

MØDE I IVÆRKSÆTTERI- OG TURISMEUDVALG 15.NOVEMBER 2022

# IDÉKATALOG

## Hvordan får vi Frederiksbergs brandfortælling ud at leve?

---



**JERES INPUT HAR  
VÆRET GULD  
VÆRD**



# FREDERIKSBERG BRANDFORTÆLLING

## Generelle input fra mødet



- Diskussionerne bar præg af, at det var en meget blandet gruppe af aktører: politikere, interesseorganisationer samt store og små erhvervsdrivende. Det gav mange forskellige og spændende vinkler under brainstorm.
- Et par deltagere stillede spørgsmål ved, om brandfortællingen også kan omhandle "det bæredygtige" Frederiksberg. I brandfortællingen er "grønne oaser af oplevelser" på Frederiksberg omtalt som et særskilt tema i forhold til byens fysiske rum. Stemningen, borgernes åbenhed og den særlige livability med grøn mobilitet på Frederiksberg er også en del af brandfortællingen. I følge Wonderful Copenhagen vil "det bæredygtige" Frederiksberg blive formidlet mere grundlæggende og på tværs af de fire temafortællinger. Byens bæredygtige oplevelser kan for eksempel fremhæves under hvert af temaerne og med brug af lokale ambassadører. Bæredygtighed er altså ikke et særskilt tema for sig i brandfortællingen.



# RAMMER OG VILKÅR FOR

## Netværk til branding



### Hvad?

Etablering af et netværk af lokale turisme- og erhvervsaktører med brandfortællingen som omdrejningspunkt. Netværket skal give brandfortællingen øget gennemslagskraft og sikre en ensartet fortælling af byen og opbakning blandt de lokale aktører. Det sker lettest, når aktørerne kender, hjælper og henviser til hinanden.

### Hvordan?

Udpegning af forskellige ambassadører for brandfortællingen og byen. Kommunen deltager som aktør i netværket på lige fod med de andre aktører. Kommunen kan have en særlig rolle som facilitator af de første par møder. Netværket kan fx inspirere til makkerskab mellem aktører, hvor fx en større virksomhed hjælper en mindre virksomhed. Udarbejdelse af årshjul for kommunikation og lancering af brandfortællingen.

### Hvem?

Turisme – og Erhvervsaktører samt lokale ambassadører, herunder lokale beboere samt store og små influencers.



# HVEM SKAL ENGAGERES OG HVORDAN?

## Lokale ambassadører



### Hvem?

- Butikker og restauranter
- Uddannelsesinstitutioner (studerende)
- Internationalt kendte Frederiksberg borgere (forskellige aldre og fag, som kan ramme forskellige præferencer og målgrupper. De skal fortælle, hvorfor Frederiksberg er et sted, de har i hjertet, og som gør det værd at besøge). Navne som Claus Meyer, Thomas Delaney, Torben Ulrich, skuespillere eller steder fra Klovn.
- Internationale virksomheder, som har valgt at placere deres virksomhed på Frederiksberg (hvorfor, hvad ser de som kvaliteterne ved Frederiksberg). Der er ca. 140 internationale virksomheder på Frederiksberg.
- Expats som bor på Frederiksberg (ca. 2000)
- Influencers: Pernille Theisbæk m.fl.
- De store aktører såsom ZOO og Scandic
- Mindre virksomheder
- Politikere
- Grundejere

### Hvordan:

- Etablering af et midlertidigt "kontor", hvor borgere kan melde sig til at fortælle og udbrede historien om det lokale neighbourhood, deres Frederiksberg. Forankring på biblioteket, i KU.BE, idrætsforeninger.
- Frederiksberg Erhverv – netværk af primært butikker, detailhandel.
- De unge, entreprenante, studerende, kreative, iværksættere i Urban 13, Aveny-T væksthuse, CSE, Station
- Kontakte internationale virksomheder og expats, evt. via CopCap
- Studerende, herunder internationale studerende engageres i udbredelsen fx Via CBS Students



# UNDERSTØTNING AF EN FÆLLES Markedsføring



## Hvad?

Markedsføring af Frederiksbergs nye brandfortælling. Det skal være tydeligt for alle, hvad markedsføringen indebærer.

## Hvordan?

- Identificere de lette fortællinger
- Gøre brug af reklamesøjler i byrummet "tak fordi du handler lokalt" eller "støt de lokale helte"
- PR og artikler i større magasiner såsom Monocle
- Digitale platforme og SEO
- Tænke "udenfor" kommunegrænsen.

## Hvem?

Aktivere netværk og ambassadører for byen

# KOMMUNAL UNDERSTØTNING AF

## Byrum i brug

---



### Hvad?

Bruge Frederiksbergs byrum i forbindelse med lancering af den nye brandfortælling.

### Hvordan?

Forslag om udstillinger på Frederiksberg Runddel med portrætter af mennesker m.m. og/eller markedsdage på Runddelen.



# DELTAGERE TIL MØDET



**TRINE LABUHN (C)**  
Formand, Iværksætter- og Turismeudvalget  
Frederiksberg Kommune



**ALEXANDRA SASHA**  
Stifter/Direktør  
Lava copenhagen



**ADAM ENGEL**  
Senior manager  
Wonderful Copenhagen



**BRIAN HANSEN WESTERHEIM**  
Byudviklingschef  
Frederiksberg Kommune



**LONE LOKLINDT (B)**  
1. Viceborgmester,  
Formand, By- og Erhvervsstrategisk Udvalg



**MATHIAS MØLGAARD**  
Stifter/direktør  
Storyhunt



**NINA VESTERMARK CHRISTIANSEN**  
Medejer  
Olivers og Co.



**ANN-CHARLOTT ERIKSEN**  
Projektleder og Byplanarkitekt  
Frederiksberg Kommune



**CHRISTINA SYLVEST-NOER (A)**  
Næstformand for Børneudvalget  
Frederiksberg Kommune



**JØRGEN FREDERIKSEN**  
General Manager  
Scandic Falkoner Hotel



**OLIVER HALL**  
Head of Tech investments  
Copenhagen Capacity



**CAROLINE MAROTT CLAUSEN**  
Specialkonsulent  
Frederiksberg Kommune



**JAKOB WICHMANN**  
Medstifter/ partner  
The Footprint Firm



**SVANTE LINDEBURG**  
Direktør  
ADBC



**JOHNNY L. MADSEN**  
Arbejdsmarkeds- og erhvervschef  
Frederiksberg Kommune



**DITTE MØLLER MUNCH**  
Erhvervs konsulent  
Frederiksberg Kommune





---

# DEN VIDERE PROCES

**Anbefalingerne bliver nu givet videre til By- og Erhvervsstrategisk udvalg, som herefter tager stilling til, hvordan anbefalingerne kan inddrages i de videre processer.**