

Cross Media – nye muligheder for erhvervsudvikling

**Handlingsplan for tværregional erhvervsudvikling i
grænseområderne mellem medier, it og formidling.**

**Region Midtjylland &
Region Nordjylland,
April 2009**



regionmidtjylland **midt**

Cross Media – erhvervsudvikling set med nye øjne

Med erhvervssatsningen Cross Media er der skabt et unikt, tværregionalt partnerskab mellem virksomheder, vidensinstitutioner, kommuner og de regionale vækstfora – på tværs af teknologi og kreativitet.

Målet for Region Midtjylland og Region Nordjylland er at sikre de bedst mulige forudsætninger for udvikling af det erhvervsmæssige potentiale, der udspringer af innovation og udvikling i grænseområderne mellem medier, teknologiplatforme og formidlingsformer.

Erhvervssatsningen Cross Media og de tilknyttede aktiviteter skal bidrage til at skabe en iderig og fremtidsrettet erhvervsudvikling i de to regioner, til gavn for både iværksætteri, kompetenceudvikling, beskæftigelse – og et i øvrigt levende og spændende samfund.

Bent Hansen / Region Midtjylland

Ulla Astman / Region Nordjylland

Indholdsfortegnelse

RESUMÉ.....	4
1. INTRODUKTION	6
2. ANALYSE AF ERHVERVSPOTENTIALET.....	12
3. REGIONALE FORUDSÆTNINGER OG FORSPRING	15
4. CROSS MEDIA INDSATSEN.....	17
5. CROSS MEDIA PULJE	21
6. EKSISTERENDE REGIONALE PROGRAMMER	24
7. MÅLSÆTNINGER	27
8. ØKONOMI	28

Resumé

Det tværregionale samarbejde tager udgangspunkt i et initiativ taget af en bredt sammensat arbejdsgruppe, med deltagelse af:

Region Midtjylland og Region Nordjylland, samt kommunerne Århus, Viborg, Holstebro, Aalborg, Frederikshavn og Hjørring, og institutionerne Filmby Århus (Århus), The Animation Workshop (Viborg) og Bretteville (Aalborg).

Arbejdsgruppen har haft sit fokus på at identificere hvordan potentialet for erhvervsudvikling indenfor Cross Media kan realiseres, og har gennemført følgende aktiviteter:

- møder med virksomheder, vidensinstitutioner og beslægtede netværk
- afholdelse af workshops
- udarbejdelse af strategioplæg for Film og Nye Medier
- afholdelse af dialogkonference med ca 200 deltagende repræsentanter for erhvervsliv og offentlige erhvervsfremmeaktører
- analyse af erhvervspotentialet

Handlingsplanen for erhvervssatsningen Cross Media tager afsæt i ovenstående.

Målgruppen for handlingsplanen

Målgruppen for handlingsplanen og dens aktiviteter er alle virksomheder og vidensinstitutioner inden for film- og tv-produktion, nye medier, nyhedsformidling, udvikling af computerspil og animationsfilm, uddannelse og forskning, ligesom mange it- og

kommunikationsvirksomheder indgår naturligt i satsningens ambition. Målgruppen indeholder desuden mere traditionelle virksomheder som er aftagere og brugere af tvær-medielt indhold.

Handlingsplanen tilbyder en levende ramme, der løbende vil kunne inkludere nye aktiviteter, nye projekter - nye udfordringer, i takt med behovene opstår.

Fokus for handlingsplanen

Med handlingsplanen er det målet at skabe de nødvendige rammer, så der kan opnås kritisk masse, både på *udvikling og deling af viden*, og på mulighederne for at *gennemføre og afprøve eksperimenter* med sigte på ide- og konkrete tiltag med sigte på erhvervsudvikling.

Handlingsplanen fokuserer på følgende to aktiviteter, der tilsammen forventes af sikre en platform for udvikling;

1. etablering af et **Cross Media sekretariat**, der skal sikre etablering af et netværk, hvor fokus er på innovation, videndeling og matchmaking, samt
2. etablering af en **Cross Media pulje**, der gennem målrettet basis- og medfinansiering af udviklingsaktiviteter stimulerer udviklingen af produkter og virksomheder, med udgangspunkt i nye, tværmedielle sammenhænge

Erhvervssatsningen Cross Media tager afsæt i de regionale vækst- og handleplaner, og dermed tillige i regeringens globaliseringsstrategi og OECD-vækstdrivere; Innovation, Menneskelige ressourcer, Iværksætteri og IKT, der alle spiller en afgørende rolle, ligesom en række konkrete kommunale erhvervsfremmeaktiviteter ligger til grund for initiativet.

1. Introduktion

Cross Media- udvikling på tværs

Region Nordjylland og Region Midtjylland er hjemsted for en lang række virksomheder, vidensmiljøer og uddannelsesinstitutioner, som enten har direkte eller indirekte erhvervsmæssig tilknytning til Cross Media. Disse virksomheder og vidensmiljøer og institutioner danner grundlaget og potentialet for en ny og anderledes erhvervsmæssige satsning på Cross Media.

Med baggrund i de **3 kreative kraftcentre i kommunerne Aalborg, Århus og Viborg**, og en række mindre, men betydelige regionale kreative miljøer, så dokumenterede både tanker i strategiplægget, den efterfølgende konference og den gennemførte analyse af erhvervspotentialet, at *der er basis for at skabe unikt, tværregionalt partnerskab, hvor virksomheder, vidensinstitutioner, netværk, talentmiljøer og investorer finder sammen i frugtbart samarbejde indenfor - og ikke mindst på tværs af - deres tilknytning til medier, it og formidling.*

Fællestræk og forskellighed

Når det gælder erhvervsudvikling, så er erhvervsfremme indenfor Cross Media ensbetydende med at udvikle nye tiltag, indenfor et nyt område. - De nye medier er netop nye, virksomhederne træder nye stier. Og der er endnu ikke etableret de rammevilkår og traditioner for fælles, tværgående initiativer, som er en selvfølge i konsoliderede erhverv og brancher. Når teknologier og markeder samtidig er i konstant udvikling, så opleves behovet for gode rammevilkår endnu mere presserende - særligt når det gælder de små og mellemstore virksomheder.

Fælles for alle aktører i det tværregionale Cross Media partnerskab er, at kombinationen af kreativitet og teknologi spiller en afgørende rolle. De

deler derfor også de samme grundvilkår, når det gælder omskiftelighed og tempo i udviklingen i teknologi og markedsvilkår.

Et andet, og mere udfordrende træk, er, at de tilsammen også udgør en meget sammensat gruppe, med forskelligartede produkter og stærkt varierende krav til viden, udvikling og kompetencer hos medarbejdere.

Brancheglidning og forvandling

I de senere år er der sket en række forvandlinger, hvor nye territorier er indtaget af nye aktører. Et eksempel er aviser, der for et tiår siden udelukkende fandtes i papirudgaven. Nu er aviser blandt de mest aktive på både internettet, og har endda TV-produktion på agendaen.

Et andet eksempel er animationsfilm, som efter i årtier at have været underholdning for børn, er animationsfilm nu også ved at erobre nye domæner, eksempelvis indenfor undervisning og visualisering af videnskabelige problemstillinger.

Et tredje eksempel er reklamebranchen, hvor størstedelen af indtjeningen tidligere var baseret på tryksager og annonceproduktion. Nu er levende billeder, web og dialogkampagner blevet branchens nye omdrejningpunkt.

Konvergens som grundvilkår og potentiale

Begrebet konvergens er centralt, og spiller en afgørende rolle for virksomheder indenfor Cross Media:

Medier, produkter og forretningsmodeller smelter sammen, overlapper, supplerer og danner hybrider, hvilket giver et utal af nye muligheder, men også et utal af nye udfordringer - ikke mindst fordi de enkelte konvergensformer ofte er indbyrdes forbundne:

- **Tjenestekonvergens** - den samme tjeneste, dvs. det samme indhold, leveres på flere medieplatforme. Eksempel: avisen findes både på papir og på nettet
- **Netværkskonvergens** – det samme netværk kan bære flere tjenestetyper. Eksempel: nettet kan både formidle information, film, musik, radio- og tv-programmer
- **Terminalkonvergens** – slutbrugerens terminaler bliver multifunktionelle. Eksempel: mobiltelefonen
- **Markedskonvergens** – betyder, at virksomheder på markedet fusionerer eller indgår strategiske alliancer, på et eller flere områder

Brancheglidning og konvergens-problematikken er derfor blandt de mest betydende faktorer, både når det gælder de erhvervsmæssige barrierer og det erhvervsmæssige potentiale.

Alt tyder på, at forandringerne kun er begyndelsen på en ny erhvervs- og samfundsmæssig udvikling, som byder på radikalt forandrede vilkår for udveksling af information, underholdning og læring – og interaktion mellem mennesker, og virksomheder, der arbejder med Cross Media, står her i allerforreste række.

De særlige kvaliteter

Der er en række særlige kompetencer og kvaliteter, som tilsammen spiller en rolle i vurderingen af det potentiale, som tillægges Cross Media. Det handler om de grundlæggende værdier, der vurderes at være særligt fremherskende i særligt den skandinaviske kultur – og som i historisk perspektiv har vist at kunne skabe differentierende konkurrencefordele for danske virksomheder:

- vant til at indgå i arbejdssammenhænge, hvor ansvarlighed, selvstændigt initiativ, respekt og dialog er afgørende

- helhedsorienterede, har kompetence i at sam-tænke, samarbejde på tværs af fagskel og specialer, og organisere dele til at samlet hele
- vant til at involvere og kombinere kreative kompetencer i problemløsning og produktudvikling
- stærk tradition for kunstnerisk og kreativt arbejde af høj kvalitet og med international appel
- brugerorienteret og humanistisk tilgang til ideudvikling, formidling og historiefortælling, herunder stærke kompetencer i filmiske fortælleformater

Kendetegnene er samlet set unikke, set i international sammenhæng. De udtrykker dermed også muligheden for at udvikle attraktive konkurrencefordele, både for produkter, virksomheder og medarbejdere.

Yderligere er de unikke kendetegn afgørende i forbindelse med de særlige vilkår, der gælder for erhvervsmæssige aktiviteter indenfor Cross Media, hvor det er særligt afgørende, at mange *forskellige* kompetencer, roller og talenter sammen bidrager til det fælles produkt.

Særlige udfordringer for erhvervsfremme

Cross Media kan beskrives på et utal af måder, ikke mindst i kraft af branchens korte historik og fordi den er sammensat af mange typer af virksomheder. Dette er på sin vis også den egentlige forklaring på *hvorfor* Cross Media skal ses som en særlig udfordring for erhvervsfremme: det afgørende er **udviklingsrummet** mellem kendte kategorier af virksomheder og produkter:

- der er tale om nye og ofte sammensatte kategorier af produkter, services, teknologier
- de traditionelle værdikæder er ofte afløst af mere komplekse organisationer og mindre forudsigelige forretningsmodeller

- værdiskabelsen skal ofte måles med anden "optik", end den, der traditionelt anvendes, og som har sin baggrund i industrisamfundets sekventielle værdikæder

Ovenstående udfordringer spejler det uudnyttede potentiale og udgør på den måde en væsentlig del af rationalet bag Cross Media erhvervssatsningen:

- her er nye muligheder for nye virksomheder, ny produktudvikling, adgang til nye markeder – regionalt, nationalt og internationalt
- her er viden, innovationskapacitet og talent tilstede som grundlæggende forudsætning, med mulighed for afsmitning til øvrige erhverv og sektorer
- her er muligheden for at eksperimentere med en ny forståelse for - og forbedring af - vilkårene for værdiskabelse i "videnssamfundet"

I forhold til erhvervsfremme giver det nogle centrale udfordringer og spørgsmål, som Cross Media erhvervssatsningen søger at adressere, fx:

- hvordan øges den generelle opmærksomhed omkring det nye udviklingspotentiale, der befinder sig i udviklingsrummet mellem eksisterende virksomheder og videninstitutioners fokusområder
- hvilke særlige rammer er nødvendige forudsætninger for at tilgodese særlige kompetence-, rådgivnings- og finansieringsbehov

Cross Media, som målrettet erhvervssatsning, vil medvirke til der skabes en fælles forståelse af det potentiale, der går på tværs af enkeltstående initiativer, den enkelte virksomhed og den enkelte vidensinstitution. En stor del af svaret ligger i at få skabt synlighed om satsningen og i at få virksomheder og institutioner til at arbejde sammen.

Desuden er det afgørende, at de eksisterende erhvervsfremmeinitiativer både involveres i – og udfordres af – Cross Media. De eksisterende ressourcer skal aktiveres og målrettes de særlige problemstillinger, som

gælder "det nye felt indenfor erhvervsfremme hvor der er tale om en virksomheder, der ikke baserer sig på traditionelle former for organisation, ligesom mange virksomheder slås med at afsætte tilstrækkeligt med ressourcer til at imødegå kommercielle problemstillinger.

2. Analyse af erhvervspotentialer

Der er gennemført en analyse af erhvervspotentialer, med deltagelse af 431 virksomheder, fordelt på Region Nordjylland og Region Midtjylland.

Analysen bygger på både kvantitative data, på spørgeskemaer og interviews.

Analysen indikerer, at Cross Media – analysemæssigt – er et meget vanskeligt område at afgrænse entydigt. Dette underbygges af, at nogle virksomheder, for hvem Cross Media initiativet kan have relevans, *ikke* er inkluderet i analysen, som for eksempel Jyske Bank, der har egen TV-produktion og Arla, der eksperimenterer med Podcasting.

Det reelle antal virksomheder, der vurderes at være relevante i Cross Media sammenhæng, er formentlig nærmere 600 - 800, mens analysen alene er baseret på 431 udvalgte virksomheder.

Der er desuden en vanskelighed i at anslå det potentialer, som rummes af *de afledte effekter* ved Cross Media erhvervsindsatsen. Groft sagt, forventes stort set alle virksomheder, private såvel som offentlige, at kunne opnå generelt øget konkurrenceevne og forbedrede differentieringsmuligheder gennem øget brug af Cross Media-relaterede kompetencer og services: Cross Media kan være den afgørende komponent i produktudvikling i industrien (fx i udviklingen af nye betjeningsflader til apparater) eller udgøre den afgørende forskel i markedsføring (intelligent brug af flere medieplatforme).

Uden at kunne kvantificere den afsmitning, som Cross Media erhvervsindsatsen forventes at give til øvrige erhverv og sektorer i samfundet, så er det vurderingen, at størrelsesordenen udgør en

afgørende del af det rationale, der ligger til grund for satsningen: Cross Media's potentiale er større, end Cross Media, isoleret set.

Vækstpotentiale

- Fordelingsmæssigt har undersøgelsens 431 virksomheder en samlet **samlet omsætning på knap 10 mia.** kr. i Region Midtjylland og Region Nordjylland. Heraf ligger den største del af omsætningen i Region Midtjylland med omkring 7,75 mia. kr...
- Væksten i værdiskabelsen er **højere end i fremstillingserhverv inden for møbel- og tekstilindustrien**, men dog lavere end for arkitekter og virksomhedsrådgivere...
- **Værdiskabelsen per medarbejder er størst i de mindre virksomheder**, hvilket er overraskende, da værdiskabelsen som regel er størst i større og etablerede virksomheder...
- Det globale **underholdnings- og mediemarked er i markant vækst**, og der er vækst på stort set samtlige forretningsområder...

Vækstbarriererne

Analysens mest retningsanvisende pointer er forholdsvis klare, og indikerer en række konkrete vækstbarrierer:

- **Mangel på understøttende netværk...**
mere end 75 pct. af virksomhederne angiver behov for tættere samarbejde såvel lokalt som internationalt. Virksomhederne inden for Cross Media er i særdeleshed netværksorienterede og hele 58 pct. efterlyser, at det offentlige understøtter netværksinitiativer
- **Behov for bedre samspil mellem vidensinstitutioner...**
og specifikke initiativer, der fokuserer på hvordan man styrker og øger vidensspredning fra relevante vidensinstitutioner til regionernes virksomheder - og vice versa
- **Mangel på faglige kompetencer og kvalificeret arbejdskraft...**
er en barriere for vækst og udvikling, det er hele 41 pct. af virksomhederne, som oplever mangel på kvalificeret arbejdskraft som en barriere. Der er dog store regionale forskelle, mens det i

Århus er halvdelen af virksomhederne, der opfatter mangel på arbejdskraft som en barriere, er det kun en fjerdedel i Nordjylland

- **Mangel på forretningsmæssige kompetencer...**
udgør en væsentlig hindring for vækst: særligt de nye, mindre virksomheder er udsprunget alene af faglig spidskompetence, og mangler grundlæggende færdigheder i at transformere potentiale og talent til forretningsmæssig vækst
- **Mangel på risikovillig kapital...**
angives som den væsentligste barriere for vækst og udvikling blandt virksomhederne inden for film og nye medier. Hele 44 pct. anfører mangel på risikovillig kapital som en barriere. Hele 64 pct. af cross media virksomheder (der udgør 75% af de deltagende virksomheder) har behov for kapital, mens det kun er 38 pct. af virksomhederne, der kun opererer på én medieplatform

3. Regionale forudsætninger og forspring

Samlet set findes der i Region Nordjylland og Region Midtjylland en lang række vækstmiljøer, initiativer, netværk og vidensinstitutioner, der kan sikre Cross Media initiativet den nødvendige tyngde og forankring (*en samlet gennemgang af de regionale forudsætninger findes i strategioplægget Film og Nye Medier*).

De tre kreative, regionale kraftcentre

De tre kommuner, Aalborg, Århus og Viborg, er hjemsted for en væsentlig del af de kreative vækstlag, som findes i de to regioner. Alle tre steder har dette medført højt prioriterede erhvervsfremmeindsatser, med sigte på at skabe vækst gennem etablering af nye, kreativt funderede virksomheder. Foruden de faglige uddannelsesmiljøer, så er det de 3 kreative kraftcentres forskellige erhvervsudviklingsinitiativer, der gør det oplagt at tænke Cross Media som en samlet, tværregional aktivitet:

- Aalborg Kommune - prioriterer udvikling af interaktive, digitale medier og digital indholdsproduktion
- Århus Kommune - prioriterer it, nye medier og filmproduktion
- Viborg Kommune - prioriterer udvikling af animationsfilm, herunder animation til anvendelse i nye sammenhænge.

Kommunerne Frederikshavn, Hjørring, Holstebro har desuden spirende vækstmiljøer og målrettede Cross Media relaterede indsatser, der sammen med en række udsagn fra lokale virksomheder har givet basis for disse kommuners involvering i Cross Media initiativet.

Cross Media erhvervsindsatsningen bygger på to tværregionale perspektiver:

1. der kan opnås *kritisk masse i antallet* af deltagere i erhvervsindsatsningen, og samtidig

2. tilstrækkeligt med *faglig kompetencespredning* - en forudsætning for den tilsigtede ambition med *Cross Media*

Det anses som en stor fordel, at de tre kreative kraftcentre i vid udstrækning supplerer og ikke konkurrerer med hinanden – et tilfælde, der med den rette indsats udgør et stort potentiale for udvikling af nye, tværgående aktiviteter.

4. Cross Media indsatsen

Målet med indsatsen

Hovedformålet med erhvervssatsningen Cross Media er at skabe innovationsbaseret vækst, baseret på gennembrud i udviklingen af Cross Media relaterede produkter og samarbejder – på tværs af medie- og teknologiplatforme, branchetilhørsforhold, udviklings- og forskningsdiscipliner.

De konkrete resultater skabes via:

1. netværksaktiviteter; matchmaking, videndeling, kompetenceudvikling og aktiv udnyttelse af kreative kompetencer fra forskellige miljøer
2. finansiering af udviklingsprojekter og infrastruktur, der kan fremme erhvervsudviklingen indenfor Cross Media

Med Cross Media erhvervssatsningen vil der skabes forudsætningerne for følgende:

- udviklingen af kommercielt bæredygtige virksomheder, baseret på innovation og kreativitet
- stærke samarbejdsrelationer og et tværregionalt miljø, der kan udvikle, tiltrække og fastholde talent og kompetencestærke menneskelige ressourcer
- synergier mellem lokale vækstmiljøer, beslægtede netværk
- videreudvikling af eksisterende netværk og etablering af nye, samt facilitering af samarbejder mellem forskellige parter, herunder skabe uddybet samspil mellem virksomheder og vidensinstitutioner med fokus på identifikation af brugbare samarbejdsmodeller

- aktivering og udvikling af det kreative potentiale, som findes på uddannelsesinstitutioner, i vækstlag og undergrundmiljøer
- udvikle samarbejde mellem private og offentlige aktører
- bidrage til at skabe og formidle kontakt til internationale samarbejdsrelationer og netværk

Organisering indsatsen – etablering af et netværk

Der etableres et tværregionalt netværk, som strategisk middel til at forbinde viden og virksomheder, skabe kontakt mellem virksomheder, og eksponere muligheder for samarbejde og videndeling med beslægtede netværk, vidensinstitutioner, både nationalt og internationalt.

Netværket henvender sig bredt til virksomheder og institutioner indenfor indholds- og oplevelsesproduktion, medier og teknologi, eksempelvis Filmproduktion, TV-produktion, Nyhedsformidling, Undervisning, Animationsfilm, Computerspil, e-Learning, Markedsføring, Kommunikation, IT, Museer, Oplevelsescentre etc, samt forsknings- og uddannelsesinstitutioner og brancheforeninger, beslægtede niche-netværk og interesseorganisationer.

Herudover henvender netværket sig også til aftagerne, således der bygges bro til anvendelsen af de kreative kompetencer. Værdiskabelsen i netværket sker ved, at medlemmerne har mulighed for at møde relevante kunder, samarbejdspartnere og underleverandører og de får adgang til dugfrisk, relevant viden.

Bestyrelse for netværket

Netværkets etableres med en bestyrelse, der vælges blandt netværkets medlemmer, samt udpeges af de medvirkende offentlige aktører.

Bestyrelsen udstikker de strategiske retningslinjer for netværket aktiviteter, der gennemføres med bistand fra Cross Media sekretariatet.

Bestyrelsen for Cross Media netværket vil bestå af:

- 4 virksomhedsrepræsentanter, valgt blandt netværkets medlemmer
- 2 repræsentanter udpeget af vækstforaene
- 1 repræsentant udpeget af Væksthus Midtjylland
- 1 repræsentant udpeget af Væksthus Nordjylland
- 1 repræsentant udpeget af videninstitutionerne

Cross Media sekretariat

Med Cross Media etableres et sekretariat, hvis opgave bliver at facilitere netværkets aktiviteter. Sekretariatet bemannes med kompetencer med særlige forudsætninger for og indsigt i Cross Media: det er i høj grad et fagligt og professionelt netværk, der skal faciliteres.

Netværket vil fungere med sit eget, strategiske sigte på Cross Media, men vil også med fordel kunne fungere i tæt samarbejde med - eller som paraply for - øvrige netværksinitiativer, eksempelvis kommunale satsninger indenfor IT og oplevelsesøkonomi.

Sekretariatsfunktionen udbydes til en operatør, der har dokumenteret erfaring i netværksudvikling og faglige problemstillinger indenfor Cross Media's fokusområde, og som kan sikre den nødvendige forankring i de relevante miljøer, både lokalt, tværregionalt og internationalt.

Ansøgere skal være samarbejdende parter eller konsortier mellem allerede eksisterende vidensinstitutioner, brobyggere, virksomheder, universiteter og lignende.

Sekretariatets opgaver:

- **udvikle og drive et medlemsbaseret netværk**, der med iverigdom og synlighed kan udvikle de deltagende virksomheder og vidensinstitutioner, fx via målrettede aktiviteter som workshops og seminarer
- **sikre videnopbygning**, videndeling og dialog med relevante partnere i forsknings- og uddannelsessektoren, både med nationalt og internationalt sigte
- **vejlede netværkets medlemmer i forhold til generelle erhvervsfremme-initiativer** og programmer for iværksætteri, virksomheds- og kompetenceudvikling
- **initiere udviklingsprojekter** i samarbejde med netværket medlemmer
- **assistere med viden om finansieringsmuligheder** for (projekt-) udviklingsaktiviteter, herunder EU's strukturfonde og andre programmer
- **profilering og markedsføring af netværket**, viden og problemstillinger til omverdenen via målrettet PR-indsats

Sekretariatet får desuden den administrative opgave, der er forbundet med ansøgning til og administration af midler fra **Cross Media puljen**.

Sekretariatets internationale forankring skal desuden sikres gennem tilbud om facilitering af værtsskabet for CineRegio, sammenslutningen af Regionale, Europæiske Filmfonde.

CineRegio anses i den forbindelse for at være et potentielt stort aktiv, ikke mindst fordi Cross Media derigennem vil få adgang til specialviden om internationale forhold, særligt når det gælder finansiering og samarbejdsmuligheder på tværs af Europas grænser.

5. Cross Media pulje

Den tværregionale Cross Media satsning suppleres med en Cross Media udviklingspulje, med sigte på at kunne tilbyde hel eller delvis finansiering af målrettede Cross Media udviklingsprojekter.

Puljen administreres af sekretariatet for Cross Media, med deltagelse af både faglige konsulenter og repræsentanter fra medlemmerne af netværket.

Crossmedie puljen etableres for at skabe innovation, projekter og infrastruktur til understøttelse og udvikling af Cross Media erhvervssatsningen. Sigtet er, at udvikle både konkrete projekter og viden, der kommer såvel de involverede parter som hele "branchen" tilgode.

Puljens målgruppe

Puljens midler kan søges af projekter, samarbejdspartner og netværk, der ønsker at:

- udvikle tværmedielle prototyper og eksperimenter
- gennemføre konkrete samarbejder på tværs af eksisterende produktkategorier, fagdiscipliner og teknologiplatforme
- forbedre infrastrukturen; herunder udvikle nye metoder, kompetencer og uddannelsesstilbud indenfor Cross Media

Puljen er rettet mod Cross Media udviklingsaktiviteter, men midler fra puljen kan indgå som del af en samlet finansiering af et projekt, der tillige modtager produktionsstøtte.

Administration af puljens midler sker på basis af en "screening", og med deltagelse af relevante faglige kompetencer, jvf den praksis, som ligger til grund for administration af Den Vestdanske Filmpulje.

Sammenhæng med øvrige finansieringskilder

I forlængelse af Analysen af Erhvervspotentialet, er adgangen til egentlig *produktionsstøtte* en afgørende faktor.

Eksempelvis er adgangen til produktionsstøtte, fx i forbindelse med udviklingen af computerspil, animations- og spillefilm kritisk - ikke bare for realiseringen af det enkelte projekt, men også for at sikre kommerciel succes.

I forhold til produktionsstøtte udgør Den Vestdanske Filmpulje et vigtigt, tværregionalt element i Cross Media erhvervssatsningen: Den Vestdanske Filmpulje en oplagt partner til medfinansiering af Cross Media aktiviteter.

Den Vestdanske Filmpulje er idag alene finansieret af en række kommuner (med Århus og Viborg som de største bidragydere).

Som led i Cross Media erhvervssatsningen er det målet, at Den Vestdanske Filmpulje tilføres yderligere midler. Eksempelvis bør den tværregionale erhvervssatsning på Cross Media inddrages i regionernes Partnerskabsaftale med Staten, med henblik på tildeling af flere midler til Den Vestdanske Filmpulje.

Gennem dialog med relevante ministerier skal det søges at få allokeret flere statslige midler til produktionspuljen (Den Vestdanske Filmpulje). Dialogen bør forfølges på både administrativt og politisk niveau.

Dialogen med staten bør tage afsæt i ambitionen om at skabe strategisk samspil mellem mulighederne for statslige/kommunale midler til

produktionsstøtte og regionale/EU midler til udviklingsaktiviteter indenfor Cross Media.

Strategiske udviklingsaktiviteter

Cross Media erhvervssatsningen ventes at medføre et øget behov for gennemførelse af større, enkeltstående aktiviteter, hvor den etablerede Cross Media pulje ikke vil være en mulig finansieringskilde.

Med assistance fra Cross Media, netværkets bestyrelse og sekretariat, skal disse initiativer tilbydes sparring og rådgivning, med henblik på at opnå tildeling af regionale udviklingsmidler.

6. Eksisterende regionale programmer

Tilstrækkelig eksponering af de generelle tilbud, der findes i det offentlige erhvervsfremmesystem, eksempelvis initiativer indenfor iværksætteri og virksomhedsudvikling, kan være af stor betydning for den enkelte virksomhed.

Ambitiøse iværksættere og virksomheder indenfor Cross Media området kan benytte en række tilbud, som allerede er igangsat via det etablerede erhvervsservicesystem. Regionale væksthuse og lokale erhvervsservicecentre tilbyder vejledning og en række supplerende tilbud.

I forhold til de udfordringer som Cross Media virksomhederne påpeger, findes en række initiativer, som kan understøtte Cross Media virksomhederne.

Programmerne indeholder både en række individuelle og kollektive tilbud, som iværksættere og virksomheder kan drage nytte af.

Cross Media erhvervssatsningen vil – gennem netværkssekretariatet – synliggøre og bidrage til øget søgning til de eksisterende, generelle tilbud om støtte, herunder:

- STARTmidt – et program målrettet unge før- og nystartere indtil 3 år efter etablering.
- Efter tre år kan virksomhederne få tilbud fra VÆKSTmidt accelerator, mens
- KLYNGEmidt er målrettet virksomheder, der ønsker at indgå i forretningsbaserede netværk og evt. klyngesamarbejde, typisk i senere faser af virksomhedens udvikling.

Tilsvarende ordninger som retter sig mod iværksættere og vækstvirksomheder findes i det nordjyske Vækstforums erhvervsudviklingsstrategi, herunder flg. fire virksomhedsrettede programmer:

1. Flere virksomheder i vækst (FVIV)
 - et vækstprogram for nordjyske vækstiværksættere og vækstvirksomheder, som har et forretningsgrundlag, der på længere sigt kræver en strategisk omstillingsproces, nye fokusområder og/eller generelt et forretningsmæssigt løft. Midlet er kompetenceudvikling af medarbejdere og hjælp til udarbejdelse af strategisk beslutningsgrundlag for fastholdelse af eksisterende og tiltrækning af nye medarbejdere
2. Nordjysk Iværksætter Netværk (NiN)
 - et rådgivningstilbud for iværksættere på op til 16 timers rådgivning til iværksættere i Nordjylland udover den statslige ErhvervsService via Væksthus Nordjylland,
3. Vækst iværksætterprogrammet (VIP) ,
 - et vækstiværksætterprogram målrettet overgangen fra at være en iværksættervirksomhed i drift til at være ekspanderende
4. Virksomheder i teknologisk udvikling (VITU)
 - et program til støtte for skabelse af ny teknologisk udvikling i nye virksomheder

Hertil kommer studentervæksthusene, der skal give studerende mulighed for at udvikle og afprøve en forretningside. I forbindelse med Animationsskolen i Viborg er der oprettet et studentervæksthus og

yderligere forventes der etableret et studentervæksthus i Århus i starten af 2009. Det virtuelle studentervæksthus skal medvirke til at fremme innovation og motivation i lighed med de fysiske studentervæksthuse. Målgruppen er studerende og undervisere ved de korte og mellemlange videregående uddannelser.

De eksisterende erhvervsfremmeinitiativer bliver, gennem Cross Media sekretariatets funktion, bragt i spil, "ude hos kunden".

Cross Media sekretariatet forventes tillige at kunne levere værdifulde erfaringer til brug for udviklingen af nye erhvervsfremmeinitiativer, der tager udgangspunkt i kombinationen af "kreativitet og teknologi".

7. Målsætninger

Det overordnede mål for Cross Media er, primært i form af øget beskæftigelse og indtjening hos de direkte involverede virksomheder. Sekundært, at der skabes afledte effekter, som øger den generelle konkurrenceevne, eksempelvis for produktionsvirksomheder, der er aftagere af Cross Media produkter og services (fx via værktøjer til markedsføring, produktudvikling eller undervisning).

Konkrete målsætninger 2009-2012

- at gennemføre konkrete aktivitetsprogrammer og projekter, med baggrund i dialog med netværkets aktører og interessenter
- at sikre etablering af 20-30 Cross Media netværks-grupper/faglige interessefællesskaber
- at gennemføre minimum 20 Cross Media projekter, i samarbejder mellem flere, kompletterende virksomheder, netværk og institutioner
- facilitere minimum 12 offentligt tilgængelige tematiske workshops, med sigte på virksomhedsrettet formidling af viden og udviklingspotentiale
- udvikle en strategi og kommunikationsplatform for videndeling og samarbejde mellem netværkets aktører, herunder internationale partnere
- at sikre støtte til iværksætteri, virksomheds- og kompetenceudvikling kommunikeret offensivt og målrettet til netværkets deltagere
- etablere en Cross Media udviklingspulje
- arbejde for øget tilførsel af midler til produktionsstøtte

8. Økonomi

Budget

Udgifter (i 1.000 kr.)

	2009	2010	2011	2012	Subtotal	2013*	I alt
Cross Media udviklingssekretariat	500	3.750	3.750	3.250	11.250	3.750	15.000
Strategiske Cross Media projekter	500	2.000	2.000	1.500	6.000	2.000	8.000
Cross Media pulje**	0	3.750	3.750	3.750	11.250	3.750	15.000
I alt	1.000	9.500	9.500	8.500	28.500	9.500	38.000

* Beløbene for 2013 er reservationer, som først bevilges efter godkendt evaluering i 2012.

** Eftersom Cross Media puljen er finansieret af regionalfondens (EU's mål-2), så er udnyttelsen af denne pulje afhængig af 50 % medfinansiering fra kommuner, virksomheder eller andre parter.

Derudover er det begge regioners hensigt at assistere sekretariatet i at øge puljens størrelse ved at søge yderligere medfinansiering fra relevante EU- og nationale fonde - i takt med at behovet for midler stiger.

Finansiering

Cross Media udviklingssekretariat (i 1.000 kr.)

Finansieringsplan	2009	2010	2011	2012	Subtotal	2013*	I alt
Region Midtjylland	333	2.500	2.500	2.167	7.500	2.500	10.000
Region Nordjylland	167	1.250	1.250	1.083	3.750	1.250	5.000
I alt	500	3.750	3.750	3.250	11.250	3.750	15.000

Strategiske Cross Media projekter (i 1.000 kr.)

Finansieringsplan	2009	2010	2011	2012	Subtotal	2013*	I alt
Region Midtjylland	333	1.333	1.333	1.000	4.000	1.333	5.333
Region Nordjylland	167	667	667	500	2.000	667	2.667
I alt	500	2.000	2.000	1.500	6.000	2.000	8.000

Cross Media pulje (i 1.000 kr.)

Finansieringsplan	2009	2010	2011	2012	Subtotal	2013*	I alt
Regionalfondens (Midtjylland)	0	2.500	2.500	2.500	7.500	2.500	10.000
Regionalfondens (Nordjylland)	0	1.250	1.250	1.250	3.750	1.250	5.000
I alt	0	3.750	3.750	3.750	11.250	3.750	15.000

* Beløbene for 2013 er reservationer, som først bevilges efter godkendt evaluering i 2012.