

Udenrigstjenesten er organiseret som én enhedstjeneste. Medarbejderne indgår i én organisation med én ledelse. Dette indebærer, at opgaver tilknyttet Udenrigsministeriets fire hovedformål kan udføres af den samme medarbejder. I forhold til ministeriets budgetstyring medfører dette, at omkostninger som husleje, kommunikation o.lign. som oftest er fællesomkostninger mellem flere af hovedformålene. Dette gælder ikke mindst for udenrigsrepræsentationernes vedkommende. Fordelingen af Udenrigstjenestens udgifter på hovedformål er blevet foretaget på grundlag af bidrag og aktivitetsoplysninger fra Udenrigsministeriets mål- og resultatstyringsystem (MRS), personaleoplysninger samt samlede regnskabsoplysninger fra ministeriets enheder.

### *Virksomhedsstruktur*

06.11.01. Udenrigstjenesten (tekstanm. 1, 12, 13 og 100), CVR-nr. 43271911, er virksomhedsbærende hovedkonto. I virksomhedens balance, og dermed i finansieringsoversigten, indgår følgende hovedkonti:

06.11.05. Indtægter fra borgerserviceydelse

Udenrigstjenesten er i forbindelse med aftale mellem regeringen og Socialdemokraterne, Dansk Folkeparti og Det Radikale Venstre om handlingsplan for offensiv global markedsføring af Danmark tilført midler til styrkelse af public diplomacy, eksport- og investeringsfremme m.v. Bevillingen er opført i 2007-priser for så vidt angår 2007 og i 2008-priser for så vidt angår 2008-2010:

- Der afsættes 6 mio. kr. i 2007, 9,2 mio. kr. i 2008, 11,2 mio. kr. årligt i 2009-2010 til en styrket investeringsfremmeindsats ved bl.a. at intensivere og udvide salgs- og markedsføringsindsatsen af Danmark som investeringsland til flere markeder, samt at markedsføre flere danske spidskompetencer globalt.
- Der afsættes 4 mio. kr. i 2007, 5,1 mio. kr. i 2008, 10,2 mio. kr. i 2009 og 11,3 mio. kr. i 2010 til en yderligere modernisering af eksportfremmeindsatsen.
- Der afsættes 1,0 mio. kr. årligt i 2007-2010 til kampagner og anden indsats rettet mod tiltrækning af udenlandsk arbejdskraft.
- Der afsættes 7,7 mio. kr. årligt i 2007-2010 til public diplomacy ("offentlighedsdiplomati") med henblik på at påvirke billedet af Danmark ved at skabe kendskab til danske styrkepositioner gennem en aktiv og opsøgende indsats rettet mod meningsdannere og beslutningstagere i udlandet.
- Der afsættes 3,9 mio. kr. til en styrket presseindsats med henblik på at fremme Danmarks profil i det internationale mediebillede. Herudover afholdes ca. 1,2 mio. kr. til samme formål under Økonomi- og Erhvervsministeriets og Kulturministeriets ministerområder.
- Der afsættes 2,5 mio. kr. årligt i 2007-2010 til internetportalen [denmark.dk](http://denmark.dk) med henblik på at skabe en samlet, stærk og synlig indgangsportal til Danmark.
- Yderligere oplysninger om handlingsplanen for offensiv, global markedsføring af Danmark kan hentes på [www.oem.dk](http://www.oem.dk). Der foretages en samlet evaluering af indsatsen i 2010.

Ovennævnte bevillinger er fordelt på 06.11.01. Udenrigstjenesten, § 06.11.15. Ikke-lovbundne tilskud til internationale formål og institutioner, § 06.41.02. Eksportstipendiater og § 06.41.03. Særlige eksportfremmetilskud.

Der blev på finansloven for 2007 indbudgetteret 9,0 mio. kr. årligt i 2007 og 2008, 7,0 mio. kr. i 2009 og 5,0 mio. kr. i 2010, til oprettelsen af ambassader i Buenos Aires og Canberra samt en styrkelse af tilstedeværelsen i Indien og Kina (2007-prisniveau). En stadig større del af repræsentationsstyrkelsen finansieres ved interne omprioriteringer i Udenrigsministeriet, så merbevillingen reduceres til 3,0 mio. kr. i 2011, 1,0 mio. kr. i 2012 og bevillingen udfases fuldt fra 2013.

Udenrigsministeriets driftsbevillinger, der på finansloven for 2006 er fastlagt for 2006-2009, giver Udenrigsministeriet mulighed for at foretage en langsigtet planlægning af driftssituationen