

Bilag 1 – Spørgsmål, svar og ændringer til udbudsmaterialet

Spørgsmål, 1. september 2020

Når jeg læser materialet står der i starten:

”Dette er ikke et offentligt udbud, men en markedspektivering, så projektet beder om tilbud fra 3 mulige leverandører. Vurderingskriterierne beskrives nærmere nedenfor”

Hvad betyder dette for mine muligheder for at søge opgaven? Skal man være særligt indbudt eller hvordan skal denne sætning forstås?

Håber du kan hjælpe med lidt afklaring.

Svar:

Årsagen formuleringen du spørger ind til er, at opgaven ligger under tærskelværdien for offentlige udbud, men da opgaven har grænseoverskridende interesse, skal den lægges op på udbudsportalen og følge de såkaldte ”light-regler” i udbudsloven samt EU’s regler om gennemsigtighed og ligestilling af potentielle tilbudsgivere.

Vi har valgt at invitere 3 virksomheder til at byde på opgaven for at øge muligheden for at få bud på den, men alle bud er velkomne, og de vil blive vurderet ifølge de udvalgs-kriterier, der er beskrevet i udbudsmaterialet.

Spørgsmål, 9. september 2020

I forlængelse af det svar I allerede har givet på et spørgsmål, vil vi gerne bede om svar på følgende spørgsmål:

1. Hvilke 3 mulige leverandører har I bedt om tilbud fra?
2. Hvornår har de 3 mulige leverandører modtaget udbudsmaterialet?
3. Kan I bekræfte, at tilbud fra disse 3 mulige leverandører, vurderes efter samme kriterier som tilbud fra andre mulige leverandører?
4. I angiver, at kontrakten vil blive tildelt den tilbudsgiver, der tilbyder det økonomisk mest fordelagtige tilbud på grundlag af tildelingskriteriet bedste forhold mellem pris og kvalitet. Hvilken vægtning anlægger I ift. hhv. pris og kvalitet?

Svar:

Vi har følgende svar på dine spørgsmål:

1. Vi har inviteret to danske institutioner og et svensk firma til at byde på opgaven. De danske institutioner er: KADK og DTU og det svenske er SWECO.
2. De tre inviterede har modtaget tilbuddet så hurtigt som muligt efter at vi havde lagt det op på udbudsportalen.
3. Alle tilbudsgivere vil blive vurderet på samme måde – også de tre inviterede.
4. På grund af udbuddets størrelse er der ikke krav om et egentligt pointsystem i forbindelse med vurderingen. Vi vil tillægge de to kriterier lige stor værdi.

Bilag 2 – Kravspecifikation

Baggrund for opgaven samt opgavens indhold:

Projekt Game Hub Scandinavia 2.0 (GHS 2.0) er det tredje i en række af projekter, der har haft fokus på etablering af spilvirksomheder i inkubationsmiljøer. Projektet startede 1. januar 2019 og slutter 1. juli 2022. I de foregående to projekter har partnerne bag GHS 2.0 skabt tæt på 100 virksomheder og 400 arbejdspladser i Interregs programområde for Kattegat- Skagerrak. Selvom dette er et ret imponerende resultat, har det vist sig, at det bliver stadig sværere at etablere sig på markedet som spilvirksomhed, da konkurrencen er kraftigt stigende. Derfor kræves der en forstærket indsats, hvis projektet skal opfylde målene for sine to nedenstående kerneindsatsområder:

- 1) *Øget rekruttering til spiluddannelser samt til inkubationsmiljøer:* Forstærket vækst i spilbranchen må understøttes af uddannet arbejdskraft. Derfor vil GHS 2.0 udvikle økosystemer, der skal understøtte uddannelse og entreprenørskab i spilbranchen, og øge tiltrækningen af unge til både spilrelaterede uddannelser og de andre led i værdikæden, så spilbranchen sikres fremtidig arbejdskraft. Samtidig arbejdes med indlæring af kreativitet, innovation og spilentreprenørskab i alle led, da netop disse kompetencer giver skandinaver en unik konkurrencefordel. Projektet har desuden speciel fokus på kriterier som fordeling på køn og etnicitet i spilbranchen, så branchen kommer til at afspejle diversiteten i det omgivende samfund i højere grad end det er tilfældet i dag.
- 2) *Etablering af yderligere kritisk masse af spilvirksomheder.* Selvom der er skabt mange spilvirksomheder, er der stadig ikke nok i vores skandinaviske netværk til at vi kan gøre os gældende globalt. Derfor vil GHS 2.0 skabe 100 nye virksomheder og 400 nye arbejdspladser på blot 3 år baseret på en model, der udvikles i løbet af projektet og som bygger på erfaringerne fra de to foregående projekter. Virksomhederne er skabt i projektets inkubatorer, hvor der også er skabt modeller for forretningsudvikling og rådgivning og kompetenceudvikling af nye startupvirksomheder. Projekt GHS 2.0 planlægger at åbne mindst én inkubator mere samt at forstærke indsatsen for at skabe levedygtige spilvirksomheder i de allerede eksisterende inkubatorer.

For at sikre, at projektet når ovenstående mål for de to nævnte områder ønskes en procesorienteret evaluering, der er kombineret med følgeforskning. Processen skal planlægges på en sådan måde, at der opstår et dialektisk samspil imellem ordregiver og leverandør, så den viden, der er genereret i projektet kan bringes i spil. Projektevalueringen vil således skulle kombinere en forholdsvist begrænset tilbageskuende tilgang med et stort fremadskuende perspektiv med henblik på at sikre, at den opsamlede viden og knowhow fra projekt GHS 2.0 forankres i partnerinstitutionerne for at sikre at aktiviteterne fortsætter, også efter projektperiodens udløb. Endvidere ønskes en validering af modellen, evt. via en pilot case, der muliggør komparative studier af inkubationsprocessen. Denne case kan gennemføres et hvilket som helst sted i ÖKS-programområdet efter leverandørens valg.

Tilbudsgiver bedes derfor fremlægge en plan for, hvordan den ovenfor beskrevne procesorienterede evaluering kombineret med følgeforskning kan gennemføres. Endvidere bedes tilbudsgiver angive sin pris for opgaven ex. moms.

En mere detaljeret beskrivelse af projektet findes i "Bilag 3 Projektbeskrivelse".

Bemanding

Tilbuddet skal inkludere kort beskrivelse af nøglepersoners dokumenterede erfaring og kompetencer inden for denne type opgaveløsning. Det tillægges positiv betydning, at de personer, der skal løse opgaven, har erfaring med løsning af lignende opgaver.

Tidsplan

Tilbuddet skal indeholde en overordnet aktivitets- og tidsplan for opgaven inkl. evaluerings-, følgeforsknings- og formidlingsaktiviteter i forhold til projektets partnere. Ordregiver vil sammen med leverandøren udarbejde den endelige tidsplan for de enkelte opgaver umiddelbart efter kontrakten er indgået.

Afleveringsdato og evaluering

Tilbud fremsendes senest den 6. oktober 2020 kl. 12.00 til følgende mailadresse: ti@videndjurs.dk

Tilbudsgiver skal ved tilbudsfristen aflevere et samlet tilbudsmateriale, der gør projektpartnerne i GHS 2.0 i stand til at gennemskue de enkelte elementer af tilbudsgivers tilbud.

De indkomne tilbud evalueres, hvorefter leverandøren med det bedste forhold mellem pris og kvalitet tilbydes opgaven. Her vil der blive lagt vægt på løsningsbeskrivelse, projektplan, faglige kvalifikationer og pris.

Kontaktperson

Tove Ingerslev
ti@videndjurs.dk
Chefkonsulent
Viden Djurs
N.P. Josiassens Vej 44
8500 Grenaa

Bilag 3. Projektbeskrivelse – Projekt Game Hub Scandinavia 2.0

Projektets hovedmål

Game Hub Scandinavia 2.0 (GHS 2.0) vil skabe smart vækst i programområdet ved at fremme entreprenørskab i spilbranchen for at nå den kritiske masse af virksomheder, der skal til for at trænge ind på de globale markeder. GHS 2.0 bygger på de gode resultater, der er opnået i et foregående projekt, Game Hub Scandinavia (GHS), der skabte 55 nye virksomheder og 200 arbejdspladser og startede opbygningen af et fælles skandinavisk brand på globale scener som USA, Kina og Indien. GHS 2.0 vil løse nogle udfordringer, som blev påpeget på 4 områder i GHS: 1) Øge tiltrækningen af unge til både spilrelaterede uddannelser og de andre led i værdikæden, så spilbranchen sikres fremtidig arbejdskraft. 2) Udvide GHS-modellen til at omfatte acceleration i spilvirksomhederne, og dermed danne grundlag for at nå den kritiske masse 3) Udvikle nye modeller for tiltrækning af eksterne investeringer til de nyetablerede virksomheder, og dermed understøtte opnåelse af den kritiske masse 4) Gå fra det relationsskabende arbejde på globale markeder til opnåelse af faktiske markedsandele.

For at nå projektets mål etableres i hhv. Sverige og Danmark, 2 økosystemer der repræsenterer hele værdikæden, der starter med ungdomsuddannelser i det første led, har videregående uddannelser som næste led og som sidste led har inkubationsmiljøer, og hvor GHS 2.0 udbygger værdikæden med et accelerationsmodul, så virksomhederne kan vækste hurtigere. Igennem hele værdikæden støttes de unge i at tænke innovativt, kreativt og entreprenørielt, hvilket vi har gode forudsætninger for i vores skandinaviske kultur, og hvilket også for alvor distancerer os positivt i forhold til vore konkurrenter på det globale marked. De 4 nævnte udfordringer ligger desuden til grund for den forskning som gennemføres i projektet. Der er således tale om et behovsorienteret forskningsloop, og den viden som genereres i projektet bliver relevant og kommer start-up virksomhederne til gode. Samarbejdet mellem aktørerne i projektet bliver på denne måde en slags "Researchers of practice" model da forskerne bevæger sig mellem praktik og forskning, og projektet sørger for at de videnskabelige artikler også udkommer i formater (artikler og manualer), som de unge kan forstå og de kan tage den nyeste viden i brug med det samme.

Allerede ved rekruttering af unge til økosystemet vil der blive arbejdet på at øge antallet af piger. En god spilvirksomhed skal reflektere samfundets diversitet for bedre at nå sine kunder. Traditionelt er der en overvægt af mænd i IT-relaterede uddannelser og virksomheder, hvilket også har afspejlet sig i de virksomheder, der er etableret i GHS, så derfor vil GHS 2.0 gøre en aktiv indsats for at ændre på dette. Et andet element i diversiteten er andre etniske grupper end de skandinaviske. Også her vil projektet arbejde med inklusion for at reflektere befolkningssammensætningen.

Projektets partnere har alle været blandt de førende i programområdet med hensyn til spilrelaterede indsatsområder, og de fleste har desuden samarbejdet i to tidligere KASK-projekter om etablering af spilvirksomheder. Projektets partnere har gode erfaringer med sammen at generere viden på tværs af grænserne, og dette vil fortsat være vigtigt i dette projekt, da ingen i projektet alene har al den viden eller alle de kompetencer, der er nødvendige for at nå projektets mål.

Projektet nedsætter en styregruppe med repræsentanter fra alle partnere og ledet af Lead Partner. Den skal følge projektets aktiviteter og tilse at projektets tidsplan overholdes. Da de fleste projektmål er kvantitative, kan statusrapporterne løbende vise, de resultater, der skabes. Projektgruppen har bred erfaring med at koordinere store projekter, og projekt Scandinavian Game Developers blev EU Regio Star i kategorien Smart Growth 2015. I juni 2017 modtog Region Midtjylland og Viden Djurs på vegne af projekt Game Hub Scandinavia prisen "Best Public Administration for Start-ups 2016" af Præsidenten for Europa Parlamentet.

Forventet resultat

På kort sigt, når projektet slutter er der udviklet en fælles skandinavisk model for, hvordan man etablerer et komplet økosystem, hvis værdikæde starter med rekruttering af unge til ungdoms- og videreuddannelse og slutter med etablering af virksomheder i projektets inkubatorer, nu også med acceleratormodul, og hvor virksomhedscoaches sikrer, at der etableres levedygtige spilvirksomheder. Alle virksomheder i inkubatorerne skal også gennemføre et specielt udviklet uddannelsesmodul for entreprenører, og desuden deltage i netværksmøder, hvor de unge spiludviklere mødes på tværs af grænserne. Efter afsluttet uddannelse i inkubatorerne sendes virksomhederne igennem et acceleratorforløb, der dels skal sikre grundlag for ansættelse af flere medarbejdere i virksomhederne, og dels tiltrække eksterne investeringer fra et investornetværk, der ligeledes skal dannes af projektet. Ved projektslut har Danmark og Sverige i fællesskab udviklet og etableret 2 økosystemer, der sørger for uddannelse af den nødvendige arbejdskraft til spilbranchen, og som tilsammen udgør et samlet skandinavisk økosystem, der kan brandes internationalt. Målgruppen af unge, der skal uddannes inden for spilbranchen og efterfølgende etablere virksomhed vil få optimale muligheder i projektets økosystemer, og samarbejdet imellem projektets partnere vil også efter projektets afslutning være vigtigt i den globale markedsføring af virksomhederne. Endvidere justeres der fortsat på de udviklede forretningsmodeller, da spilmarkedet udvikler sig hurtigt og er så konkurrencepræget, at man hele tiden må forny sig. Ingen af partnerlandene har alene ekspertisen til dette, så samarbejdet vil fortsætte også efter projektets afslutning. I forbindelse med GHS 2.0 model vil partnerne i projektperioden etablere 100 nye spilvirksomheder og 400 arbejdspladser. Desuden skabes 6 netværk, herunder et investornetværk. Yderligere vil projektet have skabt markedsandele i Kina, Indien og andre vækstmarkeder. Helt konkret vil dette betyde, at mindst 10 kontrakter er indgået imellem oversøiske kunder og skandinaviske spilfirmaer i løbet af projektet. Dette vil kunne lade sig gøre, da økosystemerne har skabt den kritiske masse af virksomheder, der gør, at GHS-virksomhederne får adgang til de globale markeder og på den måde medvirke til smart vækst i programområdet.

På langt sigt vil projektets partnere have økosystemerne som en del af deres almindelige drift. Dette vil være muligt, da den dyre del, nemlig udviklingen af økosystemerne er gennemført med projektilskud.

Projektet vil fortsat tiltrække unge til alle led i værdikæden, for dermed på langt sigt, at sikre spilbranchen den nødvendige arbejdskraft. Endvidere vil økosystemerne fortsat tiltrække unge til økosystemets øvrige spiluddannelser og sikre at unge med talent for entreprenørskab og spiludvikling kommer videre til projektets inkubatorer og efterfølgende acceleratorprogram. Aktiviteterne, der skal sikre ligestilling imellem køn samt ikke-diskriminering vil fortsætte også på langt sigt, da denne diversitet stiller virksomhederne bedre konkurrencemæssigt.

I projektet har partnerne udbygget brandet Game Hub Scandinavia, og de vil fortsat markedsføre sig globalt under dette navn. Økosystemernes inkubatorer skal fortsat skabe virksomheder nok, så der er en kritisk masse, der kan markedsføres globalt, og på den måde vil økosystemerne også fortsætte med at bringe vækst og økonomisk udvikling til programområdet.

Projektetpartnerne vil fortsætte samarbejdet med projektets netværk, og også udbygge investornetværket, der skal understøtte den branche, der skabes af projektet. På langt sigt vil partnerne have brug for hinandens kompetencer og virksomheder, da ingen af partnerne alene har de kompetencer, der skal til for at vedligeholde de skabte økosystemer, gennemføre løbende udvikling af forretningsmodeller samt fortsat udbygge den kritiske masse af virksomheder, der er nødvendig for indtrængen på de globale markeder.

Projektets motivering

Spilbranchen er en af verdens hurtigst voksende industrier og flere rapporter forudsiger en markedsomsætning i 2018 på mere end USD 109 mia. Mange lande har set potentialet og satser strategisk på investeringer i branchen. I Norden er Finland et eksempel, og her rundede man i 2015 en omsætning på over DKK 18 mia. KASK-området klarer sig nogenlunde i branchen med Sverige i absolut front.

Omsætningen i den svenske spilbranche var i 2016 på SEK 12,5 mia., den danske på lidt over DKK 1 mia. og den norske noget lavere, NOK 313 mio. Men KASK-området har potentiale til at klare sig endnu bedre på spilmarkedet. I vores kultur har vi tradition for at være gode til formidling, innovation, design og udvikling af nye produkter. Vores befolkning er veluddannet, og den digitale infrastruktur er i top, så spilbranchen er med sit store behov for kombination af kreativitet og tekniske kompetencer oplagt et område, Skandinavien kan leve af i fremtiden.

Projektpartnerne så de mange muligheder, der lå for KASK-området i spilbranchen, og gennemførte i perioden 2011 – 2015 projekt Scandinavian Game Developers. Her viste man, at det er muligt at skabe en levedygtig spilvirksomhed med den rette rådgivning. Projektet skabte 22 spilvirksomheder, og vandt i 2015 Regio Star prisen som EU's bedste projekt i kategorien Smart Growth. Efterfølgeren, Game Hub Scandinavia (2015 – 2018) samlede programområdets stærkeste ressourcer inden for spilbranchen og brugte dette som udgangspunkt til at skabe ny vækst, bl.a. etablering af over 50 nye virksomheder og 200 arbejdspladser. Projektet skabte desuden en åbning for et tættere samarbejde med spilbranchen og spiluddannelser i både Kina og Indien som en forløber for indtrængning på de to markeder.

Lige nu er der globalt 2,2 mia kunder, som efterspørger spil på mobile enheder, computere og konsoller. Men for at KASK-området kan være med i førerfeltet i kampen om kunderne, kræves en systematisk indsats overfor følgende udfordringer:

- Etablering af en kritisk masse. Selvom de to foregående projekter har skabt mange spilvirksomheder, er der stadig ikke virksomheder nok i vores skandinaviske netværk til at gøre os gældende globalt. Der skal etableres et inkubationsmiljø mere, og de skal udvikles en

acceleratormodel, der øger produktionshastigheden i virksomhederne og dermed også den kritiske masse.

- Spilmarkedet er meget konkurrencepræget, og det bliver stadigt sværere at trænge igennem. Markedsføring og salg skal styrkes, bl.a. ved praksisnær forskning i nye forretningsmodeller, der også omfatter indtrængen på nye globale markeder.
- For at sikre arbejdskraft til branchen, skal der tiltrækkes flere unge til spiluddannelserne, og der skal arbejdes systematisk med indlæring af kreativitet, innovation og spilentreprenørskab i alle værdikædens led, og også med støtte fra relevant forskning. Fastholdelse af markedsandele nødvendiggør at vi konstant skal forske i, hvordan de nye teknologier, herunder også augmented og virtual reality, kan interagere med spiludvikling og diversifikation ind i andre brancher.
- Tiltrækning af investeringer. Som spiludvikler har man alle udgifter i starten og får først indtjening, når spillet er udgivet. Dette er problematisk for de unge start-ups. Derfor vil projektet arbejde med modeller for tiltrækning af ekstern investering og med nye finansieringsmodeller, der er tilpasset branchens behov, så virksomhederne sikres overlevelse i udviklingsperioden og får mulighed for at ansætte den nødvendige arbejdskraft, så deres spilidéer kan omsættes til et salgbart produkt forholdsvist hurtigt.

Når projektet slutter, vil de 5 inkubatormiljøer fortsat etablere nye virksomheder. De etablerede netværk på globale markeder vil gøre det muligt for de skandinaviske spilvirksomheder at etablere og fastholde markedsandele i Asien. Men uden støttemidler vil ingen af partnerne have mulighed for at gennemføre den udvikling, der er nødvendig for etablering af ovennævnte økosystemer.

Grænseoverskridende merværdi

Det er meget svært for en lille start-up spilvirksomhed at sælge spil på de globale markeder alene. For at blive bemærket i lande som Indien eller Kina, skal man generelt være i et netværk, der er stort nok til at udgøre en kritisk masse, før publishers, investorer og andre relevante samarbejdspartnere vil indgå i en konstruktiv dialog.

Også det enkelte land i Skandinavien vil finde det svært, men hvis vi står sammen er chancerne for gennembrud globalt gode, da vi inden for et par år kan have flere hundrede spilvirksomheder med i den fælles markedsføring. I det foregående projekt blev skabt opmærksomhed omkring "brandet" Game Hub Scandinavia på de globale markeder, og i det kommende projekt vil partnerskabet gå videre og skabe markedsandele. Partnerskabet mener selv, at det er de førende aktører i KASK-området, der er gået sammen om at løse de udpegede udfordringer på tværs af regionale og nationale grænser og til gavn for den økonomiske vækst i hele ÖKS-området, og grunden til at vælge et KASK-projekt frem for et ÖKS-projekt er også at demonstrere, at det kan lade sig gøre at skabe vækst i en ny industri uden for de store byområder, som f. eks. Stockholm, Malmø og København.

I forhold til KASK/ÖKS-modellen for det grænseoverskridende samarbejde, vil partnerne bevæge sig på niveau 3,4 og 5, da vi fra tidligere samarbejde har fået et tæt kendskab til hinandens kompetencer, og projektets løsningsmodel for de 4 nævnte udfordringer vil blive gennemført på niveau 5 i modellen, da alle

partneres kompetencer er nødvendige for at nå de ønskede mål. Projektets samlede model vil endvidere kunne bruges af andre institutioner i hele ÖKS-området, der ønsker at arbejde med etablering af økosystemer og entreprenørskab.

For at løse de 4 udfordringer, vil partnerskabet generere en fælles løsningsmodel, der konkret udmøntes i etablering af 2 økosystemer, hvor hvert led i værdikæden bidrager til løsningen. Projektets ungdomsuddannelser vil arbejde for at flere unge vælger en spilrelateret uddannelse og hermed bidrage til at sikre arbejdskraft til den vækstende spilindustri. Projektets universiteter, HiS, og AaU, vil gennemføre forskning, der understøtter projektets løsning af de 4 udfordringer og herunder også hvordan vi kan arbejde mere systematisk med kreativitet og innovation på uddannelsesinstitutionerne og i de særlige kursusforløb, der skal udvikles til inkubatorerne. Den globale spilindustri er særdeles konkurrencepræget, og det er derfor en udfordring at vække opmærksomhed med nye spil. Heldigvis er kreativitet en af vore skandinaviske styrkeområder, så derfor er det vigtigt, at hvert led i værdikæden i økosystemerne betoner denne kombination af kreativitet og entreprenørskab. Vore spiludviklere skal lære en arbejdsmetode, som får dem til at kombinere kreativiteten med nye smarte forretningsmodeller, der sikrer spillene indtjening.

GHS 2.0 vil også udvikle en acceleratormodel, der kan sikre virksomhederne at hurtigere vækst og bidrage til den kritiske masse. Dette kræver kapital, og for at udvikle modeller for tiltrækning af ekstern investorkapital til de nye virksomheder, har projektet medtaget en privat partner, Goodbye Kansas Game Invest. Projektets inkubatorer vil også have en nøglerolle i at sikre, at de unge spilvirksomheder opnår markedsandele på det asiatiske marked. Et af projektets indikatorer er, at der indgås mindst 10 konkrete kontrakter imellem skandinaviske spilvirksomheder og asiatiske firmaer. Ud over de partnere, der har inkubatorer, vil HiS have en stor rolle i dette arbejde, da de via forskersamarbejde har en bred vifte af kontakter til anerkendte universiteter i såvel Indien som Kina. I det foregående projekt er der foretaget et solidt relationsopbyggende arbejde med kinesiske og indiske universiteter og virksomheder. Dette beskrives nærmere i et bilag til ansøgningen.

Samarbejde med andre instanser

I lighed med de øvrige EU-lande har Skandinavien set potentialet i den hastigt voksende spilbranche, og der er efterhånden en del store aktører på området. Dette projekt har, i lighed med de to foregående projekter, nøje overvejet sammensætningen af partnerskabet, og partnervalget er baseret på de kompetencer, der er brug for i forhold til at løse projektets udfordringer. Partnerne His, GSP, DANIA, TAW, AAK og VID har været partnere i projekt Game Hub Scandinavia. Projektresultaterne viste, at de rette aktører fandt sammen for at løse de udpegede udfordringer: udvikling af nye bæredygtige spilfirmaer og dermed øget beskæftigelse i programområdet baseret på en quadruple helix model, der sikrede, at den nyeste viden blev omsat til praksis i de nyetablerede virksomheder og dermed blev til gavn for udviklingen i KASK-området. Under ansøgningsprocessen til de to projekter, scannede Viden Djurs (LP) programområdet med henblik på at finde de bedste projektpartnere i forhold til projektets mål. Det svenske universitet, HiS var dengang førende på forskning inden for forretningsmodeller for serious games, og desuden havde HiS en af Sveriges mest eftertragtede uddannelser på spilområdet. GSP var uden tvivl EU's mest succesrige inkubator på spilområdet, så det var en stor glæde for LP, at de to partnere takkede ja til at komme med i projektet. I Danmark havde LP et tæt samarbejde med DANIA med hensyn til spiluddannelser, hvor VID uddanner unge på ungdomsuddannelsesniveau, og Dania på videregående niveau. En spilvirksomheds DNA indeholder, ud over programmering, også grafik og storytelling. Partnerne i Grenaa er stærke på programmering, men mangler det grafiske element. Derfor kom TAW, der er førende på dette område, ind

i partnerskabet. I Game Hub Scandinavia ønskede partnerskabet også at arbejde med muligheden for at udbrede spilvirksomhedernes markedsområde via gamification. Da Aalborg Kommune havde ekspertise på dette område, blev de også optaget i partnerskabet.

GHS 2.0 har 2 nye partnere med: 1) Aalborg Universitets Innovationsafdeling, SEA, da Aalborg Kommune har et tæt samarbejde med SEA om gamification og entreprenørskab, og da SEA sammen med Aalborg Kommune i dette projekt bl.a. skal arbejde med en forstærket indsats i forhold til acceleration. Aalborg Universitet skal desuden deltage i projektets forskning.

2) Goodbye Kansas Game Invest, en privat investovirksomhed, der arbejder med spilbranchen, og som skal være primus motor i udviklingen af nye investeringsmodeller, der skal tiltrække investeringer til den skandinaviske spilbranche.

En yderligere pointe for partnervalget er et ønske om at vise at områder, der tit regnes som udkantsområder, kan være kraftcentre for vækst, der i dette tilfælde skaber virksomheder og uddannet arbejdskraft på spilområdet. Når dette projekts partnere for ti år siden inviterede større aktører på området til at være med i udviklingsprojekter, havde det ingen interesse. I dag er den situation vendt, og de større aktører er anderledes lydhøre. Vi vil derfor i det nye projekt søge samarbejde med aktører i storbyerne i forbindelse med f. eks. markedsføring af den skandinaviske spilbranche globalt set, konferencer, game jams samt generel videns- og erfaringsudveksling. Der er mange gode bud på vigtige aktører på området, og her skal blot nævnes et par af dem, som allerede nu har vores opmærksomhed: The Game Assembly i Malmö, uddannelsesforløbet DADIU i København og YRGO i Göteborg.

Projektet vil også have fokus på andre initiativer, der fremmer entreprenørskab i spilbranchen, som f.eks. Creative Europe Desk, for at få de nyetablerede danske virksomheder til at søge de midler, der forvaltes via det danske filminstitut. I BSR regionen vil projektet samarbejde med projekt "Baltic Game Industry – Empowering a Booster for Regional Development" (2017 – 2020), hvor Dania er med i partnerskabet, og som bl.a. også arbejder med inkubation og territorial sammenhørighed i Østersøregionen.

Horisontelle kriterier – bæredygtig udvikling

Projektet har en positiv effekt på miljøet ved at skabe samarbejdsstrukturer der mindsker transportbehovet og gør det muligt for de deltagende små virksomheder at mødes virtuelt og danne samarbejdsrelationer - uden at de skal rejse med tog, bil og færg. Projektet gør det også muligt for spilvirksomheder at komme ud over de traditionelle spil og ind i læringsspil eller gamification, som bl.a. kan anvendes til adfærdsregulering i forbindelse med eksempelvis affaldssortering, besparelser i energiforbruget, etc. Dette både overfor almene borgere og i virksomheder.

Dermed kan projektet på sigt have en indirekte effekt på miljøet. En anden tilgang til bæredygtig udvikling er samfundsøkonomien - etablering af arbejdspladser og samarbejde over grænser. I den henseende bidrager projektet til en mere bæredygtig erhvervsudvikling og vækst. Projektet ønsker at skabe rammer for spilvirksomheder, så virksomhederne kan blive økonomisk velfunderede og med styrket konkurrenceevne.

Projektet skaber et økosystem for udviklingen af spilvirksomheder - fra studerende til iværksættere og til virksomheder med vækstpotentiale. De små virksomheder og iværksætterne får en ballast der gør dem mere solide og konkurrencedygtige på det globale marked. Dermed øges deres chancer for overlevelse og deres potentiale for skabelse af varige arbejdspladser. Projektet bidrager til at gøre spilbranchen til en af drivkræfterne i den regionale konkurrenceevne for KASK-regionen.

Horisontelle kriterier – ligestilling mellem kvinder og mænd

Spilbranchen har en overvægt af mandlige ansatte. Også i de uddannelser, der leder frem til spilbranchen er der langt flere mænd end kvinder, så derfor vil dette projekt arbejde aktivt på at rekruttere flere piger til spilrelaterede uddannelser og flere unge kvinder til at blive entreprenører.

I Danmark har der været spredte initiativer for at øge diversiteten i rekrutteringen til IT-branchen og dermed en mere ligelig fordeling imellem mænd og kvinder. F. eks. kan nævnes Coding Pirates, der ønsker at udvikle børns teknologiske vovemod ved at fokusere på teknologisk forestillingsevne og skaberkraft gennem udbredelsen af teknologiske lege-, lære-, og væresteder for børn, unge og frivillige på tværs af alder, køn, kultur og evner. Et andet eksempel er Codher.com, der har fokus på voksne og som arbejder for at nedbryde barrierer, der hindrer for eksempel kvinder eller mænd af anden etnisk herkomst i at søge jobs i IT-branchen. Begge netværk køres på frivillig basis.

Svenske projektpartner, HiS, startede for et par år siden med at arbejde aktivt med ligestillingsspørgsmål i spilbranchen under navnet DONNA netværket. Dette er et interessefællesskab med studenter, lærere og forskere ved HiS. En vigtig del af DONNA netværkets arbejde er at udbrede kendskabet til spilmediet for at inspirere kvinder til at blive spiludviklere, opsøge spiluddannelser og satse på en karriere inden for spilbranchen. Desuden kan en udbredelse af branchen have en gunstig effekt på andre måder. Ikke mindst når man tænker på, at statistik fra branchen viser at en stor andel af dem, der spiller er kvinder, og at mange forældre spiller sammen med deres børn.

På HiS spiluddannelser arbejder DONNA for eksempel med, hvordan man kan integrere ligestillingsspørgsmål i spil, og hvordan man kan anvende inkluderende spilindhold til at nå en bredere målgruppe. DONNA retter sine aktiviteter mod samfundet, spiluddannelserne og mod spilbranchen. Det beskæftiger sig med aktiviteter, der kan udbrede kendskabet til spil og spiludvikling, og det gennemfører aktiviteter, som kan udvide rekrutteringsfundamentet. Et eksempel på en sådan aktivitet er det såkaldte "TjeHack", som DONNA arrangerer sammen med et lokalt science center. Under TjeHack Skövde får unge piger mulighed for at møde kvindelige kursusledere og inspiratorer, som brænder for teknik og spil.

Formålet er at inspirere pigerne til at vove at vælge teknik- og spiluddannelser. Et andet eksempel er DONNA Café på Sweden Game Conference, hvis formål er at skabe et mødested for unge kvinder, der enten allerede er i spilbranchen, eller som er på vej ind i spilbranchen.

Det er et stort ønske hos projektpartnerne at opnå en større lighed i antallet af mænd og kvinder i spilbranchen, og for at nå det mål, er det vigtigt at have et mangfoldighedsperspektiv, og at der arbejdes aktivt på at vi bliver mere åbne med hensyn til den måde, vi betragter spilmediet, spilculturen og spilbranchen på. Derfor vil dette projekt, med udgangspunkt i de svenske erfaringer, gennemføre følgende aktiviteter:

- Rekruttering af flere piger til spilrelaterede uddannelser
- Rekruttering af flere kvinder til videregående uddannelser
- Rekruttering af flere kvinder til inkubatorer/etablering af egen virksomhed
- Grænseoverskridende netværkssamarbejde

Forventet målbart resultat:

Når projektet slutter, er der en stigning i antallet af piger, der søger ind på projektpartneres spilrelaterede uddannelser samt de videregående uddannelser på 25%. Der tælles ved projektets start og igen ved projektslut.

Når projektet slutter, vil der i projektets inkubatormiljøer være mindst 20 virksomheder med kvindelige ejere eller medarbejdere. Desuden vil projektets grænseoverskridende netværk for kvinder rumme repræsentanter fra de skandinaviske lande. Alle de initiativer, som projektet har iværksat for at tiltrække flere kvinder til branchen vil være implementeret hos de relevante projektpartnere og desuden være en fast del af deres fremtidige drift.

Horisontelle kriterier – lige muligheder og ikke-diskrimination

Når man kigger på de videospil og andre spil, der er kommet på markedet de senere år, skulle man ikke tro, at der var problemer med hensyn til diversitet i branchen, for mange af hovedpersonerne tilhører etniske minoritetsgrupper og/eller er kvinder. Men hvis man kigger ind i de firmaer, der laver spillene, kan man se at samfundets etniske diversitet ikke er afspejlet der. En britisk rapport om "Creative Skillsset" viste, at i 2015 var der kun 4 % BAME (Black, Asian, and minority ethnic) ansatte i den britiske spilindustri, og lignende undersøgelser fra Skandinavien ville uden tvivl vise samme mønster. Game Developers Conference, som holdes hvert år i marts i San Francisco siges at være verdens største og vigtigste mødested for spilbranchen. Her var spilvirksomheden Ubisoft sidste år vært for en paneldebat med titlen: "World building: the power of developers in representing diversity". Ubisoft har arbejdet proaktivt med øget diversitet blandt deres ansatte, og deres erfaring er, at en afspejling af samfundets diversitet blandt virksomhedens ansatte hjælper dem med at skabe spændende og medrivende spiluniverser, der taler til spilforbrugerne, som jo netop også har en stigende diversitet.

Som med underrepræsentationen af kvinder i branchen er den manglende diversitet blandt ansatte i spilindustrien underlig, da alle etniske grupper er forbrugere af spil, så grunden til dette mønster blandt spilbranchens ansatte er altså ikke en holdningsmæssig fordømmelse af spil hos de etniske minoriteter. Årsagen ligger et andet sted, nemlig i uddannelse.

Hvis man skal ind i spilbranchen, kræver det en relativt høj og specialiseret teknisk uddannelse, og allerede her, er der en lavere repræsentation af etniske minoriteter. Dette betyder, at for at ændre på mønsteret, må man sætte ind langt tidligere med påvirkning i retning af etnisk diversitet – altså allerede på ungdomsuddannelsesniveau. Unge fra etniske minoriteter skal deltage i aktiviteter, der gør at de efterfølgende godt tør vælge en uddannelse, der leder i retning af spilbranchen, og hvis man skal nå dem, inden de vælger ungdomsuddannelse, skal man starte sine rekrutteringsaktiviteter allerede i folkeskolen. Desuden er det vigtigt, at rekrutteringsaktiviteterne også retter sig imod de unges forældre, for de har en stor betydning for de unges valg af ungdomsuddannelse.

Derfor vil dette projekt arbejde målrettet med:

- Rekruttering af flere etniske minoritetsgrupper til spilrelaterede uddannelser
- Rekruttering af flere etniske minoritetsgrupper til videregående uddannelser
- Rekruttering af flere etniske minoritetsgrupper til inkubatorer/etablering af egen virksomhed
- Grænseoverskridende netværkssamarbejde

Forventet målbart resultat:

Når projektet slutter, er der en stigning i antallet af etniske minoriteter, der søger ind på projektpartneres spilrelaterede uddannelser samt de videregående uddannelser på 10%. Der tælles ved projektets start og igen ved projektslut.

Når projektet slutter, vil der i projektets inkubatormiljøer være mindst 10 virksomheder med ejere eller medarbejdere fra etniske minoritetsgrupper. Desuden vil projektets grænseoverskridende netværk for etniske minoriteter rumme repræsentanter fra de skandinaviske lande. Alle de initiativer, som projektet har iværksat for at tiltrække flere etniske minoriteter til branchen vil være implementeret hos de relevante projektpartnere og desuden være en fast del af deres fremtidige drift.

Sammenfattende projektbeskrivelse

Partnerne bag GHS 2.0 har i to tidligere projekter skabt tæt på 100 virksomheder og 400 arbejdspladser i programområdet; et ret imponerende resultat. Det er vi ikke ene om at synes, for begge projekter har vundet prestigefyldte priser i EU. Projekt Scandinavian Game Developers blev vinder af EU Regio Star i kategorien Smart Growth 2015. I juni 2017 modtog Region Midtjylland og Viden Djurs på vegne af projekt Game Hub Scandinavia prisen "Best Public Administration for Start-ups 2016" af Præsidenten for EU Parlamentet.

Alligevel skal der mere kritisk masse til for at sikre en solid markedsindtrængen på det globale marked. Derfor sætter GHS 2.0 speciel fokus på de 4 udfordringer, der blev udpeget i GHS 1.0:

- 3) Forstærket vækst i spilbranchen må understøttes af uddannet arbejdskraft. Derfor vil GHS 2.0 udvikle 2 økosystemer, der skal understøtte uddannelse og entreprenørskab i spilbranchen, og øge tiltrækningen af unge til både spilrelaterede uddannelser og de andre led i værdikæden, så spilbranchen sikres fremtidig arbejdskraft. Samtidig arbejdes med indlæring af kreativitet, innovation og spilentreprenørskab i alle led, da netop disse kompetencer giver skandinaverne en unik konkurrencefordel. Her vil også være speciel fokus på de horisontale kriterier så fordeling på køn og etnicitet i spilbranchen kommer til bedre at afspejle diversiteten i det omgivende samfund.
- 4) Etablering af yderligere kritisk masse af spilvirksomheder. Selvom der er skabt mange spilvirksomheder, er der stadig ikke nok i vores skandinaviske netværk til at gøre os gældende globalt. Der skal udvikles en acceleratormodel, der øger produktionshastigheden i virksomhederne og dermed også den kritiske masse af antal ansatte i spilbranchen. Derfor vil GHS 2.0 skabe 100 nye virksomheder og 400 nye arbejdspladser på blot 3 år. Også her vil den praksisnære forskning spille en stor rolle. Det konkurrenceprægede spilmarked kræver at der konstant udvikles nye forretningsmodeller, der sikrer gennemslagskraft på markedet, så her bidrager projektets anvendte forskning direkte til vækst i spilbranchen.
- 5) Tiltrækning af investeringer. Som spiludvikler har man alle udgifter i starten og får først indtjening, når spillet er udgivet. Dette er problematisk for de unge start-ups. Derfor vil projektet arbejde med modeller for tiltrækning af investering og nye finansieringsmodeller, der er tilpasset branchens behov, så virksomhederne sikres overlevelse i udviklingsperioden og får mulighed for at ansætte den nødvendige arbejdskraft, så deres spilidéer kan omsættes til et salgbart produkt forholdsvis hurtigt. Leder af denne projektaktivitet bliver det private svenske firma, Goodbye Kansas Game Invest, der er ny i projektgruppen.
- 6) Opnåelse af konkrete markedsandele i Kina og Indien og indtrængen på andre globale markeder. I GHS 1.0 blev der etableret gode relationer i Kina og Indien. GHS 2.0 vil bygge på disse og opnå konkrete markedsandele i begge lande og også forberede indtrængen på andre globale markeder. Der skal i GHS 2.0 indgås mindst 10 kontrakter med publishers eller andre kunder på det globale marked. Processen understøttes af forskning i hvordan skandinaviske spilproduktioner tilrettes disse markeder. Dette vil give fornyet viden om design og salg af spil til disse markeder – viden, som vil blive direkte implementeret i inkubatorerne i både DK og SE, og dermed forankret i programområdet, og give et forspring i forhold til andre regioner.

Ligesom de to foregående projekter, vil GHS 2.0 repræsentere et helt unikt grænseoverskridende samarbejde – de valgte partnere har netop de kompetencer der skal til for at sikre smart økonomisk vækst i programområdet i en branche, der i dag er blandt de hurtigst voksende i verden. Oven i købet er partnerne placeret i det, der nogle gange betegnes yderområder – men de har dermed bevist, at når de rette partnere går sammen, kan det lade sig gøre at skabe vækst, også i yderområder.

Tids- og aktivitetsplan

1. Kommunikation

Kommunikationsansvarlig partner: The Animation Workshop

Men alle øvrige projektpartnere bidrager til kommunikation og videnspredning

Kommunikationen i GHS 2.0 er primært rettet mod at forstærke og udbygge det brand, der er skabt i projekt GHS nationalt og internationalt omkring mulighederne i den Skandinaviske spilbranche for at tiltrække investorer og kapital til regionen, samt fastholde og tiltrække talenter til projektets fem regionale inkubationsmiljøer og dermed undgå hjerneflugt til udlandet. Endvidere skal projektets kommunikation løbende informere om projektets mange aktiviteter – igen med det formål at øge viden og opmærksomhed omkring både GHS 2.0 og om de muligheder, der er for etablering af spilvirksomheder i Skandinavien.

Projektets hjemmeside (**aktivitet 1.1**) bliver et kerneelement i hele kommunikationen, da den gør det muligt at følge projektets udvikling, lige fra analysefasen via metodeudviklingen til den efterfølgende forankringsproces. Hjemmesiden vil desuden indeholde en kalender med beskrivelse af projektets mange events og workshops.

Sammen med hjemmesiden bliver der også en lukket platform for projektets medarbejdere (**aktivitet 1.1**) til intern kommunikation, projektets arbejdsdokumenter, dokumentation mm.

Til understøtning af hjemmesidens opmærksomhedsskabende funktion både med hensyn til tiltrækning af kapital og med hensyn til tiltrækning af unge talenter udarbejdes brochurer og andet skriftligt informationsmateriale, bl.a. nyhedsbreve (**aktivitet 1.2**).

Også projektets konferencer, workshops og game jams har som formål at skabe øget opmærksomhed omkring projektet og den skandinaviske spilbranche (**aktivitet 1.3**). Nogle af aktiviteterne har primært de unge spiludviklere eller studerende på spiluddannelserne som målgruppe, som f. eks. projektets game jams. I et game jam mødes spiludviklere samt evt. studerende på spiluddannelser på tværs af virksomheder, geografi og uddannelse for i løbet af et forud fastsat tidsrum, f. eks. 48 timer, at udvikle et færdigt spil. Deltagerne organiserer sig i grupper, der laver hvert sit spil, og ved afslutningen af seancen kåres en vinder. Et game jam har stor fokus på idéudvikling, og mange virksomheder bruger game jam til at få nye idéer, som de selv efterfølgende kan arbejde videre med. Projektet vil også i mange af sine workshops have fokus på kompetencetilførsel til de virksomheder, der skabes i projektet.

Projektets konferencer og nogle af dets events har en bredere målgruppe, da disse vil blive brugt både til at tiltrække eksterne investeringer og nye talenter samt til markedsføring af de virksomheder, der er etableret i projektet. Da et af projektets fokusområder er at opnå markedsandele på globale markeder, især Kina og Indien vil projektet gennemføre markedsføring og videnspredning, både inden for og uden for programområdet (**aktivitet 1.4**). Det vil i den sammenhæng være vigtigt for virksomhederne i inkubatormiljøerne at lære at markedsføre sig såvel nationalt som globalt og at knytte globale netværk med hensyn til at tiltrække opmærksomhed fra kunder, investorer, publishers og samarbejdspartnere. Derfor planlægger projektet med messedeltagelse på de førende spilmesser, for eksempel GDC i San Francisco og Game Connection i Paris. Det er meningen, at mange af de nye virksomheder inviteres til at deltage på sådanne messer – dog på den måde, at de selv betaler for egen rejse og ophold, men de får mulighed for at præsentere sig via projektets messestand. Projektet udvikler sin egen skalerbare messestand, der kan anvendes på alle de messer, som projektet planlægger at deltage i. GIAB er ansvarshavende for denne delaktivitet.

Kun SEA Aalborg Universitet og Goodbye Kansas Game Invest er nye i projektgruppen, så gruppen er klar til at sætte fuld fart på aktivitet 1 fra begyndelsen af januar 2019. Det første projektmøde er allerede aftalt, så hvis projektet godkendes, mødes partnerne i begyndelsen af januar og foretager en detaljeret planlægning af aktiviteterne, hvorefter arbejdet kan begynde. Derfor er der også en forholdsvis ligelig fordeling af omkostningerne over de tre år, projektet varer.

Aktivitet 1.1 Kommunikationsplatform og hjemmeside

Ansvarshavende: The Animation Workshop

Leverandører: Alle projektpartnere (Viden Djurs vil her have en funktion som motivator i forhold til leverancer til hjemmesiden fra alle projektets partnere)

Til aktivitet 1.1, ”kommunikationsplatform og hjemmeside”, udvikles en samlet hjemmeside, der har til formål at orientere generelt om brancheaktiviteter i regionen, og fremvise de enkelte inkubationsmiljøer. Samtidig vil hjemmesiden samle information fra øvrige eksterne kommunikationskanaler, herunder brancherelevante aktiviteter fra Twitter, og samarbejde med eksempelvis NordicGameBits, Northland Square, og Nordic Game Community.

Kalenderen bliver et vigtigt element på hjemmesiden. Alle projektets aktiviteter bliver lagt ind i kalenderen sammen med en beskrivelse, og der gøres samtidig reklame for projektets events, game jams, workshops, oplæg ved eksterne eksperter etc. på projektets startside. Dette skal understøtte den opmærksomhedsskabende proces både med hensyn til tiltrækning af investeringer og af talenter til spilvirksomhederne.

For at sikre effektiv vidensdeling mellem projektpartnere etableres der fælles platform til deling af arbejdsdokumenter, tidsplaner og indsamling af data til brug til forskning. Som en del af dette oprettes der også mailinglister til hurtigt at kontakte nøglepersoner hos hver partner, samt de enkelte inkubatormiljøer. Dette vil også dække for løbende indsamling af materialer, forskning, og relevant medie-omtale af projektet, og arkivering af disse på fælles tilgængelig online platform til intern kommunikation.

The Animation Workshop etablerer projektets hjemmeside og interne kommunikationsplatform, og i hele projektet er det også TAW, der står for det løbende vedligehold af begge. Viden Djurs vil ud over egne leverancer til hjemmesiden, være meget aktiv med hensyn til sparring til TAW samt at motivere alle projektets partnere til løbende at indsende materiale til hjemmesiden. Projektets øvrige partnere bidrager til begge medier ved løbende at udarbejde og indsende relevant materiale til TAW.

Aktivitet 1.2 Informationsmateriale

Ansvarshavende: The Animation Workshop

Leverandører: De øvrige projektpartnere

Aktivitet 1.2, ”informationsmateriale” drejer sig om overordnet udvikling af layouts og tryksags-designs til brug i publikationer og PR-materiale til uddeling ved både eksterne konferencer og ved afholdelse af egne konferencer. Materialet vil kommunikere forskningsresultater, beskrivelse af inkubationsmiljøer og de øvrige aktiviteter indeholdt i projektet, herunder game jams og relevante historier blandt projektets deltagende virksomheder.

Desuden vil der gennem projektets hjemmeside blive gjort opmærksom på muligheden for at tilmelde sig nyhedsbrev, hvor der 2 gange årligt vil blive lavet en opsamling af historier for spilbranchen på skandinavisk plan, og samtidig sat fokus på virksomhederne i programområdet gennem korte interviews. Den online

kommunikation vil primært være tekstbaseret, men når det vurderes relevant vil video-interviews eller streaming af konference-aktiviteter også anvendes. Aktiviteten er særdeles vigtig for opbygningen af det fælles skandinaviske brand på spilmarkedet globalt set, så der planlægges med en forholdsvis stor arbejdsindsats. TAW har ansvaret for denne aktivitet og for koordineringen af at de producerede bidrag til tekster og billeder når frem i tide, så de kan blive brugt til brochurer, posters, videoer mm. og er til rådighed på de events og i de fora, hvor de skal anvendes. VID motiverer projektets partnere til rettidig produktion af materialer, sparrer med TAW om materialernes endelige udformning og leverer desuden eget bidrag. HiS og AaK omskriver projektets forskningsartikler til let tilgængelige manualer til inkubatormiljøerne og andre interesserede, så den nyeste viden på området kan blive taget i brug med det samme i programområdet. Desuden leverer de egne bidrag til informationsmaterialet. De tre øvrige partnere leverer egne bidrag til TAW.

Aktivitet 1.3 Seminarer, work shops, konferencer og game jams

Ansvarshavende: Viden Djurs, Erhvervsakademi Dania, The Animation Workshop, Gothia Science Park, Aalborg Kommune

Leverandører: Goodbye Kansas Game Invest, SEA Aalborg Universitet, Högskolan i Skövde

Projektets **aktivitet 1.3** vedrører "seminarer, workshops, konferencer og game jams".

Projektets konferencer vil have en bred målgruppe, da alle interesserede vil have mulighed for via projektets hjemmeside at holde sig orienteret om aktiviteten og tilmelde sig, men den reelle målgruppe vil sandsynligvis være personer og virksomheder med særlig interesse for spil. Her tænkes på deciderede spilvirksomheder, forskere, investorer, publishers, unge spiltalenter og studerende på spiluddannelser, uddannelsesinstitutioner, der har spiluddannelser samt folk med generel interesse for spil.

Udover at informere bredt om spil vil konferencerne have til formål at profilere de virksomheder, der etableres i projektets 5 inkubationsmiljøer. Samlet set vil konferencerne føre til øget bevidsthed om spilsektoren og dennes vækstpotentiale regionalt og internationalt - hvilket er helt afgørende for at tiltrække ekstern finansiering og risikovillig kapital.

Projekt Game Hub Scandinavia vil endvidere afholde en årlig Games Expo med særlig fokus på virksomhederne i inkubatormiljøerne og med samtidig deltagelse af relevante internationale udstillere. Derved sikres udstillerne fra inkubationsmiljøerne et højt udbytte målt såvel på et udvidet professionelt netværk som på mulighederne for match making med hensyn til skandinaviske "co-productions" på tværs af virksomhederne i programområdet. Desuden vil Games Expo give den brede offentlighed i programområdet en øget forståelse af spilsektoren bredt set på en række områder og kunne inspirere flere unge til at se spilsektoren som en karrieremulighed.

Projektets seminarer og workshops vil have spilvirksomhederne og i nogle tilfælde også studerende og undervisere på spiluddannelserne som primær målgruppe. Et af hovedformålene med disse vil være tilførsel af ny viden og nye kompetencer til spilvirksomhederne i programområdet med henblik på at skabe så mange nye spilvirksomheder som muligt samt at tilføre den nyeste viden til de uddannelsesinstitutioner, der gennemfører spilundervisning.

Som en del af arbejdet med at profilere og brande projektet blandt talentmiljøerne overordnet set, vil der desuden blive holdt en række åbne workshops og foredrag med fokus på spil- og forretningsudvikling, hvor studerende og andre spiludviklings-interesserede fra hele programområdet kan deltage. Dette vil medvirke

til at tiltrække talenter til inkubationsmiljøerne overordnet set, også på internationalt plan, og sikre en fast tilstrømning af nystartede virksomheder til inkubatorerne. Projektets game jams retter sig primært imod spilvirksomhederne fra de 5 inkubatormiljøer. Her mødes spiludviklerne samt for i løbet af et forud fastsat tidsrum at udvikle et færdigt spil. Deltagerne organiserer sig i grupper, der laver hvert sit spil, og ved afslutningen af seancen kåres en vinder. Til nogle af projektets game jams vil også veletablerede spilvirksomheder blive inviteret, så de nye virksomheder får mulighed for at udvide deres netværk, og ofte vil studerende fra programrådets uddannelser blive inviteret, så der hele tiden tiltrækkes nye talenter til projektets inkubatormiljøer. Der afholdes 5 fælles game jam workshops i projektperioden med skiftende værtsrolle blandt projektpartnerne. Projektets øvrige konferencer planlægges og gennemføres af Dania, VID, HiS, SEA, AaK og TAW. Desuden er en vigtig deltager i planlægningen og gennemførelsen af dem desuden Goodbye Kansas Game Invest, da målgruppen for disse aktiviteter også omfatter mulige investorer, der har behov for mere viden om de virksomheder, som de potentielt kunne investere i. GKGI skal derfor arbejde på at tiltrække deltagelse af mulige investorer til disse events.

Aktivitet 1.4 Global vidensspredning og markedsføring

Ansvarshavende: GIAB og TAW

Leverandører: Øvrige projektpartnerne

Aktivitet 1.4 vedrører "global vidensspredning og markedsføring". GHS 2.0 deltager som udstiller ved internationale spilkonferencer og messer fokuseret på spil- og forretningsudvikling på det globale marked. Gennem denne udstillingsaktivitet vil projektet sikre vidensspredning både inden for og uden for programrådet. Desuden vil disse aktiviteter øge opmærksomheden blandt investorer på udkig efter nye investeringsmuligheder, og her vil Goodbye Kansas Game Invest have en stor rolle i at sikre, at så mange potentielle investorer som muligt deltager i disse aktiviteter. Deltagelsen vil også markere projektet på det globale marked som et centralt videncenter i forhold til inkubation i den kreative sektor, og derved profilere både deltagende virksomheder og projektet generelt set.

Desuden vil det give mulighed for at promovere projektets resultater og vidensspredning af udviklede metoder samt præsentation af forskningsarbejde på relevante akademiske konferencer.

Ved deltagelse i internationale spilkonferencer vil spilvirksomheder fra de seks inkubationsmiljøer være med til at udstille projektets resultater. Til brug ved deltagelse i eksterne konferencer vil der blive udarbejdet et modulært stand design der kan skaleres til varierende stand-størrelse, og være en samlet platform for projektpartnerne til at profilere projektet, og fungere som mødeplads under hver enkelt konference.

Herunder vil der også være løbende opdatering, samt produktion af tryksager såsom bannere, foldere, roll-ups, badges og lignende PR materiale - det vurderes at dette skal opdateres cirka én gang årligt. Deltagelse af virksomheder fra de enkelte inkubationsmiljøer vil stå for virksomhedernes egen regning, men vil alligevel give dem en unik mulighed for markedsføring og kontakt til potentielle investorer og publishers.

Desuden vil projektet have en synlig tilstedeværelse på sociale medier og udviklerfora - herunder sites som Spiludvikling.dk, Player of Games (Facebook) med henblik på at sikre synlighed og tæt kommunikation med udvikler-communities i Skandinavien omkring relevante aktiviteter såsom game jams, konferencer, workshops osv.

Endvidere er der i projektperioden kontakt med presse for relevante projektaktiviteter på tværs af projektpartner-aktiviteter - bl.a. gennem invitationer til konferencer, invitation til virksomheder til interviews, samt udsendelse af pressemeddelelser.

Primær ansvarshavende for denne delaktivitet er GIAB, der vil være primus motor i forhold til at arrangere vores tilstedeværelse på store internationale konferencer og messer (standleje, udstyr mm.). TAW vil koordinere projektets markedsføring og videnspredning på globale messer og konferencer samt "online presence". HiS vil videreudbygge sit internationale netværk og sammen med VID og AaK stå for videnspredningen i globale uddannelsesinstitutioner, publishers og andre formidlere af spil samt tiltrække disse interessenter til de globale videnspredningsaktiviteter. Alle partnere, der har inkubationsmiljøer, bidrager til planlægningen og gennemførelsen af messe- og konferencedeltagelse, HiS bidrager med videnspredning om projektet og dets triple/quadruple helix model, hvor kobling imellem forskning og løsning af praktiske problemer for spilbranchen kan omsættes direkte i etablering af nye arbejdspladser, og SEA giver HiS sparring på dette. Desuden bidrager Goodbye Kansas Game Invest som nævnt i forhold til tiltrækning af potentielle eksterne investorer.

Aktivitet 2: Projektledelse

Formålet med projektledelsen er at sikre, at projektet når de lovede resultater til den lovede tid, samt at projektet overholder alle krav til rapportering og dokumentation. Samtidig skal en god projektledelse også kunne sikre at selve projektprocessen kører så uproblematisk som muligt, og at alle projektets partnere føler sig velinformeret om deres opgaver samt om projektets fremdrift, og at samarbejdet i øvrigt fungerer godt. Projektets Lead Partner, Viden Djurs nedsætter ved projektets start styregruppe og økonomigruppe med repræsentanter fra alle partnere og fungerer i hele projektperioden som leder af såvel styregruppe (aktivitet 2.1) som økonomigruppe (aktivitet 2.2).

Nedsættelse af ad hoc arbejdsgrupper samt monitorering af disse ses også som en del af aktivitet 2.1. Det samme er tilfældet med projektets referencegruppe (aktivitet 2.1), hvis formål er at indgå i en konstruktiv dialog med relevante aktører i Øresundsregionen, så der udveksles viden om hvordan man arbejder dels med at skabe arbejdspladser og virksomheder i spilbranchen og dels med at udvikle markedsområderne for allerede etablerede virksomheder.

Viden Djurs står for generel overvågning af projektets fremdrift samt projektets levering af den fornødne rapportering, dokumentation og regnskaber i forhold til projektplanen.

I hele projektperioden vil Viden Djurs fungere som rådgiver i forhold til de øvrige partners projektgennemførelse, både hvad angår indhold og økonomi.

Som Lead Partner er det endvidere Viden Djurs, der indsamler materialer og regnskaber i forhold til statusrapporteringen og sørger for videreforsendelse til både First Level Control og ÖKS-Sekretariatet og som påser, at de spørgsmål som hhv. FLC og KASK-Sekretariatet måtte have bliver besvaret hurtigst muligt. Viden Djurs samarbejder her tæt med Högskolan i Skövde.

Ved problemer i forhold til projektets fremdrift og leverancer, tager Viden Djurs kontakt til den pågældende partner og laver sammen med partneren en plan for, hvordan partneren indhenter de leverancer eller aktiviteter, som partneren måtte være bagud med. Viden Djurs har samarbejdet med de fleste projektpartnere i tidligere projekter, og samarbejdet har hidtil fungeret uden problemer overhovedet, men, hvis der skulle opstå konflikter i projektet, vil Viden Djurs forsøge at fungere som mægler imellem partnerne og bilægge eventuelle stridigheder. I de tilfælde, hvor det ikke kan lade sig gøre, eller i tilfælde af andre uforudsete problemer, vil Viden Djurs kontakte KASK-Sekretariatet og sammen med dem finde en løsning.

Kun SEA Aalborg Universitet og Goodbye Kansas Game Invest er nye i projektgruppen, så gruppen er klar til at sætte fuld fart på aktivitet 1 fra begyndelsen af januar 2019. Det første projektmøde er allerede aftalt, så

hvis projektet godkendes, mødes partnerne i begyndelsen af januar og foretager en detaljeret planlægning af aktiviteterne, hvorefter arbejdet kan begynde. Derfor er der også en forholdsvis ligelig fordeling af omkostningerne over de tre år, projektet varer.

Aktivitet 2.1 - Styregruppe, med møder, arbejds- og referencegruppe

Ansvarshavende: Viden Djurs, The Animation Workshop (Skype-møderne)

Leverandører: Alle øvrige projektpartnere

Ved projektets start tager Viden Djurs som Lead Partner initiativ til nedsættelse af en styregruppe og fungerer som dens leder. Styregruppen vil bestå af en repræsentant for hver af partnerne og fungere som projektets ledelse. Styregruppens ansvar vil være at overvåge projektets fremdrift og at sikre, at projektet når sine mål til tiden. Hvis det viser sig, at tidsplan eller budget ikke holder, er det styregruppens opgave at vurdere sagen, justere projektplanen og fremlægge denne for opdragsgiverne til godkendelse. Som konkret arbejdsredskab vil styregruppen anvende de halvårslige statusrapporter og desuden deltage i projektets partnern møder.

Styregruppen sørger desuden for at projektet nedsætter de arbejdsgrupper, der er nødvendige i forhold til at projektets mål. Styregruppen skal tilse, at de nedsatte arbejdsgrupper har de fornødne informationer og kompetencer til at gennemføre de pålagte opgaver, samt at overvåge, om opgaverne bliver udført i overensstemmelse med projektplanen. Det er endvidere styregruppens opgave at tilse, at partnerne tildeler de planlagte ressourcer til projektet, så den bedst muligt fremdrift sikres.

Styregruppen nedsætter desuden en referencegruppe med det formål at sikre videndeling med hensyn til udvikling af spilvirksomheder og spiluddannelser i hele programområdet. Projekt GHS 2.0 vil indhente den nyeste viden til programområdet, hvilket kan komme Øresundsregionen til gavn, og samtidig kan deltagerne fra Øresundsregionen dele deres viden med Game Hub Scandinavia. Desuden vil projektet inddrage spilvirksomheder og uddannelsesinstitutioner, der underviser i spiludvikling i det Skandinaviske netværk, der på den måde styrkes, hvilket vil gavne såvel KASK som Øresundsområdet. Endvidere er projektpartner Erhvervsakademi Dania partner i et BSR-projekt, hvilket vil sikre erfaringsudveksling med Østersøregionen.

Styregruppen skal endvidere tilse at projektets kommunikation, internt såvel som eksternt. Det er styregruppens ansvar at indkalde til partner-, arbejds- og referencegruppemøder, og at sørge for, at dagsordner til sådanne møder bliver udsendt i rimelig tid inden møderne, at der under møderne skrives et referat, og at dette udsendes til alle partnere i rimelig tid efter hvert møde. Ligeledes skal styregruppen udsende referater af egne møder til alle partnere.

Der planlægges med i alt 6 styregruppemøder og 4 referencegruppemøder i projektperioden, men hvis det skønnes påkrævet, indkaldes til ekstra styregruppemøder. Møderne vil foregå på skift i de 3 partnerlande, og, hvis muligt lægges i forbindelse med andre fælles projektaktiviteter for at sikre den bedst mulige ressourceudnyttelse. I øvrigt vil styregruppen planlægge med månedlige Skype-møder af 1 times varighed. Datoerne og tidspunktet for Skypemøderne fastlægges på det første styregruppemøde, og hvert møde vil maksimalt vare 1 time. Formålet med Skypemøderne er at holde en tæt løbende kontakt imellem projektets partnere og at sikre, at eventuelle spørgsmål og udfordringer bliver behandlet med det samme fremfor at vente til næste halvårslige styregruppemøde. Projektets kommunikationsansvarlige vil stå for indkaldelse til Skype-møderne, dagsorden samt kort beslutningsreferat. Desuden vil den

kommunikationsansvarlige have rollen som moderator under møderne – en rolle, der er en vigtig forudsætning for, at møderne giver det ønskede udbytte.

VID har som projektets lead partner hovedansvaret for denne aktivitet, hvilket indebærer den overordnet koordinering af alle projektaktiviteter, indsamling af projektdokumentation, rådgivning af partnere, ansvarlig for styregruppe og referencegruppemøder, koordinering af statusrapportering, kontaktfunktion i forhold til programkontor og FLC samt alle andre projektadministrationsopgaver.

Aktivitet 2.2 - Økonomigruppe

Ansvarshavende: Viden Djurs

Leverandører: Alle øvrige projektpartnere

Ved projektets start tager Viden Djurs som Lead Partner initiativ til nedsættelse af en økonomigruppe og fungerer som dens leder. Økonomigruppen vil bestå af en repræsentant for hver af partnerne i projektkonsortiet, og den enkelte repræsentant vil være den person hos den enkelte partner, som har som ansvarsområde at sørge for projektets regnskab og økonomi. Økonomigruppen mødes 3 gange i løbet af projektet, og formålet med nedsættelse af gruppen er, at alle partnerinstitutioner får en forståelse for vigtigheden af indsamling af den rette dokumentation samt en nøjagtig viden om de regnskabsmæssige krav til projektet. Endvidere skal møderne i økonomigruppen være med til at skabe relationer, der letter samarbejdet i forbindelse med indsendelse af projektets økonomirapporter.

Ved første møde, som ligger kort tid efter projektets start, vil Viden Djurs' økonomiansvarlige sammen med gruppen gennemgå projektets dokumentation og regnskaber, og der aftales ensartede administrative procedurer i alle partnerinstitutioner. Som forberedelse til mødet udarbejder viden Djurs et kompendium, der kort og tydeligt opsummerer projektets krav til administration og dokumentation, projektets forretningsgange samt samarbejdet med FLC og Tillväxtverket. Ved andet møde evalueres projektets forretningsgange, og alt efter behov foretages der justeringer. Endvidere foretages en samlet budgetopfølgning, så der kan gives besked til styregruppen, hvis projektet skal planlægges med en revision af det samlede budget. Ved sidste økonomimøde, der lægges kort efter statusrapport 5, vil gruppen igen kigge på, om der skal indsendes en samlet ansøgning til KASK-Sekretariatet om en revision af budgettet, og den vil endvidere planlægges sidste og afsluttende rapportering til projektet.

VID's lead partner funktion på denne aktivitet. De øvrige partners andel i denne aktivitet vil være deltagelse i økonomigruppemøderne samt gennemlæsning af den administrative manual.

Aktivitet 3: Modeludvikling og afprøvning, del 1: Øget rekruttering til spilbranchen samt dannelse af kritisk masse

For at nå et af projektets overordnede mål om at etablere en kritisk masse af spilvirksomheder, der kan skabe markedsandele for de skandinaviske spilvirksomheder på de globale markeder og dermed bringe øget økonomisk vækst til programområdet, skal der som nævnt findes løsninger på fire udfordringer, som det foregående projekt, GHS, har peget på: 1) Øget rekruttering til spilbranchen samt dannelse af kritisk masse af virksomheder, 2) acceleration i spilvirksomhederne, 3) tiltrækning af investorkapital, 4) opnåelse af markedsandele i Asien. I denne aktivitet (3) beskrives løsningerne på udfordring 1 og 2. De to øvrige udfordringer beskrives i hhv. aktivitet 4 og 5.

Projektet vil gennemføre en forstærket rekrutteringsindsats i alle led i økosystemets værdikæde for at sikre spilbranchen den fornødne arbejdskraft. Rekrutteringsarbejdet for GHS 2.0 starter allerede før det første led i økosystemets værdikæde, hvilket vil sige før de unge skal vælge en ungdomsuddannelse, det fortsætter igennem alle led i værdikæden, og det skal være fundamentet for skabelse af den kritiske masse af spilvirksomheder, der er helt afgørende for succes på de globale markeder. Rekrutteringsmodellen skal endvidere sikre, at alle unge med talent for og lyst til entreprenørskab får adgang til inkubatormiljøerne med henblik på at etablere egen virksomhed allerede fra ungdomsuddannelsesniveau. Tanken her er ikke, at alle unge skal være entreprenører, men alle unge skal kunne tænke entreprenørielt, hvilket vil være en stor fordel for det arbejdsmarked, der senere skal ansætte dem. I alle aktiviteter og i alle led i økosystemets værdikæde arbejdes aktivt med at øge diversiteten, så den reflekterer det omgivende samfund, så der gøres særlige indsats for at få flere piger og unge kvinder samt repræsentanter fra etniske minoriteter inkluderet. Alle projektets partnere er involveret i denne aktivitet, og nedenfor beskrives mere om, hvordan dette gøres og af hvem.

I alle nedenstående delaktiviteter vil dele af projektets samlede model blive udviklet. Den benyttede metode vil være "aktions-præget" hvilket vil sige, at modeludviklingen startes allerede fra projektets første måned, og så snart det overhovedet er muligt, vil arbejdet med at afprøve modellerne starte. Det betyder, at der vil være mulighed for at afprøve og justere modellerne flere gange i projektets levetid, og ved projektets afslutning vil den endelige projektmodel være så velafprøvet, at partnerne uden videre kan implementere den som en fast del af driften i den enkelte partnerinstitution.

Aktivitet 3-5 vil kun i meget begrænset omfang kunne siges at være statsstøtte. Der er elementer af det arbejde, der gøres i den inkubator, hvor spilvirksomhederne skal vækste, som vil kunne ses som statsstøtte, men her vil projektet overholde EU's regler om de minimis støtte og lave de minimis erklæringer med de involverede virksomheder.

3.1 Øget rekruttering til uddannelser samt inkubatormiljøer

Ungdomsuddannelser: VID Gymnasier, en afdeling af Viden Djurs vil udvikle og afprøve en indsats, der forstærker tiltrækningen af unge til deres spiluddannelser. Aktiviteterne vil bl.a. bestå i deltagelse på uddannelsesmesser, produktion af infomateriale, opslag på SO-Me. Desuden, for at tiltrække flere piger og andre etniske grupper, vil der, med afsæt i erfaringer fra projekter som Coding Pirates, DONNA netværket blive arbejdet med indsats, der målrettes disse. Modellen vil indeholde aktiviteter, hvor de unge afprøver elementer fra spiluniverset og fra de uddannelser, der fører til en karriere i spilbranchen, f. ex. "game jams", og workshops i spiludvikling. Der er ingen svenske ungdomsuddannelser med i partnerskabet, men Katedralskolan i Skara og YRGO i Göteborg vil følge projektet tæt, og især denne del, da de er interesserede i at bruge projektets model til at tiltrække flere elever til deres spiluddannelser.

Videregående uddannelser: Projektets rekrutteringsmodel skal også omfatte indsatserne fra Aalborg Universitet, Erhvervsakademi Dania samt His med henblik på øget søgning til deres spilrelaterede uddannelser. Det vil de dels gøre i forhold til aktiviteter for ungdomsuddannelser. Aktiviteterne skal sikre at de unge får lejlighed til at se alle de muligheder, der tilbydes i projektets økosystem samt muligheden for at blive spilentreprenør. De unge spilvirksomheder i projektets inkubatorer vil deltage i aktiviteterne for ungdomsuddannelserne, da dette er med til at opbygge en fællesskabsfølelse i økosystemet, og vil øge de unges lyst til at blive en fast del af miljøet. Desuden vil uddannelserne præsentere deres tilbud på de SO-ME, på relevante uddannelsesmesser og konferencer. Også til dette led i værdikæden vil der blive arbejdet med aktiviteter der skal øge antallet af unge kvinder samt unge fra andre etniske minoriteter, der søger spilrelaterede uddannelser. I arbejdet med at rekruttere unge til spiluddannelserne deltager HiS og GIAB

med erfaringer fra deres arbejde med Donna-netværket samt projektets kommunikationsansvarlige, der laver informationsmaterialer og SO-ME. Rekrutteringsarbejdet til ungdomsuddannelserne vil foregå jævnt fordelt over hele projektperioden.

Inkubationsmiljøer: Projektet vil have i alt 5 inkubationsmiljøer, og der skal rekrutteres gode virksomheder til dem. Der vil derfor, som en del af projektets fælles model, blive lavet en screeningsproces, som skal bruges til de spilvirksomheder, der ønsker optagelse i en af projektets inkubatorer. Rekrutteringen til inkubatormiljøerne vil helt naturligt foregå i projektets økosystemer, altså fra uddannelserne og til inkubatoren. Desuden vil projektet etablere kontakt til nyetablerede spilvirksomheder, som er opstået uden for økosystemet. Disse kan have en interesse i at komme med i inkubatoren, fordi det giver adgang til specialiseret rådgivning, andel i den nyeste viden fra forskning fra partnerskabets universiteter, adgang til den fælles markedsføring på globale markeder, samt adgang til det, der bliver Skandinaviens stærkeste spillklynge.

VID er overordnet aktivitetsleder i denne delaktivitet og forestår alene den del, der vedrører rekruttering til ungdomsuddannelser samt efterfølgende vidensspredning til svenske ungdomsuddannelser. Dania vil lægge en stor indsats i rekruttering til videregående uddannelse, til precubator og inkubator miljøer samt til accelerationsforløbene. AaK, og TAW vil rekruttere til inkubations og acceleratormiljøer, SEA vil arbejde på rekruttering til videregående uddannelse. GIAB vil rekruttere til inkubations og acceleratorforløb. HiS har flere ansøgere til deres spiluddannelse, end de har plads til, så de vil give de øvrige partnere sparring i deres rekrutteringsindsats.

3.2 Øget integration af entreprenørskab, herunder arbejde med innovation og kreativitet i uddannelserne samt "precubation"

Projektet vil arbejde med øget integration af entreprenørskab på alle økosystemets uddannelser. Det bliver dels i fagene og dels i konkrete inkubationsmiljøer. På uddannelserne etableres såkaldte precubators, hvor unge spilentreprenører kan afprøve, hvordan det er at etablere en spilvirksomhed uden at det får de store personlige eller økonomiske konsekvenser, hvis de ikke lykkes med deres virksomhed, men hvor dem, der har talentet får mulighed for at lægge grundstenen til det, som kan blive deres fremtidige karriere.

I fagene vil uddannelserne kigge på, hvordan man kan integrere arbejdet med det entreprenørielle mindset i undervisningen i højere grad end det er tilfældet i dag – og denne del er ikke medtaget i projektets økonomi, da dette lægges ind i uddannelsesinstitutionernes ordinære undervisningstilbud og dermed danner additionalitet i forhold til støttemidlerne. Såvel i fagene som i precubator rådgivningen skal der arbejdes systematisk med at videreudvikle de unges færdigheder i at tænke innovativt og kreativt i forhold til deres spilproduktion, og at omsætte denne innovation og kreativitet til produkter, de kan leve af – for det er netop her, skandinaverne har en fordel frem for andre på det globale marked. Projektets forskning, som foretages af HiS og Aalborg Universitet, vil levere input til denne proces.

Efter endt uddannelse etablerer de unge spilentreprenører virksomhed i projektets inkubatormiljøer, og taksonomien i hhv. precubation og inkubatormiljøerne vil være: Step 1: på ungdomsuddannelserne – **test**. De unge spilvirksomheder skal udelukkende have fokus på at lave et færdigt produkt, og, når det lykkes for dem, får de hjælp af inkubatorens coach til at release deres spil. De unge skal ikke bruge så meget tid på alle de øvrige aspekter, der er involveret i det at drive en spilvirksomhed, for det kan de ikke overkomme, når de også samtidig skal passe deres skolegang. Der ligger en meget værdifuld læreproces i det at færdiggøre en produktion, men det er også et stort arbejde. Derfor vil integrationen af entreprenørskab i uddannelserne også bestå i at få gennemført, at når en gruppe af unge færdiggør et spil, er det samtidig en erstatning for en eller flere af deres obligatoriske afleveringsopgaver på uddannelsen, og på den måde,

bliver det mere overkommeligt for de unge entreprenører både at passe skolegangen og at "lege" med at etablere egen virksomhed.

Step 2: på de videregående uddannelser – learn. Også her vil man etablere inkubatormiljøer – og her med lidt højere krav til de unge entreprenører: udover at producere færdige produkter skal de nu også lære om forretningsmodeller og virksomhedsledelse. Dette foregår naturligvis i samarbejde med inkubatormiljøets coaches, og også her vil projektet kigge på, hvordan man kan tilrettelægge de unges studier, så det at drive egen virksomhed kan integreres i studierne, så det ikke udelukkende betyder ekstra arbejdstid for de unge at etablere egen virksomhed.

Sidste led i taxonomien, "grow" foregår i projektets Game Hub Scandinavia miljøer når de unge er færdige med at studere. Arbejdet i disse miljøer beskrives nærmere under punkt 3.3.

Arbejdet med øget integration af entreprenørskab i uddannelserne foretages primært af uddannelsesinstitutionerne i partnerskabet men med inspiration og hjælp fra GIAB samt de øvrige Game Hub Inkubatorer i projektet og formålet med denne aktivitet er at understøtte opbygningen af den vigtige kritiske masse af virksomheder set i forhold til det globale marked. Desuden inddrages forskning fra His samt Aau om koblingen mellem kreativitet, innovation og spildesign. Da flere af aktiviteterne lægges ind i den ordinære drift hos partnerne, er der her kun medtaget lønudgifter til de aktiviteter, der vedrører etablering af precubators.

3.3 Kritisk masse på basis af fælles model og acceleration

Der etableres 1 ny filial af "Game Hub Scandinavia Incubator" i Aalborg så når projektet slutter, er der i alt 5 inkubatormiljøer. Hovedansvaret for etableringen ligger hos SEA, Aalborg Universitet, men Aalborg Kommune vil bidrage til dette arbejde, Dania vil overføre sin ekspertise med GIAB som sparringspartnere på processen. Grundlaget for arbejdet i inkubatormiljøerne vil være den model, der er udviklet i GHS projektet, dog med justeringer, der vil være en direkte udløber af forskningen i GHS 2.0 vedr. nye forretningsmodeller, globalisering samt tiltrækning af eksterne investeringer. Hovedfokus i aktivitet 3.3 er dog udvikling af et acceleratorforløb, der for alvor kan medføre vækst og flere ansatte i spilvirksomhederne.

Acceleratorforløbet vil blive udviklet i fællesskab af de danske og svenske inkubationsmiljøer, dog med Dania som primus motor med hjælp fra GIAB, VID, AaK, TAW. Det vil primært fungere som et virtuelt forløb, så partnerne vil udvikle en fælles platform, hvor virksomhederne bl.a. vil modtage online sparring fra forretningsudviklere fra de danske og svenske inkubatorer, og fra eksterne mentorer. Sidstnævnte vil som udgangspunkt være ledere af lokale succesfulde spilvirksomheder, som har værdifuld erfaring at rådgive ud fra. Modellen vil også omfatte tiltrækning af eksterne investeringer, så Goodbye Kansas vil have en rolle i modeludviklingen ligesom hele aktiviteten vil have tæt tilknytning til aktivitet 4, tiltrækning af eksterne investeringer.

I øvrigt skal modellen indeholde:

- Definitioner af de milestones, virksomhederne skal opfylde i accelerationsforløbet.
- Skabeloner til planlægning af virksomhedernes ressourcebehov for at sikre at de rette kompetencer er til stede, samt at virksomhederne har et værktøj til at afklare deres kapitalbehov.

- En model for hvordan inkubationsmiljøerne kan samarbejde tættere om at sammensætte komplette teams på tværs af regionen. Dette kan være decideret samarbejde mellem flere virksomheder, køb af ydelser i kortere perioder, og/eller praktikophold.
- Etablering af et netværk af mentorer, der kan bistå partnerskabet med viden om acceleration af spilvirksomheder, og rådgive de involverede virksomheder.
- Udvikling af skabelon, der skal anvendes som pitch deck når de deltagende virksomheder ansøger om at blive optaget på accelerationsforløbet, og være grundlag for deres præsentationsmateriale, når de ansøger om ekstern kapital fra investorer under eller umiddelbart efter forløbet.

Som en del af aktiviteten vil partnerne behandle relevante emner for et succesfuldt acceleratorforløb. Inspiration til dette vil bl.a. blive hentet fra eksisterende accelerators inden for den generelle teknologiindustri, og herefter tilpasset de behov, spilvirksomhederne i de deltagende inkubationsmiljøer har. Varigheden af acceleratorforløbet forventes at være 3-6 måneder.

Som udgangspunkt vil vi i projektets testfase optage virksomheder fra egne inkubationsmiljøer. Vi vil dog i løbet af projektets levetid, når accelerationsforløbet er testet og evt. justeret, også afsøge muligheden for at tiltrække fra andre regioner – i såvel Skandinavien som internationalt – med henblik på at tiltrække flere virksomheder med vækstpotentiale til programområdet. HiS støtter aktiviteterne i 3.3 med forskning i koblingen imellem kreativitet, innovation og spildesign og omskriver også forskningsartiklerne til manualer, så den nyeste viden på området kan komme acceleratorvirksomhederne til nytte med det samme.

4. Modeludvikling og afprøvning, del 2: Internationalisering: øget adgang til globale markeder

I projekt GHS erfarede vi, at en målrettet indsats på interessante vækstmarkeder faktisk kan føre til etablering af stærke netværk. Hvis man skal gå fra gode relationer til konkrete markedsandele, kræves et forstærket samarbejde i de skabte netværk, og der er stort potentiale i Asien. Den skandinaviske tilgang til idé- og produktudvikling er baseret på kreativitet, samarbejde, og kritisk tænkning, som er et godt udgangspunkt for skabelsen af innovative spil. Netop denne egenskab har stor interesse i Asien og især i Kina, og det har vist sig, at adgang til markedet er tæt knyttet til et samarbejde med både uddannelsesinstitutioner (universiteter) og publishers (private virksomheder), der gerne vil indgå i samarbejdsprocesser, hvor man arbejder efter den "skandinaviske udviklingsmetode". Det er også en ambition at samarbejdet med de asiatiske partnere skal føre til egentlige co-produktioner imellem skandinaviske og asiatiske spilvirksomheder, og for at opfordre til konkrete fælles produktioner imellem asiatiske og skandinaviske spiludviklere vil der blive etableret skrivebordspladser både på de skandinaviske og de asiatiske uddannelsesinstitutioner og inkubatorer, som er til rådighed for de unge udviklere, når de mødes for at lave fælles produktioner. GHS 2.0 vil også opsøge nye vækstmarkeder, baseret på den tilgang GHS udviklede for Kina og Indien, og hvis de vurderes at have potentiale, bliver de besøgt med henblik på opbygning af netværk.

I forhold til de asiatiske markeder vil HiS gennemføre forskning i, hvordan skandinaviske spilproduktioner tilrettes disse markeder, en forskning, der er ret afgørende i forhold til at trænge ind på disse markeder. Forskningen vil blive udført som 'action research', hvor en del af arbejdet udføres i eksempelvis

spilvirksomheder og i samarbejde med forskningsinstitutioner i de lande, hvor projektet ønsker at opnå markedsandele. Den vil give fornyet viden om design af spil til disse markeder – viden, som vil blive direkte implementeret i inkubatorerne i både DK og SE, og dermed forankret i programområdet, hvilket vil give KASK-regionen et forspring i forhold til andre regioner.

I forhold til at opnå markedsandele på de asiatiske markeder er det også vigtigt, at projektet har et fælles skandinavisk brand, som de involverede inkubationsmiljøer, vidensinstitutioner og spiludviklere kan markedsføres under globalt. Dette gøres i aktivitet 1 og kommer også til nytte her, hvor spilproduktioner, der er udviklet i de deltagende inkubatorer, vil blive inkluderet i en samlet portfolio af skandinaviske spil og præsenteret for internationale publishers, investorer og medier flere gange i forbindelse med etablering af markedsandele.

Da den primære årsag til succes bag det relationsopbyggende arbejde i GHS projektet er HiS' stærke forskernetværk, så HiS er hovedansvarlig for aktiviteten både med opnåelse af markedsandele i Indien, Kina og øvrige globale markeder. Dania har bidraget meget til det relationsopbyggende arbejde, så de fortsætter deres momentum i GHS 2.0, VID bidrager lidt mindre, og følgende partnere endnu mindre igen: TAW, AaK, GIAB, SEA, Goodbye Kansas Game Invest vil inddrage asiatiske investorer i investornetværket og er derfor også meget involveret i denne aktivitet.

5. Modeludvikling og afprøvning, del 3: Finansiering: øget adgang til investeringer

Det vil være vigtigt for GHS2.0 at sikre investeringer til spilbranchen: Et af de store problemer for en nyetableret spilvirksomhed er penge. Virksomheden må bære alle investeringsomkostninger og lønninger selv, mens den udvikler sit første spil. Først når spillet er begyndt at tjene penge ind, kommer der penge tilbage. Desuden har det vist sig at være vanskeligt for unge spilvirksomheder at tiltrække ekstern investeringskapital. Alt dette gør det svært for et ungt udviklerfirma at overleve. Derfor er det primære formål med denne aktivitet at udvikle nye finansieringsmodeller, som kan anvendes af de unge spilvirksomheder og dermed øge deres muligheder for at tiltrække ekstern kapital. Dette understøtter projektets hovedmål om at skabe en større kritisk masse af spilvirksomheder samt endnu flere arbejdspladser i spilbranchen. Et sekundært mål her er også at sikre investeringer til de unge spilvirksomheder på tværs af grænser, både i og uden for programområdet; samarbejde mellem virksomheder på tværs af inkubatorer og grænser; samt tiltrækning af talentfulde spilvirksomheder fra andre regioner på grund af den lettere tilgang til investeringer.

Det svenske privatejede Goodbye Kansas Game Invest vil forestå udviklingen af modeller for tiltrækning af ekstern kapital. Investorer i Skandinavien har været tilbageholdende med investeringer i spilvirksomheder. Derfor vil GHS 2.0 indgå dialog med relevante investeringsaktører, for at blotlægge, hvilke faktorer, der har gjort investorer tilbageholdende, og at tage disse i betragtning i forbindelse med udviklingen af nye modeller. Desuden vil projektet søge at skabe et netværk af investorer, som kan bruges som sparring (jf. ovenstående) samt til erfa-udveksling i forhold til investorer, der allerede har erfaring med at investere i spilvirksomheder.

Modellen vi have speciel fokus på investeringer i de sene led i projektets overordnede værdikæde, altså i inkubations- og acceleratorstadierne, den vil blive anvendt på tværs af de deltagende inkubationsmiljøer i DK og SE, og også være en del af projektets internationale markedsføringsindsats, der skal tiltrække opmærksomhed til programområdets spiluddannelser, studerende, og kommende iværksættere.

Hovedansvarlig for aktiviteten er Goodbye Kansas Game Invest

6. Færdigjustering af samlet model, implementering og projektafslutning

Når projektets modeller er færdigudviklet, evalueret og justeret, skal de implementeres hos partnerinstitutionerne og dermed sikres forankringen af projektets resultater. Projektets generelle metode er "aktions-præget". Det vil sige, at udviklingen af de forskellige dele af den samlede model starter allerede i den første måned af projektets levetid i et samarbejde imellem uddannelsesinstitutionernes forskere, undervisere og coaches på den ene side, og repræsentanter for de forskellige slutbrugere på den anden, og, så snart det er muligt, vil de enkelte dele af modellen blive afprøvet hos projektets partnere. Det betyder, at der kan komme en forholdsvis lang testperiode for de tiltag og redskaber, der udvikles, og der kan blive plads til løbende justeringer. Dermed vil det, når projektet slutter, være med en velafprøvet model, der uden problemer kan blive implementeret som en fast del af partnernes fremtidige drift, og modellen kan desuden udbredes til andre institutioner i programområdet, der ønsker at arbejde med entreprenørskab i uddannelser og i inkubationsmiljøer. Med til projektafslutning hører desuden, at projektets slutrapport og slutregnskab laves. Lead partner Viden Djurs er ansvarlig for denne aktivitet, og projektpartnere leverer ind til delaktiviteterne som beskrevet nærmere nedenfor.

6.1 Implementering af rekrutteringsaktiviteter

På basis af gennemførte evalueringer færdigjusteres modellerne for rekrutteringsindsatserne til alle led i økosystemets værdikæde, og de indgår herefter som en fast del af driften i de involverede institutioner.

Som lead partner er det Viden Djurs, der er hovedansvarlig for denne aktivitet.

6.2 Implementering af fælles skandinavisk rådgivningsmodel for inkubatorer og acceleratorforløb

På basis af gennemførte evalueringer færdigjusteres den fælles skandinaviske rådgivningsmodel for inkubatorer og acceleratorforløb, og den implementeres hos de partnere, der skal drifte inkubatormiljøerne og acceleratorforløbene efter projektets afslutning. Modellen vil indholde følgende:

1. Oprindelig GHS model – dog med justeringer, f.eks. nye modeller for monetisation pga. den hastige udvikling på spilmarkedet (Hovedansvarlig: Viden Djurs, Leverandører: Dania, GIAB, TAW, Aak)

2. Model for acceleratorforløbet, modellen vil beskrive uddannelse af såvel spilvirksomheder som uddannelse af de coaches, der skal rådgive spilvirksomhederne. (Aktivitetsansvarlig. Viden Djurs, Leverandører: GIAB, Dania, TAW, Aau, Aak)

VID er hovedansvarlig for delaktiviteten.

6.3 Afsluttende projektevaluering, herunder også afsluttende projektrapport og regnskab:

- a) beskrivelse af opnåede resultater i forhold til indikatorer
- b) kvalitativ evaluering af samlet projektmodel (hvert delelement evalueres for sig)
- c) evaluering af projektprocessen, herunder også projektledelsen

Aktivitetsansvarlig

Viden Djurs. Leverandører: Alle Projektpartnere.