

Udkast



Resultatkontrakt 2015-2017

Design Society 2015

Indholdsfortegnelse

_Toc423435219

1. Indledning	3
Om resultatkontrakten	4
Design Societys økonomi 2015-2017	4
2. Design Societys strategiske målbillede 2015-2017.....	6
Præsentation af Design Society	6
Formål	6
Overordnede mål for perioden 2015-2017	6
Indsatsområder.....	7
Strategiske målsætninger	7
3. Årlige resultatmål	10
4. Måling opgørelsesoversigt	14
5. Måling og evaluering af indsatsen i 2015-2017	20
6. Formalia og påtegning.....	22

1. Indledning

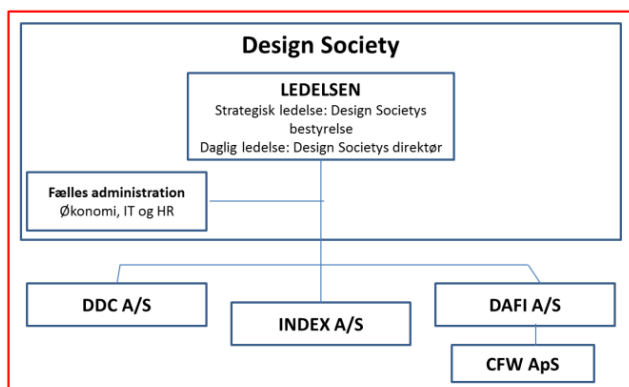
Danmark har med sine stærke og internationalt anerkendte kompetencer inden for design og mode et godt udgangspunkt for at få del i den stigende globale efterspørgsel inden for design, mode og livsstil. Design og mode er en del af Danmarks kreative erhverv, der står for 6-7 procent af den samlede private beskæftigelse og omsætning i Danmark.¹ Samtidig kan design bidrage til innovation og vækst i det øvrige erhvervsliv ved for eksempel at bidrage til udviklingen af upmarket-produkter og services samt smartere, grønne og ressourcebesparende løsninger.

Design Society er en erhvervsdrivende fond, der har til formål at fremme design, mode og relaterede kreative erhverv med henblik på at styrke væksten, markedsføre Danmark og bidrage til løsningen af samfundsmæssige udfordringer. Fonden skal bidrage til at samle og koordinere vækstindsatsen for design og mode, herunder facilitere og understøtte tværgående samarbejder mellem fondens datterselskaber – Dansk Design Center (DDC), INDEX: Design to Improve Life (INDEX) og Danish Fashion Institute (DAFI), hvoraf sidstnævnte har datterselskabet Copenhagen Fashion Week ApS. Datterselskaberne bidrager med hver deres aktiviteter og særlige kompetencer til at realisere fondens formål.

Design Society skal i de kommende år udvikle sig til en samlende og slagkraftig aktør, som har den fornødne viden og kritiske masse til at være en kvalificeret innovator, programoperatør og rådgiver i forhold til udvikling og udmøntning af vækstindsatsen for design og mode i hele Danmark. Fonden har et nationalt sigte og skal gennemføre aktiviteter i tæt samarbejde med relevante aktører i hele landet. Fonden skal bidrage til at skabe større kritisk masse og sammenhæng mellem nationale, regionale og lokale indsatser for design og mode.

Fonden Design Societys overordnede ledelse varetages af en bestyrelse. Bestyrelsen har til opgave at sikre, at fonden indfrier sit formål inden for rammerne af nærværende aftale. Den daglige ledelse varetages af fondens direktør. Administrationssekretariatet varetager fælles administrative opgaver som blandt andet udarbejdelse af regnskaber, udbetaling af løn, bistand i forbindelse med fundraising fra for eksempel EU-projekter og sekretariatsbetjening af bestyrelsen i Design Society. Nedenstående figur 1 illustrerer den organisatoriske opbygning af Design Society.

Figur 1: Design Society



¹ De kreative erhverv i Danmark udgør et bredt erhvervsområde og består af i alt 11 brancher: Arkitektur, bøger & presse, design, film & video, indholdsproduktion & computere, kunst & kunsthåndværk, musik, mode & beklædning, møbler & interiør, radio & tv samt reklame. Brancherne er forskelligartede og indeholder både produktionsvirksomheder, vidensservicevirksomheder og virksomheder, der fremstiller kunstnerisk indhold.

Om resultatkontrakten

Med denne aftale indgår Erhvervs- og Vækstministeriet og Region Hovedstaden en fælles flerårig resultatkontrakt med fonden Design Society for perioden medio 2015 til og med 2017. Aftalen fastsætter en fælles strategisk ramme for fondens arbejde i perioden. Derudover indeholder aftalen årlige resultatmål, der bidrager til at indfri de flerårige mål for Design Society. Resultatmålene skal genforhandles årligt i dialog mellem aftalens parter.

Den danske designtradition giver som nævnt et godt udgangspunkt for at skabe vækst inden for upmarket-design, modeprodukter og bæredygtige løsninger. Derfor blev der i 2013 lavet en vækstplan for kreative erhverv og design som element i erhvervs- og vækstpolitikken. Visionen bag planen er, at Danmark skal være et kraftcenter for kreative erhverv med fokus på bæredygtige løsninger og nye digitale muligheder. Et af vækstplanens indsatsområder er, at Danmark skal være et internationalt vækstcenter for arkitektur, mode og design. Design Society skal blandt andet bidrage til at gennemføre vækstplanen.

Region Hovedstaden har ligeledes i regionens nye regionale Vækst og Udviklingsstrategi (ReVUS) sat fokus på kreativ vækst som en af de vækstdrivere, der skal styrke hovedstadsregionens – Greater Copenhagen – position som Danmarks vækstmotor og som en grøn og innovativ metropol med høj vækst og livskvalitet. Målet med strategien er at fokusere og forenkle erhvervsindsatsen, så hovedstadsregionen i endnu højere grad kan drage fordel af sine erhvervsmæssige styrkepositioner.

Fondens arbejde skal i perioden 2015-2017 bidrage til udmøntning af og støtte op om regeringens nationale indsats for design og mode samt målsætningerne i Region Hovedstadens ReVUS.

Design Societys økonomi 2015-2017

I aftale om Regionalt Vækstpartnerskab for 2015 afsatte Region Hovedstaden **5 mio. kr. årligt** i 2015-2017 til Design Society. Derudover har Erhvervs- og Vækstministeriet afsat **31,3 mio. kr.** til Design Society i 2015. Samlet set har Region Hovedstaden og Erhvervs- og Vækstministeriet således afsat **36,3 mio. kr.** til Design Society i 2015. Disse midler danner grundlag for Design Societys planlægning samt målene i denne resultatkontrakt. Midlerne til Design Society i 2015 er fordelt med 1,9 mio. kr. til administration og fællesudgifter i moderfonden, 13,9 mio. kr. til DDC, 8,5 mio. kr. til INDEX, 5 mio. kr. til DAFI og 7 mio. kr. i ufordelte midler. De ufordelte midler fordeles af bestyrelsen i Design Society til løbende vækstindsatser inden for design og mode.

I 2015 er de statslige midler til Design Society ekstraordinært store, idet Erhvervs- og Vækstministeriet har tilvejebragt engangsfinansiering til at etablere Design Society og til at gennemføre prisuddelingen INDEX: Award i 2015. De statslige bevillinger til Design Society i 2016 og 2017 vil være afhængige af den bevillingsmæssige tilslutning i de pågældende år.

Foruden midlerne fra Region Hovedstaden og Erhvervs- og Vækstministeriet forventes Københavns Kommune at bidrage til aktiviteter, der gennemføres af Design Societys datterselskaber. Københavns Kommune har i 2015 afsat 1,5 mio. kr. til DAFI samt 2,1 mio. kr. til udvikling af modeugen og til udvikling af bæredygtighed i modebranchen.

Det er udgangspunktet, at Design Societys datterselskaber ikke skal være fuldt finansieret af de offentlige bevillinger fra Design Society. Konstruktionen giver derfor de enkelte institutioner mulighed for at sikre opbakning til deres aktiviteter gennem ekstern finansiering. DDC, INDEX og DAFI har mulighed for at

fundraise og skaffe private bidrag til aktiviteter og events. Design Society kan ikke disponere over datterselskabernes egen fundraising.

2. Design Societys strategiske målbillede 2015-2017

Præsentation af Design Society

Design Society blev etableret som en erhvervsdrivende fond i august 2015. Fonden samler de tre organisationer Dansk Design Center (DDC), INDEX: Design to Improve Life (INDEX) og Danish Fashion Institute (DAFI), herunder Copenhagen Fashion Week som er et datterselskab under DAFI.

Design Society skal koordinere den nationale vækstindsats for design og mode, herunder fremme anvendelsen af design i det brede erhvervsliv og sikre en indsats, der imødekommer lokale behov. Det er endvidere et fokuspunkt for Design Society at brande dansk design og mode internationalt med henblik på at tiltrække turister og studerende, kvalificeret arbejdskraft og investeringer til Danmark.

Formål

Design Society har til formål at fremme design, mode og relaterede kreative erhverv med henblik på at styrke væksten, markedsføre Danmark og bidrage til løsningen af samfundsmæssige udfordringer.

Design Society opererer primært via sine tre datterselskaber – DDC, INDEX og DAFI, hvoraf sidstnævnte har datterselskabet Copenhagen Fashion Week ApS. Fonden har en samlende opgave med at bidrage til at sætte en fælles strategisk og visionær retning for udviklingen af design- og modeerhvervet. Design Societys indsats skal komme hele landet til gavn.

Overordnet mål for perioden 2015-2017

Design Society og dets datterselskaber skal ved udgangen af 2017 have positioneret sig som kompetente og anerkendte erhvervsfremmeaktører. Fondens overordnede mål er, at Design Societys aktiviteter i perioden 2015-2017 bidrager til, at værditilvæksten i den private sektor øges med minimum 500 mio. kr. Værditilvæksten realiseres ad 3 spor som værdien af, at virksomheder, der har været direkte involveret i aktiviteter i regi af Design Society eller dets datterselskaber, enten øger omsætningen med mindst 15 procentpoint eller øger beskæftigelsen med mindst 10 procentpoint i forhold til sammenlignelige virksomheder over en 2-årig periode, som værdien af aktiviteter vedrørende markedsføring af Danmark og som værdien af løsningen af samfundsmæssige udfordringer. Målet opgøres ved udgangen af 2017 ud fra både realiserede og forventede effekter af alle fondens aktiviteter.

Afsnit 5 i nærværende resultatkontrakt beskriver, hvordan Design Societys flerårige målsætning skal måles og evalueres, mens afsnit 4 indeholder en målopgørelsesoversigt, der skitserer kriterierne for, hvordan de årlige resultatmål i afsnit 3 opfyldes.

Indsatsområder

Design Society arbejder inden for 4 overordnede indsatsområder:

1. Udvikling og innovation inden for design og mode

Design Society har til opgave at samle og koordinere den nationale vækstindsats for design og mode. Dette gør fonden blandt andet ved, at datterselskaberne producerer, hjemtager og formidler national og international viden om teknologi, trends, metoder, forretningsmodeller mv., der kan inspirere og omsættes til vækst i virksomheder i hele Danmark, samt ved at igangsætte og understøtte tværgående initiativer, der kan sætte nye muligheder og udfordringer for design- og modevirksomheder på dagsordenen. Sidstnævnte gør datterselskaberne ved at igangsætte programmer, forløb og arrangementer, som inspirerer og omsættes til vækst i virksomheder, samt ved at producere og holde sig ajour med ny viden gennem deltagelse i forsknings- og udviklingsprojekter, konferencer, partnerskaber, netværksarrangementer osv.

2. Brobygning og synergieffekter til det brede erhvervsliv i hele Danmark

Design Society arbejder for at bygge bro mellem designbaserede virksomheder og det brede erhvervsliv. Dette gør fonden blandt andet ved at understøtte, at datterselskaberne hjemtager, omsætter og formidler national og international viden om potentialerne ved at inddrage designkompetencer og bæredygtighedstankegangen i udviklingen af nye produkter og services. Som led heri afholder datterselskaberne blandt andet konferencer og events samt faciliterer samspil mellem designbaserede virksomheder og det brede erhvervsliv i hele Danmark.

3. International branding af dansk design og mode

Design Society arbejder for at fastholde og udvikle Danmarks stærke internationale brand som en innovativ nation med fokus på design, mode, bæredygtighed og godt håndværk. Mange danske virksomheder nyder godt af dette brand, når de eksporterer produkter og serviceydelser eller starter butikker i udlandet. Derudover er det også med til at tiltrække turister og studerende, kvalificeret arbejdskraft og investeringer til Danmark. Som led heri understøtter Design Society blandt andet, at datterselskaberne bidrager til større internationale fremstødsaktiviteter, hvor danske virksomheder bliver promoveret i udvalgte højvækstlande, afholder internationale events, modtager udenlandske delegationer samt indgår i internationale partnerskaber.

4. Organisatorisk effektivitet, transparens og videndeling

Design Society skal være en åben og transparent organisation med en professionel administration, der opnår synlige og målbare effekter. Dette gør Design Society blandt andet ved at sikre klare og ensartede administrative procedurer og forestå koordinering og indsamling af dokumentation for datterselskabernes indsatser og effekterne heraf.

Strategiske målsætninger

Nedenstående 8 strategiske målsætninger udstikker kursen for Design Society i perioden 2015-2017. Design Society danner ramme om tre datterselskaber, der på hver sin vis bidrager til fondens formål om at fremme design, mode og relaterede kreative erhverv med henblik på at styrke væksten, markedsføre Danmark og bidrage til løsningen af samfundsmæssige udfordringer. Derfor indeholder nedenstående strategiske målsætninger også en strategisk målsætning for de enkelte datterselskaber.

1. Anerkendt kompetencemiljø med forankring i erhvervslivet i hele Danmark

Design Society og datterselskaberne skal være anerkendte kompetencemiljøer – med forankring i erhvervslivet – som har den fornødne viden og kritiske masse til at være kvalificerede innovatører, programoperatører og rådgivere i forhold til vækstindsatsen inden for design, mode og relaterede kreative erhverv.

2. Samlende aktør med forankring i hele Danmark

Design Society og datterselskaberne skal arbejde for at skabe national sammenhæng i den virksomhedsrettede indsats for at fremme design og mode, herunder videndele og samarbejde med relevante aktører i hele landet.

3. Realisering af Bryghusprojektet

Design Society skal bidrage til realiseringen af Bryghusprojektet som et internationalt anerkendt fyrtårn for byudvikling, arkitektur og design, herunder udvikling af en ny innovations- og væksthub.

4. Vækst i hele Danmark via styrkelse af designbranchen

DDC skal bidrage til at udvikle og fremme anvendelsen af design i det brede erhvervsliv med fokus på innovation og vækst samt arbejde for professionalisering og øget produktivitet i de designbaserede erhverv.

5. Vækst via bæredygtige løsninger på samfundsmæssige udfordringer

INDEX skal bidrage til en øget vækst i dansk erhvervsliv ved at udbrede viden om og bidrage til indfrielse af de forretningsmæssige potentialer ved udvikling og investering i bæredygtige løsninger på samfundsmæssige udfordringer.

6. Fremme vækst, eksport og bæredygtig omstilling i den samlede modebranche

DAFI skal bidrage til at fremme væksten, udviklingen og eksporten af dansk mode og en bæredygtig omstilling af den danske modebranche, herunder en styrkelse af bæredygtighed og samfundsansvar som et vigtigt konkurrenceparameter.

7. Effektivitet og resultatskabelse

Design Society skal arbejde for at sikre den til enhver tid mest effektive og bedst mulige resultatskabelse af fondens midler inden for rammerne af de årlige resultatkontrakter.

8. Åbenhed og transparens

Design Society skal sikre åbenhed og transparens i moderfonden Design Society og i de underliggende datterselskaber.

I nedenstående figur 2 fremgår sammenhængen mellem Design Societys indsatsområder og fondens flerårige strategiske målsætninger.

Figur 2: Sammenhæng mellem Design Societys indsatsområder og fondens strategiske målsætninger

1. <i>Udvikling og innovation inden for design og mode</i>	2. <i>Brobygning og synergieffekter til det brede erhvervsliv i hele Danmark</i>	3. <i>International branding af dansk design og mode</i>	4. <i>Organisatorisk effektivitet, transparens og videndeling</i>
1. Anerkendt kompetencemiljø med forankring i erhvervslivet i hele Danmark			
2. Samlende aktør med forankring i hele Danmark			
3. Realisering af Bryghusprojektet		3. Realisering af Bryghusprojektet	
4. Vækst i hele Danmark via styrkelse af Designbranchen			
5. Vækst via bæredygtige løsninger på samfundsmæssige udfordringer		5. Vækst via bæredygtige løsninger på samfundsmæssige udfordringer	
6. Fremme vækst, eksport og bæredygtig omstilling i den samlede modebranche		6. Fremme vækst, eksport og bæredygtig omstilling i den samlede modebranche	
			7. Effektivitet og resultatskabelse
			8. Åbenhed og transparens

3. Årlige resultatmål

Design Society har 8 flerårige strategiske målsætninger, der hver især skal bidrage til at indfri fondens overordnede mål. De årlige resultatmål er delmål, der skal bidrage til at indfri de strategiske målsætninger. De årlige resultatmål skal genforhandles årligt i dialog mellem aftalens parter. Nedenstående resultatmål er udvalgte strategiske aktiviteter/projekter og omfatter derfor ikke alle aktiviteter/projekter i Design Society og datterselskaberne. I opgørelsen af Design Societys overordnede målsætninger skal alle deltagende virksomheder i alle aktiviteter/projekter i Design Society og datterselskaberne indgå – uanset om de er udvalgt som årlige resultatmål eller ej. Da datterselskaberne kun har ét overordnet strategisk mål, er der opstillet flere delmål under datterselskaberne.

Mål 1: Anerkendt kompetencemiljø med forankring i erhvervslivet i hele Danmark

1. Ekstern medfinansiering <u>Vægt:</u> 15 procent	1.1 Datterselskaberne under Design Society skal samlet set i 2015 sikre ekstern medfinansiering svarende til minimum 30 procent af tilskuddet fra Design Society. Alle datterselskaber skal bidrage til det fælles mål.
--	--

Mål 2: Samlende aktør med forankring i hele Danmark

2. Strategi for national forankring <u>Vægt:</u> 5 procent	2.1 Design Society skal senest den 1. december 2015 fremlægge en bestyrelsesgodkendt strategi for, hvordan Design Society og datterselskaber skaber sammenhæng i den virksomhedsrettede indsats i hele landet.
--	---

Mål 3: Realisering af Bryghusprojektet

3. Afholdelse af faglige arrangementer i Bryghuset <u>Vægt:</u> 5 procent	3.1 I samarbejde med Dansk Arkitektur Center skal DDC afholde mindst 6 virksomhedsrettede arrangementer, hvor der sættes fokus på synergieffekterne i krydsfeltet mellem design, byudvikling og arkitektur. Samlet set skal der minimum deltage 75 virksomhedsrepræsentanter i arrangementerne.
---	--

Mål 4: Vækst i hele Danmark via styrkelse af designbranchen

4. Brobygning mellem designbranchen og det øvrige erhvervsliv <u>Vægt:</u> 30 procent	4.1 I forbindelse med gennemførelse af fase 1 (pilotprojekt) i <i>Designpartnerskab for styrket vækst</i> , hvor et konsortium med deltagelse fra DDC skaber projektdesign og involverer designvirksomheder og store virksomheder i at udvikle nye løsninger og samarbejds måder, skal DDC sikre, at der gennemføres minimum 3 pilotforløb og afholdes minimum 3 arrangementer, hvor deltagervirksomhederne udveksler erfaringer. Deltagervirksomhederne har minimum en tilfredshedegrad på 85 procent ud af 100 procent, og i løbet af 2015 har DDC minimum 2
---	---

	omtaler af projektet eller en af casene i projektet i et landsdækkende dagblad.
	4.2 DDC forbereder gennemførelsen af 50-årsjubilæet for Danish Design Award i 2016, der går til en designbaseret virksomhed eller en virksomhed, der har formålet at integrere design i sin produktion. Som en del af forberedelsen skal DDC blandt andet undersøge mulighederne for Jylland som venue for prisen i 2016, vælge kategorier og etablere partnerskaber, etablere juryen, markedsføre prisen, udvælge nominerede og udvikle koncept for prisoverrækkelse.
	4.3 DDC gennemfører i hele landet en interviewrunde med små (mindre) designdrevne virksomheder, som udvikler designs til b-t-c markedet og har vækstambitioner med det formål at kortlægge vækstrejser og -mål. I forbindelse med interviewene afdækkes interessen for at indgå i et skaleringsforløb. Parallelt gennemføres interviews med succesfulde vækstvirksomheder med fokus på læring og aktører i økosystemet som kan bidrage til vækst i mindre designdrevne virksomheder. Derudover markedsføres initiativet mhp. rekruttering af deltagere. Der iværksættes et egentligt pilotskaleringsforløb i Q4 2015 for 6-8 virksomheder.

Mål 5: Vækst via bæredygtige løsninger på samfundsmæssige udfordringer

5. Udvikling af forretningspotentialet i bæredygtige løsninger <u>Vægt:</u> 20 procent	5.1 INDEX afholder i samarbejde med Accelerace og Boston Consulting Group en sommerskole for unge designentreprenører. De udvalgte designentreprenører gennemgår et træningsforløb, hvor de udvikler forretningsplaner og trænes i præsentationer af disse for relevante målgrupper og investorer. Der skal deltage minimum 10 designentreprenører i sommerskolen, og disse skal forberedes til at pitche foran danske og udenlandske investorer på Design to Improve Life Investment Day, hvor der tilsammen skal deltage minimum 50 danske og internationale investorer.
	5.2 INDEX skal gennemføre INDEX: Award 2015 med minimum deltagelse af 1.200 gæster fra minimum 30 lande. I forbindelse med INDEX: Award skal der tilsammen genereres minimum 200 artikler i danske og udenlandske medier. I samarbejde med Invest In Denmark skal 5-10 bloggere rejse til Danmark for at dække begivenheden. Af disse skal minimum 50 procent være fra førende internationale medier som eksempelvis New York Times og Treehugger.

5.3 INDEX skal etablere Danish Impact Investment Circle for at dele viden med danske investorer om potentialet for og metoder til investering i samfundsudfordringer. Der skal gennemføres 2 arrangementer med i alt minimum 50 deltagere fra danske fonde, business angles, VC institutionelle investorer og virksomheder. Deltagerne har minimum en tilfredshedsgrad på 85 procent ud af 100 procent. Ét arrangement skal afholdes i Jylland eller på Fyn, og i 2015 skal ét arrangement afholdes i samarbejde med Region Hovedstaden, Væksthus Hovedstadsregionen og eventuelt andre relevante aktører, der beskæftiger sig med kreative erhverv. INDEX skal dele international viden om det samfundsmæssige og økonomiske potentiale i løsning af samfundsudfordringer. Videndelingen skal foregå via uddannelsesprogrammer, hvori minimum 5.000 personer deltager, og via kommunikation til minimum 400 designere og 500.000 danskere.

Mål 6: Fremme vækst, eksport og bæredygtig omstilling i den samlede modebranche

6. Grøn omstilling af modebranchen

Vægt: 15 procent

6.1 I 2015 afholder DAFI minimum 6 virksomhedsrettede arrangementer om emner, der kan bidrage til vækst, professionalisering, eksport og effektivisering i modebranchen. Herunder også grøn omstilling som en del af emnefeltet. Arrangementerne er rettet mod modevirksomheder i hele Danmark, hvoraf minimum ét af disse arrangementer skal afholdes i Jylland. Der deltager minimum 100 virksomheder samlet set i 2015.

6.2 DAFI videreudvikler og afholder 2 gange årligt Copenhagen Fashion Week som middel til øget vækst og eksport i mode- og tekstilbranchen samt videreudvikler, forbereder, fundraiser og markedsfører mega-eventen Copenhagen Fashion Summit (CFS) til afholdelse næste gang i maj 2016. Arbejdet med CFS skal fastholde og styrke topmødet som verdens største og vigtigste event inden for bæredygtighed i modebranchen samt bidrage til, at antallet af deltagere stiger med 10 procent, herunder at antallet af internationale deltagere og pressefolk tilsammen stiger med 20 procent. Selve eventen og markedsføringen af den skal medvirke til at positionere dansk mode og København som destination for bæredygtig mode med afsmittende effekt på modeugerne og afsætningsmulighederne.

6.3 DAFI bidrager – i samarbejde med Dansk Mode & Tekstil og Wear/Dansk Erhverv – til udarbejdelse af en national handlingsplan for, hvordan flere virksomheder i mode- og tekstilbranchen tager ansvar for arbejdsforhold og forureningsniveauet i branchen. Antallet af større virksomheder inden for mode- og tekstilbranchen,

der angiver, at de har en aktiv CSR-politik i deres årsregnskab, skal stige med 10 procent for årsregnskabsperioden fra 2015 til 2017.

Mål 7: Effektivitet og resultatskabelse

7. Økonomistyring

Vægt: 5 procent

7.1 Design Society og datterselskaberne herunder har ved udgangen af 2015 en målopfyldelse af resultatkontrakten på minimum 85 procent og et positivt driftsresultat.

Mål 8: Åbenhed og transparens

8. Ansvarlighed og sparsommelighed

Vægt: 5 procent

8.1 Regnskaberne for Design Society og datterselskaberne skal godkendes af en revisor uden anmærkninger, og administrationen skal kunne redegøre for, hvordan de offentlige midler er anvendt, og at der ikke er anvendt offentlige midler til kommercielle aktiviteter.

4. Måling opgørelsesoversigt

Årlige resultatmål	Vægt i procent	Delvist opfyldt (50 point)	Opfyldt (100 point)
<i>Mål 1: Anerkendt kompetencemiljø med forankring i erhvervslivet i hele Danmark</i>			
1.1 Ekstern medfinansiering Datterselskaberne under Design Society skal samlet set i 2015 sikre ekstern medfinansiering svarende til minimum 30 procent af tilskuddet fra Design Society. Alle datterselskaber skal bidrage til det fælles mål.	15	I 2015 skal datterselskaberne samlet set som minimum have ekstern medfinansiering svarende til 25 procent af det samlede tilskud til datterselskaberne.	I 2015 skal datterselskaberne samlet set som minimum have ekstern medfinansiering svarende til 30 procent af det samlede tilskud til datterselskaberne.
<i>Mål 2: Samlende aktør med forankring i hele Danmark</i>			
2.1 Strategi for national forankring Design Society skal senest den 1. december 2015 fremlægge en bestyrelsesgodkendt strategi for, hvordan Design Society og datterselskaberne skaber sammenhæng i den virksomhedsrettede indsats i hele landet.	5	Inden udgangen af 2015 skal Design Society have sendt den bestyrelsesgodkendte strategi til Erhvervsstyrelsen og Region Hovedstaden.	Design Society skal senest den 1. december 2015 have sendt den bestyrelsesgodkendte strategi til Erhvervsstyrelsen og Region Hovedstaden.
<i>Mål 3: Realisering af Bryghusprojektet</i>			
3.1 Afholdelse af faglige arrangementer i Bryghuset I samarbejde med Dansk Arkitektur Center (DAC) skal DDC afholde mindst 6 virksomhedsrettede arrangementer, hvor der sættes fokus synergieffekterne i krydsfeltet mellem design, byudvikling og arkitektur. Samlet set skal der minimum deltage 75 virksomhedsrepræsentanter i arrangementerne.	5	DAC og DDC har afholdt 5 virksomhedsrettede arrangementer, hvor der sættes fokus synergieffekterne i krydsfeltet mellem design, byudvikling og arkitektur. Samlet set skal der minimum deltage 50 virksomhedsrepræsentanter i arrangementerne.	DAC og DDC har afholdt 6 eller flere virksomhedsrettede arrangementer, hvor der sættes fokus synergieffekterne i krydsfeltet mellem design, byudvikling og arkitektur. Samlet set skal der minimum deltage 75 virksomhedsrepræsentanter i arrangementerne.

<i>Mål 4: Vækst i hele Danmark via styrkelse af designbranchen</i>			
<p>4.1 Brobygning mellem designbranchen og det øvrige erhvervsliv I forbindelse med gennemførelse af fase 1 (pilotprojekt) i <i>Designpartnerskab for styrket vækst</i>, hvor et konsortium med deltagelse fra DDC skaber projektdesign og involverer designvirksomheder og store virksomheder i at udvikle nye løsninger og samarbejds måder, skal DDC sikre, at der gennemføres minimum 3 pilotforløb og afholdes minimum 3 arrangementer, hvor deltagervirksomhederne udveksler erfaringer. Deltagervirksomhederne har minimum en tilfredshedsgrad på 85 procent ud af 100 procent, og i løbet af 2015 har DDC minimum 2 omtaler af projektet eller en af casene i projektet i et landsdækkende dagblad.</p>	30	I løbet af 2015 har DDC gennemført 2 af de 3 pilotforløb og 2 af de 3 arrangementer. Deltagervirksomhederne har minimum en tilfredshedsgrad på 85 procent ud af 100 procent, og i løbet af 2015 har DDC minimum én omtale af projektet eller en af casene i projektet i et landsdækkende dagblad.	I løbet af 2015 har DDC gennemført minimum 3 pilotforløb og minimum 3 arrangementer. Deltagervirksomhederne har minimum en tilfredshedsgrad på 85 procent ud af 100 procent, og i løbet af 2015 har DDC minimum 2 omtaler af projektet eller en af casene i projektet i et landsdækkende dagblad.
<p>4.2 Forberede 50-årsjubilæum for Danish Design Award DDC forbereder gennemførelsen af 50-årsjubilæet for Danish Design Award i 2016, der går til en designbaseret virksomhed eller en virksomhed, som har formået at integrere design i sin produktion. Som en del af forberedelsen skal DDC blandt andet undersøge mulighederne for Jylland som venue for prisen i 2016, vælge kategorier og etablere partnerskaber, etablere juryen, markedsføre prisen, udvælge nominerede og udvikle koncept for prisoverrækkelse.</p>			DDC har forberedt gennemførelsen af 50-årsjubilæet for Danish Design Award som beskrevet i 4.2.
<p>4.3 Gennemføre interview og skaleringsforløb DDC gennemfører i hele landet en interviewrunde med små (mindre) designdrevne virksomheder, som udvikler designs til b-t-c markedet og har vækstambitioner med det formål at kortlægge vækstretninger og -mål. I forbindelse med interviewene afdækkes interessen for at indgå i et skaleringsforløb. Parallelt gennemføres interviews med</p>		DDC har afholdt minimum én workshop for små (mindre) designdrevne virksomheder, som udvikler designs til b-t-c markedet, og som har ambitioner om vækst. Workshoppen har til formål at afdække behovet for	DDC har afholdt minimum 2 workshops for små (mindre) designdrevne virksomheder, som udvikler designs til b-t-c markedet, og som har ambitioner om vækst. Workshoppen har til formål at afdække behovet for vækst og

<p>succesfulde vækstvirksomheder med fokus på læring og aktører i økosystemet som kan bidrage til vækst i mindre designdrevne virksomheder. Derudover markedsføres initiativet mhp. rekruttering af deltagere. Der iværksættes et egentligt pilotskaleringsforløb i Q4 2015 for 6-8 virksomheder.</p>		<p>vækst og interessen for at indgå i et skaleringsforløb. Minimum 20 procent af deltagerne har deltaget i et skaleringsforløb.</p>	<p>interessen for at indgå i et skaleringsforløb. Minimum ét af arrangementerne er afholdt uden for hovedstadsområdet, og minimum 30 procent af deltagerne har deltaget i et skaleringsforløb.</p>
<p><i>Mål 5: Vækst via bæredygtige løsninger på samfundsmæssige udfordringer</i></p>			
<p>5.1 Afholde sommerskole INDEX afholder i samarbejde med Accelerace og Boston Consulting Group en sommerskole for unge designentreprenører. De udvalgte designentreprenører gennemgår et træningsforløb, hvor de udvikler forretningsplaner og trænes i præsentationer af disse for relevante målgrupper og investorer. Der skal deltage minimum 10 designentreprenører i sommerskolen, og disse skal forberedes til at pitche foran danske og udenlandske investorer på Design to Improve Life Investment Day, hvor der tilsammen skal deltage minimum 50 danske og internationale investorer.</p>	<p>20</p>	<p>INDEX afholder sommerskolen som beskrevet i 5.1, og minimum 6 designentreprenører deltager og forberedes til at pitche foran investorer til Design to Improve Life Investment Day, hvor der tilsammen deltager minimum 30 danske og udenlandske investorer. De udvalgte designentreprenører gennemgår et træningsforløb som beskrevet i 5.1.</p>	<p>INDEX afholder sommerskolen som beskrevet i 5.1, og minimum 10 designentreprenører deltager og forberedes til at pitche foran investorer til Design to Improve Life Investment Day, hvor der tilsammen deltager minimum 50 danske og udenlandske investorer. De udvalgte designentreprenører gennemgår et træningsforløb som beskrevet i 5.1.</p>
<p>5.2 Gennemføre INDEX: Award 2015 INDEX skal gennemføre INDEX: Award 2015 med minimum deltagelse af 1.200 gæster fra minimum 30 lande. I forbindelse med INDEX: Award skal der tilsammen genereres minimum 200 artikler i danske og udenlandske medier. I samarbejde med Invest In Denmark skal 5-10 bloggere rejse til Danmark for at dække begivenheden. Af disse skal minimum 50 procent være førende fra internationale medier som eksempelvis New York Times og Treehugger.</p>		<p>INDEX afholder INDEX: Award, og der deltager minimum 1.000 gæster fra minimum 20 lande. I forlængelse heraf genereres tilsammen minimum 100 artikler i danske og udenlandske medier. Minimum 5 bloggere rejser til Danmark for at dække begivenheden, og minimum 2 af dem er fra internationale medier.</p>	<p>INDEX afholder INDEX: Award, og der deltager minimum 1.200 gæster fra minimum 30 lande. I forlængelse heraf genereres tilsammen minimum 200 artikler i danske og udenlandske medier. Minimum 10 bloggere rejser til Danmark for at dække begivenheden, og minimum 5 af dem er fra førende internationale medier.</p>

<p>5.3 Etablere Danish Impact Investment Circle og afholde investorarrangementer</p> <p>INDEX skal etablere Danish Impact Investment Circle for at dele viden med danske investorer om potentialet for og metoder til investering i samfundsudfordringer. Der skal gennemføres 2 arrangementer med i alt minimum 50 deltagere fra danske fonde, business angels, VC institutionelle investorer og virksomheder. Deltagerne har minimum en tilfredshedsgrad på 85 procent ud af 100 procent. Ét arrangement skal afholdes i Jylland eller på Fyn, og i 2015 skal ét arrangement afholdes i samarbejde med Region Hovedstaden, Væksthus Hovedstadsregionen og eventuelt andre relevante aktører, der beskæftiger sig med kreative erhverv. INDEX skal dele international viden om det samfundsmæssige og økonomiske potentiale i løsning af samfundsudfordringer. Videndelingen skal foregå via uddannelsesprogrammer, hvori minimum 5.000 personer deltager, og via kommunikation til minimum 400 designere og 500.000 danskere.</p>		<p>INDEX etablerer Danish Impact Investment Circle og gennemfører ét arrangement med minimum 25 deltagere fra danske fonde, business angels, VC institutionelle investorer og virksomheder. Deltagerne har en tilfredshedsgrad på minimum 85 procent ud af 100 procent. Arrangementet afholdes i 2015 i samarbejde med Region Hovedstaden og Væksthus Hovedstadsregionen. Minimum 3.000 personer deltager i INDEX' uddannelsesprogrammer, og kommunikationen om det økonomiske potentiale i løsning af samfundsudfordringer når ud til minimum 300 designere og 350.000 danskere.</p>	<p>INDEX etablerer Danish Impact Investment Circle og gennemfører 2 arrangementer med i alt minimum 50 deltagere fra danske fonde, business angels, VC institutionelle investorer og virksomheder. Deltagerne har en tilfredshedsgrad på minimum 85 procent ud af 100 procent. Ét arrangement afholdes i Jylland eller på Fyn, og i 2015 afholdes ét arrangement i samarbejde med Region Hovedstaden og Væksthus Hovedstadsregionen. Minimum 5.000 personer deltager i INDEX' uddannelsesprogrammer, og kommunikationen om det økonomiske potentiale i løsning af samfundsudfordringer når ud til minimum 400 designere og 500.000 danskere.</p>
<p><i>Mål 6: Fremme vækst, eksport og bæredygtig omstilling i den samlede modebranche</i></p>			
<p>6.1 Grøn omstilling af modebranchen</p> <p>I 2015 afholder DAFI minimum 6 virksomhedsrettede arrangementer om emner, der kan bidrage til vækst, professionalisering, eksport og effektivisering i modebranchen. Herunder også grøn omstilling som en del af emnefeltet. Arrangementerne er rettet mod modevirksomheder i hele Danmark, hvoraf minimum ét af disse arrangementer skal afholdes i Jylland. Der deltager minimum 100 virksomheder samlet set i 2015.</p>	<p>15</p>	<p>DAFI har afholdt minimum 4 virksomhedsrettede arrangementer om emner, der kan bidrage til vækst, professionalisering, eksport, effektivisering og grøn omstilling af modevirksomheder i hele Danmark, hvoraf minimum ét af arrangementerne skal være afholdt uden for hovedstadsområdet.</p>	<p>DAFI har afholdt minimum 6 virksomhedsrettede arrangementer om emner, der kan bidrage til vækst, professionalisering, eksport, effektivisering og grøn omstilling af modevirksomheder i hele Danmark, hvoraf minimum ét af arrangementerne skal være afholdt i Jylland. Samlet set har der minimum deltaget 100 virksomheder.</p>

		Samlet set har der minimum deltaget 50 virksomheder.	
<p>6.2 Markedsføring af Danmark DAFI videreudvikler og afholder 2 gange årligt Copenhagen Fashion Week som middel til øget vækst og eksport i mode- og tekstilbranchen samt videreudvikler, forbereder, fundraiser og markedsfører mega-eventen Copenhagen Fashion Summit (CFS) til afholdelse næste gang i maj 2016. Arbejdet med CFS skal fastholde og styrke topmødet som verdens største og vigtigste event inden for bæredygtighed i modebranchen samt bidrage til, at antallet af deltagere stiger med 10 procent, herunder at antallet af internationale deltagere og pressefolk tilsammen stiger med 20 procent. Selve eventen og markedsføringen af den skal medvirke til at positionere dansk mode og København som destination for bæredygtig mode med afsmittende effekt på modeugerne og afsætningsmulighederne.</p>		Flerårigt mål.	Flerårigt mål.
<p>6.3 Løsning af samfundsudfordringer DAFI bidrager – i samarbejde med Dansk Mode & Tekstil og Wear/Dansk Erhverv – til udarbejdelse af en national handlingsplan for, hvordan flere virksomheder i mode- og tekstilbranchen tager ansvar for arbejdsforhold og forureningsniveauet i branchen. Antallet af større virksomheder inden for mode- og tekstilbranchen, der angiver, at de har en aktiv CSR-politik i deres årsregnskab, er steget med 10 procent fra årsregnskabsperioden fra 2015 til 2017.</p>		Flerårigt mål. DAFI har bidraget til udarbejdelse af en national handlingsplan for, hvordan flere virksomheder i mode- og tekstilbranchen tager ansvar for arbejdsforhold og forureningsniveauet i branchen.	Flerårigt mål. DAFI har bidraget til udarbejdelse af en national handlingsplan for, hvordan flere virksomheder i mode- og tekstilbranchen tager ansvar for arbejdsforhold og forureningsniveauet i branchen. Antallet af større virksomheder inden for mode- og tekstilbranchen, der angiver, at de har en aktiv CSR-politik i deres årsregnskab, er steget med 10 procent fra årsregnskabsperioden fra 2015 til 2017.

<i>Mål 7: Effektivitet og resultatskabelse</i>			
<p>7.1 Økonomistyring Design Society og datterselskaberne herunder har ved udgangen af 2015 en målopfyldelse af resultatkontrakten på minimum 85 procent og et positivt driftsresultat.</p>	5	Administrationen i Design Society skal kvartalsvist modtage faglig og økonomisk afrapportering fra datterselskaberne. Rapporterne indeholder afrapportering på faglig målopfyldelse (resultatmål) samt budgetopfølgning.	Design Society og datterselskaberne herunder har ved udgangen af 2015 en målopfyldelse af resultatkontrakten på minimum 85 procent og et positivt driftsresultat.
<i>Mål 8: Åbenhed og transparens</i>			
<p>8.1 Ansvarlighed og sparsommelighed Regnskaberne for Design Society og datterselskaberne skal godkendes af en revisor uden anmærkninger, og administrationen skal kunne redegøre for, hvordan de offentlige midler er anvendt, og at der ikke er anvendt offentlige midler til kommercielle aktiviteter.</p>	5	Regnskaberne for Design Society og datterselskaberne skal godkendes af en revisor uden anmærkninger, og administrationen skal kunne redegøre for, hvordan de offentlige midler er anvendt, og at der ikke er anvendt offentlige midler til kommercielle aktiviteter.	Regnskaberne for Design Society og datterselskaberne skal godkendes af en revisor uden anmærkninger, og administrationen skal kunne redegøre for, hvordan de offentlige midler er anvendt, og at der ikke er anvendt offentlige midler til kommercielle aktiviteter.
Dækningsgrad	100		

5. Måling og evaluering af indsatsen i 2015-2017

Design Society og dets datterselskaber skal ved udgangen af 2017 have positioneret sig som kompetente og anerkendte erhvervsfremmeaktører, der bidrager til den private værdiskabelse i det danske samfund. Der sigtes mod, at Design Society gennem sine aktiviteter i perioden 2015-2017 bidrager til at øge den private værditilvækst med minimum 500 mio. kr. Værditilvæksten realiseres ad 3 spor som værdien af, at virksomheder, der har været direkte involveret i aktiviteter i regi af Design Society eller dets datterselskaber, enten øger omsætningen med mindst 15 procentpoint eller øger beskæftigelsen med mindst 10 procentpoint i forhold til sammenlignelige virksomheder over en 2-årig periode, som værdien af aktiviteter vedrørende markedsføring af Danmark og som værdien af løsningen af samfundsmæssige udfordringer. Vækstmålet for Design Society tænkes målt således:

Kompetente og anerkendte erhvervsfremmeaktører

Målet vurderes som at være opfyldt, når Design Society og dets datterselskaber har indfriet nedenstående erhvervsøkonomiske mål om privat samfundsmæssig værdiskabelse.

Privat værditilvækst med minimum 500 mio. kr.

Det overordnede vækst mål skal forstås således, at aktiviteterne i Design Society og dets datterselskaber skal føre til, at den private værdiskabelse i samfundet øges med minimum 500 mio. kr. Målet tager udgangspunkt i fonden og datterselskabernes aktiviteter i perioden 2015-2017 og opgøres ved udgangen af 2017 ud fra både realiserede og forventede effekter af alle fondens aktiviteter. Effekterne opgøres på baggrund af værditilvæksten i de konkrete virksomheder, der i perioden 2015-2017 har været direkte involveret i offentligt finansierede aktiviteter i regi af Design Society eller dets datterselskaber, samt den indirekte effekt, der måtte forekomme heraf til de relaterede erhverv, og øvrige effekter af aktiviteter vedrørende markedsføring af Danmark og løsning af samfundsudfordringer.

Værditilvæksten i de konkrete virksomheder opgøres ved driftsindtægter fratrukket omkostninger til forbrug af varer og tjenester. Oplysningerne hentes fra virksomhedernes indberetninger til offentlige myndigheder, herunder Danmarks Statistik. De endelige metoder til at måle effekterne af Design Societys virke udvikles i efteråret 2015 i samarbejde mellem Erhvervs- og Vækstministeriet, Region Hovedstaden og Design Society. Udviklingen af metoderne vil blandt andet bygge på det arbejde, der er igangsat med henblik på at måle de erhvervsøkonomiske konsekvenser af regulering, og på samarbejdet med regionerne om totalmåling af strukturfondsindsatsen. Målemetoderne skal godkendes af både Erhvervs- og Vækstministeriet, Region Hovedstaden og bestyrelsen i Design Society inden udgangen af 2015.

Det er som element i det overordnede vækst mål ambitionen, at alle virksomheder, der har været direkte involveret i offentligt finansierede aktiviteter i Design Society eller dets datterselskaber, som minimum enten skal have øget omsætningen med mindst 15 procentpoint eller øget beskæftigelsen med mindst 10 procentpoint i forhold til sammenlignelige virksomheder over en 2-årig periode (målt fra virksomhedernes første kontakt med Design Society).

Der etableres en kontrolgruppe af sammenlignelige virksomheder vægtes efter region, størrelse, branche og alder. Der indgår udelukkende virksomheder, der ifølge Danmarks Statistik enten har minimum ½ årsværk eller omsætning svarende til minimum ½ årsværk og har under 250 årsværk. Kun virksomheder, der er i drift i hele perioden, indgår i opgørelsen. Metoderne til at måle den direkte effekt er blandt andet kendt fra evalueringen af Væksthusene og en lang række strukturfondsprogrammer.

Region Hovedstaden har en overordnet strategisk målsætning for den kreative vækst i regionen om, at eksporten i de kreative erhverv i hovedstadsregionen skal være steget med 25 pct. inden 2025. Dette vil Region Hovedstaden løbende følge op på.

Vækstforum Hovedstaden har udviklet et Vækstbarometer, der består af kvalitative målinger blandt 800 af regionens virksomheder om deres forventninger til deres fremtidige vækst. 116 af disse virksomheder udgøres af firmaer med branchekoder inden for de kreative erhverv. 'Design' har ikke sin egen branchekode, men indgår i flere af brancherne under kreative erhverv.

Design Society skal aktivt benytte barometermålingerne i deres strategiske arbejde og kan komme med input til Vækstbarometerets spørgeguide med henblik på at skærpe måleresultaterne fra designrelaterede virksomheder. Design Society er ansvarlig for indsamlingen af data (primært CVR-oplysninger) til brug for målingen.

6. Formalia og påtegning

1. Resultatkontrakten indgås mellem Region Hovedstaden og Erhvervs- og Vækstministeriet og Design Society. Aftalen træder i kraft den 1. september 2015 og gælder til og med 2017.
2. Resultatkontrakten kan genforhandles i løbet af perioden, hvis eksterne faktorer, som Design Society ikke kunne eller ikke burde have forudset, gør, at et eller flere resultatmål ikke kan nås. Fejlbudgettering, leverandørsvigt, leverancer fra tredjeparter kan i udgangspunktet ikke i sig selv føre til genforhandling.
3. Resultatkontrakten er ikke retsligt bindende og fjerner ikke beføjelser og ansvar. Design Society har stadig det sædvanlige ansvar efter gældende lovgivning og hjemmelskrav, hvor budget- og bevillingsregler, overenskomster mv. følges, medmindre der på sædvanlig måde er skaffet hjemmel til fravigelse.
4. Design Society har ansvaret for overholdelse af og afrapportering på rammeaftalen samt eventuel genforhandling.
5. Status på resultatkontrakten rapporteres en gang årligt til Erhvervsstyrelsen på vegne af tilskudsgiverne og skal anvise, hvilke eventuelle korrigerende handlinger Design Society vil iværksætte i forhold til at opfylde rammeaftalen.
6. Endvidere henvises til de tilsagnsvilkår der aftales mellem Design Society og Erhvervsstyrelsen på vegne af Region Hovedstaden og Erhvervs- og Vækstministeriet, der angiver de nærmere betingelser for udbetaling af tilskuddet og dets anvendelse, samt angiver de krav, der stilles til regnskabsaflæggelse og revision.
7. De årlige resultatmål for Design Society genforhandles hvert år. De årlige resultatmål for henholdsvis 2016 og 2017 skal være afklaret senest ved udgangen af 2015 og 2016. De årlige resultatmål afklares i samarbejde med Design Society, Erhvervs- og Vækstministeriet/Erhvervsstyrelsen og Region Hovedstaden.
8. Design Societys bestyrelse vurderer løbende mulighederne for og potentialet i at udvide ejerkredsen bag Design Society samt fondens selskabs- og opgaveportefølje.

København den 2015

København den 2015

Departementschef Michael Dithmer

Bestyrelsesformand XXXXXX

Hillerød den 2015

XXXXXX Claus Bjørn Billehøj