

more creative

2016 - 2018

Tættere på
virksomhederne i
den kreative økonomi

Ansøgning

November 2015

Væksthus Midtjylland - Seismonaut - Manto

 **VÆKSTHUS**
Midtjylland

 **seismonaut**



MANTO

Indholdsfortegnelse

1	<i>Indledning: Den kreative økonomi som driver</i>	1
2	<i>Operatørskab: Kompetencer og organisering</i>	2
2.1	Rollefordeling	3
2.2	Præsentation af de tre partnere i konsortiet	4
2.3	Projektorganisering	5
3	<i>Formål: Fokuseret erhvervsudvikling i verdensklasse</i>	7
3.1	Mål: Vækst, arbejdspladser og eksport	8
3.2	Målgrupper og aktører	8
4	<i>Aktiviteter</i>	9
4.1	Klyngeudvikling via partnerskaber	9
4.2	Den Kreative Arena	11
4.3	Next Level	11
4.4	Creative Business Academy	12
4.5	Creative Executive Club	12
4.6	Fælles redaktion for More Creative	13
4.7	Strategisk projektudvikling og -ledelse	14
5	<i>Bilag</i>	15
	Bilag A: Budget, timesatser og tidsforbrug	15
	Bilag B: Kompetenceprofiler	18
	Bilag C: Effektkæde	30
	Bilag D: Resultater af More Creative i 2015	33

1 Indledning: Den kreative økonomi som driver

Vi er midt i en omstillingstid drevet af globalisering, digitalisering og en verden, der i stigende grad efterspørger det immaterielle, hvad enten det er indhold, æstetik eller en dybere mening. Samtidig lever vi også i en tid, hvor ressourcerne er knappe og hvor vi skal finde nye løsninger på de store samfundsmæssige udfordringer, som vi mødes af både i Danmark, hvor velfærdssamfundet og produktiviteten er under pres og globalt, hvor flygtningestrømme, miljø og bæredygtighed er blandt de store dagsordener.

De kreative erhverv er helt centrale her. Både i sig selv, fordi det er her at en lang række ideer til produkter og services fødes, udvikles og markedsføres. Og som *driver* for innovation og produktivetsforbedring i både den offentlige og private sektor. I England har man taget skridtet videre fra at tale om kreative brancher til at tale om en kreativ økonomi, der er langt større og som netop spejler dette brede perspektiv på hvordan kreative brancher og kompetencer skaber værdi.

Region Midtjylland er den region i Danmark, der har den største samlede satsning på de kreative erhverv i Danmark i form af More Creative i årene 2013 – 2015. Med næste fase af More Creative er ambitionen, at Region Midtjylland skal tage skridtet fuldt ud og gøre regionen til et internationalt anerkendt kreativt kraftcenter. Det skal netop være evnen til at tænke på tværs af brancheskel, offentlige og private aktører og gamle og nye forretningsmodeller, der kendetegner regionen. Og More Creative er redskabet som kan forløse potentialet i både de kreative brancher og i den kreative økonomi.

Vi søger med det afsæt hermed om at blive operatør på at drive Vækstforums initiativ More Creative 2016 – 2018. Vi ser helt overordnet fire indsatsområder i More Creative i form af:

- **Klyngeudvikling via partnerskaber:** Der vil være fire partnerskaber under More Creative, som vi som operatør skal give bedst mulig sparring. Vi vælger, at arbejde med dem som klynger, og lægger os op ad god praksis fra Cluster Excellence Denmark i forhold til at understøtte partnerskabernes arbejde med at gøre sig mindre afhængige af offentlig finansiering og blive attraktive partnere for erhvervslivet.
- **Forretningsudvikling & vækst:** More Creative handler om at skabe vækst og arbejdspladser. Det skal kunne ses i statistikkerne og den tilgang vil gennemsyre vores arbejde. Det betyder, at konkrete tilbud om forretningsudvikling, internationalisering og tiltrækning af kapital vil være i fokus.
- **Innovation & værdiskabelse:** Vi ønsker, at More Creative skal rumme både de kreative brancher og den kreative økonomi. Derfor har vi fokus på at gøre kagen større. Vi skal have andre erhverv og offentlige sektorer til at se potentialet i de kreative erhverv i forhold til innovation og produktivetsforbedring og vil derfor skruer kraftigt op for aktiviteter under denne overskrift.
- **Dokumentation & kommunikation:** Hvis det ikke kan ses, findes det ikke. Der skal tal på og de gode historier skal formidles. Derfor vil vi prioritere dette

indsatsområde med både dokumentation og kommunikation af More Creative som samlet initiativ, i form af sparring med partnerskaberne omkring kommunikation og brobygning til 2017s internationale kommunikations- og branding-indsats.

Nedenfor præsenteres først partnerne i vores operatørskab, hvilke erfaringer vi byder ind med samt hvordan vi vil organisere os. Herefter præsenterer vi formål, mål og aktiviteter samt målgruppe og aktører, hvor vi går i dybden med hvordan vi vil løfte de forskellige opgaver i More Creative. Som bilag vedlægges udgifts- og finansieringsbudget, CV'er på nøglemedarbejdere, skema med output og effektkæder samt en kort oversigt over resultaterne af More Creative 2015.

2 Operatørskab: Kompetencer og organisering

Vores konsortium består af tre partnere: Væksthus Midtjylland, Seismonaut og Manto. Hver partner bidrager med spidskompetencer og dokumenteret erfaring indenfor fokuseret erhvervsudvikling, virksomhedsnær rådgivning og professionel kommunikation og en særlig specialisering inden for de kreative erhverv og den kreative økonomi. Se bokse i afsnit 2.2 med kort præsentation af de tre partnere.

Seismonaut og Manto har siden 2013 opbygget et velfungerende samarbejde som operatører for More Creative. Vores eksisterende samarbejde, erfaringer og netværk skaber et stærkt fundament for et effektivt operatørskab fremover. Vi har et solidt netværk blandt More Creatives interessenter og har indgående indsigt i de politiske såvel som de branchespecifikke og virksomhedsnære aspekter af More Creative. Endvidere har vi som private virksomheder en distance til politiske dagsordner og et skarpt fokus på forretningsudvikling. Derfor kan vi træde ind i et nyt operatørskab og skabe værdi for både virksomheder og interessenter fra dag ét.

Væksthus Midtjylland er ny partner i konsortiet. Væksthus Midtjylland vil styrke koblingen mellem More Creative og det etablerede erhvervsfremmesystem, og således sikre optimal koordination ift. øvrige relevante regionale og nationale indsatser. Væksthus Midtjylland er desuden en professionel og driftssikker partner, som formår at navigere i det komplekse landskab af interessenter, der kendetegner regional og national erhvervsudvikling og vil endvidere sikre, at vi også kan tænke More Creative ind i kommende både regionale og nationale indsatser. Væksthus Midtjylland har endvidere en Enterprise Europe Network funktion med fokus på at hjælpe virksomheder og videninstitutioner med at finde nye samarbejdspartnere i udlandet - både i forhold til eksport, projektsamarbejde og teknologisk samarbejde. Væksthuset har derudover en central knudepunktsfunktion og har opbygget to platforme for hhv. kapital og internationalisering. Her findes de vigtigste aktører på området og der gennemføres finansierings- og internationaliseringstjek, hvor virksomheder udfordres på deres finansierings- og internationaliseringsmuligheder.

Sidst men ikke mindst har Region Midtjylland i samarbejde med de 19 kommuner og Væksthus Midtjylland skabt Midtjysk ErhvervsudviklingsAkademi (MEA). Med en vision om at skabe en fælles kompetenceudviklingsindsats for de erhvervspolitiske aktører vil MEA også kunne spilles ind i More Creative's indsats og derved sikre, at de erhvervspolitiske aktører kompetenceudvikles i forhold til den kreative indsats.

På den baggrund byder vi med et stærkt team der har:

- Dokumenteret erfaring med at drive More Creative og evne til at skabe resultater, hvilket er dokumenteret i evalueringen fra 2014. Vi har igennem tre år opbygget konkret erfaring med klyngeudvikling og partnerskaber, som fra 2016 og frem vil blive suppleret med Væksthusets erfaringer og kompetencer.
- Dyb erfaring med erhvervs- og forretningsudvikling af kreative erhverv og i krydsfelterne mellem kreative erhverv, innovation og digitalisering.
- Med Væksthusets indtræden i konsortiet bliver vi som operatører en del af det lokale og det regionale erhvervsfremmelandskab. Dermed kan vi både sikre, at virksomhederne får overblik og adgang til de eksisterende og fremtidige udviklingsprogrammer, og vi kan medvirke til at styrke det enstrengede erhvervsfremmesystem. Vi ser det som et selvstændigt mål at erfaringerne fra More Creative bliver forankret i Væksthuset og operatørskabet ses således også som platform for kompetenceudvikling blandt de eksisterende erhvervsfremmeaktører.
- Stort netværk på alle niveauer af det kommunale, regionale, nationale system, samt i erhvervslivet i både iværksættermiljøer og etablerede virksomheder. Derudover har vi gode relationer til Fonden Aarhus 2017 og et allerede etableret samarbejde med dem via regionens udlånte medarbejder. Vi kender 2017s succeskriterier og struktur og vil være i stand til at tænke More Creative ind her til gavn for alle parter.
- Stærke projektlederegenskaber. Vi arbejder målorienteret, følger altid op og har stor erfaring med at drive partnerskaberne ved hjælp af både resultatkontrakter og sparring.

2.1 Rollefordeling

Den overordnede rollefordeling mellem konsortiets partnere er som følger:

- **Væksthus Midtjylland** er som erhvervsdrivende fond tilsagnsmottager og har ansvaret for projektets administration og økonomi. Derudover stiller Væksthus Midtjylland sine ydelser, kompetencer, netværk mv. til rådighed for de tværgående forløb Next Level, Creative Executive Club, Creative Business Academy og Den Kreative Arena med særligt fokus på kapital, internationalisering og kompetenceudvikling.
- **Seismonaut** har ansvaret for projektets samlede kommunikation og synlighed og det faglige ansvar for den digitale innovation og forretningsudvikling i partnerskaberne. Seismonaut har ansvaret for at udvikle og facilitere aktiviteterne Creative Executive Club samt Creative Business Academy. Herudover er Seismonaut redaktion for More Creatives formidling via web, publikationer, film og events. Seismonaut varetager ligeledes More Creatives website, grafiske profil, synlighed på sociale medier samt pressekontakt med medier i Danmark og udlandet.

- **Manto** har ansvaret for den faglige projektledelse i form af sparring med de fire partnerskaber omkring klyngeudvikling, resultatkontrakter, løbende dokumentation samt status og afrapportering til regionen. Herudover er Manto ansvarlig for de tværgående forløb Next Level og Den Kreative Arena. Manto har endvidere også et særligt ansvar for at sikre den nationale forankring og spredning til andre regioner.

I praksis vil der naturligvis være mange opgaver som løses på tværs af konsortiet. Det gælder eksempelvis intern og ekstern kommunikation samt udvikling af værktøjer og specialiserede forløb til partnerskabernes virksomheder. Derudover placerer operatørskabet sig i det eksisterende landskab af aktører og centrale ressourcepersoner. Vi trækker også på store personlige netværk og vil aktivere dem i de mange forskellige aktiviteter.

2.2 Præsentation af de tre partnere i konsortiet

Væksthus Midtjylland (VHM): VHM er et af Danmarks fem væksthuse stiftet af de 19 midtjyske kommuner. VHM har stor erfaring som hhv. operatør/tilsagnsmodtager og samarbejdspartner i lokale, regionale og nationale – samt i stigende omfang internationale - projekter/programmer med sigte på fremme af udviklingsperspektiver i vækstpotentielle virksomheder.

Vi varetager den specialiserede erhvervsservice i region Midtjylland, og opgaverne i More Creative er således i fin forlængelse af væksthusesnes ordinære virke. Væksthusets formål er at fremme iværksættere og virksomheder med vækstambitioner. Årligt får flere end 1.200 iværksættere og virksomheder kortlagt deres vækstpotentiale hos VHM, og over 500 opnår medfinansiering til realisering af vækstforløb via de regionale programmer. Siden starten på det første regionale program 2007/8 har mere end 3.500 midtjyske vækstforløb opnået medfinansiering på denne vis.

Væksthus Midtjylland har ca. 60 medarbejdere på kontorer i INCUBA/Aarhus og i INNOVATORIUM/Herning samt en ekstern stab af ressourcepersoner, som arbejder sagsorienteret inden for rammerne af de regionale udviklingsprogrammer (bl.a. kapitalcoaches). Væksthus Midtjyllands konsulentafdeling består af ca. 25 medarbejdere og er organiseret i fem teams, som hver består af specialiserede vækstkonsulenter. De fem teams er specialiserede ift. følgende områder:

- Internationalisering
- Kapitalfremskaffelse
- Teknologi
- Strategi
- Kunderelationer

Seismonaut: Seismonaut er et strategisk digitalt konsulenthus grundlagt i 2007. Virksomheden er velkonsolideret med 18 ansatte og kontorer i Aarhus og København. Via kompetenceudviklingsforløb, forretningsudviklingsprojekter og konkret rådgivning hjælper vi virksomheder og organisationer med at navigere strategisk i de digitale forandringer, der sker i organisationer og virksomheder.

Vi arbejder brugercentreret, hvilket vil sige, at vi tager udgangspunkt i de mennesker, som skal bruge de koncepter og løsninger, vi skaber. Hertil benytter vi antropologiske metoder for på den måde at få viden og dyb indsigt i den eksisterende virkelighed, som vi skal udvikle koncepter til. Vi har desuden stor erfaring med facilitering af workshops og innovationsprocesser, samt ledelse af komplekse projekter.

Manto A/S: Manto er førende i Danmark inden for forretningsorienteret og strategisk rådgivning i og omkring kreative brancher. Vi udvikler kreative virksomheder og brancher og vi udvikler geografiske områder og institutioner, der ønsker at arbejde med vækstpotentialet i den kreative økonomi.

Vi tror på, at udvikling bedst sker med tæt på virksomhederne og med udgangspunkt i deres behov. Samtidig forstår vi erhvervets aktører og de politiske systemer. Vores fagligheder spænder over politologi, sociologi, etnologi, økonomi, innovation og kommunikation. Vi har derfor et unikt indblik i, hvordan virksomheder tænker, hvordan den offentlige sektor fungerer og hvordan nye initiativer, strategier og analyser bedst muligt kan spille ind i begge disse verdener. Vi løser opgaver over hele Danmark og i Norden. Vores kunder er kreative virksomheder, ministerier og styrelser, regioner og kommuner, branche-, turisme- og erhvervsorganisationer, uddannelses- og kulturinstitutioner samt fond. Manto er etableret i 2006 og beskæftiger i dag 11 personer.

2.3 Projektorganisering

More Creative drives af en række dedikerede rådgivere. Manto og Seismonaut tilknytter hver 3 rådgivere, med forskellige profiler, og Væksthus Midtjylland ansætter en projektleder specifikt til opgaven. Denne projektleder finansieres delvist af More Creative. Projektlederen bliver bindeleddet mellem More Creative og Væksthusets øvrige ydelser og tilbud.

For at sikre effektivitet, forankring og udsyn etablerer vi en organisation, der skitseres nedenfor.

Model 1: Organisering af More Creative i 2016 - 2018



De forskellige organisatoriske enheder er:

- **Styregruppe:** Styregruppens opgave er at kvalificere strategien for More Creative og forankre arbejdet bredt blandt både private og offentlige ressourcepersoner. Styregruppen har således rådgivende karakter i forhold til projektets faglige udvikling og gennemførelse. Styregruppen mødes 2-3 gange årligt. Vi foreslår, at styregruppen sammensættes af både repræsentanter fra toneangivende virksomheder inden for de kreative brancher og fra det øvrige erhvervsliv. Forslag til medlemmer kunne være:
 - Underdirektør Niels Milling, Dansk Erhverv
 - Direktør Merete Eldrup, TV2, tidl. formand for Regeringens Vækstteam for Kreative Erhverv og Design
 - Direktør Karla Cammilla Hjort, Artrebels
 - Direktør Anders Byriel, Kvadrat, formand for 2017
 - Direktør Christian Bason, Danish Design Society
 - Partner og revisor, Jakob B. Ditlevsen, Deloitte.
 - Business Angel og tidl. grundlægger og CEO i DesignIT, Anders Geert Jensen.
 - Direktør for Region Jylland Midt/Nord Erhverv Allan Aagaard, Danske Bank.
- **Forretningsudvalg:** Forretningsudvalget består af konsortiets tre partnere samt den ansvarshavende konsulent fra Region Midtjylland. Formålet med forretningsudvalget er at have et fast forum for koordination og løbende strategisk udvikling. Forretningsudvalget mødes kvartalsvist eller efter behov.
- **Advisory Board:** Advisory Boardet skal bidrage til at kvalificere More Creatives aktiviteter og sikre internationalt udsyn. Ved at inddrage internationale ressourcepersoner vil Advisory Boardet bidrage til at styrke Region Midtjyllands internationale positionering som kraftcenter i den kreative økonomi. Det sker ikke mindst i kraft af, at Advisory Boardets medlemmer vil agere som personlige ambassadører for More Creative i deres professionelle netværk i udlandet. Advisory Boardet vil mødes én gang årligt. Som mulige kandidater til Advisory Boardet kan vi nævne John Newbigin, Creative England (UK), Hasan Bakhshi, Nesta (UK) og Pascal Cools, Flanders District of Creativity (BE).

Medlemmer af styregruppe, forretningsudvalg og Advisory Board skal naturligvis udvælges og besluttes endeligt i dialog med opdragsgiver.

3 Formål: Fokuseret erhvervsudvikling i verdensklasse

Region Midtjylland har siden 2013 været bannerførende for den kreative økonomi i Danmark. More Creative er som nævnt landets største samlede erhvervsudviklingsstrategi for de kreative erhverv, og Region Midtjylland har dermed lagt sig helt i front i udviklingen af den kreative økonomi.

En ekstern evaluering foretaget af Oxford Research (2014) har vist, at More Creative på kort tid har skabt betydelige resultater. More Creative har dannet grundlag for jobskabelse, øget konkurrenceevne og værditilvækst og har samtidig bidraget til at synliggøre de kreative erhverv i regionen.

More Creative er designet med udgangspunkt i virksomhederne og deres behov. Derfor har der fra starten været fokus på at skabe så mange aktiviteter som muligt for og med virksomhederne. God praksis fra Cluster Excellence Denmark viser, at de mest succesfulde klyngeinitiativer er dem, der er tæt på virksomhederne og hvor der er stor aktivitet. I bilag D vedlægges vi en oversigt over aktiviteterne alene i 2015 og vi mener, at More Creative 2016 - 2018 skal rumme endnu flere aktiviteter målrettet virksomhederne - både med More Creative og de fire partnerskaber som eneafsender og med More Creative som partner til både 2017, de fysiske vækstmiljøer i regionen og andre relevante aktører.

Efter tre års udviklingsarbejde er More Creative klar til at rykke ind i næste fase, hvor fokus overgår fra projektmodning og strukturobygning til fokuseret erhvervsudvikling med fokus på vækst, arbejdspladser og eksport i de kreative erhverv samt øget innovationskraft og produktivitetsforbedringer i øvrige erhverv.

Formålet med More Creative 2016-2018 er på den baggrund at afhjælpe de kreative virksomheders vækstbarrierer og via perspektiverne i den kreative økonomi at demonstrere og stimulere anvendelsen af kreative ydelser og kompetencer i den øvrige økonomi. I boksen opsummeres de udfordringer og behov, som Oxford Research har identificeret og som More Creative skal svare på i de kommende tre år.

Oxford Research: Udfordringer og behov i de kreative erhverv

I en dugfrisk analyse fra Oxford Research (2015) identificeres en række udfordringer, som står i vejen for, at de kreative virksomheder i Region Midtjylland kan realisere deres vækstpotentiale:

- Der er behov for at professionalisere de små og mellemstore virksomheder ved at opkvalificere deres forretnings- og ledelsesmæssige kompetencer. Det kan i særlig grad gøres ved at koble de kreative virksomheder med erfarne forretningsfolk, business angels og andre virksomheder i branchen. Rådgivningen skal med andre ord være praksisorienteret og tage afsæt i hands-on erfaringer fra de konkrete brancher.
- Der er behov for, at udvikle, tiltrække og fastholde talentmasse samt at afhjælpe udfordringer med finansiering og internationalisering. . Det gælder i særlig grad de mere etablerede virksomheder. Udfordringen kan imødekommes gennem stærke branchepartnerskaber samt skræddersyede forretningsudviklingsforløb og netværksaktiviteter.
- Der er behov for øget brobygning til det etablerede erhvervsfremmesystem. Der findes i dag en række relevante tilbud indenfor erhvervs- og innovationsfremmesystemet, som med den rette brobygning kan bidrage til at løfte de kreative virksomheders adgang til finansiering og eksportmarkeder.

3.1 Mål: Vækst, arbejdspladser og eksport

Det overordnede mål for More Creative i 2016-2018 er at skabe de ideelle rammebetingelser for vækst i de kreative erhverv i en regionen. Det handler om at transformere talent og ekspertise til kreative produkter og services i form af iværksætteri og særligt i forhold til vækst i eksisterende virksomheder.

Det er samtidig vigtigt, at det arbejde, der har pågået de seneste tre år, med at fremdyrke en decideret kreativ sektor fortsætter. De kreative brancher er hver for sig ikke store og indflydelsesrige nok på tværs af erhvervslandskabet, hvilket betyder, at More Creative som samlende platform kan have et mere overordnet sektorfokus og dermed drive indflydelsen og synligheden op.

Helt konkret skal More Creative kunne måles på flere arbejdspladser og øget eksport blandt regionens kreative virksomheder¹. Det betyder, at Region Midtjylland fortsat skal være – og i endnu højere grad skal blive – et attraktivt sted, at drive og udvikle etableret kreativ vækstvirksomhed: i kraft af talentmasse, specialiserede udviklingsforløb, netværk via branchepartnerskaber samt et regionalt trinbræt for internationalisering og eksport.

I annonceringsmaterialet er der opstillet en række mål for More Creative i form af forventede erhvervsøkonomiske effekter, som vil være styrende for arbejdet.

De forventede effekter af More Creative er:

- Minimum 100 nye ansatte, øget omsætning på 200 mio. kr. og vækst i eksport på 70 mio kr. blandt virksomheder inden for de fire kreative styrkepositioner
- Øget innovationskraft og produktivitetsforbedringer i det øvrige erhvervsliv via kreative ydelser.
- Styrket regionalt image som internationalt anerkendt kreativt kraftcenter

Den samlede effektkæde for More Creative 2016 – 2018 inklusiv kritiske antagelser og indikatorer præsenteres i bilag C.

3.2 Målgrupper og aktører

More Creative er for erhvervslivet. Men More Creative er også et samarbejdsprojekt, der skal understøtte andre aktørers arbejde med de kreative erhverv. Og endelig er More Creative et kommunikationsprojekt, der skal skabe opmærksomhed om potentialet i de kreative erhverv og deres innovationsmæssige potentiale samt Region Midtjyllands position som kreativt kraftcenter.

Vi arbejder derfor med tre målgrupper:

- **Primær målgruppe:** Dem, More Creative skal skabe direkte værdi for:
 - Kreative virksomheder med vækstpotentiale
 - Vækstiværksættere
 - Virksomhedsejere fra det øvrige erhvervsliv
 - Ledere, indkøbere og beslutningstagere i den offentlige sektor

¹ Læs mere om de forventede effektkæder i afsnit 4.

² <http://www.pwc.co.uk/industries/entertainment-media/insights/imagi-nation.html>

- **Sekundær målgruppe:** Dem, der skal hjælpe os med at nå målet og omvendt:
 - Brancheorganisationer
 - Uddannelsesinstitutioner
 - Erhvervsfremmeaktører (andre væksthuse, innovation centres, mv.)
 - Kommuner og øvrige regioner
 - Nationale og internationale organisationer og netværk (Eksportrådet, innovationsnetværkene mv.)

- **Tertiær målgruppe:** Dem, der skal være med til at udbrede More Creative:
 - Medier (regionale, landsdækkende, internationale)
 - Politikere og embedsfolk
 - Den brede offentlighed

I henhold til alle tre målgrupper trækker operatørskabet som tidligere nævnt på store personlige netværk, som vi vil aktivere i de mange forskellige aktiviteter.

4 Aktiviteter

Som nævnt i indledningen arbejder vi med fire indsatsområder:

- Klyngeudvikling via partnerskaber
- Forretningsudvikling & vækst i virksomheder
- Innovation & værdiskabelse
- Dokumentation & kommunikation.

Strukturen i More Creative udgøres af dels fire partnerskaber, der har hvert sit brancheperspektiv og dels en fælles platform og overligger i form af operatørskabet. Det betyder at der vil være aktiviteter på begge niveauer og at en aktivitet både kan understøtte eksempelvis forretningsudvikling & vækst i virksomheder samtidig med at den understøtter innovation & værdiskabelse.

Nedenfor præsenterer vi først hvordan vi som operatør vil arbejde med partnerskaberne. Herefter præsenteres en oversigtsmodel, der viser hvordan de forskellige aktiviteter understøtter de fire indsatsområder. Afslutningsvis i kapitlet præsenterer vi kort, hvordan vi ser det konkrete indehold i de forskellige aktiviteter.

4.1 Klyngeudvikling via partnerskaber

Partnerskaberne er sat i verden for at tilbyde vækstfremmende aktiviteter til virksomheder i deres respektive brancher og More Creative platformen skal være en attraktiv ressource for partnerskabernes fortsatte udvikling og værditilbud over for virksomhederne. Vi ser det som operatørens fornemmeste opgave at understøtte branchepartnerskaberne i at lykkes med den opgave. Det gør vi med respekt for de erfaringer og den praksis, som operatørskabet og de enkelte partnerskaber har opbygget gennem de seneste tre år.

Som operatør vil vi med More Creative platformen sikre:

- Videreudvikling og afprøvning af værktøjer og specialiserede forløb til kreativ vækst

- Maksimal synlighed af partnerskabernes arbejde, herunder gennem national og international positionering af Region Midtjylland som kreativt kraftcenter
- Tværgående aktiviteter for partnerskaberne med fokus på videndeling og kompetenceudvikling
- Faglig sparring med de enkelte partnerskaber i forhold til den konkrete klyngeudvikling og samarbejde med offentlige og private aktører.
- Hjælp til projektudviklinger - bl.a. i forhold til at søge fondsmidler og anden selvstændig finansiering, inkubation af nye partnerskaber og kobling til nationale initiativer.

Model 2: Oversigt over aktiviteter i forhold til indsatsområder

		INDSATSOMRÅDER			
		Klyngeudvikling via partnerskaber	Forretningsudvikling & vækst i virksomheder	Innovation & værdiskabelse	Dokumentation & kommunikation.
AKTIVITETER	Den Kreative Arena	✓			✓
	Next Level		✓	✓	
	Creative Business Academy		✓	✓	
	Creative Executive Club		✓	✓	✓
	Fælles redaktion	✓		✓	✓
	Strategisk projektudvikling og -ledelse	✓		✓	✓

Nedenfor præsenteres de forskellige aktiviteter nærmere. Nogle af dem består af en række velafprøvede og succesfulde formater, som er udviklet og testet i de første år af More Creative og som skal løftes yderligere i de kommende år. Andre er nye aktiviteter, som vi på baggrund af vores erfaring hidtil ser som afgørende for at styrke More Creative.

4.2 Den Kreative Arena

Den Kreative Arena er et forum for kompetenceudvikling målrettet partnerskabernes projektledere. Den Kreative Arena skal løftes yderligere og fokuseres i forhold til klyngeudvikling, Vi lægger os som nævnt op af god praksis fra Cluster Excellence Denmark. Ambitionen med Den Kreative Arena er derfor at give partnerskaberne de nødvendige redskaber til at blive selv bærende klynger på den anden side af More Creative. Vi vil derfor bruge Den Kreative Arena til at arbejde med forretningsudvikling, partnerskaber, projektudvikling og finansiering af partnerskaberne og det vil ske gennem en kombination af oplæg, god praksis udefra og sparring sat ind i en ramme, hvor vi som operatører hele tiden driver partnerskaberne fremad.

4.3 Next Level

More Creative er en specialiseret erhvervsserviceindsats og tilbuddene skal både være målrettet vækstiværksættere og de etablerede kreative virksomheder. Den seneste rapport fra Mandag Morgen viser under overskriften VækstDanmark2025, at udfordringen i dansk erhvervsliv hedder skalering mere end den hedder iværksætteri. Dette gælder særligt for kreative virksomheder og derfor skal More Creative handle om vækst.

Next Level er et forløb målrettet etablerede virksomheder, der ønsker at skalere og udvikle deres forretning. Forløbet giver deltagerne redskaber til at identificere og tackle virksomhedens mest afgørende udfordringer. Deltagerne vil møde eksperter og skarpe profiler i og uden for deres branche samt opbygge et stærkt netværk.

Hvert Next Level forløb består af et antal sessioner. Sessionerne vil være en blanding af arbejde med egen virksomhed, sparring på tværs samt oplæg fra cases og eksperter. Next Level skal i 2016 - 2018 tænkes sammen med Væksthusets tilbud og muligheder i de regionale programmer, således at deltagerne får adgang til de mange muligheder, der ligger her. Det er også her at vi for alvor kan søge at løse nogle af de udfordringer, som den seneste Oxford analyse sætter fokus på.

I boksen nedenfor præsenteres kort de regionale programmer, som Væksthus Midtjylland er operatør på. Disse repræsenterer en bred vifte af tilbud.

De regionale programmer implementeres iht. retningslinjer og rammer under strategien "Det Midtjyske Vækstunivers", og tilbuddene i programmerne brandes under fællesbetegnelsen "Imidt", for at gøre det overskueligt for målgruppen. De regionale programmer, som aktuelt udgør indsatsen i "Imidt", er:

- KOMPETENCEFORSYNINGmid (kompetenceplanlægning og -udvikling i små og mellemstore virksomheder)
- Program for iværksætteri (rådgivningsprogram for nye/unge virksomheder)
- Program for virksomhedsudvikling 2015 (rådgivningsprogram for etablerede virksomheder)
- Program for eksport og internationalisering 2015 (rådgivningsprogram med særligt fokus på eksport og internationalisering)
- Grønne Forretningsmodeller (grøn omstilling/-forretningsudvikling)
- Grøn Industrisymbiose (genanvendelse og ressourceeffektivitet)

Vi har i 2015 gennemført fem Next Level forløb og opnået en lang række erfaringer og deltagerevalueringen giver god feedback ift. tilretning af de kommende forløb.

Hvert Next Level forløb udbydes med det pågældende partnerskab som afsender på forløbet med henblik på at sikre at de bliver til en del af klyngeudviklingen.

4.4 Creative Business Academy

Creative Business Academy (CBA) går målrettet ind og arbejder for, at vækstiværksættere på tværs af de fire kreative erhvervsstyrkepositioner i regionen kan få en særlig opmærksomhed og støtte.

Med CBA fokuserer vi på den første del af økosystemet om man vil – det er her vi skal udvikle talentet, vise vejen og inspirere unge inden for de kreative brancher til at blive fremtidens vækstvirksomheder. Det gør vi med kompetenceudviklingstilbud og faglige foredrag fordelt i regionen.

Som tidligere nævnt er uddannelse og talentudvikling en af de største vækstbarrierer for de kreative erhverv, og har vi ikke fortsat fokus på kontinuerlig udvikling og understøttelse af uddannelsen af den ny arbejdskraft, så mister vi momentum.

Regionens kreative vækstmiljøer - eksempelvis Arsenalet i Viborg, Lynfabrikken i Aarhus og Fængslet i Horsens - er essentielle i den sammenhæng, da de er de konkrete mødesteder, som rækker ud mod, tiltrækker og understøtter vækstlaget under vækstlaget. Derfor vil CBA blive forankret i så mange af de kreative vækstmiljøer i regionen som muligt. Det er hér CBA's arrangementer skal finde sted og det skal ske i tæt samarbejde med Vækstmiljøernes medarbejdere, så aktiviteterne understøtter deres arbejde, og dermed øger værdiskabelsen på tværs af hele regionen.

4.5 Creative Executive Club

Creative Executive Club (CEC) har de seneste år været More Creatives morgenseminarer for virksomhedsledere og beslutningstagere i Region Midtjylland både i og uden for de kreative erhverv samt i den offentlige sektor. CEC byder på internationale og nationale eksperter, meningsdannere og kreative topledere med viden om vækst, internationalisering samt fremtidens forretningsområder og forretningsmodeller i den kreative økonomi.

CECs mål er at sætte barren endnu højere i de kreative brancher samt at udbrede kendskabet til anvendelsen af kreative ydelser i det øvrige erhvervsliv samt den offentlige sektor.

CEC skaber regional spredning i hele indsatsen omkring den kreative økonomi i Region Midtjylland. Det er vigtigt for at skabe endnu bedre sammenhæng og konsensus omkring forståelsen og vigtigheden af den kreative økonomi.

Et hovedtema i CEC bliver at behandle de største vækstbarrierer for de kreative erhverv. Vi er inspireret af en nylig udgiven rapport "Imagi-Nation" fra PwC² om vækstbarrierer i den britiske kreative økonomi og vil derfor bygge CEC seminarrækken op om rapportens 7 p'er: Perception, People, Pounds, Place, Pipes, Property og Picture. Aktører i regionen og i hele Danmark skal mødes for at tage stilling til, hvordan vi løfter udfordringerne med eksempelvis bedre uddannelse af fremtidens arbejdskraft (People) inden for de kreative kompetencer, en bedre digital infrastruktur (Pipes) og nye fleksible finansieringsmuligheder for iværksættere og virksomheder inden for de kreative erhverv (Pounds).

CEC bliver også centrum og drivkraft for en national agenda der handler om digitalisering. Vi har brug for en overordnet debat og et større fokus på digitaliseringens forretningskraft, og hvordan den kan transformere og accelerere de kreative erhvervs vækst. CEC fortsætter som et samarbejde mellem Erhverv Aarhus og More Creative og vil fortsat lægge stor vægt på den regionale spredning i aktiviteterne.

4.6 Fælles redaktion for More Creative

More Creative skal have et langt større fokus på kommunikation, branding og de gode historier. Som indsats skal More Creative ikke kun forbedre de kreative erhvervs evner til forretningsudvikling og de rammevilkår de arbejder i. Indsatsen skal også helt grundlæggende rykke ved opfattelsen af hvad de kreative erhverv og den kreative økonomi er og kan blive til.

Det kræver en stærk og omfattende kommunikations- og PR-indsats, som har endnu mere fokus på de positive historier om vækstiværksættere blandt de kreative erhverv, og hvilken betydning den kreative økonomi har for Danmarks fremtid.

Vi nedsætter en redaktion, der i hele perioden har særligt fokus på at formidle nyheder og viden om de kreative erhverv og den kreative økonomi. Kommunikationsindsatsen skal eksekveres i tæt kobling med Aarhus2017 og den regionale platform IMIDT.

Formidlingen vil foregå i de kanaler, hvor de vigtigste målgrupper befinder sig:

- Vi arbejder med særligt fokus på de sociale medier, da vi har ekspertkompetencer indenfor dette felt, herunder platforme som LinkedIn, Facebook og Twitter.
- En stærk hjemmeside, der kan fungere som hovedplatformen for kommunikationen omkring More Creative. Siden skal illustrativt formidle al viden om More Creative, partnerskaberne og klyngerne, samt de mange aktiviteter vi har.
- Udsending af nyhedsbreve med hyppige mellemrum, der opbygger en troværdighed som den sikreste kilde til den nyeste viden om udviklingen i de kreative erhverv.
- Vi har fokus på faglige blogindlæg på egne og andre interesse- og fagorganisationers kanaler.

² <http://www.pwc.co.uk/industries/entertainment-media/insights/imagi-nation.html>

- Vi skriver artikler og nyheder som den danske presse kan bruge i formidlingen af de kreative erhverv.
- Vi udgiver en ny publikation, som naturligt bygger videre på publikationen fra 2015 "Fremtidens Erhverv er Kreative", men denne gang med et bredere perspektiv på diversiteten og potentialet i de kreative erhverv.

Sidst, men ikke mindst vil kommunikationsindsatsen også indeholde kompetenceudvikling af de fire partnerskaber i More Creative. Vi kan med kernekompetencerne i operatørskabet, gå ind og hjælpe partnerskaberne med at løfte deres eget kommunikationsarbejde, så de bliver stærkere i deres egen formidling.

Jo stærkere vi bliver til at kommunikere, jo flere steder vi er synlige, og jo flere af de positive historier vi får fortalt, jo større bliver forståelsen af og opbakningen til de kreative erhverv og den kreative økonomi.

4.7 Strategisk projektudvikling og -ledelse

More Creative er et dynamisk projekt, hvor et af målene er at forankre initiativet i de eksisterende regionale og nationale systemer og gøre det bæredygtigt så det kan leve videre efter endt projektperiode. Samtidig er de kreative erhverv og den kreative økonomi kendetegnet ved at være frontlinjer for innovation. Nye brancher og forretningsmodeller opstår i krydsfelterne og vi ved ikke i dag, hvilke brancher der udgør fremtidens vækstkometer.

Vi ser derfor operatørens projektledelse som en meget strategisk opgave, der både rummer sparring med region, kommuner, uddannelsesinstitutioner og andre offentlige aktører. Og som rummer et blik for de nye brancher og vækstområder med henblik på at kunne integrere dem i de eksisterende partnerskaber eller være med til at så frøene til nye partnerskaber.

Indledningsvist nævnte vi også udfordringen omkring dokumentation og derfor ser vi løbende dokumentation og evaluering som centrale opgaver. More Creative skal kunne dokumentere effekter og operatøren vil have som opgave hele tiden at indsamle de kvantitative resultater og effekter og de gode cases, som egner sig til presse og anden kommunikation.

Herudover omfatter projektledelsen også opgaven med at være den koordinerende enhed for regionens samlede indsats for de kreative erhverv. Det sker med henblik på at skabe yderligere synergi og samarbejde på tværs af alle relevante aktører og aktiviteter i regionen.

Afslutningsvis består projektledelsen i at servicere styregruppe, forretningsudvalg og Advisory Board samt stå for administration og regnskab.

5 Bilag

Bilag A: Budget, timesatser og tidsforbrug

Figur 1: Udgifts- og finansieringsbudget

UDGIFTSBUDGET				
Aktivitetstyper	2016	2017	2018	Total
Den Kreative Arena	210.000	155.000	84.000	449.000
Next Level	1.005.000	891.000	637.000	2.533.000
Creative Business Academy	200.000	150.000	91.000	441.000
Creative Executive Club	420.000	359.000	258.000	1.037.000
Fælles redaktion	575.000	450.000	280.000	1.305.000
Dokumentation og formidling af resultater	300.000	60.000	90.000	450.000
Strategisk projektudvikling	495.000	440.000	260.000	1.195.000
Projektledelse	200.000	200.000	200.000	600.000
Bogholderi og revision	100.000	100.000	100.000	300.000
Udlæg	145.000	125.000	110.000	380.000
Ekstern evaluering	-	200.000	-	200.000
I alt	3.650.000	3.130.000	2.110.000	8.890.000

FINANSIERINGSBUDGET				
	2016	2017	2018	Total
Regionale erhvervsudviklingsmidler	3.500.000	3.000.000	2.000.000	8.500.000
Medfinansiering	150.000	130.000	110.000	390.000
I alt	3.650.000	3.130.000	2.110.000	8.890.000

Medfinansieringen i budgettet dækker over værter til de mange forskellige events, der stiller lokaler og forplejning til rådighed gratis. Herudover vil vi via den strategisk projektudvikling og -ledelse af klyngerne styrke deres arbejde med at tiltrække medfinansiering fra strategiske partnerskaber med erhvervslivet, nationale puljer, etc.

Figur 2: Timesatser

Timesatser	DKK
Væksthus Midtjylland	440
Seismonaut	749
Manto	759

Væksthus Midtjyllands timepris er fastsat til en kostpris på 440 kr. Manto og Seismonauts timepriser er udregnet som den faktisk omkostning pr. medarbejder pr. time i form af løn, administrationsomkostninger, lokaler og administration og er uden overhead og dækningsbidrag (se revisorpåtegnede erklæringer på de følgende sider).

Figur 3: Tidsforbrug

Tidsforbrug				
Aktivitetstyper	2016	2017	2018	Total
Den Kreative Arena	279	206	111	595
Next Level	1.194	1.061	845	3.099
Creative Business Academy	265	199	121	585
Creative Executive Club	497	424	342	1.264
Fælles redaktion	763	597	371	1.731
Dokumentation og formidling af resultater	398	80	119	597
Strategisk projektudvikling	656	584	345	1.585
Projektledelse	455	455	455	1.364
Bogholderi og revision	227	227	227	682
Udlæg	-	-	-	-
Ekstern evaluering	-	-	-	-
I alt	4.734	3.832	2.936	11.502

Tidsforbruget i skemaet ovenfor er baseret på Væksthus Midtjyllands timepris samt den gennemsnitlige timepris for Seismonaut og Manto fordelt på de opgaver som, de respektive konsortiepartnere løser.

Revisors erklæring om timeomkostning

Til ledelsen i Manto A/S

Vi har udført de arbejdshandlinger, som blev aftalt med Dem, og som er angivet nedenfor vedrørende opgørelse af den gennemsnitlige timeomkostning pr. medarbejder hos Manto A/S Cvr-nr. 28 67 23 22.

Vores arbejde er udført i overensstemmelse med den internationale standard om aftalte arbejdshandlinger og yderligere krav ifølge dansk revisorlovgivning. Arbejdshandlingerne blev udelukkende udført for at hjælpe Dem til at vurdere pålideligheden af omfanget og er opsummeret som følger:

- Den gennemsnitlige timeomkostning pr. medarbejder.
- Opgørelsen er udarbejdet på baggrund af årsrapporten for 2014/15.

Vi har fundet følgende forhold:

- Vi har opgjøret den gennemsnitlige timeomkostning til kr. 759.
- Den gennemsnitlige timeomkostning er beregnet på baggrund af selskabets faktiske omkostninger for regnskabsåret 2014/15 fordelt på medarbejderens effektive timeantal i regnskabsåret.

Da ovennævnte arbejdshandlinger hverken er revision eller review i overensstemmelse med internationale standarder om revision eller review og yderligere krav ifølge dansk revisorlovgivning, udtrykker vi ikke nogen grad af sikkerhed om opgørelse pr. 3. november 2015.

Hvis vi havde udført yderligere arbejdshandlinger, revideret eller udført review af regnskabet i overensstemmelse med internationale standarder om revision eller review og yderligere krav ifølge dansk revisorlovgivning, kunne andre forhold være fundet og rapporteret til Dem.

Vores erklæring er udelukkende udarbejdet med det formål, der er nævnt i denne erklærings fæste afsnit og til Deres brug, og den må ikke bruges til noget andet formål eller videregives til nogen anden. Erklæringen vedrører kun de forhold, der er nævnt ovenfor, og kan ikke udstrækkes til at omhandle andre forhold.

København, den 3. november 2015
ReviPoint Statsautoriserede Revisorer A/S


Jan Lundeqvist
statsautoriseret revisor

JJL103114

Revisors erklæring om timeomkostning

Til Seismonaut A/S

Vi har udført de arbejdshandlinger, som blev aftalt med Dem, og som er angivet nedenfor vedrørende opgørelse af den gennemsnitlige timeomkostning pr. medarbejder hos Seismonaut A/S Cvr-nr. 3070 8075. Vores arbejde er udført i overensstemmelse med de internationale revisionsstandard om aftalte arbejdshandlinger. Arbejdshandlingerne blev udført for at hjælpe Dem til at vurdere pålideligheden af omfanget og er opsummeret som følger:

- Vi har opgjort den gennemsnitlige timeomkostning pr. medarbejder
- Opgørelse er udarbejdet med baggrund i årsrapporten for 2014/15

Vi har fundet følgende forhold:

- Vi har opgjort den gennemsnitlige timeomkostning til DKK 749.
- Opgørelsen er sket med baggrund i selskabets faktiske omkostninger for regnskabsåret 2014/15 fordelt på medarbejderes effektive timeantal i regnskabsåret.

Da ovennævnte arbejdshandlinger hverken er revision eller review i overensstemmelse med internationale revisionsstandarder herom, udtrykker vi ikke nogen grad af sikkerhed om opgørelse pr. 2. november 2015.

Hvis vi havde udført yderligere arbejdshandlinger, revideret eller udført review af regnskabet i overensstemmelse med internationale revisionsstandarder, kunne andre forhold være fundet og rapporteret til Dem.

Vores erklæring er udelukkende udarbejdet med det formål, der er nævnt i denne erklærings første afsnit og til Deres brug, og den må ikke bruges til noget andet formål eller videregives til nogen anden. Erklæringen vedrører kun de forhold, der er nævnt ovenfor, og kan ikke udstrækkes til at omhandle andre forhold.

Aarhus den 2. november 2015

Aros statsautoriserede Revisorer I/S


Morten Ballum Lind Birkbak
statsautoriseret revisor

Bilag B: Kompetenceprofiler

Væksthus Midtjylland ansætter en projektleder specifikt til opgaven. På de følgende sider fremgår CV'er for de øvrige personer, som vil være ansvarlige for at gennemføre projektet. Foruden projektlederen hos Væksthus Midtjylland består teamet af:

- Tonny R. Danielsen, chefkonsulent, Væksthus Midtjylland
- Christian Schwartz Lausten, medstifter og direktør, Seismonaut
- Peter Gran Boesen, seniorrådgiver, Seismonaut
- Anja Tønning, seniorrådgiver, Seismonaut
- Anna Porse Nielsen, adm. direktør, Manto
- Line Bjerregaard Jessen, vicedirektør, Manto
- Andreas Linnet Jessen, rådgiver, Manto

Tonny R. Danielsen



Kontakt:

Væksthus Midtjylland
INCUBA Bygning II etage 4
Åbogade 15
8200 Århus N

T: 70 22 00 76

M: 51 71 78 51

E: trd@vhmidtjylland.dk

Specialer:

- Økonomi
- Internationalisering
- Forandringsledelse med design

Uddannelse:

Økonomi/registreret revisor FRR
Revisor

Sprog:

Engelsk, flydende skrift & tale
Tysk, mellemniveau skrift & tale

Erhvervs erfaring:

- Chefkonsulent, Væksthus Midtjylland
- Projektleder, Vitus eksportprogram + Eksportforberedelseskonsulent, Udenrigsministeriet, Eksportrådet.
- Direktør Design Business Group + TRD Consult
- Senior designrådgiver, Dansk Design Center + Institut for Designrådgivning
- Direktør, Revisormægler Gruppen - Jylland.
- Faglig konsulent, Revisormæglerne
- Revisor, Partner Revision + Rev.fa. J. Højmoose Kristensen.

Tonny R. Danielsen er chefkonsulent i Væksthus Midtjylland med ansvar for team internationalisering herunder den Internationale Platform med deltagelse af bl.a. Udenrigsministeriet, Eksportrådet, Eksport Kredit Fonden, Investeringsskolen for Udviklingslande, Nordisk Projekt Eksport Fond, Region Midtjyllands kontor i Bruxelles, Ungarn og Shanghai mv.

Tonny er uddannet økonom og har mange erfaringer med projektledelse og rådgivning af virksomheder inden for økonomi, internationalisering og forandringsledelse med speciale inden for design.

Tonny har bl.a. været projektleder hos Dansk Design Center + Institut for Designrådgivning (GTS institut) samt Design Business Group med fokus på strategisk designrådgivning, forandringsledelse samt udvikling af ledelsesværktøjer til designmanagement. Tonny har også været tilknyttet Udenrigsministeriet, Eksportrådet med fokus på eksportrådgivning af kreative erhverv særligt design- og møbelvirksomheder.

Aktuelle og udvalgte arbejdsopgaver:

2014- Chefkonsulent i Væksthus Midtjylland med ansvar for internationalisering og kreative erhverv.

2010-2014 Projektleder i Væksthus Midtjylland med ansvar for Programsekretariatet for Vitus og Vitus Vækst eksportprogrammet hos Udenrigsministeriet Eksportrådet.

2005-2010 Eksportforberedelseskonsulent kreative erhverv (design/møbler) hos Udenrigsministeriet, Eksportrådet.

2008-2010 Direktør og ejer af TRD Consult med rådgivning af virksomheder inden for internationalisering mv.

2002-2010 Direktør og medstifter, Design Business Group med rådgivning om forandringsledelse med fokus på internationalisering og design/kreative kompetencer.

1999-2002 Senior designrådgiver, Dansk Design Center/Institut for Designrådgivning (GTS institut) med bl.a. administration af støtteordning om design samt rådgivning af virksomheder om internationalisering, design mv.

1993-1999 Direktør og medstifter, Revisormægler

Gruppen – Jylland

1991-1993 Faglig konsulent, Revisormæglerne

1987-1991 Revisor FRR/økonom, Partner Revision

1985-1987 Revisorassistent, Rev.fa. J. Højmoose

Kristensen (fusion med Partner Revision)

Tillidshverv

- Mentor for iværksættere hos AAU Innovation, Aalborg Universitet
- Mentor for designere hos Designskolen Kolding
- Mentor for virksomhed ifm. Fashion Accelerator

Øvrige erfaringer

Foredragsholder, undervisning samt planlægning og gennemførelse af workshops med kompetenceudvikling af ledere og topledere.

CV for Christian Schwarz Lausten

Titel: Direktør og medstifter, Seismonaut

Uddannelse: Cand. Mag. Informationsvidenskab og Retorik, Aarhus Universitet

E-mail: christian@seismonaut.com

Tel: +45 2362 0989

Kvalifikationer

Med mere end 13 års arbejds erfaring i krydsfeltet mellem innovation og nye teknologier er Christian en af Danmarks førende eksperter omkring den digitale udvikling. Han taler, skriver, underviser og hjælper Seismonauts private og offentlige kunder med at forstå, hvilken vej de digitale vinde blæser. Christian har som projektdirektør i More Creative gennem de sidste 3 år arbejdet med at opbygge en helt ny politisk forståelse af vigtigheden af den kreative økonomi. Christian har været en af hovedarkitekterne bag den konstruktion som More Creative er i dag, og hans dybe forankring i det midtjyske private erhvervsmiljø, gør ham til en vigtig gatekeeper til de kreative erhverv i regionen.

Erhvervs- og projekterfaring

Direktør og medstifter af Seismonaut, 2007 -

Som medstifter og direktør for Gazellevirksomheden (2014-2015) Seismonaut har Christian med sikker hånd ført både offentlige og private virksomheder ind i den digitale tidsalder gennem foredrag, forretnings- og konceptudvikling, herunder bl.a. Københavns Kommune, Digitaliseringsstyrelsen, Oticon og Dansk Supermarked.

Knowledge Director i Innovation Lab, 2003 – 2007

Rådgivning om innovation og konceptudvikling hos en lang række større danske virksomheder, såsom B&O, TDC og Danish Crown. Derudover leder for 15 medarbejdere.

Publikationer, foredrag og andet

Journalistens digitale værktøjskasse - en praktisk guide til nye og sociale medier, Forlaget Ajour, 2010
Xpector - Otte publicerede magasiner om innovation og nye teknologier, Innovation Lab, 2004 - 2006

Ekspertbidrag, artikler, foredrag, undervisning 2013 - :

Foredrag for en meget lang række af virksomheder, organisationer, ministerier, styrelser, kommuner og råd.

Ekspertbidrag til bl.a. Internet Governance Forum 2011, Videnskabsministerens IKT Råd, Dansk ITs Danmark 3.0 saloner og Digitaliseringsstyrelsens Digitaliser konference 2009-2012.

Foredrag på bl.a. South by Southwest i Austin, Texas, Det grønlandske Landsstyres første konference om internettet, Journalisternes FagFestival og RadioDays.

Formand for Aarhus Kommunes Smart City arbejdsgruppe om Digitalt iværksætteri

Jurymedlem i IT- og Telestyrelsens konkurrence om Offentlige Data i Spil

Medlem af tænketanken Digitale Byer under Ministeriet for By, Bolig og Landdistrikter

Næstformand i bestyrelsen for Center for Digital Pædagogik

Næstformand i bestyrelsen for Unitas Rejseselskab A/S

Mentor og medlem af advisory boardet i flere iværksættervirksomheder

Underviser, forelæser og vejleder hos Lederne, UPDATE - Center for journalistisk kompetenceudvikling, Kommunikationsforum, Aarhus Universitet, Huset Markedsføring, Folkeuniversitetet, mm.

CV for Peter Gran Boesen

Titel: Seniorrådgiver i Seismonaut
Uddannelse: Cand. Mag. Oplevelsesøkonomi
E-mail: pb@seismonaut.com
Tel: +45 2077 0060

Kvalifikationer

Peter har base i Aarhus og har siden 2011 arbejdet med at skabe bedre digitale oplevelser og produkter for en bred variation af brugere. I dag arbejder han som seniorrådgiver med kompetencer inden for eventudvikling, oplevelsesdesign, entrepreneurship, forretningsudvikling, kulturteori og projektledelse. Som daglig sekretariatsleder af More Creative har Peter varetaget den praktiske ledelse og koordinering af det omfangsrige erhvervsfremmeinitiativ for Region Midtjylland i 3 år. Peter har i regi af More Creative arbejdet med klyngeudvikling for flere forskellige klyngeinitiativer i More Creative og han har stået bag alt More Creatives eksterne kommunikation i form af web, sociale medier, trykte publikationer, film og konferencer. Lederrollen har givet ham evnen til at kunne navigere og skabe positive resultater i projekter, hvor der er en meget stor mængde aktører – lige fra det regionale politiske lag til det kommunale – lige fra de mange kreative erhvervsbrancheorganisationer til de enkelte virksomheder.

Erhvervs- og projekterfaring

Seniorrådgiver hos Seismonaut, 2011-

Rådgiver og projektleder på en lang række digitale og erhvervsmæssige udviklingsprojekter. Desuden rådgiver på eventstrategier for bl.a. Aarhus, Vejle og Rebild Kommune.

Projektleder i EVINN – Eventbaseret Innovation v/ ACTIVE Institute, 2012 - 2014

EVINN var et et banebrydende 3-årigt samarbejde mellem Aarhus, Oslo og Göteborg, som skal sikre regionen en fremtidig førertrøje i konkurrencen om at tiltrække og udvikle store sport- og kulturevents. Samarbejdet udgøres af organisationer og videninstitutioner i og omkring de tre byer i Kattegat-Skagerrak området. Peters delområde er at skabe projektet, der sigter på at udvikle eventturisme - både før, under og efter en event. Vi skal sikre en bedre og rigere oplevelse af både events og region gennem brug af ny viden om turisme og ny teknologi.

Konferencier på Roskilde Festival, 2012 - 2013 (frivilligt arbejde)

En af Europas største og mest ikoniske musikfestivaler. Som konferencier på Roskilde Festival, indgår man som et afgørende led i festivalens sikkerhed og kommunikation til alle 80.000 gæster.

Kurser

Cluster Training Programme, 2014, Oxford Research

Publikationer, foredrag og andet

Fremtidens erhverv er kreative, More Creative, 2015 □ Film skal ses i virkeligheden – En håndbog om filmturisme, Rethink Kulturturisme, 2014 □ Guide til Oplevelsesbaseret Eventudvikling, EVINN, 2014

CV for Anja Tønning

Titel: Seniorrådgiver, Seismonaut
Uddannelse: Cand. it, Digital Design
E-mail: anja@seismonaut.com
Tel: +45 6065 7409

Kvalifikationer

Anja er specialist i sociale netværk og digital kompetenceudvikling. Hun har mange års erfaring med at rådgive private virksomheder og turismeaktører i at sikre en professionel navigation i de digitale medier. Anja har solid erfaring i at holde kurser, workshops og oplæg for danske turismeaktører og private virksomheder. Senest har Anja arbejdet med kommunikationsstrategier for Horsens Kommune og Grøn Koncert (Tuborg og Muskelsvindfonden). Anja er også ansvarlig for den digitale kommunikationsindsats omkring den nationale fag-festival Internet Week Denmark.

Erhvervs- og projekterfaring

1.1.1.1.1 Seniorrådgiver, Seismonaut, 2011 -

Strategisk rådgivning, konceptudvikling, oplæg og foredrag om nye og sociale medier, kurser, seminarer og workshops. Har løst opgaver for bl.a. Horsens Kommune, Ringkøbing-Skjern Kommune, Vesthimmerlands Kommune, DGI og Region Syddanmark.

Sprogven, Kvindehuset i Aarhus, 2015 - (frivilligt arbejde)

Jeg mødes en gang om ugen med en pige fra Uzbekistan, så hun får trænet sit dansk. Vi taler sammen, laver hendes lektier, skriver en blog, ser kunst, laver mad mv.

Lektiehjælper, Dansk Flygtningehjælp, 2005 - 2010 (frivilligt arbejde)

Lektiehjælper for voksne og unge flygtninge og indvandrere. Hjælp til grundlæggende dansk, engelsk, matematik og erhvervsøkonomi, samt hjælp til at forstå offentlige ydelser og breve fra det offentlige.

Publikationer, foredrag og andet

Sønderjylland Online - Turistaktørens guide til digital succes, Destinationsudvikling Sønderjylland, 2014 □ Bliv professionel på TripAdvisor, VisitAarhus, 2014 □ Effektmåling på Sociale Medier, Midtjysk Turisme, 2013 □ Digital Vækst. En praktisk håndbog om Facebook, LinkedIn og hjemmesider, ErhvervsturismeAkademiet, 2013



MANTO

Manto A/S
Jorcks Passage Opg. B, 4. sal
1162 København K
Denmark

www.manto.dk
Tel: +45 3311 0111
CVR: 2867 2322

Anna Porse Nielsen

Adm. direktør i Manto
Cand. Scient. Pol.
apn@manto.dk
+45 5051 5225

Kvalifikationer

Anna Porse Nielsen er ekspert i strategisk og forretningsorienteret udvikling af kreative brancher med dyb indsigt i aktuelle strømninger og tendenser såvel nationalt som internationalt. Anna rådgiver både offentlige og private kunder med fokus på strategi, rammebetingelser og policy samt erhvervs- og forretningsudvikling og har stor erfaring med klyngeudvikling. Anna har opbygget sin erfaring over mere end femten år som ansat i både offentlige og private virksomheder og som ejer og direktør i rådgivningsvirksomheden Manto. Anna trækker således på meget stor viden og erfaringer fra utallige projekter, som sættes i spil i løsningen af opgaver. Senest har Anna påtaget sig opgaven med at være konstitueret Projektchef i Interactive Denmark, hvor hun har ansvaret for at udvikle Interactive Denmark fra projekt til en egentlig erhvervsklynge. Anna har som projektdirektør i More Creative gennem de seneste 3 år haft et særligt fokus på interessevaretagelse samt regionale og nationale samarbejdsflader, ligesom hun har indgående kendskab og et stærkt netværk i forhold til de kreative erhverv i Region Midt.

Erhvervs- og projekterfaring

Adm. direktør Manto, 2006 -

Som direktør i Manto arbejder Anna med de kreative industrier som forretningsområde. Kunderne tæller både offentlige og private kunder og opgaverne strækker sig fra strategi og konceptudvikling til analyse og kompetenceudvikling. Siden 2013 har Manto endvidere været operatør på Region Midtjyllands erhvervsudviklingsindsats målrettet kreative erhverv, hvilket har givet Anna stor erfaring med udvikling af klynger i kreative erhverv. Anna etablerede Manto i 2006 og har dermed også konkret erfaring med at starte, udvikle og drive egen virksomhed. Manto beskæftiger i dag 12 medarbejdere.

Chefkonsulent VisitDenmark, 2006

I VisitDenmark var Anna kontaktchef for Region Nordjylland samt projektleder på et stort vækstprojekt. Kontaktchefopgaven bestod i at koordinere og understøtte Region Nordjyllands arbejde med turisme og oplevelsesøkonomi gennem strategisk sparing og opbygning af netværk.

Chefkonsulent Rambøll Management, 2004 - 2006

Anna var chefkonsulent i Rambøll Managements Center for Oplevelsesøkonomi (CfO), som hun undervejs blev leder af. Rambøll Management er det største dansk-ejede konsulenthus i Danmark og var et af de første konsulenthuse, der udviklede oplevelsesøkonomi som forretningsområde. Ydelserne omfattede fx strategi, kompetenceudvikling, feasibility studier, konceptudvikling og analyse.

Udviklingskonsulent Dansk Handel & Service, 2001 - 2004

Som udviklingskonsulent i Dansk Handel og Service (i dag Dansk Erhverv) arbejdede Anna med internationalisering og eksport og fik endvidere ansvar for udviklingen af oplevelsesøkonomi som nyt område for organisationen i forhold til medlemmer, pressemæssig indsats samt politisk profilering. Hun tog initiativ til netværket Visionsfabrikken, der for første gang samlede ledere fra nogle af de største oplevelsesproducenter i Danmark i et netværk med fokus på oplevelsesøkonomi. Resultatet af netværket blev bogen Følelsesfabrikken.

Eksportrådgiver, Danmarks Eksportråds kontor i Montreal Canada, 1999 - 2001

Som del af Danmarks Eksportråd havde Anna ansvar for at rådgive danske virksomheder, der ville ind på det canadiske marked. Anna deltog i hele processen fra kontakt af danske virksomheder over udformning af tilbud til gennemførelse af analyse og identifikation af samarbejdspartnere i Canada.

Kurser

The Innovative Organization, Berkeley University Haas School of Business (USA), 2015 ● Vækst Via Ledelse, Væksthus Hovedstaden, 2014 ● Strategisk ledelse gennem positiv psykologi, CBS, 2011 ● Personlig gennemslagskraft og performance, Out of the Box, 2010 ● Skriveteknik og formidling, Added Value Communication, 2009 ● Innovationsgruppe omkring fremtidens mødekoncept, Institut for Fremtidsforskning 2006 ● Lærende møder og konferencer, Zentropa Interaction, 2006 ● Salgs, præsentationsteknik, projektledelse, Rambøll Management, 2004 - 2005 ● Projektlederuddannelse, DJØF, 2003 ● Kommunikation, formidling og pressekontakt, Dansk Erhverv, 2001 - 2003 ● Effektiv kommunikation, Teknologisk Institut, 2002, ● Effective Writing, Concordia University (Canada), 2001 ● Public Speaking, Concordia University (Canada), 2000.

Publikationer, foredrag og andet

Medlem af Regeringens Udenrigsøkonomiske Forum, 2015 - ● Medlem af Regeringens Vækstteam for Turisme og Oplevelsesøkonomi, 2013 ● Pris: "Årets Connector", CONNECT Denmark, 2014 ● Bestyrelsesmedlem, Geopark Odsherred, 2013 - ● Medforfatter, Oplevelsesøkonomisk Effektivurdering, Aalborg Universitetsforlag, 2011 ● Medlem af Københavns Kommunes tænketank for kreative erhverv, 2008 - 2012 ● Medlem af Region Sjællands ekspertpanel vedr. regionens vækstpotentiale, 2009 ● Medforfatter, Oplevelsesledelse, Roskilde Universitet, 2008 ● Hovedforfatter, Følelsesfabrikken - Oplevelsesøkonomi på dansk, Børsens Forlag, 2005 ● Del af censorkorpset på Danmarks universiteter, 2005 - ● Foredragsholder om kreative brancher, kultur- og oplevelsesøkonomi, 2004.



MANTO

Manto A/S
Jorcks Passage Opg. B, 4. sal
1162 København K
Denmark

www.manto.dk
Tel: +45 3311 0111
CVR: 2867 232

Line Bjerregaard Jessen

Vicedirektør
Cand. Scient. Soc.
lbj@manto.dk
+4550582015

Kvalifikationer

Med en baggrund som sociolog har Line i de seneste ti år som konsulent specialiseret sig i strategisk og forretningsorienteret rådgivning inden for kultur og kreative brancher. Line har bidraget til at udvikle og rådgive en række kulturinstitutioner, attraktioner, organisationer, kommuner og regioner. Line har gennem de sidste tre år været en central del af More Creative operatørskabet- Hun har bl.a. haft ansvar for kompetenceudvikling og sparring med partnerskaberne omkring bæredygtige organisations- og forretningsmodeller, forretningsudviklingsaktiviteter for de kreative erhverv i regi af Next Level samt indgåelse og opfølgning på resultatkontrakter og øvrig dokumentation over for Region Midt. Line har således omfattende erfaring med klyngeinkubation og -udvikling samt indgående kendskab til de kreative erhverv i Region Midt. Line er en skarp projektleder på store, komplekse projekter og sikrer altid at projekterne kommer helt i mål. Hun har både det store overblik og sans for detaljerne. Endvidere er Line hovedforfatter til bogen Oplevelsesøkonomisk Effektivt.

Erhvervs- og projekterfaring

Vicedirektør Manto, 2008 -

Line har været en del af Manto siden 2008 og været med til at opbygge og konsolidere virksomheden og er medejer af Manto. Lines dybe faglighed bliver også udnyttet i hendes rolle som kvalitetssikrer og faglig sparringspartner internt i Manto, hvor hun arbejder på tværs af projekter.

Konsulent Rambøll Management, 2005 - 2008

Line har været konsulent i Rambøll Managements Center for Oplevelsesøkonomi, som hun har spillet en markant rolle i. Rambøll Management er det største danskejede konsulenthus i Danmark og var et af de første konsulenthuse, der udviklede ople-

velsesøkonomi som forretningsområde. Line har i Rambøll Management gennemført en række analyse- og strategiopgaver med fokus på forretnings- og erhvervsudvikling inden for oplevelsesøkonomien, ligesom hun har udarbejdet en række feasibility studier.

Kurser

Økonomi for ikke-økonomer, PwC, 2015 • Mini MBA, Prohana Business School, 2012-2013 • Kursus i personlig gennemslagskraft og performance, Out of the Box, 2010 • Skriveteknik og formidling, Added Value Communication, 2009 • Salgsp psykologi og kundekommunikation, Implement, 2007 • Effektiv præsentationsteknik, Point of View, 2005 • Projektledelse og salg, Rambøll Management, 2005

Publikationer, foredrag og andet

Hovedforfatter til Oplevelsesøkonomisk Effektivvurdering, Aalborg Universitetsforlag, 2011 • Undervisning i projektledelse på Danmarks Designskole 2009 -



MANTO

Manto A/S
Jorcks Passage Opg. B, 4. sal
1162 København K
Denmark

www.manto.dk
Tel: +45 3311 0111
CVR: 2867 232

Andreas Linnet Jessen

Rådgiver
Cand. Soc.
alj@manto.dk
+45 31158945

Kvalifikationer

Andreas er specialiseret i strategisk forretningsudvikling og erhvervsudvikling inden for den kreative økonomi. Som cand. soc. i Virksomhedsstudier har Andreas en stærk faglig profil inden for innovation, ledelse og forretningsudvikling. Andreas har igennem en årrække arbejdet fokuseret med at dokumentere, synliggøre og formidle værdiskabelsen i de kreative erhverv. Andreas har desuden stor erfaring med at tilrettelægge vækstforløb med fokus på forretningsudvikling, innovation, investeringsmodning og internationalisering inden for de kreative brancher. Senest har Andreas udviklet og gennemført forløbet Next Level for etablerede virksomheder inden for design, mode og arkitektur. Som facilitator for Headstart Fashion har Andreas endvidere erfaring med klyngeinkubation og har blik for at udvikle bæredygtige organisations- og forretningsmodeller. Andreas er velbevandret i det midtjyske landskab af samarbejdspartnere og nøgleaktører og trækker samtidig på et stort nationalt og internationalt netværk. Andreas er en driftssikker projektleder, der går til sine opgaver med fokus på både proces og resultat.

Erhvervs- og projekterfaring

Rådgiver, Manto, 2014 -

Andreas har været en del af Manto siden 2014. Andreas løser primært opgaver inden for forretningsudvikling og strategi samt analyser og kortlægningsopgaver inden for kultur og kreative erhverv.

Konsulent, CKO - Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi, 2011-2014

Andreas har hos CKO arbejdet med analyser, projektevalueringer samt tilrettelæggelse og gennemførelse af policy-udviklingsprocesser. Som konsulent i CKO var Andreas projektleder for en række aktiviteter under KreaNord for Nordisk Ministerråd.

Dette indebar bl.a. udvikling af nordiske branchenetværk samt branding og profilering af Nordens kreative profil. Andreas var endvidere projektleder for den danske involvering i FAME (*Facilitating Access and Mobility of Finance for European SMEs in creative industries*), som var et EU-projekt medfinansieret af bl.a. Erhvervsstyrelsen og Nordisk Ministerråd. Andreas var derudover med til at udvikle Creative Business Cup, som er en international iværksætterkonkurrence indenfor de kreative erhverv. Sidst var Andreas forfatter til en række publikationer og strategiske policy-anbefalinger inden for den kreative økonomi - herunder de samlede anbefalinger for European Creative Industries Alliance (nedsat af DG Enterprise under EU Kommissionen). Andreas har løbende fungeret som oplægsholder for danske og internationale interesseorganisationer samt uddannelsesinstitutioner.

Kurser

Cluster Training Programme, 2014, Oxford Research • Skriv Bedre Rapporter, 2014, Danmarks Medie og Journalisthøjskole

Publikationer, foredrag og andet

Fremtidens erhverv er kreative, More Creative, 2015 • Film skal ses i virkeligheden - En håndbog om filmturisme, Rethink Kulturturisme, 2014 • Create. Rethink. Grow: Recommendations from the European Creative Industries Alliance, 2014 • Moderator, Creative Business Cup, 2013 • Behovsanalyse - De Kreative Erhverv i Danmark, del I og II, CKO, 2012 • Store Forandringer - Store Muligheder, Nordisk Ministerråd, 2012 • Kreative Konkurrencefordele, CKO, 2012 • Oplægsholder, Den Årlige Branchedag i Svensk Scenkonst, 2012 • Oplægsholder, Strukturfondene 2014-2020 - Toscana Som Innovationsværksted?, Firenze, 2012 • Vækst Via Oplevelser, Erhvervsstyrelsen og CKO, 2011

Bilag C: Effektkæde

Hvordan opnår projektet den ønskede effekt?		Hvilke effekter ønsker projektet at opnå?	
Aktiviteter	Output	Kort sigt, 0-2 år	Lang sigt, 2-5 år
<p>Klyngeudvikling via partnerskaber: Fokuseret erhvervsudvikling via understøttelse af regionens fire kreative partnerskaber i form af faglig sparring, inspiration og videndeling i regi af Den Kreative Arena</p> <p>Forretningsudvikling & vækst: Inspiration og redskaber til forretningsudvikling i de kreative erhverv via formaterne Next Level og Creative Business Academy samt øget brobygning til det eksisterende innovations- og erhvervsfremmestystem.</p> <p>Innovation & værdiskabelse: Faciliterede møder og inspiration til nye partnerskaber samt demonstration af de kreative erhvervs værdiskabelse over for øvrige og offentlige erhverv via Creative Executive Club.</p> <p>Dokumentation og kommunikation: Løbende dokumentation og kommunikation af metoder og resultater samt branding i samarbejde med Aarhus2017 og Advisory Boardet med henblik på synliggørelse af Region Midtjylland som kreativt kraftcenter.</p>	<p>Klyngeopbygning og løsning af udfordringer på brancheniveau med regionalt, nationalt og internationalt sigte.</p> <p>Kompetenceudvikling samt inspiration til forretningsudvikling, herunder udvikling af nye produkter og services, øget internationalisering og kapitalmodning samt styrket branchenetværk.</p> <p>Markedsmodning i form af netværksopbygning og øget bevidsthed om udbyttet af kreative kompetencer blandt andre private og offentlige erhverv</p> <p>Øget synlighed af More Crative og de fire partnerskaber samt viden om og dokumentation for, hvordan potentialet i de kreative erhverv forløses.</p>	<p>Stærke, selv bærende kreative partnerskaber, der kan supplere nationale netværk eller udvikle sig til nationale klyngenetværk</p> <p>Brancheløft i form af mere professionelle kreative erhverv og øget internationalisering.</p> <p>Øget indkøb af eller rekruttering af kreative kompetencer blandt private og offentlige erhverv</p> <p>Øget opmærksomhed - regionalt, nationalt og internationalt - om potentialet i de kreative erhverv.</p>	<p>100 nye ansatte, øget omsætning på 200 mio. kr. og vækst i eksport på 70 mio kr. blandt virksomheder inden for de fire kreative styrkepositioner</p> <p>Innovationskraft og produktivitetsforbedringer i det øvrige erhvervsliv via kreative ydelser.</p> <p>Styrket regionalt image som internationalt anerkendt kreativt kraftcenter</p>

Det overordnede formål med More Creative er at forløse regionens kreative potentiale og derigennem skabe vækst og arbejdspladser. More Creative er baseret på en række hypoteser, som er formuleret på baggrund af erfaringerne med More Creative i perioden 2013 – 2015 kombineret med den eksterne evaluering, der blev gennemført af Oxford Reserach i efteråret 2014.

Hypotese #1: **Vækst og arbejdspladser.** Danske og internationale erfaringer viser, at velfungerende klyngeorganisationer er en drivkraft for vækst. I Region Midt er der et dokumenteret potentiale for at udvikle stærke klyngeorganisationer inden for de fire styrkepositioner, som på sigt vil føre til vækst i antal ansatte, omsætning og eksport. Det kræver, at vi understøtter partnerskabernes udvikling som klyngeorganisationer og tilbyder relevante værktøjer og metoder.

Hypotese #2: **Innovationskraft og produktivetsforbedringer:** Der er et stort dokumenteret potentiale for innovation og værdiskabelse i krydsfeltet mellem de kreative erhverv og det øvrige private og offentlige erhvervsliv. Men det kræver villighed til at tænke nyt, hvilket også indebærer et element af risiko for den enkelte aktør. Forløsning af potentialet kræver derfor brobygning via viden, cases, og faciliterede møder med henblik på gensidigt værdiskabende projekter og partnerskaber.

Hypotese #3: **Region Midt som kreativt kraftcenter:** Region Midtjylland har allerede i dag en styrkeposition inden for den kreative økonomi i kraft af koncentration af virksomheder, specialiserede uddannelsesinstitutioner samt politisk vilje og investeringer. Region Midtjylland savner imidlertid et stærkere image som kreativt kraftcenter både indadtil og udadtil. Der er behov for at synliggøre og formidle regionens kreative styrkepositioner både på brancheniveau og for regionen som helhed. Det vil på sigt styrke regionens evne til at tiltrække og fastholde virksomheder, kapital og arbejdskraft inden for den kreative økonomi.

Hvordan følger vi op på projektets fremdrift og effekt?

Aktivitetsindikatorer

Kompetenceudvikling og tværgående metodeopbygning, der understøtter partnerskabernes klyngeopbygning via faglig sparring og arrangementer i Den Kreative Arena.

Forretningsudviklingsaktiviteter for vækstiværksættere og virksomheder i regi af Next Level og Creative Business Academy.

Afvikling af Creative Executive Club events, der inspirerer til nye partnerskaber og demonstrerer de kreative erhvervs værdiskabelse

Indsamling og kommunikation af viden om værdiskabelse i den kreative økonomi, møder i Advisory Boardet samt partnerskabernes deltagelse i og evne til at gennemføre internationale aktiviteter.

Outputindikatorer

Velfungerende kreative partnerskaber med relevante virksomhedsrettede og brancheopbyggende aktiviteter samt stærk forankring i og opbakning fra branchen og offentlige aktører.

Antal deltagere og oplevet udbytte og relevans i forhold til virksomhedernes forretnings- og kompetencesudvikling samt branchenetværk.

Antal deltagere, oplevet udbytte og øget motivation for anvendelse af kreative kompetencer blandt andre private og offentlige erhverv

Omtaler af More Creative og partnerskaberne i regionale, nationale og internationale medier, internationale deltagere til events i regionen samt partnerskabernes deltagelse i internationale begivenheder.

Effektindikatorer

Vækst i antal ansatte, omsætning og eksport i kreative virksomheder inden for de fire styrkepositioner i Region Midtjylland.

Oplevet øget innovationskraft blandt traditionelle erhverv og offentlige virksomheder, der anvender kreative ydelser.

Region Midtjyllands image som kreativt kraftcenter blandt kreative virksomheder i regionen samt nationale og internationale klyngeorganisationer.

MORE CREATIVE ER FOR DE KREATIVE VIRKSOMHEDER I MIDTJYLLAND

518

virksomheder

har været i direkte kontakt med klyngerne under More Creative alene i 2015

MORE CREATIVE SAMARBEJDER MED KOMMUNERNE

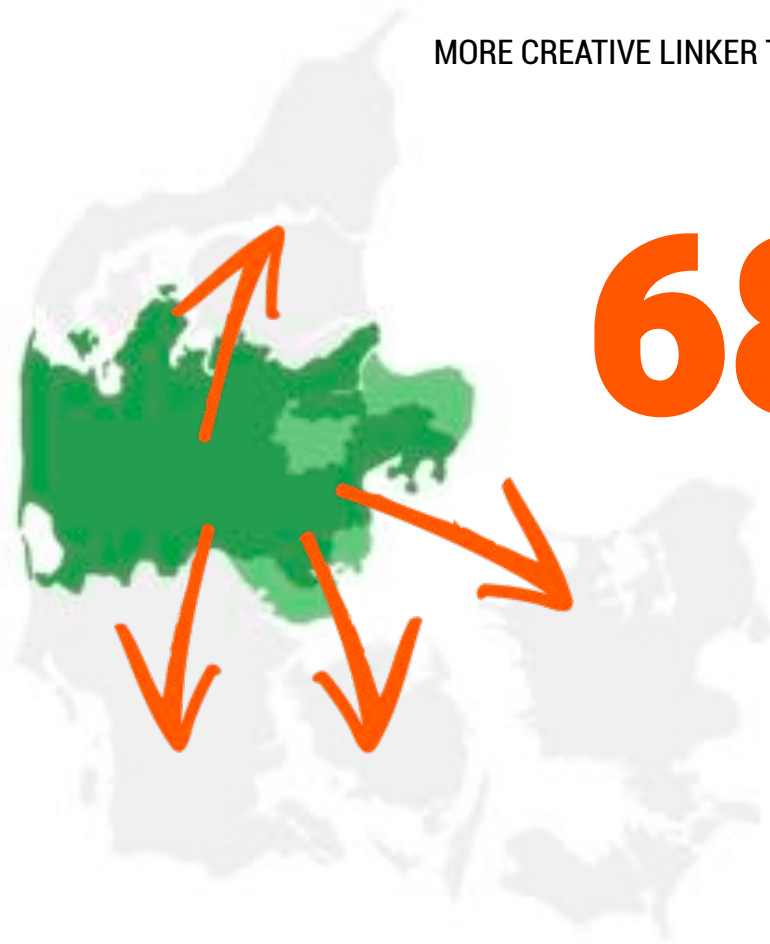


15 kommuner har været i direkte kontakt
med More Creatives klynger og operatørskabet

Det svarer til

79%

MORE CREATIVE LINKER TIL NATIONALE NETVÆRK



68

nationale aktører har været i direkte kontakt med More Creatives klynger og operatørskabet i 2015

MORE CREATIVE RÆKKER UD OVER LANDETS GRÆNSER

210

internationale relationer er skabt af klyngerne og operatørskabet i 2015



MORE CREATIVE ER STORT!



Klyngerne står indtil videre bag
100 aktiviteter i år

Operatørskabet står bag
40 aktiviteter i
2015

MORE CREATIVE SKABER SYNLIGHED



8.000

**personer følger More Creative eller
de enkelte klynger på sociale medier**

**...dertil kommer yderligere 14.000 personer, som More Creative
kommunikerer med via sine samarbejdspartnere**

MORE CREATIVE SKABER SYNLIGHED

More Creative publikationen
er distribueret i mere end

2000

eksemplarer



MORE CREATIVE SKABER SYNLIGHED

More Creative er i 2015 blevet omtalt i

- ✓ **11 nationale medier**
- ✓ **32 branchemedier**
- ✓ **37 lokale/regionale medier**



MORE CREATIVE SKABER SYNLIGHED



More Creative filmen er set mere end

800 gange

MORE CREATIVE REJSER KAPITAL TIL DE KREATIVE ERHVERV



6.140.000 kr.

har klyngerne rejst i medfinansiering i 2015



Det er en egenfinansiering på **37%** per klynge

Next level

forløbene har ind til videre tiltrukket

36 etablerede virksomheder i de kreative erhverv



... og flere kommer til i løbet af efteråret



Creative Business Academy forløbene har indtil videre tiltrukket

88

iværksættere i
vækstlaget under vækstlaget





**CREATIVE
EXECUTIVE
CLUB**

BUSINESS DEVELOPMENT
IN CREATIVE INDUSTRIES

har tiltrukket **206** virksomhedsledere, beslutningstagere og andre interessenter
– over halvdelen fra det øvrige erhvervsliv

Lancering af ny
More Creative
publikation og film

15/04/15

EU ansøgning

31/01/15

Den Kreative Arena

24/09/15

Kick Off –
Creative Business
Booster

13/03/15

CBA Tools
heldagsarrangement

09/06/15

Next Level
Architecture
Session 4

31/01/15

More Creative 2015 aktivitetsoversigt

PERIODE	PROJEKT	AKTIVITET	PLACERING	INDTÆGTE	UDTÆGTE
Juni	EU ansøgning	Indarbejdelse af EU-ansøgning CROCOVER			
24.02.15	Creative Executive Club	Morgensession "Innovation og strategisk tænkning"	Århus	20	20
26.02.15	Den Kreative Arena	Morgensession	Århus	20	20
13.03.15	Creative Business Academy	Kick Off - Creative Business Booster	Århus	20	20
25.04.15	Creative Executive Club	Morgensession med 2017-udvalgte i København	Århus	20	20
25.04.15	Publikation og film	Lancering af ny More Creative publikation og film	Århus	20	20
26.04.15	Den Kreative Arena	Morgensession	Århus	20	20
09.05.15	Next Level	Next Level Architecture Session 1	Århus	20	20
09.05.15	Creative Executive Club	Morgensession	Århus	20	20
09.05.15	Den Kreative Arena	Morgensession	Århus	20	20
09.05.15	Creative Business Academy	CBA Tools - holdingsarrangement	Århus	20	20
09.05.15	Next Level	Next Level Architecture Session 2	Århus	20	20
Juli					
01.08.15	Creative Business Academy	CBA Tools - holdingsarrangement	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Architecture Session 3	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 1	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Architecture Session 4	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	CBA Tools - holdingsarrangement	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 2	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 3	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 4	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 5	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 6	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 7	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 8	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 9	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 10	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 11	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 12	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 13	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 14	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 15	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 16	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 17	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 18	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 19	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 20	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 21	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 22	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 23	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 24	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 25	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 26	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 27	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 28	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 29	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 30	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 31	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 32	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 33	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 34	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 35	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 36	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 37	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 38	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 39	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 40	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 41	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 42	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 43	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 44	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 45	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 46	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 47	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 48	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 49	Århus	20	20
01.08.15	Next Level	Next Level Design Session 50	Århus	20	20

A photograph of a group of people in a field, overlaid with a green filter. The text "more creative" is centered in white. The word "more" is in a smaller font, and "creative" is in a larger, bold font. A hexagonal icon with a triangle inside is positioned between the two words. The background shows people and confetti, suggesting a celebratory or creative event.

more  creative