

SMARHOUSE sætter fokus på 'Next Practices' afledt af den aktuelle skabelse af tre 'kreative platforme' i Region Midtjylland og med internationalt perspektiv via en række allerede etablerede europæiske samarbejder.

I henholdsvis Horsens, Viborg og Ebeltoft skabes der frem mod 2017 kreative vækstmiljøer med afsæt i udviklingen af bevaringsværdige bygninger og industrimiljøer. De kreative segmenter og kulturen bruges som vækstdriver i strategisk byudvikling med fokus på kreative erhverv og oplevelsesøkonomi. Projekterne er etableret med stærkt lokalt ejerskab og engagement, og projekterne har et klart erhvervmæssigt og kommercielt sigte. Dette vil som minimum resultere i nyskabende attraktive rammer, hvor kommende generationer af f.eks. animatorer, designere, arkitekter og kunstnere kan udfolde sig i nye kreative iværksætttermiljøer. Men ambitionen er også nyskabende koncepter, forretningsmodeller, organiseringer og samarbejder.



SMARHOUSE = GENTÆNK begrebet 'kulturvirksomhed'

Overordnet er forventningen, at der i 2017 er udviklet tre internationale kreative platforme i Region Midtjylland, der på en ny og anderledes måde *gentænker* begrebet 'kulturvirksomhed'.

Den klassiske kulturvirksomhed baserer typisk sin økonomi primært på kunst/kulturstøtte og billetindtægter. Den klassiske inkubator/kontorhotel/erhvervsklynge baserer sin økonomi typisk på husleje, kontingenter, salg af simple ydelser og projekt-/udviklingsmidler.

Den *gentænkte* kulturvirksomhed agerer i et langt mere komplekst interessent-landskab og baserer sig på mindre andele af *alle* de ovennævnte PLUS en række midlertidige projekt-indtægter, events, solgte konsulenttimer og gensidigt udviklende partnerskaber med andre lignende projekter i ind-/udland, brancheorganisationer, erhvervsvirksomheder, kulturinstitutioner og uddannelsesinstitutioner.

Dette stiller helt nye krav til forretningsmodel, organisering, ledertyper og projektstyring – overordnet bliver kompleksiteten såvel som perspektivet større da SMARHOUSE/fremtidens kulturvirksomhed udvikles med langt flere facetter end vi kender det i dag.

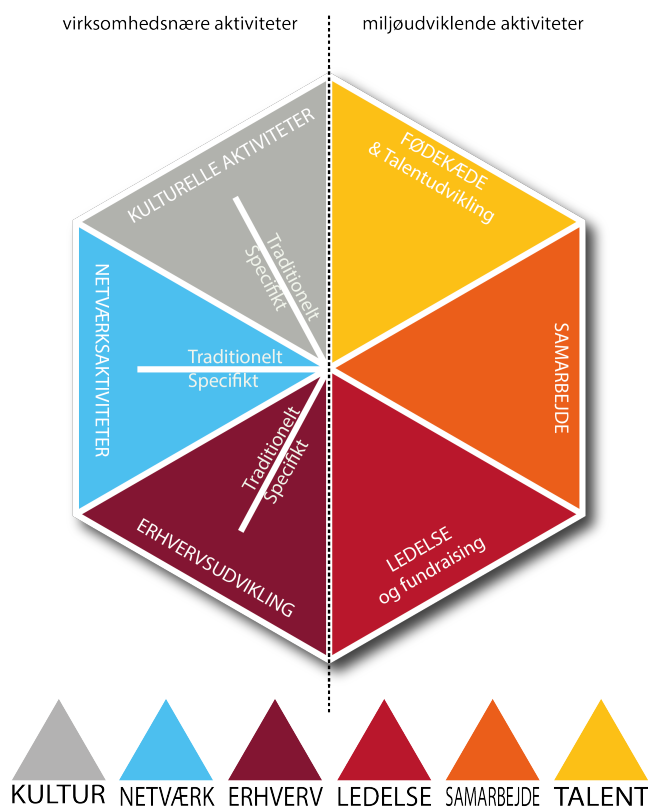
Også blandt brugerne resulterer dette i nye værdisæt og måder at samarbejde på. Hermed er tesen at nye 'leveregler' og fælleskaber som fx transparens, åbenhed, deltagelse, vilje til at dele ud etc. bliver implementeret i dagligdagens SMARHOUSE.



SMARTHOUSE – en ny type vækstmiljø

Den overordnede tanke bag projektet er at skabe en ny type vækstmiljø for kreative virksomheder. Et vækstmiljø, der ikke kun tænker i traditionelle erhvervsudviklende aktiviteter som netværksarrangementer og iværksætterkurser i økonomi, jura, salg og markedsføring, men antager et langt bredere perspektiv på de aktiviteter, der kan koble kulturinstitution og udviklingshus. Vi tror på at dette er fremtidens vækstmiljøer!

Hypotesen er at traditionelle erhverv trives og udvikles fint med traditionelle virkemidler, men at der kræves både andet og mere for at understøtte kreative erhverv. Dels fordi der er tale om en helt anden type personligheder blandt brugerne, og dels fordi forretningsmodellerne typisk er markant anderledes fra andre innovationsdrevne virksomheder.



Modellen er opdelt i 6 områder, som vi mener skal til for at udvikle et SMARTHOUSE som helhed.

3 af områderne omhandler aktiviteter som direkte påvirker og målrettes *virksomheder* og 3 områder omhandler *miljøudvikling*, som i et længere perspektiv tjener at skabe en sammentømret, attraktivt og dynamisk miljø internt i og indbyrdes *imellem* de tre smarthouses og en deraf afledt effekt på virksomhedernes tilknytning og det fælles *brand* man bliver en del af. Førstnævnte områder vil indeles i hhv. et branchespecifikt og et generelt spor, hvor de sidstnævnte i vid udstrækning vil være fælles udviklingsaktiviteter.

TILGANGEN ER NY - Designudviklingsproces

Da de tre væksthuse er 'in the making' bliver udviklingen som en designproces. Der skal testes af i laboratoriet under terminologien 'trial and error'. Især 2015 bliver præget af undersøgende aktiviteter der skal testes.

2015: Gå på opdagelse, scanne/mappe, teste, opsamle viden (aftale More Creative 2015)

2016 - 17: Udvikle konkrete initiativer med erfaringer fra 2015 (evt. aftale More Creative 2016 - 17)

2018: Tre selvkvørende SMARTHOUSES

AKTIVITETSOVERSIGT 2015

Aktivitetsoversigten præsenterer eksempler på aktiviteter for 2015. Eftersom valget af proces er dynamisk, må aktivitetsoversigten også være det:

De 3 institutioner ønsker i 2015 at gå på opdagelse i fællesskab for herigennem at få inspiration som efterfølgende skal underbygges via relevante besøg som samtidig skal indgå i udviklingen af et gradvist større netværk inden for kreative klynge miljøer – regionalt, nationalt som internationalt (hovedfokus Europa). De 3 institutioner vil researche, idéudvikle og derefter teste af, direkte i kobling med konkrete kreative virksomheder, der kan være kommende brugere af de 3 SMARTHOUSES.

Grundlaget for aktiviteterne i 2015 er en række undersøgende teser og spørgsmål der ønskes afdækket. Bl.a. følgende:

- *Det fremmer det kreative miljø, at dette skabes i en fysisk historisk ramme.*
- *Det fremmer det kreative miljø, at rammerne bygger på en række bærende bevaringsværdier og at rammerne holdes forholdsvis rå.*
- *Hvordan organiseres og ledes fremtidens kreative miljøer bedst muligt?*
- *Det er helt afgørende at screene sine lejere/brugere for at få de helt rigtige – spørgsmålet er hvordan?*
- *Hvordan gøres et kreativt netværk til et konkret og levende aktiv?*
- *Hvordan kan man både være vært og driver/udvikler (kompetenceudvikling og matchmaking)?*
- *Hvordan skaber man en gensidig forpligtende kreative erhvervs klynge? Kan der opstilles selektive leveregler?*
- *Det er helt afgørende at skabe et kreativt miljø, hvor man om ønsket kan skille sig af med ikke bidragende lejere/brugere, men hvordan gøres det i praksis uden at konflikte med eksempelvis lejeloven?*

Studier omkring inkubator og kompetenceklynger peger mod en enorm udveksling af viden og erfaringer, både direkte og indirekte. Det løfter hele værdikæden hos tilknyttede virksomheder og deres netværk. Samarbejde åbner mulighed for afprøvning af nye forretningsmodeller og -koncepter via netværk og nye kompetencer.

2015 har fokus på en konkret "designudviklingsproces" i den fælles udvikling.

1. "Gå på opdagelse"
2. Idéudvikling
3. Test
4. Opsamling – evaluering – foreløbig konklusion/anbefalinger

Først er der behov for at **researche** (fra desk research) området bl.a. i tæt samarbejde med Trans Europe Halles, hvor Den ny Maltfabrik netop er blevet optaget. Der foreligger en række internationale undersøgelser som skal afkodes, og der skal tages kontakt til en række af Europas førerende forskere på området for at få adgang til den nyeste viden ligesom der skal sættes fokus på at få indhentet viden om trends på området.

Der vil afledt være behov for at få ovenstående perspektiveret ved konkrete **besøg** og dialog med de specielt europæiske kreative miljøer, der kan tjene til aktuel inspiration. På hidtidige besøg har oplevelsen været, at der generelt set opleves stor åbenhed og villighed til at dele erfaringer.

Ovenstående skal ligeledes understøtte og udvikle relevante **netværkssamarbejdspartnere**. Netværksopbygningen vil både have fokus på at inddrage regionale partnere som udvikle dette i nationalt og internationalt perspektiv. Resultaterne af processen drøftes og behandles for derefter at indgå i en idéudvikling som sættes i spil hos de 3 institutioner.

Alle 3 institutioner har en central fællesnævner, nemlig at de fysiske rammer på et helt konkret plan skal udvikles i 2015, hvorfor dette jf. nogle af de ovenstående spørgsmål er et centralt elementer at få undersøgt og afledt idéudviklet på for sluttelig at kunne teste det 1:1.

Dette kan med stor nytte ske i tæt samarbejde med nogle af regionens erfarne kreative miljøer som Lynfabrikken eller Filmbyen, hvor samarbejdet også kan have relevans for de deltagende aktører, da eksempelvis Filmbyen har udtrykt, at deres miljøfaktor skal fremmes (implicit ikke er optimal i forhold til at fremme det kreative miljø). Ligeledes er der nye miljøer på vej i byer som fx Holstebro, samt nye tiltag Aarhus.

Dokumentation og videndeling:

Der ønskes at der skabes en transparent videndeling som principielt stilles til rådighed for alle som ønsker indsigt i området. Formatet kan være alt fra website, manualer, film, notater til åbne ”gå-hjem-møder” og offentlige konferencer.

Aktiviteterne i 2015 vil som minimum resultere i:

- 10 workshops for partnerne
- + 30 deltagende kreative virksomheder
- 5 åbne workshops
- 2 åbne konferencer
- 3 testprojekter ift. design og arkitektur ift. kreative workspaces
- 3 testprojekter der afsøger grænser indenfor kreative erhverv og en nabo-branche
- 3 kompetenceudviklingsforløb (beta) med udvalgte kreative start-ups
- 5 netværks/inspirationsture (heraf 2 udenfor Danmark)
- 5 konkrete arbejdsredskaber til deling/den videre proces
- 1 ny type forretningsmodel for fremtidens SMARHOUSE
- 1 afdækning af en ny type kreativ platform – den gentænkte kulturvirksomhed

Overordnet budgetforslag for 2015:

Budget	
Projektlejelse og afrapportering	600.000
Kontorhold	50.000
Aktiviteter	300.000
Mødeudgifter, rejser, etc.	100.000
Eksterne konsulenter	350.000
Økonomi/revision	50.000
Total	1.450.000
Finansiering	
Medfinansiering kontant	250.000
Medfinansiering timer	300.000
ansøgt tilskud	900.000
ansøgt tilskud i %	62%

HVEM ER DE KOMMENDE SMARHOUSES – DE 3 HUSE

De tre følgende steder vil fungere som regionale platforme for **MORE CREATIVE**-projekter og dermed skabe synlighed og understøtte de løbende udviklingsprocesser.

DEN NY MALTFABRIK - I Ebeltoft genoplives den 150 år gamle malfabrik som et nyt kraftcenter for kunst, kultur og erhverv. Fabrikken er en af Danmarks bevaringsværdige bygninger fra industrialiseringen. Den omkring 4.500 m² store bygningsmasse skal udvikles med respekt for det særlige rå æstetiske udtryk. Den gentænkte malfabrik bliver platform for de kreative erhverv i området, samt samlingspunkt for aktører som spillested, ungekulturhus, kreative værksteder, artist-in-residence, udstillingsfaciliteter, mikro-bryggeri og det gentænkte bibliotek-museum.

FÆNGSLET - Danmarks første og ældste fængsel har i 160 år været et vartegn for Horsens by. Fængslet har siden åbningen 16. Maj 2012 haft besøg af over 100.000 museumsgæster og 250.000 kulturgæster. Det vidner om at den grundlæggende ide om fængslets forhistorie som motor for attraktionsudvikling er rigtigt tænkt. Fængslet skal som virksomhed fokusere på at udvikle aktiviteter, oplevelser og brande institutionen. Dette sker ved at Fængslet koordinerer de mangfoldige aktiviteter for at skabe en unik, åben og nytænkende samarbejds- og netværksbaseret kulturinstitution. En del af Fængslet bliver decideret væksthuse for kreative iværksættere og etablerede virksomheder.

ARSENALET - Ved at gentænke anvendelsen af den 150 år gamle kaserne, har Viborg formået at udnytte byens internationale styrkeposition indenfor animation til at udvikle succesfulde kreative virksomheder på striben. Siden etableringen af Arsenalet i 2012 er man gået fra 7 til 35 virksomheder med en overlevelsesprocent på 95 og nævneværdige succeser på både film- og spilområdet! Ambitionen er at blive Europas førende animationsklynge og en attraktiv platform for Kulturby 2017 som kompetencecenter, showcase og venue.

Alle tre forandringdynamoer vil skabe varige spor for udviklingen af kreative miljøer i Region Midtjylland, som via de kreative væksthuse åbne samarbejde vil de kunne tjene til inspiration og læring i regionalt perspektiv.