

KREATIVE PARTNERSKABER

- kreativ innovation som driver for udviklingen af morgendagens forretningsområder

Ansøgning | Oktober 2012



Indholdsfortegnelse

1	<i>Behovet for KREATIVE PARTNERSKABER</i>	1
2	<i>En kompleks opgave kræver mange kompetencer</i>	2
3	<i>Sådan forstår vi opgaven</i>	3
3.1	<i>En netværksbaseret, tværfaglig tilgang</i>	3
4	<i>Projektdesign: Sådan griber vi opgaven an</i>	4
4.1	<i>Forretningsbaserede Partnerskaber</i>	5
4.2	<i>Rammepartnerskaber</i>	6
4.3	<i>Den Kreative Arena</i>	7
4.4	<i>Effektmålingsdesign</i>	8
5	<i>Organisering</i>	9
6	<i>Budget</i>	10
	<i>Bilag A: Konsortiepartnere</i>	11
	<i>Bilag B: CV'er på nøglepersoner</i>	12

1 Behovet for KREATIVE PARTNERSKABER

De kreative erhverv har de senere år oplevet vækst både internationalt og herhjemme. De betragtes derfor i stigende grad som en vækstdynamo med væsentlig økonomisk betydning. Det gælder også i Region Midtjylland, hvor de kreative erhverv beskæftiger 8% af de privatansatte og har en samlet årlig omsætning på godt 49. mia. kr. F.eks. er brancherne mode, møbler og interiør stærkt repræsenteret i regionen og design og indholdsproduktion rummer et stort uudnyttet vækstpotentiale.

Region Midtjylland ønsker at differentiere regionens erhvervsmæssige profil via intelligent udnyttelse af de kreative kompetencer og styrke konkurrenceevne og vækst i både kreative og andre erhverv i regionen. Målet er, at understøtte ambitionerne om at gøre Region Midtjylland til en international vækstregion i Europa og til en SMART region, der udnytter ressourcerne bedst muligt.

Erhvervsstrukturen i de kreative erhverv adskiller sig markant fra det øvrige erhvervsliv. Langt hovedparten af de kreative virksomheder er ganske små. Arbejde og udvikling foregår ofte i netværk. Samtidig er mange kreative virksomhederne drevet af produktet frem for den kommercielle forretning. Det kan være en udfordring i forhold til at skabe forretningsudvikling i traditionel forstand. Netværk kan både være individ- og virksomhedsbaserede og digitaliseringen er enten en forudsætning eller en afgørende driver for udvikling uanset branche. Med andre ord står virksomheder og iværksættere inden for de kreative erhverv over for andre typer af udfordringer end andre erhverv. For at skabe vækst er der behov for, at flere kreative virksomheder kommer ind i skræddersyede vækstforløb, der gør dem i stand til at gøre sig gældende internationalt.

KREATIVE PARTNERSKABER skal være med til at løfte denne opgave. Det sker gennem en projektmodningsfase og en projektfase. Nedenfor forholder vi os primært til projektmodningsfasen, som er den fase vi ansøger om at blive operatør på.

Formålet med KREATIVE PARTNERSKABER jf. annonceringsmaterialet er:

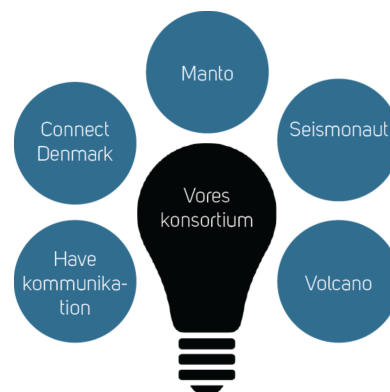
- At drive en proces, der allerede fra projektmodningsfasen øger de kreative virksomheders værditilvækst og konkurrenceevne gennem målrettede forretningsbaserede partnerskaber, som udvikler metoder og redskaber til innovation, styrker virksomhedernes vækst, produktudvikling, eksport, omsætning og øger antallet af arbejdspladser.
- At understøtte brugen af kreative kompetencer i det øvrige erhvervsliv og dermed styrke erhvervslivets konkurrenceevne i form af det, vi kalder oplevelsesbaseret forretningsudvikling.
- At udvikle rammebetingelser for de kreative erhverv med fokus på erhvervsservice, vækstmiljøer og talentudvikling og byernes rolle.
- At udvikle en fælles platform for videndeling, formidling og tværfaglige samarbejder.

Det sker alt sammen ud fra en bottom-up tilgang, der tager afsæt i markedet og virksomhedernes behov med henblik på at igangsætte en proces, hvor der udvikles nye produkter, ydelser og services, og hvor man samtidig udvikler og tester nye metoder for hvordan det forretningsmæssige potentiale kan realiseres.

2 En kompleks opgave kræver mange kompetencer

Vi mener, at operatøropgaven bedst løftes ved at inddrage mange forskellige kompetencer. Både for at sikre en tværfaglig tilgang, som kan sikre at alle de forskellige mål med initiativet nås og for at sikre, at vi på den relativt korte tid, som projektmodningsfasen løber over, kan skabe den fornødne kritiske masse, energi og momentum i projektet.

Derfor søger vi om at blive operatør i form af et stærkt konsortium bestående af: Manto, Seismonaut, Volcano, Connect Denmark og Have Kommunikation. Vi stiller med et stærkt team, der kan varetage de mangeartede opgaver og roller i projektet med afsæt i følgende erfaringer og nøglekompetencer:



- Dyb og bred erfaring med at samarbejde med små og store virksomheder i og uden for de kreative erhverv, kreative aktører, uddannelses- og videninstitutioner, kommuner og regioner.
- Evne til at mobilisere både kreative virksomheder og det kreative vækstlag, fordi vi kender dem og selv er del af eller allerede driver netværk på området.
- Ekspertviden om de kreative virksomheders udfordringer og muligheder og dyb forståelse for deres virkelighed og rationale, som vi allerede i dag omsætter i målrettede vækstforløb for kreative og kulturelle brancher.
- Omfattende erfaring med at skabe forretningsudvikling i netværk for kreative virksomheder og facilitere videndeling i form af både konkrete vækstgruppeforløb og gennem brug af nye og kollaborative sociale mediaplatforme såsom mikroblogs, sociale netværk og communities.
- Dyb viden om brug af kreative kompetencer i det øvrige erhvervsliv med henblik på forretningsudvikling og krydsbefrugtning.
- Omfattende erfaring med internationalisering og eksport i forhold til kreative virksomheder og koncepter opnået gennem både rådgivning af virksomheder og planlægning og gennemførelse af innovative fremstød på internationale markeder.
- Kommunikation og kampagner, hvor vi har stor erfaring med at arbejde med både traditionelle, digitale og sociale medier og platforme.
- Dybt indblik i de eksisterende rammebetingelser og erhvervsservice rettet mod de kreative erhverv.
- Erfaring med at håndtere komplekse projekter med mange aktører og stærke kompetencer inden for projektledelse.
- Omfattende erfaring med effektiv vurdering af projekter målrettet kreative erhverv med afsæt i den model for Oplevelsesøkonomisk effektiv vurdering, vi har udviklet i samarbejde med Aalborg Universitet.
- Stort relevant netværk regionalt, nationalt og internationalt, som vi kan aktivere.
- Stort overblik over muligheder for projektf finansiering for kreative erhverv, herunder danske og internationale puljer og programmer.
- Sidst men ikke mindst er vi effektive og fokuserede på både at nå i mål og sikre en god proces undervejs.

3 Sådan forstår vi opgaven

Vi ved, at de kreative brancher rummer et stort potentiale - som virksomheder i sig selv og som innovationskraft i andre private og offentlige virksomheder. Det er dokumenteret igen og igen. Men vi mangler endnu at finde ud af, hvordan man realiserer potentialet og for alvor får sat skub i udviklingen. Region Midtjylland har en unik mulighed for at sætte den internationale standard for, hvordan man løser denne udfordring. Det kommende kulturbyværtskab og tankerne omkring SMART Region og SMART Aarhus skaber et momentum kombineret med, at regionen ikke er bange for at tænke og satse stort. Tilsammen giver det et stærkt udgangspunkt.

Vi forstår projektmodningsfasen som den proces, der skal føre til at Region Midtjylland udvikler og tester metoder til realisering af det forretningsmæssige potentiale i de kreative brancher. Samtidig skal fasen være med til at skabe de bedst mulige rammebetingelser for de kreative erhverv som udmøntes på tre områder: En efterspørgselsdrevet erhvervsservice for de kreative erhverv i regionen, stærke vækstmiljøer og systematisk talentudvikling og udvikling af byerne som hotspots for kreative erhverv.

Når projektmodningsfasen er afsluttet, vil regionen stå med et stærkt grundlag for projektfasen, hvor der er opnået en række konkrete resultater, som kan måles i form af større innovationskraft og direkte på bundlinjen og hvor der er udviklet partnerskaber, der evt. kan videreføres, innovative metoder til forretningsmæssig udnyttelse af det kreative potentiale, input til policy på en række områder og et effektvurderingsdesign. Gennem hele projektmodningsfasen vil vi kommunikere på både regionalt, nationalt og internationalt niveau med henblik på at forankre initiativet og etablere det som best og next practise på området.

3.1 En netværksbaseret, tværfaglig tilgang

Vi vil tage udgangspunkt i de eksisterende og spirende styrkepositioner i regionen og bygge videre på dem. Vi vil arbejde netværksbaseret i forhold til rekruttering og realisering af de Forretningsbaserede Partnerskaber. Både for at sikre, at vi kommer ud i hele regionen og for at få partnerskaberne op at køre og udfoldet i forhold til den ambitiøse tidsplan, der er lagt op til. Vi kender mange af nøgleaktørerne i form af både uddannelsesinstitutioner, projekter, kreative virksomheder, organisationer og "gatekeepers" til vækstlaget og vi vil aktivere hele vores samlede netværk, for at sikre at vi identificerer og skaber lige præcis de partnerskaber, der rummer det største potentiale. Vores udgangspunkt i forhold til partnerskaberne er at de skal nedbryde siloer både de kreative brancher imellem og mellem kreative brancher, andre brancher og det offentlige.

Der vil være en vigtig balance mellem på den ene side en åben proces, hvor forskellige aktører selv tager initiativ og byder ind på at blive et partnerskab og på den anden side en mere styret tilgang, hvor vi identificerer aktører og faciliterer, at der dannes et partnerskab med udgangspunkt i et område med stort potentiale. Vi trækker på erfaringer med både at facilitere denne typer processer (f.eks. med etableringen af Computerspilzonen, Shareplay og andre lignende komplekse projekter) og vores arbejde med eksisterende netværk (f.eks. HeadStart, Shareplay, Growing Games, Music2Business, Cool Denmark og kulturnetværk). Vi forestiller os, at der både vil være partnerskaber som udspringer "af sig selv" mens andre skal

faciliteres af os. Temaer (nedenstående er blot eksempler) for partnerskaberne kunne eksempelvis være:

- Mode, internationalisering og eksport
- Forretnings- og oplevelsesudvikling med udgangspunkt i gastronomi og fødevarer
- Fremtidens danske møbelindustri
- Forretningspotentialet i crossmedia og transmedia
- Krydsbefrugtning mellem forskellige kreative brancher
- Design som værktøj til forretningsudvikling i andre erhverv og i de offentlige.
- Digitale medier og kulturinstitutioner
- Innovation blandt festivaler og events for at styrke oplevelser for borgere og turister
- Animation som redskab til innovation i sundhedssektoren.

Som konsortium har vi indgående kendskab til, ikke blot enkeltstående brancher, men hele paletten af kreative brancher kombineret med dyb viden om, hvad det kræver at skabe succesfulde vækstvirksomheder, som bygger på skalerbare forretningsmodeller. Samtidig er vi på en og samme tid både lokalt forankrede og udefrakommende. Det betyder, at vi på den ene siden har et solidt kendskab til regionen, som vi kan udnytte i forbindelse med annoncering, aktivering af netværk og etablering af partnerskaberne og på den anden side kan bibringe et nyt blik på regionen og trække på vores viden fra andre sammenhænge såvel national som internationalt.

4 Projektdesign: Sådan griber vi opgaven an

Nedenstående skal læses som vores overvejelser omkring projektdesignet og den tilgang, vi har til opgaven på baggrund af Region Midtjyllands ønsker. Vi ønsker at vise, at vi har overblik over opgaven, kapaciteten og netværket til at løfte den sammen med en klar ide om hvilke aktiviteter, der skal gennemføres for at nå målene. Der skal naturligvis i forbindelse med opstarten af projektet udarbejdes en konkret projektplan med tilhørende milepæle.

Vi forstår opgaven som bestående af en række delopgaver, som bindes sammen af løbende formidling og videnopsamling. På den måde udnytter vi erfaringer fra en delopgave i andre opgaver. Når vi nærmer os afslutningen på projektmodningsfasen, vil vi samle og bruge erfaringerne til at udvikle et koncept for Creativity World Forum 2017. Denne aktivitet skal aftales nærmere med opdragsgiver og vi har derfor valgt ikke at beskrive den nærmere på nuværende tidspunkt. Nedenstående figur viser delopgaverne i forhold til en overordnet tidsplan.

Faser	2012			2013									
	Okt	Nov	Dec	Jan	Feb	Mar	Apr	Maj	Jun	Juli	Aug	Sep	Okt
Opstart og endeligt projektdesign													
Forretningsbaserede Partnerskaber													
Annoncering													
Etablering af ekspertpaneler													
Vejledning, matching og partnerskabsdannelser													
Projektmodningsforløb													
Rammepartnerskaber													
Åben proces, test af modeller/værktøjer og handlingsplaner													
Den Kreative Arena													
Videndeling, netværk, fundament og internationalt udsyn													
Effektmålingsdesign													
Konceptudvikling Creativity World Forum 2017													
Kommunikation, formidling og videnopsamling													

4.1 Forretningsbaserede Partnerskaber

Målet med Forretningsbaserede Partnerskaber er kort sagt at øge værditilvæksten og konkurrencekraften i definerede grupper af kreative virksomheder. Partnerskaberne skal understøtte udviklingen af metoder og redskaber, der kan bidrage til at skabe vækst gennem nye produkter, services og processer i og via de kreative erhverv. Det skal ske gennem udvikling af nye kommercielle forretningsområder eller videreudvikling af eksisterende projekter i regionen.

Som operatør vil vores opgave være at sikre gennemførelsen af projektmodningsfasen for de Forretningsbaserede Partnerskaber. Centrale opgaver i den forbindelse er:

- *Annoncering med henblik på etablering:* Via eksisterende formaliserede netværk (branchespecifikke, erhvervsservice, etc.), uformelle netværk ("snowballing"), traditionelle medier, sociale netværk og digitale faglige fora, roadshow i regionen, etc.
- *Etablering af ekspertgruppe:* Sker med afsæt i vores omfattende netværk og ekspertgruppen vil løbende blive udbygget efter behov (se nedenfor).
- *Medvirke til matchning, partnerskabsdannelse og etablering af partnerskaber:* Det vil ske gennem bilateral dialog og møder med potentielle partnerskabsdeltagere, hvor vi vil støtte og kvalificere partnerskaberne med udgangspunkt i vores erfaringer.
- *Facilitere 8 projektmodningsforløb:* Workshopforløb hvor vi sikrer fremdrift og proces kombineret med et højt fagligt og innovativt niveau gennem bl.a. inddragelse af mange forskellige eksperter, studieture, internationale oplægsholdere, faciliterede innovationsprocesser, etc.
- *Understøtte partnerskaber i udviklingen af konkrete business planer:* Vi er erfarne procesfolk og vil bruge vores erfaringer fra andre vækstgruppeforløb og fra egne virksomheder, hvor vi sikrer, at deltagerne ender med forretningsplaner, der kan omsættes til handling.
- *Skabe nye samarbejdsrelationer på tværs og koordinere sammenhæng samt udveksling af viden og læring på tværs:* Partnerskaberne vil i sig selv være med til at skabe nye relationer. Herudover vil vi facilitere møder i form af Den Kreative Arena, mindre erfagrupeer og lignende. Vi vil opsamle og dokumentere forløbet undervejs og formidle resultaterne regionalt, nationalt og internationalt.
- *Udarbejde kriterier for udvælgelse af partnerskaber til projektfasen:* Dette sker i samarbejde med opdragsgiver på baggrund af vores omfattende erfaring med oplevelsesøkonomisk effektivvurdering. Vi udarbejder oplæg og kvalificerer dem i dialog med opdragsgiver.
- *Af rapportering i form af en faglig vurdering af de 8 partnerskaber:* Af rapporteringen vil omfatte vores vurdering af partnerskaberne ud fra en række kriterier med udgangspunkt i effektmålingsdesignet for det samlede initiativ. Formen på af rapporteringen besluttet efter behov og i dialog med opdragsgiver. En del af den vil være i notatform med vores anbefalinger i forhold til det videre forløb, men vi forestiller os også en mere offentlig af rapportering i form af et website, der både formidler og inddrager brugere (som f.eks.. www.dendigitaledestination.dk udviklet af Seismonaut).

Vi har et omfattende netværk både nationalt og internationalt, som vi vil bringe i spil i forhold til nedsættelse af ekspertgrupper, der matcher hver af de Forretningsbaserede Partnerskaber. Vi vil inddrage dem på kryds og tværs, eksempelvis som oplægsholdere, mentorer, paneldeltagere i springboards og netværk. Vi har allerede nu kontakten og inviteret en række markante profiler, som vil bidrage med deres ekspertise og være med til at skabe opmærksomhed og interesse for regionens indsats for de kreative erhverv. Nedenstående liste beskriver således vores første spadestik til en bruttoliste over eksperter, som vi kan trække på. Herudover inddrager vi hele Connect Danmarks netværk for at sikre, at vi også har tunge erhvervsmæssige profiler fra andre erhverv end de kreative.

Foreløbig bruttoliste over eksperter, der gerne vil bidrage:		
Partner Peter Rønnow , LETT Advokater Arrangør og direktør Brian Nielsen , Northside og Scandinavian CEO Robert Borges , Gaffa Partner Klaus Toustrup , Arkitektfirmaet C. F. Møller Direktør Peter Sand , Komitéen for aetableringen af KRAFT Jacob Urup Nielsen , Founder of Centre for Cities and Creativity	Direktør Rasmus Tscherning , Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi Kommunikations- og marketingschef Marlene Mørup Damgaard-Sørensen , Schmidt, Hammer og Lassen Kreativ direktør Chris Hvidberg , Envision Direktør Frank Panduro , Horsens & Friends	Salgs- og Marketingdirektør Peter Warrer , Lindberg Cross media historiefortæller og ideudvikling Asta Wellejus , Die Asta Experience Max Schorr , GOOD Magazine Medstifter Thomas Madsen-Mygdal , 23 Ejer Mads Nybro , Beta Beta

De endelige ekspertteams nedsættes, når partnerskaberne er etableret.

4.2 Rammepartnerskaber

Formålet med Rammepartnerskaberne er at understøtte de kreative erhvervs vækstbetingelser gennem en fokuseret udvikling af virksomhedernes rammebetingelser inden for: Erhvervsservice, Vækstmiljøer og talentudvikling samt Kreative byer. Rammepartnerskaberne skal samle de kreative erhverv og deres aktører og ud fra en bottom-up tilgang kortlægge behov og potentialer med henblik på at etablere de konkrete partnerskaber. Rammepartnerskaberne er regionalt funderede og vil bestå af både private og offentlige aktører.

Som operatør har konsortiet til opgave at sikre gennemførelsen af projektmodningsfasen for Rammepartnerskaberne. Her trækker vi på vores erfaring med at drive processer, der skal resultere i policy og konkrete handlingsplaner. Centrale opgaver i den forbindelse er:

- *Invitere til en åben proces blandt aktører med interesse i udviklingen af rammebetingelserne for de kreative erhverv:* Faciliteret mødeforløb i form af en række dialogmøder, bilaterale møder, roadshow, kommunikation i traditionelle, digitale og sociale medier, etc.
- *Kortlægge de kreative erhvervs vækstvilkår, barrierer og udfordringer i samarbejde med aktørerne:* Overblik over eksisterende viden i dialog med aktørerne, fælles identifikation af udfordringer, barrierer og muligheder.
- *Udarbejde et katalog med forslag til målrettede initiativer og tilpasning af eksisterende udvikling samt uddannelses- og servicetilbyd til de kreative erhverv:* Udarbejdes parallelt med mødeforløbene i de tre partnerskaber.

- *Teste udvalgte modeller og værktøjer med henblik på udarbejdelse af konkrete anbefalinger:* Et antal initiativer udvælges og testes blandt aktørerne. Det kunne f.eks. være et skræddersyet tilbud til digitale kreative iværksættere i Væksthuset el. lign.
- *Formulere en handlingsplan for hvert af de tre områder, der skitserer den videre udvikling af rammebetingelserne for de kreative erhverv i samarbejde med relevante aktører:* Udarbejdelse af en handlingsplan sammen med en implementeringsstrategi.

I konsortiet vil vi løfte opgaven ved at udnævne en fast tovholder for hvert af Rammepartnerskaberne, som kobles med en "regional ankerperson", som vi identificerer. Ankerpersonen vil være en repræsentant for et af de tre områder Erhvervsservice, Vækstmiljøer og talentudvikling og Kreative byer. Tanken er at de i parløb faciliterer og driver partnerskaberne og samtidig skaber den fornødne forankring.

4.3 Den Kreative Arena

Den Kreative Arena er en samlende strategisk og operationel platform for videndeling på tværs af de forskellige partnerskaber samt mellem de kreative virksomheder og aktører. Den Kreative Arena er med andre ord et forum, hvor de involverede parter kan mødes, udveksle erfaringer og lære af hinanden.

I projektmodningsfasen inddrages de kreative aktører og virksomheder, som deltager i partnerskaberne, i Arenaens opbygning og aktiviteter. I projektfasen åbnes Arenaen også for andre virksomheder og aktører. Dermed bliver Arenaen en samlende strategisk platform for alle, der er interesserede i udviklingen af Region Midtjyllands kreative potentiale.

Som operatør har konsortiet til opgave at sikre gennemførelsen af projektmodningsfasen for Den Kreative Arena. Centrale opgaver i den forbindelse er:

- *Gennemføre videnopbyggende, videndelende og netværksopbyggende aktiviteter for deltagerne i de 11 partnerskaber:* Dette vil foregå i form af både et brugerinvolverende website og en række møder som vil have forskellige karakter (korte møder, konference, events, etc.)
- *Skabe fundamentet for at Arenaen er koblet sammen med vigtige nationale og internationale netværk:* Vi identificerer og involverer relevante netværk og inviterer dem ind på Arenaen.
- *Sikre at partnerskaberne tilføres viden om mulighederne for at få del i nationale og internationale projekter og udbud:* Vi formidler vores store viden om internationale projekter og udbud og stiller rådgivning til rådighed gennem inddragelse af de af vores eksperter, der har international profil og kender systemerne.

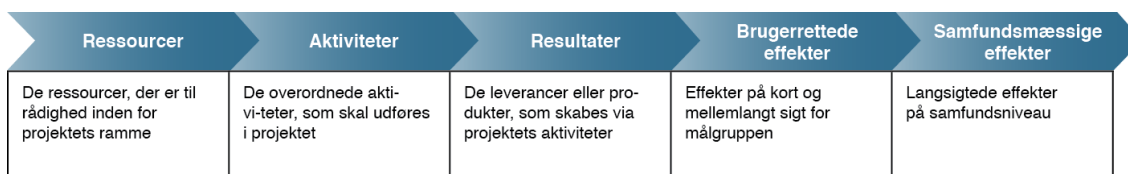
Det sker alt sammen med henblik på at skabe et solidt udgangspunkt for Den Kreative Arena og for at de kreative erhverv får bedre muligheder for at indgå i nationale og internationale samarbejder. Derudover vil Arenaen være en platform til at skabe opmærksomhed omkring hele initiativet og Region Midtjylland.

4.4 Effektmålingsdesign

Effektvurdering er et centralt element i forbindelse med KREATIVE PARTNERSKABER med henblik på at sikre størst muligt udbytte og effekt af initiativet og dokumentation heraf. Det gælder både i forbindelse med projektmodningsfasen og den efterfølgende projektfase.

I projektmodningsfasen udarbejder vi et velunderbygget effektmålingsdesign for KREATIVE PARTNERSKABER. Designet har fokus på at dokumentere udbyttet i form af bl.a. andelen af innovative virksomheder og produkter, andelen af eksporterende virksomheder samt virksomhedernes omsætning og beskæftigelse.

Effektmålingsdesignet vil tage udgangspunkt i Mantos model for Oplevelsesøkonomisk effektvurdering, som er udviklet i samarbejde med Aalborg Universitet¹.



Effektmålingsdesignet vil være baseret på monitorering. Monitorering bygger på en logisk model, der er en systematisk måde at præsentere en forståelse for sammenhængen mellem en række centrale faktorer. Den logiske model understøttes af begrundede forestillinger om de konkrete sammenhænge og gør det muligt at opstille en årsags-virknings-kæde for mål, resultater, aktiviteter og ressourcer. Alt sammen for at få styr på de bagvedliggende sammenhænge for dermed at kunne dokumentere de kortsigtede brugerrettede effekter for de berørte målgrupper og regionen og de langsigtede samfundsmæssige effekter af initiativet.

Effektmålingsdesignet bygger på følgende aktiviteter:

- Udarbejdelse af effektmålingsdesign inklusiv forandringsteori, opstilling af indikatorer og analysedesign for det samlede initiativ KREATIVE PARTNERSKABER. Effektmålingsdesignet vil bidrage til at strukturere partnerskabernes arbejde og sikre sammenhæng mellem aktiviteter og mål.
- Udarbejdelse af tilsvarende specifikke effektmålingsdesigns inklusiv forandringsteori, opstilling af indikatorer og analysedesign for hver af de fem Forretningsbaserede Partnerskaber, der indstilles til projektfasen. Det vil sikre, at effekterne af hvert af partnerskaberne kan vurderes og holdes op imod det samlede initiativ. I og med projektmodningsfasen er procesorienteret, hvor projektfasen er effektorienteret, er det hensigtsmæssigt først at udarbejde de specifikke effektmålingsdesigns hen mod afslutningen af projektmodningsfasen. På den måde vil de være mere kvalificerede og give et bedre udgangspunkt for gennemførelsen af selve effektmålingerne.

Effektmålingsdesignet vil udstikke rammerne for den nulpunkts-, midtvejs- og afsluttende effektvurdering, der bør gennemføres i forbindelse med projektfasen.

¹ Line Bjerregaard Jessen, Anna Porse Nielsen og Jens F. Jensen: (2011). *Oplevelsesøkonomisk Effektvurdering*. Aalborg Universitetsforlag.

5 Organisering

Vores konsortium består af fem partnere, der bidrager med hver deres spidskompetencer.

Manto er tilsagnsmodtager og har ansvaret for det overordnede projektdesign, mens Seismonaut står for den daglige projektledelse. Konkret vil vi etablere et projektsekretariat, der fysisk ligger hos Seismonaut. Det bliver vores kommandocentral ud fra hvilken vi planlægger, koordinerer, driver og formidler projektets mange aktiviteter. Vi udnytter, at Seismonaut og CONNECT Denmark har den regionale forankring mens Volcano, Have Kommunikation og Manto arbejder både ud fra sekretariatet og fra København og dermed har en nærhed til relevante beslutningstagere, netværk og andre aktører.



Vi er relativt små virksomheder og det betyder at vi dedikerer vores samlede organisationer til projektet og kan trække på både fastansatte og frivillige kræfter. Figuren viser hvilke spidskompetencer hver konsortiepartner bidrager med (se endvidere bilag A og B for firmaprofiler og cv'er).

Vi vil udnytte styrkerne i, at vi er private virksomheder og en non-profit organisation specialiseret i vækstiværksættere, med den tilgang det giver i form af vores specifikke viden kombineret med vores forretningsorientering og personlige erfaringer med at starte og drive virksomheder. Samtidig vil vi samarbejde med alle relevante aktører for at sikre forankring og de bedste forudsætninger for implementering af nye processer og metoder efterfølgende. Eksempler på relevante samarbejdspartnere er Væksthus Midtjylland, erhvervsserviceaktører, brancheorganisationer, Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi, uddannelsesinstitutioner, GTS-institutter etc. Vi har positive tilkendegivelser fra bl.a. The Animation Workshop, Arsenal, og Shareplay, som gerne vil bidrage til projektmodningsfasen på forskellig vis. Som del af opstarten vil vi etablere en bred platform i dialog med opdragsgiver.

Uddybende firmapræsentation af de enkelte konsortiepartnere fremgår af bilag A og CV'er for de deltagende nøglepersoner som bilag B.

6 Budget

Den samlede operatøropgave inklusiv effektmålingsdesign kan løses inden for en ramme af DKK 3.610.000 inkl. moms.

Den overordnede økonomiske ramme for projektet fremgår af nedenstående budget. Vi har taget udgangspunkt i den vejledende ramme i ansøgningsmaterialet. Detailprojekt for hver af delopgaverne udarbejdes i forbindelse med projektopstart og den konkrete projektplan.

AKTIVITET	Pris i DKK
OPERATØROPGAVER	
Forretningsbaserede Partnerskaber	
Annoncering, ekspertpaneler, vejledning, matching, partnerskabsdannelse	400.000
Facilitering af 8 projektmodningsforløb	1.200.000
Rammepartnerskaber	
Åben proces, test af modeller/værktøjer og handlingsplaner	750.000
Den Kreative Arena	200.000
Videndeling, netværk, fundament og internationalt udsyn	
Effektmålingsdesign	360.000
Konceptudvikling: Creativity World Forum 2017	100.000
Kommunikation/formidling	200.000
Læring og videnopsamling på struktur- og metodeniveau	100.000
Øvrige sekretariatsopgaver	100.000
Kørsel og øvrige udlæg	200.000
<i>Sum</i>	3.610.000
ØVRIGE OMKOSTNINGER	
Projektmodning	2.000.000
Honorar til eksperter	300.000
<i>Sum</i>	2.300.000
TOTAL	5.910.000

I budgettet er der afsat DKK 150.000 til faciliteringen af hvert af de Forretningsbaserede Partnerskaber og DKK 250.000 til hver af Rammepartnerskaberne.

Dertil kommer DKK 250.000 i projektmodningsmidler til hver af de Forretningsbaserede Partnerskaber i alt DKK 2.000.000. Midlerne er forbeholdt partnerskaberne til fx keynotes, studieture, fremstød, materialer og honorar til evt. ekstern bistand. Vi administrerer og udbetaler projektmodningsmidlerne til partnerskaberne for at sikre, at de bliver anvendt hensigtsmæssigt.

Bilag A: Konsortiepartnere

Manto er et rådgivningsfirma med speciale i forretnings- og erhvervsudvikling i de kreative og kulturelle brancher og oplevelsesøkonomien i bred forstand. Mantos ledelse og medarbejdere har i løbet af de sidste 10 år kortlagt og analyseret oplevelsesøkonomien på kryds og tværs i regi af stillinger i organisationer, kommuner, ministerier, private virksomheder og kulturinstitutioner og siden 2006 i Manto. Manto har endvidere arbejdet indgående med krydsbefrugtninger mellem de kreative erhverv og det øvrige erhvervsliv. Mantos kerneydelser er analyse- og strategiopgaver, vækstforløb for kreative virksomheder, procesfacilitering, oplevelsesøkonomisk effektivvurdering, policyformulering og skarp projektledelse.

Seismonaut hjælper virksomheder og organisationer med at navigere i det digitale landskab. Det alsidige faglige team af 15 rådgivere transformerer kreativ idéudvikling til målrettede, innovative og unikke løsninger inden for forretnings- og konceptudvikling. Konsulenthuset har erhvervet sin erfaring gennem partnerskaber med både offentlige og private virksomheder, og har fokus på de områder, hvor digitale medier kan skabe konkret udbytte for kunderne. Med kontorer i både Aarhus, København og Afrika er Seismonaut landskendt for sin faglighed og målrettede designtilgang og med til at sætte fokus på de afrikanske lande som upcoming eksportmarkeder.

Volcano arbejder med management og strategisk udvikling inden for feltet mellem erhverv og kultur. Volcano repræsenterer nogle af Danmarks mest etablerede artister og arbejder også med booking, festival og drift af venue. Virksomheden omfatter også Volcano Concepts, der bruger synergier mellem brancher koblet med deres ekspertise i kreative erhverv i forbindelse med koncepter, fremstød, events, strategi og kurser. Tilsammen har Volcano et meget stort internationalt netværk, der både har kreativ og kunstnerisk karakter (f.eks.. til internationale festivaler og events samt udøvende kunstnere på højt niveau) og eksportmæssig karakter i form af deres involvering og organisering af eksportfremstød for kreative brancher (f.eks.. COOL Denmark og senest fremstødet til Brasilien).

CONNECT Denmark er en uafhængig, privat non-profit organisation. En forening, som via sit netværk af Danmarks bedste virksomheder, dygtigste erhvervsfolk og fremtrædende forsknings- og innovationsmiljøer yder gratis rådgivning og sparring til iværksættere og mindre virksomheder med stort vækstpotentiale. CONNECT Denmark har udviklet Springboard konceptet, hvor virksomheder med vækstpotentiale og skalerbare forretningsmodeller får hjælp til at komme udover rampen internationalt. CONNECT Denmark er regionalt organiseret og både afdelingen i Region Midt og afdelingen i Region Hovedstaden er del af teamet.

Have Kommunikation har de sidste tre årtier arbejdet med kommunikation, PR, strategi- og konceptudvikling indenfor den kulturelle og kreative sektor. Virksomheden har været med til at facilitere kreative partnerskaber i både ind- og udland, og i kraft af sin position som Skandinaviens førende kommunikationsbureau inden for kulturen er Have Kommunikation samtidig en del af et vidtfavnende kulturkreativt netværk, såvel herhjemme som uden for landets grænser. En af kernekompetencerne ligger i at skabe synlighed for projekter indenfor den kulturelle og kreative sektor, både regionalt, nationalt og internationalt

Bilag B: CV'er på nøglepersoner

Vedlagt bilag for følgende centrale nøglepersoner:

- Anna Porse Nilsen, Manto
- Line Bjerregaard Jessen, Manto
- Sebastian L. Christensen, Manto
- Christian Schwarz Lausten, Seismonaut
- Anders Boelskifte Mogensen, Seismonaut
- Maria Schwartz, Seismonaut
- Lene Skovsgaard, Seismonaut
- Peter Mørk Volcano Concepts
- Kristian Riis, Volcano
- Jens Christian Foged, CONNECT Denmark
- Kim Winther, CONNECT Denmark
- Christian Have, Have Kommunikation
- Rasmus Navntoft, Have Kommunikation
- Kristina Sindberg, Have Kommunikation.

CV: Anna Porse Nielsen, Manto A/S

Navn og titel

Navn: Anna Porse Nielsen
Titel: Direktør
Kontakt: +45 5051 5225 & apn@manto-as.dk

Kvalifikationer

Anna Porse Nielsen er ekspert i kreative brancher, kultur- og oplevelsesøkonomi og har meget stor erfaring med forretnings- og erhvervsudvikling i relation til alle aspekter af oplevelsesøkonomien. Anna har stor viden om samspillet mellem oplevelsesøkonomien og nationale, regionale og kommunale udviklingsstrategier og hun har dyb forståelse for den politiske kontekst omkring oplevelsesøkonomien. Anna er en erfaren rådgiver af kreative virksomheder, hvor hun trækker både på sin egen erfaring som iværksætter og på sin store erfaring med forretningsudvikling i kreative virksomheder. Endelig er hun en yderst erfaren workshoparrangør, netværksfacilitator, foredragsholder og en garvet proceskonsulent.

Erhvervs erfaring

2006 - Stifter af og direktør i Manto A/S.
2006 - 2006 Chefkonsulent i VisitDenmark.
2004 - 2006 Chefkonsulent i Rambøll Management.
2001 - 2003 Udviklingskonsulent i Dansk Handel & Service.
1999 - 2001 Eksportrådgiver på Det danske Handelskontor i Montreal, Canada.
1997 - 1998 Juniorkonsulent i Turismens UdviklingsCenter.

Uddannelse

1999 Cand. Scient. Pol. (Statskundskab). Københavns Universitet.

Tillidshverv, foredrag, etc.

2012 - 2013 Udpeget som medlem af Regeringens Vækstteam for Turisme og Oplevelsesøkonomi.
2011 - Medlem af CONNECT DK og ivrig deltager i springboards for vækstiværksættere.
2008 - 2012 Medlem af Københavns Kommunes tænketank for de kreative erhverv.
2010 - Sidder i advisory board for en række mindre kreative virksomheder.
2009 - Paneldeltager i VentureCup.
2007 Medlem af Region Sjællands ekspertpanel vedr. Regionens vækstpotentiale.
2005 - Medlem af advisory boardet for Masteruddannelsen i Oplevelsesledelse (MOL) på RUC.
2004 - Undervisning og foredrag for både praktikere og studerende ved højere læreanstalter og medlem af universiteternes censorkorps.

Publikationer

2011 Oplevelsesøkonomisk Effektvurdering, Aalborg Universitets Forlag
2008 Oplevelsesledelse, MOL forlaget (udgivet på engelsk i 2009)
2005 Følelsesfabrikken - Oplevelsesøkonomi på dansk, Børsens Forlag
Medforfatter til den første danske bog om oplevelsesøkonomi som fænomen.

CV: Line Bjerregaard Jessen, Manto A/s

Navn og titel

Navn: Line Bjerregaard Jessen
Titel: Manager
Kontakt: +45 5058 2015 & lbj@manto-as.dk

Kvalifikationer

Line Bjerregaard Jessen er cand. scient. soc. og har i de seneste syv år beskæftiget sig med strategisk og forretningsorienteret rådgivning inden for oplevelsesøkonomi, hvor hun har bidraget til at udvikle og rådgive kreative brancher, kommuner og regioner. Line er som sociolog metodisk velfunderet og har omfattende erfaring med såvel kvantitative som kvalitative analysemetoder, ligesom hun har drevet en række vækstforløb for kreative aktører. Line er endvidere hovedforfatter på bogen Oplevelsesøkonomisk Effektivurdering. Line er en stærk projektleder og vant til at lede store projekter med mange aktører og interessenter.

Erhvervs- og projekterfaring

2011- **Manager Manto.**
2009 - 2011 **Chefrådgiver Manto.**
2008 - 2009 **Rådgiver Manto.**
2005 - 2008 **Konsulent i Rambøll Management, Center for Oplevelsesøkonomi.**

Uddannelse

2005 **Cand. Scient. Soc. (Sociologi). Københavns Universitet**
Specialisering i kultursociologi

Publikationer, foredrag og andet

2011 Hovedforfatter på Oplevelsesøkonomisk Effektivurdering, Aalborg
Universitetsforlag.
2009 - Undervisning i projektledelse på Danmarks Designskole
2005 - Oplægsholder om oplevelsesøkonomi tilpasset forskellige målgrupper

CV: Sebastian L Christensen, Manto A/S

Navn og titel

Navn: Sebastian L. Christensen
Titel: Chefrådgiver
Kontakt: +45 3125 3850 & sec@manto-as.dk

Kvalifikationer

Sebastian L. Christensen er cand. scient. pol og specialiseret i oplevelsesbaseret forretningsudvikling og strategi. Sebastian har praktisk, analytisk og strategisk arbejdet med oplevelsesøkonomi i de sidste seks år. Sebastian har en skarp profil inden for erhvervsfremme og politikudvikling. Han har i en årrække som embedsmand beskæftiget sig med policy, strategi og analyse inden for innovation, byudvikling og kultur- og oplevelsesøkonomi, hvor han bl.a. har bidraget til etableringen af Regeringens fire Oplevelseszoner og Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi. Herigennem har Sebastian opbygget en stærk viden om drivere for vækst og innovation. Sebastian har desuden stået i spidsen for udviklingen og professionaliseringen af Roskilde Festivals Kunst- og underholdningsafdeling.

Erhvervs erfaring

2010 - Chefrådgiver i Manto.
2008 - 2010 Projektleder i Økonomiforvaltningen, København Kommune.
2008 - Sektionschef for kunst- og underholdningsafdelingen, Roskilde Festival.
2007 - 2009 Fuldmægtig i Økonomi- og Erhvervsministeriet, Erhvervs - og Byggestyrelsen.
2008 - 2009 Ekstern lektor og vejleder på Søværnets officersskole.

Uddannelse

2008 Cand. Scient. Pol. (Statskundskab). Københavns Universitet

Publikationer, foredrag, etc.

2009 Projektleder og forfatter til *Ny boligpolitisk strategi - Vores Rummelige Hovedstad*, Økonomiforvaltningen, Københavns Kommune .
2008 Medforfatter til *Vækst via oplevelser* - en casesamling med ti danske virksomheder i oplevelsesøkonomien.
2008 Medforfatter til *Vækst via oplevelser* - en analyse af Danmark i oplevelsesøkonomien, Erhvervs- og Byggestyrelsen.

CV: Christian Schwarz Lausten, Seismonaut

Navn og titel

Navn: Christian Schwarz Lausten
Titel: Direktør og medstifter
Kontakt: +45 23 62 09 89 & christian@seismonaut.com

Kvalifikationer

Med mere end 12 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 kunder med at forstå, hvilken vej de digitale vinde blæser.

Erhvervs erfaring

2007 - Direktør og medstifter for Seismonaut
2003 - 2007: Knowledge Director i Innovation Lab

Uddannelse

2005 Cand. Mag. Informationsvidenskab og Retorik
Aarhus Universitet

Tillidshverv, foredrag, etc.

2003 - 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
Næstformand i bestyrelsen for Center for Digital Pædagogik
Mentor og medlem af advisory boardet i flere iværksættervirksomheder
Underviser, forelæser og vejleder på UPDATE - Center for journalistisk kompetenceudvikling

Publikationer, foredrag og andet

2010 Journalistens digitale værktøjskasse - en praktisk guide til nye og sociale medier, Forlaget Ajour.

2004 - 2006 Xpector - Otte publicerede magasiner om innovation og nye teknologier, Innovation Lab.

CV: Anders Boelskifte Mogensen, Seismonaut

Navn og titel

Navn: Anders Boelskifte Mogensen
Titel: Direktør og medstifter
Kontakt: +45 40 30 43 39 & anders@seismonaut.com

Kvalifikationer

Anders arbejder med forretningsudvikling og rådgivning blandt andet inden for turistindustrien. Nationalt hvor han arbejder med at udfærdige digitale forretningsstrategier for hoteller, attraktioner og destinationer, men også internationalt, hvor han bl.a. har arbejdet med strategiudvikling i de nationale turistministerier i blandt andet Jordan, Libanon og Egypten.

Erhvervserfaring

2007 - Direktør og medstifter for Seismonaut.
2005 - 2007 Director, Conferences & Networks, Innovation Lab.
2003 - 2005 Stifter, Novane IT.
2002 - 2003 Konstitueret leder, Afrika InTouch.

Uddannelse

2007 Cand. Mag. Informationsvidenskab og Retorik
Aarhus Universitet

Tillidshverv, foredrag, etc.

2007 - Gæsteforelæser: Aalborg Universitet, Aarhus Universitet, American University Nigeria.
Censor og vejleder: IBC Kolding, EUC Nord.
Foredragsholder: Visit Denmark, Visit Nordsjælland, Syddansk Turisme, Inspiring Denmark, Small Danish Hotels, Midtjysk Turisme m.fl.

Publikationer

2012 Den Digitale Kongres - en håndbog om digital eventplanlægning.
2010 Den Digitale Værktøjskasse - en praktisk guide til nye medier i turistindustrien.

CV: Maria Schwartz, Seismonaut

Navn og titel

Navn: Maria Schwartz
Titel: Chefrådgiver
Kontakt: +45 20 89 55 10 & maria@seismonaut.com

Kvalifikationer

Maria er chefrådgiver i Seismonaut og har i flere år arbejdet med brugercentrerede innovationsprocesser og socio-etnografiske kortlægninger. Herudover er hun specialiseret i at udvikle indholds- og deltagelsesstrategier på sociale medieplatforme, hvilket hun ofte underviser i eller holder foredrag om.

Erhvervs erfaring

2009 - Chefrådgiver og leder af Seismonaut i København
2007 - 2009 Skuespiller på Replikken - et dansk turnéteater

Uddannelse

2008 - 2010 MA Innovation Management
Central Saint Martins, University of the Arts, London.
2007 - 2008 MA Oplevelsesøkonomi
Aarhus Universitet.
2004 - 2007 BA Æstetik og Kultur med supplerende i Design og
Designprocesser
Aarhus Universitet.

Tillidserhverv, foredrag, etc.

2008 - Foredrag for en meget lang række af virksomheder, organisationer og råd.
Ekspertbidrag til Open Government Camp 2012, Digitaliseringsstyrelsen.
Foredrag ved DM10, Kforum, E-tourism Frontiers i Kenya 2010.
Underviser for en række kurser i social medie strategi ved blandt andet Kultursamarbejdet i Midt- og Vestjylland samt Midtjysk Turisme.

Publikationer

2012 Den digitale kongres - en håndbog om digital eventplanlægning.
Udgivet af Inspiring Denmark og Den Europæiske Fond for Regional Udvikling.
2011 Digital Borgerdialog - et magasin om bedre offentlig dialog på nettet, udgivet af KL og IT- og Telestyrelsen.
2010 Ungdomskultur på Facebook - magasin om nye sociale muligheder for organisationer, foreninger og institutioner.

CV: Lene Skovsgaard, Seismonaut

Navn og titel

Navn: Lene Skovsgaard
Titel: Seniorrådgiver
Kontakt: +45 28 73 00 10 & lene@seismonaut.com

Kvalifikationer

Lene er ansvarlig for Seismonauts kompetenceudviklende projekter. Hun har mange års erfaring med at rådgive og undervise ledelsen og medarbejdere i både offentlige og private virksomheder. Hun sætter en ære i, at kompetenceudvikling altid er designet til at øge udbyttet af den enkelte medarbejders arbejde. Som erfaren projektleder sikrer hun fokus og gennemskuelighed i de projekter hun leder.

Erhvervserfaring

2012- Seniorrådgiver, ansvarlig for kompetenceudvikling, Seismonaut.
2009 - 2011 Konsulent, Kristelig Fagbevægelse.
2008 - 2009 HR- og rekrutteringskonsulent, &friends.
2007 - 2008 Uddannelseskonsulent, EDUCTOR, Skanderborg-Odder Handelsskole.

Uddannelse

2006 Cand.mag. Historie og religionsvidenskab Aarhus Universitet.
2003 Tillægsuddannelsen i journalistik og faglig formidling Danmarks Journalisthøjskole.

CV: Peter Mørk Volcano Concepts

Navn og titel

Navn: Peter Mørk
Titel: Adm. Direktør
Kontakt: +45 30866105 & Peter@Volcano.nu

Kvalifikationer

Peter Mørk er ekspert i forretnings- og konceptudvikling samt internationalisering af kreative brancher, fra individuelle virksomheder, branchekryds til internationale fremstød. Peter har igennem 11 år i udlandet for Eksportrådet mødt virksomheder i øjenhøjde og været foregangsmand for opbygning af kompetencerne inden for de kreative erhverv - internt i organisationen hos Eksportrådet. Han er specialiseret inden for mode, design, arkitektur, musik og underholdning og har opbygget Danmarks største Handelskontor. I 2011 stiftede han selskabet Volcano Concepts ApS sammen med partneren Volcano. Peter brænder for bedre udnyttelse af de kommercielle muligheder for virksomhederne og har været ansvarlig for en lang række workshops, events og fremstød i ind -og udland Han begår sig på alle niveauer i en organisation og har rådgivet over 300 virksomheder.

Erhvervs erfaring

2011 - Direktør i Volcano Concepts APS.
2005 - 2011 Leder af Generalkonsulatet i Toronto, Canada.
2000 - 2005 Leder af Det danske Handelskontor, UK.
1997 - 2000 Chefkonsulent Det Danske Handelskammer (Danske Erhverv).
1992 - 1997 Eksportrådgiver på Det danske Ambassade, Oslo.

Uddannelse

1999-2001 MBA International Management, Business Institute Aalborg
1989-1991 BA - Eksportøkonom, Eksportakademiet

Tillidshverv, foredrag, etc. (eksklusiv klausul ved Eksportrådsansættelse)

2012 - Bestyrelse og gennemførelse af TEDxCopenhagen.
2012 - Bestyrelse Na-Cl.dk.
2012 Dommerpanel Creative Business Cup.
2012- Dommerpanel Musikparlamentets innovationskonkurrence.
2011- Kompetenceudviklingskurser for Eksportrådsansatte.
2010-11 Bestyrelse Eksportrådet, Nordamerika.
2005-11 Rådgiver Eksportstart.dk.
2009-11 KAM Nuance AS.
2000-2005 Bestyrelse Eksportrådet, UK.
1998-2000 Bestyrelse Export Promotion Denmark.
1998-2000 National Councillor, Europarterniats (EU Programmes).

CV: Kristian Riis, Volcano

Navn og titel

Navn: Kristian Riis
Titel: Partner
Kontakt: +45 20825444 & kristian@volcano.nu

Kvalifikationer

Kristian Riis har en central rolle i driften og udviklingen af virksomheden Volcano sideløbende med sin rolle som manager og koordinator i bandet Nephew. Han har en rådgivende funktion gennem sine aktiviteter som bestyrelsesmedlem, direktør for Bremen Teater samt som advisor for Royal Unibrew og andre kommercielle partnerskaber. Kristian har stor interesse for ledelse i kreative virksomheder og forretningsudvikling. Kristian bruger sit omfattende netværk til at få søsat projekter og fungerer som inspirator og mentor for diverse virksomheder.

Erhvervs erfaring

2008 - Partner i Volcano.
2011 - Direktør Bremen Teater.
2011 -2011 Eksportforberedelseskonsulent i Eksportrådet.
2005 - 2008 Chef for MXD (Music Export Denmark).
2001 - 2005 Medarbejder på ROSA (dansk rock samråd), Voxhall og Spotfestivalen.
2004 - Direktør i Coach APS.
2001 - 2001 Booking assistent på spillestedet Schlachthof i Hamburg.
1996 - Guitarist i Nephew - partner i Nephunited.

Uddannelse

2001 Tværfaglig bachelor i Musik og Multimedier
Århus Universitet.

Tillidshverv, foredrag, etc.

2012 - Rådgiver for Royal Unibrew omkring deres aktiviteter og sponsorater i musik- og eventverdenen.
2012 - Medlem af Repræsentantskabet for Wonderful Copenhagen.
2011 - Sidder i advisory boardet for virksomheden YourWaves.
2011 - BL-Gruppen under Wonderful Copenhagen.
2011 - Individuelle coachingforløb for 19 musikere og branchefolk fra musikbranchen.
2010 - Bestyrelsesmedlem i den norske festival By:Larm.
2010 - Diverse foredrag om ledelse i kreative virksomheder herunder bands struktureret som virksomheder.
2010 - Medlem af Aftagerpanelet for Rytmaskonservatoriuim København.
2010 - Medlem af diverse netværksgrupper for virksomhedsledere i København.
2009 Medlem af Tænk tanken for Rytmask Musik. Tænk tankens arbejde dannede grundlag for den nuværende regerings satsning indenfor musikområdet.

CV: Jens Christian Foged, CONNECT Denmark

Navn og titel

Navn: Jens Christian Foged
Titel: Teamleder
Kontakt: +45 3023 4050 & jenschristian@connectdenmark.com

Kvalifikationer

Jens Christian Foged har en baggrund som leder og iværksætter i Danmark og internationalt siden 1990. Efter endt shipping- og handelsuddannelse har han arbejdet for A.P. Møller - Maersk, herunder som udstationeret i Frankrig, Vestafrika, Sydkorea og Japan indenfor salg, ledelse og forretningsudvikling. Fokus har været på at skabe kommercielle og operationelle resultater i alt fra mindre organisationer til at have det overordnede ansvar for 100+ ansatte. Som overbygning på sin praktiske erfaring tog Jens en MBA i Leadership ved IMD i Schweiz. Siden 2004 har hans fokus været på udvikling og rådgivning indenfor strategi, forretningsudvikling og finansiering af alt fra startups til større danske virksomheder og investorer, heriblandt business angels, venture og private-equity fonde. Som del af CONNECT Denmark har han senest stået for udvikling af organisationens medlemsforening og sparringsforløb. Blandt resultaterne er en +100% omsætnings-vækst og høje succesrater for opnåelse af kapital og bestyrelse i de virksomheder, han har arbejdet med.

Erhvervserfaring

2008 - Regionschef og Teamleder i CONNECT Denmark.
2006 - 2008 Iværksætter og selvstændig forretningsudvikler, Wish Ventures.
2005 - 2006 Seniorskonsulent, Quartz & Co.
2001 - 2003 Direktør, Maersk Logistics (Sydkorea og Japan).
1990 - 2001 Kommercielt ansvarlig, Maersk Line (Europa og Afrika udstationering).

Uddannelse

2007 Bestyrelsesakademiet, Københavns Universitet/Plesner Advokatfirma.
2004 MBA, International Institute of Management Development (IMD), Lausanne, Schweiz.
1990 - 1992 A.P. Møller - Maersk Shipping Academy, København.
1986 - 1989 Student, Matematisk/Fysisk, Øregård Gymnasium, København.

Tillidshverv, foredrag, etc.

Medlem af bestyrelsen i IMD Alumni Club Danmark.
Advisory Board medlem i Venture Creation.
Medlem af bestyrelsen i Institutionen Søvej og Ny Holte Skole.
Medlem af CONNECT Denmark.
Militærtjeneste, Flyvevåbnet, Roskilde og Stevns.

Publikationer

Linkedin - <http://www.linkedin.com/in/jenschristianfoged>

CV: Kim Winther, CONNECT Denmark

Navn og titel

Navn: Kim Winther
Titel: Program Manager
Kontakt: +45 2725 6300 & kim@connectdenmark.com

Kvalifikationer

Kim Winther er en erfaren leder med dokumenterede kommercielle resultater inden for forretnings-og konceptudvikling, marketing/salg, projektledelse/SixSigma, netværks- & partnerskabsetablering samt facilitering. Kim er en forretningsorienteret strateg med visionær tankegang og har partner- og forretningssamarbejder på tværs af landegrænser. I de sidste 15 år, her i blandt Sverige, Norge, England, Tyskland, Portugal, Abu Dhabi, Canada og USA. Endelig er Kim en motiverende personlighed, der evner at coache og facilitere.

Erhvervs erfaring

2012 - Program manager i CONNECT Denmark.
2010 - 2012 Iværksætter og selvstændig konsulent.
2009 - 2010 Chef for Online, Previa Sundhed.
2000 - 2009 Direktør og partner, Vitao Sundhed.
1996 - 2000 Chef for marketing og internet, GE Capital Finance.
1989 - 1996 Marketingkoordinator hos Alm. Brand.

Uddannelse

2000 Delta Leadership & CAP Management Facilitation (Change Acceleration Process), GE University (New York/London).
1999 Six Sigma Quality; Project & Process Management, Black Belt, GE University (Paris).
1992 Cand. Merc. (Marketing & Business Management) Handelshøjskolen Kbh.

Tillidshverv

Sekretariatschef og fundraiser, Årets Gericke/Danske Madanmeldere.

CV: Christian Have, Have Kommunikation A/S

Navn og titel

Navn: Christian Have
Titel: Kreativ direktør
Kontakt: +45 4050 9620 & christian@have.dk

Kvalifikationer

Christian Have er grundlægger af, ejer, tidligere direktør og nuværende kreativ direktør for Have Kommunikation, et af de førende kommunikationsbureauer i Europa inden for kunst, kultur, NGO'er og andre sociale organisationer, oplevelser og de kreative erhverv. Christian Have har arbejdet med en omfattende liste af projekter, herunder bl.a. udvikling og implementering af kommunikationsstrategi i forbindelse med den oscarvindende film af Susanne Bier, "Hævnen", konceptudvikling, realisering og eksekvering af awardshows, som Reumert, Bodilprisen, Lauritzenprisen, Kronprinsparrets Priser samt CSR Awards 2011. Derudover har Christian arbejdet med kommunikationsrådgivning for en lang række kulturinstitutioner inden for film, teater og musik i Danmark og Skandinavien og som rådgiver og lobbyist for Sønderborgs kandidatur til Europæisk Kulturhovedstad i 2017. Christian har desuden egen rådgivningsvirksomhed, CHave, hvor han arbejder som rådgiver for individuelle aktører, særligt inden for den kreative og kulturelle verden.

Erhvervserfaring

1983 - Kreativ direktør (fra 2010, indtil da direktør) og ejer, Have Kommunikation.
2007 - Konsulent og ejer, CHave

Tillidshverv, foredrag, etc.

2010 - 2012 Adjungeret professor i Cultural Governance og medievidenskab på CBS
2007 - 2012 Adjungeret professor ved Institut for Kommunikation på Aalborg Universitet
2006 - 2011 Medlem af Kreativt Forum - en uafhængig tænketank etableret af Københavns Kommune i 2006.
1983 - **Bestyrelsesposter:** Det Kgl. Teater, Wonderful Copenhagen, Den danske publicistklub, Copenhagen Jazz Festival, Copenhagen Jazzhouse, Foreningen for Festivaler og Events i Danmark, Revymuseet, Gerlev Idrætshøjskole, EKKO, Børnehjertefonden, Den Kongelige Livgardes Musikkorps, Fredericia Musicalteater, CPH Kids.
- Ambassadør for Dansk Folkehjælp
- Ambassadør for Platform4
- Filmby Århus (advisory board)
- Musikhuset Århus (advisory board)

Publikationer

2012 "Synlighed er eksistens 3.0" - en ny bog skabt på fundamentet af bogen fra 2004.
2011 "Grib fremtiden" - om hvorfor seniorer skal gøre brug af sociale medier
2010 "Drømmen om berømmelse" - om celebritykulturen
2008 "Det store sceneskift" - om fremtidens kommunikation
2004 "Synlighed er eksistens" - om kommunikation inden for det kulturelle felt

CV: Rasmus Navntoft, Have Kommunikation A/S

Navn og titel

Navn: Rasmus Navntoft
Titel: Projektleder og medlem af direktionen
Kontakt: +45 3070 7008 & rasmus@have.dk

Kvalifikationer

Speciale i strategi og analyse.

Har været/er projektleder på:

- Sønderborg som Europæisk Kulturhovedstad 2017
- FTF-A
- Holstebro Kommune
- Kunststyrelsen
- Arken
- Anders And
- Qatar Airways
- Kreativt Forum
- Det Danske Kulturinstitut
- Erhvervs- og Selskabsstyrelsen
- Slagelse Kommune
- Kreative Alliancer
- Videnskabsministeriet / It- og Telestyrelsen
- Nørre Vosborg
- Naturama
- Herlev Kommune

Erhvervs erfaring

2008 - Projektleder (fra 2009, indtil da tekstforfatter) og medlem af direktionen (fra 2010), Have Kommunikation

Uddannelse

2007 Cand.mag. i Moderne Kultur og Kulturformidling, Københavns Universitet

CV: Kristina Sindberg, Have Kommunikation A/S

Navn og titel

Navn: Kristina Sindberg
Titel: Projektleder og medlem af direktionen
Kontakt: +45 2486 0184 & kristina@have.dk

Kvalifikationer

Speciale i events og kampagner.

Kristina Sindberg har siden 2008 været projektleder for Bodilprisen, de danske filmkritikers pris. Arbejdet indebærer konceptudvikling af show, koordinering, afvikling samt PR- håndtering. Kristina har desuden stået bag prisuddelinger som Den Danske Museumspris og Lauritzen Prisen, og har været med til at udvikle og arrangere Danmarks første CSR AWARDS afholdt for første gang 2011, herunder booking og koordinering af besøg af tidligere amerikansk vicepræsident Al Gore.

Kristina har været presseansvarlig for Grøn Koncert siden 2009 og har desuden løst opgaver for Erhvervs og Selskabsstyrelsen: Konceptudvikling og afvikling af Galla-aften for 400 personer på Kronborg Slot.

Kristina har herudover stået bag konceptudvikling og implementering af informationskampagner for It- og Telestyrelsen i 2008 og 2009 - Netsikker nu, samt været projektleder for PR-håndtering af Livgardens 350 års jubilæum, PR og præsentation af tænketanken Kreativt Forum, Kronprinsparrets Priser 2012 samt en lang række kultur og erhvervsprojekter.

Erhvervs erfaring

2006 - Projektleder (fra 2008, indtil da projektkoordinator) og medlem af direktionen (fra 2010), Have Kommunikation

Uddannelse

2008 Cand.comm. / Kommunikation og Virksomhedsstudier, Roskilde Universitet

