

Fyrtårnsprojekt

Kommercialisering af de kreative erhverv

Projektet skal få kreative virksomheder med vækstpotentiale og vækstambitioner ind i varige vækstforløb, der øger eksport og skaber flere jobs. Vækstlaget blandt de kreative virksomheder har behov for øget fokus på innovation, produktudvikling og tiltrækning af risikovillig kapital. Og potentialet for kommercialisering og internationalisering skal udnyttes bedre. Derfor går Region Hovedstaden sammen med kommuner, erhvervsliv og relevante organisationer om en målrettet og koordineret indsats, der skal kommercialisere inden for erhvervsområderne interaktive digitale medier, design og fødevarer.

Elementer i initiativet

- Videreudvikling af klyngesekretariat inden for interaktive digitale medier, som skal arbejde med forretningsudvikling, private investeringer og internationalisering
- Videreudvikling af Masteruddannelse i spil og interaktive produktioner
- Design Society skal forankres som kreativ erhvervsklynge for design og mode
- Udvikling af markedsmodningsforløb for mindre design- og modevirksomheder med vækstpotentiale og gennemførelse af matchmaking mellem mindre design- og modevirksomheder og investorer
- Konkretisering af hvordan vækstpotentialet inden for fødevarerområdet kan udnyttes

Initiativet bygger videre på

- Inden for erhvervsområdet for interaktive digitale medier videreudvikles og samles klyngeinitiativet Interactive Denmark og computerspiluddannelsen EUCROMA
- Inden for erhvervsområdet design samles og udvikles dele af de aktiviteter, der finder sted i Danish Fashion Institute, INDEX: Design to Improve Life og Dansk Design Center

Kontakt

Carsten Krabbe
Enhedschef i Center for
Regional Udvikling
tlf: 60 25 59 02
carsten.krabbe@regionh.dk

Kenneth Kay Jensen
Konsulent i Center for
Regional Udvikling
tlf: 20 56 12 59
kekj@regionh.dk

Forventede effekter

- Der skabes 2000 nye jobs inden for de interaktive digitale medier i Danmark i 2015-2018. Heraf vil cirka 1700 jobs blive skabt i Greater Copenhagen
- Designvirksomheder der deltager i aktiviteter i Design Society øger omsætningen med mindst 15 procentpoint eller øger beskæftigelsen med mindst 10 procentpoint
- Design Society skal gennem sine aktiviteter bidrage til at øge den private værditilvækst med 500 millioner kr. i perioden 2015-2017

Nøgletal

50%

Det globale marked for interaktive produkter er i dag 1,7 milliarder kr. og forventes at stige med 50 procent i de kommende tre år

24 mia.

I 2014 steg eksporten af modetøj i Danmark med 9 procent. Således blev der i 2014 eksporteret for 24 milliarder kr. - det højeste niveau nogensinde i branchen

64%

64 procent af alle danske spiludviklervirksomheder er lokaliseret i hovedstadsregionen

Deltagende parter

Indtil videre følgende kommuner: Egedal / Furesø / Gribskov / Halsnæs / Ishøj / København / Vallensbæk
Derudover: Region Hovedstaden / Interactive Denmark / EUCROMA / Design Society / Danish Fashion Institute / INDEX: Design to Improve Life / Dansk Design Center / Væksthus Hovedstadsregionen / Erhvervsstyrelsen / Innovationsnetværket Livsstil - Bolig & Beklædning / andre offentlige og private aktører

Resumé af den del af projektet, der søges midler til nu

Beskrivelse af initiativet

Interactive Denmark (ID) er et nationalt klyngeprojekt, der har sin base i København. ID er sat i verden for at styrke de digitale interaktive industrier i Danmark gennem forretningsudvikling, kapitaltiltrækning og klyngeopbygning. Målet er at skabe vækst og arbejdspladser i både Region Hovedstaden og i resten af Danmark. Interactive Denmark arbejder således for at udnytte potentialet i den digitale interaktive klynge, der i dag består af ca. 200 virksomheder på landsplan hvoraf 2/3 er lokaliseret i Hovedstadsregionen. Med henblik på at skabe vækst og jobs i digitale interaktive virksomheder er Interactive Denmarks arbejde målrettet nævnte virksomheder, interessenter i branchen, offentlige organisationer og private erhverv, der i stadig stigende grad efterspørger produkter og services fra branchen.

ID har eksisteret siden 2014 med medfinansiering fra bl.a. Vækstforum Hovedstaden. ID har indtil nu etableret sig som en landsdækkende klyngeorganisation og erhvervsfremmeaktør, der med udgangspunkt i hovedstadsregionen, skaber relevante tilbud for klyngens virksomheder. Dette i samarbejde med andre etablerede aktører som Væksthus Hovedstadsregionen, Væksthus Midtjylland, Eksportrådet og Accelerace.

ID's indsats har indtil videre medvirket til, at der siden projektstart i 2014 er skabt 125 jobs i danske digitale interaktive virksomheder, en stigning i omsætning på 196 % samt en forøgelse i eksporten på 500 mio. kr. blandt virksomhederne.

Leverancer

Interactive Denmarks overordnede mål er at skabe arbejdspladser inden for de digitale interaktive erhverv. Konkret er målet, at man i perioden 2014-2017 skal medvirke til at skabe 750 nye arbejdspladser direkte i klyngens virksomheder og 1250 arbejdspladser i tilgrænsende brancher. 500 jobs i kernevirksomheder og ca. 830 jobs i afledte brancher vil blive etableret i Region Hovedstaden, hvilket bevirker en vækst på 36 % i antallet af arbejdspladser i den digitale branche.

For at komme i mål med effektmålet om jobvækst, vil ID forsætte og iværksætte en række aktiviteter. I hovedstadsregionen iværksættes bl.a. disse aktiviteter med henblik på at nå effektmålene, herunder:

- 16 inkubations- og accelerationsforløb
- 12 forretningsudviklings-workshops
- 14 netværksarrangementer
- 2 investor-workshops
- Min. 20 dialogmøder hos klyngevirksomheder
- Min. 26 rådgivningssamtaler
- Etablering af 4-6 erhvervspartnerenskaber mhp. at øge den private medfinansiering af ID styrke samarbejdet med virksomheder i klyngens umiddelbare omverden.

Partnerkredsen

Interactive Denmark består af de stiftende partnere Shareplay v. Filmby Aarhus, Producentforeningen og CAPNOVA. Hver partner har specifikke opgaver, der svarer til deres rolle og specialisering i økosystemet for den digitale interaktive branche.

De finansielle parter bag Interactive Denmark i perioden 2016-2017 er Region Hovedstaden, Københavns Kommune, Markedsmodningsfonden, Region Midtjylland, Region Nordjylland og andre kommuner (Viborg, Aarhus, Aalborg og Grenaa). Endvidere har man netop etableret to

erhvervspartnerskaber.

Økonomi

Interactive Denmark søger finansiering for i alt ca. 14,5 mio. kr. i projektperioden 2016-2017. Heraf søges 3 mio. kr. medfinansieret af ReVUS-midlerne. Markedsmodningsfonden bidrager med 4 mio. kr. Københavns Kommune bidrager med 2 mio. kr. om året i 2016-2017. Region Midtjylland medfinansierer med i alt 1,8 mio. kr.

ID er i dialog om de øvrige parter medfinansiering.

Administrationens vurdering

Administrationen vurderer, at Interactive Denmark-projektet siden 2014 har opnået gode effekter bl.a. gennem medfinansiering fra Vækstforum Hovedstaden. Derudover retter Interactive Denmark 2016-17 sig direkte mod "Kreativ Vækst" i Revus. Ved at skabe forløb og workshops inden for bl.a. forretningsudvikling, rådgivning og investering, bidrager ID til opfyldelsen af følgende effektmål i ReVUS:

- Eksporten i de kreative erhverv er steget med 25 % inden 2025
- De kreative erhverv og turismen har skabt 20 % flere arbejdspladser frem mod 2025.

Det er derfor administrationens vurdering, at projektet bør medfinansieres i 2016-2017 med i alt 3 mio. kr. af ReVUS-midlerne.

Indsatsbeskrivelse

Indsatsen / projekt

Titel	Interactive Denmark	
Projektets samlede budget:	Samlede budget (kr.):	Ca. 14,5 mio. kr. i 2016-2017. (ikke al finansiering af på plads pt.)
	Ansøgt beløb (kr.):	3 mio. kr.
	Øvrig finansiering (fordelt på partnere):	Markedsmodningsfonden: 4 mio. kr. Region Nordjylland: 1 mio. kr. (finansiering ikke på plads) Region Midtjylland: 1,8 mio. kr. Københavns Kommune: 4 mio. kr. Århus Kommune: 0,25 mio. kr. Privat finansiering: 0,5 mio. kr. Aalborg Kommune: finansiering uafklaret
Ansøgt beløb:	3 mio. kr.	
Projektperiode:	Start: Marts 2016	Slut: December 2017

Oplysninger om lead-partner (projektholder)

Navn, adresse og tlf. på lead-parter	Navn:	Interactive Denmark			
	Adresse:	Bernhard Bangs Alle 25 2000 Frederiksberg			
	Tlf.:	33862887			
	Juridisk status: Sæt X i rubrik	A/S	<input type="checkbox"/>	erhvervsdrivende fond	<input type="checkbox"/>
		ApS	<input type="checkbox"/>	selvejende institution	<input type="checkbox"/>
I/S		<input type="checkbox"/>	offentlig myndighed	<input type="checkbox"/>	
K/S		<input type="checkbox"/>	forening	<input checked="" type="checkbox"/>	
	personligt ejet virksomhed	<input type="checkbox"/>	Andet, skriv hvad!	<input type="checkbox"/>	
Tegningsberettiget	Navn:	Jan Neiiendam			
	Adresse:	Bernhard Bangs Alle 25 2000 Frederiksberg			
	Tlf.:				
	e-mail:	jn@pro-f.dk			
Kontaktperson	Navn:	Jan Neiiendam			
	Adresse:	Bernhard Bangs Alle 25 2000 Frederiksberg			
	Tlf.:				
	e-mail:	jn@pro-f.dk			
CVR nummer	35180109				

Oplysninger om partnere i projektet

Partnere, navn, adresse og rolle i projektet.	Partner 1	
	Navn:	CAPNOVA
	Adresse:	Universitetsparken 7, 4000 Roskilde
	CVR nr.	14353089
	Rolle:	Partner med særligt fokus på at investere i virksomhederne på tidligt niveau samt arbejdet med tiltrække yderligere kapital.
	Partner 2	
	Navn:	Producentforeningen
	Adresse:	Bernhard Bangs Allé 25, 2000 Frederiksberg
	CVR nr.	10667070
	Rolle	Brancheforeningen for de samlede visuelle industrier og politisk lobbyorganisation for spilbranchen ift. at sikre de bedste rammebetingelser.
	Partner 3	
	Navn:	Shareplay v. Filmby Aarhus
Adresse:	Filmbyen 23, 8000 Aarhus C	
CVR nr.	55133018	
Rolle	Regional forankring i forhold til kontakt til og identifikation af vækstvirksomheder og talenter i de digitale visuelle miljøer i Region Midt- og Nordjylland.	

Øvrige deltagere i projektet

Liste over øvrige deltagere i projektet (dvs. deltagere som ikke modtager tilskud fra Region Hovedstaden som led i projektet)	
--	--

Oplysninger om projektet

Projektresumé	<p>Interactive Denmark (ID) er et nationalt klyngeprojekt, der har sin base i København. ID er sat i verden for at styrke de digitale interaktive industrier i Danmark gennem forretningsudvikling, kapitaltiltrækning og klyngeopbygning. Målet er at skabe vækst og arbejdspladser i både Region Hovedstaden og i resten af Danmark. Interactive Denmark arbejder således for at udnytte potentialet i den digitale interaktive klynge, der i dag består af ca. 200 virksomheder på landsplan hvoraf 2/3 er lokaliseret i Hovedstadsregionen. Med henblik på at skabe vækst og jobs i digitale interaktive virksomheder er Interactive Denmarks arbejde målrettet nævnte virksomheder, interessenter i branchen, offentlige organisationer og private erhverv, der i stadig stigende grad efterspørger produkter og services fra branchen.</p> <p>ID har eksisteret siden 2014 med medfinansiering fra bl.a. Vækstforum Hovedstaden. ID har indtil nu etableret sig som en landsdækkende klyngeorganisation og erhvervsfremmeaktør, der med udgangspunkt i hovedstadsregionen, skaber relevante tilbud for klyngens virksomheder.</p> <p>Interactive Denmarks overordnede mål er at skabe arbejdspladser inden for de digitale interaktive erhverv. Konkret er målet, at man i perioden 2014-2017 skal medvirke til at skabe 750 nye</p>
---------------	--

	<p>arbejdspladser direkte i klyngens virksomheder og 1250 arbejdspladser i tilgrænsende brancher. 500 jobs i kernevirkomheder og ca. 830 jobs i afledte brancher vil blive etableret i Region Hovedstaden, hvilket bevirker en vækst på 36 % i antallet af arbejdspladser i den digitale branche.</p>
Projekts mål og formål	<p>ID er sat i verden i 2014 for at styrke de digitale interaktive industrier i Danmark gennem forretningsudvikling, kapitaltiltrækning og klyngeopbygning. Målet er at skabe vækst og arbejdspladser i både Region Hovedstaden og i resten af Danmark. 2/3 af virksomhederne befinder sig i Hovedstadsområdet, men klyngen er national og samler erhvervsmiljøerne inden for branchen fra andre regioner i kraft af et sekretariat i Region Midtjylland. Den digitale interaktive klynge repræsenterer et stort potentiale for vækst i Danmark. Det globale marked for den visuelle interaktive industri udgør i dag 1.700 mia.kr., svarende til størrelsen af hele den finske økonomi¹. Globalt er omsætningen i disse brancher eksploderet i de senere år, og lande som Sverige og Finland er gået forrest i den globale vækst. I Danmark har vi i dag etableret mange af de byggesten, der er nødvendige, hvis vi skal kunne måle os med Finland, Sverige og resten af verden, men Danmark mangler stadig at etablere vigtige rammebetingelser, som forløser vækstpotentialet. Et potentiale der kan sikre Danmark endnu 1 mia. kr. i omsætning og mindst 2.000 nye job inden 2018.</p>
Projektets målgruppe	<p>ID har tre målgrupper:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ID er for virksomhederne: Hovedmålgruppen er virksomhederne. Fra start-ups til store virksomheder, der ønsker vækst. De er kendetegnede ved, at de ser sig selv som del af den visuelle interaktive industri og kan se fordele ved at være del af ID-klyngen. Klyngen rummer alle de kreative erhverv inden for den digitale visuelle brancher. Virksomhederne kan enten være funderet i egne IP'er, i work for hire eller en kombination og vil både være B2C og B2B. • ID er for interessenterne: De danske og internationale investorer, business angels, fonde, etc. forlagene og fondene der ønsker adgang til branchen, forretningsudviklerne og gate-keeperne til eksportmarkederne. • ID er for markedet: for erhvervspartnerne fra den private sektor, for politikerne, embedsfolkene og andre beslutningstagere fra det offentlige og for journalisterne fra relevante medier
Aktiviteter og milepæle	Aktivitetsoversigt og milepælsplan vedlagt
Kommunikation	<p>Projektets kommunikation foregår i form af både intern kommunikation i klyngen og ekstern kommunikation målrettet omverdenen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den interne kommunikation foregår i form af community management og formidling af de gode historier i branchen. IDs community består af ca. 1500 personer fra en række forskellige brancher og ca. 250 virksomheder. Den digitale

¹ Analyse af den danske Interactive industri og fremtidige udviklingsmuligheder for de kreative digitale erhverv i Danmark", Quercus Group 2014

	<p>interne kommunikation foregår på følgende platforme: Twitter (2843 følgere), LinkedIn (775 deltagere), nyhedsbrev (892 modtagere).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Den eksterne kommunikation foregår rettet mod omverdenen i form af både generel kommunikation i dagspressen og målrettet kommunikation i form af bilaterale møder, løbende kommunikation af klyngens resultater, etc. Det foregår alt sammen med fokus på at skabe opmærksomhed omkring branchens succeser, potentiale og udfordringer. ID har i perioden 2014 - 2015 været i pressen i alt 42 gange i lokale og nationale medier (tv, print og online), senest den 18. 12. 2015 i Børsen med kronikken "Kom og lær af den interaktive elite". <p>Der vil blive udarbejdet en uddybende kommunikationsplan umiddelbart efter, at der er givet tilsagn om projektmidler fra Region Hovedstaden.</p>
Evaluerings	<p>IDs arbejde er hidtil blevet dokumenteret og evalueret i form af en opstartsevaluering i 2013, en midtvejsevaluering i 2015 og vil blive evalueret i 2017 med henblik på at dokumentere de opnåede effekter jf. målene. Den vedlagte effektkæde (bilag A) er udarbejdet i forbindelse med dette evalueringsarbejde.</p> <p>ID har endvidere i projektperioden opnået en Bronzefertificering på den europæiske klyngestandard i regi af Cluster Excellence Network.</p>

Udvælgelseskriterier

1. Bidrag til realisering af den regionale vækst- og udviklingsstrategi 'Copenhagen – hele Danmarks hovedstad'

Der lægges vægt på, at initiativets effektkæde tydeligt demonstrerer, at initiativet bidrager til at indfri ét eller flere af strategiens effektmål.

Hvilket af strategiens indsatsområde (rammevilkår eller væksttema) falder initiativet indenfor?

Initiativet falder inden for Væksttemaet Kreativ Vækst, som er en del af rammevilkåret for kompetent arbejdskraft og internationalisering.

Hvilket af strategiens effektmål bidrager initiativet til at indfri?

Initiativet understøtter strategiens overordnede vækstsmål om at Hovedstadsregionen skal være en region, hvor kommercialisering og eksport inden for de kreative erhverv og oplevelsesøkonomien øges til gavn for vækst og beskæftigelse:

- **Arbejdspladser:** ID er 100 % dedikeret til at skabe vækst og arbejdspladser og bidrager dermed til effektmålet om at skabe 20 % flere arbejdspladser frem til 2025. Såfremt ID's mål om at skabe ca. 500 arbejdspladser direkte i klyngens virksomheder i Region Hovedstaden inden 2018 indfries, vil der være tale om en procentmæssig stigning i beskæftigelsen på 36% inden for den digitale interaktive branche.
- **Eksport:** Branchen er kendetegnet ved meget høj internationaliseringsgrad i form af en høj andel af born global virksomheder kombineret med et globalt marked og internationalt mindset. ID arbejder målrettet med at realisere det internationale potentiale i branchen og understøtter strategiens konkrete effektmål om at øge eksporten i de kreative erhverv med 25 %.
- **Events:** ID klyngen samarbejder med CPH Games & CPH Games Festival, der potentielt kan tiltrække større udenlandske forbruger- og forretningsevents til Regionen.

Hvordan bidrager initiativet til at indfri effektmålet?

Danske og internationale erfaringer viser, at velfungerende klyngeorganisationer er en drivkraft for vækst. Ved at understøtte den digitale interaktive branche med skræddersyede services og aktiviteter kan ID sikre, at flere virksomheder i branchen kommer i vækstforløb og derved skaber nye varige arbejdspladser i Region Hovedstaden og i resten af landet.

2. Vækst og/eller jobskabelse

Der lægges vægt på, at initiativet har en vækst- og/eller jobskabende effekt i hovedstadsregionen.

Hvor mange jobs forventes initiativet at skabe?

ID skal skabe 750 nye jobs direkte i den visuelle interaktive klynge over fem år fra 2014 – 2018 og 1.250 jobs i afledte brancher. I alt skal ID skabe 2.000 jobs frem til 2018. Af disse forventes ca. 1330 jobs at være i Region Hovedstaden, heraf 500 i klyngens kernevirkomheder.

Hvilke andre vækstskabende effekter har projektet?

ID bygger bl.a. på computerspilbranchens eksponentielle jobskabelses- og eksportmuligheder, hvor alene omsætningen i den danske branche er vokset med 196 % til over 1 mia. kr. fra 2009 – 2014. Tal fra Finland viser hvordan branchen over 10 år har bevæget sig fra 300 mio. kr. til 13,5 mia. kr. i omsætning som følge af en langsigtet offentlig investeringsstrategi, hvor man i samme periode har investeret 750 mio. kr. Disse erfaringer vil projektet omsætte til en dansk kontekst og dermed realisere vækstpotentialet.

3. Samarbejdskreds med relevante kompetencer og ressourcer

Der lægges vægt på, at initiativet gennemføres af en samarbejdskreds, der bidrager med nødvendige kompetencer og ressourcer, faglige såvel som projektledelsesmæssige, til en succesfuld gennemførelse af initiativet. Hvor det vurderes relevant, vil der tillige blive lagt vægt på graden af kontant medfinansiering og/eller bidrag i form af arbejdstimer.

Hvilke kompetencer bidrager de enkelte partnere med?

Interactive Denmark består af de stiftende partnere Shareplay v. Filmby Aarhus, Producentforeningen og CAPNOVA. Hver partner har specifikke opgaver der svarer til deres rolle og specialisering i økosystemet for den digitale interaktive branche.

Herudover involverer ID også en række private aktører og uddannelser. Denne kreds vil blive udvidet løbende i de kommende år. De private aktører som eksempelvis Microsoft, der er del af IDs nære samarbejdspartnere vil fra 2016 blive udvidet i form af erhvervspartner-skaber med en række virksomheder, der ønsker adgang til den platform, som ID udgør. Uddannelsesaktørerne er DADIU/filmskolen og de regionalt forankrede uddannelsesmiljøer i Viborg (animation) og Grenå (spiludvikling).

Beskriv relevante erfaringer i forhold til projektets gennemførelse.

Bag ID står, foruden de stiftende partnere Producentforeningen, CAPNOVA og Shareplay, private partnere som Microsoft og Filmskolen. ID er organiseret som en forening ledet af en Komité med 7 medlemmer, der mødes min. 4 gange årligt.

Bestyrelsesformand for ID er Vicedirektør i Producentforeningen Jan Neiendam, der tidligere har opbygget og ledet Computerspilzonen og ID som projektdirektør.

Hvilke projektledelsesmæssige erfaringer har projektholder fra lignende projekter?

Producentforeningen er projektholder på ID og ansatte i 2009 Jan Neiendam til at projektlæde først Computerspilzonen og sidenhen ID. De ansatte i IDs sekretariat har tilsammen mere end 15 års erfaring med klyngearbejdet hidtil kombineret med en interessant flade til andre visuelle industrier (film, tv, animation, etc.), hvilket skaber basis for samarbejde og udvikling i et felt, der er i kraftig udvikling.

4. Projektstørrelse og levedygtighed

Der lægges vægt på, at der er tale om et større initiativ med markante resultater. Hvor det vurderes relevant, vil der tillige blive lagt vægt på, at initiativet er levedygtigt efter støttens ophør.

Beskriv hvilke markante resultater initiativet forventes at resultere i.

De mest markante resultater som ID forventer at skabe er:

- Markedsmodning og forretningsforståelse i branchen i samarbejde med erhvervsfremmeaktører, blandt andet gennem fortsættelse af acceleratorprogrammet målrettet mindre virksomheder i de kreative erhverv. Herigennem vil ID kunne skabe de forventede ca. 1300 arbejdspladser i Region Hovedstaden i kernevirksomheder og afledte brancher og dermed en vækst på 36% i branchen som helhed målt på arbejdspladser.
- Øger internationaliseringsgrad blandt klyngen virksomheder målt på eksporttal og deltagelse i eksportaktiviteter og ved at tiltrække internationale talenter på både kreative og forretningsmæssige områder.
- At styrke kreative virksomheders adgang til finansiering og risikovillig kapital, særligt inden for kreative digitale brancher, herunder computerspilbranchen både gennem brobygning til eksisterende kapitalaktører og gennem etableringen af en investeringsfond målrettet de digitale brancher
- Politisk opmærksomhed omkring digitale visuelle industrier på nationalt niveau udmøntet i en fælles national vision på området.
- Branding af den danske branche internationalt gennem internationale samarbejder med brancheaktører og tilstedeværelse ved internationale events.
- Den endelige etablering af ID som indgang til branchen for virksomheder, politikere, presse, internationale aktører og andre virksomheder.

5. Regionale løsninger på regionale udfordringer

Der lægges vægt på, at initiativet adresserer regionale udfordringer, og at løsningerne bygger videre på og skaber synergi med eventuelle eksisterende initiativer og med Greater Copenhagen.

Hvilke regionale udfordringer adresserer initiativet?

Region Hovedstaden er det naturlige centrum for den digitale visuelle branche i Danmark. Dette skyldes regionens høje koncentration af relevante uddannelser og specialiserede virksomheder. De mange aktører i Region Hovedstaden samarbejder med miljøerne i andre dele af landet og trækker mange af talenterne til. På grund af at størstedelen af branchen er koncentreret i Region Hovedstaden vil de regionale udfordringer være sammenfaldende med det nationale.

Nøgleudfordringerne er:

- **Internationalt potentiale og andre eksportmønstre:** De digitale interaktive brancher har andre eksportmønstre end traditionelle brancher. Produkter kan distribueres uden omkostning og forbrugere kan nås gennem online markedspladser. Forretningsmodellerne fordrer eksponentiel eksport, og eksport er derfor en nærmest selvfølgelig del af virksomhedernes eksistens. Nystartede virksomheder går derfor fra starten efter at eksportere og internationalisere. Men de særlige vilkår for adgang til internationale markeder, kræver en anden tilgang til at rådgive og servicere virksomhederne. Og fordi virksomhederne ofte er unge, har de brug for rådgivning og specialiserede services allerede tidligt i deres udvikling.
- **Mange små virksomheder med stort behov for professionalisering:** Virksomhederne skal professionaliseres fra den tidligst mulige fase i deres udvikling. Det kan gå stærkt i den digitale interaktive branche, hvis man har det rigtige produkt. Derfor er det afgørende at virksomhederne er klædt på til vækstforløb så tidligt som muligt, så de kan træffe valg om fx ekstern finansiering og internationalisering på et kvalificeret grundlag.
- **Mangel på kapital:** Der mangler risikovillig kapital med knowhow inden for de digitale interaktive brancher. Det er en

udfordring for branchen, at den begrænsede kapital, der er til stede i Region Hovedstaden, ikke forstår sig på de forretningsmodeller og markedsmekanismer, der gør sig inden for den digitale interaktive branche. CAPNOVA spiller her en central rolle som kapitaludbyder med specialisering og en veludviklet track record inden for området. Men CAPNOVA kan ikke løfte markedet alene, og derfor er der behov for at tiltrække flere investeringer udefra samt at øge virksomhedernes generelle kapitalmodning.

Hvilke eksisterende indsatser bygger initiativet videre på / skaber synergi til?

ID bygger i sagens natur videre på erfaringerne fra hhv. Computerspilzonen og arbejdet med ID frem til nu.

Herudover skaber initiativet synergi i forhold til en række indsatser. De centrale er:

- Måltrettet samarbejde med CPH Film Fund. Filmfonden og ID arbejder sammen om at formulere en fælles, ambitiøs national vision for de digitale visuelle industrier måltrettet Erhvervs- og Vækstministeriet, som også omfatter aktører i resten af Danmark. ID og CPH Film Fund har en lang række fælles interesser i forhold til erhvervsudvikling og ambitionen er at etablere en fælles struktur, som skal danne ramme om alle de erhvervsrettede aktiviteter i fremtiden. På den måde vil ID være med til at sikre at Danmark – og særligt hovedstadsregionen på grund af den høje koncentration af virksomheder her – udnytter det store erhvervsmæssige potentiale i de digitale visuelle industrier.
- Den regionale udvikling af branchen i gennem tæt samarbejde med uddannelsesvirksomheder, iværksættermiljøer og inkubatorer samt kapitalaktører.
- Den nationale klyngeudvikling i form af det tætte samarbejde med Region Midtjylland, som tillige har en stærk klynge inden for den digitale interaktive branche under den samlede kreative indsats More Creative. Under navnet Shareplay har man her gennem de seneste 6 år arbejdet aktivt med styrkepositionerne i hhv. Viborg (animation/spil), Grenaa (spil) og Aarhus (film/tv/spil).
- ID er ved at etablere samarbejde med Copenhagen Talent Attraction under Copenhagen Capacity med fokus på at tiltrække ansatte til spilbranchen i regionen.

Hvad er initiativets relevans i forhold til Greater Copenhagen?

ID har potentialet til at blive en tværregional indsats for Greater Copenhagen. Den store koncentration af virksomheder i Hovedstadsområdet er allerede belyst men ser vi på tværs af Greater Copenhagen er der meget stor relevans:

- Der er en naturlig samarbejdsflade til Sydsverige – ID kan arbejde på at styrke denne relation. Sydsverige har nogle af Skandinaviens bedste uddannelser på området kombineret med events samt en stærk virksomhedskoncentration inden for branchen.
- Region Sjælland rummer også oplagte partnere til det tværregionale økosystem. CAPNOVA i Roskilde, der tegner sig for de eneste specialiserede investormidler måltrettet branchen kombineret med en række uddannelsesmiljøer såsom den nye Game Design uddannelse på ZBC (Zealand Business College) og Vallekilde Højskole i Odsherred, der har en succesfuld spillinje.

Aktivitetsplan

Aktiviteter i Region Hovedstaden	Nationale aktiviteter, som virksomheder i Region Hovedstaden vil have adgang til
Markedsmodningsaktiviteter: 2016 - 2017	
<p>16 SOLID inkubations- og accelerationsforløb (af i alt 25 nationale i 2016). SOLID forløbene er målrettet enkeltvirksomheder og er IDs mest virksomhedsnære tilbud, hvor virksomhederne matches med håndplukkede eksperter mhp. at løse udfordringer og komme ud på større markeder.</p> <p>12 forretningsudvikling workshops Growing Games (af i alt 22 på nationalt plan) . I 2015 deltog 340 spiliværksættere i Growing Games. Af dem var 244 unikke virksomheder og der fra i gennemsnit 42 deltagere på hver af de 10 workshops.</p> <p>14 netværksarrangementer, herunder Spilbar, VR-forum, mm. (af i alt ca. 25 på nationalt plan). Spilbar trækker en meget bred kreds af deltagere og der er i gennemsnit 150 - 200 deltagere pr. event i hovedstadsregionen.</p> <p>Etablering af et CEO-netværk målrettet lederne af de virksomheder, som har været igennem et SOLID forløb.</p>	<p>Internationalt ambassadørprogram: Øget adgang til internationalt netværk, samarbejdspartnere, forretningskonsulenter, mentorer og investorer. SOLID finansieres af midler fra Markedsmodningsfonden og løber frem til og med 2016.</p> <p>Eksportaktiviteter: Fremstød til markeder, international go-to-market forberedelseshjælp, inspirationsrejser, netværk, deltagelse i konferencer, messer og brug af eksisterende eksportstøtte system. Synliggørelse af investeringspotentialer i DK klyngen på udenlandske markeder.</p> <p>I Region Midtjylland gennemføres endvidere et talentspottingsprogram og et team- og produktscreeningsprogram, som forventes at identificere nye talenter til den samlede klynge.</p>
Kapital: 2016 & 2017	
<p>2 Growing Investors workshops (af i alt 4 på nationalt plan), som også synliggør de gode businesscases og investeringsmulighederne i DK.</p> <p>Bearbejdning af potentielle investorer ift. at etablere en investeringsfond målrettet vækstvirksomheder i branchen.</p>	<p>Investeringsfond: Øremærkede investeringsmidler på min 150 mio. kr., målrettet vækstvirksomheder i branchen. Herunder afdækning af potentielle private partners investeringsvillighed og afdækning af DK klynge businesscases udfordringer i nuværende kapitalføddekæde.</p>
Klyngeopbygning: 2016 & 2017	
<p>Min. 20 dialogmøder hos klynge virksomheder (af min. 40 på nationalt plan)</p> <p>Min. 26 rådgivningssamtaler (af min. 40 på nationalt plan)</p> <p>8 klynge arrangementer fx gå-hjem-møder, morgenmøder, årsmøde, seminar, festival mm.</p>	<p>20 nyhedsbreve</p> <p>1 klyngedatabase: Kontaktinfo., virksomheds- og brancheprofiler, alle leverer data til og kan trække data fra databasen.</p> <p>Rapporten Det Interaktive Danmark i Tal: Statistisk materiale vedr. klyngens virksomheds-</p>

<p>(af i alt 12 på nationalt plan)</p> <p>Synliggørelse af DK Klyngen via deltagelse i kulturevents, konferencer, høringer, udvalg, konferencer mm.</p> <p>Etablering af 4-6 erhvervspartnerkaber i projektperioden med henblik på at øge den private finansiering af ID og styrke samarbejdet med de virksomheder, der findes i klyngens umiddelbare omverden.</p>	<p>antal, antal ansatte, omsætning, eksport mm.. Branchen med fokus på at følge og kommunikere væksten.</p> <p>2 hjemmesider (dk/com)</p> <p>Community management: Finde, indlejre og fastholde klyngevirksomheder i klyngen bl.a. gennem online tilstedeværelse på alle relevante platforme. (twitter, LinkedIn mm.)</p> <p>Nationalt og internationalt netværk: Opbygning af netværk som kan bringes i spil i hele landet.</p> <p>Ekstern kommunikation med interessenter uden for klyngen: Politikere, dansk og international presse, etc.</p> <p>Erhvervspartnerkaber: Opbygning af erfaring med erhvervspartnerkaber på brancheniveau.</p> <p>Studieture til internationale klyngepartnere: Opbygning af viden, kompetencer og netværk</p> <p>Besøgsprogram for internationale investorer, samarbejdspartnere og klyngepartnere i DK</p> <p>Opsamling og formidling af data og viden om klynge, fx effektanalyser, vidensrapport og foranalyser.</p>
---	---

Milepæle Aktiviteter i Region Hovedstaden	2016				2017			
	1. kvartal	2. kvartal	3. kvartal	4. kvartal	1. kvartal	2. kvartal	3. kvartal	4. kvartal
Indsatsområde: Projektledelse, evaluering og effektmåling								
Projektledelse, kommunikation og community management								
Regnskab- og administration								
Evaluering, analyse og formidling af jobskabelse i branchen								
Indsatsområde: Markedsmodning								
16 inkubationsforløb (SOLID)	2	2	2	2	2	2	2	2
4 møder i CEO netværk			1	1		1		1
12 Growing Games Workshops		2	2	2		2	2	2
2 Internationale eksportmissioner		1				1		
14 Netværksarrangementer	1	2	2	2	1	2	2	2
2 Videndeling konferencer		1				1		
Udvidelse af spil design og processer til andre industrier								
Indsatsområde: Kapital								
Etablering af investeringsfond								
2 Growing investor Workshops				1				1
Indsatsområde: Klyngeopbygning								
20 møder hos klyngevirksomheder	2	3	3	2	2	3	3	2
26 rådgivningssamtaler med klyngevirksomheder	2	4	4	3	2	4	4	3