



Til Styret i Cultiva

Kristiansand, 19.08.15

Innkalling til styremøte i Cultiva

Dato: 21. august 2015
Sted: pr epost

Saksliste:

31/15 Prosjektforslag Cultiva Play & Learn Innovativion Challenge

Med vennlig hilsen

Ansgar Gabrielsen
Styreleder

Erling Valvik
Administrerende direktør



Dato: 19. august 2015
Saksnummer: 31/15
Til: Styret
Møtedato: 21. august 2015
Saksbehandler: Ingebjørg Borgemyr

Cultiva Play & Learn Innovation Challenge

Sammen drag:

Cultiva ønsker å invitere til en idékonkurranse for kreative gründere fra hele verden for å få innspill til hvordan vi kan utvikle Kristiansand som "Barnas by". Hovedfokus skal være spennende byrom, innhold i barnas hus og kreative prosjekter.

Center for Cultural and Experience Economy (CKO) i Danmark utarbeidet et opplegg for gjennomføring av en "Cultiva Play & Learn Innovation Challenge". Idékonkurransen skal gjennomføres som en del av Creative Business Cup som avholdes i København 17. – 18. november 2015.

Formålet med Cultiva Play & Learn Innovation Challenge er å gjøre Kristiansand til en fremtidig "lekende by", og at dette reflekteres i byplanlegging, landskapsutforming og arkitektur. I tillegg har Kristiansand ambisjoner om å lage et "Barnas Hus" som utfordrer barn til kreativitet og lekende læring, hvor de møter og involveres i kunst og kultur og utvikler gode sosiale relasjoner.

Administrasjonen anbefaler at Cultiva inngår en samarbeidsavtale med CKO. Creative Business Cup er et globalt nettverk med deltakere fra mer enn 50 ulike land. Ved å utlyse en slik konkurranse i dette nettverket får Cultiva innsyn i hva unge, kreative gründere rundt omkring i verden tenker om feltet barn og unge, kunst og kultur.

Forslag til vedtak:

1. Cultiva inngår samarbeid med Creative Business Cup for gjennomføring av idékonkurransen "Cultiva Play & Learn Innovation Challenge". Vinneren mottar en premie på 10 000 Euro og muligheten til å realisere sitt prosjekt i Kristiansand.
2. Administrasjonen får fullmakt til å utarbeide en samarbeidsavtale med Center for Cultural and Experience Economy (CKO) i Danmark om gjennomføring av konkurransen innenfor en budsjetttramme på DKR 350 000,-.

Erling Valvik
Administrerende direktør

Vedlegg:	Trykte vedlegg:	Tilbud fra CKO Beskrivelse og juridiske perspektiver Eksempler på verdiskapelse og integrasjon av kreative startups fra Creative Business Cup
	Utrykte vedlegg:	Ingen

Bakgrunn for saken

Center for Cultural and Experience Economy (CKO) i Danmark har utviklet det som de selv kaller for “verdensmesterskap i entreprenørskap for kreative industrier” - Creative Business Cup. Cupen er en idekonkurranse for oppstartsvirksomheter og kreative gründere fra hele verden.

Det arrangeres en hovedkonkurranse hvor vinnerne får pengepremier og noe mer. Deltakerne i den globale finalen får også:

- Rådgivning og nettverksmuligheter med den internasjonale juryen
- Seminarer og workshops på hvordan utvikle sin egen virksomhet
- Seminarer om hvordan skaffe seg finansiering
- Investormøter (pitching) og nettverksmuligheter med investorer
- Eksposering i internasjonale og sosiale medier
- Internasjonalisering
- Business to Business matchmaking
- Mange gode opplevelser

I tillegg til hovedkonkurransen er det i 2015 lansert ulike sektorspesifikke konkurranser – “CBC Innovation Challenges”. De ulike sektorene er:

1. **Arla Food Innovation**

Arla Denmark invites creative entrepreneurs from around the world to present a human centered concept with a high level of creativity and great market potential.

2. **Health**

Physical and holistic health and wellbeing from creative concepts related to medical industries to active living such. All concepts related to the active body and mind.

3. **Smart Sustainable living**

Concepts and physical structures that define the surroundings of the daily lives of people from city planning, housing to materials and even events and venues that make places come to life.

4. **Cultiva Play & Learn**

Cultiva is inviting all creative teams with ideas and examples on how to have the city of Kristiansand, Norway grow into the Capital of Children

5. **ACE Creative– European ICT creatives**

New software, user interfaces and ICT related services and entertainment such as gaming, social media and Art & Tech concepts. (Eligible for EU Countries only).

Creative Business Cup beskriver Cultiva Innovation Challenge på følgende måte:

Help create the Capital of Playfulness, win prizes and join the world championship for entrepreneurs in the creative industries!

Jun 25, 2015

The Cultiva Innovation Challenge is your chance to show how your innovative idea can help build a local community into a Capital for Playfulness in Kristiansand Norway, where children of all ages can engage in playful learning and embrace creative thinking

The Cultiva Foundation and Creative Business Cup are launching the Cultiva Play & Learn Innovation Challenge – an initiative to help make Kristiansand in Norway the Capital of Playfulness. The focus of the Cultiva Play & Learn Innovation Challenges is on human capital and embracing the wonderful world of imagination and creativity in children.

Why join?

- This can be the platform, you need to bring your idea to life. The first step is a direct invitation with airfare and accommodation included to selected teams entering the challenge to come to Creative Business Cup in November.
- Cultiva Play & Learn Innovation Challenge offers a first prize of Euro 10.000 and a chance to work with us in Norway in 2016.

What is the Cultiva Play & Learn Innovation Challenge?

The aim of the Cultiva Play & Learn Innovation Challenges is to transform the city of Kristiansand into a future Capital of Playfulness and have this reflected in the city planning, landscaping and architecture. Moreover, the goal is to create a House of Children to foster creativity, playful learning and to create a space where children can interact and become involved in arts, culture and create new positive social relations.

We are looking for SMEs and entrepreneurs who can demonstrate concepts and skills that will:

- Integrating playfulness and creativity in the city structure and landscape.
- Provide content, new ideas or framework for a future 'House of Children'.
- Use culture, playfulness to foster creativity, cognitive and socio-emotional skills in children.

How to join

All Creative industries startups and creative teams are welcome in the challenge. There are two ways to participate:

1. Participate in your national Creative Business Cup competition and be selected for the Play & Learn Innovation Challenge. [Find your National Partner.](#)
2. If your national competition has already been held or if you are entering from a country without a national partner, you can submit your concept via this link: [Join Creative Business Cup Innovation Challenge](#)

Remember to tag your submission with the Play & Learn Innovation Challenge tag

Read more about the Cultiva Play & Learn Innovation Challenge and how to join [here](#)

Case example:

Cardboardia – a new way of thinking urban planning

Cardboardia creates cities made out of cardboard and travel the world building events and cardboard cities. Cardboardia is not just a company name, but also the name of a country build out of cardboard. Cardboardia has its own currency and laws and if you wish, you can become an official citizen of Cardboardia.

Cardboardia is an example of how creative thinking, design, world building and playful imagination can create completely new spaces where innovation is the keyword.

You can read more about the world of [Cardboardia here](#)

Creating the Capital of Playfulness can be done in a variety of different ways. Our hope is that you have a new and innovative idea to help unravel the potentials of Kristiansand. Go to www.creativebusinesscup.com/cultiva now, to learn all about the Cultiva Play & Learn Innovation Challenge and to submit your idea.

Konklusjon

Administrasjonen anbefaler at Cultiva inngår en samarbeidsavtale med CKO om gjennomføring av Cultiva Play & Learn Innovation Challenge i årets utgave av Creative Business Cup som avvikles i midten av november 2015. Cultiva vil dermed få muligheten til å iverksette en eller flere av de påmeldte prosjektidèene allerede i 2016.



Creative Business Cup

Cultiva Play & Learn Innovation Challenge -
Børn, Kunst og Byrum
Innovation med kreative startups

Creative Business Cup - en åben og innovativ platform for Cultiva Play & Learn / Børn, Kunst og Byrum

Creative Business Cup tilbyder en platform, hvor Cultiva kan møde verdens bedste iværksættere i verden fra de kreative erhverv.

Med lanceringen af Cultiva Play & Learn Innovation Challenge med fokus på Børn, Kunst og Byrum får I en uvurderlig mulighed for at skabe synlighed af fondens værdier: levekårsorienteret, engageret og modig. Samtidig, får tusindvis af iværksættere fra over 55 lande mulighed for at præsentere deres bud på de nyeste løsninger indenfor børn, kunst og byrumsudvikling. Creative Business Cup gør det muligt for Cultiva at insource de bedste iværksættere og deres ideer både i form af viden og trends og i form af konkrete løsninger, som kan bringes i spil i udviklingen af aktiviteter og projekter i børnenes kulturby – Kristiansand.

En Innovation Challenge er kort fortalt:

- Et globalt kald til verdens startups i de kreative erhverv. Kaldet er formuleret af Cultiva med assistance fra Creative Business Cup.
- Vurdering og screening af de bedste startups inden for feltet. Creative Business Cup forestår denne proces, så det bliver let sammen at udpege de rette.
- Invitation af udvalgte iværksættere til den globale finale i Creative Business Cup i København. Creative Business Cup sikrer at dette sker.
- Aktiviteter under Creative Business Cup: Præsentation af de udvalgte startups. En konkurrence, hvor en højt kvalificeret jury finder én eller flere vindere. Møder mellem Cultiva og de udvalgte startups. Creative Business Cup identificerer jury, tema speakers og står for afvikling. Cultiva står for inspiration til valg af jury og talere.
- Synliggørelse af Cultiva og fondens værdier under Creative Business Cup globale finale.

Hele processen understøttes af en global kommunikationsindsats både til de tusindvis af startups i de 150 lande og organisationer i Global Entrepreneurship week og de mere end 50 nationale partnerorganisationer i Creative Business Cup.

Cultiva Play & Learn - Børn, Kunst og Byrum Innovation Challenge vil positionere Cultiva som global frontløber for internationalt samarbejde der skaber lokal værdi:

- **Talentudvikling og talentinsourcing:** En Innovation Challenge søger globalt talent, udvikler det og bringer det i første omgang til møder i CBC og dernæst de bedste til udvikling i Kristiansand - Børnenes Kulturbym.
- **Kompetenceudvikling:** Kernen i hele Creative Business Cup konceptet er kompetenceudvikling som gør flere kreative og kunstnere og startups i kreative erhverv i stand til bæredygtig udvikling.
- **Nye muligheder:** Skabes når de bedste startups efterfølgende engageres i udvikling i Kristiansand og med aktører i Kristiansand. Disse bidrager til nye løsninger i samfundet inden for feltet børn, kunst og byrum.



Aktiviteter og budget

Rammer

Creative Business Cup præsenterer her aktiviteter baseret på at:

- Rekrutteringen sker globalt med kommunikation til alle CBC lande.
- Fem personer, samlet op til ti personer i 5 teams, transporteres til finalen i november. Disse personer får dækket transport og ophold. Og får mulighed for at pitche i denne Innovation Challenge.
- Arbejdet med globalt kald og screening forestås af CBC.
- Cultiva tilbydes selv medlemskab af juryen i Innovation Challenge og CBC assisterer med at rekruttere den øvrige jury og bringe dem til finalen. Budgettet er baseret på to jurymedlemmer rekrutteret og transporteret til finalen.
- Cultiva og Creative Business Cup udvikler sammen en præmiepakke, der gør det muligt for Cultiva at få de rigtige statusps til at bidrage med lokal værdi i Kristiansand efter Creative Business Cup.

Aktiviteter

1. Udvikling og kommunikation (Sommer)

Creative Business Cup	Cultiva
- Udvikle Innovation Challenge kriterierne sammen med Cultiva (gennemført se bilag 1). - Udvikle og definere præmier sammen med Cultiva (gennemført) - Kommunikation til de nationale partnere i de deltagende lande (igangsat) - Markedsføre i hele CBC-netværket og – platforme (igangsat) - Samarbejde med nationale partnere (igangsat) - Engagere online screenere - Rekruttere den internationale jury	- Udvikle Innovation Challenge kriterierne sammen med CBC - Udvikle og definere præmier sammen med CBC

2. Gennemgang og bedømmelse (September - Oktober)

Creative Business Cup	Cultiva
- Gennemgang og online-bedømmelse af alle startups i et konkurrencestyringssystem - Første/anden liste præsenteret og diskuteret af screenere/juryen - Bestilling af rejser og ophold for en af de internationale dommere	- Deltage i screening (valgfri)

3. Invitation af udvalgte startups (September - Oktober)

Creative Business Cup	Cultiva
- Forberedelse af startup-deltagelse i internationale finaler - Visumkrav og ansøgninger	- Deltage i screening (valgfri) Vi foreslår dog, at Cultiva er involveret i det endelige valg.

4. Bestilling af rejser og ophold for op til 10 deltagere (September – oktober)

Creative Business Cup	Cultiva
- Forberedelse af startup-deltagelse i internationale finaler - Visumkrav og ansøgninger	

5. CBCs internationale finale i København - pitching og bedømmelse

Creative Business Cup	Cultiva
- Afvikling af Innovation Challenge I den globale event - Startups pitcher foran Børn, Kunst og Byrum Innovation Challenge-juryen - Servicering af jury og startups - Valg og præsentation af startups til CBC prisuddelingen	- Speak ved Innovation Challenge (valgfri) - Deltagelse i jury (valgfri) - Møder med startups - Overrækkelse af præmier til finale (valgfri)

Budget

Aktivitet	Organisation CBC	Eksterne omkostninger DKK	
Udvikling og kommunikation		Global kommunikationsindsats 85.000 DKK	
Gennemgang og bedømmelse		Screeningsproces 35.000 DKK	To jurymedlemmer 28.000 DKK
Invitation af udvalgte startups		Forberedelse og assistance 27.000	
Bestilling af rejse og ophold for op til ti deltagere			Op til 100.000 DKK
CBCs internationale i finale		Faciliteter og service 20.000 DKK	Værdi af præmier 75.000 DKK
Øvrige udgifter mod dokumentation fra CBC – kan transformeres til andenpræmie		50.000 DKK	

Det samlede budget er 167.000 DKK plus omkostninger til transport og ophold for op til 128.000 samt værdien af præmier. I alt 407.000 DKK.

Profilering og synlighed

Creative Business Cup tilbyder partnere en lang række markedsføringsmuligheder. En stor del af CBCs profileringsaktiviteter foregår løbende hen over året, hvilket giver mulighed for kontinuerlig eksponering i CBC netværket. I november ved den internationale finale, er der lejlighed for særlig markant eksponering.

Global markedsføring i 2015

- Kontakt til verdens mest innovative startups
- Logo/navn på forsiden af www.creativebusinesscup.com
- Nyhed om partnerskab deles på hjemmesiden
- Brug af Creative Business Cup logo i et helt år
- Fremstød i sociale medier (alle/valgte)
- Logo/navn på Creative Business Cup brochurer
- Logo/navn på CBC invitation og program
- Partnerskab promoveres i CBC-netværket og til alle 150 partnere under Global Entrepreneurship Week
- Logo/navn på Global Entrepreneurship Week's hjemmeside, www.gew.co på CBC siden
- Pressemeddelelser om partnerskab til internationale medier
- Promovering i CBC nyhedsbreve med logo/navn
- Logo/navn i CBC pressemeddelelse

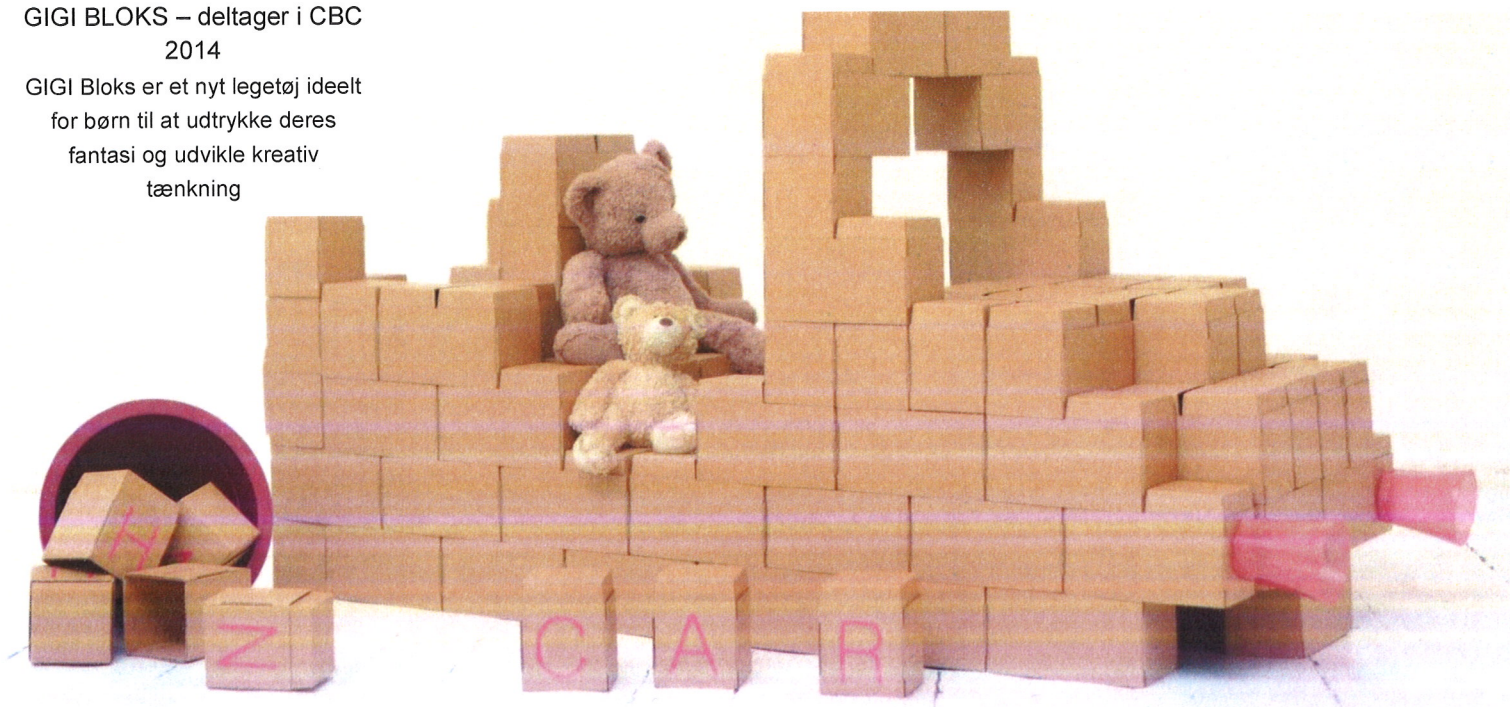
Globalt salgsmeststød under afholdelsen af den international Creative Business Cup

- Logo på CBC baggrund, program etc.
- Adgang til CBC vinder og udvalgte iværksættere
- Invitationer til Creative Business Cup Startup-dag for VIP's, gæster og medarbejdere
- Invitationer til Creative Business Cups sociale events og netværksevents for VIP's, gæster og medarbejdere
- Invitation til Creative Entrepreneurship Conference & Award Show
- Være med til at foreslå og dække udgifterne til et medlem af den internationale jury
- En præmie sponsoreret og overrakt af en partner i CBC Award Show med mere end 600 internationale deltagere og verdenspressen
- Være med til at foreslå og dække udgifterne til en hovedtaler til CBC prisuddelingen
- Kontakt med alle startups ved udbydelse af webinars i løbet af september-november
- Afvikle seminarer eller sociale events under Creative Business Cup finalerne

Eksempler på Startups: Børn, Kunst og Byrum Creative Business Cup

GIGI BLOKS – deltager i CBC
2014

GIGI Bloks er et nyt legetøj ideelt
for børn til at udtrykke deres
fantasi og udvikle kreativ
tænkning



CASE: Cinema dell'Arte / ROKOKO

Cinema dell'Arte er en ny kunstform der kombinerer film, teater og computeranimation. Kernen i Cinema dell'Arte er fortælling, historier og levende figurer, der kan interagere med de børn der ser forestillingen. Modsat film kan figurerne kommunikere med publikum og modsat teater kan tusindvis af børn og voksne opleve forestillingen på samme tid og figurerne kan transformere sig via computergrafik.



Denne nye kulturform fremmer børnenes interaktion og fantasi frem for at reducere dem til passive modtagere af historier. Børnene er aktive fysisk og hopper og klapper mens de oplever teater i øjenhøjde. Og børnene elsker det, netop fordi de er med til at skabe oplevelsen.

Integration

Konceptet baserer sig på et teknologisk setup, hvor motion capture dragter på skuespillere giver dem mulighed for at være i en rolle i form af en digital figur. Figurene er udviklet så de er et software der reagerer på bevægelserne i dragterne.

En måde at integrere konceptet i Kristiansand kunne være at lade Cinema dell'Arte være et element i Børnenes hus ved at:

- Indkøbe teknologien fra den kreative virksomhed
- Indrettet rummene i Børnenes Hus så, de er ideelle til denne interaktionstype
- Indgå en kontrakt med Cinema dell'Arte om at de oplærer 2-3 børneteatertrupper i Kristiansand i den tekniske brug, således at ejerskab bliver lokalt – og sproget bliver norsk.

En anden måde konceptet kan integreres er i hele byen. Den tekniske løsning kræver blot a) en flade at projicere historierne på, b) et kamera til at filme publikum som oplever projektionen så dette kan vises for skuespillerne samt c) et rum til afvikling med dragt og computer. En sådan model kunne bestå af:

- Udvælgelse af 2-3 overfalder i byrummet – eksempelvis siderne på bygninger på torvepladser.
- Opsætning af teknik så Cinema dell'Arte kan vises på disse flader
- Teater i byen der interagerer med publikum afviklet på de valgte overflader
- Indgå en kontrakt med Cinema dell'Arte om at de oplærer 2-3 børneteatertrupper i Kristiansand i den tekniske brug, således at ejerskab bliver lokalt og sproget bliver norsk.
- Fremtidig mulighed: Afvikling af indhold fra platformen der baserer sig på leg og spil som rækker ud over teater.

Case: Cardbordia, Rusland / Holland

Kunstnerisk byrumsudvikling med karton: Cardboard. Teamet bag Cardbordia engagerer sig i udvikling af nye bydele eller byrum og opbygger kreative installationer i det midlertidige materiale. De indbyder det omgivende samfund til at være med til at bygge en ny vision for byen og for lokalområdet. Deres byggerier er så exceptionelle at de ofte er en attraktion i sig selv. I nogle tilfælde har op til 300.000 gæster besøgt deres byrumsinstallationer.



Cardboardia er fokuserede på børn. Fordi det med karton er meget let at bygge sine visioner, er det muligt at bygge børnenes visioner og i så stor størrelse, at det rent faktisk opleves som en by for børnene. De kan selv have deres egne roller og aktiviteter i byen mens den bygges og være med til at udvikle tankerne om byen.

Integration

Cardboardia kunne involveres i at synliggøre den samlede vision for Kristiansand som børnenes hovedstad. Dette kunne ske ved at:

- Vælge et sted at bygge børnenes by i karton.
- Invitere alle byens skoleklasser og institutioner mv. til at bygge med og være en del af byen
- Inviterer lokale kreative og kulturinstitutioner med til at bygge og til at bruge visions-byen eksempelvis til teater, koncerter eller andre kulturformer. Derved inviterer byen til at komme og opleve sin egen fremtid.
- Anvende ideer og visioner til at bygge videre på strategien.
- Modellen kan forventeligt fungere på konsulentvilkår eller som et Cultiva projekt

En anden måde at integrere koncept på kunne være at indrette en del af børnenes hus med fokus på netop denne type leg for børn. Samspillet kunne være:

- Udvikling af lokaler i Børnenes Hus og indkøb af materialer
- Træning af en håndfuld eksperter – eks. lokale kunstnere
- Etablering af et Norsk Cardboardia franchise i Kristiansand. Denne lille virksomhed kunne levere aktiviteter i Børnenes Hus, men også sælge Cardboardia konsulenttydelser i resten af Norden.



CASE: Odysseé – We create Participation



Odysse er en dansk kreativ virksomhed som har sin historik i rollespil og leg. I dag er virksomheden eksperter i at udvikle læringsrige skoleoplevelser og at skabe legende formidling til børn.

Eksempelvis har virksomheden:

- Udviklet et spil om den kolde krig, hvor skoleklasser kan spille henholdsvis Rusland og USA, og hvor eleverne gennem forhandling og strategi samt fysisk at løbe rundt i en gammel bunker, lærer hvad den kolde krig var, og hvilke følelser man havde af den lurende trussel om atomkrig.
- Udviklet en musketerskole til Det Kongelige Teater i Danmark. Skolen er for alle de børn der er med deres forældre i teatret for at opleve 'De tre musketerer'. Børnene lærer selv at være musketerer og lærer hvem helte og skurke er – og forstår efterfølgende den ellers ikke særligt børnevenlige historie.

Integration

Kernen i virksomheden er dens evne til at omsætte en læringsproblematik til leg og spil til en specifik aldersgruppe. En virksomhed som denne vil kunne integreres i Cultivas strategi ved at:

- Sammen med lokale skoler skabe læringskoncepter om en særlig tidsalder. Dette fungerer optimalt i tilfælde hvor en bygning, en kulturinstitution eller lignende har relation til historien. Det kunne være

Batteri Vara eller Kulturhuset.

- Den oplagte samarbejdsform vurderes at være, at invitere en sådan virksomhed til Kristiansand til møder med nogle af de lokale aktører, så de sammen kan definere udfordringer, læringsperspektiver og spil. En virksomhed som denne vil med stor sandsynlighed sammen med en eller flere lokale norske partnere kunne indgive en meget kvalificeret fælles ansøgningen til Cultiva-fonden.

Praktiske perspektiver på Innovation Challenges i Creative Business Cup

Denne del af dokumentet beskriver, hvordan Creative Business Cup (CBC) håndterer de aftalemæssige perspektiver i Innovation Challenges. Dvs. forholdene mellem de der sponserer en innovation challenge og de kreative startups.

Da integration og gensidig udvikling i innovation challenges kræver udveksling af viden, er der potentielt risiko for at én partner snyder en anden. Den centrale viden i CBC er den viden som består i de kreative iværksætteres innovative koncepter og ideer. CBC ønsker at denne viden, ideerne og koncepterne skaber fælles udvikling med en respekt for de kreatives ejerskab over egne ideer og koncepter.

Basis – Creative Business Cup

Creative Business Cup Innovation Challenges fungerer integreret i Creative Business Cup. I CBC submitter de kreative startups deres forretningskoncept i en skabelon i systemet/programmet Yoonoodle. Dette er et internationalt konkurrencemodul som er anvendt af hundredevis af konkurrencer på globalt plan.

Virksomheder / startups indgår under følgende forudsætninger:

- Virksomheder / startups orienteres om, at læsere af deres koncepter ikke underskriver en NDA. CBC anbefaler at virksomheder der er i tvivl om deres immaterielle rettigheder, søger konsultation hos eksperter i ophavsret.
- Af samme grund understreges det, at virksomheder ikke submitter dele af deres koncept som vedrører deres immaterielle rettigheder.

Dette betyder, at nogle virksomheder vælger ikke at deltage i CBC. Det accepterer vi. CBC har undersøgt alternativet hvor alle der læser koncepterne inkl. jury underskriver en NDA. Det har dog vist sig, at CBC ikke i praksis har mulighed for eventuel retsforfølgelse af svig mod en NDA. Af denne grund har vi valgt modellen uden NDA.

For virksomheder der vælger at deltage gælder:

- Virksomhederne angiver i deres submission, hvordan de har sikret deres immaterielle rettigheder; patenter, designs, logo, bands.

CBC oplever, at de fleste virksomheder har beskyttet deres rettigheder, eller har kendskab til, at det ikke er muligt for dem at beskytte rettighederne. Enkelte angiver, at de er usikre på, hvordan deres immaterielle rettigheder skal beskyttes. Faktum er, at alle startups er gjort opmærksom på, at CBC ikke kan beskytte deres rettigheder og at de i tvivlspørgsmål bør søge privat assistance.

Det er CBCs erfaring, at for langt de fleste koncepter hvor rettigheder ikke kan sikres, alligevel er et ønske fra den kreative parts side om at dele viden, dels for at få kvalificeret feedback og dels for at indgå i nye partnerskaber. Dette skyldes at selvom de kreative virksomheder deler deres viden, er de fortsat i besiddelse af deres kreative kompetencer der gør det muligt at realisere koncepterne i praksis.

Innovation Challenges og screening

Creative Business Cup inviterer på dette stadie screenere til at se forretningskoncepterne. Screenere vurderer koncepterne ud fra:

- Seedning af nationale vindere
- Vurdering af hvilke startups, der er 'most investable'
- Vurdering af hvilke startups, der skal deltage i Innovation Challenges under CBC i november

Screenere der indgår i disse aktiviteter gør dette under en gentleman-agreement, hvor de har samme mål som Creative Business Cup; at fremme deltagernes interesse og forretningsudvikling.

Pitching offentligt

Til den internationale finale pitcher deltageren offentligt. Deltagerne er – igen - informeret om, at de bør præsentere deres virksomheder således, at de ikke afgiver dele af deres immaterielle rettigheder. Modellen anvendes i mange startup-konkurrencer i hele verden.

Fra pitching til Innovation Challenge

I Innovation Challenges er virksomhederne rekrutteret særligt i relation til udfordringer i virksomheder eller organisationer. Ved igangsættelse af en Innovation Challenge indgår virksomheden eller organisationen samme gentleman agreement som screenere; at målet er fremme de kreatives interesse.

Organisationer og virksomheder som har igangsat en Innovation Challenge får ikke ejerskab til de kreatives koncepter ved at præmiere dem som vindere.

Derimod får de adgang til en praktisk dialog om, hvordan et samarbejde på markedsvilkår vil kunne etableres. Eksempelvis:

- Cultiva kommer i dialog med en kreativ virksomhed som kan leverer indhold til Børnenes Hus. Cultiva og den kreative virksomhed indgår efterfølgende en aftale hvor virksomheden sælger konsulenttimer til udviklingen af Børnenes Hus eller konceptet og etableringen af det købes af Cultiva i form af en projektfiansiering.
- ARLA, som gennemfører en Food Innovation Challenge, kommer i dialog med en kreativ virksomhed og opkøber virksomhedens patent eller indkøber virksomheden til at markedsføre produkter i Sydamerika.

Formidling og kommunikation

Creative Business Cup har ret til at formidle iværksætteres koncepter som cases, så længe målet er at fremme virksomhedernes interesse og at skabe rollemodeller for andre i de kreative erhverv.

Creative Business Cup tager sig af:

- Rekruttering og dækning af inviterede startups og taleres rejseudgifter
- Organisering af en højprofileret og succesfuld begivenhed; den internationale finale i København
- Udarbejdelse af et udkast til dagsorden, udvælge gæstetalere og moderatorer
- Tiltrække publikum fra regionen/landet
- Tiltrække den regionale/nationale presses opmærksomhed
- Sikrer at CBC kernegruppen har det fulde ansvar for: generel ledelse, indhold, logistik, sponsorering og markedsføring/mediekontakter
- Markedsføring af eventen via CBC's hjemmeside og støtte af markedsføringsaktiviteter
- Markedsføring af eventen på adskillige andre internationale konferencer og højtprofilerede møder
- Håndtering af eventen på under-websider på <http://www.creativebusinesscup.com/cultiva>
- Invitation og bekræftelse af invitationer til jurymedlemmer og talere
- Vejledning af organisationen og forberedelse af eventen

Kontakt

Rasmus Wiinstedt Tscherning

E-mail: rwt@cko.dk

T: 4632 0030 / M: 2840 4668

www.creativebusinesscup.com



Om Creative Business Cup

Creative Business Cup (CBC) er et globalt og vidtrækkende initiativ, der støtter nystartede iværksættere fra de kreative erhverv. Creative Business Cup understøtter potentialet for vækst blandt startups og fremmer en innovationsafsmittende effekt på andre brancher. CBC matcher de kreative kompetencer med kommercielle kompetencer og skaber netværk, udvikling af iværksætteri, adgang til finansiering og internationalisering – alle afgørende elementer for at skabe høj vækst blandt iværksættere og startups i de kreative industrier.

Global Entrepreneurship Week

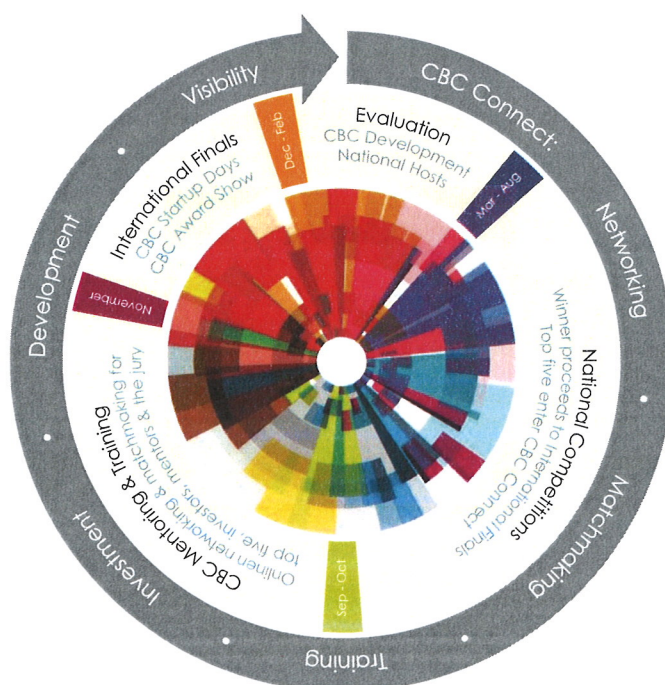
Creative Business Cup er en særlig event under Global Entrepreneurship Week (GEW) og et initiativ støttet af Kauffman Foundation (www.kauffman.org). CBC er en af de fem største begivenheder af sin art på verdensplan og promoveres aktivt i mere end 150 lande over hele kloden. Et helt års arbejde med at fremme iværksætteri, innovation og konkurrenceevne i de kreative industrier foregår nationalt, regionalt og internationalt. Kernen i CBC er den globale konkurrence for kreative nystartede virksomheder – en årlig begivenhed, hvor der er skabt en række relaterede helårige aktiviteter i relation til.

I år lanceres Innovation Challenges

Iværksættere i de kreative erhverv er ofte mestre i at transformere andre virksomheder og samfundet omkring dem, som eksempelvis når spil, film og leg anvendes i læring og træning; når design, gastronomisk håndværk og arkitektur anvendes til at styrke behandlinger i sundhedsvæsenet og når scenografer og skuespillere udvikler salg- og brandingmuligheder for virksomheder. Derfor lancerer CBC i år følgende fem innovation challenges:

- Play & Learn Challenge
- Food Innovation
- Health Innovation
- Smart Sustainable Living
- ACE – European ICT Creatives

Læs mere her: www.cko.dk/creative-business-cup-lancerer-innovation-challenges



Bilag 1 – Call til kreative i hele verden

CULTIVA Play & Learn Innovation Challenge

Imagine we could make better living conditions and better lives in our local communities and cities. We – the Cultiva Foundation - strive to live that dream every day by supporting arts, cultural institutions, innovative projects, city planning and creative milieus in Kristiansand, Norway.

We know that entrepreneurs in the creative industries are experts in bringing imagination and creativity to life and have skills and concepts to engage children of all ages. The Cultiva Play & Learn Innovation Challenge is for all entrepreneurs and creative teams who share our dream.

Why join?

- If you share our dream – we can be the platform you need to bring it to life. The first step is a direct invitation with airfare and accommodation included to selected teams entering the challenge to come to Creative Business Cup in November.
- Cultiva Play & Learn Innovation Challenge offers a first prize of Euro 10.000 and a chance to work with us in Norway in 2016.

Who are we looking for?

We are inviting all creative teams with ideas and examples on how to have the city of Kristiansand, Norway grow into the Capital of Children by:

- Integrating playfulness and creativity in the city structure and landscape.
- Provide content, new ideas or framework for a future 'House of Children'.
- Use culture, playfulness to foster creativity, cognitive and socio-emotional skills in children.

Winners of the challenge are expected to be integrated in the solutions of one or more concrete projects in 2016.

Criteria

The winners of the Cultiva Play & Learn Innovation Challenge will be SMEs and entrepreneurs who can demonstrate concepts and skills that will:

- Foster creativity and human capital in children of all ages.
- Demonstrate new and innovative approaches in engaging children in arts, playfulness, culture and new positive social relations
- Imprint the life of the children and thereby strengthen the children, their families, the local area and potentially the city
- Perhaps target one or more age groups but are open to a diverse field of cultures, ethnicities, gender etc.
- Likely integrate the space and the city in new ways

How to participate?

There are two ways to participate in the Cultiva Play and Learn Innovation Challenge:

1. Participate in your national Creative Business Cup competition and be selected for the Play & Learn Innovation Challenge. Find your National Partner [here].
2. You can join as a parallel entry for startups and creative teams or an entry from a country without a national partner here. In order to join you must upload your business concept. [Link] Remember to tag your submission with the Play & Learn Innovation Challenge tag.

Deadlines

- For startups / teams from countries needing a visa to Denmark August 30th
- For startups from other countries September 30th

Find out if you need a visa here. [Link]

About Kristiansand and the Cultiva Foundation

Cultiva – Kristiansand Kommunes Energiverksstiftelse – was established 6. December 2000 by the Municipality of Kristiansand to ensure that a portion of the profits made from selling shares in Agder Energy Ltd. will be of lasting benefit to the community.

Find more information about Kristiansand here: <https://en.wikipedia.org/?title=Kristiansand>

Cultiva is organised as a public foundation. The aim of the Foundation is to secure jobs and good living conditions in Kristiansand by providing grants to projects which set up art, cultural, and educational institutions or organisations that contribute to innovation, development and competence-building within the creative milieu of Kristiansand.

Read more about Cultiva here: <http://cultiva.no/english/>

Roskilde 23. juni 2015

Vedr. CULTIVA Play & Learn Innovation Challenge – Børn, Kunst og Byrum

Juridiske perspektiver på Innovation Challenges i Creative Business Cup

Dette dokument beskriver, hvordan Creative Business Cup (CBC) håndterer de juridiske perspektiver i Innovation Challenges.

Målene med Creative Business Cup Innovation Challenges er:

At integrere kreative startups med andre virksomheder- og organisationers- udfordringer, så samme skaber forretningsudvikling til glæde for begge parter.

At synliggøre at kreative kompetencer kan bringes i spil i sammenhænge der løser vigtige udfordringer på samfundsmæssigt- og på virksomhedsniveau.

Da integration og gensidig udvikling kræver udveksling af viden, er der potentielt risiko for at én partner snyder en anden. Den centrale viden i CBC er den viden som består i de kreative iværksætteres innovative koncepter og ideer. CBC ønsker at denne viden, ideerne og koncepterne skaber fælles udvikling med en respekt for de kreatives ejerskab over egne ideer og koncepter.

Basis – Creative Business Cup

Creative Business Cup Innovation Challenges fungerer integreret i Creative Business Cup. I CBC submitter de kreative startups deres forretningskoncept i en skabelon i systemet/programmet Younoodle. Dette er et internationalt konkurrencemodul som er anvendt af hundredevis af konkurrencer på globalt plan.

Virksomheder / startups indgår under følgende forudsætninger:

- Virksomheder / startups orienteres om, at læsere af deres koncepter ikke underskriver en NDA. CBC anbefaler at virksomheder der er i tvivl om deres immaterielle rettigheder, søger konsultation hos eksperter i ophavsret.
- Af samme grund understreges det, at virksomheder ikke submitter dele af deres koncept som vedrører deres immaterielle rettigheder.

Dette betyder, at nogle virksomheder vælger ikke at deltage i CBC. Det accepterer vi. CBC har undersøgt alternativet hvor alle der læser koncepterne inkl. jury underskriver en NDA. Det har dog vist sig, at CBC ikke i praksis har mulighed for eventuel retsforfølgelse af svig mod en NDA. Af denne grund har vi valgt modellen uden NDA.

For virksomheder der vælger at deltage gælder:

- Virksomhederne angiver i deres submission, hvordan de har sikret deres immaterielle rettigheder; patenter, designs, logo, bands.

CBC oplever, at de fleste virksomheder har beskyttet deres rettigheder, eller har kendskab til, at det ikke er muligt for dem at beskytte rettighederne. Enkelte angiver, at de er usikre på, hvordan deres immaterielle rettigheder skal beskyttes. Faktum er, at alle startups er gjort opmærksom på, at CBC ikke kan beskytte deres rettigheder og at de i tvivlspørgsmål bør søge privat assistance.

Det er CBCs erfaring, at for langt de fleste koncepter hvor rettigheder ikke kan sikres, alligevel er et ønske fra den kreative parts side om at dele viden, dels for at få kvalificeret feedback og dels for at indgå i nye partnerskaber. Dette skyldes at selvom de kreative virksomheder deler deres viden, er de fortsat i besiddelse af deres kreative kompetencer der gør det muligt at realisere koncepterne i praksis.

Innovation Challenges og screening

Creative Business Cup inviterer på dette stadie screenere til at se forretningskoncepterne. Screenere vurderer koncepterne ud fra:

- Seedning af nationale vindere
- Vurdering af hvilke startups, der er 'most investable'
- Vurdering af hvilke startups, der skal deltage i Innovation Challenges under CBC i november

Screenere der indgår i disse aktiviteter gør dette under en gentleman-agreement, hvor de har samme mål som Creative Business Cup; at fremme deltagernes interesse og forretningsudvikling.

Pitching offentligt

Til den internationale finale pitcher deltageren offentligt. Deltagerne er – igen - informeret om, at de bør præsentere deres virksomheder således, at de ikke afgiver dele af deres immaterielle rettigheder. Modellen anvendes i mange startup-konkurrencer i hele verden.

Fra pitching til Innovation Challenge

I Innovation Challenges er virksomhederne rekrutteret særligt i relation til udfordringer i virksomheder eller organisationer. Ved igangsættelse af en Innovation Challenge indgår virksomheden eller organisationen samme gentleman agreement som screenere; at målet er fremme de kreatives interesse.

Organisationer og virksomheder som har igangsat en Innovation Challenge får ikke ejerskab til de kreatives koncepter ved at præmiere dem som vindere.

Derimod får de adgang til en praktisk dialog om, hvordan et samarbejde på markedsvilkår vil kunne etableres. Eksempelvis:

- Cultiva kommer i dialog med en kreativ virksomhed som kan leverer indhold til Børnenes Hus. Cultiva og den kreative virksomhed indgår efterfølgende en aftale hvor virksomheden sælger konsulenttimer til udviklingen af Børnenes Hus eller konceptet og etableringen af det købes af Cultiva i form af en projektfinansiering.



- ARLA, som gennemfører en Food Innovation Challenge, kommer i dialog med en kreativ virksomhed og opkøber virksomhedens patent eller indkøber virksomheden til at markedsføre produkter i Sydamerika.

Formidling og kommunikation

Creative Business Cup har ret til at formidle iværksætterenes koncepter som cases, så længe målet er at fremme virksomhedernes interesse og at skabe rollemodeller for andre i de kreative erhverv.

Mvh
Søren Würtz
Senior Consultant

CENTER FOR CULTURAL AND EXPERIENCE ECONOMY

Hersegade 20 / 4000 Roskilde

T + 45 46320030 / M +45 41606052

sow@cko.dk / www.cko.dk / www.creativebusinesscup.com

Roskilde 23. juni 2015

Vedr. CULTIVA Play & Learn Innovation Challenge – Børn, Kunst og Byrum

Eksempler på værdiskabelse og integration af kreative startups fra Creative Business Cup

Dette dokument giver tre eksempler på, hvordan kreative startups som deltager i Cultivas Innovation Challenge kan skabe værdi i Kristiansand.

Processen kort

En Innovation Challenge består i at:

- Der udsendes bud til iværksættere i hele verden. Dette kald er centeret omkring nogle temaer og udfordringer.
- Startups, der er motiverede for at deltage, indsender deres forretningskoncept i Creative Business Cup
- CBC og partnere screener kandidaterne og inviterer et udvalg af dem til den internationale finale i november.
- Til CBC finalen er der et særligt tema om denne challenge. De kreative startups får mulighed for dels at pitche deres koncept, men også for at indgå i dialog med Cultiva.

Det vurderes sandsynligt, at et eller flere af koncepterne vil være gode at integrere i Cultivas aktiviteter på projektniveau eller på anden vis. Denne integration fungerer på markedsvilkår. Dvs. at Cultiva aftaler med den eller de kreative virksomheder hvordan det forretningsmæssige samspil i fremtiden skal forløbe.

I det følgende gives tre eksempler på kreative virksomheder og hvordan de kan integreres i Cultivas virke:



CASE: Cinema dell'Arte / ROKOKO

Cinema dell'Arte er en ny kunstform der kombinerer film, teater og computeranimation. Kernen i Cinema dell'Arte er fortælling, historier og levende figurer, der kan interagere med de børn der ser forestillingen. Modsat film kan figurerne kommunikere med publikum og modsat teater kan tusindvis af børn og voksne opleve forestillingen på samme tid og figurerne kan transformere sig via computergrafik.

Denne nye kulturform fremmer børnenes interaktion og fantasi frem for at reducere dem til passive modtagere af historier.

Børnene er aktive fysisk og hopper og klapper mens de oplever teater i øjenhøjde. Og børnene elsker det, netop fordi de er med til at skabe oplevelsen.



Integration

Konceptet baserer sig på et teknologisk setup, hvor motion capture dragter på skuespillere giver dem mulighed for at være i en rolle i form af en digital figur. Figurerne er udviklet så de er et software der reagerer på bevægelserne i dragterne.

En måde at integrere konceptet i Kristiansand kunne være at lade Cinema dell'Arte være et element i Børnenes hus ved at:

- Indkøbe teknologien fra den kreative virksomhed
- Indrettet rummene i Børnenes Hus så, de er ideelle til denne interaktionstype
- Indgå en kontrakt med Cinema dell'Arte om at de oplærer 2-3 børneteatertrupper i Kristiansand i den tekniske brug, således at ejerskab bliver lokalt – og sproget bliver norsk.

En anden måde konceptet kan integreres er i hele byen. Den tekniske løsning kræver blot a) en flade at projicere historierne på, b) et kamera til at filme publikum som oplever projektionen så dette kan vises for skuespillerne samt c) et rum til afvikling med dragt og computer. En sådan model kunne bestå af:

- Udvælgelse af 2-3 overfaldere i byrummet – eksempelvis siderne på bygninger på torvepladser.
- Opsætning af teknik så Cinema dell'Arte kan vises på disse flader
- Teater i byen der interagerer med publikum afviklet på de valgte overflader
- Indgå en kontrakt med Cinema dell'Arte om at de oplærer 2-3 børneteatertrupper i Kristiansand i den tekniske brug, således at ejerskab bliver lokalt og sproget bliver norsk.
- Fremtidig mulighed: Afvikling af indhold fra platformen der baserer sig på leg og spil som rækker ud over teater.

Case: Cardbordia, Rusland / Holland

Kunstnerisk byrumsudvikling med karton: Cardboard. Teamet bag Cardbordia engagerer sig i udvikling af nye bydele eller byrum og opbygger kreative installationer i det midlertidige materiale. De indbyder det omgivende samfund til at være med til at bygge en ny vision for byen og for lokalområdet. Deres byggerier er så exceptionelle at de ofte er en attraktion i sig selv. I nogle tilfælde har op til 300.000 gæster besøgt deres byrumsinstallationer.



Cardboardia er fokuserede på børn. Fordi det med karton er meget let at bygge sine visioner, er det muligt at bygge børnenes visioner og i så stor størrelse, at det rent faktisk opleves som en by for børnene. De kan selv have deres egne roller og aktiviteter i byen mens den bygges og være med til at udvikle tankerne om byen.

Integration

Cardboardia kunne involveres i at synliggøre den samlede vision for Kristiansand som børnenes hovedstad. Dette kunne ske ved at:

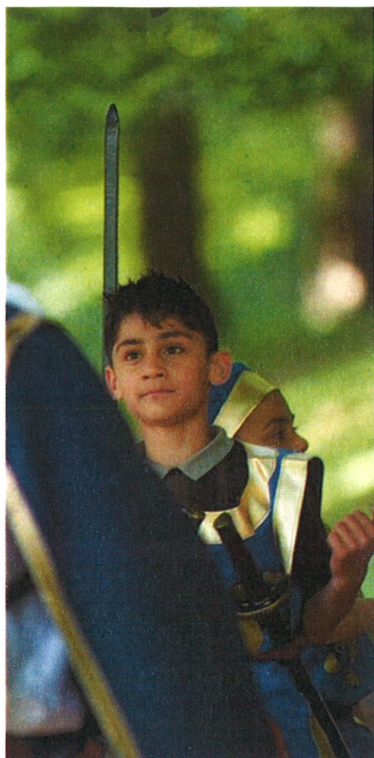
- Vælge et sted at bygge børnenes by i karton.
- Invitere alle byens skoleklasser og institutioner mv. til at bygge med og være en del af byen
- Inviterer lokale kreative og kulturinstitutioner med til at bygge og til at bruge visions-byen eksempelvis til teater, koncerter eller andre kulturformer. Derved inviterer byen til at komme og opleve sin egen fremtid.
- Anvende ideer og visioner til at bygge videre på strategien.
- Modellen kan forventeligt fungere på konsulentvilkår eller som et Cultiva projekt

En anden måde at integrere koncept på kunne være at indrette en del af børnenes hus med fokus på netop denne type leg for børn. Samspillet kunne være:

- Udvikling af lokaler i Børnenes Hus og indkøb af materialer
- Træning af en håndfuld eksperter – eks. lokale kunstnere
- Etablering af et Norsk Cardboardia franchise i Kristiansand. Denne lille virksomhed kunne levere aktiviteter i Børnenes Hus, men også sælge Cardboardia konsulenttydelser i resten af Norden.



CASE: Odyssé – We create Participation



Odyssé er en dansk kreativ virksomhed som har sin historik i rollespil og leg. I dag er virksomheden eksperter i at udvikle læringsrige skoleoplevelser og at skabe legende formidling til børn.

Eksempelvis har virksomheden:

- Udviklet et spil om den kolde krig, hvor skoleklasser kan spille henholdsvis Rusland og USA, og hvor eleverne gennem forhandling og strategi samt fysisk at løbe rundt i en gammel bunker, lærer hvad den kolde krig var, og hvilke følelser man havde af den lurende trussel om atomkrig.
- Udviklet en musketerskole til Det Kongelige Teater i Danmark. Skolen er for alle de børn der er med deres forældre i teatret for at opleve 'De tre musketerer'. Børnene lærer selv at være musketerer og lærer hvem helte og skurke er – og forstår efterfølgende den ellers ikke særligt børnevenlige historie.

Integration

Kernen i virksomheden er dens evne til at omsætte en læringsproblematik til leg og spil til en specifik aldersgruppe. En virksomhed som denne vil kunne integreres i Cultivas strategi ved at:

- Sammen med lokale skoler skabe læringskoncepter om en særlig tidsalder. Dette fungerer optimalt i tilfælde hvor en bygning, en kulturinstitution eller lignende har relation til historien. Det kunne være Batteri Vara eller Kulturhuset.
- Den oplagte samarbejdsform vurderes at være, at invitere en sådan virksomhed til Kristiansand til møder med nogle af de lokale aktører, så de sammen kan definere udfordringer, læringsperspektiver og spil. En virksomhed som denne vil med stor sandsynlighed sammen med en eller flere lokale norske partnere kunne indgive en meget kvalificeret fælles ansøgningen til Cultiva-fonden.