd for Århus Havn i juni måned 2009 med forventning om 250.000 gæster og god mediedækning i især Nord-europa og Australien.	
SPOT Festival	2,0
Yderligere fokuseret international markedsføring af SPOT festival, der er en af Danmark og Skandinaviens væsentligste udstillingsvinduer for ny dansk musik. SPOT afholdes i Århus i juni 2009 og vil tiltrække fremtrædende musikskribenter fra hele verden.	
U-Turn Kvadriennale for Samtidskunst	2,4
Den mest ambitiøse udstilling for dansk og international samtidskunst på dansk grund nogensinde. Udstillingen blev afholdt 5. september – 9. november 2008 bl.a. i Carlsbergs gamle tappehal og Kunsthallen Nikolaj i København.	
WOMEX – The World Music Expo	3,0
København har vundet værtskabet for WOMEX, verdens største internationale begivenhed inden for verdensmusik. Begivenheden løber over fem dage hvert år i oktober og forventes årligt at tiltrække 3.000 branchefolk fra 100 nationer.	
Idræt	
Copenhagen 2009 World Outgames	6,1
World Outgames er en stor sports-, kultur- og menneskerettighedsbegivenhed for bl.a. homoseksuelle i København i perioden 25. juli til 2. august 2009 med forventning om 6.500 deltagere og 10.000 udenlandske tilskuere.	
121th IOC Session & XIII Olympic Congress Copenhagen 2009 Denmark	3,0
Markedsføring af Danmark i forbindelse med Den Olympiske Komites kongres i København i oktober 2009. Det forventes, at 4.000-5.000 personer vil komme til København i anledning af kongressen, herunder ca. 800 journalister.	
Arkitektur	
Building Sustainable Communities World Tour	2,5
Udstilling om bæredygtigt arkitektur sendes på turne til væsentligste messer og konferencer på byggeriområdet. Udstillingen sendes i hele 2009 til førende internationale messer og konferencer i bl.a. New York og Sao Paulo.	
I alt	38,7

Klimakonsortiet

Fonden har som nævnt satset markant på at markedsføre danske kompetencer inden for klima- og energiteknologi gennem etablering af Klima-konsortiet. Målet med denne ambitiøse satsning er at styrke kendskabet og skabe størst mulig opmærksomhed omkring danske virksomheders klimavenlige produkter og teknologier frem mod FN's klimakonference, der holdes i København i slutningen af 2009.

Klimakonsortiet er et partnerskab mellem Fonden til Markedsføring af Danmark, DI, Dansk Byggeri, Dansk Energi, Landbrugsraadet og Vindmølleindustrien.

Fonden har i alt afsat 25 mio. kr. til klimainsatsen, hvoraf de 6,5 mio. kr. er gået til stiftelse af konsortiet. De resterende 18,5 mio. kr. indgår til støtte af konkrete projekter, der gennemføres i regi af konsortiet.

Klimakonsortiet har desuden sikret et betydeligt bidrag på foreløbigt 27 mio. kr. fra privat side til konsortiets arbejde. Fondens midler bliver således mere end fordoblet fra private deltagere, hvormed den samlede markedsføringseffekt også må forventes at øges tilsvarende.

Herudover bidrager en række private virksomheder og organisationer med medarbejdere og ressourcer til de konkrete projekter, der igangsættes i regi af konsortiet.

Fonden til Markedsføring af Danmark har i regi af Klimakonsortiet uddelt støtte til foreløbigt fem projekter med et samlet tilsagn om støtte på i alt 15 mio. kr., mens midler fra privat side finansierer mindst det tilsvarende beløb til projekterne.

Fonden har f.eks. i regi af Klimakonsortiet støttet projektet EnergyMap.dk med 6,3 mio. kr. Målet er at etablere en samlet engelsksproget portal for danske klima- og energieffektive teknologier. Portalen bliver lanceret op til FN's klimakonference i København i slutningen af 2009 med det formål globalt at skabe opmærksomhed og overblik over danske klima- og energieffektive teknologier.

Fondens samlede engagement i Klimakonsortiet fremgår af tabel 3.

Tabel 5 OVERSIGT OVER FONDENS INDSKUD I KLIMAKONSORTIET I MIO. KR.

Projekter	Beløb
Stiftelse af Klimakonsortiet	6,5
Uddelte midler i regi af klimakonsortiet	
EnergyMap.dk	6,3
Etablering af Danmarks nationale internetportal for klima- og energieffektive teknologier. EnergyMap.dk lanceres i januar 2009 som en vigtig del af optakten til markedsføringen af Danmark i forbindelse med Klimatopmødet.	
EnergyTours	1,9
Faglige, udenlandske besøg til den danske klima- og energisektor frem mod, under og efter klimatopmødet. Målet er blandt andet at invitere repræsentanter fra verdens "100 DONG'er" på besøg. Besøgene finder sted i hele 2009 frem mod topmødet.	
Global Platform - Danish Solutions	3,0
Klimakonsortiet, Dansk Arkitektur Center og arkitektfirmaet CEBRA udvikler en udstilling, der viser danske bud på globale klimaudfordringer. Udstillingen forventes at blive den centrale udstilling i Bella Centret under selve klimatopmødet i december 2009.	
IARU - International Alliance of Research Universities	3,0
Projektet er en international forskerkongres om klimaforandringer arrangeret af IARU (Københavns Universitet i samarbejde med en række af verdens førende universiteter som fx Oxford, Cambridge, Yale, Berkeley, Tokyo og Peking). Forskerkongressen afholdes i Bella Centret 10.-12. marts 2009.	
Internationale klima- og energijournalister	1,0
– øget kendskab til danske klimaløsninger: Projektet vil trække internationale journalister og andre meningsdannere til Danmark. Projektet søger at skabe omtale af klimaløsninger frem mod topmødet i december 2009.	
I alt	21,7

Det forventes, at Klimakonsortiet i løbet af vinteren 08/09 vil igangsætte og støtte yderligere projekter, der alle skal skabe opmærksomhed omkring danske virksomheders klimavenlige produkter og teknologier frem mod klimatopmødet i december 2009. Konsortiet har desuden en særdeles væsentlig koordinerende rolle på området, og har i den forbindelse blandt andet udviklet en samlet kalender, hvoraf alle erhvervs- og forskningsrelaterede aktiviteter frem mod og under COP15 fremgår.

Konsortiet MeetDenmark.dk

Fonden til Markedsføring af Danmark har også sat sig på, at Danmark i endnu højere grad skal tiltrække internationale topmøder og konferencer. Fonden har derfor bidraget til etableringen af et nationalt konsortium sammen med Syddansk Turisme, VisitAalborg, VisitAarhus, Wonderful Copenhagen og VisitDenmark.

Formålet med konsortiet er, i samarbejde med landets fem store universiteter og virksomhederne i møde- og konferenceindustrien, at tiltrække flere internationale konferencer og topmøder til Danmark.

Internationale konferencer og kongresser er en betydelig kilde til international turisme i Danmark. Værditilvæksten på dette område er stor: Dels er markedet i vækst, og dels lægger erhvervsturister generelt flere penge end almindelige turister. Også i kvalitativ henseende er denne type turister værdifulde for Danmark, idet der ofte er tale om opinionsdannere som f.eks. forskere, erhvervsledere, journalister, politikere, kunstnere, debattører og faglige eksperter.

Det anslås, at MeetDenmark projektet samlet set kan bringe ca. 60 internationale top-konferencer med til sammen 40-50.000 delegerede til Danmark.

Fonden bidrager til arbejdet med 5 mio. kr., og fondens sekretariat er sammen med VisitDenmark repræsenteret i konsortiets bestyrelse med henblik på at sikre en tæt og effektiv koordination med de øvrige aktiviteter på området.

Projektets samlede budget er på ca. 22,5 mio. kr., så også her er fondens bidrag blevet brugt til at rejse yderligere midler til indsatsen, hvilket også gerne skulle bidrage tilsvarende til den samlede effekt. Projektet forløber fra 2008-2011

U-TURN

JAN
RMAN
JET?

U-TURN

KUNNE DEN
BEDSTE KUR MOD
FRYGT VÆRE
NYSGERRIGHED?

REPLACE
FEAR OF
UNKNOWN
WITH CUP

U-TURN

ADRIENNALE FOR SAMTIDSKUNST

ANIAL FOR CONTEMPORARY ART

VESTER VOLDGADE 96

DK 1552 KØBENHAVN V

WWW.UTURN-COPENHAGEN.DK

INFO@UTURN-COPENHAGEN.DK

+45 3391 6111

Bestyrelsen

Fonden til Markedsføring af Danmarks bestyrelse består af følgende personer, listet med formanden først og de øvrige medlemmer i alfabetisk rækkefølge.

- 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
- Direktør *Henrik Höhrmann*,
Legoland
- Bestyrelsesformand *Peter Højland*,
Bikubenfondene
- Departementschef *Karoline Prien Kjeldsen*,
Kulturministeriet
- Direktør *Eva Kruse*,
Danish Fashion Institute
- Chef for Danmarks Eksportråd *Anne Steffensen*,
Udenrigsministeriet

Økonomi- og Erhvervsministeriet
Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Telefon: 3393 3350
Mail: oem@oem.dk
www.oem.dk
www.brandingdanmark.dk