

1b	Pit Stop 2012	
1. Formål	<p>Det er projektets formål at matche små kreative virksomheder med vidensinstitutioner og give dem succesoplevelser samt konkret ny indsigt og viden indenfor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Forretningsudvikling og strategi • Procesinnovation • Nye produkter og services <p>Det er desuden projektets formål, at bidrage med en målrettet indsats overfor de små og mellemstore kreative virksomheder i Danmark med henblik på at afdække vækstpotentiale i den kreative sektor og dermed opnå en spill- over effekt til det øvrige erhvervsliv.</p>	
2. Aktiviteter (beskriv)	<ul style="list-style-type: none"> • Afdækning: A1) Vision Screening af virksomheder og udarbejdelse af målbeskrivelse, Databearbejdelse A2) Analyse Gennemføre situationsanalyse Databearbejdelse A3) Handlingsplan Gennemarbejde handlingsplaner Databearbejdelse • Match: B1) Matchmaking Virksomheder- vidensinstitutioner Videnoverførsel Innovationsprocesser • Implementering Start på implementering af ny viden • Formidling Journalistiske artikler (løbende) Filmprojekt Seminar/ workshop (maj og november) 	
3. Milepæle	<p>Matchmaking del 2 for virksomhederne fastlagt</p> <p>Implementering af værktøjer og metoder gennemført</p> <p>Effektmåling hos virksomheder/ evaluering gennemført</p> <p>Formidling af resultater</p>	<p>Marts 2012</p> <p>November 2012</p> <p>December 2012</p> <p>Løbende</p>

	Vidensgrupper dannet	August 2011
	Virksomhedsgrupper dannet	Juni 2011
4. Deltagere (angiv herunder projektleder)	<p>Projektpartnere: Development Centre UMT (projektleder) Copenhagen Business School Alexandra Instituttet Aarhus Universitet/ Handels- og Ingeniørhøjskolen Kunstakademiets Designskole Arkitektskolen Aarhus</p> <p>Virksomheder: Lene Wille Studio Onø design Hans Sandgreen- Jakobsen Troels Grum-Schwensen Fair Trade Designers SAYS WHO PHUCISME Seier+Sølvsten A/S Mutopia Morten Mygind Ark. Grønne & Jessen Langenkamp Erikjuul.com Space Lab Modus C:ommunicate Williams & creative</p> <p>Brancheorganisationer: Danske Designere Danish Design Association Danske ARK Danske reklame og Relationsbureauers Brancheforening DRRB</p>	
5. Effekt og resultater	<p>Projektet har fokus på følgende 6 kreative segmenter:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arkitektvirksomheder • Industrielt design og produktdesign • Kommunikationsdesign og grafisk design • Indretningsarkitekter og rum- design • Reklamebureauer • PR og kommunikation <p>Projektet skal resultere i en professionalisering af de deltagende</p>	

	<p>virksomheder. med følgende resultat:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De deltagende virksomheder fastholder eller udvider antallet af arbejdspladser • 50 % af de deltagende virksomheder tilretter eller fornyer deres forretningsstrategi • 60% af de deltagende virksomheder udvikler i projektperioden nye innovative ydelser eller andre forretningsgange på baggrund af viden genereret i projektet • 30% af de deltagende virksomheder vil få eller tage kontakt til nye markeder, nationalt eller internationalt • 20% af de deltagende virksomheder vil deltage i og modtage ny viden igennem "Kreative Innovationsprocesser" • Ved projektets udløb vil 30 virksomheder have deltaget i projekter genereret i Pit Stop
<p>6. Nytteværdi og Nyhedsværdi</p>	<p>De kreative brancher leverer hovedsagelig produkter og services til andre virksomheder og skaber dermed innovation og værditilvækst for andre virksomheders produkter. Det gælder såvel den målbare værditilvækst som den immaterielle afsmitning på samfundsudviklingen generelt.</p> <p>Der ligger med andre ord en potentiel meget stor merværdi i at have disse kompetencer i nært samspil med det øvrige erhvervsliv, selvom der, målt på antal ansatte og direkte omsætning umiddelbart er tale om relativt små brancher. Projektet skal resultere i en professionalisering af de deltagende virksomheder.</p> <p>Konceptet vil kunne videreføres af regionerne og væksthuse, som hermed vil få afprøvede værktøjer og metoder til at nå de kreative virksomheder, som de i dag stort set ingen interaktion har med, ligesom de deltagende vidensinstitutioner vil få udvidet og kvalificeret deres produktportefølje. Projektet eller dele heraf vil givetvis være relevant i forhold til mikro- virksomheder i det øvrige erhvervsliv.</p>
<p>7. Innovation for målgruppen</p>	<p>Projektet skal resultere i en professionalisering af de deltagende virksomheder.</p> <p>Ved målrettet at styrke og professionalisere de kreative brancher, vil det både have en innovationsmæssig og en økonomisk effekt.</p> <p>Virksomhederne vil få tilført viden i forhold individuelt afdækkede behov.</p> <p>Partnerne i projektet får indblik i den kreative branches udfordringer og på den måde udfordres til nye faciliteringsprocesser, der givet kan implementeres i de respektive vidensinstitutioners undervisning og/eller forskningsaktivitet.</p>
<p>8. Internationalisering</p>	<p>-</p>

9. Periode for aktiviteten	Januar 2012- december 2012
-----------------------------------	-----------------------------------