

DIGITALISERING

AF KLYNGESERVICES OG -AKTIVITETER

Innovationskraften nytænkes

UDGIVET AF
Cluster Excellence Denmark

REDAKTION
Kaspar Nielsen og
Charlotte Ankerstjerne Lysgaard

DESIGN OG PRODUKTION
BROVAERK // brovaerk.dk

ISBN 978-87-999986-5-4

Indhold

- 3.** Innovationskraften nytænkes og digitaliseres
- 7.** SWOT
- 12.** Tips til digitalisering
- 15.** Cases
- 45.** Tools

Maritim 'Løvens Hule' på live stream

Digitale masterclasses med virtuelt gruppearbejde

Digitale videnbroer på tværs af værdikæden

Webinar-serie om fem strategisk udvalgte markeder

Digitale godbidder

Open Innovation Workshop Online

Online matchmaking mellem investorer og udviklere

Digitalisering af klyngens øverste myndighed: generalforsamlingen

Virtuelt netværksgruppemøde

Digital mini-festival

Webinar-serie om emne af høj kompleksitet

Webinarer på vej mod professionelt setup

Digital startup-support

International inspiration: Innovat & Match Brokerage Event

Cases

Innovationskraften nytænkes og digitaliseres

Covid-19-krisens afstandsregler og rejserestriktioner har sat det største digitale eksperiment i Danmarks-historien i gang – og de danske klynger er med til at katalysere omstillingen. I e-bogen her sætter vi fokus på, hvordan innovationskraften i klyngerne på rekordtid er blevet nytænkt og digitaliseret.

Gennem 14 cases kommer vi helt ind i maskinrummet på de danske klynger og ser, hvordan digitaliseringen er med til at nytænke innova-

tionskraften. Videnbroer er blevet digitale, matchmakingen foregår online, masterclasses er blevet virtuelle, startup-supporten digital og meget mere.

Ved at deltage i klynger og netværk får virksomheder direkte adgang til viden, kompetencer og finansiering. Dette løfter produkter, processer og projekter i virksomhederne til innovative og konkurrence-dygtige løsninger til det globale marked – og der skabes vækst og arbejdspladser i hele det danske samfund. Det er i klyngens services og aktiviteter, innovationskraften ligger.

Redskaberne i klyngernes innovationsværktøjskasse er blevet nytænkt og forandret – nogle måske for altid. Klyngerne bruger de veldokumenterede redskaber fra innovationsværktøjskassen, men på nye digitale måder. Matchmaking, innovationssamarbejder, videnbroer, adgang til finansiering, internationalisering og forankring i økosystemet bruges til at hjælpe virksomhederne og (gen-)skabe innovationskraften. De digitale services er hurtigere at eksekvere, de kan tiltrække flere relevante deltagere, og afviklingen er effektiv.

Det digitale kan noget

De danske klynger har grebet mulighederne for at skabe forandringer. De nye digitale formater kan noget, som de fysiske services ikke

kan. De digitale formater har større outreach, så man med få ressourcer kan komme igennem både nationalt og internationalt. De er mere fleksible og indebærer mulighed for en højere mødefrekvens, så man kommer endnu tættere på virksomheder, iværksættere og start-ups, mens man holder afstand. De digitale formater er ofte kortere, men mere komprimerede. Det giver mulighed for at lave rækker af videnbrobygningsaktiviteter med opfølgning, hvor man kan nørde igennem på en anden måde, fx om kompliceret forskning eller lovgivning.

De online formater har vist sig effektive, når det kommer til struktureret matchmaking. Her kan virksomheder og forskere mødes i god ro og orden. Udviklere kan pitche for investorer, og startups kan holde kundemøder via video.

Klyngers innovationskraft:

Kerneservices og -aktiviteter som kan digitaliseres



De danske klyngers innovationskraft i tal

Over 18.000 virksomheder deltog i klyngernes aktiviteter i 2018:

- Flere end 5.200 virksomheder udviklede nye ideer, som senere kan blive omsat til nye produkter, ydelser eller processer.
- Flere end 6.800 virksomheder fik tilført nye kompetencer og værktøjer.
- Flere end 2.600 virksomheder udviklede nye produkter, ydelser eller processer.

Også internationalt kan det digitale noget. Flere melder om international interesse for aktiviteter, der før var lokale og nationale. Internationale matchmakingevents har flere deltagerne, når de foregår online. Det er nemmere at tiltrække internationale topforskere og direktører til online videndeling og mentoring. Webinarer kommer til at supplere internatonale delegationsture.

Eksperimenter med nye formater

Digitalisering er en oplagt mulighed for at gentænke sine services og event-formater og lancere nye.

- **ONLINE VIDENDELING I FROKOSTPAUSEN**
- **DIGITAL MATCHMAKING**
- **ONLINE INNOVATIONSWORKSHOPS**
- **DIGITALE MASTERCLASSES**
- **VIRTUELT GRUPPEARBEJDE**
- **MINI-FESTIVAL AF DIGITALE EVENTS**
- **WEBINARER SOM SUPPLEMENT TIL DELEGATIONSTURE**
- **DIGITAL STARTUP-SUPPORT**
- **VIRTUELLE NETVÆRKSGRUPPEMØDER**
- **LIVESTREAMEDE PANELDEBATTER**
- **ONLINE GENERALFORSAMLINGER**
- **PITCH VIA LIVE STREAM**
- **DIGITALE VIDENBROER**
- **WEBINAR-SERIER OM KOMPLEKSE EMNER**

Koden til den uformelle networking skal knækkes

En markant ulempe ved de digitale events og aktiviteter er, at det er meget vanskeligt at genskabe den uformelle networking og det tilfældige møde. Det er i den uformelle networking, at bånd knyttes, viden udveksles, og nye uventede samarbejder opstår. Eksperimenterne har været mange: webinarer med matchmaking, virtuelle møderum, uformelle pauser osv. Men koden er stadig ikke knækket helt. Derfor forventer mange, at de fysiske events ikke bliver udkonkurrerede af de digitale lige foreløbigt. Men mange digitale læringer og elementer vil bestå.

Nye formater vil opstå

De nye digitale læringer gør, at klyngeservices og -aktiviteter allerede er forandrede. Klynger har lært at beherske de nye digitale redskaber, og det samme har de små- og mellemstore virksomheder, som er målgruppen. Derfor kommer vi i fremtiden til at se nye formater. Formater hvor de digitale og fysiske events spiller sammen – hvor det digitale supplerer det fysiske og omvendt.

Ind i maskinrummet på innovationskraften

Kom med helt ind i maskinrummet på innovationskraften og se, hvordan de nye innovationskoncepter udvikles, få kendskab til teknologien bag digitaliseringen af klyngeservices og hør om læringerne. Det hele er baseret på klyngernes egne erfaringer, opsamlet via online interviews med nøglepersoner, som selv har givet sig i kast med den digitale omstilling i klyngerne. Læs med, bliv inspireret og tag gerne fat i klyngerne bag for yderligere videndeling.

God læselyst!

SWOT

Digitale services og aktiviteter

Digitale services og aktiviteter:

styrker og svagheder – muligheder og trusler

SWOT
STYRKER

- Digitale events optimerer deltagernes ressourceforbrug. Der er færre rejseomkostninger og mindre tidsforbrug forbundet med at deltage online.
- Online møder er meget mere effektive. Det er nemt at koble på og tager kun den tid, som er sat af til mødet. Man kan nå at formidle utroligt meget på 30 minutter ved online events.
- Man kan øge hyppigheden af mødeaktiviteten.
- Der er ofte flere deltagere ved online events og en bredere geografisk dækning – også internationalt. Online events tiltrækker typisk også flere forskelligartede deltagere.
- Man kan skabe helt nye korte, komprimerede og målrettede formater, som ikke ville være en mulighed at afholde fysisk.
- Man kan få tættere kontakt med medlemmerne, da man hurtigt kan facilitere kortere vidensdelingssessioner online.
- Det online format egner sig godt til kompliceret stof – fx formidling af ny lovgivning eller forskning. Man kan ”nørde igennem” på en anden måde i online møder.
- Det kan være nemmere at tiltrække toplevel virksomheder, forskere og investorer til online aktiviteter – fra keynotes til online mentoring.
- Effekten kan faktisk være større af aktivt modererede online sessioner end uformel fysisk networking.
- Online events kan optages, og læringerne gemmes som vidensbank.
- Man kan lave mere for færre ressourcer. Booking af lokaler og forplejning er ikke et issue; der skal ikke laves navneskilte og deltagerlister, ingen rejsevejledninger etc.
- De fleste online værktøjer har indbygget betalingsmoduler, så man forholdsvis nemt kan få styr på deltagerbetalingen.

Digitale services og aktiviteter:

styrker og svagheder – muligheder og trusler

SWOT
SVAGHEDER

- Særligt den uformelle netværksdel af en event er svær at genskabe online. "Det tilfældige møde" finder ikke sted i det digitale rum.
- Interaktionen mellem deltagerne er markant anderledes, og det er sværere at opbygge relationer.
- Det kan være krævende at facilitere online aktiviteter og vanskeligt at afkode folks signaler online.
- Der er en tendens til højere frafald blandt deltagerne end ved fysiske events. Online events synes mere uforpligtende.
- Teknologien ved digitale formater er stadig en udfordring – fx at afspille video med lyd over webinarer. Det kræver stor viden og ofte flere forsøg at finde det rette match mellem typen af event og valg af teknologi.
- Der er mange platforme at vælge mellem, hvilket kan forvirre deltagerne.
- Længere events og konferencer kan være svære at omsætte til online format.

Digitale services og aktiviteter:

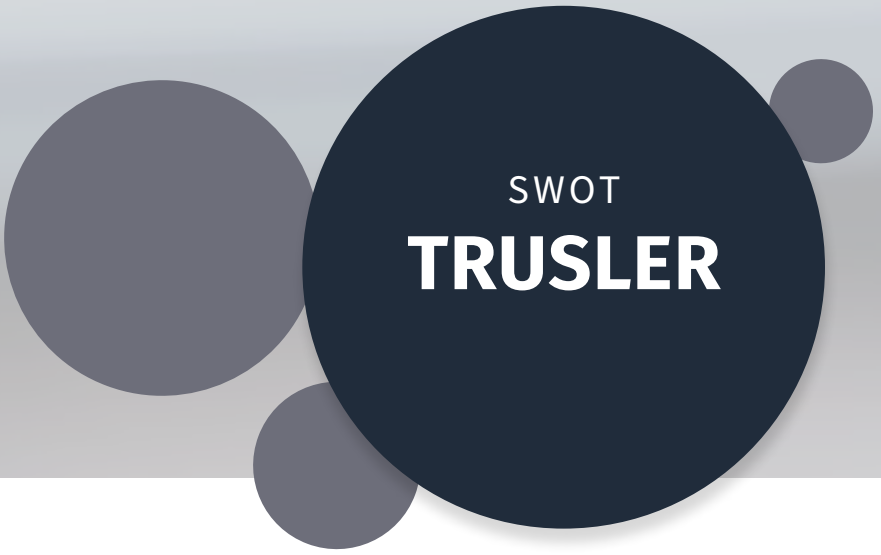
styrker og svagheder – muligheder og trusler

SWOT
MULIGHEDER

- Fraværet af rejseomkostninger giver mulighed for at nå ud til nye målgrupper, både nationalt og internationalt.
- Online events og services bliver et led i internationaliseringen af virksomheder fremover. Fx kan de supplere delegationsture ved, at indledende aktiviteter kan afholdes som webinarer.
- For klynger i proces med at blive landsdækkende kan et online event række ud til hele landet – uden man rigtigt gør det selv endnu – og man kan få kunder ombord, som aldrig ville ”rejse efter det”.
- At have værktøjerne til digitale events og erfaringer med at afholde dem gør en klynge mindre sårbar ved hændelser så som covid-19-krisen.
- Digitale events kan være med til at markedsføre klyngen nationalt og internationalt som en form for appetitvækker for klyngens øvrige arbejde.
- CP-events (Cyber – Physical, både fysisk og online deltagelse er mulig) kan måske inkludere det bedste fra begge verdener.

Digitale services og aktiviteter:

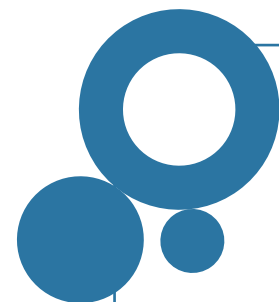
styrker og svagheder – muligheder og trusler



SWOT
TRUSLER

- Cyberssecurity er et issue ved online events.
- GDPR er også et område, der skal holdes øje med.
- Flytter man sit fokus helt til online aktiviteter, risikerer man at miste den tætte fysiske kontakt med medlemmerne.
- Der er mange webinarer derude – som klynge risikerer man at drukne i mængden.
- Med det stigende udbud af digitale events kan der være risiko for ”webinar fatigue” blandt potentielle deltagere.

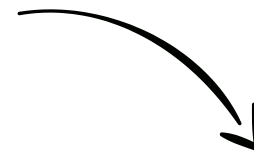
Tips til digitalisering



Baseret på e-bogens 14 cases har vi samlet en række læringer, som kan bruges som guidelines for succesfuld digitalisering af klyngeservices og -aktiviteter.

Nøglen til succes ligger i grundig forberedelse, professionel eksekvering med fokus på facilitering og inddragelse af deltagerne samt en kvalificeret opfølgning.

FØR



Det er essentielt, at man tager sig tid til at planlægge sin digitale aktivitet, møde eller event ordentligt.

Undervurder ikke tidsforbruget – det tager lige så lang tid at planlægge online events som fysiske.

Grundig forberedelse er med til at give møder substans, så man kan komme i dybden med mange udfordringer på kort tid.

Vælg den rette online teknologi. Der findes et væld af it-systemer til digitalisering af events. Lav en screening og test de systemer, som passer til jeres behov (mindre grupperum til breakouts, afstemninger, matchmaking etc).

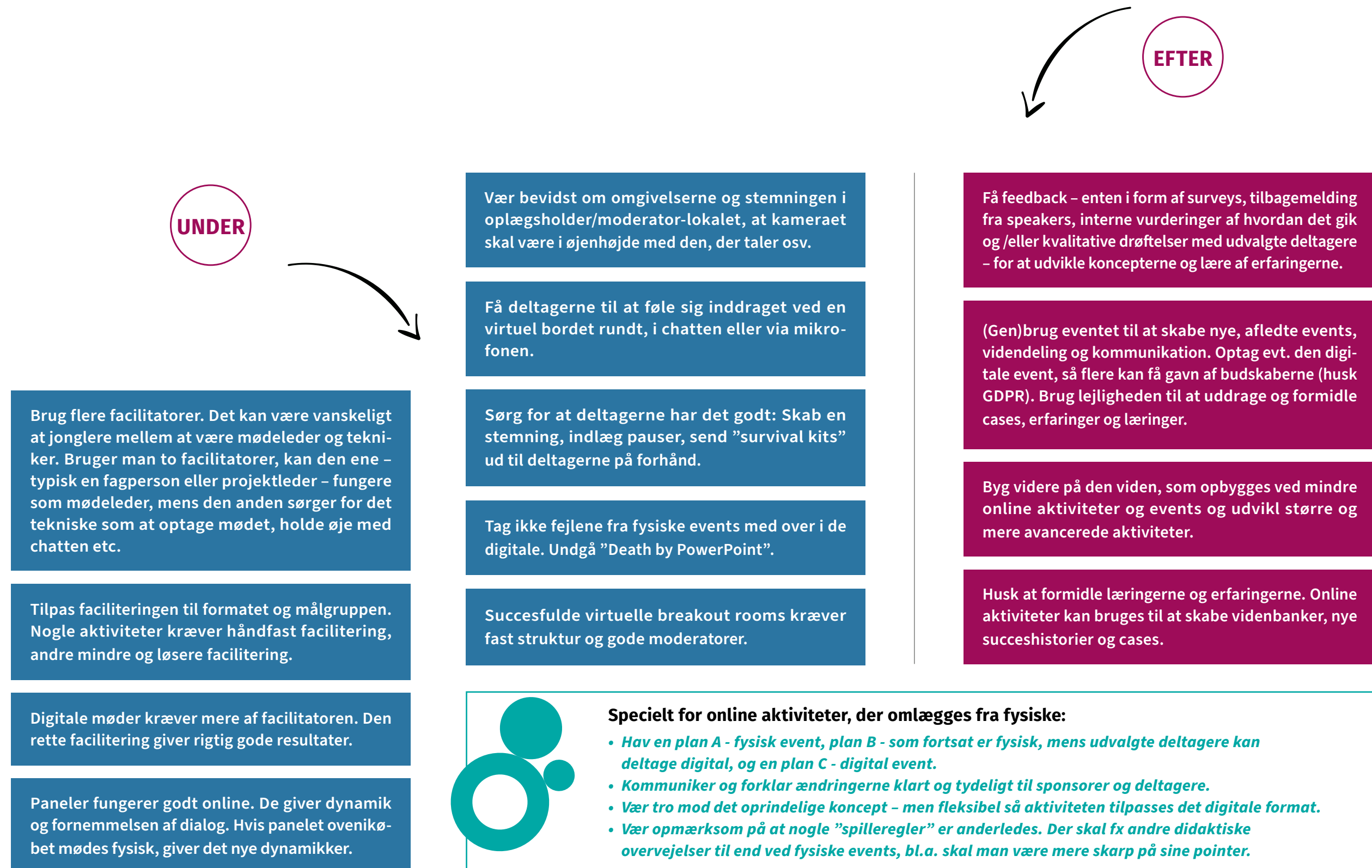
Tilpas valget af værktøj/teknologi til den enkelte type målgruppe og aktiviteter. Forskellige formater giver forskellige dynamikker.

Overvej længden af digitale events. Virtuelle møder er ofte meget intensive. Det kan være en udfordring at holde deltagernes opmærksomhed på skærmen i længere tid ad gangen. Derfor er afvekslende formater nøglen til at holde succesfulde længerevarende events online.

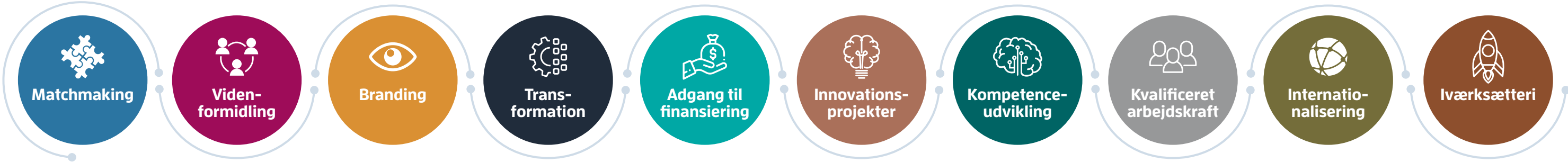
Teknologien og netforbindelsen er afgørende! Derfor: Test test test. Inviter speakers ind til en prøvesession inden eventen. Lav gerne en guide til deltagerne, som de får tilsendt på forhånd.

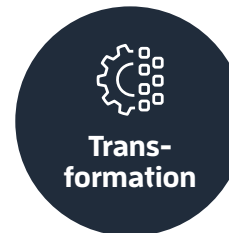
UNDER





Cases





Maritim 'Løvens Hule' på live stream

Et helt nyt event-format så dagens lys, da MARCOD midt under covid-19-krisen skulle udvælge finalisterne i dette års Maritime Stars-program. Kandidaterne pitched deres koncepter foran kameraet i et studie, og tilhørerne fulgte med bag skærmen. Formatet fungerede over al forventning, og fem stjernevirksomheder blev udvalgt til at deltage i acceleratorprogrammet.

Konceptet: Pitch via live stream

For andet år i træk afholder MARCOD forløbet Maritime Stars – et acceleratorprogram hvor startups inden for den maritime branche udvælges og matches med større virksomheder, der gennem et ni-måneders forløb hjælper iværksætterne med kompetenceudvikling, sparring og vækstplaner. I år havde 56 startups søgt om at komme med i forløbet. Heraf blev ni kandidater valgt til at deltage i finalen, hvor man skulle finde de fem ”stjerner”, som fik en plads i årets Maritime Stars-forløb. Vinderne skulle udvælges af de 20 deltagende såkaldte ”fyrtårnsvirksomheder”.

Under normale omstændigheder ville finalen finde sted i en sal, hvor alle finalister og fyrtårnsvirksomheder ville være samlet for at levere/overvære pitches og kåre de fem bedste kandidater. På grund af forsamlingsforbud skulle der i år findes en løsning, hvor max. 10 personer ville være sammen i ét lokale. Klyngen var usikker på, hvordan et nyt format ville blive modtaget, men var opsat på at gøre et forsøg og få det bedste ud af situationen.

CASE

Maritim 'Løvens Hule' på live stream

Løsningen blev kombinationen fysisk pitch-event med live stream til tilhørerne. I og med at eventet reelt var en konkurrence, ønskede MARCOD at give de enkelte finalister ens forudsætninger for deres pitch i form af samme setup. De ni startups gav deres pitch på scenen i et studie, der var sat op til lejligheden. Præsentationerne blev streamet live til fyrtårnsvirksomhederne, som

fulgte med online og for hver pitch kunne se oplægsholderne præsentere, følge deres PowerPoint-show og stille spørgsmål på chatten.

Der var mange facilitatorer involveret i at afholde eventen, og alle havde hver sin opgave: styre slides, styre tiden i forhold til programmet, styre chatten, tage sig af finalisterne, styre teknikken og give intro til dagen.

Teknologien bag: YouTube og professionel streaming

På grund af konkurrenceelementet var det vigtigt for MARCOD, at teknikken kørte glat, og at streamingen havde et højt niveau. Derfor entrerede klyngen med en ekstern producent til at levere en professionel streaming-løsning inkl. videooptagelse og kvalitetssikring af netforbindelsen. Eventet blev streamet via YouTube og gjorde ligeledes brug af YouTube's chatfunktion, hvilket fungerede godt.

En ulempe ved formatet er, at det kan være dyrt at hyre folk ind til den tekniske del.



Trans-
formation



Innovations-
projekter



Iværksætter

Involvering af deltagerne: Chat og vurderingsskemaer

Tilhørerne blev involveret via chatten, hvor de kunne stille spørgsmål til kandidaterne. Efter hver pitch fulgte klyngen op på indkomne spørgsmål. Efter eventen gav fyrtårnsvirksomhederne deres bedømmelse af kandidaterne via mail, som dannede grundlag for den endelige udvælgelse.

Evaluerings: Et superformat med professionel afvikling

Ved afslutningen på dagen havde tilhørerne mulighed for at give ris og ros til eventet via chatten. Tilbagemeldingerne lød samstemmende på, at det var et super-format, et godt setup og en professionel afvikling, hvor teknologien fungerede upåklageligt. Eneste aber dækket var manglen på networking og small talk.

Markedsføring: Pressemeddelelser før og efter

MARCOD sendte pressemeddelelser ud både op til og efter eventen, kommunikerede via SoMe og opfordrede alle fyrtårnsvirksomhederne til at gøre det samme for at sikre eksponering af Maritime Stars-programmet.

Virtuel vs fysisk: Virtuelle værktøjer giver fleksibilitet og mindre sårbarhed

- Deltagerne i projektet kan bruge deres ressourcer bedre. De behøver ikke bruge hele eller halve dagsrejser for at være med på møder.

- At have værktøjerne til digitale events og at have fået erfaringer med at afholde dem gør klyngen mindre sårbar ved hændelser så som covid-19-krisen.
- MARCOD vil tage flere online platforme og værktøjer mere systematisk i brug end hidtil og vil fx holde fast i online møder, når der skal arbejdes med konkrete problemstillinger. Desuden overvejer klyngen fremover at gøre det muligt at deltage i deres arrangementer både fysisk og online. De har allerede testet dette med Zoom, både for Maritime Stars-holdundervisning og i 1:1 møder ved brug af platformens break-out sessions.

Læring/tips:

- Klyngen var bekymret for, hvordan det ville være for fyrtårnsvirksomhederne at sidde alene bag skærmen gennem de syv timer, som eventen varede. Derfor blev der indlagt længere pauser, som man ville have gjort, havde det været en fysisk event. Der blev også på forhånd sendt "survival kits" hjem til tilhørerne med lidt lækkert til ganen til at holde energiniveauet oppe.
- Netforbindelsen er altafgørende for en event af denne kaliber. Derfor: Test test test – både det tekniske setup og selve gennemførelsen af eventet. Hold gerne flere generalprøver.
- Det er essentielt, at man tager sig tid til at planlægge sit event ordentligt. Desuden skal man være klar over, at selve afviklingen kræver en del ressourcer.
- Man kan ikke oversætte alt fra et fysisk arrangement til et digitalt. Den uformelle networking mangler, og det er sværere at opbygge relationer.

Læs mere om
Maritime Stars-projektet

KLIK

Læs mere om
finale-eventet

KLIK

Vil du vide mere,
kontakt:



Allan Hejslet
Projektleder



CLEANTECH IMPACT
ACCELERATOR



Digitale masterclasses med virtuelt gruppearbejde

Hvad der skulle have været en 24 timers bootcamp med taler, workshops, middag og overnatning blev i stedet til et længere forløb med online masterclasses og virtuelt gruppearbejde, da Food & Bio Cluster Denmark og CLEAN skulle tilpasse deres acceleratorprogram til coronatiden. 17 nystartede virksomheder inden for cleantech er blevet rekrutteret til forløbet.

Konceptet: Online acceleratorforløb

Greater Copenhagen Cleantech Impact Accelerator (CIA) arrangeres i fællesskab af de to danske klynger inden for hhv. fødevarer- og miljøområdet sammen med den svenske klynge Sustainable Business Hub og forskningsinstituttet RISE. 17 nystartede virksomheder inden for cleantech er blevet rekrutteret til forløbet, som har ni mentorer fra partnerkredsen tilknyttet. Ét af kravene for at blive optaget i programmets første runde har været, at startup'en arbejder med en teknologi, der understøtter omstillingen af fødevarerbranchen.

De planlagte fysiske events og møder kolliderede med coronakrisen, og klyngerne skulle tænke i alternative baner, da programmet skulle omlægges til andre formater. Valget faldt på masterclasses og gruppearbejde – og det hele foregik online. De fire masterclasses fandt sted hen over maj og juni med hvert sit emne relateret til bæredygtig omstilling,

CASE

Digitale Masterclasses med virtuelt gruppearbejde

opkvalificering af virksomheden samt forståelse for de kulturelle forskelle mellem Danmark og Sverige, der i sidste ende skal bidrage til øget eksport på tværs af Øresund. Formålet med afholdelse af digitale masterclasses var ligeledes at forberede de 17 startups til en online pitch-event til tre corporates inden for fødevareindustrien med henblik på skabelse af ny innovation og samarbejder mellem startups og større virksomheder. Pitch-eventet blev afholdt i juni og blev en stor succes med hele 30 møder faciliteret i løbet af bare otte timer.

Hver masterclass blev efterfulgt af møder i fem mindre grupper. Bag gruppeinddelingen lå en omhyggelig matchmaking, hvor det gjaldt om at få skabt ensartede grupper, som var på nogenlunde samme stadie i deres udvikling og lige klar til vækst. Dette krævede et ekstra forsøg, inden det lykkedes.

Gruppesessionerne havde 1-1½ times varighed. På sessionerne gav deltagerne pitches om deres egne virksomheder, aktuelle udfordringer, salgspitches, mm., og efter hver runde var der indlagt tid til spørgsmål og kommentarer. Hver gruppe havde to moderatorer fra partnerkredsen på, som sørgede for skabe et trygt og tillidsfuldt rum, hvor alle havde lyst til at dele både udfordringer og succeser og hjælpe hinanden, sørgede for en god struktur, at alle fik ordet, mm.



Kompetence-
udvikling



Internatio-
nalisering



Iværksætter

Læs mere om acceleratorprogrammet CIA

KLIK

Teknologien bag:

Teams til masterclasses og gruppesessioner

Arrangørerne brugte Teams til både masterclasses og gruppesessioner. Mødefacilitatorerne var ansvarlige for at indkalde til gruppemøderne, mens CLEAN var ansvarlig for at indkalde til masterclasses. Til et enkelt webinar i starten af forløbet benyttede arrangørerne Zooms webinar-platform, men fandt her ud af, at webinar-formatet forhindrede deltagerne i at se hinanden og talerne i at se deltagerne. Det skabte noget distance, og derfor arbejdede arrangørerne videre med en anden teknologi.

Involvering af deltagerne:

Alle kan få ordet i gruppesessioner

Konceptet var tilrettelagt, så der var en høj grad af involvering af deltagerne i gruppesessionerne, og alle moderatorer havde meget stort fokus på dette. Alle virksomheder pitched flere gange, der var god mulighed for at give feedback, og alle kom til orde. Den aktive facilitering gav et godt afsæt til, at deltagerne kunne netværke.

Markedsføring: Opsøgende arbejde og WOM

At rekruttere til et så specifikt og målrettet forløb er en krævende opgave. Klyngerne markedsførte eventen via hjemmeside, nyhedsbrev og LinkedIn, men fik den største gevinst af deres eget opsøgende arbejde og word of mouth.

Virtuel vs fysisk:

Mulighed for højere mødefrekvens ved digitale events

- Den digitale event giver mulighed for at øge hyppigheden af mødeaktiviteten, hvilket er essentielt i et acceleratorprogram, hvor deltagerne skal udvikle deres virksomhed over tid.
- Deltagerne er geografisk spredt over både Danmark og Sverige, og de er meget glade for at spare transporttid.
- Effekten kan faktisk være større af stærkt modererede online sessioner end uformel fysisk networking.

Læring/tips:

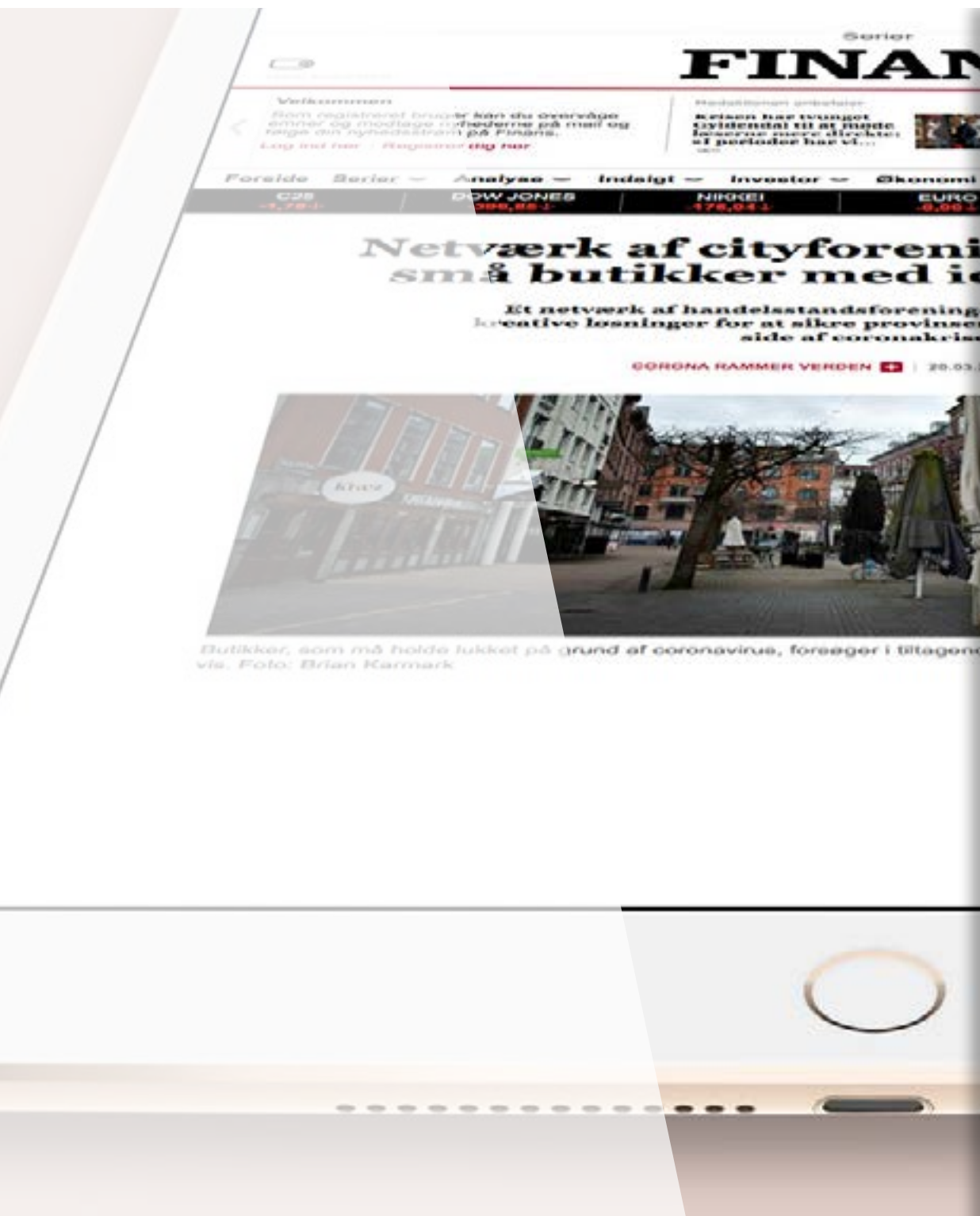
- Det er vigtigt for udbyttet af gruppesessioner, at moderatoren skaber tillid og rum til fortrolighed – også online. Jo mere man ved om deltagerne, jo bedre åbner de op og deler deres guldkorn.
- Succesfulde virtuelle breakout rooms kræver fast struktur og gode moderatorer.
- Det er alfa og omega at få dannet de rigtige grupper, så grundlaget for god debat, sparring og videreudvikling er optimalt.
- Denne type event kan være en ressourcekrævende affære, da den kræver tid og indsats af mange facilitatorer.



Projektleder, CLEAN
Anders Sloth Nielsen



Innovation Manager
Food & Bio Cluster Denmark
Heidi Høj Dyrholm



Klik på billedet
og læs artiklen

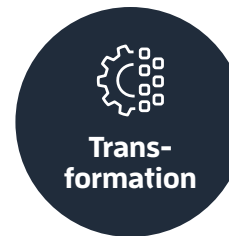
Digitale videnbroer på tværs af værdikæden

Lifestyle & Design Cluster var lynhurtig til at søsætte digitale videnbroer straks efter corona-nedlukningen af Danmark i marts. De digitale services startede med krisemøder med videndeling, men udviklede sig hurtigt til dybe videnbroer for hele værdikæden.

Konceptet: Fra krisemøder til dyb læring

Allerede få dage efter corona-nedlukningen faciliterede Lifestyle & Design Cluster daglige krisemøder for Citychefer.dk – et vidensnetværk, der har til formål at sikre levende handelsbyer i fremtiden. Selv om butikshandlen i byer var ikke lukket ned, gav håndteringen af covid-19 alle byer nye massive udfordringer. De første møder var gensidig videndeling – både på møderne og i et online forum. Men hurtigt kom vigtige stakeholdere som KL, Dansk Erhverv og folketingspolitikere med til møderne for at hente viden om udfordringerne i butikker og være med til at løse problemerne.

I andre dele af værdikæden var der andre udfordringer: Iværksætterne i mode-, møbel- og livsstilsbranchen blev også ramt. Derfor afholdt Lifestyle & Design Cluster webinarserien ”Kæmper du for din virksomhed disse dage?” om krisestyring for iværksættere kombineret med et online mentorprogram, hvor topdirektører i branchen gav sparring til iværksættere. Samtidig oplevede e-handlen også udfordringer - af mere positiv karakter. For e-handlen boomed som aldrig



CASE Digitale videnbroer på tværs af værdikæden

før. Efter samme koncept som møderne med citycheferne samlede Lifestyle & Design Cluster en række af modebranchens brands for at dele erfaringer om, hvordan man håndterer den eksplosive vækst og samtidig kan støtte op om handelslivet i byerne, som stadig er en væsentlig afsætningskanal for modebranchen.

Baseret på erfaringerne fra de andre events opdagede Lifestyle & Design Cluster, at især designere havde tid og lyst til at innovere og lære nyt. Derfor iværksatte Lifestyle & Design Cluster en webinar-serie, hvor topforskere gav forelæsninger om materialeinnovation. Selv om emnerne var nørdede og snævre, deltog over 180 designere i de fire webinarer.

Teknologien bag: Vælg platform efter målgruppen

Lifestyle & Design Cluster vælger teknologi til online møder efter målgruppen. Hvis det er mere 'corporate' – for større virksomheder og universiteter – benyttes oftest Teams. Teams er driftssikker og har et godt ry. Ved mere uformelle events og events for iværksættere benyttes Zoom. I Zoom kan deltagerne bedre se hinanden, og man får fornemmelsen af, at man er en del af noget større. Det kan Teams ikke.



Trans-
formation



Innovations-
projekter



Kvalificeret
arbejdskraft

Læs mere om
Citychefernes
videnbroer:

KLIK

Læs mere om
webinarserien om
Materiale Innovation

KLIK

Læs mere om
webinarserien "Kæmper du for
din virksomhed disse dage?"

KLIK

Vil du vide
mere, kontakt:



**Head of Digital
Lifestyle & Design Cluster**
Heidi Svane Pedersen

Involvering af deltagerne:

Bordet rundt virker også online

En metode, som Lifestyle & Design Cluster benytter til at involvere deltagerne, er at lave en virtuel "bordet rundt". Her får deltagerne mulighed for at præsentere deres aktuelle udfordringer. På den måde bliver alle hørt, og alle bidrager med erfaringer til videnbroerne.

Evaluerer: På vej mod big data

Lifestyle & Design Cluster evaluerer alle events – og så online – i Podio. Ud over tilfredshedsgrad spørges også ind til mulige innovationer. Ideen bag evalueringer i Podio er – på sigt – at genere nok data til at kunne sammenligne på tværs af events og klyngeservices. Ved brug af big data er ambitionen at kunne analysere, hvilke innovationer forskellige klyngeservices er gode til at fostre.

Virtuel vs fysisk: Man kan nørde igennem online

- De virtuelle events er gode, når man skal mødes ofte – som fx til de daglige krisemøder. Det er nemt at koble på og tager kun den tid, som er sat af til mødet.
- Man kan virkelig nørde igennem på en anden måde i online møder, hvis man husker pauser og involveringen af deltagerne. Derfor regner Lifestyle & Design Cluster også med at fortsætte med digitale formater.

Læring/tips:

- Online events kan faktisk få klynger tættere på medlemmerne, da det er nemmere at deltage i klyngeaktiviteter.
- Digitale events udvikler sig hurtigt over tid – fra forholdsvis simpel videndeling til dyb læring.
- Lad være med at tage fejlene fra fysiske events med over i de digitale. Undgå "Death by PowerPoint".
- Både Teams og Zoom er for de etablerede virksomheder. De unge og kreative bruger livestreaming-platformen Twitch som en naturlig del af deres hverdag. Hvis man som klynge skal have fat i den målgruppe, skal man blive bedre til at kommunikere på deres kanaler.





Webinar-serie om fem strategisk udvalgte markeder

Energy Cluster Denmark (tidligere CLEAN Energi, House of Energy og Energy Innovation Cluster) havde bl.a. i projektet CLEAN 3.0 planlagt flere delegationsture i løbet af 2020. De er nu blevet til målrettede webinarer om strategisk udvalgte markeder for over 100 virksomheder.

Konceptet: Fra delegationstur til webinar

Energy Cluster Denmark skulle, som i 2019, have lavet en delegationstur til Enlit i Milano og til Hamborg i løbet af 2020. Det satte corona-pandemien en stopper for. Derfor søsatte Energy Cluster Denmark i stedet en webinarserie med fokus på strategisk udvalgte markeder for energiteknologi.

Fokusmarkeder for de enkelte webinarer blev valgt på baggrund af en analyse udarbejdet af Iris Group, CLEAN Energi og INNO-SE i 2019 om energiteknologiklyngen og dens potentielle eksportmuligheder og markeder. Herefter faldt valget på at lave webinarer med fokus på markederne med mest potentiale for energiteknologi: Tyskland, USA, Storbritannien, Sverige og Kina.

Konceptet for de fem webinarer følger nogenlunde samme skabelon: et målrettet markedssegment, oplæg om markedspotentialer ved en ambassade eller et handelskammer, en dansk SMV med erfaringer fra markedet og en virksomhed fra det pågældende marked, som præsenterer samarbejds muligheder. I skrivende stund er to ud af i alt fem planlagte webinarer blevet afholdt:

CASE

Webinar-serie om fem strategisk udvalgte markeder

”Webinaret: District heating, Surplus heat, and sector coupling – Combining knowledge with possibilities Export of Danish technology solutions to Germany” og “Webinaret - Digitalisation, Energy foresights, Sensor-technologies, and IoT Combining knowledge with possibilities Export of Danish technology solutions to USA”.

Teknologien bag: GoToWebinar laver gode rapporter

Erfaringerne med GoToWebinar er gode. Platformen er nem at benytte – også selv for ikke-teknikere. Som facilitator kan man mute og unmute deltagerne og indlægsholderne efter behov, og der er mulighed for afstemninger. Derudover får man som arrangør en hel rapport om eventen, med deltagerinformation, graden af engagement og andre nyttige data, som kan bruges til afrapportering i projekter.

Involvering af deltagerne:

Engagementet kan trackes live

GoToWebinar har et godt rapporteringssystem, hvor man live kan tracke deltagernes engagement. GoToWebinars mulighed for at tracke deltagernes engagement kan benyttes aktivt



Videnfor-
midling



Kompetence-
udvikling



Internatio-
nalisering

KLIK

Læs mere om ”Webinar: District heating, Surplus heat, and sector coupling - Combining knowledge with possibilities Export of Danish technology solutions to Germany”

af facilitatorerne til at involvere deltagerne. Hvis man registrerer, at deltagerne mister engagement (fx klikker væk fra skærmen), kan man gøre en indsats for at fange deres opmærksomhed igen – fx via polls, opfordring til spørgsmål i chatten eller afbræk i oplægget.

Evaluering:

Måling af markedskendskab og værdiskabelse

GoToWebinar-platformen har mulighed for at sende en spørgeskemaundersøgelse ud umiddelbart efter endt session. Erfaringen er dog, at hvis denne funktion benyttes, så sendes der kun ud til deltagere, som har været med til hele webinar. Dem, der logger ud fem minutter før tid, får ingen. Derfor har Energy Cluster Denmark i stedet sendt spørgeskema ud til alle, som har deltaget, gennem SurveyMonkey. I survey'en spørges ind til værdiskabelsen og markedskendskab i forbindelse med webinar. Survey'en sendes ud dagen efter eventen sammen med links til optagelsen og præsentationerne.

Markedsføringen: Er nemmere til online events

Ved traditionelle delegationsture er markedsføringen omfangsrig. Oftest kræver det både fyraftensmøder for at skabe opmærksomhed og adskillige runder markedsføring i nyhedsbrev, sociale medier og telefonkampagner. Ved de online webinarer har markedsføringen været meget mere begrænset. Et opslag på sociale medier og i nyhedsbrev skaffede 90 deltagere til det første webinar om det nordtyske marked for fjernvarme og 40 deltagere til det andet om IOT i USA.

KLIK

Læs mere om ”Webinar: Digitalisation, Energy foresights, Sensortechnologies, and IoT - Combining knowledge with possibilities Export of Danish technology solutions to USA”

Digital vs. fysisk:

Webinarer kommer til at supplere delegationer

- Delegationsture er ressourcekrævende og kræver lang tids planlægning. Fra sammensætning af program over rekruttering af deltagere til gennemførelse af delegationen til et givent marked og opfølgning. En webinarække er langt mindre ressourcekrævende, både for organisatorerne og de deltagende virksomheder.
- Organisatorerne skal stadig sammensætte program med relevante oplægsholdere, men virksomhederne sparer tid og ressourcer ved at deltage i webinarer i stedet for delegationer.
- En væsentlig del af delegationer er dog netværksdelen – både med aktører på markedet og mellem deltagerne i delegationerne. Samtidig mangler tilstedeværelsen på markedet. Derfor er læringen også, at webinarer ikke kommer til at erstatte, men supplere delegationsture i nærmeste fremtid.

Læring/tips:

- Webinarer kommer ikke til at afløse delegationsture. Det giver noget andet at tage ud sammen og være på et marked.
- Webinarer kommer til at indgå i det fremtidige arbejde med delegationsture, for webinarer er gode til at nå ud til en bred målgruppe ved brug af få ressourcer. Fx kan webinarer komme til at erstatte nogle af de indledende aktiviteter i internationale delegationer (fx infomøder, gå-hjem-møder og lignende).
- Chatten er god til deltagerinvolvering, men vær opmærksom.



Kommunikations- og eventmanager, Projektleder Energy Cluster Denmark
Charlotte Baumgartner

Vil du vide mere, kontakt:



Digitale godbidder

Maritime Development Center (MDC) har udviklet en ny online vidensdelingskanal, hvor der sættes fokus på maritime trends, problemer og historier. MDC TITBITS hedder konceptet. På en halv time sættes der spot på et aktuelt emne. På de første to måneder har præcis 831 personer fra den maritime sektor deltaget i 22 online TITBIT events.

Konceptet: Signature talks i højt tempo

MDC TITBITS er fagligt hyggelige ”maritime talk-shows”, en ny videndelingskanal, hvor klyngen deler viden, interessante historier samt tips & tricks fra alle de mange kompetente mennesker, som klyngen møder i sit arbejde. Ideen med korte signature talks kommer dels fra TED Talks, dels fra MDC’s egne netværksarrangementer, hvor der netop bruges det korte format på oplægsholderne, der pop’er op og giver en power-signature-talk fra en ølkasse i ”Speakers Corner”.

Konceptet går i al sin enkelthed ud på, at man kan logge på en virtuel platform i frokostpausen (kl. 12:00-12:30), hvor man alligevel skal spise sin frokost, og lytte med. Dermed behøver man ikke at tage flere timer ud af sin travle kalender, men får serveret 15 minutters oplæg efterfulgt af 15 minutters Q&A, som man kan tune ind på, lytte med og stille spørgsmål til.

CASE Digitale godbidder

MDC TITBITS har haft mange forskellige speakers på, fra alle hjørner af den maritime branche – alt fra shippingmarkedsanalyser og droner til intern krisekommunikation og samtaler med en kaptajn, der var til søs under corona-tiden. Alt foregår på engelsk.

Tempoet er højt. Oplægsholderen har et kvarter til at præsentere sin signature talk – et emne man brænder for og kan tale passioneret om. På den måde er det nemt for oplægsholderne at forberede sig – og samtidig er det ekstra interessant for deltagerne at lytte til.

MDC er altid to personer på eventen: en vært/moderator, der samtidig står for det tekniske, og en observatør, der deltager. De er i dialog via WhatsApp, så observatøren kan give værten besked, hvis noget ikke fungerer for deltagerne undervejs.

Teknologien bag: CrowdCast

MDC benytter platformen CrowdCast. CrowdCast er valgt, fordi denne platform ikke kræver, at deltagerne downloader en app, men man kan lytte med via et login og fra en browser. Samtidig har CrowdCast bedre sikkerhedsmæssigt omdømme end eksempelvis Zoom.

CrowdCast er en ret nyudviklet platform, og erfaringen er dog, at den er knap så intuitiv back-office som fx Zoom og Teams. Der er også en del fejl, man skal zigzagge sig igennem. Derfor holder MDC en kort seance med hver oplægsholder, hvor teknikken fx skærmdeling og PowerPoint-indstillinger gennemgås, inden eventen går i luften.



Videnfor-
midling



Branding



Internatio-
nalisering

Læs mere om MDC TITBITS

KLIK

Involvering af deltagerne: Chat og polls

Eneste synlige deltagere til TITBITS er oplægsholderen og værten fra MDC. Deltagernes mikrofoner er mutede, og deres kameraer er slået fra. For at sikre involvering fra deltagerne inddrages oplægsholderne til at lave polls med få relevante spørgsmål, og deltagerne kan stille spørgsmål i chatten. Efter det 15 minutters oplæg bruges 15 minutter på spørgsmål fra deltagere og moderator.

Markedsføring: Nøglen til succes

De to første måneder, hvor MDC har afholdt TITBITS, har der været præcis 831 deltagere fordelt på 22 online events. Det har givet national og international eksponering – folk er logget på og har lyttet med helt fra Singapore til USA.

MDC TITBITS har sit eget logo og markedsføres via MDC's nyhedsbrev og sociale medier, og oplægsholderen opfordres til at markedsføre det i sit netværk. Hver fredag udsender MDC ny "invitation" til alle deres subscribers (ikke kun til MDC-medlemmer), hvor de kan se den følgende uges program og logge på, hvor de synes. Man opfordres også til at dele det med sine kolleger, og hvem de ellers møder. Det er gratis at lytte med på MDC TITBITS.

MDC TITBITS er tilgængelige på MDC's hjemmeside, så man kan altid kan (gen-)se det. På den måde opbygger MDC samtidig en digital vidensbank om en lang række emner.

Evaluering: Mange lyttere

MDC har endnu ikke evalueret direkte på MDC TITBITS-konceptet, men med 800+ lyttere vurderer MDC det som en succes, de fortsætter med. Der kommer løbende feedback ind fra deltagere og oplægsholdere på mail og chatten, som tages med i planlægningen af de næste events.

Virtuel vs fysisk: Korte formater virker

- MDCTITBITS er udviklet som et virtuelt format. Det korte format med 30 min. ville ikke kunne fungere som selvstændigt fysisk event.
- Man kan nå at formidle utroligt meget på 30 min. ved online events.
- Når formatet er kort, kan emner og oplægsholdere genbruges eller vinkles på nye måder.
- I fremtidige netværksevents bliver energien fra MDC TITBITS forsøgt videreført, og i fremtidige fysiske events – som i de konsoliderede klynger bliver landsdækkende – vil virtuelle elementer blive inkorporeret efter behov for at kunne nå ud til deltagere i hele landet.

Læring/tips:

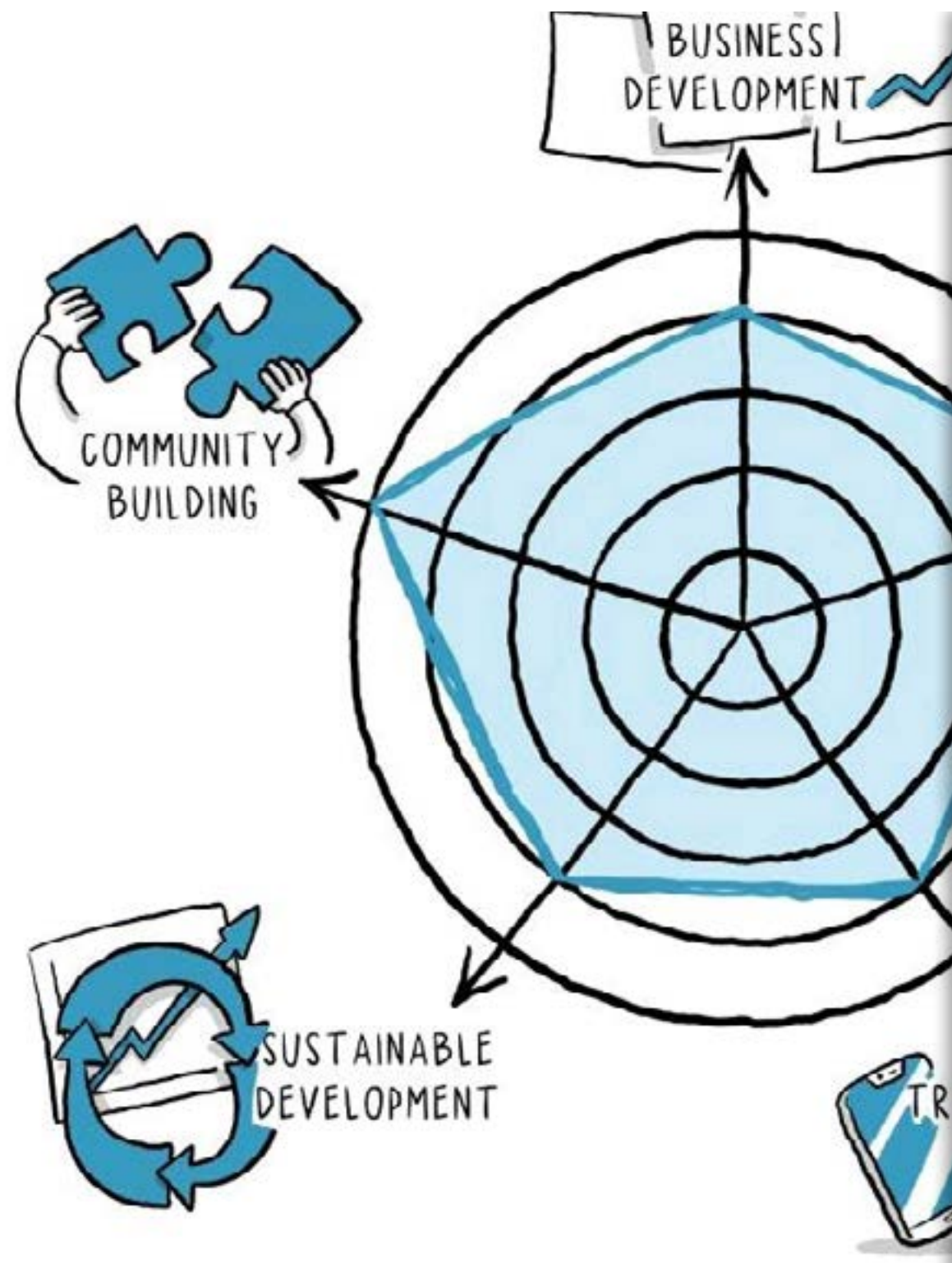
- Det stærke ved konceptet er, at MDC har formået at tiltrække branchens high level oplægsholdere til MDC TITBITS, da man kan få budskabet ud til en bred målgruppe med en forholdsvis begrænset forberedelse fra oplægsholders side.
- Selv om MDC TITBITS blot varer 30 minutter, kræver det stadig en del forberedelse for klyngen – speakere skal udvælges og præpareres, og deltagere skal inviteres. Det vurderes at tage ca. 20-25 timer ugentligt at planlægge, markedsføre, oprette og afvikle tre TITBITS.
- Den høje kadence – tre online events om ugen – giver en god energi og et godt flow, men er også ressourcekrævende. Efter sommerferien vil der "kun" være to TITBITS ugentligt.
- MDC TITBITS er med til at markedsføre klyng en nationalt og internationalt som en form for appetitvækker og giver øget kendskabsgrad for klyngens øvrige arbejde.



Business Relationship Manager
Henriette Dybkær



Koordinator
Thea Skytte Pedersen



Open Innovation Workshop

Via Open Innovation Workshop har CenSec afprøvet metoder til længerevarende online formater. Grundning forberedelse, afvekslende mødeformater og ekstern inspiration er nøglen til velfungerende innovationsmøder online med deltagere på tværs af landegrænser og kulturer.

Konceptet: Lange online workshops med afvekslende formater

Open Innovation Workshop skulle have været afholdt fysisk med deltagere fra Danmark, Tyskland, Frankrig, Spanien, Italien og Tyrkiet over to dage. På grund af covid-19-krisens rejserestriktioner blev eventen omdannet til en online innovationsworkshop for projektets partnere. Den online Open Innovation Workshop blev afholdt over to dage i fire timer ad gangen – et ret intensivt format for online møder. Organiseringen og faciliteringen af workshoppen stod CenSec bag.

Lange online formater kan virke tunge at komme igennem for deltagerne, og derfor opererede CenSec med en række afvekslende formater for at bryde seancerne op. Ud over projektpartnerenes egne præsentationer var eksterne oplægsholdere og facilitatorer inviteret ind.

CASE Open Innovation Workshop

De eksterne facilitatorer havde blandt andet til opgave at coache deltagerne, stimulere og facilitere videndeling. De eksterne facilitatorer var med under hele workshoppen, på førstedagen mest på en lytter for at forstå konteksten. På andendagen var de med til at facilitere en brainstorming-session for projektets deltagere. Det hele blev visualiseret i to live grafikker – én om de deltagende partnere og én om deres aktuelle udfordringer som vidnesbyrd for workshoppenes diskussioner og læringer.

Involvering af deltagerne: Grundig forberedelse, SWOT-analyser og interviews

En ulempe ved digitale events synes at være, at det kan være svært at komme i dybden med avanceret stof. For at få mest muligt udbytte af den online Open Innovation Workshop havde projektpartnerne – syv klyngeorganisationer fra seks lande – forberedt sig meget grundigt.

Alle syv projektpartnere havde på forhånd lavet medlemsundersøgelser. Baseret på input fra projektpartnerne udarbejdede CenSec omfattende SWOT-analyser. Under eventen gav i alt 21 virksomheder fra seks lande deres input via optagede videointerviews. Hvert interview varede fem-syv minutter, og alle virksomheder skulle svare på de samme spørgsmål.



Viden-
formidling



Innovations-
projekter



Internatio-
nalisering

Teknologierne bag: Teams, Base Camp og videoer

Selve den online innovationsworkshop blev afholdt i Teams. Fordelen ved Teams er, at teknologien er integreret i Office-pakken, så stort set alle har adgang til den. Teams er driftssikker og nogenlunde intuitiv at benytte, også når der skal vises videoer. Der meldes dog om udfordringer ved at have flere dokumenter åbne på samme tid og ved at skifte mellem dokumenter.

Den grundige forberedelse med medlemsundersøgelser og SWOT-analyser har betydet, at der har været en del materiale at holde styr på. Til at håndtere de mange materialer før, under og efter Open Innovation Workshop benyttedes systemet Base Camp – et online projektstyringssystem.

Videointerviewene med virksomhederne blev optaget ved hjælp af Microsoft Teams. De er derefter redigeret i henholdsvis Adobe Premiere Pro og Adobe After Effects.

Evaluering: Erfaring og læring delt internt

Innovationsworkshoppen er en del af et større projekt. Derfor er der endnu ikke blevet evalueret på konceptet. Men der er blevet delt erfaringer og læring internt mellem partnerne, så de gode erfaringer kan bruges i andre af projektets innovationsworkshops. Læringerne fra workshoppen, SWOT-analyserne og oplægsholdere skal efter workshoppen omsættes til konkrete organisationsforandringer blandt projektpartnerne.

Virtuel vs fysisk: Afvekslende formater vigtig online

- Virtuelle møder er ofte intensive. Derfor er afvekslende formater nøglen til at holde succesfulde længerevarende workshops online.
- Flere ansatte i de involverede organisationer kan deltage, da der ikke er rejseomkostninger forbundet med online workshops.
- Et online møde har færre rejseaktiviteter og gør det nemmere at mødes med internationale partnere.

Læring/tips:

- Grundig forberedelse er med til at give møder substans, så man kan komme i dybden med mange udfordringer på kort tid.
- Der har tidligere været afholdt et enkelt fysisk møde i projektet. På online møder er det sværere at komme i dybden med temaet og netværke med hinanden end til fysiske møder.
- Når den online event strækker sig over to dage, får man en bedre forståelse af gruppen af deltagerne. Den viden kan man bruge og tilpasse konceptet til næste dag. I tilfældet her var der et stramt koncept på førstedagen, mens konceptet for dag to var mere uformelt. De forskellige formater gav forskellige dynamikker.

EXXTRA

Open Innovation Workshop blev afholdt i regi af EU-projektet EXXTRA. EXXTRA har fokus på at facilitere samarbejde inden for jernbaneindustrien. Partnere er DITECFER (Italien), CenSec (Danmark), BTS Rail Saxony (Tyskland), i-Trans (Frankrig), MAFEX (Spanien), RailGrup (Spanien), ARUS (Tyrkiet).

LÆS MERE
HER

Vil du vide mere,
kontakt



Director Business
Networks, CenSec
Poul-Erik Hansen



Project Manager,
CenSec
Sofie Jensen



Klik på billedet
og læs artiklen

Online matchmaking mellem investorer og udviklere

Den femte udgave af Vision Danmarks årlige event CPH MatchUp – hvor den danske spilbranche mødes med investorer og spiludgivere – blev på rekordtid omlagt fra den oprindeligt fysiske event til en 100% corona-sikker online event. Trods det nye format holdt eventen niveauet fra året før med 140 virksomhedsdeltagere og 400 online møder mellem især internationale investorer og danske udviklere.

Konceptet: Fra Børssalen til videomøder

Normalt afholdes CPH MatchUp i Børssalen i København med fejring af den dansk spilbranche og matchmaking mellem udviklere og investorer. Her får de udenlandske investorer hyggelig dansk VIP-behandling, indblik i den danske spilbranche og mulighed for at mødes med andre investorer og udgivere. I 2020 disruptede corona konceptet.

I stedet blev CPH MatchUp 2020 afholdt online. I det online koncept for CPH MatchUp 2020 var matchmaking mellem investorer og danske spiludviklere stadig en hovedkomponent. Denne gang blev møderne bare afholdt som videomøder i stedet for fysiske møder i Børssalen. Bag transformationen fra fysisk event til online lå en masse forberedelse – lige fra test af teknikken, dialog med investorer og spiludviklere om det ændrede format og tæt koordinering med sponsorer og partnere. Ved tidligere CPH MatchUps har investorerne også haft mulighed for Private Studio Meetings, hvor investorerne tager på virksomhedsbesøg hos udvalgte spiludviklere. I den online version blev denne service forsøgt tænkt ind på en anden måde. Vision Denmark screenede og udvalgte tre-fem lovende spiludviklere målrettet til investorernes præferencer og med anbefalinger om at booke møder.



CASE

Online matchmaking mellem investorer og udviklere

Teknologien bag:

MeetToMatch matchmaking med supportfunktion

Platformen til CPH MatchUp 2020 var MeetToMatch – et matchmakingssystem som ofte benyttes, når den internationale spilbranche mødes. MeetToMatch har Vision Denmark også benyttet til de tidligere

fysiske versioner af eventen. MeetToMatch har indbygget matchmakingfunktion, hvor deltagerne kan booke møder med hinanden, godkende møder og få mødeplan. Derudover fik systemet lynhurtigt indbygget en mulighed for videomøder, som blev anvendt til CPH MatchUp 2020.

Dagen inden CPH MatchUp 2020 blev alle deltagerne inviteret til frivillig generalprøve, hvor teknologien blev testet af. Derudover havde Vision Denmark oprettet en discord server – spilbranchens svar på et chatrum - hvor deltagerne løbende kunne få svar på tekniske spørgsmål. Teknikken fungerede dog rigtigt godt, og der var ikke ret mange opgaver for supporten. De få udfordringer handlede primært om vanskeligheder ved at afspille video med lyd.

Markedsføring: Synliggørelse af sponsorer

Markedsføringen af CPH MatchUp 2020 skete ad forskellige kanaler særligt før eventen. De internationale investorer og udgivere kan være vanskelige at få fat på. Derfor indledte Vision Denmark allerede kontakten et halvt år før CPH MatchUp 2020 gennem netværk og direkte kontakt.

Når CPH MatchUp afholdes fysisk, får sponsorerne synlighed. Den var lidt sværere at give online. Derfor lavede Vision Denmark i ugen op til CPH MatchUp 2020 en kommunikationskampagne - især på de sociale medier - hvor partnere og sponsorer og deres roller blev synliggjort.

Involvering af deltagerne:

Matchmaking giver aktive deltagere

CPH MatchUp 2020 havde en høj grad af involvering af deltagerne – både før og under eventen. Før eventen skulle deltagerne oprette sig med profil, booke møder med investorer, godkende indkomne mødebookinger og forberede sig på matchmaking-møderne. Under selve eventet skulle deltagerne selv afholde møderne, sørge for dialogen og følge op med yderligere dialog.

Evaluering: Investorer glade for online format

Vision Denmark var meget spændte på, hvordan investorer og deltagere vurderede den online version af CPH MatchUp. Evalueringen blev sendt ud i to versioner, som begge evaluerede på tilfredshedsgraden med eventen: én til investorerne og én til udviklerne. Særligt investorer og udgivere var meget tilfredse. 100% af investorerne ville gerne inviteres til fremtidige udgaver af eventen. Også spiludviklerne gav positive tilbagemeldinger. 95% af de deltagende danske spiludviklere angav, at resultaterne af deres møder var enten ”gode”, ”meget gode” eller ”fantastiske”. Derudover blev investorerne bedt om at vurdere den danske spilbranches styrkepositioner og udfordringer – input

som Vision Denmark kan bruge som inspiration til, hvordan branchens virksomheder skal videreudvikles.

Virtuel vs fysisk:

Online events kan tiltrække nye investorer fra udlandet

- Det lykkedes at tiltrække nye investorer og udviklere til den online version, som ikke var med til tidligere fysiske events.
- Både sponsorer, investorer og udviklere udviste stor forståelse for omlægningen.
- Online investormøder er effektive – men det kan være svært at genskabe det uformelle, tilfældige møde.

Læring/tips:

- Ved omlægning fra fysiske til virtuelle events er det vigtigt at have en plan A, plan B og plan C. I tilfældet her var plan B i første omgang at gennemføre den fysiske event, med en blanding af online deltagelse og fysisk deltagelse. Ret hurtigt stod det dog klart, at plan C – ren online event – var eneste mulighed.
- Kommuniker og forklar ændringerne klart og tydeligt til sponsorer og deltagere
- Vær tro mod konceptet – så deltagerne kan genkende det i den nye online version.



Læs mere om
CPH MatchUp 2020

KLIK

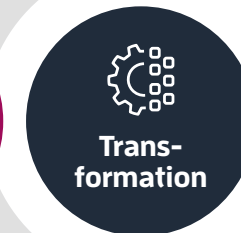
Vil du vide mere,
kontakt:



**Communication &
Community Manager**
Jesper Krogh Kristiansen



Digitalisering af klyngens øverste myndighed: Generalforsamlingen



I klyngen MADE – Manufacturing Academy of Denmark - blev en ordinær generalforsamling på grund af covid-19 til noget ganske særligt: En digital generalforsamling med online afstemninger. Flere af de digitale erfaringer har været så gode, at de bliver en integreret del af de fremtidige procedurer.

Konceptet: Livestreaming og online medlemsinddragelse

Generalforsamlingen er en særlig event. Som foreningens øverste myndighed er det en af de strategisk vigtigste aktiviteter i de fleste organisationer og klynger. Her står klyngeorganisationen til regnskab for indsatsen i det foregående år, og de nye strategiske prioriteter bliver besluttet af medlemmerne. Ved MADE's generalforsamling og årsdag sidste år deltog over 200 personer i arrangementet, og der summede af liv og stemmer i Industriens Hus.

I 2020 var rammerne ganske anderledes på grund af covid-19, og videndelingen var rykket ind foran og bag computerskærmene ved MADE's Online Generalforsamling 2020. I Industriens Hus mødtes fire centrale beslutningstagere fysisk: direktøren for MADE, bestyrelsesformanden, næstformanden og en dirigent. I salen sad desuden flere fra MADE-sekretariatet, som fulgte generalforsamlingen og håndterede spørgsmål i chatten og registrering af deltagere. Panelet og drøftelserne blev livestreamet, så medlemsinddragelsen kunne opretholdes på trods af forsamlingsforbud. Deltagerne –

CASE

Digitalisering af klyngens øverste myndighed: Generalforsamlingen

både de stemmeberettigede og tilhørerne – deltog nemlig online.

Omstillingen til online format har skabt nye digitale løsninger, som MADE kommer til at benytte fremadrettet. Generalforsamlinger er medlemsinddragelse, og der stemmes om beslutningsforslag. Tidligere foregik afstemninger og optællinger manuelt, men i anledning af den online generalforsamling blev afstemning og stemmeoptælling digitaliseret – det giver en mere effektiv og robust proces. Den løsning vil også blive benyttet til fremtidige generalforsamlinger.

Teknologien bag:

Digitalisering af stemmeoptælling via Podio

Digitaliseringen af stemmeoptællingen foregik i MADE's CRM-system Podio. Her blev der lavet en løsning, som kan tage hensyn til både stemmeberettigelse, stemmevægtning og fuldmagter. Det har tidligere været en ret bøvlet manuel proces i Excel. Nu foregår den nærmest automatisk.

Generalforsamlingen blev live-streamet fra Industriens Hus, hvis serviceteam stod bag teknikken.



Viden-
formidling



Trans-
formation

Involvering af deltagerne:

Chat og afstemning for de stemmeberettigede

Deltagerne var delt op i to grupper: de stemmeberettigede og tilhørerne. De stemmeberettigede fik inden eventen tilsendt en mail med dagsorden, beslutningsforslag og unikke links. De unikke links skulle vise, hvem der loggede ind, og gav mulighed for at deltage i afstemningerne. De stemmeberettigede havde også mulighed for at stille spørgsmål undervejs i chatten. Tilhørerne blev også briefet om dagsordenen, men kunne dog ikke stemme eller stille spørgsmål.

Markedsføring:

Indkaldelse med 14 dages varsel med nye instrukser

Ved markedsføring af generalforsamlingen er der nogle krav i foreningens vedtægter, som skal følges. Indkaldelse til MADE's generalforsamling sker med 14 dages varsel dels ved e-mail til alle medlemmer, dels ved offentliggørelse på Foreningens hjemmeside. I årets kommunikation blev der gjort noget ekstra for at formidle, at generalforsamlingen var online, og der blev sendt e-mails ud med instrukser om formatændringerne. Efter generalforsamlingen blev der udgivet en opsummerende artikel med højdepunkter, fotos og link til MADE's artikelsamling 2019/20.

Evaluering: Fra fysisk evaluering til digital udgave

Generalforsamlingen er ikke blevet evalueret. Formatet er nemlig beskrevet i vedtægterne og ikke lige til at ændre. Men ved andre online events og webinarer har MADE sendt evalueringer ud. Ved de fysiske events plejer MADE at dele et evalueringsskema ud på

stedet. Ved de online events har MADE lavet en digital udgave. Her er det MADE's erfaring, at et fysisk evalueringsskema genererer flere besvarelser end en digital udgave af samme.

Digital vs fysisk: Kombinationen fungerer

- MADE afholder typisk deres generalforsamling i forbindelse med årsdagen. Den virtuelle event var en enkeltstående event, som har givet både ny viden og erfaringer, der kan bruges ved andre online aktiviteter og digitale elementer, som kan benyttes næste gang, generalforsamlingen kan afholdes fysisk.
- Blandingen af det fysiske – med et panel – og det online fungerede godt. At paneldeltagerne mødtes fysisk gav en anden mere nærværende dynamik, end hvis alle havde deltaget online.
- Livestreaming fungerer. Overraskende mange (flere end 70) var med kun på en lytter. I alt deltog omkring 90 personer. Derfor overvejer MADE lige nu, om livestreaming også skal være en del af fremtidige generalforsamlinger og andre events.

Læring/tips:

- Podio kan mere, end man lige går og tror. Det kræver dog data-disciplin, hvis Podio skal bruges til digitale afstemninger.
- Det er vigtigt med professionel assistance, når man live-streamer – især første gang. Vælg venue til den fysiske del af eventen efter, om der er livestreaming-faciliteter og -support.
- Generalforsamlinger er også videndeling – om klyngens nye projekter, aktiviteter og initiativer.

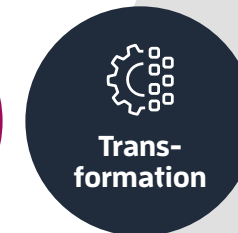
Læs mere om
MADE's Online Generalforsamling 2020

KLIK

Vil du vide mere, kontakt:



Koordinator
Katja Kier



Virtuelt netværksgruppemøde

Foranlediget af corona-situationen i foråret 2020 har InnoBYG omlagt klassiske netværksgruppemøder fra fysiske til digitale. Det er lykkedes at fordoble antallet af deltagere og bibeholde dynamikken fra de fysiske møder via en aktiv facilitering.

Konceptet: Virtuelle netværksmøder med aktiv facilitering

Innovationsnetværket InnoBYG har siden 2018 faciliteret netværksgruppen Build 4.0 for aktører i bygge- og anlægssektoren. Build 4.0 samler og deler viden om anvendelse af ny teknologi og digitalisering i branchen. Netværksgruppen arrangerer bl.a. events om emnet og er en tværfaglig platform for diskussioner og samarbejdsrelationer mellem virksomheder fra byggebranchen, videninstitutioner samt interesserede fx fra robotindustrien.

Indtil marts 2020 foregik møderne i gruppen som klassiske, kvartalsvise netværksgruppemøder, som blev afholdt et centralt sted i landet. Sidste fysiske møde fandt sted så sent som en uge inden nedlukningen af Danmark.

Da årets andet møde skulle afholdes, skulle InnoBYG tænke i nye baner. Innovationsnetværket havde netop holdt sit første webinar nogensinde i samarbejde med InfinIT og havde her lært en masse tricks om digitalisering og skrevet en guide til sekretariatet på baggrund af input fra samarbejdspartneren. Inspireret af dette tværfaglige samarbejde sadlede InnoBYG hurtigt om og lagde også sine netværksgruppemøder om til et online format.

Meget apropos var temaet for juni måneds møde i Build 4.0 "Udnyttelse af digitale værktøjer på tværs af værdikæden". To oplægsholdere var inviteret med til at præsentere praktiske eksempler på henholdsvis digitalisering på byggeprojekter og digitale analyseværktøjer til byggebranchen. Såvel oplægsholdere, de 32 deltagere som facilitatoren fra InnoBYG sad hver for sig og deltog virtuelt i mødet.

CASE

Virtuelt netværksgruppemøde

Selve omlægningen fra fysisk til digitalt arrangement var velovervejet, og der blev ændret på flere parametre. For det første blev mødetiden reduceret fra 2½ til 1½ time, og det viste sig at være en passende længde – også uden pauser. For det andet havde InnoBYG stor fokus på at opretholde dynamikken fra de fysiske møder og benyttede sig af andre greb for at facilitere dialogen i plenum. Målet med Build 4.0-netværket er nemlig også at være et forum, hvor der bliver skabt mere samarbejde og noget, som kan leve videre ud over selve netværksmøderne. For det tredje var mødets facilitator forberedt på i højere grad at være den, der skabte dynamikken. Facilitatoren havde derfor en meget aktiv rolle med at sørge for, at flest mulige deltagere kom i spil.

Teknologien bag: Zoom Meetings

Til netværksgruppemødet brugte arrangøren Zooms mødeplatform, hvor man kan se billeder af alle deltagere på én gang. Det virker mere demokratisk til mødebrug, at man kan se alle, og det giver en bedre gruppefølelse. Til trods for de gode intentioner havde hovedparten af deltagere i praksis slået deres video fra, så der var ikke billede på alle. Det gjorde det lidt sværere for facilitatoren at have føling med hele gruppen.



Viden-
formidling



Trans-
formation



Kompetence-
udvikling

Læs mere om
InnoBYGs netværksgrupper

KLIK

Involvering af deltagerne: Chat og faciliteret dialog

Deltagerne bød ind med spørgsmål via Zooms chatfunktion og brugte desuden den virtuelle funktion med håndsoprækning, når de gerne ville bidrage mundtligt. Deltagerne blev desuden involveret via en meget aktiv facilitering. Der er mindre indbyrdes dialog mellem deltagerne på et online møde, og det kan også være sværere for den enkelte at række hånden op, når man sidder alene bag sin egen skærm. Som et led i at drive dynamikken havde facilitatoren bl.a. på forhånd forberedt udvalgte deltagere på, at hun ville stille dem spørgsmål. Man gik også væk fra den traditionelle ”bordet rundt”-seance, som i mindre grad indbyder til samtale. De forskellige tiltag gjorde, at der på netværksgruppemødet kom en god dialog, hvor deltagerne også selv bød ind med input.

Evaluering: God dynamik

Efter det digitale gruppemøde fulgte facilitatoren op med oplægsholderne og desuden mere uformelt 1:1 med nogle af deltagerne. Tilbagemeldingen var samstemmende, at der var en god dynamik, og at det lykkedes at tilpasse mødet til det nyt format og med de ønskede mål.

Markedsføring: Invitation via hjemmeside

InnoBYG lagde invitationen til netværksgruppemødet på sin hjemmeside, hvorfra man kunne tilmelde sig direkte. Dagen inden mødet sendte man et link til mødet ud til de tilmeldte personer.

Digital vs. fysisk:

Aktiv facilitering giver gode resultater

- At holde et netværksmøde digitalt muliggør, at flere kan deltage. Der var betydeligt flere på online end til de fysiske møder – op imod dobbelt så mange. Det er nemmere at committe sig til 1½ time i uformelle omgivelser, end hvis man skal køre efter det og afsætte ½ dag.
- Digitale møder kræver mere af facilitatoren – både mht. planlægning og under selve mødet. Aktiv facilitering kan dog give rigtig gode resultater.
- På online møder går man glip af den indbyrdes – og også værdifulde – snak uden om facilitatoren. Der er en tendens til, at færre deltagere kommer på banen.
- Virtuelle møder er mere intensive, og det kan være svært at fastholde folk i længere tid online. Derfor er det en god idé at tænke i korte formater.

Læring/tips:

- Selv om man fysisk befinder sig meget længere fra deltagerne, kan det faktisk føles som om, man kommer tættere på dem online, i og med man kun sidder en armslængde væk fra deres billede på skærmen – og fordi de flere gange er med hjemme fra privaten.
- InnoBYG ser så mange fordele ved konceptet, at de næste møder i netværket vil finde sted enten rent online eller i en digital-fysisk kombination.

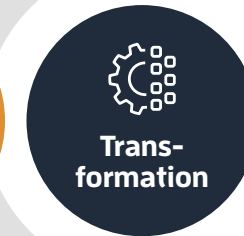
Vil du vide mere,
kontakt:



Netværksgruppeleder
Maria Felsingård-Hansen



InnoBYG netværksleder
Marianne Meyer Jakobsen



Digital mini-festival

Den ny-konsoliderede klynge DigitalLead har holdt en online mini-festival med 12 events på tre dage for at synliggøre sig og markere sig som en landsdækkende klynge. DigitalDays havde mere end 500 personer tilmeldt og nåede ud til hele landet.

Konceptet: Mini-festival af digitale events

Ideen til mini-festivalen DigitalDays blev født allerede før, coronakrisen satte fart i digitaliseringen af klyngeevents. Den nye klynge for digitale teknologier, DigitalLead, ønskede at iværksætte et tiltag for at synliggøre sig og gøre opmærksom på, at den nu er landsdækkende og har tilbud til virksomheder over hele landet. Og hvad kunne være mere oplagt for en digital klynge end at holde events om digitale emner – digitalt? På den måde så brandingfestivalen DigitalDays dagens lys.

DigitalDays blev afholdt over tre dage i juni og bestod af 12 forskellige events om en lang række emner – fra digital markedsføring over machine learning til digital transformation. Målgruppen var meget bred, og i alt 500 personer tilmeldte sig festivalens arrangementer. 11 ud af 12 events foregik som en normal konference - bare online - med en oplægsholder og en moderator. Den sidste event var et live interview med årets ejerleder 2019.

Helt i tråd med formatet holdt arrangørerne alle deres planlægningsmøder online. Forud for DigitalDays havde moderatorerne taget kurser i at holde webinarer, så alle var godt forberedt.

CASE Digital Mini-festival

Teknologien bag: Zoom Video Webinar og Meeting-platform

DigitalLead brugte både Zooms Webinar-platform og Meeting-platform til events under Digital-Days. På den måde kunne klyngen vælge, hvilken funktion der passede bedst til den enkelte event. Fx brugte man Webinar-platformen, hvis der var rigtig mange deltagere, og omvendt brugte man Meeting, hvis der var færre, og hvis oplægget lagde op til meget involvering og dialog med deltagerne. Der var god tilfredshed med teknologien hele vejen igennem den digitale festival.

Til live interviewet med Michael Holm fra Systematic brugte DigitalLead Zooms Meeting-platform, da man ønskede en nærhed til deltagerne i lige præcis dette format. Det optimale set-up ville have været, at Michael Holm og facilitatoren kunne have siddet i samme rum og udført interviewet med et mere professionelt lyd- og lys-setup. Det arbejder klyngen hen imod at få etableret, da man ønsker at fortsætte med at udbyde webinarrer og online møder fx via Zoom.

Involvering af deltagerne: Polls og chat

Webinar-formatet indbyder ikke i lige så høj grad som ved almindelige møder til deltagerinvolvering, men klyngen sørgede for at engagere publikum ved løbende at stille dem spørgsmål via Zooms Polls-funktion. Desuden stillede deltagerne spørgsmål via chatten i sessionen med live-interviewet.

Evaluering: Positiv feedback

Efter hvert event blev deltagerne bedt om at evaluere både oplægsholderen og moderatoren samt spurgt, om de vil anbefale DigitalLeads events til andre. Resultatet var meget positivt på alle parametre: i gennemsnit 8,4 ud af 10.

Klyngen har også fulgt op på event-rækken ved at tracke webtrafikken. Trafikken ind til DigitalDays-websitet kom fra hele landet, og den gode spredning indikerer, at eventen lykkedes med sin mission om at komme bredt ud til hele landet.

Markedsføring: Mange events under samme brand

De 12 events blev markedsført under samme brand: DigitalDays. Det indebar bl.a., at hvert enkelt arrangement fik påført et DigitalDays-stempel i sin grafiske markedsføring for at vise, at de var en del af noget større. Al kommunikation omkring festivalen, mailflow omkring tilmelding osv. var ligeledes ensrettet på tværs af events.

DigitalLead markedsførte festivalen på hjemmeside, i nyhedsbrev, på sociale medier, i bannerannoncer og i direct mails. Webstatistikken viser, at mere end 1/3 af al trafik på DigitalLeads nye hjemmeside var til DigitalDays.

Virtuel vs fysisk: Større rækkevidde og fleksibilitet

- Når man er en klynge i proces med at blive landsdækkende, kan en online event række ud til hele landet, uden man rigtigt gør det

selv endnu, og man kan få kunder ombord, som aldrig ville "rejse efter det".

- En online event kan være kort og fokuseret. En fysisk event af "kun" 1 times varighed ville ikke have gang på jord.
- Man kan lave mere for færre ressourcer. Booking af lokaler og forplejning er pludselig ikke et issue, der skal ikke laves navneskilte og deltagerlister, ingen rejsevejledninger etc.
- Man kan agere hurtigt og få folk med ombord hurtigt.

Læring/tips:

- Tilpas valget af værktøj/teknologi til den enkelte type event.
- Der er andre spilleregler ved online arrangementer. Vær bevidst om omgivelserne og stemningen i oplægsholder/moderator-lokalet, at kameraet skal være i øjenhøjde med den der taler osv. Det virker bare mere professionelt, når setup'et er nøje iscenesat.
- Regn med et vist frafald ved online events. Mange flere melder fra end til fysiske events. Det virker mere uforpligtende, når arrangementerne foregår digitalt.
- En direkte afledt effekt af DigitalDays har været, at klyngen har fået en stor portion nye tilmeldinger til sit nyhedsbrev samt over 100 nye leads til potentielle medlemmer.



Viden-
formidling



Branding



Trans-
formation



Marketing & Product Manager
Berit Brendborg



Communications Manager
Randi Vestergaard

Læs mere om DigitalDays

KLIK

Vil du vide mere, kontakt:



Webinar-serie om emne af høj kompleksitet

I maj-juni måned afholdt Life Science Innovation North Denmark (LSI) i samarbejde med MedTech Innovation Consortium, Welfare Tech og Copenhagen Healthtech Cluster en webinar-serie under overskriften ”Få knækket koden til det regulatoriske område”. Arrangørerne valgte et format, der understøttede kompleksiteten i det faglige indhold, og hele 267 unikke deltagere valgte at følge webinar-serien. Emnets høje kompleksitet gav ovenikøbet væsentligt lavere frafald af deltagere end andre typer webinarer.

Konceptet: Optagelse + live

Kompleksiteten på det regulatoriske område er høj, og viden om emnet kan derfor være vanskeligt at formidle. Den udfordring tog LSI for nylig op – vel at mærke midt i en tid, hvor alle arrangementer nødvendigvis skulle foregå digitalt. Løsningen blev en serie af webinarer, hvor det faglige indhold blev drevet af eksperter fra de nordjyske velfærdsteknologiske virksomheder og formidlet både via video og live.

Webinar-serien omfattede fem forskellige seancer med hver sit tema, og det var derfor muligt for de enkelte deltagere at tilgå de seancer, de fandt relevante. Hvert webinar bestod af et individuelt oplæg samt en Q&A-session med et bredt panel af eksperter fra det regulatoriske område. Oplægget blev optaget på forhånd og afspillet under webinarret. Det gav oplægsholderen en øget tryghed (optagelsen kunne tages om) samt arrangørerne mulighed for at skære oplægget let til (så det passede med den afsatte tid).



CASE

Webinar-serie om emne af høj kompleksitet

Under spørgetiden var ekspertpanelet live”, svarede på spørgsmål og ping-pongede med hinanden. Deltagerne stillede spørgsmål skriftligt via en ”Questions”-funktion (à la chat), hvorefter webinarets facilitator sørgede for at formidle dem til eksperterne.

Ca. 90% af alle dem, der havde tilmeldt sig webinar-serien, dukkede op, og i alt deltog 267 personer på ét eller flere webinarer. Hvert webinar havde ca. 100-150 deltagere.

14 dage før og efter webinar-serien var Welfare Tech's online matchmaking-portal åben for deltagere og oplægsholdere på webinarerne. Her havde de mulighed for at se hinandens profiler og interesser, knytte kontakt og eventuelt aftale individuelle møder.

Teknologien bag: GoToWebinar til optagelse+live

Til webinarerne brugte arrangørerne GoToWebinar. Platformen har de relevante funktioner og er intuitiv at bruge både for arrangører og deltagere. Arrangørerne har ikke afsøgt markedet til fulde, men har fundet en løsning, der fungerer, og er gået med den.

Videoerne af oplægsholderne blev også optaget gennem GoToWebinar som et webinar med skærmoptagelse, hvilket gjorde det muligt at sidde hver for sig. Eventuel færdigredigering skete i Quicktime Player. Videoerne blev vist på webinarerne med skærmdeling, hvilket fungerede godt.

Kompleksiteten ved at vise video på webinarer er generelt højere ift. lyd. Her benyttede arrangørerne et tillægsprogram (iShowU), der

sendte lyden direkte ud til tilhørerne og ikke via facilitatoren. På den måde sikrede man bedst mulig lyd og undgik ”yoyo”/ekko.

Involvering af deltagerne: Q&A og matchmaking

Deltagerne kunne stille spørgsmål undervejs i webinarerne, hvilket rigtig mange benyttede sig af. Mange forskellige personer bød ind med spørgsmål, og deres baggrunde var meget forskellige. Desuden havde alle deltagerne mulighed for at oprette en profil på matchmaking-portalen.

Evaluerings: Webinarer er vejen frem ved komplekst stof

Der blev efterfølgende sendt evalueringsskemaer ud til deltagerne, og evalueringen viste en høj tilfredshedsgrad. LSI holdt desuden opfølgende workshops for at fortsætte deres dialog med offentlige og private aktører om behovet for aktiviteter, og om hvordan klyngerne fremadrettet kan understøtte det. Her var der bl.a. stor tilslutning til at fortsætte med webinarer til videnformidling og til at facilitere erfagrunder digitalt. LSI har efterfølgende skrevet artikler, der belyser webinar-serien, herunder baggrunden for afholdelsen, vigtigheden af det regulatoriske område samt de konkrete behov, der blev italesat ved de efterfølgende workshops.

Virtuel vs fysisk:

Online vidensbank giver nye muligheder

- Digitale events kan afholdes som en række kortere webinarer og er derfor velegnede til at formidle kompliceret stof, da man løbende kan komme med nye vinkler.

- De digitale events er mere komprimerede og effektive end de fysiske. Det giver mulighed for at gå i dybden med komplekst indhold.
- Webinarer kan optages og genbruges. Via webinarer kan der opbygges en ’vidensbank’ om komplekst stof, som kan benyttes ved andre lejligheder og gøres tilgængelige for flere.
- Man får ofte involveret en meget bredere deltagerkreds – både antals- og baggrundsmæssigt. Ved traditionelle events er der tendens til, at det er de samme få personer, der stiller spørgsmål.

Læring/tips:

- Kompleksiteten på det regulatoriske område er høj. Derfor var det af stor værdi at have en bred gruppe af eksperter til rådighed til at besvare spørgsmål, og det sikrede flere perspektiver på diskussionen.
- Der var en god dynamik i kombinationen optagelse + live på webinarerne samt i gruppen af eksperter.
- Det er utrolig værdifuldt for facilitatoren at have endnu en facilitator ved sin side til at håndtere teknikken. Det gør, at facilitatoren kan fokusere på at facilitere processen og giver tilhørerne en god oplevelse.
- Oplægsholderne skal beregne ekstra god tid til at forberede deres oplæg, hvis de er nybegyndere i webinarverdenen. Der skal andre didaktiske overvejelser til end ved fysiske events, bl.a. skal man være mere skarp på sine pointer.
- Networking online er en svær nød at knække. Digital matchmaking er forholdsvis formelt, og man mangler den vigtige uformelle networking i kaffepausen.

Læs mere om webinarrækken

KLIK

Vil du vide mere, kontakt:



Projektleder for Markedsudvikling, LSI
Heidi Hvistendahl
Vedr. fagligt indhold



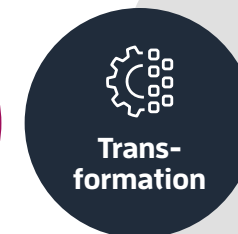
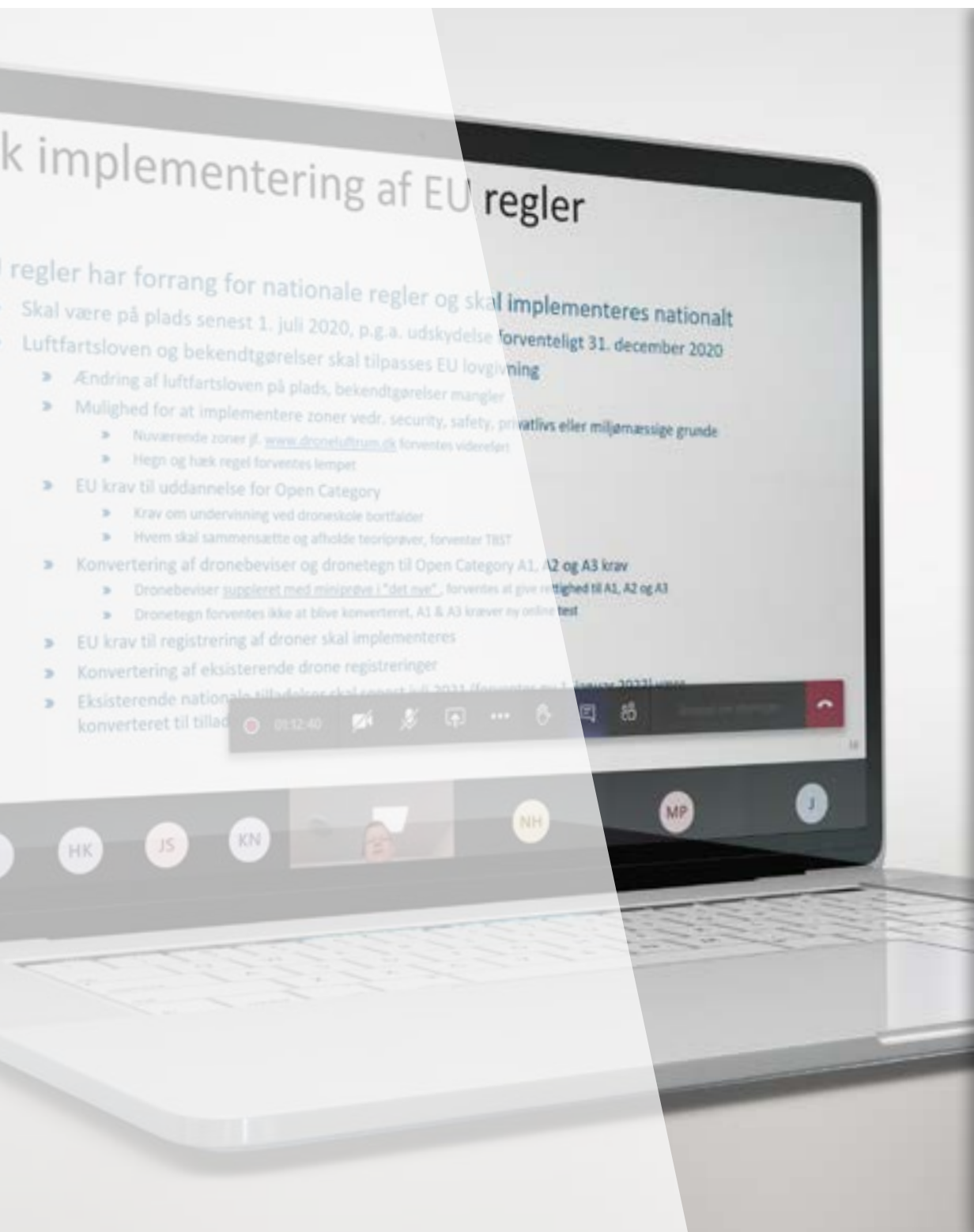
Konsulent, Welfare Tech
Michelle Esbensen
Vedr. teknisk udførelse



**Viden-
formidling**



**Kompetence-
udvikling**



Webinarer på vej mod professionelt setup

På få måneder er robotklyngerne på Fyn gået fra 0 til 100 i deres indsats omkring digitalisering af events. En webinar-række på droneområdet har været afsæt til, at der nu investeres i et professionelt setup med eget webinar-studie.

Konceptet: Robotklynger går "all in" på digitalisering

Efter nogle afventende uger, da corona ramte, begyndte de fynske robotklynger – som alle andre danske klynger – at se sig om efter et alternativ til de fysiske arrangementer, som allerede var i kalenderen eller støbeskeen.

Som ét af de første online skud på stammen gik UAS Denmark og RoboCluster sammen om at afholde et to-timers webinar med fokus på kommende europæisk dronelovgivning. Efter 3½ års arbejde foreligger nu Europas første samlede droneregler, som EU-landene skal finde sig til rette med. Webinarets formål var at informere om lovgivningen og fortælle om den forventede danske implementering af reglerne.

Normalt ville et sådant arrangement være blevet afholdt fysisk, typisk i Odense Lufthavn, og have tiltrukket omkring 50 deltagere. Det lykkedes i stedet at gøre det traditionelle konference-format online og tiltrække ca. 70 aktører. Webinaret bestod af et oplæg ved en UAS-konsulent, som er den førende danske specialist på området, samt løbende besvarelse af spørgsmål fra deltagerne. Kort efter gentog man webinaret i en engelsksproget udgave for klyngernes europæiske dronenetværk. Dette

CASE

Webinarer på vej mod professionelt setup

event ville ikke være blevet afholdt, hvis ikke man havde haft muligheden for at gøre det online.

Ud over den indholdsmæssige side var der fra første færd også stor fokus på at sikre høj kvalitet i den tekniske afvikling af arrangementerne. Man investerede på forhånd i et mobilt ”kit” bestående af en dedikeret PC, et godt webcam, mikrofoner og en mixerpult, som man fx også ville kunne tage med ud til messer. Der blev kørt test et par dage forinden og afholdt et pilotarrangement, hvor man hentede værdifulde erfaringer.

Perspektiverne i digitalisering er vurderet at være så store, at Erhvervshus Fyn – hvor robotklyngerne har til huse – har besluttet at gå ”all in” og investere yderligere i setup’et med et professionelt studie. Et mødelokale bliver omdannet til et stationært webinar-studie, med professionelt lys, lyd, bagvægsbeklædning, dedikerede PCer, bookingsystem og faste pladser til producer/tekniker og værtsrolle/moderator. Når studiet er oppe at stå, vil det kunne bruges af alle klynger under Erhvervshuset.

Teknologi: Webinarer kræver fuld fokus på oplægsholderen

Webinarerne kørte på Microsoft Teams, som er blevet videreudviklet under coronakrisen med nye funktioner og muligheder, og

som sådan er der ikke noget at udsætte på teknologien. Men til webinarer er den ikke helt optimal. Af den grund bad man deltagerne slukke deres webcams, så der var mindre distraktion og fuld fokus på oplægsholderen. Til fremtidige formål har klyngerne i højere grad brug for en platform, der er specifikt målrettet webinar-formatet. Man overvejer bl.a. live stream via YouTube, hvor deltagerne ganske vist ikke kan komme til orde mundtligt, men har mulighed for at interagere med oplægsholder/moderator og hinanden på skrift via chat.

Involvering: indbyrdes chat mellem deltagerne

Der var på webinarerne tale om meget komplekst stof, og derfor var der afsat tid til spørgsmål efter hver af oplægsholderens slide. Deltagerne kunne stille spørgsmål via chatten, hvor der blevet taget hånd om dem af moderatoren. Der var også interaktion mellem deltagerne på chatten, hvor de flere gange svarede på hinandens spørgsmål.

Evaluering: Online format giver mulighed for ”real time” evaluering

Undervejs kunne moderatoren evaluere event’et i ”real time” ud fra en iagttagelse af, hvor mange der sprang fra undervejs – og det var kun ganske få. Der blev ikke lavet en formel evaluering af webinarerne, men en stor del af deltagerne skrev uopfordret på chatten, at de var godt tilfredse med indholdet, formatet og afholdelsen.

Virtuel vs. fysisk: fokus på indhold frem for netværk

- Netværksdelen mangler i virtuelle formater. Der er større fokus på indhold og mindre på networking. Online-formatet indbyder til, at man siger det, man vil, og så er det videre.
- Online formater giver mulighed for at genbruge indholdet flere gange med et minimum af ressourcer – fx i oversat version eller for et nyt publikum – og gøre brug af det længe fremover. Robotklyngerne får således udviklet en dedikeret webside, hvor optagelser af alle webinarer fra klyngerne kan tilgås samlet. På den måde kan de leve videre og blive brugt langt længere, brugerne har nemt adgang til dem, og klyngerne kan henvise til dem fremadrettet i deres kommunikation.

Læring/tips:

- Test – hellere én gang for meget end én gang for lidt. At holde generalprøve og teste teknikken, oplægsholderens opkobling, lyd, systemrettigheder osv. inden eventet er essentielt, da der er mange elementer, der skal spille sammen i det virtuelle rum for, at eventet kan løbe smertefrit af stablen, så deltagerne kan få den bedste oplevelse.
- Et fysisk arrangement kan ikke omlægges 1 til 1, da der er mange ting, man skal gøre anderledes, når det skal overføres til online-formatet.



Viden-
formidling



Trans-
formation



Internatio-
nalisering

Læs mere om
eventen

KLIK

Vil du vide mere,
kontakt:



Ole Georg Andersen
Marketing- og netværksmanager

Sustainability
Global
 Virtual networking
Fintech
 Live Q&A and polls
Inclusion
 Exclusive sessions
 Keynotes
Data
 Ecosystems
Tech



Digital startup-support

Copenhagen Fintech har iværksat en række digitale aktiviteter, der har til formål at understøtte start-up-miljøet blandt fintech-virksomheder. Fra kunde-pitching, over hjælpepakker til videnbroer, eksport og sparring. Konklusionen er klar: Startups har (også) behov for support i krisetider, og det kan gøres digitalt.

Konceptet: Allround startup-support online

”Founder roundtable – responding to COVID-19” var Copenhagen Fintechs første online event lige efter coronakrisens start. Her fik startups hjælp af erfarne founders, advokater, investorer og andre med erfaring inden for krisehåndtering og forståelse af fx regeringens hjælpepakker. Siden er fulgt en bred vifte af måder at supportere startups digitalt: fra facilitering af online-kundemøder, til videnbroer om bæredygtige investeringer, sammensætning af bestyrelser og eksportmuligheder til sparring med og online networking mellem de innovative virksomheder i Copenhagen Fintech Hub.

Samtidig med coronakrisen igangsatte Copenhagen Fintech et større Partnership Fast-Track accelerator-program, hvor store danske finansielle aktører som forsikringsselskaber og banker søger innovative fintech-løsninger. Det blev hurtigt

CASE Digital startup-support

lagt om til et digitalt program. Med digitaliseringen blev programmet globalt. Over 100 fintech-virksomheder fra hele verden har nærmest daglige online kundemøder med de danske problemejere.

Baseret på læringerne bliver også Copenhagen Fintechs årlige fyrtårnsevent - Copenhagen Fintech Week – digitaliseret. På grund af digitaliseringen bliver Copenhagen Fintech Week den første skandinaviske fintech-event, som bliver global. Her forventes over 1000 deltagere at mødes online over to dage og bygge videnbroer med over 150 oplægsholdere fra seks kontinenter.

Teknologien bag: Zoom – også til online showcasing

Copenhagen Fintech benytter Zoom til alle deres online events, da teknologien er nem at benytte. Klyngen er godt bekendt med, at Zoom bokser med dårlig omtale, og enkelte store aktører i finansbranchen har også regler om brugen af Zoom. Men for startup-scenen er Zoom det bedste redskab at benytte, da det er så intuitivt.



Viden-
formidling



Adgang til
finansiering



Iværksætter

Læs mere om
Partnership Fast-Track Spring 2020

KLIK

Læs mere om
Copenhagen Fintech Week 2020

KLIK

Fintech startups melder om, at det er nemmere at showcase produkter online i stedet for til fysiske kunde-pitching events. Ved online møder kan fintech-virksomhederne demonstrere deres produkter – som typisk er en software - til potentielle kunder live. Ved fysiske events må de ofte vise præsentationer med screenshots, som ikke kan vise alle funktionaliteter.

Involvering af deltagerne:

Metoden tilpasses efter målgruppen

Copenhagen Fintech har vekslet lidt mellem forskellige formater til at inddrage deltagerne i de online aktiviteter. Hvad der virker, varierer fra målgruppe til målgruppe. Ved videnbro-eventene Fintech Tuesdays – som har op til 100 deltagere – blev der i starten opfordret til at stille spørgsmål i chatten. Det fungerede dog ikke optimalt. Derfor gik man over til spørgsmål over mikrofonen i stedet. Til de interne events for virksomhederne i Fintech Hub'en er involveringen mere uformel, da deltagerne er færre og kender hinanden. Her har alle deltagerne mulighed for at dele sidste nyt med hinanden. Kunde-pitching eventene forgår ofte på tomandshånd, hvor startup-virksomheder har møde med mulige kunder.

Evaluering: Kvalitativ feedback og kvalificering

Copenhagen Fintech møder mange af deltagerne i deres online events i dagligdagen. Her indhentes kvalitativ feedback og spørges ind til, om aktiviteten har ledt til ny viden og nye samarbejder.

Samtidig evaluerer og kvalificerer Copenhagen Fintech de enkelte events internt i teamet. Her vurderes blandt andet på, om deltagersammensætningen har været rigtig, om der var gang i debatten, og hvad man kan forbedre til næste gang.

Digital vs fysiske:

Startups har (også) brug for support i krisetider

- Faciliterede kundemøder fungerer virtuelt. Her kan fintech-produkter demonstreres på en anden og mere levende måde end ved fysiske events.
- Startups har også brug for support under kriser. Og det kan sagtens foregå online.

Læring/tips:

- Paneldebatter fungerer godt ved online-møder. Her kan man ved lidt facilitering skabe dynamiske og spændende debatter med videndeling blandt relevante aktører
- Byg videre på den viden, som opbygges ved mindre online aktiviteter og events (fx Fintech Tuesdays) og udvikl større og mere avancerede aktiviteter (fx Copenhagen Fintech Week)



Vil du vide mere,
kontakt:

Head of Fintech Intelligence,
Copenhagen Fintech
Mads Tingsgård



International inspiration: Innovat & Match Brokerage Event

En række italienske klynger er gået sammen med bl.a. Enterprise Europe Network om at arrangere den online innovation-matchmaking event "Innovat & Match Brokerage". Eventen gik virtuel og tre-doblede antallet af deltagere i forhold til den fysiske event året før.

Konceptet: Fokuseret virtuel matchmaking

Formålet med eventen var at skabe en mødeplads, hvor virksomheder og forskere kunne matches. Hovedkomponenten var matchmaking mellem deltagerne med særligt fokus på blå vækst, digital omstilling og bæredygtighed. Eventen bød også på enkelte keynote speakers som afbræk mellem matchmaking-møderne.

Forud for eventen blev deltagerne bedt om at udfylde samarbejdsprofiler i et online matchmakingsystem og bookede selv møder med de profiler, som var mest interessante. Inden eventen modtog deltagerne infomails med program og deres personlige mødeplan. På selve mødedagen var det op til deltagerne selv at sørge for at afholde møderne, hvilket foregik direkte i matchmakingsystemet.

CASE

International inspiration: Innovat & Match Brokerage Event

Teknologien bag: Det virtuelle B2match.

Til at facilitere eventen havde arrangørerne valgt B2match-systemet. B2match er egentligt lavet til at arrangere fysiske matchmaking-events. Deltagerne

opretter selv deres profil og står selv

for at booke møder. Systemet genererer mødeplaner, der kan sendes ud til deltagerne. Systemet har et evalueringsmodul, der gør det muligt at få feedback og måle udbyttet fra hvert eneste møde. B2match er nu blevet tilpasset til online events, så matchmakingmøder kan afholdes via video med et enkelt klik. Derudover kan man via B2match livestream præsentationer.

En ulempe ved systemet er, at der ofte sendes for mange infomails ud. En anden er, at livestreaming foregår via Zoom og ikke systemets eget videosystem (som bruges til matchmaking). Derved sendes brugerne væk fra matchmaking-platformen, når der er præsentationer, og deltagerne skal guides tilbage til platformen igen, når møderne går i gang.

Involvering af deltagerne: Er nøglen ved matchmaking-events

Ved matchmaking er involvering af deltagerne nøglen. Før eventen skal deltagerne selv oprette sig med partnersøgningsprofil,

booke møder med de øvrige deltagere og godkende mødebooking fra de andre deltagere. Under eventen er deltagerne dybt involverede, da de selv er ansvarlige for at afholde møderne og for dialogen med mødepartneren.

Evaluerings: På matchmakingmødeniveau

B2match har et avanceret evalueringssystem indbygget i pakken. Her bliver matchmaking-deltagerne bedt om at evaluere overordnet på eventen og deltaljeret på mødeniveau. På mødeniveau evalueres på, om matchmaking-mødet har været en succes – dvs. om mødet forventes at resultere i nye konkrete samarbejder.

Virtuel vs. fysisk: Online gevinster i forhold til deltagertal og internationalisering

- ”Innovat & Match Brokerage” havde over tre dage næsten 700 deltagere fra 41 lande. Året før, hvor eventen var fysisk, havde den 171 primært italienske deltagere. Så den online event havde ikke alene flere deltagere, den blev også mere international.
- De online møder synes at være mindre intense/anstrengende. Deltagere rapporterer om, at de er mindre trætte efter online matchmakingmøder end efter fysiske, fordi

man sidder derhjemme og lige kan tage en puster mellem møderne.

- En bagside ved online matchmaking-events synes at være, at de kan tiltrække mindre seriøse virksomheder, som er ude på hurtigt salg frem for at udvikle fælles innovations-samarbejder. Derfor kræver online matchmaking ekstra kvalitetskontrol af deltagerne.

Læring/tips:

- Undgå lykkeriddere via kvalitetstjek. Det kan være en god idé at alliere sig med stærke samarbejdspartnere – fx andre klynger og/eller Enterprise Europe Network – for at tjekke op på deltagerne og sørge for, at deres deltagelse er relevant.
- Planlægger man at bruge livestreaming via B2match, er det en god idé at lave en guide til deltagerne om, hvordan de finder tilbage til mødeplatformen igen.



Matchmaking



Videnfor-
midling



Internatio-
nalisering

Vil du vide mere, kontakt:



Projektleder,
Enterprise Europe Network
Aija Konisevska Azadi

Andre spændende koncepter ...som vi gerne ville have dykket ned i:



CP-event (Cyber – Physical, både fysisk og online deltagelse er mulig)

SDU testede sammen med RoboCluster et nyt konferencekoncept kaldet CPC (Cyber Physical Concept), hvor deltagere kunne medvirke såvel fysisk som online – via de tilmeldtes egne medbragte enheder (smartphones eller computere)



Videoplæg om sektorintegration

Over seks video-kapitler har CLEAN Energi – nu Energy Cluster Denmark – fået eksperter til at fortælle om, hvordan man kan flette vedvarende energi og forsyningssikkerhed intelligently sammen.



Produktudvikling via Zoom

Danish Food Innovation har testet, om man kan udvikle fødevarer online. Studerende fra Professionshøjskolen Absalon har arbejdet med at løse tre virksomheders konkrete udfordringer via Zoom.



Webinarer om covid-19-forskning

Biopeople har afholdt en række webinarer med fokus på covid-19-forskning.



Online Time Angels

Odense Robotics har sammen med TIME:ANGELS og work-live-stay faciliteret online møder mellem iværksættere og såkaldte time angels (erfarne virksomheder, som investerer tid i at rådgive).



Meet-the-buyer online

CLEAN har afholdt en serie af online ”Meet-the-buyer” events, hvor store virksomheder åbner op for deres udfordringer og SMV’er kan byde ind med deres løsninger.



Online konference koncept - IcelandTravelTech

Iceland Tourism Cluster har omlagt en konference til en topprofessionel online event, hvor speakers blev inviteret ind i et tv-lignende studie. Eventet havde over 500 unikke deltagere fra ti lande.



Live-debat med EU-kommissær

European Cluster Alliance har livestreamet og optaget en direkte dialog med Thierry Breton - EU’s Kommissær for det indre marked - med over 1100 deltagere.

Tools til digitalisering af klynge-services og -aktiviteter

De danske klynger og innovationsnetværk samler virksomheder, videninstitutioner, offentlige aktører og andre inden for de forskellige faglige områder og tilbyder en bred vifte af services og aktiviteter. Mange af disse services handler om videnbrobygning, matchmaking og samarbejdsprojekter. Vi har samlet en oversigt over redskaber, der kan være med til at digitalisere klyngeservices.

Oversigten er lavet i samarbejde mellem Cluster Excellence Denmark og TCI Network og rummer derfor både danske og internationale erfaringer.

Værktøjer til videnbrobygning og videnspredning

Videnbrobygning og videnspredning er en kerneopgave for danske klynger. Flere online værktøjer kan underbygge videnopbygning online – fra conference calls til webinarer, virtuel brainstorming og virtuelle events.

Swipe og se eksempler på online værktøjer

- **Zoom** – en let, pålidelig cloud-plattform til video- og lydkonference, samarbejde, chat og webinarer på tværs af mobile enheder, desktops, telefoner og rum-systemer. Mange klynger har valgt at bruge Zoom til både møder og webinarer.
- **Teams** – Indbygget i Office 365-pakken. Kan især benyttes til conference calls. En lang række klynger benytter Teams til alt fra interne møder til webinarer.
- **Go to Meeting/Go To Webinar** – onlinemøder, videokonferencer og webkonferencesoftware, der gør det muligt for virksomheder at samarbejde med kunder, klienter eller kolleger. Benyttes blandt andet af Energy Cluster Denmark.
- **CrowdCast** – live video platform til webinar, Q&A, kurser og online konferencer. Benyttes bl.a. af MDC og Welfare Tech.
- **YouTube** – gode gamle YouTube er i den grad i live. Flere klynger har deres egen YouTube-kanal til live streaming eller til vise afholdte optagede online events.
- **Group Map** – online brainstorming og gruppebeslutningstagningsværktøj, der forbedrer resultatet af team brainstorming aktiviteter. Bruges til gruppesamarbejds-sessioner, fokusgrupper, brainstorming, strategisk planlægning.
- **Communique Conferencing** – Gør det muligt at gøre selv store events virtuelle.
- **Google Hangouts** – kommunikationssoftware til beskeder, til at starte gratis video- eller stemmekald og hoppe på en samtale med en person eller gruppe.
- **Slack** – en arbejdspladschat-app, der tillader organisering af kommunikation via kanaler til gruppediskussioner eller private beskeder til at dele information, filer og mere på et sted.
- **Thinkific** – bruges til online kurser.



ONLINE VÆRKTØJER



Virtuel Matchmaking

Matchmaking er en kerneopgave for klynger. De danske klynger matcher virksomheder og videninstitutioner og skaber rammer, der kan føre til samarbejde.

PITCH & MATCH

– er et effektivt mødesystem til at matche aktører med hinanden.

B2MATCH

– brugervenlig matchmaking-software, der hjælper med at organisere netværksbegivenheder. Nu kan det også bruges til virtuel matchmaking – både som erstatning for events og løbende.

MEETTOMATCH

– Matchmaking system som kan bruges til både fysiske og online events. Særligt udbredt i spilbranchen. Benyttes fx af Vision Denmark.

CRM-systemer og projektstyringsværktøjer

Digitale events spiller ofte sammen med online CRM-systemer og projektstyringsværktøj. De rigtige projekt- og registreringsværktøjer er vigtige for at kunne drive en professionel klyngeorganisation.

PODIO

En del klynger bruger Podio som CRM-system eller er i gang med at implementere det som værktøj. Her kan fx laves apps, der gør det nemmere at administrere online events.

ZAPIER

– via Zapier kan man få Podio og Zoom (og andre programmer) til at snakke sammen, så det fx registreres i Podio, hver gang en person tilmelder sig et webinar i Zoom. En konkret vejledning findes [HER >>](#)

BASE CAMP

– er et brugervenligt projektstyringsværktøj, som kan benyttes, hvis man har mange samarbejdspartnere og en aktivitet eller projekt. Benyttes blandt andet af CenSec.



Mobilvideoer og -formidling

Flere klynger arbejder med video som et medie til at formidle resultater og innovationsprojekter. Tidligere var det ressourcekrævende at hyre filmfolk til at lave videoer. Nu kan mange gøre det selv via mobil eller selfievideoer.

ADOBE PREMIERE RUSH

Programmet er godt til brug af redigering af videoer på tværs af fladerne mellem computer, tablet og mobil, da alt bliver lagret på Adobes Creative Cloud. Programmet er simpelt og hurtigt at lære, men har samtidig de nødvendige redskaber for at kunne skabe gode videoer til SoMe og lignende. Rush kan downloades i en gratis version til desktop-computer med 3 gratis eksports og 2 GB cloud-lagring. Programmet kan også købes som single app, hvor der ikke er begrænsninger på eksport, og der indgår 100 GB cloudlagring. Rush følger desuden automatisk med Adobes Premiere Pro og indgår også som en del af Adobes fulde Creative Cloud pakke.

KINEMASTER

Kinemaster er pt. en af de bedste redigerings-apps på markedet, og den er billig at benytte. Her kan man stort set alt det, man kan i de store desktop programmer. Programmet er perfekt til korte og enkle videoproduktioner. KineMaster fås dog ikke til desktop. KineMaster fungerer på iPhone og Android samt iPad/tablet.



Grafisk Design

Grafisk design kan være med til at skærpe den digitale kommunikation – fra nyhedsbreve til webinarer og online møder.

CANVA.COM

Hvis du vil have lækkert grafisk design, men ikke har budget eller mangler kompetencer til at navigere i den store Adobe-pakke, så er Canva et godt bud. Med et hav af skabeloner og infografikker kan du enkelt og hurtigt lave professionelt indhold, både tryksager og content til digitale medier. Brug fx Canva til at lave baggrunde og venteværelser til online møder og webinarer. Se eksempel på Canva-grafik [HER >>](#)



Online Communities

Communities, hvor netbrugerne opretter profiler, netværker, udveksler information og debatterer om deres interesser, forbrugsvaner eller livsstil og guider andre brugere mod det rette valg, er nu kommet til klyngeverdenen. European Cluster Collaboration Platform har dannet et online community, hvor klynger kan dele deres erfaringer med covid-19. Se mere om covid-19 Industrial Clusters Response Portal [HER >>](#)

MIGHTY NETWORKS

Hvis du vil vide mere om communities, så tjek evt. denne community platform ud. Mighty Networks er et online social community, der kan samle online kurser, invitationer til begivenheder/events, webinarer, medlems håndtering og meget mere på en platform.

WWW.

Læs mere om og få et
overblik over de danske klynger

www.clusterexcellencedenmark.dk

***Vil du vide mere,
kan du kontakte:***

Kaspar Nielsen
kan@clusterexcellencedenmark.dk

Charlotte Ankerstjerne Lysgaard
cal@clusterexcellencedenmark.dk

