

Q&A til kommunikationsforpligtelsen for virksomhedsrettet kommunikation

Alle svar i denne Q&A er betinget af, at kommunikationsforpligtelsen fremgår som et vilkår af tilsagn og vedrører den virksomhedsrettede kommunikation. Dvs. forpligtelsen gælder ikke intern kommunikation mellem fx projektpartnere.

1 Q: Hvor findes de konkrete kravsspecifikationer for kommunikationsforpligtelsen?

1 A: Kommunikationsforpligtelsen og relevante dokumenter herom er samlet her: [Kommunikationsforpligtelse og brug af Virksomhedsudvikling Danmark | Udvikling i Danmark](#).

Ved spørgsmål kan chefkonsulent Sidse Andrea Jæger kontaktes på sidjae@erst.dk.

Vær opmærksom på, om dit projekt indeholder EU-midler og dertil knyttede vilkår. Læs mere om disse her: [Projekter med EU-midler | Udvikling i Danmark](#)

2 Q: Er brandguiden udtryk for krav?

2 A: Brandguiden indeholder anbefalinger og inspiration til den gode kommunikation fra brandet. Kravene fremgår af tilsagn, Støtteberettigelsesvejledning og designkrav. Designkravene fremgår også af brandguiden.

3 Q: Hvor finder jeg billedbiblioteket?

3 A: Billedbiblioteket tilhørende brandet ligger på Virksomhedsguiden og tilgås via redaktørweb og mediebiblioteket med MitID Erhverv, se [Kommunikationsforpligtelse og brug af Virksomhedsudvikling Danmark | Udvikling i Danmark](#)

4 Q: Af hvem og hvornår må Virksomhedsudvikling Danmarks billedbiblioteket anvendes?

4 A: Billedbiblioteket må anvendes af alle aktører, der kommunikerer om tilbud under

Virksomhedsudvikling Danmark, men kun i relation til brandet. Brug af billedbiblioteket er ikke et krav, men det kan tjene som eksempelsamling for brandets visuelle udtryk.

5 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, når omfattede tilbud kommunikeres af en økonomisk partner, der ikke er tilsagnsmodtager (fx Lokale erhvervsservice)?

5 A: Kommunikationsforpligtelsen gælder al virksomhedsrettet kommunikation om tilbud finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, uanset hvem der kommunikerer herom. Det er tilsagnsmodtagers ansvar, at øvrige økonomiske partnere overholder forpligtelsen.

6 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, når virksomhederne kommunikerer om tilbud og gennemførelse?

6 A: Virksomheder, der indgår som slutbrugere af projektet, er aldrig omfattet af designkravene.

7 Q: Hvordan forholder kommunikationsforpligtelsen sig til materialer, som ikke er betalt med midler fra Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, eller som finansieres fra tidligere programperioder, der ikke er omfattet?

7 A: Det vigtige er ikke, hvem der har betalt for at lave materialet, men at selve tilbuddet, der kommunikeres om og rekrutteres til, er omfattet af kommunikationsforpligtelsen ved vilkår fastsat i tilsagnet.

8 Q: Hvordan forholder kommunikationsforpligtelsen sig til eksisterende websites, kanaler og brands for samt kommunikation om projekter?

8 A: Hvis kommunikationsforpligtelsen er et vilkår i tilsagnet, kan der hverken oprettes eller opretholdes særskilte websites, kanaler eller brands for projekter eller en samling af tilbud o. lign.

9 Q: Hvordan skal tilbuddene omtales over for virksomhederne i rekruttering og projektgennemførelse, når man ikke kan anvende projektnavne (samling af tilbud) i kommunikationen?

9 A: Tilbuddene skal omtales deskriptivt og behovsorienteret, fx som tilskud, netværk eller forløb, der løser konkrete udfordringer hos virksomhederne. Virksomhederne skal ikke orienteres om, hvilket projekt eller samling af tilbud, det konkrete tilbud er en del af. Læs anbefalingerne og få inspiration og eksempler i brandguide for Virksomhedsudvikling Danmark.

10 Q: Hvordan sikres kontrolsporet på fx sociale medier, når der ikke anvendes projektnavne i ekstern kommunikation?

10 A: Det er stadig operatørens ansvar at opretholde et robust kontrolspor. Dette kan fx gøres ved at notere back end i systemer (fx campaign manager) og lave udtræk, ved skærbilleder, der navngives med projektnavn og journalnummer og gemmes i mappestruktur ved fx sociale medier eller ved at anvende diskret brug af projektets journalnummer som teknisk reference på kommunikation som eksempelvis publikationer, roll ups, slides mm.

11 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, hvis en operatør fortæller om sin deltagelse ved et tidligere afholdt event eller formidler en case, men hvor der ikke er tale om rekruttering til et omfattet tilbud?

11 A: Kravet gælder kommunikation, der rekrutterer til et tilbud, der er finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, og hvor kravet fremgår af vilkåret. Hvis kommunikationen alene er en reportage eller en case typisk af bagudrettet karakter, er den derfor ikke omfattet. Også selvom eventet, der reporteres fra, er støttet via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, eller at casen vedrører et tilbud, støttet via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse. Der skal dog informeres om, at tilbuddet er en del af Virksomhedsudvikling Danmark enten via logo eller i teksten.

12 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, hvis et omfattet tilbud kommunikeres i sammenhæng med indhold, der ikke er omfattet af kravet?

12 A: Kravet gælder altid, hvis kommunikationen eller dele af kommunikation omhandler et virksomhedsrettet tilbud finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, også selvom det kommunikeres i sammenhæng med f.eks. en case, en reportage fra et tidligere event eller et vidensopslag. Operatøren må gerne formidle begge typer kommunikation i

sammenhæng, men i så fald indtræder kravet. Alternativt skal operatøren adskille kommunikationen fra hinanden, så den rekrutterende kommunikation til Virksomhedsudvikling Danmarks tilbud står for sig, ligesom den ikkeomfattede kommunikation (reportage, case mfl.) har egen kommunikation

13 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, hvis kommunikationen vedrører rekruttering direkte til Virksomhedsudvikling Danmarks tilbud, og samtidig rekruttering til en anden type af hjælp fx personlig vejledning?

13 A: Kravene gælder kommunikation, der rekrutterer til et tilbud, som er finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, og hvor forpligtelsen, fremgår af vilkåret, herunder brug af logo, rammer mfl. Kravet er desuden, at henvisninger til tilbud finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse altid skal linke til en fyldestgørende beskrivelse på Virksomhedsguiden. Kravet forholder sig ikke til, om man må henvise til andre tilbud samtidig, fx personlig sparring eller afklaring (ring til en medarbejder eller lign.), der ikke er et decideret omfattet tilbud.

14 Q: Hvordan forholder kommunikationsforpligtelsen sig til tilbud, der både er oprettet på Virksomhedsguiden og på operatørernes egne websites, fx på en projekt-underside?

14 A: Kravet er, at virksomhedsrettet kommunikation af alle tilbud finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse altid skal linke til en fyldestgørende beskrivelse på Virksomhedsguiden. Kravet er desuden, at der ikke må oprettes eller opretholdes særskilte projektspecifikke kanaler for indsatser henvendt virksomheder.

15 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, når andre tilskudsgivere ønsker deres logo anvendt i kommunikationen?

15 A: Kommunikationsforpligtelsen forholder sig ikke til, hvor mange aktører og logoer, der kan kommunikeres sammen med Virksomhedsudvikling Danmark. Det gælder uanset, hvilket medie, der benyttes, så længe designkravene for brandet overholdes. På Virksomhedsguiden er det teknisk muligt at tilføje et ubegrænset antal logoer, men Virksomhedsudvikling Danmark skal angives som primær udbyder af tilbuddet.

16 Q: Hvordan forholder kommunikationsforpligtelsen sig, hvis målgruppen er engelsktalende?

16 A: Kommunikationsforpligtelsen forholder sig ikke til, hvilket sprog, der kommunikeres på. Det er op til den enkelte operatør at tilpasse sprog til målgruppens behov, og tilbud kan oprettes på eksempelvis engelsk. Virksomhedsudvikling Danmarks brandnavn og logo er altid på dansk.

17 Q: Hvordan gælder kommunikationsforpligtelsen, når man som medlemsorganisation formidler tilbud, der er eksklusivt for medlemmer?

17 A: Kommunikation fra en medlemsorganisation om tilbud, der kun er tiltænkt medlemmer, men som samtidig er et virksomhedsrettet tilbud finansieret via Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, er omfattet af kravene, inklusive kravet om fyldestgørende beskrivelse på Virksomhedsguiden. Det kan fx være netværksaktiviteter eller events med krav om brugerbetaling. Hvis kravet om brugerbetaling stammer fra statsstøttere reglerne, skal det tydeligt fremgå, hvordan man bliver medlem og dermed får adgang til tilbuddet. Alternativt skal det fremgå, hvordan man får adgang som ikke-medlem.

18 Q: Vil der blive afviklet kampagner for Virksomhedsudvikling Danmark, og hvordan struktureres disse i forhold til operatørerne og Virksomhedsguiden?

18 A: Der planlægges afvikling af kampagner fra brandet med det formål at understøtte udrulning af brandet og kendskabet til værditilbuddene og dermed synliggøre de mange tilbud for virksomhederne.

19 Q: Hvis et tilbud tilhører flere værditilbud, hvordan kommunikeres det da på Virksomhedsguiden?

19 A: Virksomhedsguiden giver teknisk mulighed for at opmærke tilbud til flere værditilbud, men det anbefales, at tilbud knyttes til få og relevante værditilbud af hensyn til overskuelighed for virksomhederne.

20 Q: Hvornår og hvordan skal logo og ramme anvendes?

20 A: Det skal anvendes i overensstemmelse med tilsagnsvilkår samt øvrige links på udviklingidanmark.dk med vejledninger til specifikationer for brug og placering, Forpligtelsen forholder sig ikke til, *hvor* logoet skal placeres, men at det placeres synligt og af samme størrelse som andre logoer.

21 Q: Hvis der anvendes flere billeder i samme opslag på sociale medier, fx i et karrusel-format, skal rammen da anvendes på alle billeder?

21 A: Kommunikationsforpligtelsen gælder for alle billeder, herunder brug af ramme og logo.

22 Q: Hvordan forholder kommunikationsforpligtelsen sig til projektgennemførende aktiviteter som f.eks. tilmeldingsdokumenter, tilsagn, opfølgning, afrapportering m.m. til og med virksomhederne?

22 A: Al virksomhedsrettet kommunikation er omfattet af kommunikationsforpligtelsen, dvs. logo skal anvendes på kommunikation til og med virksomheder, ligesom projektnavne (en samling af tilbud) ikke kan anvendes i den virksomhedsrettede kommunikation.

23 Q: Har Virksomhedsudvikling Danmark et payoff?

23 A: Nej, der er ikke defineret en afmelding for brandet. I tilfælde, hvor logoet ikke kan anvendes, fx i pressemeddelelser, kan en støttemeddelelse anvendes såsom: "Tilbuddet er en del af Virksomhedsudvikling Danmark."

24 Q: Hvordan forholder kommunikationsforpligtelsen sig til pressemeddelelser?

24 A: Pressemeddelelser skal anvende logo for Virksomhedsudvikling Danmark. Hvor dette ikke er muligt, kan der anvendes støttemeddelelse, såsom "Tilbuddet er en del af Virksomhedsudvikling Danmark".

25 Q: Erstattes Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses logo af Virksomhedsudvikling Danmarks logo?

25 A: På tilsagn omfattet af kommunikationsforpligtelsen skal kun Virksomhedsudvikling Danmarks logo anvendes. Hvis tilsagnet omfatter EU-midler, gælder også EU-kommunikationsforpligtelsen fortsat.

26 Q: Er der krav om brug af bestemte hashtags?

26 A: Der er ikke krav om brug af bestemte hashtags i kommunikationsforpligtelsen.

27 Q: Findes der skabeloner til PowerPoints, brevpapir og lignende?

27 A: Nej, for denne type materiale anvendes alene logo, jf. tilsagnsvilkår.