

iKRAFT innovationspuljen
Projektansøgning <i>Digitalt strategiværktøj</i> <i>- oplevelsesorienteret, web-baseret & interaktiv</i>

Primær ansøger og projektleder:

navn: Forsknings- og innovationschef for Interactive Spaces Kaj Grønbæk

virksomhed: Alexandra Instituttet a/s.

adresse: Åbogade 34, 8200 Århus N.

tlf: 89425636

email: kaj.gronbak@alexandra.dk

Øvrige deltagere/partnere:

playscapes denmark ApS.

eBag Solutions A/S

Erhvervsakademi Århus

Dato: 26 / 08 / 10

Indholdsfortegnelse

1	SAMMENFATNING.....	3
2	BAGGRUND.....	4
3	PROJEKTETS FORMÅL.....	4
4	ANDEN FINANCIERING	5
5	PROJEKTBEKRIVELSE	5
5.1	ERHVERVSFREMMEPERSPEKTIV	5
5.2	INNOVATIONSHØJDE.....	5
5.3	SAMARBEJDE	6
5.4	ADDITIONALITET	6
5.5	IT-MÆSSIGT FOKUS.....	7
5.6	PILOTPROJEKT	7
5.7	FORMIDLING.....	7
5.8	EFFEKTDOKUMENTATION.....	7
5.9	FORANKRING.....	8
5.10	MEDFINANSIERING	9
6	PROJEKTORGANISATION	9
7	PROJEKTPLAN.....	10
8	PROJEKTBUDET	11

1 Sammenfatning

Der findes i dag en del strategiværktøjer på markedet, som er med til at strukturere udviklingsforløb for virksomheden i forhold til innovative samarbejdsforløb mellem flere medarbejdere. Efterspørgslen efter produkter, der kan fungere også uafhængigt af tid og sted vokser i takt med, at organisationen i virksomheder forandres: vi arbejder på flextid, i toget, fra afdelingen i udlandet, og på etagen ovenover. Vi arbejder generelt mere selvstændigt, men også i flere projektforsløb på tværs af organisationen.

Det er vores vision, at det digitale strategiværktøj bliver en reel ny løsning i forhold til at arbejde med innovationsprocesser for moderne organiserede virksomheder og institutioner, et værktøj som dels skaber mulighed for flere og hurtigere innovationsforløb i virksomheden, og dels bliver kvalitativt bedre ved at skabe nye arbejds- og samarbejdsformer ved hjælp af moderne teknologier.

Målet er at udvikle et interaktivt og web-baseret strategiværktøj, der bygger på et eksisterende, kreativt værktøj Strategi viaArt: dels at bevare det fysiske værktøjs gode kvaliteter, dels at øge og tilføje nye kvaliteter til værktøjet ved at gøre det digitalt og web-baseret.

Organisatorisk vil et web-baseret strategiværktøj betyde:

- at medarbejdere over afstande kan arbejde sammen om at løse dagligdags strategiske og operationelle udfordringer, uden nødvendigvis at skulle mødes.
- at medarbejdere kan arbejde på samme projekt, men ikke nødvendigvis på samme tid af døgnet.
- at medarbejdere kan arbejde med processen i korte og længere intervaller, afhængig af behovet.
- at materiale/data udviklet under processen gemmes, så det kan anvendes til andre udfordringer - senere eller i andre afdelinger i virksomheden.
- at aftaler, terminer og handlingsplaner fra processen automatisk lægges ind i virksomhedens systemer.



Foto: workshop i Strategi viaArt hos Grundfos

Digitale medier (computer, sociale medier og web) understøtter værktøjets oplevelsesmæssige kvaliteter i selve brugen af værktøjet:

- Værktøjets visuelle metoder er i fokus: farver, former og sammenhænge.
- Interaktiviteten mellem bruger og værktøj bliver højere og mere dynamisk.
- Dialogen mellem deltagerne bliver øget, fordi den ikke er afhængig af tid og sted.
- Et endnu mere styret forløb, som forløber mere indirekte; gør det mere enkelt, underholdende og effektivt at bruge værktøjet.
- En kombination af forskellige digitale medier skaber gode fortællinger, dynamik og afveksling i forløbet.

I forhold til marked og salg vil et web-baseret værktøj betyde:

- Nem salg og distribution også via nettet, herunder muligheder for et internationalt marked.

Alexandra Instituttet og playscapes denmark samarbejder om at udvikle det web-baserede værktøj, eBag Solutions giver adgang til deres hardware.

Værktøjet bliver udviklet gennem brugerinddragelse, så det hele tiden bliver indrettet efter faktiske behov og konkrete erfaringer. Som testere undervejs indgår medarbejdere hos Alexandra Instituttet samt studerende og undervisere hos Erhvervsakademi Århus.

2 Baggrund

Det strategiværktøj, der kommer til at danne udgangspunkt for det digitale strategiværktøj, er Strategi viaArt. Produktet bygger på en kunstneriske proces, som Charlotte Prang, creative director i playscapes denmark, kender fra sit arbejde som maler. Processen forløber over 7 trin.

Set i forhold til andre strategiværktøjer på markedet er styrkerne ved Strategi viaArt, at:

- det er visuelt baseret: abstrakte problematikker bliver udformet visuelt, konkretiseret og gjort overskuelige.
 - det har en høj hastighed / progression: motiverende for samarbejdet og tidsbesparende.
 - det er dialog- og samarbejdsorienteret: ud fra devisen "jo flere der tænker, jo flere gode idéer". Langt de fleste udfordringer kræver gode samarbejder, hvilket processen i værktøjet understøtter.
- (Tina Broberg, Ph.D. i co-creative processes v. Institut for Ledelse, Handelshøjskolen, AU).

Ifølge Vensi Erhvervsnetværk, Komposit Arkitekter MAA og Lenio har Strategi viaArt følgende kvaliteter (udvalgte udtalelser i stikordsform):

Strategi viaArt giver god anledning til og mulighed for dialog. Det kan bruges på mange forskellige typer af problemstillinger. Det visuelle giver andre tanker. Det er meget funktionelt, når det drejer sig om at skabe konstruktive løsninger, man ser ting fra en anden synsvinkel og kommer i dybden med problemer. Komplekse og u håndgribelige problemstillinger visualiseres på overskuelig vis og gøres transparente. Den kreative proces løsner op for tankerne. En forankring af værktøjet i den daglige beslutningsproces vil give et bedre grundlag at træffe beslutninger på.

Siden 2009 er værktøjet blevet udviklet i både indhold og form:

- I foråret 2009 har playscapes udviklet den kunstneriske proces viaArt til et oplevelsesbaseret forretningsudviklingsværktøj for Århus Kommune (Strategi viaArt).
- I efteråret 2009 gennemfører playscapes strategiworkshops for vækstvirksomheder sammen med Væksthus Midtjylland (Strategi viaArt).
- I foråret 2010 udvikler playscapes en version af Strategi viaArt for Væksthus Midtjylland, som kan downloades fra deres hjemmeside, og anvendes uden eksterne konsulenter (Strategi viaArt, download version) (<http://www.startvaekst.dk/vhmidtjylland.dk/viaart>).
- I sommer 2010 mødes playscapes og Alexandra Instituttet og diskuterer værktøjet. Vi finder ud af, at en digital version af værktøjet vil fuldføre den proces, værktøjet har gennemgået løbende, som går ud på at: frigøre innovationsprocessen fra de fysiske begrænsninger den har i dag, give størst mulig styring til medarbejderne, gøre processen endnu mere dynamisk og oplevelsesmæssigt orienteret (digitalt strategiværktøj).



Fotos: Strategi viaArt for Væksthus Midtjylland

3 Projektets formål

Det overordnede formål med dette projekt er at udvikle et procesværktøj, der kan forbinde mennesker i en struktureret udviklingsproces på tværs af tid og sted ved at gøre det interaktivt, multimedialt og web-baseret; innovationsprocesser skal møde færrest mulige forhindringer og begrænsninger, være nemt tilgængeligt og mest muligt interessante at bruge og at deltage i, for at innovation kan indgå naturligt i hverdagen i en moderne organiseret virksomhed.

I dette projekt vil vi kombinere værktøjet Strategi viaArt med en dynamisk, interaktiv proces, som foregår via web. Innovationsaspekterne i dette projekt ligger indenfor to områder:



1) Produktet skaber helt nye samarbejds- og organisationsformer for innovationsprocesser. Denne del af projektet er en helt ny idé. Den digitale platform, der bliver udviklet til det digitale strategiværktøj, vil kunne videreudvikles også til web-løsninger for andre værktøjer.

Idémodningsgraden er 6 for en færdigtestet, interaktiv og web-baseret udgave.



2) Nye medier (computeren og web'en) kræver ny kommunikation, dvs. værktøjet Strategi viaArt skal videreudvikles specifikt til at udnytte de digitale mediers formidlingspotentialer og kommunikationsmuligheder. Værktøjet er gennemtestet, men skal integrere det nye medies muligheder optimalt.

Idémodningsgraden er 2 for innovationsprocessen, hvor 2 henviser til, at ideen er udviklet og værktøjet er testet som workshops og som download version.

4 Anden finansiering - Der er ikke søgt andre puljer om midler.

5 Projektbeskrivelse

5.1 Erhvervsfremmeperspektiv

Samarbejdet mellem playscapes og Alexandra Instituttet vil resultere i et nyt produkt til et marked, der efterspørger innovationsværktøjer. Samtidig kan denne interaktive web-version udvide markedet, da web-versionen kan bruges i nye situationer: innovation kan nu også integreres i situationer, hvor innovation ikke tidligere har været mulig af geografiske, tidsmæssige og økonomiske årsager.

Alexandra Instituttet har som GTS-institut en stor interesse i at være med til at udvikle sådanne løsninger til gavn for danske virksomheder. Opbygningen af dette produkt ligger i forlængelse af vores indsatsområde, specielt indenfor New Ways of Working og Interactive Spaces, som bl.a. arbejder med oplevelsesbaseret IT-formidling (www.alexandra.dk).

Med værktøjet i den interaktive web-udgave får playscapes et nyt forretningsområde, der ligger i forlængelse af deres nuværende produkt, Strategi viaArt. playscapes denmark ApS vil stå for en del af salget af produktet gennem foredrag om værktøjet, salg via firmaets hjemmeside og kontakt til nuværende kundekreds. Desuden vil playscapes tilbyde opfølgende kurser i brugen af det digitale strategiværktøj, samt i kreative web-samarbejder (www.playscapes.dk).

Med udgangspunkt i eBags elektroniske platforme vil der blive udviklet nye tekniske løsninger, hvis indhold kan bruges i andre digitale udviklingsopgaver, dvs. platformen kan også tilpasses, så den kan bruges af virksomheder og institutioner, hvor man har behov for et web-baseret værktøj designet ud fra virksomhedernes eget strategiværktøj. eBag får et forretningsområde i salg af deres del af den elektroniske platform og kan bruges som salgsled, hvor de allerede samarbejder med kommuner i Danmark om digital læring. Her vil værktøjet kunne indgå som en løsning i en større salgs-pakke (<http://www.novi.dk/da/portefolje/portefolje/ebag-solutions.html>).

Derudover kan salg af produktet også ske gennem forhandlere og konsulenthuse, der allerede sælger rådgivning og løsninger til innovation eks.: Solutors, KMD, Rambøll management, KPMG, Ankerhus gruppen, Universe Fonden og lignende.

5.2 Innovationshøjde

Der findes ikke et lignende digitalt strategiværktøj, der arbejder interaktivt og er web-baseret (udbygges nærmere under punkt 5.4 Additionalitet). Målet er at skabe en platform, som skal udnytte de eksisterende teknologier til at understøtte processerne involveret i en innovationsproces. I projektet

opnås innovation ved at kombinere foreliggende viden inden for faglighederne: samarbejde, web-teknologi, interaktiv formidling og oplevelsesøkonomi.

- Samarbejde: der findes en del teorier/undersøgelser og teknologier til at understøtte samarbejde, og viden fra disse kan anvendes til at skabe et operationelt værktøj, der giver brugerne et medie til at kommunikere på en nem måde og uafhængig af tid/sted.
- Web-teknologi: Web-baserede teknologier (Web 2.0/3.0) gennemgår en markant udvikling og disse giver mulighed for, via multimediale indhold, at tilføre processen den nødvendige oplevelse i forbindelse med brugen af værktøjet. Sociale medier vil også tilføre en ekstra dimension til samarbejdsperspektivet.
- Interaktiv formidling: Innovative, oplevelsesbaserede og interaktive brugergrænseflader skal skabe den nødvendige formidling, som skal opretholde samarbejdet i processen.
- Oplevelsesøkonomi: Processerne i værktøjet skal formidles via oplevelser, og det skal være underholdende, men samtidig skal resultaterne fra værktøjet skabe værdi for brugerne.

Fokus på de ovenfor nævnte punkter er nødvendig for at realisere en anvendelig digital version af Strategi viaArt. En anden væsentlig udfordring er at sørge for, at værktøjet er tilgængeligt i gængse teknologier (elektroniske tavler, laptops, notebook, smartphones), og at det er uafhængigt af platforme.

5.3 Samarbejde

Udviklingen af et oplevelsesbaseret strategiværktøj kræver et længerevarende samarbejde mellem to parter med vidt forskellige kompetencer, som oftest ligger indenfor meget forskellige virksomheder - oftest konsulentvirksomheder, som er ret små (hhv. software producenter og konsulenter i innovative processer). Alternativt står store virksomheders egen IT-afdeling selv for udviklingen af strategiværktøjer, men de er sjældent koordineret med virksomhedernes faktiske og praktiske hverdag.

Et tæt samarbejde med innovationskonsulenter og IT-udviklere vil derfor tilføre markedet vigtig viden og inspiration.

Alexandra Instituttet og playscapes denmark er de primære samarbejdspartnere i dette projekt. Desuden indgår eBag med hardware.

playscapes denmark har ikke tidligere arbejdet sammen med en vidensinstitution på det digitale område, og har ikke mulighed for det, da det er en lille virksomhed, der ikke har økonomiske muligheder for forskning i de digitale mediers muligheder.

playscapes bidrager med indholdet i værktøjet ud fra deres kunstneriske proces, øvelserne fra workshops i Strategi viaArt, og erfaringen i brugen af værktøjet Strategi viaArt i download version.

Alexandra bidrager ved at stille det nødvendige hold af forskere og udviklere til at løse de tekniske udfordringer i at lave et webbaseret, dynamisk værktøj, der med en enkel og flot brugerflade kan leve op til brugernes ønsker og krav.

Herudover bidrager Alexandra også med sparring på indholdssiden gennem inddragelse af analyser og forskningsresultater i forhold til arbejdsprocesser mellem mennesker og teknologi, og viden om forskellige innovationsstrategier.

playscapes denmark og Alexandra Instituttet vil indgå i et tæt samarbejde om udviklingen, fordi strategiværktøjets indhold (innovationsprocessen) og form (software, og hardware) er stærkt indbyrdes afhængige.

Erhvervsakademi Århus bidrager som testvirksomhed under udviklingen og afprøvningen med studerende og lærere.

eBag Solutions stiller deres hardware til rådighed mod indtægter ved licenser ved senere salg, men indgår ikke decideret i udviklingen af produktet. eBag platform understøtter brugernes interaktivitet på elektroniske tavler (smartboards), og tilfører dermed det digitale strategiværktøj ekstra værdi i forbindelse med udvikling, afprøvning og afsætning af den endelige platform.



Foto: Workshop i Strategi viaArt med Grundfos

5.4 Additionalitet

Projektets partnere besidder hver især de nødvendige kompetencer til at løfte de beskrevne roller i projektet, men har hver for sig ikke mulighed for økonomisk at gennemføre projektet. Kun med

økonomisk støtte, vil de store innovative potentialer i et samarbejde mellem kreative proceskonsulenter og kreative it-programmører m.fl. kunne realiseres.

Vi mener, at samarbejdet om produktet vil kunne udgøre et foregangsprojekt i forhold til web-baserede værktøjer, som mange virksomheder efterfølgende vil kunne drage nytte af.

Der findes andre innovationsværktøjer på markedet, såsom LEGO Serious play og Vision Pool, men de er fysiske spil, som introduceres ved brug af konsulent. Der findes også produkter, som kan downloades fra nettet, eks. værktøjet ADD Experience (se hjemmeside for Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi: <http://cko.dk/gruppeindlaeg/metode-oplevelsesbaseret-forretningsudvikling-add-experience>).

Ingen af de procesværktøjer, vi har kunnet finde på internettet, bruger de interaktive muligheder, som mediet giver mulighed for, og ingen af de store, internationalt orienterede virksomheder, vi har talt med, kender til et sådan værktøj.

5.5 IT-mæssigt fokus

Projektets særlige IT aspekter ligger i forhold til:

:

- Synkron/Asynkron kommunikation mellem brugerne.
- Anvendelses- og brugertilpassede grænseflader for samarbejde når man er til stede sammen, og når man er alene.
- Udnyttelse af nye webteknologier til at skabe oplevelsesbaseret formidling.
- Skabe ramme for dialog og samarbejde via de sociale medier.
- Anvendelse af mobileenheder for at øge værktøjets tilgængelighed og dermed skabe en bedre kommunikationsplatform.
- Håndtering af multimediale indhold på flere platforme og enheder.
- Fleksibel platform, der kan håndtere flerbrugerkommunikation.

Den brugsdrevne proces vil undervejs tydeliggøre de aspekter som kræver it-mæssig innovation, men den sande innovation ligger dog primært i den proces, der skal flytte værktøjet fra den eksisterende ikke-digitale form til den oplevelsesbaserede, interaktive web-version.

5.6 Pilotprojekt

Der er en lang række aktører, der kan drage nytte af omdannelsen af Strategi viaArt til et digitalt strategiværktøj:

- Institutioner og virksomheder som er moderne organiseret, og arbejder ud fra nye arbejds-metoder.
- Andre producenter af innovationsværktøjer kan bruge erfaringerne med at udnytte de elektroniske platforme interaktivt.
- Principperne i opbygningen af værktøjet kan bruges i interaktive undervisningsmaterialer.
- Det kan bringe innovative arbejdsmetoder ud til en bredere gruppe af aktører til en rimelig pris.
- Da værktøjet er unikt, er der på længere sigt et muligt eksportpotentiale.

5.7 Formidling

Vi vil formidle resultaterne ved at dokumentere testprocessen hos Århus Erhvervsakademi gennem fotografier og evt. video eller elektronisk bog. Ligeledes vil vi formidle det tætte samarbejde mellem IT-udviklere ved Alexandra Instituttet og udviklere af strategiværktøjet hos playscapes.

Formidling vil ske til:

- Eksisterende kontakter til læringsinstitutioner (som allerede præsenterer forskellige kreative værktøjer såsom LEGO serious play og Vision Pool)
 - o Masteruddannelser, for at skabe viden om værktøjet til en generel bruger.
 - o MBA kurser, for at skabe viden om værktøjet hos ledelsen.

- Salgsagenter fra playscapes.
- Mund-til-mund metoden ude i virksomhederne, da de har ydret stor vigtighed af et sådant produkt.
- Et road-show, som besøger f.eks. væksthuse, erhvervsråd, udviklingsråd og interesserede virksomheder.
- Resultater i relevante fagtidsskrifter og vidensnetværker.

5.8 Effektdokumentation

Gennemførelsen af projektet vil resultere i et produkt til et marked, der i de seneste år er blevet klar til, og efterspørger nye innovationsværktøjer. Produktet er allerede efterspurgt og web-versionen åbner for anvendelse af strategiværktøjet i nye situationer og sammenhænge. Derfor ser vi også en mulighed for udvidelse af markedet.

Da der i dag ikke findes web-baserede procesværktøjer, der bruger de interaktive muligheder, vil en væsentlig effekt ved samarbejdet være at bidrage med vigtig viden og inspiration til andre virksomheder, der efterfølgende ønsker at udvikle web-baserede værktøjer.

Desuden kan den digitale platform, der bliver udviklet til dette strategiværktøj, videreudvikles til web-løsninger for andre værktøjer.



Illustration fra Strategi viaArt, download version

Om effekten af et kommende interaktivt web-baseret værktøj, der bygger på Strategi viaArt, siger Steen Hildebrandt, Professor, Ph.D., Handelshøjskolen, Aarhus Universitet:

'Jeg har haft lejlighed til at stifte bekendtskab med det kreative innovationsværktøj Strategi viaArt, som anlægger et helhedsperspektiv på et projekt, fordi alle elementer hele tiden er anskueliggjort: værktøjet er visuelt baseret, og det anskueliggør enkelt og klart ellers komplekse og svært forståelige sammenhænge gennem interaktiv leg med farver og skalaforhold. Værktøjet giver et overblik, som er nødvendigt, hvor ny erkendelse og nye veje skal søges.

En digital udgave af værktøjet tilfører løsninger på flere voksende problemer for virksomheder: det drejer sig om samarbejder, om planlægning, rejseudgifter, og mange møder. Med et digitalt værktøj kan medarbejderen være til stede både i sin egen virksomhed lokalt samtidig med, at medarbejderen er til stede i det pågældende projekt.

Den digitale version af Strategi viaArt er funktionsdygtigt, selvom alle ikke deltager hele tiden, men jo flere deltagere, jo flere tanker, jo bedre løsninger'.

5.9 Forankring

Projektet er dels forankret i et nuværende behov hos eksisterende kunder til værktøjet Strategi viaArt, dels i udtalelser om behov for et produkt, som fungerer uafhængigt af tid og sted.

Forankringen af produktet bliver i høj grad garanteret gennem udviklingsprocessen af det digitale værktøj: det er brugernes behov og tilbagemeldinger der sikrer, at værktøjet er interessant for virksomhederne, og at det er godt at bruge. Vi inddrager derfor en test-proces igennem udviklingen af det digitale strategiværktøj (se punkt 7 Projektplan).

For at sikre, at det digitale strategiværktøj understøtter innovationsprocessen optimalt, også når den bliver web-baseret, vil udviklingen af det digitale værktøj ske på baggrund af analyser af Strategi viaArt og af konsulentens rolle. Analyserne vil blive lavet hhv. af 1) processen som den forløber i Strategi viaArt, når brugerne er samlet i en workshop, og konsulenten styrer processen, 2) processen som den forløber med Strategi viaArt downloadet fra Væksthusets hjemmeside – dvs. ved hjælp af papirmanual og uden konsulent. Resultaterne herfra vil danne udgangspunkt for web-versionen af værktøjet.

Efterfølgende vil interne testere fra Alexandra Instituttet indgå i udviklingen af det web-baserede værktøj. Af eksterne testere indgår Erhvervsakademi Århus med både studerende og undervisere (kontaktperson: Povl Christian Henningsen, lektor i markedsøkonomi). Den eksterne test vil bestå af 2 workshops undervejs i selve udviklingen af værktøjet, samt gennemgang af en konkret case med det endelige produkt.

Det digitale værktøj vil bl.a. blive testet i forhold til it-brugerflader, og samarbejder mellem brugere, der hhv. sidder fysisk placeret omkring samme (stor)skærm i samme lokale, og brugere der sidder fysisk placeret forskellige steder – på forskellige etager i en bygning eller på tværs af landegrænser.

I virksomhedsorganisationen skal værktøjet introduceres til udviklingsafdelingen, hhv. til projektledere. De kan implementere værktøjet i organisationen og bruge det hver gang, et nyt produkt eller proces skal opstartes. Værktøjet kan også bruges til at løse problemer ved eksisterende processer eller produkter.

Udover at introducere værktøjet grundigt til de relevante projektledere i virksomheden ser vi også muligheder for en samarbejdsproces, hvor en konsulent kan deltage via web og guider deltagerne i løbet af innovationsprocessen. Men først og fremmest skal web-versionen gøre organisationer mere 'selvforsynende' også i forhold til innovationsprocesser, dvs. uafhængig af eksperter gennem et styret, let tilgængeligt produkt, som virksomheder kan betale sig fra. (Se punkt 5.9 Forankring).

5.10 Medfinansiering

Medfinansiering til projektet leveres dels i form af virksomhedstimer fra playscapes denmark, undervisningstimer fra ansatte og elever på Erhvervsakademi Århus, og i form af timer fra ansatte ved Alexandra instituttet samt udstyr fra eBag (se punkt 8 Budget).

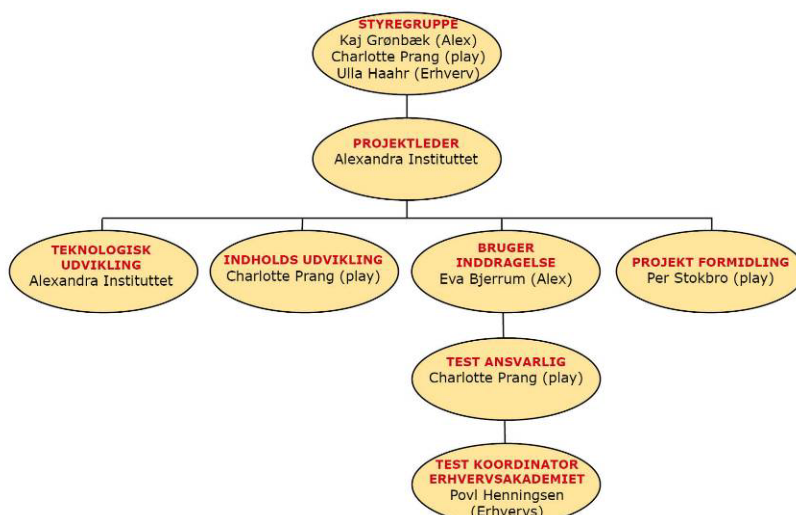
6 Projektorganisation

ALEXANDRA INSTITUTTET A/S er en almennyttig virksomhed i Århus, der arbejder med anvendelsesorienteret IT-forskning. Desuden vil forskellige medarbejdere ved Alexandra Instituttet indgå som testere.

PLAYSCAPES DENMARK APS er placeret i Ormslev ved Viby J. Det er en innovativ virksomhed, som arbejder ud fra en kunstnerisk proces og skaber udvikling til offentlige og private virksomheder. Virksomheden har flere års erfaring med værktøjet Strategi viaArts kreative innovationsprocesser. I projektet står playscapes for udvikling af indholdet i processen til en web-version, samt for efterfølgende formidling og salg.

E-BAG SOLUTIONS A/S udvikler, sælger og implementerer software til folkeskoler som muliggør integration mellem smartboards, mobiltelefoner, computere og projektorer. eBag bidrager dels med deres elektroniske platform, dels som sælgere.

Erhvervsakademi Århus indgår som eksterne testere af produktet (beskrevet i punkt 5.9 Forankring).



7 Projektplan

Projektet løber fra 1.januar – 31.december 2011													
	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	1.10	1.11	1.12	
Udvikling af værktøj													
Analyse download udgave af værktøj													
Gennemgang af værktøj													
Tilretning af øvelser til web													
Nye øvelser													
Udvikling af ny platform													
Indholdsmæssig integration													
Video og grafisk bearbejdning													
Interne tests													
Justering													
Afprøvning af medier													
Justering													
Endelige tests													
Brugerinddragelse													
Løbende kontakt													
1.Test. Erhvervsakademiet													
Interview og deltests													
2.Test. Erhvervsakademiet													
Andre individuelle tests													
Formidling													
playscapes og Alexandras website													
Foredrag													
Introduktions Workshops													
Presse- og medie													
Road-show													
Slutdokumentation													
			M1	M2				M3	M4		M5	M6	M7

Pladsen tillader ikke en detaljeret gennemgang af hver enkelt arbejdsopgave – der refereres til ovenstående diagram.

Der er defineret følgende milestones:

- **M1** (01.04.2011) Strategi viaArt, workshop og download er analyseret og tilrettet mod web, nye øvelser udviklet.
- **M2** (15.04.2011) 1. Test afholdt med Erhvervsakademiet.
- **M3** (15.08.2011) Værktøj Teknologisk udviklet frem til 1. testudgave.
- **M4** (15.09.2011) 2. Test afholdt med Erhvervsakademiet.
- **M5** (15.10.2011) Værktøjet udviklet frem til endelig testudgave.
- **M6** (15.11.2011) Endelige tests udført.
- **M7** (01.12.2011) Digitalt strategiværktøj færdigt til præsentation.
- **M8** (31.12.2011) Formidling gennemført, evaluering af proces gennemført, slutrapportering udarbejdet.

8 Projektbudget

Projektets budget fremgår af tabellen nedenfor.

Som det fremgår, er det ansøgte finansieringsbeløb fra iKRAFT kr. **753.000**

	Vidensinstitution	Virksomheder				Total
	Alexandra Instituttet	playscapes denmark	eBag Solutions	Erhvervs akademi Århus	Virksomhed Total	
Udgifter						
Personel inkl. Rejser	850.000	450.000	5.000	96.000	551.000	1.401.000
Udstyr	-	5.000	100.000		105.000	105.000
Udgifter Total	850.000	455.000	105.000	96.000	656.000	1.506.000
Finansiering					-	-
Ikraft	753.000				-	753.000
Egenfinansiering Personel	97.000	450.000	5.000	96.000	551.000	648.000
Egenfinansiering Udstyr		5.000	100.000		105.000	105.000
Finansiering Total	850.000	455.000	105.000	96.000	656.000	1.506.000

