

Innovationsfondens kommunikations- politik



November 2021

Formål

Kommunikationspolitikken er en fælles, overordnet ramme for Innovationsfondens kommunikation. Vi skal kommunikere med én stemme. Vi har én identitet og ét brand. Det sikrer genkendelighed, gennemslagskraft og legitimitet.

Kommunikationspolitikken gælder for alle ansatte, når de kommunikerer som repræsentanter for Innovationsfonden. Alle, der er i berøring med Innovationsfonden, er afhængige af, at vi kommunikerer godt. Derfor er det vigtigt med et fælles udgangspunkt for god kommunikation, og at vi er klædt på til opgaven.

Innovationsfondens kommunikationspolitik er det fælles udgangspunkt, og den sætter retningen for, hvad vi forstår som god kommunikation - internt og eksternt.

Målsætninger

- at synliggøre, hvordan Innovationsfonden bidrager til at løse væsentlige samfundsudfordringer ved at investere i iværksættere, forskere og virksomheder, så de kan udvikle innovative og bæredygtige løsninger, der styrker det danske samfunds konkurrenceevne og bæredygtighed.
- at synliggøre, hvordan Innovationsfonden skaber større sammenhæng, forbinder og realiserer potentiale i det samlede danske forsknings- og innovationssystem.
- at sikre legitimitet – både i det politiske bagland, i systemet og blandt ansøgere. Samt at sikre de bedste rammer for fondens kerneopgave med at give tilskud til forskning, videnbaseret innovation og iværksætteri, der fører til styrkelse af forskningsområder og udvikling af teknologi og innovative løsninger til gavn for vækst og beskæftigelse i hele Danmark.
- at fremstå som en attraktiv arbejdsplads med de rette dyder, så vi kan tiltrække de dygtigste medarbejdere.

Kommunikationsprincipper

Kommunikationsprincipperne tager udgangspunkt i dyderne og udtrykker måden, vi skal kommunikere på, og det, vi står for. Når vi kommunikerer i henhold til principperne, lever vi også op til vores dyder og fremstår troværdigt. Derfor kommunikerer vi:

TYDELIGT

Fonden kommunikerer klart og præcist. Vi taler med én stemme, men segmenterer vores kommunikation og henvender os med præcise budskaber til fondens forskellige målgrupper. Vi har overblikket over innovationssystemet og reducerer kompleksiteten for vores omverden.

TRANSPARENT

Vi gør alle relevante informationer tilgængelige, så ansøgere og bevillingshavere, det politiske bagland og forsknings- og innovationssystemet let kan finde de oplysninger, de har brug for og forstå fondens processer. Vi øger transparensen ved at være opsøgende og ved at være relevante og til stede der, hvor målgrupperne er samt indtage rollen som bindeled i innovationssystemet og som formidler af sammenhænge.

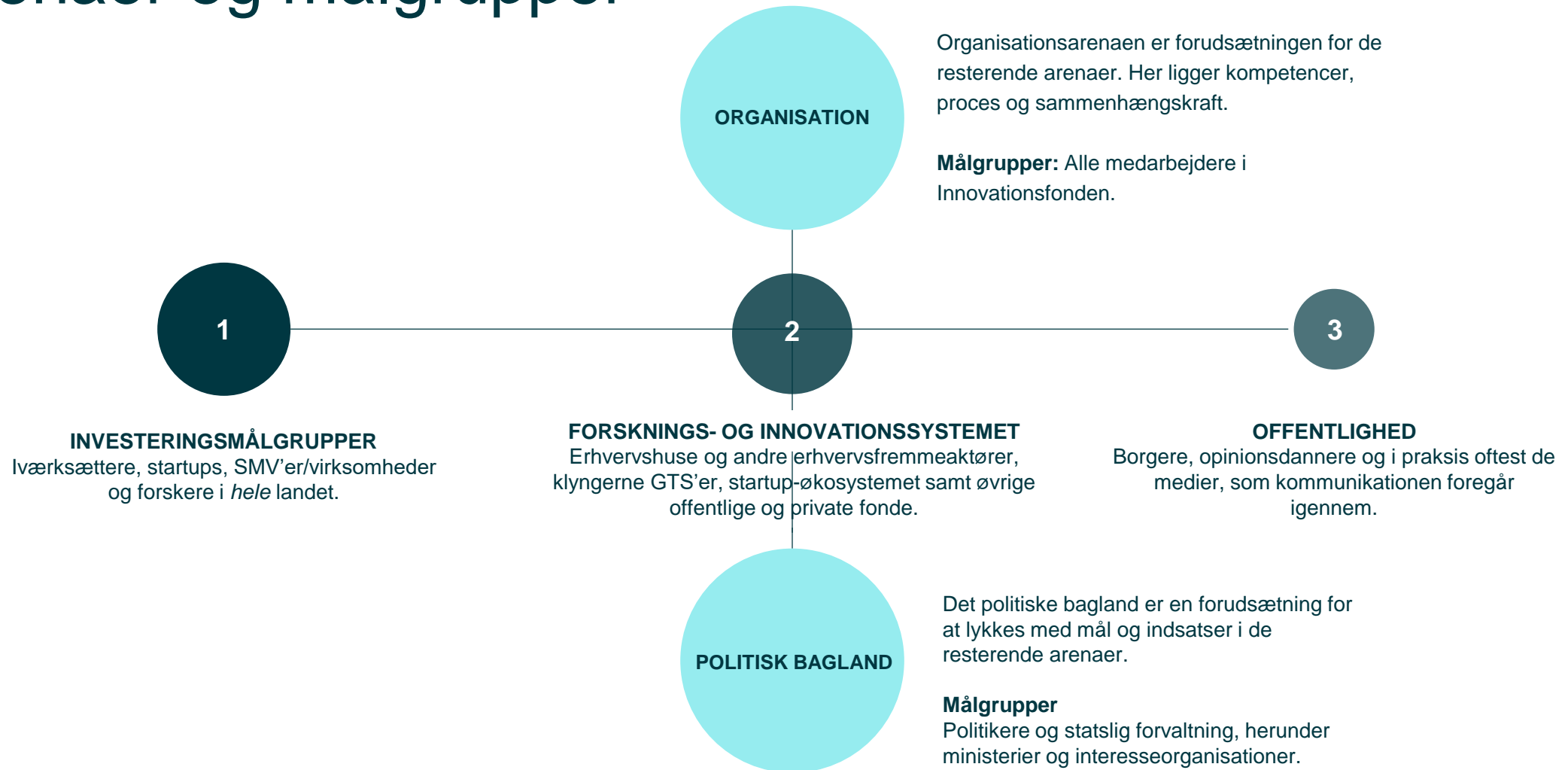
RESPEKTFULDT

Fonden og fondens medarbejdere skal i al kommunikation optræde troværdigt og respektfuldt. Som repræsentant for en fond, der vurderer konkurrenceudsatte statslige midler og er med til at udvælge og bevillige vigtige forsknings- og innovationsprojekter for Danmark, er det afgørende, at vi optræder med ydmyghed over for opgaven og vores rolle.

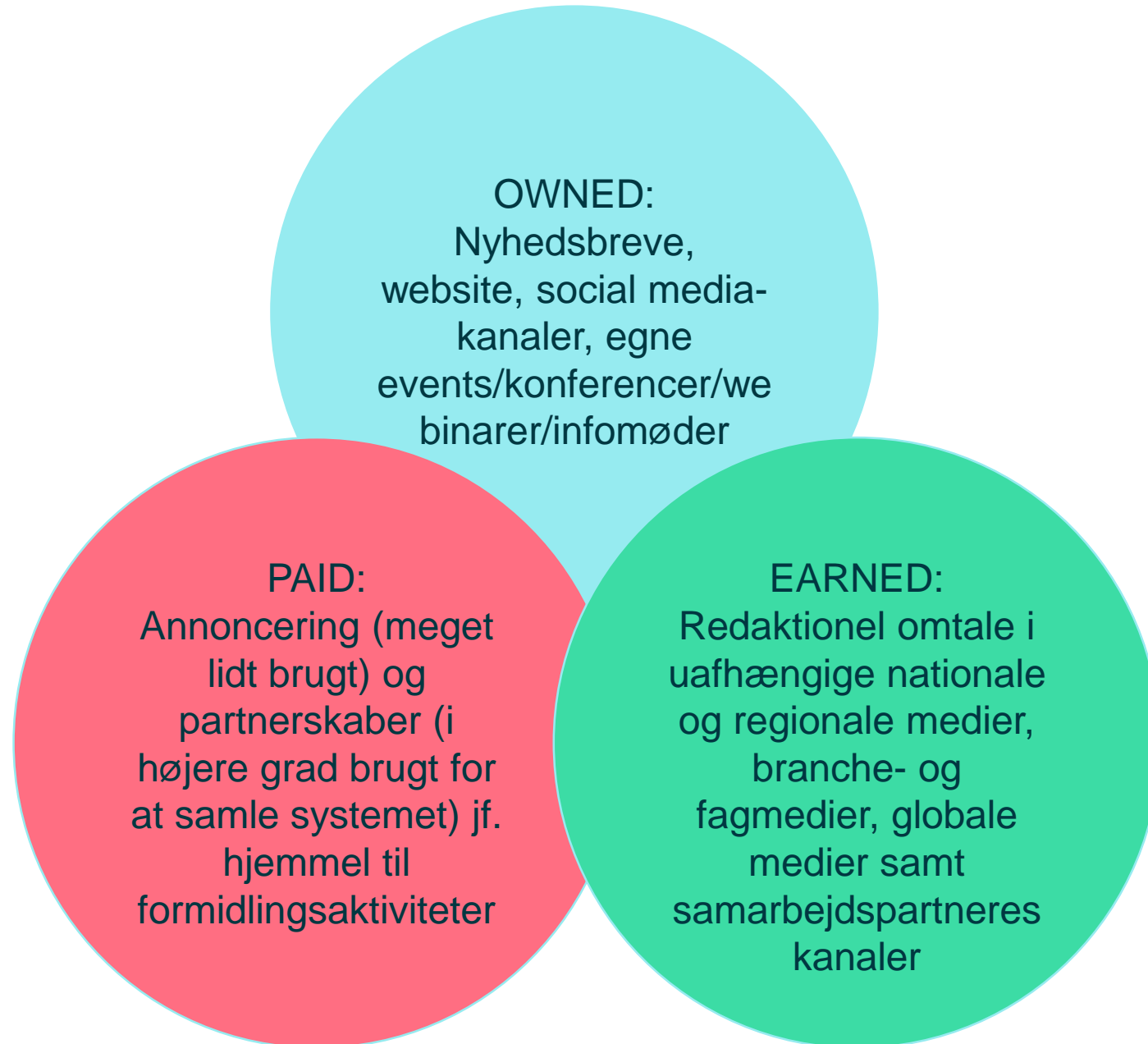
ENGAGERET

Fonden bidrager også i sin kommunikation med at løfte dansk forskning og innovation. Derfor optræder fonden og dens repræsentanter i sit virke og i sin kommunikation nysgerrigt, modigt, interesseret, åbensindet og begejstret i deres interaktion med omverdenen.

Arenaer og målgrupper



Kanaler



Bestyrelsens rolle i kommunikationsarbejdet

Synlige ambassadører

- Deling af relevant indhold på sociale medier – særligt LinkedIn.
- Deltagelse i relevante events som repræsentant for fonden – koordineret med fondens ledelse.
- Rummer en del af fondens legitimitet i kraft af baggrund og faglig indsigt og udsyn

Stakeholdere

- Sikre stærk kommunikation og løbende forventningsafstemning med organisationen ifbm. transformationer og strategiimplementeringer.
- Skabe opmærksomhed, entusiasme og support for nye interne og eksterne strategier.

Medie governance

- Formanden taler først og fremmest som repræsentant for bestyrelsen. Formanden kan delegere ansvaret til et andet bestyrelsesmedlem eller CEO'en.
- Budskaber koordineres med fondens ledelse/ kommunikationschef.
- Taler, kommentarer og tilstedeværelse i medierne koordineres med kommunikationsafdelingen
- Kommunikationsafdelingen kan altid proaktivt bede bestyrelsesmedlemmer om deltagelse i events, med oplæg, møder eller stille op til interviews mv. Brug af bestyrelsen i forhold til strategisk kommunikation koordineres altid med formanden og CEO.

