

VIDEN OG
INSPIRATION



Co-creation

2 workshopformater baseret på læring fra 6 cases

Denne co-creation-guide er udarbejdet af InfiNIT – innovationsnetværk for it

Aarhus, februar 2019

TEKST OG BILLEDER

Lea Schick

GRAFISK DESIGN OG TILRETTELÆGGELSE

Bente Larsen

KORREKTUR

Lene Holst Mortensen



Innovationsnetværk for it

INDHOLD

Indledning side **5**

Hvem co-creator? side **7**

Opgavespecifik co-creation side **8**

Udfordringsdrevet co-creation side **12**

Hvad co-creates og for hvem? side **14**

6 CO-CREATION WORKSHOPS:

Take a walk on the wild side side **16**

Teknologi og turisme i Nordjylland side **18**

EnergyShowroom 2.0 side **20**

Data og digitalisering x logistik og transport side **23**

Skab nye sundheds-it-løsninger til børn side **26**

Nye muligheder for it-virksomheder side **28**

Referencer side **30**



“Take co-creation to refer to any act of collective creativity,
i.e. creativity that is shared by two or more people.”
(Sanders & Stappers, 2008:6)

INDLEDNING

I dette katalog finder du seks eksempler på konkrete co-creation workshops, som kan bruges som inspiration, hvis du selv skal i gang med at arrangere en co-creation workshop. Du finder refleksioner over potentialer og udfordringer ved hvert af disse formater, ligesom du vil finde konkrete anbefalinger til, hvordan du kan lave en god co-creation workshop. De seks co-creation workshops, der er beskrevet sidst i denne publikation, beskæftigede sig med forskellige temaer og var planlagt forskelligt afhængig af udfordring, deltagere og samarbejdspartnere. Dog kan de opdeles i to overordnede kategorier, som har fået overskrifterne:

1. Den opgavespecifikke co-creation (workshop 1, 2 og 3)
2. Den udfordringsdrevne co-creation (workshop 4, 5 og 6)

I det følgende beskrives de to kategorier samt erfaringerne med udfordringer og potentialer for hver af de to formater. Inden da kommer dog først et par indledende ord om co-creation som format.

God læselyst!

BAGGRUND

Innovationsnetværket for IT – InfnIT modtog i 2016-2018 en bevilling fra Ministeriet for Forskning, Innovation og Videregående Uddannelser til at afholde 7 co-creation workshops fordelt i landets 5 regioner.

Formålet var at samarbejde med regionale innovationsfremme-aktører for konkretisere veje til vidensamarbejde omkring aktuelle it-udfordringer.

Målgruppen var tværfeltet mellem vidensinstitutioner og SMV'er.

Som del af denne bevilling ligger dette case- og vidensdelingskatalog. Her beskrives 6 af de 7 co-creation workshops. Den 7. er ikke taget med, da læring fra denne ikke tilføjer kataloget nogen anden viden end de 6 andre.



HVEM CO-CREATER?

Co-creation er blevet en populær innovationsmetode. Interessen for co-creation har været tæt knyttet til en stigende erkendelse af, at godt design og sund forretning skabes i et samspil med kunder og brugere (Ramaswamy & Gouillart, 2010; Sanders & Stappers, 2008). Co-creation er i familie med co-design og participatory design, hvor samskabelse sker mellem designer og bruger med den forventning, at produktet bliver bedre, hvis brugeren selv har været med til at designe det (Ramaswamy & Ozcan, 2014; Simonsen, 2013).

I dette katalog er det dog ikke denne form for co-creation, vi tager udgangspunkt i. I stedet arbejder vi med samskabelse mellem videninstitutioner og virksomheder og samskabelse mellem forskellige fagligheder og discipliner (Dykes, Rodgers, & Smyth, 2009). Desuden arbejder vi med samskabelse mellem offentlige institutioner, som har særlige udfordringer, og kreative virksomheder og it-udviklere, der kan være med til at løse disse udfordringer.

Formålet med de seks co-creation workshops var at øge samarbejdet på tværs af videninstitutioner og SMV'er i forventning om, at dette kan gavne innovationen i dansk erhvervsliv. Derfor var det vigtigt at gøre rammen omkring co-creation workshops relevant for begge målgrupper. Indhold og form skulle kunne tilfredsstille både virksomheder og forskere, og det skulle kunne skabe et godt samarbejde på tværs af disse. Blandt de to grupper er der forskellige incitamentsstrukturer for, hvad der får dem til at bruge 5-7 timer af deres dyrebare tid på en co-creation workshop.

Refleksionerne nedenfor vil blandt andet forholde sig til dette og beskrive forskellige værktøjer for samarbejde. Der vil her være mere fokus på, hvordan man som facilitator får sat rammerne for en god co-creation workshop, end der vil være på konkrete faciliteringsmetoder og fremgangsmåder. For denne del henviser vi til en anden InfiNIT-publikation: [Fra viden til handling – guldkorn til facilitatorer](#).

OPGAVESPECIFIK CO-CREATION

I de første tre cases var rammen for co-creation-workshops bygget op omkring specifikt definerede opgaver stillet af konkrete caseejere, der havde brug for virksomhedernes og forskernes hjælp til at få designet konkrete løsninger.

I den første case, *Take a walk on the wild side*, var det en række kommuner, der havde forpligtet sig i et EU-støttet innovationsprojekt til at opføre life-scale demonstrationsprojekter. For at komme i gang med opgaven havde kommunerne brug for inspiration, netværk og kontakt til konkrete virksomheder. Hver caseejer havde en konkret lokation og en udfordring, der skulle løses, ligesom alle caseejere havde forpligtet sig til at få noget opført efterfølgende. Incitamentet for deltagerne var således, at de skulle arbejde på en virkelig opgave, hvor de fik lov at møde og samarbejde med caseejeren, samt at der var en reel mulighed for et efterfølgende betalt samarbejde med kommunerne. Dette virkede til at være et stort incitament for de mange virksomheder, der deltog. Udfordringen viste sig dog at være, at kommunerne ikke havde fået udstukket klare økonomiske rammer hjemme i deres forvaltninger, og dette var en af de ting, som deltagerne var mest kritiske overfor, da det gjorde det svært for dem

at komme med konkrete forslag. En anden erfaring er, at det – for at få realiseret flere af ideerne – ville have været godt at indberegne i facilitatorrollen at foretage efterfølgende opfølgingsmøder med caseejere og eventuelle samarbejdspartnere.

Disse problematikker bliver endnu tydeligere i den anden co-creation workshop, *Teknologi og turisme i Nordjylland*. Setuppet her var meget lig det første, men forskellen var, at caseejerne (regionale turismeaktører) ikke havde forpligtet sig til at skulle realisere nogen af ideerne. Forhåbningen fra caseejernes side var, at der kom så gode og konkrete ideer ud af workshoppen, at de kunne gå hjem og søge penge til det. Men udfaldet var, at ideerne var langt mere løse og ukonkrete, virksomhederne var mere utilfredse med processen, og der kom ikke rigtig noget ud af workshoppen efterfølgende.

I den tredje co-creation workshop, *EnergyShowroom 2.0*, var der et stærkt team af caseejere, som havde arbejdet tæt sammen om at skabe én samlet udfordring for visionen for et nyt showroom. Opdraget her var, at workshoppen gerne skulle føre til konkrete ideer, som efterfølgende

skulle kunne bruges til at søge funding til en egentlig realisering, ligesom resultaterne fra workshoppen skulle bruges til at søge lokation til realisering af showroomet. Selvom caseejerne havde stort ejerskab og engagement, var der en længere og mere usikker proces frem mod, at de deltagende virksomheder kunne se en reel mulighed for efterfølgende betalte opgaver. Dette udmærkede sig blandt andet ved, at det var sværere at rekruttere virksomheder til denne workshop, ligesom der under workshoppen var meget forvirring omkring opgaven og projektet, hvilket førte til temmelig løse ideer.

Overordnet kan man konkludere, at co-creation formatet er godt til problemspecifikke cases, fordi formatet er velegnet til at samle forskellige aktører og til at mobilisere en reel samskabelsesproces. Erfaringen viser dog, at det er absolut essentielt at sikre sig, at udfordringen er helt konkret defineret, at den økonomiske ramme er lagt, og at caseejerne har mandat og økonomi til at udføre projektet efterfølgende, hvis man vil tiltrække co-creation virksomheder, og for at der skal komme nogle gode og brugbare ideer ud af det.

■ OPGAVESPECIFIK CO-CREATION

Potentialer:

- At bringe kreative og tværdisciplinære kompetencer sammen for at løse et konkret problem.
- At der kan ske en reel ide- og konceptskabelse og potentielt realisering.

Udfordringer:

- At få skærpet casen, så den både er præcis og efterlader plads til kreativitet.
- At få skabt grupper med den rette sammensætning af kompetencer og at undgå konkurrence virksomhederne imellem.
- At skabe plads til, at virksomheder kan præsentere sig selv, men at det ikke tager for meget tid.

Anbefalinger:

- Hav et tæt samarbejde med caseejer.
- Sørg for, at caseejer har mandat, økonomisk ramme og reelle planer om at ville realisere workshoppens ideer efterfølgende.

Dette format stiller nogle udfordringer til **facilitatorrollen**. I den opgavespecifikke co-creation er det nødvendigt at arbejde tæt sammen med casestillerne forud for workshoppen for at sikre, at udfordringen bliver stillet på en konkret og afgrænset måde. Man skal herunder sikre sig, at der er tilstrækkeligt materiale om fx stedet, infrastrukturen, brugergruppe etc., så deltagerne har den fornødne information for at kunne designe reelle løsninger. Samtidig er det dog vigtigt, at opgaven ikke er for stramt defineret, så der er plads til kreativitet og intervention fra deltagerne.

Virksomheder og forskere skal have en reel mulighed for at påvirke projektet i nye, spændende retninger; ellers kunne kommunerne lige så godt have lavet et konkret udbud. Det er ligeledes vigtigt at afsætte tid

til målrettet rekruttering, så du sikrer dig at få de specifikke kompetencer med, som efterspørges i de stillede cases. Ligeledes skal du tage tid til at sammensætte grupperne ud fra, hvad der er brug for i de enkelte cases, men også for at undgå, at der sidder konkurrerende virksomheder i den samme gruppe, da dette vil kunne føre til en uproduktiv samskabelsesproces.

De fleste virksomheder er der for at sælge deres produkt eller ydelse, og du skal tænke på, hvordan de kan få mulighed for dette, uden at det tager for meget tid i programmet, og uden at det skader den kreative proces. I de enkelte cases kommer der eksempler på, hvordan dette kan gøres.



UDFORDRINGSDREVET CO-CREATION

I de tre sidste tre co-creation workshops var det ikke konkrete problemer, der skulle løses, men i stedet tog workshoppen udgangspunkt i nogle større problematikker og branchespecifikke/samfundsmæssige udfordringer. Her var opdraget og engagementet for at deltage, at der var brug for kreative og tværdisciplinære samarbejder, og at it-virksomheder ville kunne spille en væsentlig rolle i innovativ udvikling af sektorer inden for henholdsvis **sundhed** og **transport** og som løftestang for **FN's verdensmål**.

Incitamentet for at deltage i disse var, at deltagerne kunne få indsigt i nye domæner og ny viden, samt at de kunne møde aktører og potentielle nye samarbejdspartnere. Det var på disse tre co-creation workshops relativt nemt at tiltrække såvel virksomheder som forskere.

Den efterfølgende feedback var generelt, at det var nogle givtige workshops, hvor deltagerne fik brugbar viden fra oplægsholderne, og at det var spændende at møde andre deltagere og lære om deres udfordringer og hverdag. Den mere kritiske del af feedbacken gik på, at det var svært for deltagerne at se, hvad det konkrete resultat af de individuelle workshops

var. Mange meldte, at der var brug for efterfølgende innovationsarbejde, så det ikke blot blev en inspirationsdag uden efterfølgende handling.

I alle tre workshops var hovedformålet at nedbryde siloer ved at bringe forskellige fagligheder sammen. Dette skaber nogle udfordringer for facilitering, da deltagerne kommer med vidt forskellig viden, sprog og forventninger. Alle emnerne i de udfordringsdrevne co-creation workshops var meget videntunge, og det var derfor nødvendigt som it-innovationsnetværk at arbejde tæt sammen med branchepartnere inden for hvert felt.

Som it-innovationsnetværk havde vi viden og netværk blandt it-forskere og virksomheder, men for at nå ud til de relevante aktører inden for eksempelvis transport-, sundheds- eller cleantech-sektoren var det nødvendigt at alliere sig med innovations- eller branchenetværk inden for de respektive emner. Som organisator var det desuden en udfordring at bedømme, hvor meget viden, der er brug for, for at deltagere uden kendskab til branchen kunne indgå i en produktiv samskabelsesproces med eksempelvis læger, vognmænd eller produktudviklere.

Co-creation formatet er særlig godt til den udfordringsdrevne co-creation, fordi det kan bringe tværdisciplinære aktører sammen og få dem til at samarbejde om større og mere komplekse problematikker og udviklingsmuligheder, som en enkelt branche alene ikke kan håndtere. Denne form for co-creation kan give SMV'er ny viden, nye kontakter, indsigt i samfundsudvikling/tendenser og indsigt i nye domæneområder, inden for hvilken deres teknologi kan anvendes.

Derved skabes der potentielt nye markedsmuligheder for SMV'er. Den store udfordring her er at skabe et indhold og nogle konkrete cases at lave co-creation omkring. Det kan i dette co-creation format være svære at få samlet trådene og at sørge for, at workshoppen hører til videreførende innovationsarbejde. Der er brug for nærmere undersøgelse af, hvordan man sørger for, at denne slags co-creation kan føre til konkret innovation.

UDFORDRINGSDREVET CO-CREATION

Potentialer:

- At bringe forskellige fagligheder og brancher sammen for at skabe nye samarbejder om udfordringer, der kræver tværdisciplinær handling.
- At skabe nye forretningspotentialer for virksomheder.

Udfordringer:

- At tilrettelægge mængden af oplæg og viden samt at skabe et fælles sprog, som muliggør et godt samarbejde på tværs af fagdiscipliner.
- At få konkretiseret nogle udfordringer, som gør det muligt at arbejde på på én dag.
- At sørge for efterfølgende aktivitet, så deltagerne kan arbejde videre i feltet.

Anbefalinger:

- Alliér dig evt. med et innovationsnetværk eller en brancheorganisation, der har den specifikke domæneviden og netværk til relevante deltagere.
- Hav et tæt samarbejde med en eller flere videnpartnere/forskere inden for feltet.
- Hav en plan for efterfølgende arrangementer – også selvom det ikke er dig, men måske andre i branchen/innovationsfremmesystemet, der skal udføre disse.

HVAD CO-CREATES OG FOR HVEM?

Den vigtigste erfaring ved at have lavet disse seks co-creation workshops er, at forventningsafstemning – både med en selv, med casestillere og med deltagerne – er absolut nødvendig. Hvad kan man forvente sig af en dags co-creation?

- Hvad forventer du som arrangør at få ud af co-creation workshoppen?
- Hvad kan casestillere forvente at få ud af dagen? Og hvad skal de modsat forpligte sig til?
- Hvad kan deltagerne – virksomhederne og videnpartnerne – forvente at få ud af at levere en dags gratis arbejde?

De to sidste punkter relaterer sig direkte til refleksionerne ovenfor. Det er vigtigt at overveje nøje, hvordan man rammesætter workshoppen, så virksomheder og forskere ikke føler, at de spilder deres tid og leverer gratis arbejde. Begge parter har en travl hverdag, og det er meget at hive en hel dag ud af kalenderen. Videnpartnere drives ofte af deres passion for at kunne bringe deres viden i spil sammen med virksomheder, ligesom muligheden for at skabe kontakter til SMV'er, som man kan etablere fremtidige projekter sammen med, er et vigtigt incitament for at deltage.

SMV'er er ofte presset af en hverdag med drift og produktion. For at de skal føle, at de får noget ud af en hel dags co-creation workshop, er det vigtigt, at de ikke føler, at der lukres på deres viden, eller at de blot inviteres ind til kreativ idegenerering. Baseret på erfaringer fra disse co-creation workshops er der to overordnede drivere for virksomheder for at deltage. Man skal sørge for at give virksomhederne et konkret output ved enten at levere viden omkring nye udfordringer og markedspotentialer eller ved udsigten til, at de kan blive hyret ind til en helt konkret opgave stillet af en caseejer.

For dig som organisator er det vigtigt at være skarp på, hvad det er du ønsker at få ud af din co-creation workshop. Hvad er det, der skal co-creates? Ordet co-creation kalder naturligvis på, at der skal skabes et konkret produkt eller koncept. Det er dog vigtigt at være realistisk omkring, hvor langt man kan nå på en enkelt hel eller halv dag. Som innovationsfremmeaktør er det naturligvis en fryd, når ens arrangementer efterfølgende ender i egentlig innovativ produktudvikling, er eksemplet med den første co-creation workshop. Men dette sker langt fra hver gang, og vores erfaring i InfinIT er, at man må udvide opfattelsen af, hvad det er,

der skal co-creates. I flere af disse workshops var det, der blev samskabt måske nærmere nye fælles sprog, nye netværker og nye markedsmuligheder, som først vil give afkast i mulige fremtidige samarbejder.

Vi håber, at de seks co-creation cases vil kunne inspirere til videre co-creation i det danske innovationsmiljø.

Hvis du har spørgsmål eller ønsker uddybning, er du velkommen til at kontakte os (se kontaktoplysninger på side 29).



TAKE A WALK ON THE WILD SIDE

INTELLIGENT STIBELYSNING OG SMARTE PASSAGER

FORMÅL: At skabe innovative og smarte belysningsløsninger til fem kommuners udvalgte sti- og vejområder

UDFORDRING: Fem kommuner, som var partnere i EU-projektet Lighting Metropolis, havde hver forpligtet sig til at lave et life-scale demonstrationsprojekt for fremtidens innovative belysning. Alle projekter skulle stå færdige i efteråret 2018. Kommunernes udfordring var, at de ikke vidste, hvordan de skulle gribe projektet an, eller hvilke kreative virksomheder de kunne alliere sig med for at nå i mål med et spændende og innovativt projekt.

FORMAT: InfinIT arbejdede tæt sammen med **Lighting Metropolis** og hjalp kommunerne med at formulere projekterne og invitere relevante virksomheder og aktører inden for belysning, it, forskere, lyskunstnere, designere, opfindere, byudviklere m.m. Deltagernes incitament for at deltage var muligheden for at blive hyret til opgaven efterfølgende. De ca. 40 deltagere var på forhånd nøje fordelt i grupperne, så de rette kompetencer for at løse udfordringen var til stede, og så der ikke opstod for meget konkurrence virksomhederne imellem.

Efter en samlet rammesætning inkl. præsentation af samtlige cases og efter et inspirationsoplæg arbejdede deltagerne hele dagen i de respektive grupper. De gennemgik en række klassiske innovationsøvelser, hvor de arbejdede med 'value propositions', idegenerering og konceptudvikling.

ERFARING: Hele dagens program var bygget op om en persona, som InfinIT havde udviklet sammen med kommunerne. Ligeledes blev dagens program introduceret med, at grupperne, når dagen var omme, skulle have skrevet en fiktiv avisartikel til den respektive kommunes lokalavis. Der blev udleveret en skabelon, som deltagerne skulle udfylde med billeder og med en pressemeddelelse for lanceringen af den nye lysinstallation, som den ville se ud, når den var realiseret året efter. Avisartiklen skulle ligeledes indeholde en udtalelse fra en bruger (personaen) om, hvorfor denne var begejstret for den nye lysinstallation. Denne metode virkede rigtig godt, da det blev helt konkret for deltagerne, hvad de skulle arbejde

lerne med hjem, og det var efterfølgende deres ansvar at tage kontakt til de virksomheder og aktører, som de ønskede at arbejde videre med.

OUTCOME: Egedal Kommune indgik et samarbejde med to af de tilstedeværende virksomheder og fik opført en intelligent SuperZookelsti, hvor lysende dyr kan reagere på en chip i børnenes cykelhjelme. Cykelstien skal få børnene til at vælge den sikre cykelvej til skole, ligesom den skal motivere dem til at bruge cykelhjelme. Som beskrevet ovenfor kunne det måske have ført til flere realiserede projekter, hvis InfnIT havde lavet mere opfølgende arbejde for og med kommunerne.



OM WORKSHOPPEN

Tid: 7. april 2017
Sted: SoHo, Kødbyen, København
Samarbejdspartnere: Gate21 og InterReg-projektet Lighting Metropolis
Antal deltagere: 53
Oplægsholdere: Trine Plambech, People, Technology and Business Lab, Alexandra Instituttet
Katja Thyrstrup, Innovativ projektleder for Lighting Metropolis, Gate21
Program: [Læs mere her](#)

TEKNOLOGI OG TURISME I NORDJYLLAND

FORMÅL: At bruge nye, digitale teknologier til at skabe smarte og attraktive løsninger til turistattraktioner i Nordjylland.

UDFORDRING: Seks nordjyske turismeaktører stillede fem spændende udfordringer, hvor de søgte virksomheder til at hjælpe dem med at udvikle innovative, digitale løsninger, som kunne fremme turismeoplevelsen. De fem udfordringer tog afsæt i løsninger fra hackathon'et **Hack the outdoors – data-driven tourism in North Denmark**, som InfiNIT havde været med til at afholde en måned forinden. InfiNIT inviterede relevante virksomheder og aktører inden for oplevelsesdesign, gaming, augmented/virtual reality, app-udviklere, IoT-eksperter, designere, historiefortællere m.m. Som i den foregående workshop var det relativt let at få mange virksomheder med til workshoppen, hvilke sandsynligvis skyldtes udsigten til at kunne blive hyret af en af caseejerne.

FORMAT: De ca. 40 deltagere var fordelt på de fem cases, så de rette kompetencer for at løse udfordringen var til stede, og så der ikke opstod for meget konkurrence virksomhederne imellem. Dagen startede med et inspirationsoplæg fra en forsker, som orienterede om nye tendenser for

brug af digitale teknologier i turisme. Modsat den forrige case startede deltagerne ikke fra scratch, men arbejdede videre med ideer fra hackathon, og der sad i hver gruppe studerende, der havde været med til at udvikle den respektive ide. Formålet var at se, om grupperne kunne komme længere i konceptudviklingen på den måde. Der blev dog også gjort opmærksom på, at de ikke var bundne til disse opgaver. Dette viste sig dog ikke at virke efter hensigten. Nogle grupper fandt det begrænsende at arbejde ud fra den givne ide, og andre følte, at det var svært at bevæge sig videre og udvikle ideen yderligere. Der blev desuden arbejdet en del med forretningsmodeller, da det modsat den forrige workshops udfordringer var kommercielle aktører, der stod bag. Det viste sig dog at være meget svært at arbejde med forretningsmodeller, fordi caseejerne ikke havde nogen økonomisk ramme for hverken udvikling eller drift, ej heller tal på, hvad de tjente på forskellige turismeattraktioner i forvejen.

ERFARING: For at tilfredsstille virksomhedernes behov for at præsentere sig selv, men uden at tage tid fra det i forvejen pressede program, udviklede vi et kompetencekatalog, hvor alle deltagere kunne skrive en kort tekst om deres kompetencer og links til tidligere arbejder, som var

relevant for dagens tema. Dette gav casejerne et katalog, som de kunne bruge efterfølgende til at finde de rette samarbejdspartnere. Denne metode kan anbefales for at spare tid og skabe grundlag for efterfølgende netværk. Dagen endte med fem mere eller mindre færdigarbejdede ideer. Det var efterfølgende casejernes ansvar at tage kontakt til de virksomheder og aktører, som de ønskede at arbejde videre med.

OUTCOME: Vi har desværre ikke kendskab til nogen konkrete projekter, der kom ud af processen. Dette kan, jf. ovenstående refleksioner, muligvis skyldes, at casejerne ikke var indstillede på og ikke havde økonomisk mandat til rent faktisk at sætte gang i projekterne. Dette kunne desuden spores i, at en del virksomheder ikke var særlig tilfredse med dagens program og mente, at det ikke var konkret nok.



OM WORKSHOPPEN

Tid:	7. december 2017
Sted:	Aalborg Universitet, Rendsburggade 14, 9000 Ålborg
Samarbejdspartner:	Aalborg Universitet, Open Data Lab Aalborg, Business Region North Denmark, Open4Citizens
Antal deltagere:	45
Oplægsholdere:	Tanja Nielsen, Syddansk Universitet
Program:	Læs mere her

ENERGYSHOWROOM 2.0

FORMÅL: At co-create et samlet koncept til et fremtidigt Energy Showroom 2.0. Showroomet skal kunne fungere som innovations- og samarbejdshub for virksomheder og andre aktører, der udvikler fremtidens smarte energi. Ligeledes skal showroomet udstille og sælge danske energiløsninger. Formålet med workshoppen var at formulere et stærk nok koncept til, at der efterfølgende kunne søges penge til realisering samt at skaffe nye og større lokaler.

UDFORDRING: I Nordhavn i København bygges fremtidens bæredygtige by med vedvarende og intelligent el-infrastruktur. Bag udviklingen af den smarte og integrerede el-infrastruktur står det store EUDP-projekt **EnergyLab Nordhavn**. Projektet ledes af DTU og har mange partnere. Som en del af projektet er der etableret et showroom, der udstiller de mange løsninger fra projektet EnergyLab Nordhavn. Det eksisterende showroom består primært af analoge plancher. Projektpartnerne ville gerne have inspiration og input til, hvordan det eksisterende showroom kunne videreudvikles, så det blev mere interaktivt og engagerende. Samtidig ønskede de at videreudvikle det eksisterende kontorfællesskab **E.Hub** (Energy Hub), som skal blive Danmarks førende samarbejds- og salgsplatform for

store og små virksomheder, der arbejder med intelligent og bæredygtig energi og byudvikling.

FORMAT: Sammen med centrale aktører fra EnergyLab Nordhavn definerede InfiNIT målgruppen for EnergyShowroom 2.0 til at være primært professionelle, og i fællesskab blev der formuleret tre forskellige udfordringer for ønskede funktioner i showroomet, som deltagerne på co-creation workshoppen skulle arbejde på. InfiNIT inviterede relevante virksomheder og aktører inden for oplevelses- og udstillingsdesign, interaktionsdesignere, augmented/virtual reality-udviklere, mediefolk m.m. Efter en introduktion til Nordhavn og det eksisterende showroom samt et inspirationsoplæg om, hvordan interaktionsdesign kan skabe spændende udstillingsdesign, arbejdede de 24 deltagere i grupper på de tre cases. Sidst på dagen blev grupperne matchet op og skulle arbejde på et fælles koncept for et fremtidigt Energy Showroom 2.0.

ERFARING: Selvom Nordhavnen er et stort eksponeret projekt, viste det sig at være sværere at rekruttere virksomheder end til de to foregående co-creation workshops. Dette kan skyldes, at invitationen var formuleret,


så virksomheder blev inviteret til at deltage i en konceptudvikling, men at der endnu ikke var lovning for realisering. En anden udfordring på dagen var, at mange af de deltagende kreative it- og interaktionsdesignvirksomheder ikke havde nogen forudgående viden om Nordhavn eller om smart energi. Hele setuppet og de implementerede teknologier i Nordhavn er meget komplekst, og der gik meget tid undervejs med at forklare deltagerne denne branchespecifikke viden. Det viste sig ligeledes svært at få samlet de forskellige grupperes arbejde til et samlet koncept til sidst.

OUTCOME: Efterfølgende sammenfattede InfinIT, i samarbejde med Alexandra Institutet og IT-Universitetet, deltagernes arbejde i et idekatalog.

Idekataloget skal fungere som grundlag for en videre ansøgningsproces

for at få realiseret et EnergyShowroom 2.0. Der arbejdes stadig på dette, og det er forventningen, at nogle af de kreative deltagere vil blive hyret ind, hvis Showroomet skal realiseres.

Download idekataloget




OM WORKSHOPPEN

Tid:	1. oktober 2018
Sted:	EnergyLab Nordhavn, Sundkaj 7, København
Samarbejdspartnere:	EnergyLab Nordhavn, Urban Help, Kirt X Thomsen, Balslev, DTU, NorthQ, By & Havn, Alexandra Institutet og IT-Universitetet
Antal deltagere:	24
Oplægsholdere:	Rune Wehner, Interactive Spaces Lab, Alexandra Institutet Kim Bek, Urban Help Christoffer Greisen, EnergyLab Nordhavn
Program:	Læs mere her

DATA OG DIGITALISERING X LOGISTIK OG TRANSPORT

FORMÅL: At samle de mange forskellige aktører i transport- og logistiksektoren for at informere dem om muligheder ved at benytte data og arbejde med digitalisering. Formålet var desuden, gennem it, at skabe økosystemer af samarbejder mellem branchens forskellige aktører for at disse herigennem kunne komme til at stå stærkere på markedet.

UDFORDRING: Transport- og logistiksektoren står overfor flere store udfordringer. For det første er det en branche, der er økonomisk presset, og derfor har brug for at optimere processer og arbejdsopgaver for at kunne levere konkurrencedygtige ydelser på et marked, hvor mange er bange for at blive udkonkurreret af store internationale it-virksomheder som Amazon. Den øgede fokus på klima og CO2 presser desuden branchen. I dag er 24% af de lastbiler, der kører på landevejene, tomme, og de lastbiler, der kører med gods, udnytter i gennemsnit kun 57% af deres kapacitet. Men for at kunne udnytte lastbilerne bedre og optimere processerne er der brug for samarbejde og datadeling på tværs af branchens mange aktører. Hvordan skaber man dette samarbejde? Dette var den overordnede udfordring, som hele dagens arbejde udformede sig omkring. På denne workshop var der altså ikke udstukket specifikke opgaver, som deltager-

ne skulle co-create omkring, men deltageres udfordringer skulle være medskabere af de løsninger og ideer, der skulle samskabes. InfiNIT havde indgået et samarbejde med Transportens Innovationsnetværk. Dette samarbejde var ikke kun værdifuldt for at nå ud til deltagere som vognmænd, speditører og logistikvirksomheder, men også fordi der i planlægningen af indholdet var brug for nogen med dybdegående brancheviden.

FORMAT: De 40 deltagere blev på forhånd inddelt i grupper, hvor der var så mange forskellige aktører som muligt repræsenteret. Formålet med varieteten i grupperne var at forsøge at imitere et slags økosystem af

OM WORKSHOPPEN

Tid:	4. oktober 2018
Sted:	ITD, Brancheorganisation for den danske vejgodstransport, Lyren 1, Padborg
Samarbejdspartnere:	UdviklingsRåd Sønderjylland, Transportens Innovationsnetværk, Business Aabenraa
Antal deltagere:	40
Oplægsholdere:	Kristian Hegner Rainau, Aalborg Universitet Lars Mohr, GateHouse
Program:	Læs mere her

aktører i branchen og at skabe ideer til tværgående services/løsninger. Dagen startede med to foredrag fra en forsker og en fra virksomhed, der havde erfaring med intelligente softwareløsninger til transportbranchen. Herefter arbejdede deltagerne med forskellige metoder så som customer profil, value mapping, business canvas model og idea cubes. Gennem disse øvelser fik grupperne kortlagt de forskellige aktørers udfordringer. Der blev udvalgt en udfordring, som de i fællesskab arbejdede videre med. I hver gruppe var en facilitator, hvis rolle det var at samle alle tanker og ideer sammen efterfølgende.

ERFARING: Deltagerne var meget engagerede i løbet af dagen, og der blev udvekslet meget viden deltagerne imellem, ligesom deltagerne fik en god forståelse af de andres udfordringer og virksomheder. Selvom der blev brugt nogle meget konkrete værktøjer til at få mappet og udvalgt en konkret udfordring, som grupperne skulle arbejde med, viste det sig dog at være svært at komme til meget konkrete løsninger. Dette skyldes formodentlig, at det var svært at udpege, hvilke aktører der skulle være ansvarlige for udvikling og drift af den givne løsning, da disse i mange tilfælde var systemer, der skulle skabe samarbejde i branchen.

OUTCOME: Workshopen er blevet opsummeret i et **idékatalog**, hvor temaerne udfoldes. Der gives også en række anbefalinger til, hvordan man

kan arbejde videre med data og digitalisering i sektoren, som kan skabe grobund for fremtidige projekter og samarbejder.



Co-creation workshop i transport- og logistiksektoren

SKAB NYE SUNDHEDS-IT-LØSNINGER TIL BØRN

FORMÅL: At understøtte udviklingen af nye it-sundhedsløsninger ved at etablere netværk mellem kliniske miljøer, tekniske virksomheder og beslutningstagere. At undersøge, hvilke former for it-produkter og services, der vil kunne hjælpe til at skabe større livskvalitet for personer (særligt børn) med spastisk lammelse. Samt at undersøge hvilke former for services, der kan forbedre klinikernes arbejde og kommunikation med deres patienter.

UDFORDRING: Innovation af nye it-løsninger til sundhedssektoren er et meget komplekst udviklingsområde, fordi det både er et svært tilgængeligt, videntungt domæne, og samtidig er et højt reguleret område. Denne workshop blev udviklet i tæt samarbejde med en læge fra Hvidovre Hospital, som havde speciale i spastisk lammelse og brug af it. Udvikling af gode og succesfulde it-sundhedsløsninger kræver et tæt samarbejde mellem it-udviklere, klinikere, patienter og beslutningstagere. Det var netop et anslag til sådanne samarbejder, at denne co-creation workshop søgte at etablere. Til workshoppen deltog et mix af klinikere (40%), it-udviklere (40%) og beslutningstagere (20%). Der var ikke inviteret nogen patienter med, da workshoppens formål nærmere var at afsøge mulige, fremtidige

projekter end egentlig samskabelse med patienter. På workshoppen var der særligt fokus på børn med spastisk lammelse, da dette gav et fælles fokus, som samtidig kunne adressere nogle af de mere generelle udfordringer og muligheder i sundhedssektoren.

FORMAT: Formiddagen bød på vidensspredning gennem oplæg fra forskere inden for sundheds-it og fra en kliniker med erfaring med brug af it i behandling af børn med spastisk lammelse. Ligeledes var der inspirationsoplæg fra fire virksomheder, der har udviklet it-sundhedsløsninger.

OM WORKSHOPPEN

Tid:	21. juni 2018
Sted:	Roskilde Universitetshospital
Samarbejdspartnere:	Hvidovre Hospital, Alexandra Institutet, WelfareTech
Antal deltagere:	40
Oplægsholdere:	Christian Wong, læge, Hvidovre Hospital Kenny Erleben, Alexandra Institutet Morten Hauge Nielsen, Rokoko Carsten Olsson, Bandagist Jan Hansen A/S Alexandre Alapetite, Alexandra Institutet Johan Seltborg, Inervention
Program:	Læs mere her

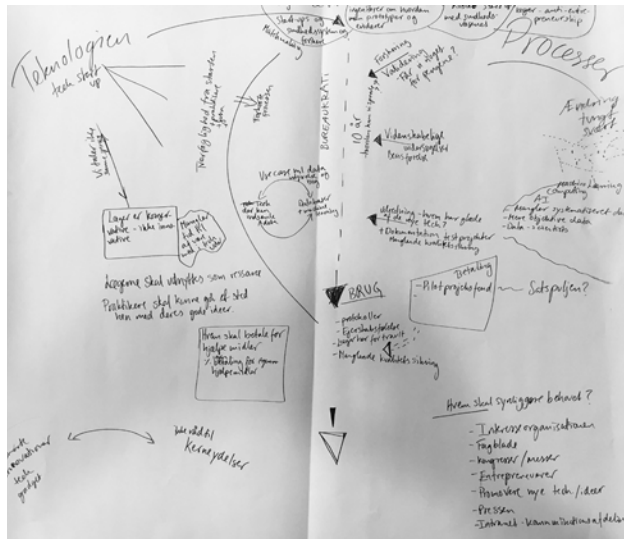
Om eftermiddagen blev deltagerne opdelt i fire grupper, hvor der var henholdsvis klinikere, it-udviklere og beslutningstagere i hver gruppe. Grupperne arbejdede med en række spørgsmål omkring hvilke muligheder og udfordringer, der er ved at bruge nye teknologier til at skabe smarte kliniske processer. Hvilke udfordringer er der forbundet med at sikre, at nye smarte kliniske processer bliver taget i brug i klinikken? Og hvem skal fremme synligheden af behovet og værdien af nye smarte kliniske processer – og hvordan? Grupperne sammenføjede deres svar på plancher, som blev præsenteret i plenum.

ERFARING: Det var interessant at se, hvordan diskussionerne i grupperne bar præg af en stor nysgerrighed omkring, hvordan læger og klinikere

arbejder i deres hverdag, og hvilke udfordringer de har i en travl hverdag. Det blev klart, at den store udfordring ved udvikling og implementering af nye teknologier i sundhedssektoren i langt højere grad handler om problematikker omkring, hvordan man ændrer hverdagspraksisser, og særligt hvordan man får ledelsen til at afsætte midler og tid til at benytte nye teknologier, end det handler om egentlig teknisk innovation.

OUTCOME: Workshoppen har ført til et videre samarbejde mellem nogle af deltagerne, hvor der arbejdes på en Grand Solution-ansøgning hos Innovationsfonden.

Billeder fra co-creation workshop Skab nye sundheds-it-løsninger til børn:



NYE MULIGHEDER FOR IT-VIRKSOMHEDER I FN'S BÆREDYGTIGHEDSMÅL

FORMÅL: At undersøge og kortlægge it's rolle i forhold til FN's Sustainable Development Goals (SDG) og at undersøge og informere om de mange nye forretningsmuligheder, som SDG'erne åbner for it-branchen. Ligeledes skulle workshoppen undersøge og oplyse om, hvordan it-virksomheder vil kunne søge udviklingsmidler og indgå i projekter og partnerskaber relateret til SDG'erne. Endelig var formålet at få afdækket, hvilke yderligere

aktiviteter og innovationstiltag virksomhederne har brug for til at kunne komme i gang med at arbejde med it og verdensmålene.

UDFORDRING: FN's 17 verdensmål er en række udfordringer, som verden globalt står overfor. For at kunne løfte disse store udfordringer skal mange forskellige discipliner og aktører kunne samarbejde. It spås at have et stort potentiale for at kunne bidrage til at løfte verdensmålene, ligesom udfordringerne ofte omtales som store, nye markeds-, innovations- og vækstpotentialer for SMV'er. Udfordringen på denne specifikke workshop var i fællesskab at præcisere nye markedspotentialer for de tilstedeværende virksomheder.

FORMAT: Verdensmålene er et meget nyt og meget komplekst område for mindre virksomheder at skulle forholde sig til, og det var derfor vigtigt at få det præsenteret fra mange forskellige vinkler. Der var således præsentationer omkring it's rolle i forhold til verdensmålene. Der var præsentationer om forskellige initiativer, hvor virksomheder gennemgår forretningsudviklingsforløb omkring verdensmålene. Og der var oplæg om investeringer

OM WORKSHOPPEN

Tid:	22. marts 2018
Sted:	Alexandra Instituttet, Åbogade 34, 8200 Aarhus N
Samarbejdspartnere:	DI Digital, Global Compact, Chora Connection, It-forum
Antal deltagere:	22
Oplægsholdere:	Sara Krüger Falk, Global Compact Jonas Krogstrup, Chora Connection Rasmus Beedholm-Ebsen, Invest in Denmark Line Poulsen, DI Handel Christoffer Hvidsteen, Accenture Peter Hove, ReFurb Emil Wulff, SiteImprove John Smedegaard, FieldSense
Program:	Læs mere her

og fundingmuligheder, hvis man som virksomhed ønsker at arbejde med verdensmålene. Endelig var der tre casepræsentationer af virksomheder, der allerede har lavet forretning ud af verdensmålene. Undervejs var der to workshopdele, hvor virksomhederne var fordelt tilfældigt i fire grupper. Her var grupperne ikke bestemt på forhånd, da der endnu ikke var nogen viden om, hvilke former for udfordringer de forskellige virksomheder havde.

På den første workshop skulle de mappe, på hvilken måde de arbejder og/eller ville kunne arbejde med SDG'erne i deres virksomhed.

Anden workshop var en brainstorm og diskussion af, hvad der skulle til for, at virksomhederne kunne komme i gang med at arbejde med verdensmålene; dette inkluderede ligeledes samtale om, hvad de havde brug for fra innovationsfremmeaktører for at fremme deres arbejde.

ERFARING: Der er mange forskelligartede virksomheder, der er interesserede i at arbejde med verdensmålene, men mange har svært ved at komme i gang, da det er et meget løst framework, som ikke er formuleret som specifikke aktivitetsmål. Der er brug for mere innovationsarbejde om verdensmålene.



Illustration: Katja Øder Schlesinger, KØSCH

OUTCOME: Et af de ønsker, der var mest enstemmighed om, var, at der skulle etableres et mere kontinuerligt netværk for SMV'er, der ønsker at arbejde med verdensmålene. Dette arbejder InfnIT nu på at realisere sammen med DI Digital.

REFERENCER

Dykes, T. H., Rodgers, P. A., & Smyth, M. (2009). Towards a new disciplinary framework for contemporary creative design practice. *CoDesign*, 5(2), 99–116.

Ramaswamy, V., & Gouillart, F. (2010). *The Power of Co-Creation*. New York: Simon & Schuster Free Press.

Ramaswamy, V., & Ozcan, K. (2014). *The Co-Creation Paradigm*. Redwood City: Stanford University Press.

Sanders, E. B.-N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *Co-Design*, 4(1), 5–18.

Simonsen, J. (2013). *Routledge International Handbook of Participatory Design*. Routledge.

KONTAKT OS

Hvis du har spørgsmål eller refleksioner vedrørende co-creation-workshops, er du velkommen til at kontakte os.

LEA SCHICK

Senior Research and Innovation Specialist

Alexandra Instituttet

lea.schick@alexadra.dk



