

270 branchefolk sugede inspiration til sig, da eksperten i forretningsudvikling, Alexander Osterwalder, præsenterede sit visuelle værktøj, som i dén grad appellerer til kreative virksomheder.

Forretningsudvikling for **KREATIVE** virksomheder



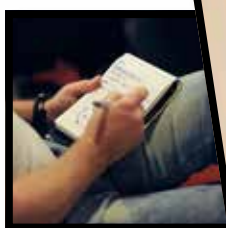
Flyt din virksomhed ind i fremtiden. Det var oplægget til seminaret arrangeret af Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning, TEKO VIA UC og Herning Kommune i efteråret 2012.

En af tilhørerne var Business Manager Anna Fricke fra tekstilvirksomheden Gabriel A/S. ”Jeg faldt over Osterwalders bog for to år siden. I InnovationMaster, som jeg er ansvarlig for, har vi taget metoden til os og bruger den i vores arbejde med innovation. Canvas’et hænger på vores væg, og er en integreret del af den måde, vi tænker, taler og udvikler på,” fortæller Anna Fricke.

Hun fik en større forståelse ved at møde Alexander Osterwalder. ”Det gavner ens individuelle læringsproces at høre, hvad han selv tænker. Vi sad hele tiden og relaterede hans indlæg til det derhjemme, og vores tanker kørte på to plan hele dagen omkring, hvordan vi kunne bruge det. Så vi var trætte, da vi tog hjem,” siger Anna Fricke, som kunne høre på spørgsmålene fra salen, at det er en proces at få metoden ind under huden og opnå en klar forståelse af den. ”Vi har også vanskeligheder og farer ind i mellem vild, men vi lærte noget ved at møde ham. Man forstod det på en anden måde, end når man læser bogen eller går på nettet.”

Simpelt med stor gennemslagskraft

Også Product Manager Morten Juul Dolberg fra Pressalit fandt Osterwalders model god. "Det er et meget inspirerende værktøj. Simpelt, men med stor gennemslagskraft. Det er et dialogværktøj, som hurtigt kan spare mange af de analyser, man normalt bruger tid på," siger han og fremhæver samtidig lighedspunkterne med, hvordan designere og arkitekter arbejder. "Man kan revurdere, lave om og hele tiden udvikle på forretningsmodellen, når man bruger dette værktøj. Det inviterer til en dialog up front, hvor man hurtigt kan lukke noget ned, hvis det ikke ser bæredygtigt ud. På den måde undgås det at bruge kostbar tid på alle mulige analyser. Der er selvfølgelig en risiko for at lukke noget for hurtigt ned; det skal man være opmærksom på."



THE BUSINESS MODEL CANVAS OPLAGT TIL KREATIVE VIRKSOMHEDER

Schweizisk-fødte Alexander Osterwalder står bag The Business Model Canvas, som visualiserer arbejdet med forretningsmodeller. Ved at eksperimentere med løsninger udvikles nye måder at løse kendte problemer på.

Innovationsnetværket har brugt modellen i projekterne Pit Stop og Innomatch.

"Vores erfaringer viser, at kreative virksomheder får meget ud af at arbejde med forretningsmodeller, som er dynamiske og tilpasset livsstilsbranchens foranderlige vilkår. Og det er vigtig viden, for undersøgelser viser, at kreative virksomheder gennemsnitligt genererer en højere værditilvækst pr. fuldtidsansat end øvrige brancher. Derfor er der et stort potentiale ved at udvikle den enkelte virksomhed," siger direktør Betina Simonsen fra Innovationsnetværket Livsstil – Bolig & Beklædning.