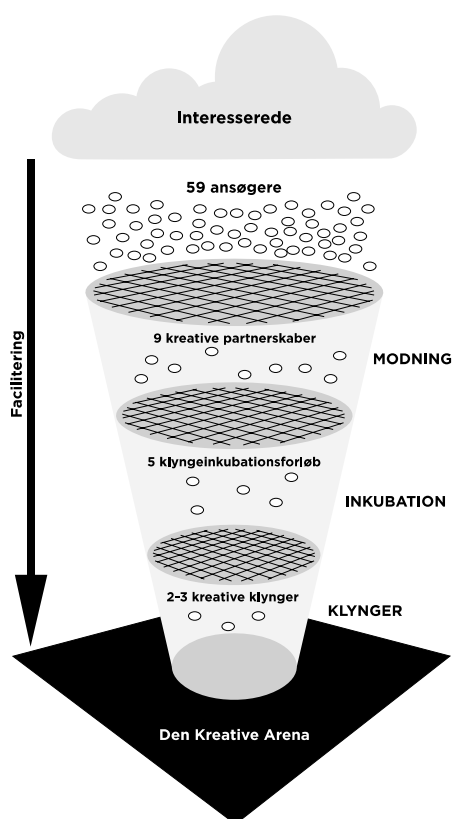


## More.Creative: Erfaringer fra 2013 og oplæg til det videre forløb

I regi af More.Creative har vi udviklet og testet en metode til klyngeinkubation. En metode hvor et bredt udvalg af potentielle kreative partnerskaber inden for en række forskellige kreative brancher udvælges og via facilitering udvikles frem mod at blive erhvervsklynger. Metoden kan illustreres som en tragtmodel jf. figuren nedenfor.

**Figur 1: Klyngeinkubationsmodellen**



Første fase i modellen er *modning*, hvor de udvalgte partnerskaber udvælges, udvikles og tester deres ideer.

Anden fase er *inkubation*, hvor et reduceret antal partnerskaber gennemgår et intensivt klyngeinkubationsforløb med henblik på at i tredje fase at kunne fungere som selvstændige kreative *klynger*.

Det betyder, at hvor vi indledningsvist antog, at partnerskabernes succeskriterium ville være at udvikle skalerbare kreative produkter eller/eller services, er det i stedet blevet at de udvikler en *infrastruktur*, som kan sikre dette. Hermed mener vi en klyngeorganisation, som kan fungere som moderator og accelerator inden for eller på tværs af udvalgte kreative brancher.

Modellen hviler på Den Kreative Arena, der er en platform for netværk, videndeling, sparring og styrkelse af de enkelte kreative aktører, partnerskaber, klyngeinkubationsforløb og klynger. Den Kreative Arena er dermed åben for alle uanset hvilken fase ens partnerskab eller klynge befinder sig i, herunder også potentielle nye kreative partnerskaber i fødekæden.

Undervejs i hele projektmodningsfasen i 2013 har der været tale om en meget aktiv facilitering, hvor vi i konsortiet har fungeret som tovholdere, drivere, udviklere og strateger med blik for forankring. En facilitering som har været langt mere styret en forventet, men som har vist sig både nødvendig og frugtbar.

I det følgende udfoldes processen bag More.Creative i 2013, herunder forberedelse og opstart af initiativet samt aktiviteter og resultater. Dernæst følger vores oplæg og anbefalinger til det videre forløb for More.Creative med særligt fokus på 2014.



## 1. Forberedelse, lancering og udvælgelse

Operatøropgaven blev indledt med et omfattende strategisk arbejde omkring tilrettelæggelse af forløb, visuel og kommunikativ profil samt ikke mindst udarbejdelse af kriterier for deltagelse i More.Creative.

*Kriterier for deltagelse i More.Creative:*

- Man skal have en god ide, som man tror vil skabe vækst i de kreative erhverv.
- Man skal have lyst og ressourcer til at prøve noget nyt af.
- Flere skal gå sammen i partnerskabet og der skal være minimum 3 partnere.
- Deltagerne i partnerskabet kan være både offentlige og private, men der skal minimum være en privat virksomhed med (CVR registreret).
- Der skal være fokus på erhvervsudvikling til gavn for kreative erhverv i Region Midtjylland.
- Partnerskabet skal have potentiale til at kunne skales eller udbredes til andre, fordi fokus er på at undersøge nye metoder og modeller, der kan skabe vækst i de kreative erhverv.
- Der skal være tale om noget nyt, men det kan både være et spin-off af et eksisterende initiativ eller samarbejde, eller en helt ny konstruktion.

Derefter indledte vi en bred annoncering samt matchning og partnerskabsdannelse med henblik på etablering af partnerskaber. Anslået har op mod 1.000 personer inden for målgruppen hørt om More.Creative via tilstedeværelse og aktivering af en række forskellige kanaler.

*Annoncering, matchning og partnerskabsdannelse omfattede:*

- Lancering af More.Creative d. 24. januar 2013 med online platform og pressedækning
- Bred synlighed i hele regionen via omtale og annoncering af åbne møder, så alle interesserede havde mulighed for at ansøge
- Afholdelse af åbne møder hos henholdsvis BoConcept i Herning d. 5. februar og Filmbyen i Aarhus d. 6. februar, hvor vi informerede og stod rådighed for sparring og rådgivning til potentielle partnerskaber. Møderne havde i alt 140 deltagere fra erhvervsliv, foreningsliv og offentlige instanser.
- Markant synlighed i både lokale, regionale medier samt i udvalgte landsdækkende medier.
- Intensiv online kommunikation via platformen morecreative.dk, Facebook gruppe, LinkedIn gruppe og tweets
- Aktivering af fælles netværk med henblik på at sikre, at vi kom bredt ud i regionen og fik partnerskaberne etableret og op at køre. I den forbindelse udsendte vi direct mail til ca. 250 personer i målgruppen
- Personlig dialog og sparring med en lang række henvendelser på baggrund af ovenstående initiativer.



Ved ansøgningsfristen 1. marts 2013 modtog More.Creative 59 ansøgninger, hvoraf langt størstedelen var velkvalificerede. Medio marts fik 8 kreative partnerskaber tilsagn om økonomisk støtte og projektsparring. Ud over disse blev Shareplay udpeget som et 9. partnerskab uden økonomisk støtte.

De kreative partnerskaber blev udpeget af udvælgelseskomité på baggrund af de indsendte ansøgninger og kriterierne for partnerskaberne. Udover 4 medlemmer fra More.Creative konsortiet bestod komiteen af 4 eksterne medlemmer: Sarita Christensen, CEO og Produceri Copenhagen Bombay, Peter Rønnow, Partner hos Lett Advokatfirma, Thomas Hertz adm. direktør i Stine Goya A/S samt Kim Herforth Nielsen, grundlægger, partner og kreativ direktør i 3XN.

Målgruppen for partnerskaberne var fra starten tænkt bredt. Dette afspejler sig også i de udvalgte partnerskaber, der rummer både små og store virksomheder på tværs af brancher – private virksomheder, offentlige aktører, uddannelsesinstitutioner, kulturinstitutioner og foreninger.

*De udvalgte partnerskaber:*

- Arkitektur 2.0: and+ (Center for arkitektur, ny teknologi og design), Schmidt Hammer Lassen Architects, KRADS, CEBRA, Asger Poulsen og NyX
- *Dobbelt OP*: First Lady Film Aps, Zaxis ApS og Eyes & Tentacles.
- *Headstart Fashion*: Creative Aarhus (Aarhus Kommune), TEKNO design + business, Hummel, Bestseller, Leon LOUIS, Metropol, Smac, Minimum, Black lily accessories og Hello Monday.
- *Interaktiv kulturformidling i børnehøjde*: Forfatter Sara Helena Kangas, digital udvikler Boris Hansen, Kridthus og VisitAarhus.
- *Created4Kids*: EM retail, Spandet and Partners, F28 og Innovationsnetværket Livsstil.
- *Mapping the Archive*: Meaning Making Experience (MMEx), Wizarts Inc, Kollision, Teater Katapult, KUNSTEN Museum of Modern Art Aalborg, Naturhistorisk Museum Aarhus og Museum Østjylland Randers.
- *Patientindkaldelse – fra papir til app*: Aarhus Universitets Hospital, Redia, Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX) og MedTech Innovation Center (MTIC).
- *RE:MIX Northside*: Apptitude, GotFat Productions og NorthSide.
- *Shareplay*: Er udpeget af Region Midtjylland som et 9. kreativt partnerskab med særlige vilkår.

## 2. Aktiviteter og resultater

Vi har fra marts og frem til nu faciliteret 9 projektmodningsforløb ved at understøtte udviklingen af metoder, redskaber og organisationer, der kan bidrage til at skabe vækst gennem nye produkter, services eller samarbejder i og via de kreative erhverv.

Derudover har vi faciliteret tre tematiserede netværksforløb (oprindeligt Rammepartnerskaber). Forløbene blev indledningsvist kørt efter en åben bottom-up tilgang, men er løbende konverteret til en mere struktureret form, hvor konsortiet i langt højere grad har styret processen og også leveret indhold og inspiration.

Vi har etableret Den Kreative Arena såvel online som via fysiske møder og gennemført konceptudvikling i forbindelse med World Creative Forum. Hertil kommer naturligvis løbende afrapportering og sekretariatsbestand samt opstilling af effektvurderingsdesign for initiativet.

Skemaet nedenfor opsummerer aktiviteter og resultater:





MORE.CREATIVE

| STATUS 2013                   | Hvad har vi gjort?                                                                                                                                                                                                                                                                     | Hvad er målet?                                                                                                                                                                                                           | Hvad mangler?                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kreative partnerskaber        |                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                            |
| Arkitektur 2.0                | Afholdt 2 møder i gruppen og en række enkeltmøder med lederen, haft succesfuld workshop om internationalisering.                                                                                                                                                                       | At definere den målsætning og strategi for AND som ramme for en arkitekturklynge samt konkrete forslag til internationaliseringsstrategi for virksomhederne i regionen.                                                  | Der bliver afholdt en række mindre møder i september og oktober så der foreligger endelige anbefalinger og en handlingsplan for partnerskabet og klyngestrukturen i november               |
| Created 4Kids                 | Researchet på konceptet, skåret til og afholdt en række workshops, præsenteret ideerne på konference i juni for 60 deltagere, videreudviklet og præsenterer konceptet for ca. 20 virksomheder                                                                                          | Forankre virksomhedsinteressen og få det færdige koncept på plads, så man kan teste det.                                                                                                                                 | Der mangler endeligt navn, grafisk identitet, endelig finansiering og distributionssystem samt commitment fra virksomhederne til pilotshop                                                 |
| Dobbelt OP                    | Partnerskabet har været udfordret af, at en af de tre partnere er sprunget fra. Derfor har de brugt tid på at finde en ny, som nu er med om bord. Partnerskabet har gennemført en researchfase, men selve processen har stagneret.                                                     | Målet er at udvikle en prototype der kan vise af second screen teknologien, kan fungere som mere end bare et funktionslag men også et interaktionslag i tv-oplevelsen.                                                   | Partnerskabet har fået indtil 15. september til at fremlægge en fyldestgørende plan for hvordan partnerskabet kan nå i mål ultimo november. Alternativt trækkes støtten fra partnerskabet. |
| Kulturformidling i børnehøjde | Afklaret hvordan det fysiske univers omsættes til en online platform, udviklet tre mulige forretningsmodeller, etableret samarbejde med VisitAarhus og netværk til førende kulturinstitutioner. Skabt kontakt til fonde med henblik på yderligere finansiering og gearing af midlerne. | Udvikling af en prototype af en online univers der formidler kultur i børnehøjde i et samarbejde mellem kultur og turisme. Prototypen og den tekniske løsning er skalerbar og kan anvendes til andre locations.          | Bistand til dialog med potentielle samarbejdspartnere/finansieringskilder i form af 2017, fonde og turismeorganisationer. Brugertest og færdiggørelse af prototype                         |
| Headstart Fashion             | Identificeret behovet for en indsats omkring mode, formuleret mål, afviklet 2 events, etableret et Advisory Board, opbygget et website og etableret en Facebook side og forankret ideen om en modeklynge bredt.                                                                        | Lave en projektbeskrivelse for en modeklynge med Aarhus Kommune, VIA og større virksomheder som partnere.                                                                                                                | Afholde to planlagte brancheevents, bilateral dialog med partnerkreds for at afklare organisation og commitment, lave en projektbeskrivelse af modeklyngen.                                |
| Mapping the Archive           | Gennemført to udviklingsworkshops, de audiovisuelle producenter har påbegyndt konceptudviklingen og MMEx har påbegyndt konkretisering af brugerforståelse og afdækning af fonde mhp finansiering af udvikling af fælles digital platform for formidling af museumssamlinger.           | Beskrive en proces og fremgangsmåde for en offentligt/privat udviklingsproces. En prototype af en konkret løsning og model for forretningsplan og model der kan skabe værdi for regionens virksomheder såvel som museer. | Fortsat konceptudvikling og dernæst præsentation for andre museer og brugere som skal kvalificere konceptet. Sideløbende udvikles der en forretningsmodel for konceptet.                   |
| Patient-ind-                  | Etablering et partnerskabet og forståelse af hinandens                                                                                                                                                                                                                                 | Konceptet for en digital patientjournal skal                                                                                                                                                                             | Styregruppen beslutter hvilke af de mulige                                                                                                                                                 |





MORE.CREATIVE

|                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| kaldelse – fra papir til app | kompetencer. Der er udviklet en proces for at kortlægge og undersøge nuværende behov, forventninger og brugsmønstre. Gennemført 2 styregruppemøder 4 arbejdsgruppemøder. Gennemført en mobile probes brugerundersøgelse, og journalistiske interviews med patienter.                                                                                                                                                                           | raffineres, kvalificeres og beskrives.                                                                                                                                       | koncepter der arbejdes med. Dernæst raffinering og visualisering af konceptet, afsluttende med en leverance.                                                                                                                              |
| RE:MIX Northside             | Afdækket partnerskabsstrukturen de 3 virksomheder imellem. Afholdt fokusgruppemøder med potentielle brugere. Optaget materiale i form af billede og lyd på Northside Festivalen. Afholdt forretningsworkshop med Paul Tyler, lavet research omkring lignende projekter og er pt. i udviklingsfasen omkring app'en.                                                                                                                             | Udvikle en app og sende den til salg i efteråret samt opsamle erfaringer omkring brugerrespons. Undersøge muligheden for at sprede produktet ud nationalt og internationalt. | Færdigudvikle app'en, markedsføre den samt prøve at skabe et reelt salg. Undersøge fremtidige forretningsmodeller, herunder B2B kontra B2C.                                                                                               |
| Shareplay                    | Sparring omkring regionale og nationale satsninger og positionering af Shareplay samt effektnotat målrette nye partnere. Gennemført en workshop omkring udvikling af Shareplayfonden 2.0. med inddragelse af Shareplayagenterne.                                                                                                                                                                                                               | Udvide og styrke Shareplay med gentænkning af eksisterende og udvikling af nye aktiviteter                                                                                   | Gennemføre et møde med væksthuse midt og nord med henblik på at udvikle ideer til hvordan man kan styrke erhvervsfremmearbejdet for cross media virksomhederne. Udarbejde en beskrivelse af next step for Shareplay målrettet politikere. |
| Tematiserede netværksforløb  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                           |
| Erhvervs-service             | Kortlagt alle aktører, og afholdt et netværksmøde. På den manglende opbakning hertil fra etablerede erhvervsserviceaktører ændrede vi strategi. Vi har afholdt et møde med Shareplay om konkret udvikling af nye tiltag inden for erhvervsservice og planlagt møde med væksthuse i Region Midt og Nord mhp at diskutere fire forslag til, hvordan erhvervsserviceindsatsen målrettet kreative kan gøres mere relevant og få større udbredelse. | Udvikle et katalog over ydelser, der kan målrette erhvervsserviceindsatsen med henblik på at udvikle en prototype på et screeningsværktøj samt teste ydelserne i 2014.       | Afholde møde med væksthuse, kvalificere bruttoliste over ideer, lave en samlet projektbeskrivelse for 2014.                                                                                                                               |
| Kreative byer                | Kortlagt alle aktører, afholdt et åbent netværksmøde med                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Afklare hvordan man kan være en kreativ by på                                                                                                                                | Afholde en temadag med oplægsholdere og breakout                                                                                                                                                                                          |



|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | erfaringsudveksling og ideudvikling.                                                                                                                                                                                                                                                                                      | forskellig vis, identificere eventuelle fælles projekter.                                                                                                                                         | sessions, der inspirerer og danne ramme om projektudvikling frem mod 2014, tilbud om bilateral dialog i projektudviklingsfasen. |
| Kreative miljøer og talentudvikling                  | Kortlagt alle aktører, bilateral dialog med CBC/Via og Lynfabrikken, inviteret en eksklusiv gruppe af miljøer til et netværksmøde med henblik på at 1) afklare om der er et fælles projekt 2) etablere et forum for erfaringsudveksling og 3) inddrage internationale erfaringer med kreative miljøer og talentudvikling. | Udvikle et format for et forum for kreative miljøer i regionen som kan danne ramme om fælles projekter og erfaringsudveksling som skal styrke eksisterende miljøer og hjælpe nye miljøer i gang.  | Afholde 2 netværksmøder og afklare endeligt indhold, udarbejde en projektbeskrivelse.                                           |
| <b>Den Kreative Arena</b>                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                 |
| Møder på tværs                                       | Afholdt et netværksmøde for de kreative partnerskaber med henblik på videndeling og skærpelse af projektideer.                                                                                                                                                                                                            | Etablere et netværk for videndeling på tværs af kreative brancher og -aktører reserveret for de kreative partnerskaber i 2013 men med henblik på at åbne netværket for andre i 2014 og fremefter. | Afholde andet og sidste planlagte netværksmøde den 24. september                                                                |
| On-line (website, blog, etc)                         | Udviklet navn og visuel identitet, etableret et website, udarbejdet en kommunikationsstrategi, presseomtale, løbende udarbejdet blogs og nyheder                                                                                                                                                                          | Have en ekstern kommunikationsplatform til at vise More.Creative og positionere Region Midtjylland                                                                                                | Fortsætte med at være synlige.                                                                                                  |
| <b>Konceptudvikling: Creativity World Forum 2017</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                 |
| World Creativity Forum                               | Der har været afholdt to møder med regionen og to møder i arbejdsgruppen. Der er gennemført en skriveproces og der er leveres et notat om ide, koncept og processen.                                                                                                                                                      | Notatet præsenteres for regionen                                                                                                                                                                  | Notatet færdigudarbejdes og afleveres til Regionen                                                                              |

Konkret forventer vi at vi når 2013 er omme står med 4-5 potentielle klynger, der gennem inkubation i 2014 kan udvikles til egentlige klyngeorganisationer, som understøtter nogle af regionens kreative styrkepositioner.

#### 4. Erfaringer og anbefalinger for 2014

På baggrund af vores erfaringer er det vores anbefaling for More.Creative 2014, at initiativet fortsætter med klyngeinkubationsmodellen som omdrejningspunkt og de metoder og aktiviteter, der knytter sig hertil.

Derudover vil det være vores klare anbefaling af More.Creative fusioneres ind i Kulturby 2017 med henblik på at opnå større slagkraft og sammenhæng mellem initiativerne, hvor More.Creative fortsat vil være rygraden i Region Midtjyllands erhvervsrettede indsats for de kreative erhverv. Ved at integrere More.Creative i Kulturby 2017 kan vi sikre at eksempelvis klyngeudviklingen i regi af 2017 får glæde af erfaringerne og processen i More.Creative.

Konsortiet bag More.Creative har allerede gennemført en succesfuld projektudviklingsworkshop med



klyngen for Ruter & Spor, der viste at projekterne i denne klynge har samme udfordringer som partnerskaberne i More.Creative og vi derfor med fordel kan bruge nogle af de samme metoder.

I forhold til videreførelsen af More.Creative som integreret del af Kulturbym 2017 foreslår vi følgende:

- Vi lægger op til at 4-5 udvalgte partnerskaber fra 2013 fortsætter i et intensiveret klyngeinkubationsforløb i 2014. Herefter vil der igen ske en selektionsproces, hvor udvalgte inkubationsforløb – i forskellige tempi – overgår til en egentlig klyngestruktur.
- Samtidig åbnes der for en ny omgang projektmodning i 2014, hvor op til 6 kreative partnerskaber bliver udvalgt. Der vil her blive anlagt en åben bottom-up og markedsdrevet tilgang, hvor det er muligt at ansøge som kreativt partnerskab fra alle kreative brancher. Dog vil vi samtidig aktivere og understøtte at eksisterende og potentielle kreative styrkepositioner i regionen søger om at blive et kreativt partnerskab. På den baggrund vil der være en række nye partnerskaber som 'falder ned i tragten' fra 2015 og frem. Dermed vil der være et bredere udvalg af regionens kreative styrkepositioner som indgår i et inkubationsforløb og/eller etableres som en kreativ klynge på sigt.
- De tematiserede netværksforløb bliver styrket ved i højere grad at blive knyttet til de øvrige eksisterende initiativer. Kreative Byer kobles tættere med konceptudviklingen og forberedelsen af World Creativity Forum, mens Erhvervsservice og Vækstmiljøer tænkes på linje med de øvrige kreative partnerskaber som egentlige projektmodningsforløb der har potentiale til at blive blivende projektorganisationer eller klyngeorganisationer.
- Den Kreative Arena fortsætter både i en fysisk og online form og åbnes fra 2014 for offentligheden, ligesom Arenaen bliver et fælles HUB for inspiration, sparring, erfaringsudvikling og netværk på tværs af projektmodningsforløb, inkubationsforløb og de kreative klynger efterhånden som de realiseres.

