

# ITDenmark mediecenter

Første mediecenter forventes placeret i Nordjylland



Markedsføring via sociale netværk er synlighed der rykker.

Et mediecenter er ligeså vigtigt som et øjencenter,  
idet kunderne ude i verden vil se os igennem de sociale medier.

ITDenmark centret vil tage de grønne briller på, for det er  
med de briller, at verden ønsker at se.

*Henriette Birk,  
ID, WHOGREEN*

## Index

	Side
Formålet med det kommende ITDenmark mediecenter.....	3
Hvad skal mediecentret lave?.....	4
Organisation.....	4
Bæredygtighed er fremtiden for sociale medier.....	5
Fremtidens medieside har et bæredygtigt element.....	5
1.000 nye mediesider med et bæredygtigt indhold i Nordjylland.....	6
Turist- og kundemagneter på nettet.....	7
Fundraising på brugerniveau er også vejen frem for Nordjylland.....	7
Teknologi.....	8
Projektets indhold (sammendrag) fra september 2012.....	8
Uudnyttet potentiale for Nordjyske virksomheder – nu og i fremtiden	9
Mål 2012-2016.....	10
Forretningsgrundlag for ITDenmark mediecenter på længere sigt.....	10
Udvikling af nye netværk som fyrtårne for Region Nordjylland.....	11
Innovation Denmark som stifter af ITDenmark centret.....	12
Budget.....	13

## Formålet med det kommende ITDenmark mediecenter

Det er påvist, at i fremtiden vil de store pengestrømme til verdens lande komme via 3 primære kanaler: 1. Ny teknologi. 2. Internettet. 3. Bæredygtighed.

ITDenmark centret skal fungere som et samlingspunkt for de 3 områder, hvor det centrale element i arbejdet er Internettet og det nye element bæredygtighed. Man kan kort sagt sige, at nye turister og nye forretningsforbindelser kommer fra nettet. Men det der i fremtiden får opmærksomhed, er netværk der også viser en ansvarlighed for klima, miljø og mennesker.

Det er nemt at forstå, at det meste vi ønsker at finde på nettet bliver fundet på Google, men i dag er der en underkategori til Google, og den hedder sociale medier. Det er i dag ofte siderne på de sociale medier, der bliver fundet på Google, og som får den største opmærksomhed fra læserne. Dette sker, fordi vi ønsker at spare tid. Vi sparer tid ved at anvende netværk med entydige sider, som vi ikke skal lede så meget rundt på. Desuden er det underholdende at se, hvor mange andre der indirekte har tilsluttet sig siden. Ofte er det dog kvaliteten af "følgere" på siden der er afgørende, og det er det som det nye netværk "Twitter" benytter sig af. Hvis Danmark skal stå stærkt i fremtiden, skal de brancher der satses på i regionen lære at anvende de bæredygtige sociale medier. Selv netværkssider som Visitnordjylland.dk vil få flere læsere, hvis der laves en medieside for Visitnordjylland på et grønt socialt netværk.

En del brancher bruger allerede Facebook til at oprette en side på, men det nye i ITDenmark centret er – at der vil blive udarbejdet opsigtsvækkende videoer og fotoserier – samt tekster på engelsk, der vil nå længere ud i verden. For at gøre de nye såkaldte mediesider endnu mere tiltrækkende skal 1.000 virksomheder rådgives i at anvende en medieside, der oprettes på minimum 2 netværk, hvoraf det ene er [www.whogreen.com](http://www.whogreen.com), hvor Danmarks nye bæredygtige symbolik indgår. Det grønne netværk er i en 1. fase, men vil i slutningen af 2012 være klar med en medieside-funktionalitet. De nye grønne symboler gør, at en virksomhed eller en attraktion nemt kan få en bæredygtig vinkel – når blot virksomheden gør en lille indsats for at støtte et godt formål eller vælge de løsninger i virksomheden, der er lidt mere bæredygtige.

De nye netværk inkluderer WHOGREEN og Award Green. WHOGREEN er et netværk, hvor lokale kort vil kunne skitsere alle de services der tilbyder noget, der er med til at gøre verden Good & Green. Det at gøre noget bedre illustreres med symboler der dækker lige fra "New opportunities" - nye muligheder for mennesker til "Tree" symbolet der illustrerer, at der bliver sørget for at plante flere træer på kloden. Jo flere grønne symboler og teknologiske certificeringer jo mere tiltrækkende bliver det lokale kort for Nordjylland. ITDenmark mediecentret vil derfor agere som en IT-medie rådgivningscenter samtidig med at tilbyde rådgivning indenfor bæredygtig konceptudvikling, der kan gavne virksomhedens image.

Det nye business2business netværk [www.awardgreen.com](http://www.awardgreen.com) er et internationalt konkurrencebaseret netværk, der viser virksomhedens CSR-visioner. Award Green skal i fremtiden danne en markedsplads, for de produkter (bulk størrelser), der er lidt mere bæredygtige.

Mediecentret udvælger flere sociale netværk som kan være hensigtsmæssigt for virksomheden at bruge. For at få mange oplevelsesmål med, fundraises der til støtte fra virksomheder til oprettelse af mediesider for de services, der ikke har økonomi til at få sin egen medieside med tilhørende video og fotoserie. Derfor startes ITDenmark med en 3-årig projektperiode, der skal resultere i flere besøgende og mere salg til Nordjylland.

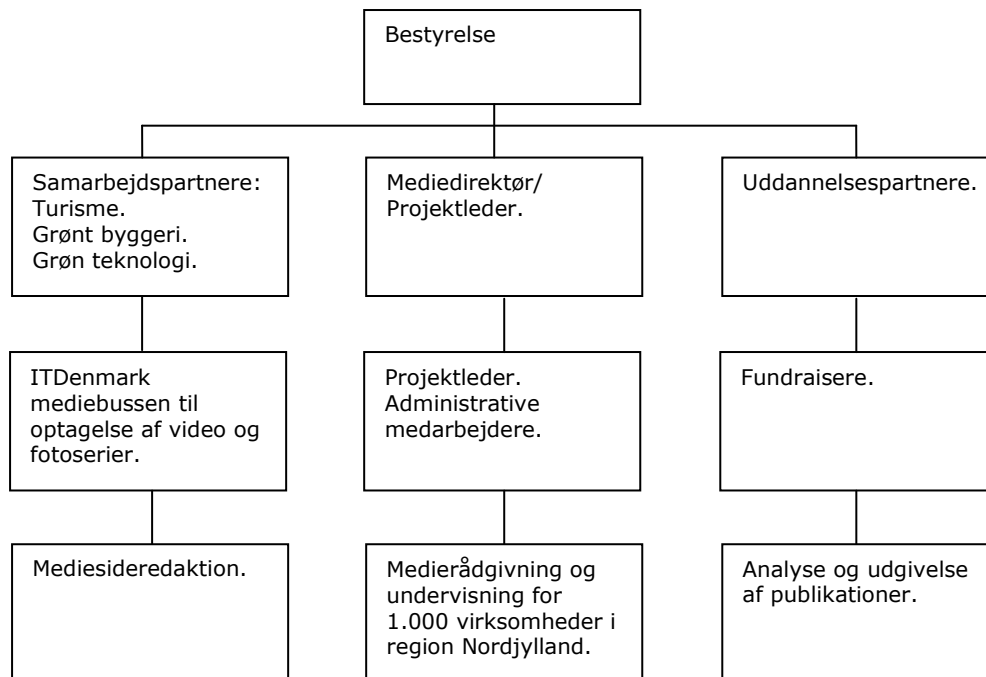
## Hvad skal medecentret lave?

Projekt ITDenmark mediecenter vil udarbejde sociale mediesider med et bæredygtigt indhold over 3 år for ca. 1.000 virksomheder i Nordjylland, der samlet danner en mediehandlingsplan for regional udvikling ved at anvende grønne sociale medier. Mediesiderne vil indeholde sælgende og lærerige video og fotoserier og evt. integration til mobiltelefon og elektroniske afstemninger/konkurrencer, hvor det er hensigtsmæssigt.

ITDenmarks hovedområder 2012-2016 er:

1. Fundraiseraktiviteter der skal finde støtte fra erhvervspartnere og EU.
2. Rådgivning og vejledning i brugen af sociale medier for 1.000 virksomheder.
3. Oprettelse af sociale netværkssider – på min. 3 udvalgte netværk for hver virksomhed.
4. Tilbud om serviceaftaler for virksomheder så mediesiderne bliver vedligeholdt.
5. Statistik over resultater af brug af det sociale medie. Antal af nye besøg/nye kunder.
6. Planlægning og fundraising for et online sundhedsspil (fitness-matador) og en virtuel udstilling for bæredygtighed (1. udstilling om bæredygtigt byggeri).
7. Afholdelse af lokale konkurrencer i brugen af sociale netværk.

## Kommende organisation



## Bæredygtighed er fremtiden for sociale medier

ITDenmark mediecentret skal være et førende center, og derfor skal der tænkes fremtidsrettet. Fremtiden for kundernes valg har meget med bæredygtighed at gøre, og derfor skal de sociale medier og netværk der vælges til projektet være repræsenteret af grønne netværk.

Hver deltagende virksomhed og forening får rådgivning i hvilke netværk de skal placere deres sider på. Idet de sociale medier er forholdsvis nye, er der endnu ikke udarbejdes nogle materiale, der kan fortælle os hvad virksomhederne helt konkret får ud af, at være på de enkelte netværk, og det er netop det som ITDenmark centret skal være med til at kortlægge. Hver virksomhed oprettes på eksisterende netværk men også på netværk der er i en udviklingsfase. Det er netop den tidlige deltagelse der kan give virksomheden en fordel, idet der endnu ikke er millioner af sider på netværket. Når et netværk bliver for stort viser undersøgelser, at siderne mister sin interne søgefunktionsværdi. Desuden har nye netværk en offentlig interesse og bliver ofte læst af mange, der netop finder det nye netværk på Google.

Hver deltagende virksomhed får en rådgivningsplan for hvilke netværk de bør anvende og på hvilke sprog siderne skal laves. Indholdet på siderne vil blive udarbejdet med erhvervsstøtte for 500 udvalgte virksomheder, hvor en videooptagelse vil supplere sidens indhold med 1-3 videoer af 1-2 minutters varighed. De øvrige 500 sider bliver oprettet med egenbetaling.

De nye sider på de sociale netværk bliver oprettet med indhold, der med fordel kan kombineres på en ny type side, der kaldes en medieside. Der findes altså:

- a. En nyhedsside.
- b. En "den gode sag side"
- c. En Facebook, YouTube eller Twitter side.
- d. En ny medieside der kombinerer a-c.

## Fremtidens medieside har et bæredygtigt element

En medieside er en samleside, der samler de bedste elementer fra f.eks. Facebook, You Tube og Twitter. En medieside udarbejdet på ITDenmark centret vil som udgangspunkt være på dansk og engelsk – men vil være forberedt til f.eks. kinesisk.

Mediesider er fremtiden, idet de samler virksomhedens sociale aktiviteter og inviterer her "fans" og "followers", der sender informationer videre om siden til andre læsere. Mediesider er den type side, der kan komme længst omkring i den virtuelle verden. En medieside indeholder:

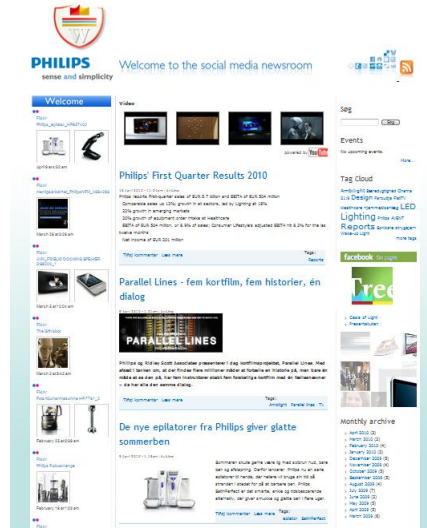
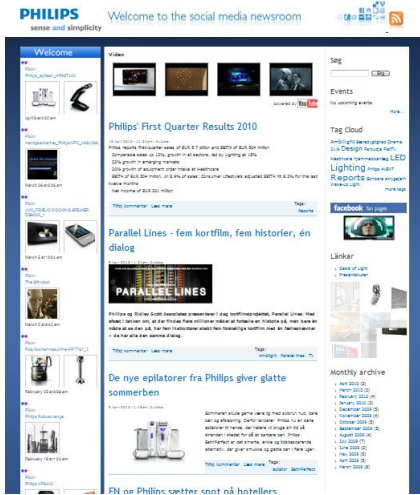
1. Et brugernavn (f.eks. Philips social media newsroom).
2. Et foto (evt. et galleri).
3. Miniaturefotos af andre der følger siden.
4. Korte tekster der inkluderer gode historier og oplevelser fra kunderne.

En grøn medieside indeholder ovenstående samt:

5. Information om hvad virksomheden støtter mht. "den gode sag".
6. Bæredygtige symboler eller certificeringslogoer.
7. En aktivitetsknop der opfordrer læsere til at være med i en grøn aktivitet.

Det nye netværk WHOGREEN (der pt. er i fase 1) er klargjort til at indeholde bæredygtige symboler og certificeringslogo – der kan synliggøre de bæredygtige handlinger på et fællessprog for hele verden. WHOGREEN layoutet vil i fase 2 (2013) have ligheder med Philips's medieside.

Her er et eksempel på en Philips medieside med og uden symboler for bæredygtighed:



Alm. medieside

Medieside oprettet på WHOGREEN år 2013  
Mediesiden har et symbol på "træplantning".

## 1.000 nye mediesider fra Nordjylland samler og gør godt

Mediesider, der samler elementer fra andre sociale netværk er vejen frem. Derfor skal mediecentret anvende Innovation Denmark's betaversjoner af 2 nye grønne netværk, der på sigt skal samle millioner af mediesider fra hele verden. [www.whogreen.com](http://www.whogreen.com) og [www.awardgreen.com](http://www.awardgreen.com). WHOGREEN udvikles i år 2012 teknisk til at kunne understøtte den bedste medieside i verden. Award Green udvikles teknisk i år 2013 til at kunne understøtte den mest konkurrencebetonede b2b medieside i verden.

For at kunne måle effekten før og efter brugen af de nye grønne netværk oprettes virksomhedernes sider også på sociale netværk som Facebook, You Tube eller Twitter.

Nordjyske virksomheder og foreninger, er dem der i dag har den laveste repræsentation på netværk. Mediecentret skal dog ikke ses som en fortaler for de store amerikanske netværk, idet det netop er påvist at disse netværk er hensigtsmæssige at bruge i sin markedsføring for at få brand-værdi – men genererer ikke altid nye besøgende eller mersalg for virksomhederne. Derfor vil mediecentret benytte sig af Innovation Denmark's nye netværk som et alternativ til de amerikanske produkter i kombination med YouTube og Twitter. ITDenmark vil udgive rapporter om effekten af de grønne netværk sat op imod de amerikanske – når det gælder opmærksomhed fra turister, kunder og erhvervsforbindelser udenfor Danmarks grænser.

## **Turist- og kundemagneter på nettet skal tiltrække udlandet**

Mediesiden udarbejdes med følgende indhold:

1. En side der viser virksomhedens højdepunkter (video, nyheder, fans og kontakter).
2. En side der viser åbningstider og andre praktiske informationer (små historier fra kunder).
3. En side der nemt kan skifte fra dansk til engelsk (engelsk-dansk).
4. En side der gør det nemt at finde virksomheden eller attraktionen.
5. En side der kan vise hvad andre har foretrukket at kombinere servicen med.
6. Sidst men ikke mindst en side, der viser hvordan personen, foreningen eller virksomheden bag siden støtter noget bæredygtigt. En grøn medieside viser symboler eller certificeringslogoer for det gode der følger med, når man køber sidens service eller produkt.

Ved at oprette et mediecenter i Hjørring vil region Nordjylland få en klar fordel i forhold til andre regioner. I projekt ITDenmark 2012-2016 skal Nordjylland skal gå fra at have de færreste netværkssider til at have de fleste netværkssider i forhold til det antal turistservices og handelsservices der tilbydes i Danmark. Fra år 2015 publiceres markedsføringsresultaterne.

I projekt ITDenmark deles virksomhederne op i følgende grupper:

### **Virksomheder**

Virksomheder der kan præstere en egenbetaling for at få lavet en grøn medieside.

### **Attraktioner, foreninger og enmandsvirksomheder**

Attraktioner og små virksomheder, der har behov for støtte for at få lavet en medieside.

### **Iværksættere**

Nye services der opstår, idet mediecentret hjælper dem på vej til et nyt servicekoncept.

## **Fundraising på brugerniveau er også vejen frem for Nordjylland**

Der findes mange støttemidler til yderområder og Nordjylland kan gøre mere ud af at vinde flere projekter i EU-regi. Det kræver dog et stort stykke arbejde og derfor ansættes der fundraisere i mediecentret der skal sikre, at alle muligheder for at finde midler fra EU og diverse fonde bliver udnyttet. Uanset støttemuligheder skal der ofte en form for egenfinansiering med, og derfor vil ITDenmark forsøge at forbedre støttekulturen i regionen.

WHOGREEN netværket der er færdigudviklet januar 2013, tilbyder en indsamlerknap til profiler med et godkendt formål. Det er andre brugere på netværket, der skal være med at godkende foreningen, personen eller projektets ledelse der indsamler.

Ved at gøre denne service tilgængelig for mange Nordjyske foreninger, personer og virksomheder vil regionen få tilført en ny type kapital, der kan komme fra mange uventede instanser i verden. Selvom Danmark er et rigt land er der stadigvæk områder i vores samfund der mangler opmærksomhed, støtte og frivillig arbejdskraft. Ligeledes vil indsamlingseffekten kunne bidrage til mere støtte for organisationer rundt om i verden.

## **Teknologi**

### **En prototype på at fundraise til virksomheder med ny teknologi**

ITDenmark Mediecenter Nordjylland ønsker at agere som en rollemodel for iværksættere der ønsker at etablere sig i Nordjylland. Modellen for at finde startkapital til et mediecenter skal give andre iværksættere lyst til at afprøve en lignende model.

### **Projektets indhold (sammendrag) fra september 2012**

Teknologien er i højsædet i projekt ITDenmark. Følgende services skal findes hos de Nordjyske freelancere eller virksomheder:

Opsættelse af webcams på udvalgte (godkendte) steder.  
Videoproduktion og redigering der tilpasses sociale medier.  
En ITDenmark mediebus skal indrettes som et rullende IT-værksted, der tager rundt i sommerlandet for at optage interviews eller finde deltagere til fotoserier.

I efteråret 2012 skal de første videoer og fotoserier redigeres og tilpasses de sociale medier. Materialet vil blive stillet til rådighed for deltagernes egne hjemmesider, så disse også kan tilpasses den nye kommunikation.

Studerende i flere lande sættes til at sælge eller følge medlemskaber på mediecentrets netværk for brugere i udlandet. På den måde vil mange unge og virksomheder få øje på de danske mediesider (udarbejdet på engelsk).

I foråret 2013 – hvor der er kommet i tusindvis af nye medlemmer på WHOGREEN og Award Green udarbejdes en samlet markedsføringsplan for de nye mediesider hvor Nordjylland er repræsenteret.

I sommeren 2013 udarbejdes de første statistikker for markedsføringsværdien af mediesiderne. Der måles på effekten af de sider der er repræsenteret på både Facebook og WHOGREEN/Award Green - og der måles på de sider der kun er repræsenteret på de grønne netværk.

Der samarbejdes løbende med de grønne netværk der findes, således at WHOGREEN og Award Green siderne dirigerer læserne hen til alle de netværk som virksomheden er repræsenteret på. Der måles således også på, hvor mange hits de andre netværk får pga. ITDenmark's overordnede og internationale grønne netværk.

I sommeren 2013 skulle nye teknologier for anvendelse af video-konference og mobil sammen med sin medieside være klar. Disse implementeres på udvalgte mediesider.

I foråret 2014 vil man kunne klarlægge hvordan kombinationen af brugen af sociale netværk og andre medieteknikker kan give de danske virksomheder en fordel i synliggørelsen på Internettet og i forskellige befolkningsgruppers bevidsthed rundt om i verden.

## Udnyttet potentiale for Nordjyske virksomheder – nu og i fremtiden

Netværk	Udnyttet potentiale på engelsk	Udnyttet potentiale for foreninger på mediesider.	Udnyttet potentiale for virksomheder med bæredygtige mediesider (dansk og engelsk – senere kinesisk) på nye grønne netværk*. Det nye alternativ til Facebook fra 2013.
Byggeriet	YouTube, WHOGREEN		Byggeri der profilerer sig på bæredygtighed får større opmærksomhed.
Byggeriet b2b	Award Green		Virksomheder der viser sin CSR-holdning får mere opmærksomhed.
Turisme/overnatning	YouTube, WHOGREEN		Virksomheder der profilerer sig på CSR og bæredygtighed får mere opmærksomhed.
Turisme/lokalkøb	YouTube, WHOGREEN		Grønne gårdbutikker og salgssteder for brugskunst for mere opmærksomhed.
Turisme og oplevelser generelt	YouTube, WHOGREEN		Oplevelser der inkluderer bæredygtig information får mere opmærksomhed.
Handel i større butikker	YouTube, WHOGREEN		Butikker der støtter gode og grønne formål for mere opmærksomhed.
Sport og fitness	YouTube, WHOGREEN	Sportsklubber med en medieside får større opmærksomhed.	Sport har et bæredygtigt potentiale.
Ældreområdet	YouTube, WHOGREEN	Ældreområdet for større opmærksomhed på en medieside.	Ældreområdet har et bæredygtigt potentiale.
Børn og unge	YouTube, WHOGREEN	Børn- og unge får større opmærksomhed på en medieside.	Børn- og ungeområdet har et bæredygtigt potentiale.
Handicapområdet	YouTube, WHOGREEN	Handicapområdet for større opmærksomhed på en medieside.	Handicapområdet har et bæredygtigt potentiale.
Sundhed og fitness	YouTube, WHOGREEN		Sundhed og fitness der integrerer naturen og økologisk mad får større opmærksomhed.
Økologi og mad	Eco-net.dk WHOGREEN		Gårdbutikker der støtter økologi for mere opmærksomhed.
Bæredygtig oplysning	Eco-net.dk WHOGREEN		Bæredygtig oplysning præsenteret på en medieside får mere opmærksomhed.

\*Forretningsledere og større profiler i Nordjylland kan med fordel vise sin Corporate Social Responsibility profil på business2business netværket Award Green. Alle kan drage fordel af at have en medieside på WHOGREEN. WHOGREEN kan linke til virksomhedens andre sider.

## **Mål 2016**

500.000 nye besøgende til Region Nordjylland via mediesiderne og den fælles markedsføring for ca. 500 turistevents (overnatning, restauranter, gårdsalg, kunstsalg og oplevelser) via besøgende på ID's grønne sociale netværk – i perioden 2013-2016.

Ca. 15 nye arbejdspladser over en 2 årig periode pga. mediecentret.

30-50 nye arbejdspladser over en 3 årig periode pga. etableringen af WHOGEEN og Award Green i Hjørring.

100 praktikpladser der resulterer i koncept- og mediekompetenceudvikling for ledige – hvor turismen er i højsædet.

Mediecenter Nordjylland vil få adgang til den nyeste viden indenfor markedsføring via Internettet.

Erhvervsfremmede fordele via det fremtidige samarbejde med andre regioner, når institutioner og brancher går sammen om en medieside, der udvikles med hjælp fra ITDenmark mediecenter.

Eksportfremmede fordele når kunder rundt om i verden finder virksomhedernes services på de nye grønne netværk, som de Nordjyske virksomheder præsenteres på. Der udarbejdes ca. 500 nye mediesider for Nordjyske services.

Teknologisk udvikling for Region Nordjylland når nye video-konference og mobilteknologier integreres på udvalgte mediesider og efterfølgende måles i forhold til en salg fremmende værdi for dem der har en medie- og teknologiside.

Målet for ITDenmark mediecenter som virksomhed for de første 6 kvartaler ses som værende tilfredsstillende med et nulresultat.

## **Forretningsgrundlag for ITDenmark mediecenter på længere sigt**

Salg af medlemssider på WHOGREEN og Award Green forventes at ville danne forretningsgrundlaget i de første 6 kvartaler, men i slutningen af år 2012 udarbejdes en forretningsmodel og en forretningsplan for den endelige model for ITDenmark mediecenteret.

Det forventes at produktionen af video- og anden IT-kommunikation vil danne overskuddet på længere sigt. Med dette i sigte skal der indhentes investeringskapital i slutningen af år 2012. Se Fit in Green og Northern Globe it-koncept i det nedenstående.

Det forventes således at ITDenmark centret skal agere som en selvstændig enhed, der ikke administrerer netværk (dette forbliver hos Innovation Denmark), men som er med til at udvikle nye teknologier og forretningsgrundlag for Region Nordjylland – med Informationsteknologi i højsædet.

## Udvikling af nye netværk som fyrtårne for Region Nordjylland

For at sikre en fortsat udvikling for Mediecentret skal mediecentret være en central enhed for at planlægge 2 nye fyrtårne for Nordjylland. Projekternes beskrivelse vil blive udarbejdet i samarbejde med relevante samarbejdspartnere, der også vil indgå i et fundraiserteam.

## Fit in Green Tourgame projektfundraising år 2013 – start 2014

Sundhedens og trivslens rigdomme som svar på Matador. Fitingreen spillet skal udvikles via fundraising igennem Mediecentret.

Brugere på fremtidens fitingreen.com vil kunne spille et spil, der guider brugere rundt i Nordjylland (senere danmark og andre lande). Når man rejser rundt kan man gætte på ting undervejs og vinde præmier. Sundhedsspillet går ud på at vælge bestemte ruter og restauranter, der tæller de kalorier man forbrugere og indtager undervejs. Brugeren vil derved kunne se fordelene ved at tage en cykeltur fra Skallerup klit til Hirtshals f.eks.

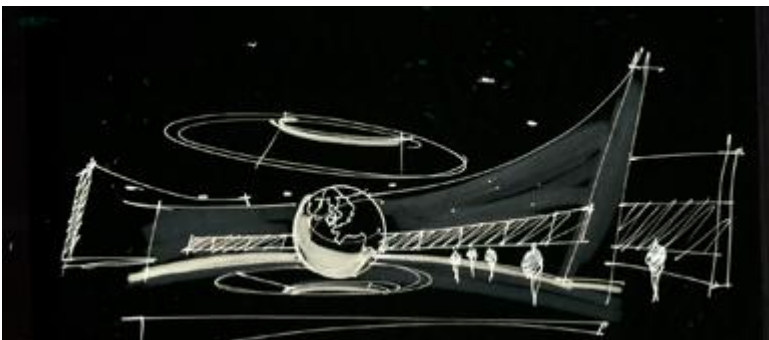
Målet er at markedsføre Nordjylland som det sundeste, grønneste og mest afstressende rejsemål i nord.

Konsulenter skal hjælpe virksomhederne med at tilføje oplysninger om f.eks. madkvalitet og kalorieforbrug på deres netværkssider. Indholdet fra de eksisterende mediesider, der udarbejdes løbende for de 1.000 virksomheder vil kunne overføres automatisk til Fitingreen spillet.

## Northern Globe virtuel udstilling og hotelkoncept projektfundraising år 2012 – start byggeri år 2014

Northern Globe vil afholde udstillinger med nye temaer 2 gange om året. Det første tema vil være bæredygtigt byggeri.

Northern Globen skal transmittere Internetbaserede udstillinger fra flere lande i verden. Når man går rundt i udstillingslokalet vil man kunne se byggerierne transmitteret op på væggen. Når kloden drejer rundt kommer der et nyt land frem med en ny reportage fra et byggeri. De besøgende vil kunne anvende et display på væggen og se små klip fra det de ønsker at se. Northern Globe projektet vil blive præsenteret sammen med et hotelkoncept af samme navn.



Innovation Denmark v/Henriette Birk

Innovation Denmark samler alle bæredygtige certificeringer og symboler, der kan være hensigtsmæssige at bruge på sociale netværk. Samlingen publiceres på det nye grønne netværk [www.whogreen.com](http://www.whogreen.com).

Innovation Denmark fundraiser til en ny "Oscar" pris for de virksomheder i verden der gør noget ekstraordinært indenfor bæredygtighed. Prisen hedder en Billion Jagoart Award og skal uddeles til 6 virksomheder indenfor hver sin kategori fra år 2013. Hjemmesiden der samler de nominerede profiler er det nye grønne business2business netværk [www.awardgreen.com](http://www.awardgreen.com). Award Green er i sin første fase. Der kan findes information om statuetten på siden: [www.billionaward.com](http://www.billionaward.com). Statuetten er lavet af kunstner Carsten Hansen fra Støvring.

### **Baggrund for projektet i hovedpunkter**

Henriette Birk har tilbragt flere år i USA og har kontakter til en udvikling for WHOGREEN og Award Green i USA – når der er oprettet 500 sider på netværket fra Danmark.

WHOGREEN og Award Green vil være nogle vigtige netværk for Danmark, idet de kan give Danmark en bæredygtig prestige, når de grønne netværk tager fart i udlandet.

Henriette Birk underviser løbende iværksættere i Odense i sin selvstændige virksomhed og planlægger et nyt forløb for iværksættere (ledige med en jobplan) i Hjørring med start i september 2012.

Henriette Birk har i 5 år været projektleder for Business2raise projektet i Odense, der har modtaget 5.000.000 kr. i støtte fra Socialfonden. Henriette Birk har personligt beskrevet projektet og administreret budgetterne.

Her følger udtalelser i forbindelse med projektet.

*Vi har før haft store projekter i TietgenSkolen regi, men intet projekt har overholdt budgetterne så godt som "Henriette's" Business2raise projektet. Vi vil gerne fremover deltage i de projekter som Henriette udarbejder og leder.*

Kim Tværgård Larsen, uddannelses- og projektchef

*Vi har indbudt Henriette til at være taler på vores årsmøde, fordi hendes tanker for fremtiden om både ".com" global konkurrence og bæredygtighed er emner, der er vigtige for Danmarks fremtid.*

Erhvervs- og byggestyrelsen 2007.

Links:

Innovation Denmark [www.iddenmark.com](http://www.iddenmark.com)

ITDenmark mediecenter: [www.itdenmark.com](http://www.itdenmark.com)

Good & Green skole: [www.gcolors.com](http://www.gcolors.com)

Information om mulighed for erhvervspartnerkaber: [www.b2r.dk](http://www.b2r.dk)

Information om den overordnede "Bæredygtige Danmark" vision: [www.combranding.com..](http://www.combranding.com..)

Budget fra 2012-2014 (6 kvartaler)

Mediediektør.	900.000
Projektleder.	600.000
2-3 fundraisers.	1.200.000
2-3 projektmedarbejdere/PR medarbejder.	1.200.000
Uddannelse af mediejournalister.	100.000
2 Mediejournalister.	1.200.000
Provisionssælgere.	2.100.000
Videoprodukter – 500 sider x kr. 10.000.	5.000.000
Tekst- og fotoredigering – 1000 x kr. 6.000.	6.000.000
Køb og indretning af mediebusen.	1.000.000
Chauffør-deltid/benzin/forplejning.	300.000
Udstillingsudgifter/TV-skærme.	200.000
IT-medhjælp/studerende.	300.000
Galleriadministration	400.000
Husleje – rengøring/vand/varme.	900.000
Inventar.	300.000
Administration – materialer.	300.000
IT og software.	1.000.000
Teknisk udvikling – inkl. Animationer.	2.000.000
Markedsføring	500.000
Oprettelse af selskab/revisor	500.000
Udgifter 6 kvartaler.	25.000.000
<b>Salg/fundraising - indtægter</b>	
EU støtte.	3.000.000
Diverse fonde.	2.000.000
Egenbetaling for deltagende virksomheder kr. 10.000 i gennemsnit (500 virksomheder).	5.000.000
Virksomheder der støtter en andens medieside. Sider med og uden video. I alt ca. 500 virksomheder som også selv får en bæredygtig side pga. støtten. 300 x kr. 6.000 + 400 x kr. 3.000.	3.000.000
Virksomheder der støtter videoer med animationer. 100 x 10.000.	1.000.000
Hovedsponsorer med en stand i mediecentret 10 x 200.000.	2.000.000
Indtægter fra medlemssalg på WHOGREEN og Award Green i andre dele af Danmark og udenfor Danmark. Medlemspris i gennemsnit: kr. 3.000. 3.000 betalende medlemmer.	9.000.000
Salg af kunst i WHOgalleriet.	1.000.000
Omsætning 6 kvartaler.	25.000.000