



# Lokal vækst og erhvervsfremme i Danmark

En medieanalyse af Infomedia analyse om DEF-medlemmernes synlighed i medierne, og mediernes dækning af temaet 'lokal vækst og erhvervsfremme'.





## Lokal vækst og erhvervsfremme i Danmark

En medieanalyse af Infomedia analyse om DEF-medlemmernes synlighed i medierne, og mediernes dækning af temaet 'lokal vækst og erhvervsfremme'.

Infomedia har på opdrag fra Dansk ErhvervsFremme analyseret DEF-medlemmernes synlighed i de danske medier, samt mediernes dækning af den dagsorden, der i det følgende kaldes "lokal vækst og erhvervsfremme". Analyse-perioden er i alt ét år. Metoden og kildegrundlaget for i analysen fremgår bagest i denne rapport. Rapporten falder i tre dele: Del 1: DEF's medlemmer (synlighedsanalyse), Del 2: Lokal vækst og erhvervsfremme (agenda analyse) og Del 3: Erhvervsfremme (emneanalyse).

### RESULTATER

- › **Del 1: Synlighedsanalyse af DEF's medlemmer.** Synlighedsanalysen i del 1 viser entydigt, at der er markant mere omtale af DEF's 58 medlemmer i de lokale medier end i de landsdækkende medier. Dette er ikke overraskende, da lokale medier per definition vil være mere interesserede i at dække lokale vinkler, hvorfor de også vil være mere interesserede i at 'købe' historier med lokal vinkel. Det mest synlige DEF-medlem i de landsdækkende medier har været Udvikling Fyn (sub-regionalt medlem), som blandt andet har fået opmærksomhed på at trække internationale sportsbegivenheder til landsdelen (tennis, kapsejls, triatlon).
- › Det anbefales, at DEF medlemmerne fokuserer lokalt i deres pressearbejde. Frem for at bruge kostbar tid på forsøge at få de lokale vinkler 'løftet op' til de landsdækkende medier, vil der være markant større sandsynlighed for at få de lokale medier til at interessere sig for arbejdet med den lokale erhvervsfremme.
- › Et godt eksempel på god lokal dækning er Business Kolding, som er det mest omtalte private DEF-medlem i medier med base i Region Syddanmark. Business Kolding har især været god til at få omtale af sin ny erhvervsstrategi, som bl.a. sigter efter 3.000 nye arbejdspladser i 2022.
- › **Del 2: Agenda analyse: Lokal vækst og erhvervsfremme.** Men hvad er det så, der bliver skrevet om, når medierne behandler emnet 'lokal vækst og erhvervsfremme'? Mediedækningen i det forgange år blev stærkt præget af valgkampen i maj og juni og det efterfølgende regeringsskift. Den klart største enkeltsag er således uden tvivl V-regeringens plan for udflytning af statslige arbejdspladser.
- › Derudover handlede mediedækningen om Apples nye placering af et nyt datacenter i Viborg, en Kraka-analyse til SR-regeringen om, at provinsen mister industri-jobs, valgkampsdebatten om motorvejsudvidelser omkring E45, debat om udenlandsk arbejdskraft i det lokale, samt DI's årlige benchmarkrapport om Danmarks mest og mindst erhvervsvenlige kommuner.
- › De mest synlige politikere i debatten har været de helt store landspolitikere, Lars Løkke Rasmussen og Helle Thorning-Schmidt. Lokal vækst og erhvervsfremme har med andre ord stået helt centralt på den politiske agenda det seneste år, især under valgkampen. Det har dog været de landsdækkende aktører og ikke de lokale og regionale aktører, der har fyldt i debatten.
- › Den ubetinget mest synlige interesseorganisation i debatten om det lokale erhvervs-klima har været AE, primært på baggrund af økonomiske analyser. De andre meget synlige aktører har været Dansk Industri, LO, 3F, CEPOS og Dansk Arbejdsgiverforening.
- › **Del 3: Emneanalyse: Erhvervsfremme.** Dansk Industri er den altdominerende organisation, når der analyseres alene på mediernes brug af ordene 'erhvervsfremme', 'erhvervs-klima' og 'erhvervs-service'. Dette skyldes i høj grad DI's årlige rapport om erhvervs-klimaet i danske kommuner. Derudover har der været en del fokus på Apples valg om at placere sit datacenter i Viborg. Dette gav eksponering til bl.a. Viborg Kommune, men også daværende handelsminister, Mogens Jensen (S), var hurtig til at kommentere på succesen i medierne.



# Del 1:

# DEF's medlemmer

## Synlighedsanalyse

For de kommunale og sub-regionale medlemmer gælder, at medieomtalen skal falde inden for agendaen "lokal vækst og erhvervsfremme", som denne er defineret i metodeafsnittet bagest i rapporten.

De private DEF-medlemmer behøver ikke at opfylde noget indholdsmæssigt krav for at deres omtale tæller med i analysen.





# Top 5: Mest synlige DEF medlemmer

Landsdækkende medier, erhvervsmedier og fagmedier

## Landsdækkende medier

### Private DEF medlemmer

Rank		Omtaler
1	Business Kolding	27
2	Slagelse Erhvervscenter	12
3	Esbjerg Erhvervsudvikling	10
4	Haderslev Erhvervsråd	10
5	Varde Erhvervs- og Turistråd	10

### Kommunale/sub-regionale medlemmer

Omtale i forbindelse med lokal vækst/erhvervsfremme

Rank		Omtaler
1	Udvikling Fyn	34
2	Odense Kommune	19
3	Sorø Kommune	10
4	Svendborg Kommune	10
5	Udviklingsråd Sønderjylland	8

## Erhvervsmedier

### Private DEF medlemmer

Rank		Omtaler
1	Business Kolding	19
2	VIBORGegnens Erhvervsråd	7
3	Business LF	6
4	Erhvervshus Nord	6
5	Esbjerg Erhvervsudvikling	5

### Kommunale/sub-regionale medlemmer

Omtale i forbindelse med lokal vækst/erhvervsfremme

Rank		Omtaler
1	Udvikling Fyn	16
2	Odense Kommune	11
3	Sorø Kommune	5
4	Trekantområdet Danmark	4
5	Udviklingsråd Sønderjylland	3

## Fagmedier

### Private DEF medlemmer

Rank		Omtaler
1	Thy Erhvervsforum	9
2	Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande	8
3	VIBORGegnens Erhvervsråd	8
4	Udviklingsråd Sønderjylland	7
5	Haderslev Erhvervsråd	6

### Kommunale/sub-regionale medlemmer

Omtale i forbindelse med lokal vækst/erhvervsfremme

Rank		Omtaler
1	Udvikling Fyn	25
2	Odense Kommune	22
3	Gladsaxe Kommune	8
4	Udviklingsråd Sønderjylland	7
5	Holstebro/Svendborg Komm.	6

# Top 5: Regional mediedækning

Medier fra de fem danske regioner. Antallet af omtaler hænger i høj grad sammen med antallet af lokale publikationer i området. Der er flest publikationer i Region Midtjylland og Region Syddanmark.

### Region Nordjylland

Private DEF medlemmer		
1	Erhvervscenter Jammerbugt	186
2	Erhvervshus Nord	147
3	Mariagerfjord Erhvervsråd	130
4	Thy Erhvervsforum	113
5	Himmerlands Udviklingsråd	87
Kommunale/sub-regionale DEF medlemmer*		
1	Vækst Jammerbugt	82
2	Rebild Erhvervscenter	22
3	Holstebro Kommune	4
4	Odense Kommune	2
5	Ballerup Kommune	2

### Region Hovedstaden

Private DEF medlemmer		
1	Business Center Bornholm	111
2	Frederikssund Erhverv	59
3	Gribskov Erhvervscenter	43
4	Virksomhedsnetværket F5	41
5	Slagelse Erhvervscenter	2
Kommunale/sub-regionale DEF medlemmer*		
1	Ballerup Kommune	11
2	Gladsaxe Kommune	9
3	Trekantområdet Danmark	4
4	Udviklingsråd Sønderjylland	1
5	Udvikling Fyn	1

### Region Midtjylland

Private DEF medlemmer		
1	VIBORGeegnens Erhvervsråd	247
2	Skiveegnens Erhvervs- og Turistcenter	153
3	Erhvervsrådet Herning & Ikast-Brande	147
4	Erhverv Randers	128
5	BusinessHorsens	126
Kommunale/sub-regionale DEF medlemmer*		
1	Holstebro Kommune	303
2	Sorø Kommune	11
3	Udvikling Fyn	11
4	Trekantområdet Danmark	11
5	Gladsaxe Kommune	10

### Region Syddanmark

Private DEF medlemmer		
1	Business Kolding	413
2	Esbjerg Erhvervsudvikling	383
3	Haderslev Erhvervsråd	375
4	Varde Erhvervs- og Turistråd	367
5	Billund ErhvervsFremme	274
Kommunale/sub-regionale DEF medlemmer*		
1	Udvikling Fyn	430
2	Udviklingsråd Sønderjylland	167
3	Odense Kommune	144
4	Faaborg-Midtfyn Kommune	135
5	Svendborg Kommune	117

### Region Sjælland

Private DEF medlemmer		
1	Slagelse Erhvervscenter	298
2	Kalundborgegnens Erhvervsråd	232
3	Holbæk Erhvervsforum	215
4	Odsherred Erhvervsråd	190
5	Business LF	172
Kommunale/sub-regionale DEF medlemmer*		
1	Sorø Kommune	147
2	Udvikling Fyn	14
3	Udviklingsråd Sønderjylland	7
4	Svendborg Kommune	4
5	Odense Kommune	3

\* Omtale af kommunale og sub-regionale DEF medlemmer er kun målt i forbindelse med omtale af lokal vækst/erhvervsfremme.



## Del 2:

# Lokal vækst og erhvervsfremme

Agenda analyse: Denne del handler om mediernes dækning af den brede dagsorden, "lokal vækst og erhvervsfremme".

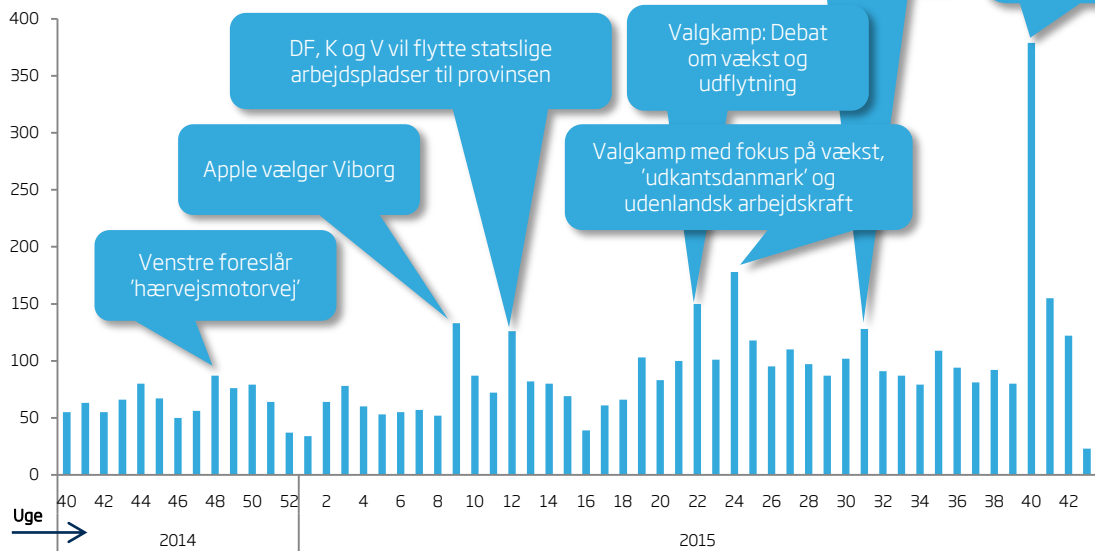


# Overblik: De største sager

Landsdækkende medier og lokale/regionale medier

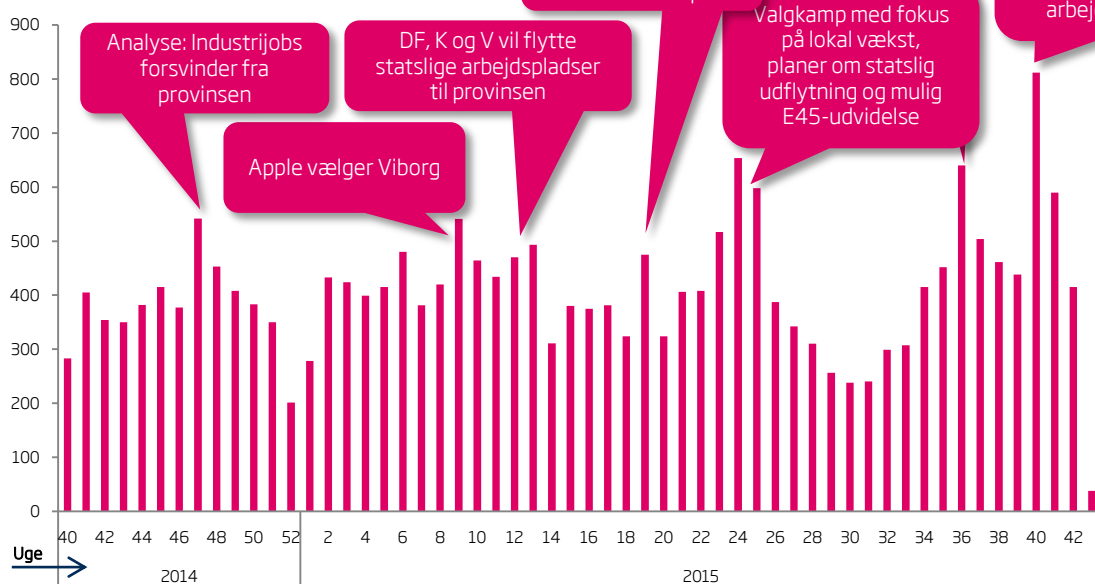
## Landsdækkende medier

Omtaler



## Lokale/regionale medier

Omtaler





# Top20: Mest synlige politikere

Landsdækkende medier og lokale/regionale medier  
Internationale politikere frasorteret.

## Landsdækkende medier

Rank		Omtaler
1	Lars Løkke Rasmussen	343
2	Helle Thorning-Schmidt	213
3	Kristian Jensen	110
4	Inger Støjberg	95
5	Carsten Hansen	94
6	Henrik Sass Larsen	85
7	Morten Østergaard	83
8	Troels Lund Poulsen	79
9	Mogens Jensen	73
10	Kristian Thulesen Dahl	68
11	Magnus Heunicke	63
12	Frank Jensen (Køb. Komm.)	59
13	Jacob Bundsgaard	59
14	Sofie Carsten Nielsen	57
15	Henrik Dam Kristensen	55
16	Esben Lunde Larsen	55
17	Bjarne Corydon	50
18	Claus Hjort Frederiksen	48
19	Hans Christian Schmidt	46
20	Erik Lauritzen (Sønderborg K.)	46

## Lokale/regionale medier

Rank		Omtaler
1	Lars Løkke Rasmussen	778
2	Troels Lund Poulsen	456
3	Helle Thorning-Schmidt	452
4	Magnus Heunicke	313
5	Kristian Pihl Lorentzen	276
6	Carl Holst	250
7	Kristian Jensen	244
8	Martin Damm (KL + Kalundb.K)	234
9	H.P. Geil (Haderslev Komm.)	232
10	Henrik Sass Larsen	230
11	Carsten Hansen	225
12	Mogens Jensen	221
13	Hans Christian Schmidt	221
14	Stén Knuth (Slagelse Komm.)	203
15	Erik Lauritzen (Sønderborg K.)	184
16	Henrik Dam Kristensen	169
17	Morten Østergaard	166
18	Esben Lunde Larsen	152
19	Torsten Nielsen (Viborg K.)	152
20	Thomas Andresen (Aabenraa)	149





## Top20: Mest synlige organisationer

Landsdækkende medier og lokale/regionale medier  
 Politiske partier og statslige myndigheder er frasorteret.

### Landsdækkende medier

Rank		Omtaler
1	AE	1.318
2	Dansk Industri	324
3	LO	174
4	3F	158
5	CEPOS	152
6	Dansk Arbejdsgiverforening	143
7	Ryanair	124
8	Apple Inc.	124
9	Kommunernes Landsforening	109
10	Aarhus Kommune	96
11	Danske Bank	91
12	Billund Lufthavn	89
13	Region Hovedstaden	83
14	Region Syddanmark	82
15	Dansk Erhverv	81
16	Københavns Lufthavne	81
17	Københavns Kommune	79
18	Novo Nordisk	78
19	Danfoss	73
20	Region Sjælland	73

### Lokale/regionale medier

Rank		Omtaler
1	AE	2.292
2	Dansk Industri	1.453
3	Region Sjælland	785
4	Region Syddanmark	600
5	Region Midtjylland	555
6	Viborg Kommune	518
7	LO	504
8	Ikast-Brande Kommune	498
9	Dansk Byggeri	475
10	Haderslev Kommune	475
11	3F	459
12	Kommunernes Landsforening	451
13	Apple Inc.	429
14	Ringkøbing-Skjern Kommune	388
15	Esbjerg Kommune	370
16	Aabenraa Kommune	365
17	Holbæk Kommune	351
18	Billund Kommune	333
19	Varde Kommune	332
20	Sønderborg Kommune	330

## Top10: Partier og statslige myndigheder

Landsdækkende medier og lokale/regionale medier, ekskl. universiteter.

### Landsdækkende medier

Rank		Omtaler
1	Venstre	1338
2	Socialdemokraterne	991
3	Dansk Folkeparti	562
4	Danmarks Statistik	309
5	Radikale Venstre	241
6	Socialistisk Folkeparti	232
7	Enhedslisten	224
8	Liberal Alliance	200
9	Det Konservative Folkeparti	191
10	Finansministeriet	118

### Lokale/regionale medier

Rank		Omtaler
1	Venstre	6032
2	Socialdemokraterne	4115
3	Dansk Folkeparti	2146
4	Socialistisk Folkeparti	1220
5	Enhedslisten	987
6	Danmarks Statistik	948
7	Det Konservative Folkeparti	869
8	Radikale Venstre	815
9	Liberal Alliance	799
10	Naturstyrelsen	483



# Benchmark: Alle kommuner

Alle medietyper.

### Øverste halvdel

Rank		Omtaler	Omtaler pr. 10.000 indb.
1	Viborg Kommune	629	66
2	Ikast-Brande Kommune	591	144
3	Haderslev Kommune	504	90
4	Ringkøbing-Skjern Kommune	463	81
5	Aarhus Kommune	455	14
6	Esbjerg Kommune	430	37
7	Sønderborg Kommune	407	54
8	Varde Kommune	399	80
9	Holbæk Kommune	386	56
10	Københavns Kommune	385	7
11	Aabenraa Kommune	382	65
12	Kalundborg Kommune	371	76
13	Billund Kommune	354	136
14	Slagelse Kommune	351	45
15	Lolland Kommune	346	80
16	Holstebro Kommune	334	58
17	Jammerbugt Kommune	334	86
18	Horsens Kommune	324	37
19	Tønder Kommune	320	84
20	Randers Kommune	293	30
21	Vejle Kommune	292	26
22	Skive Kommune	290	62
23	Silkeborg Kommune	285	32
24	Kolding Kommune	282	31
25	Frederikshavn Kommune	253	42
26	Faxe Kommune	252	72
27	Halsnæs Kommune	247	80
28	Herning Kommune	245	28
29	Fredericia Kommune	241	47
30	Struer Kommune	241	115
31	Vejen Kommune	237	55
32	Thisted Kommune	215	49
33	Odense Kommune	214	11
34	Næstved Kommune	212	26
35	Odsherred Kommune	210	64
36	Hedensted Kommune	206	45
37	Lemvig Kommune	202	96
38	Skanderborg Kommune	194	33
39	Vordingborg Kommune	193	42
40	Guldborgsund Kommune	191	31
41	Mariagerfjord Kommune	183	44
42	Sorø Kommune	182	63
43	Vesthimmerlands Kommune	172	46
44	Hjørring Kommune	166	26
45	Assens Kommune	151	37
46	Faaborg-Midtfyn Kommune	150	29
47	Morsø Kommune	149	71
48	Nyborg Kommune	147	46
49	Langeland Kommune	145	112

### Nederste halvdel

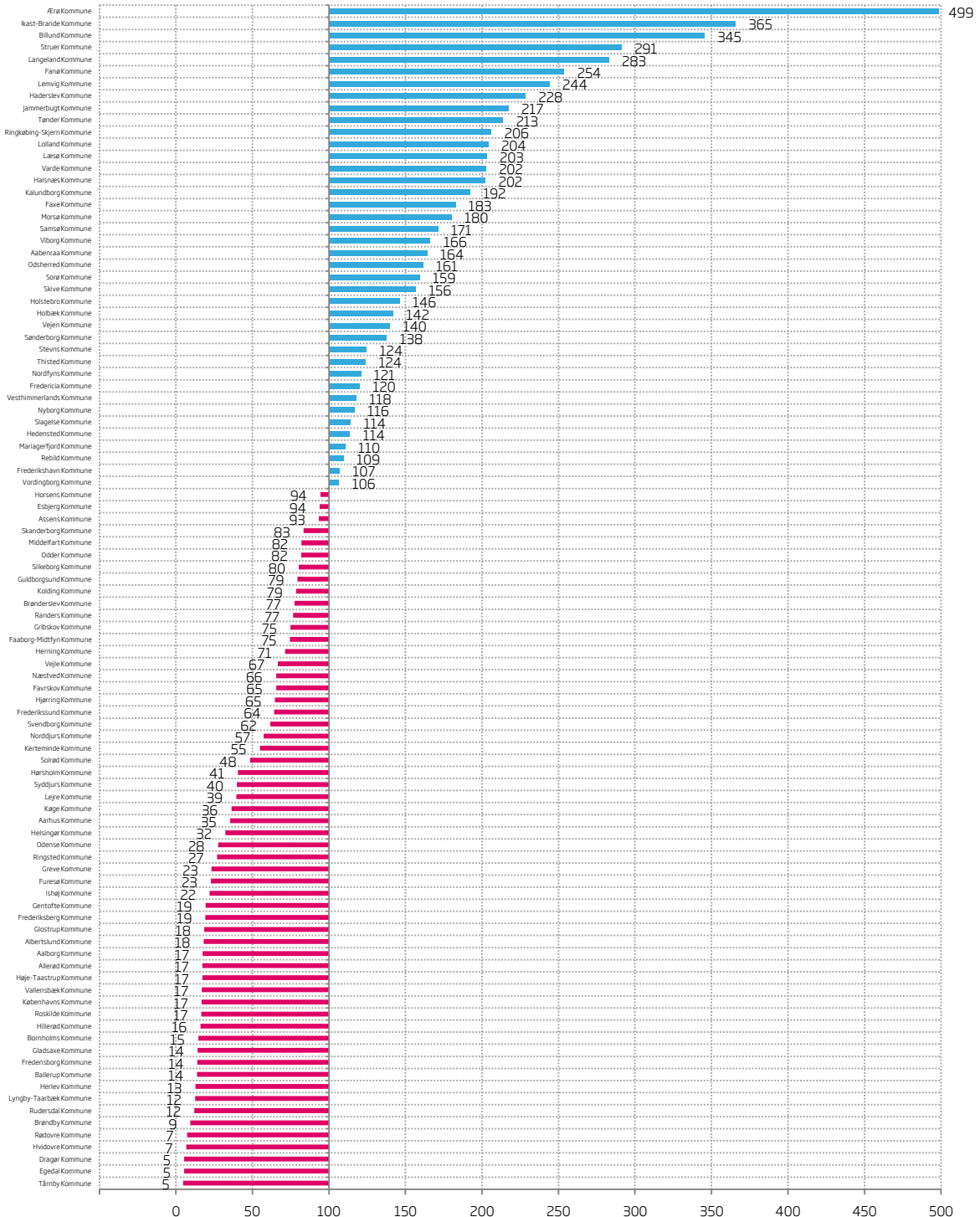
Rank		Omtaler	Omtaler pr. 10.000 indb.
50	Aalborg Kommune	143	7
51	Svendborg Kommune	141	24
52	Nordfyns Kommune	138	48
53	Rebild Kommune	125	43
54	Favrskov Kommune	124	26
55	Middelfart Kommune	123	32
56	Gribskov Kommune	121	30
57	Ærø Kommune	118	197
58	Frederikssund Kommune	114	25
59	Brønderslev Kommune	110	31
60	Stevns Kommune	108	49
61	Køge Kommune	86	14
62	Norddjurs Kommune	86	23
63	Frederiksberg Kommune	79	8
64	Helsingør Kommune	79	13
65	Odder Kommune	71	32
66	Syddjurs Kommune	66	16
67	Gentofte Kommune	57	8
68	Roskilde Kommune	56	7
69	Kerteminde Kommune	52	22
70	Greve Kommune	45	9
71	Lejre Kommune	42	16
72	Solrød Kommune	42	19
73	Hørsholm Kommune	40	16
74	Gladsaxe Kommune	38	6
75	Furesø Kommune	36	9
76	Ringsted Kommune	36	11
77	Høje-Taastrup Kommune	34	7
78	Hillerød Kommune	31	6
79	Fanø Kommune	30	100
80	Lyngby-Taarbæk Kommune	27	5
81	Samsø Kommune	27	68
82	Ballerup Kommune	26	5
83	Rudersdal Kommune	26	5
84	Bornholms Kommune	23	6
85	Fredensborg Kommune	22	6
86	Albertslund Kommune	20	7
87	Ishøj Kommune	19	9
88	Allerød Kommune	17	7
89	Glostrup Kommune	16	7
90	Læsø Kommune	16	80
91	Herlev Kommune	14	5
92	Hvidovre Kommune	14	3
93	Brøndby Kommune	13	4
94	Rødovre Kommune	11	3
95	Vallensbæk Kommune	10	7
96	Egedal Kommune	9	2
97	Tårnby Kommune	8	2
98	Dragør Kommune	3	2



# Benchmark: Alle kommuner

Alle medietyper. Omtaler per 10.000 indbygger.

Index100 = Gennemsnitligt antal omtaler per 10.000 indbyggere i de 98 kommuner





# Del 3: **Erhvervsfremme**

Emneanalyse: Sidste side i analysen handler om medieomtaler, hvor der er omtale af et eller flere af de tre ord 'erhvervsfremme', 'erhvervs klima' og 'erhvervs service'. Lokal vækst er således ikke med i del 3.





## Top20: Mest synlige organisationer

Landsdækkende medier og lokale/regionale medier

Politiske partier og statslige myndigheder er frasorteret.

### Landsdækkende medier

Rank		Omtaler
1	Dansk Industri	70
2	Apple Inc.	25
3	Kommunernes Landsforening	19
4	Dansk Byggeri	16
5	Ikast-Brande Kommune	16
6	Aarhus Kommune	15
7	Invest in Denmark	15
8	Region Midtjylland	13
9	AE	12
10	Viborg Kommune	12
11	Novo Nordisk	11
12	Region Sjælland	11
13	Region Hovedstaden	10
14	Danske Bank	10
15	Dansk Erhverv	10
16	Københavns Kommune	10
17	Nordea	8
18	Københavns Lufthavne	8
19	LO	7
20	Danfoss	7

### Lokale/regionale medier

Rank		Omtaler
1	Dansk Industri	837
2	Billund Kommune	174
3	Dansk Byggeri	166
4	Ikast-Brande Kommune	152
5	Region Sjælland	134
6	Struer Kommune	93
7	Region Syddanmark	93
8	Køge Kommune	83
9	Region Hovedstaden	70
10	Viborg Kommune	66
11	Sorø Kommune	65
12	Greve Kommune	64
13	Varde Kommune	62
14	Kommunernes Landsforening	58
15	Region Midtjylland	57
16	Lego Group	53
17	Ringsted Kommune	53
18	Haderslev Kommune	52
19	Holstebro Kommune	51
20	Apple Inc.	51

## Top10: Politikere

Landsdækkende medier og lokale/regionale medier.

### Landsdækkende medier

Rank		Omtaler
1	Mogens Jensen (S)	25
2	Lars Løkke Rasmussen (V)	22
3	Kristian Pihl Lorentzen (V)	11
4	Helle Thorning-Schmidt (S)	10
5	Claus Hjort Frederiksen (V)	9
6	Kristian Jensen (V)	8
7	Jacob Bundsgaard (Aarhus, S)	8
8	Pia Olsen Dyhr (SF)	7
9	Martin Lidegaard (R)	6
10	Frank Jensen (København, S)	5

### Lokale/regionale medier

Rank		Omtaler
1	Mogens Jensen (S)	72
2	Kristian Pihl Lorentzen (V)	59
3	Erik Buhl (Varde, V)	43
4	Ib Kristensen (Billund, V)	39
5	Gert Jørgensen (Sorø, K)	36
6	Erik Lauritzen (Sønderborg, S)	34
7	Lars Løkke Rasmussen (V)	34
8	Carsten Kissmeyer (Ikast-Br, V)	32
9	Pernille Beckmann (Greve, V)	31
10	Frank Jensen (København, S)	28



## Metode

- › Analysen falder i tre dele. **Den første del** er en synlighedsanalyse af DEF's i alt 58 medlemmer. **Anden del** er en agenda analyse, hvor Infomedia har analyseret mediernes dækning af en bred fortolkning af agendaen lokal og regional vækst eller erhvervsfremme. **Tredje del** er en emneanalyse, der baserer sig meget snævert på mediernes dækning af ordene erhvervs-service, erhvervsklima og erhvervsfremme.
- › **Synlighedsanalysen i del 1** er udelukkende foretaget på baggrund af medieomtaler af DEF's medlemmer. Hvem har været mest de mest omtalte DEF-medlemmer? I metoden er der dog forskel på de private DEF-medlemmer på den ene side og de kommunale og subregionale på den anden. For de private gælder, at en omtale er en omtale. For de kommunale og de sub-regionale DEF-medlemmer gælder, at omtalen ud over at indeholde organisationens navn også skal indeholde ord, der matcher emnet 'lokal vækst og erhvervsfremme'. Dette er gjort, fordi både kommuner og sub-regionale erhvervsråd omtales i forbindelse med meget andet end 'blot' erhvervsfremme og erhvervs-service.
- › **Agenda analysen i del 2** baserer sig på i alt ca. 39.000 omtaler i danske medier, som er fremsøgt ved hjælp af en kompliceret 'søgestreng', der kombinerer ord omkring det 'lokale' og 'regionale' med ord omkring 'vækst' og 'erhvervsfremme'. Disse medieomtaler er efterfølgende blevet bearbejdet via Infomedias Big Data System, som mekanisk klassificerer omtalerne i forhold til synligheden af over 8.000 organisationer (fx samtlige danske kommuner) og over 5.000 personer (fx samtlige folketingspolitikere). Dette gør det muligt for Infomedia at analysere præcist, hvilke personer og organisationer, der har blandet sig i den danske mediedebat om lokal vækst og erhvervsfremme.
- › **Emneanalysen i del 3** baserer sig på 4.266 omtaler i danske medier, fremsøgt via en meget simpel søgestreng, der blot kræver nævnelser af et eller flere af disse tre ord: erhvervs-service, erhvervsklima og erhvervsfremme. Medieomtalerne er efterfølgende blevet analyseret via samme Big Data System som del 2.
- › **Kildegrundlaget** i analysen er danske nyhedsmedier, dvs. landsdækkende aviser + deres websites, udvalgte nyhedsudsendelser i landsdækkende TV og radio\* + nyheder på dr.dk og tv2.dk, lokale og regionale dagblade og ugeaviser + deres websites, fagblade og magasiner + udvalgte websites inden for fagblade og magasiner\*. (\*se den fulde kildeliste på Infomedias hjemmeside).
- › **Perioden** for analysen er 1. oktober 2014 til og med 30. september 2015.

## Kontakt

- › Lasse Gladbo Skjoldan, senior rådgiver, Infomedia  
Mail: [LS@infomedia.dk](mailto:LS@infomedia.dk)  
Mobil: 28243516