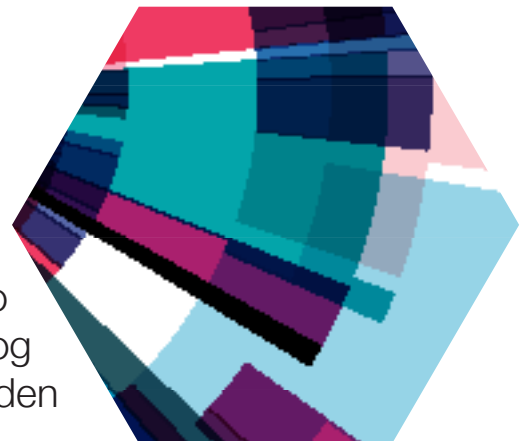
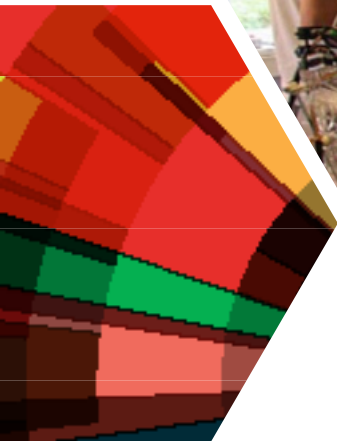
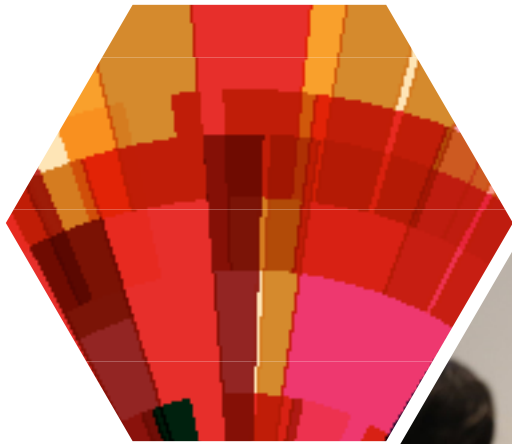


Copenhagen Maker & Creative Business Cup



- en kulturevent, der dyrker og bygger bro mellem kreativitet, innovation og business i Region Hovedstaden



INDHOLD

- 3//** ET NYT SAMARBEJDE FOR REGIONAL VÆKST
- 4//** NY NORDISK KULTUR- OG IVÆRKSÆTTERBEGIVENHED
- 5//** FÆLLES VISIONER FOR SAMARBEJDET
- 6//** AKTIVITETER
- 10//** MARKEDSFØRING
- 13//** ØKONOMI & BUDGET
- 14//** RISIKOVURDERING
- 15//** HVEM STÅR BAG?
- 17//** PARTNERE

ET NYT SAMARBEJDE FOR REGIONAL VÆKST: COPENHAGEN MAKER & CREATIVE BUSINESS CUP

To grundsten i vækstens økosystem går sammen om at skabe den største kultur- og iværksætterbegivenhed i Norden!

Copenhagen Maker og Creative Business Cup er to selvstændige begivenheder, der i november 2016 går sammen, for første gang, om at skabe et helstøbt oplevelsesunivers der understøtter, eksponerer og skaber synergi mellem det spirende, innovative maker-miljø og iværksættere med markedsklare forretningsidéer.

Formålet med den fælles begivenhed er at synliggøre og understøtte det ofte oversete og uudnyttede vækstpotentiale, der findes i mellemrummet mellem maker-miljø og marked. Udfordringen er et kompetence-gab, der eksisterer mellem evnen til at udvikle nye løsninger og det at kunne skabe vækstvirksomheder. Dette 'missing-link' ønsker Copenhagen Maker og Creative Business Cup at sætte fokus på med en opsigtsvækkende og brobyggende fem-dags begivenhed.

Vi vil skabe både formelle og uformelle møder mellem aktører fra Maker-miljøet, nationale og internationale iværksættere fra de kreative vækst-erhverv, globale og nationale virksomheder og investorer fra hele verden. Synergien mellem de to events og dertilhørende målgrupper, skaber et nyt og endnu uudforsket potentiale for at øge både vækstpotentialet og kreativiteten blandt de to målgrupper.

Med København som omdrejningspunkt, understøtter eventen en allerede stærk branding af Hovedstadsregionen som en kreativ og innovativ region i vækst, et godt sted at leve og bo, og et attraktivt og velbesøgt rejsemål for iværksættere, kultur- og teknologiinteresserede.

En samlet event har til formål at

- Koble maker-miljøets spirende idéer med iværksætter-miljøets markedsorientering og herigennem udfolde et hidtil uforløst vækstpotentiale
- Skabe international opmærksomhed omkring det kreative vækstlag i København og hovedstadsregionen
- Forstærke og videreudvikle det internationale økosystem af kreative iværksættere og åbne døre ift. investorer, samarbejdspartnere, mentorer og medier

Creative Business Cup og Copenhagen Maker ansøger Region Hovedstaden om 1.300.000 millioner kr. til gennemførelse af et samlet Creative Business Cup og Copenhagen Maker i 2016. Støtten bidrager til realiseringen af et ambitiøst projekt med en international deltagerbase, samt internationalisering og vækst i Regionen.



NY NORDISK KULTUR- OG IVÆRKSÆTTERBEGIVENHED SKAL SKABE INTERNATIONAL OPMÆRKSOMHED OG VÆKST

Samarbejdsprojektet mellem Creative Business Cup og Copenhagen Maker er et nyskabende og innovativt initiativ med København som omdrejningspunkt. Tilsammen skaber vi Nordens største kultur- og iværksætterbegivenhed.

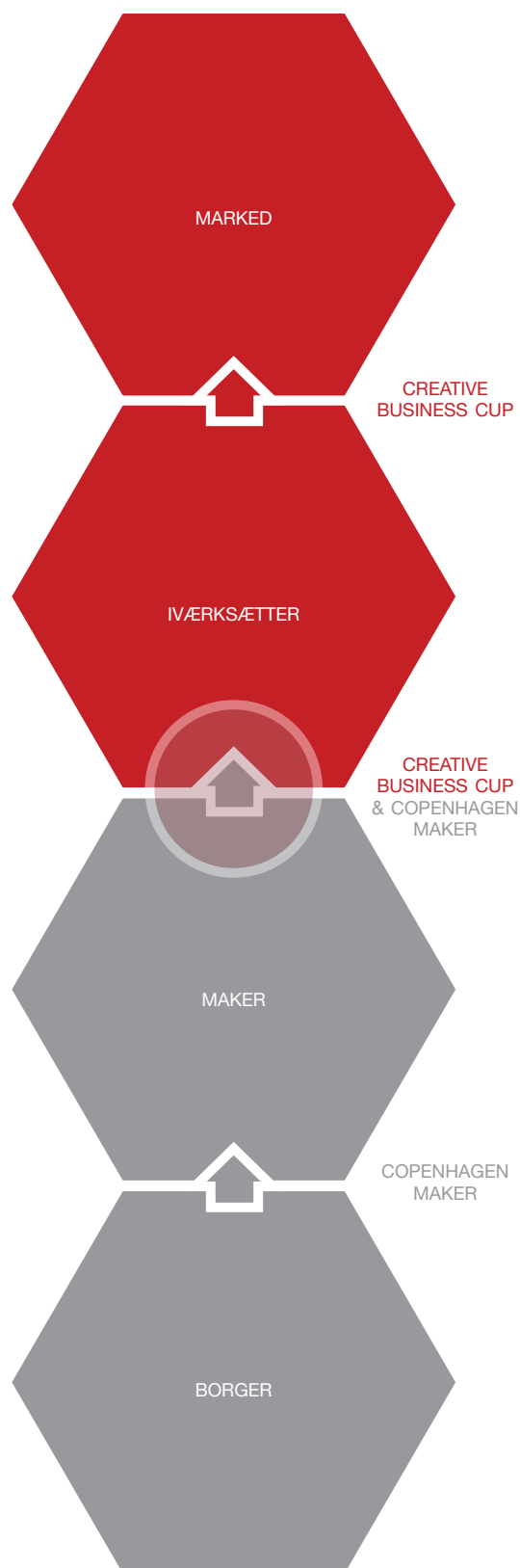
Over fem dage vil besøgende og gæster opleve samtlige iværksætteriets faser; helt fra den spæde forretningsidé, over den kreative og innovative udviklingsproces, til den knivskarpe konkurrence, hvor iværksættere fra over 45 lande deltager i verdensmesterskaberne for kreativt iværksætteri.

Copenhagen Maker og Creative Business Cup repræsenterer hver især forskellige dele af samme centrale økosystem. Festivalen Copenhagen Maker understøtter iværksætteri gennem udbredelse og demokratisering af de kreative, tekniske og praktiske produktionsformer, hvor blikket bredes ud og alle betragtes som potentielle makere. **(Borger > Maker)** Creative Business Cups formål er en styrkelse af fremstormende, kreative iværksætteres forretningsmæssige kompetencer, og herigennem bidrage til udviklingen af bæredygtige virksomheder. **(Iværksætter > Marked)**. En sammenlægning af de to begivenheder skaber en helhed der præsenterer den samlede proces fra idé til marked, til vækst og internationalisering.

I 2016 ønsker Copenhagen Maker og Creative Business Cup at iværksætte et samarbejde, hvor de to hidtil selvstændige begivenheder slås sammen. Herigennem investeres i en bæredygtig, tilbagevendende kulturevent med store potentialer for vækst, både i relation til eventens omfang og antal besøgende, samt international bevågenhed,

Vi ser følgende fordele i sammenlægningen

- En sammenlægning vil øge tiltrækningskraften og opmærksomheden for begge events. Begivenhedernes respektive målgrupper har væsentlige overlap i interesser og kan således med en sammenlægning tilbyde relevant, nyt og interessant indhold for publikum.
- Både Creative Business Cup og Copenhagen Maker har potentialet til at vækste som events på årsbasis. Sammenlægningen sætter skub i denne proces.
- Med København som kulisse dyrker eventen et uudnyttet potentiale for international opmærksomhed og tiltrækning af besøgende, turister og erhvervsfolk til Region Hovedstaden.



Hvad er et Maker Faire?

Et Maker Faire er en internationalt orienteret kulturbegivenhed, der fejrer maker-kultur, makere og kreativt, teknisk iværksætter. Et Maker Faire kan beskrives som et midlertidigt eksperimentarium der samler nysgerrige folk fra hele verden omkring fascinerende projekter, præsenteret af makere og iværksættere, der udforsker nye produktionsformer, teknologier indenfor et bredt felt af teknik, naturvidenskab, håndværk, kunst og design.

Maker Faire er for alle: børnefamilier, teknologi-nysgerrige, studerende på en erhvervs- og videregående uddannelser, nørder, iværksættere og hobbyister. Maker Faires skyder op verden over og er store kulturbegivenheder der tiltrækker stor international opmærksomhed og mange tusinde besøgende. I 2015 blev 151 Maker Faires afholdt verden over, heriblandt Maker Faire Rome, den pt. største i Europa med over 100.000 besøgende i 2015.



FÆLLES VISIONER FOR SAMARBEJDET

Nordens største kultur- og iværksætterbegivenhed er et ambitiøst og nyskabende initiativ med international skalérbarhed.

Der er ikke tidligere set en begivenhed, hvor fokus er samlet omkring helhedstænkning af økosystemet fra maker til marked. Med dette ambitiøse initiativ giver vi ikke kun publikum en helhedsoplevelse; vi markerer samtidig København som hovedstaden for kreativ vækst.

Vi har et fælles ønske om at sætte fokus på kreativitet, innovation, nyskabende tankegange og iværksætteri, som en bæredygtig vej til succes. Vi giver publikum mulighed for at følge rejsen fra idé til iværksætter og videre ud på det internationale marked. Med støtte fra Region Hovedstaden vil vi sammen over tid udvikle Københavns pendant til begivenheder som SXSW (South by Southwest) og de internationale Maker Faires, hvor kreativiteten er grundfortælling og driver for vækst, turisme og branding,

Vi vil flette Københavns eksisterende tilbud, enkelt og elegant sammen med Creative Business Cup og Copenhagen Makers kreative tilgang. Begivenheden skal i al sin enkelthed vise besøgende hvorledes inspirerende og attraktiv en platform København er, når det gælder kreativ udfoldelse og iværksætteri.

Hvad er SXSW?

SXSW (South by Southwest) er en række festivaler og internationale branchemøder for film, interaktive medier, teknologi og musik, der afholdes midt-marts i Austin, Texas, over 10 dage. SXSW er en affyringsrampe for nye, frembrusende kunstnere, opstartsvirksomheder og iværksætterprojekter og præsenterer over 3.000 enkeltstående værker, virksomheder, projekter og kunstnere.

SXSW er et forum for læring, videndeling, livlig forretnings- og iværksætteraktivitet med showcases, messer og globale netværksarrangementer. SXSW skaber hvert år en platform for møder mellem industri, kreative erhverv, interessenter og investorer, med fokus på fremtiden, innovation, banebrydende idéer. I 2015 besøgte over 120.000 mennesker, med mere end 100 nationaliteter begivenheden.



AKTIVITETER

Dette afsnit præsenterer samarbejdets planlagte aktiviteter i 2016. Dette indebærer løbende aktiviteter, fordelt over hele året, der er med til at sikre opmærksomhed og opbakning omkring eventen

WORKSHOP 29.4 – 9.6

WORKSHOP: regionale læringsforløb, der hvert år gennemføres syv steder i landet i tæt samarbejde med lokale aktører.

Der gennemføres **workshops**, som tilpasses de tilmeldte deltagere niveau. Eksempelvis kortere workshops for forskellige målgrupper, hvor der lægges vægt på en geografisk sammensætning af lokale og regionale samarbejdspartnere. Der udvikles en online platform (brug af eksisterende systemer som fx Podio, Facebook eller LinkedIn) for fortløbende kontakt til deltagerne, mulighed for opfølgning og etablering af netværk blandt deltagerne.

EUROPEAN MAKER WEEK 2016: en fælles fejring af europæisk maker-kultur skal sætte Hovedstaden på verdenskortet.

Copenhagen Maker afholder en række aktiviteter i forbindelse med **European Maker Week** 2016 – en uge hvor maker-kulturen fejres med over 50 events Europa over. Copenhagen Maker er i skrivende stund de eneste der repræsenterer den danske maker-kultur med en "space-walk" rundt i samtlige Københavns makerspaces.

EUROPEAN MAKER WEEK 30.5 – 5.6

MAKERSPACE// ROSKILDE FESTIVAL 26.5 – 2.7

MAKERSPACE//ROSKILDE FESTIVAL 2016: Hack din festival!

For fjerde år i træk afholder Copenhagen Maker et **Makerspace** på Roskilde Festivalen. Et Makerspace er et åbent værksted, med ny fabrikationsteknologi og traditionelle værktøjer og maskiner. Over en uge inviteres over 5.000 festivalgæster indenfor til åbne workshops og aktiviteter, hvor de sammen med aktører fra maker-miljøet kaster sig ud i alt fra at bygge en højttaler og solcelleopladere til mobilen fra bunden til japanske robot-wrestling-konkurrencer, 3D-printer i fri hånd og gør-det-selv-T-shirt-tryk, og meget meget mere.

AKTIVITETER

BOOTCAMP: en årlig forårs- eller sommercamp hvor 15 udvalgte teams, med en kvalificeret idé og samlet potentiale, tilbydes intensiv idé- og forretningsudvikling.

De unge får mulighed for at udveksle idéer med andre kreative iværksættere på selve **bootcampen**. Der vil desuden være fokus på og afsat tid til pitch-træning og professionel sparring.

BOOTCAMP
august

**CREATIVE BUSINESS CUP:
DEN DANSKE FINALE**
august

CREATIVE BUSINESS CUP: DEN DANSKE FINALE

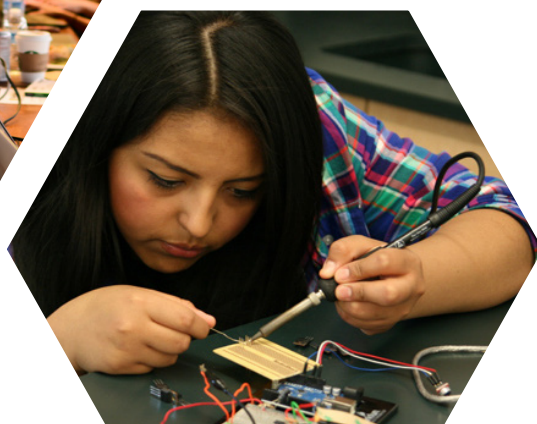
Bootcampens fem bedste teams går videre til Creative Business Cups **danske finale**. En del af motivationen for de unge er at drive det til noget stort og udvikle idéerne internationalt.

CBC ALL STARS: et innovativt samarbejde mellem etablerede virksomheder og unge iværksættere.

CBC ALLSTARS
september

All Stars har til formål at skabe opmærksomhed blandt etablerede virksomheder omkring de muligheder og potentialer der eksisterer i at samarbejde med unge iværksættere. Eventen bidrager således til at unge iværksættere får afprøvet deres idéer, samtidig med at virksomheden bliver udfordret og forhåbentlig bliver mere innovativ.

Der vil være mulighed for interaktion og networking før og efter oplæg og de unge iværksættere vil få mulighed for rundbordssamtaler med folk fra erhvervslivet, mentorer og oplægsholderne.



COPENHAGEN MAKER: EN FESTIVAL FOR BÅDE HÆNDER OG HOVED

Copenhagen Maker er en karrusel af byggeprojekter, et virvar af nye opfindelser, teknologier, holdninger, drømme og idéer, som deltagerne mødes om at opleve, dele, udforske og debattere – sammen. De skal have ny viden, møde fascinerende makere, præsenteres for vilde idéer og arbejde hands-on med nye teknologier og håndværktøjer.

COPENHAGEN MAKER

17. – 20.11

ÅBNE VÆRKSTEDER

17.-20.11

I de **ÅBNE VÆRKSTEDER** skaber deltagerne noget nu-og-her og oplever den kreative proces der strækker sig fra idé til produkt. De producerer lampeskærme af gamle LP'er, laserskærer en ny skærm til cyklen, genbruger elektronikskrot og andre materialer til at designe personlige kunst- og brugsgenstande, eller deltager i konstruktionen af en selvvandende have i samarbejde med festivalens andre gæster og makere.

WORKSHOPS

17.-20.11

Copenhagen Makers **WORKSHOPS** er mere dybdegående og strækker sig over længere tid. Her har deltagerne for alvor mulighed for at tilegne sig nye, praktiske færdigheder. Alle workshops afholdes af aktører fra maker- og iværksættermiljøet, som inspirerer og støtter deltagerne i at gennemføre. Deltagerne bygger eksempelvis en drone fra bunden, mini-robotter af tandbørstehoveder og indmad fra gamle mobiltelefoner, skaber musikinstrumenter, lærer at lodde eller designer og 3D-printer delene til et mobilstyret skateboard.

TALKS

17.-20.11

Copenhagen Makers **TALKS** er korte, inspirerende og tankevækkende oplæg fra forskere, debattører, eller iværksættere, der på forskellig vis præsenterer og udfordrer interessante perspektiver i maker-kulturen. Festivalen vil formidle tendenser i maker- og iværksætter-miljøet og det teknologiske felt, der inspirerer, overrasker og udfordrer deltagernes idéer om, hvad maker-kultur er og hvilke fremtidsperspektiver den rummer. For eksempel indenfor emnerne kunstig intelligens, digitale fodaftryk, open data, cyborgs, eller virtuel virkelighed.

Copenhagen Maker arbejder sammen med Dagbladet Information om et åbent særevent; et anderledes oplevelsesformat, der tager afsæt i maker-kulturen og præsenterer et udvalg af idéer og fænomener, der sætter tankerne og snakken i gang. Særeventen skal overraske og fornøje med skæve indslag, men også give stof til eftertanke, udfordre status quo og udforske de sociale dimensioner af den teknologiske udvikling.



Copenhagen Maker afholder hvert år **LÆRINGS- OG INNOVATIONSFORLØB** af 1-4 dages varighed som optakt til festivalen. Målgruppen for de enkelte forløb er elever i folkeskolen, studerende på erhvervsuddannelser, eller en sammensætning af regionale og udenlandske makere og iværksættere. Forløbene udvikles i dialog med private virksomheder og offentlige institutioner. I forløbene arbejdes med prototyping, innovationsmodeller og –metodikker.

Deltagerne bliver eksempelvis undervist af specialister i anvendelsen af digital fabrikationsteknologi og arbejder efterfølgende med løsning af konkrete, virkeligheds- og samfundsnære problemstillinger. En eller flere ambassadører fra maker- og iværksættermiljøet bistår med vejledning, idéer og sparring undervejs. De samskabte løsninger udstilles på Copenhagen Maker, hvor deltagerne – i maker-kulturens ånd – formidler læring, metoder og resultater fra processen.

**LÆRINGS- OG
INNOVATIONS-
FORLØB**
14.-17.11

**CBC
VERDENS-
MESTERSKAB**
20. – 21.11

CREATIVE BUSINESS CUP: VERDENSMESTERSKABERNE

Creative Business Cup er **verdensmesterskaberne for iværksættere** i de kreative erhverv, og er på få år vokset fra en dansk iværksætterkonkurrence til en global event for mere end 5.000 iværksættere og et helårligt koncept for innovation og iværksætteri.

På verdensplan afholdes mere end 45 nationale Creative Business Cup-konkurrencer forud for det internationale verdensmesterskab, som finder sted i november 2016, i København, hvor de 45 partnerland deltager med både nationale vindere og repræsentanter fra partnerorganisationen. I løbet af det internationale mesterskab afvikles mere end 100 startup pitches, 40 keynote speaks og 5 særlige innovation challenge-forløb. Kulminationen på et helt års intensivt arbejde finder sted på dag nummer to, hvor vinderen af Creative Business Cup 2016 udpeges blandt finalisterne.

KONKURRENCEN
20.-21.11

CHALLENGES
20.-21.11

Vi har skabt **CBC Challenges** for at gøre innovation produktiv. CBC Challenges fremmer unikke, kreative og indbringende samarbejder mellem større virksomheder og iværksættere fra kreative erhverv. Virksomheden definerer udfordringen - iværksætterne kommer med idéerne.

CBC **Markedsplads** er et initiativ, der giver de deltagende iværksættere mulighed for at vise deres produkter til publikum. Her skabes rum for samtale, debat og læring – med iværksætteren og produktet i centrum – samt en unik mulighed for både startups og besøgende for at udvide horisonter og dykke ned i en verden af kreativitet, design og innovation. I 2016 slås markedspladsen sammen med Copenhagen Makers **SHOWCASES**, hvor virksomheder, makere og iværksættere demonstrerer teknologi, maskiner og produkter og fremviser de nytænkende og innovative løsninger, der fødes ud af maker- og iværksættermiljøet. Her interagerer producent og festivaldeltager om unikke produkter, inspirerende projekter og entreprenører præsenteres for nye brugere og borgere.

**MARKEDSPLADS
OG SHOWCASES**
17.-21.11

Hvad er Maker-kultur?

Åbenhed, videndeling og fejring af kreativt iværksætteri gør Maker-kulturen til en attraktiv model for innovation og aktivering af vidensnetværk af eksperter, brugere og praktikere. Med fokus på samarbejde forener maker-kulturen design- og produktionsmodeller, håndværk og nye, kraftfulde teknologier. Innovativ produktudvikling er ikke længere begrænset til store virksomheders forsknings- og udviklingsafdelinger, men åbnes op for en bredere skare af aktører – makere, iværksættere og SMV'er – der med maker-kulturen finder en fælles platform for videndeling og samarbejde.

Samarbejde og samskabelse er kulturens grundpræmis. Det er åbenhed og deling af ressourcer der driver miljøets projekter og forretningsidéer frem. Med kulturens åbne modeller for læring, inddragelse og innovation kan både borgere, makere og iværksættere uddannes i kreativ og innovativ anvendelse af digitale fabrikations- og prototyping-teknologier som forkorter vejen fra idé til produkt, samtidigt med at udviklingsarbejdet åbnes op for en bredere skare af interessenter.]

En årligt tilbagevendende kulturevent der fejrer regional, national og international maker- og iværksætterkultur

MARKEDSFØRING

Begivenheden er med sit fokus på nyskabelse, innovation og kreativitet en ideel platform for engagerende og initiativrig markedsføring og kommunikation. Sammen fremmer vi kreativ og professionel vækst – et unikt udgangspunkt for inddragelse af anerkendte og internationale sponsorer/partnere.

Gennem en proaktiv markedsføring sikres både omtale og deltagelse fra såvel nationale som internationale deltagere.

De forventede deltagertal er:

2.500 deltagere for det samlede event. Heraf vil 600-800 deltagere være internationale deltagere, som vil opholde sig i Danmark i 4 dage. 700 deltagere vil være nationale deltagere, fra andre regioner end region hovedstaden og ca. 1000 deltagere vil være fra selve Region Hovedstaden.

I turismeomsætning genereres hermed 10.300.000 kr.

- 2.500 deltagere for det samlede event.
- 800 internationale deltagere = 8.000.000 kr. (800 deltagere x 2.500 kr./ døgn x 4 døgn)
- 700 nationale deltagere (m. overnatning) = 1.260.000kr. (700 deltagere x 450kr./ døgn x 4 døgn)
- 1.000 deltagere (u. overnatning) = 1.040.000kr. (1000 deltagere x 260kr. / pr. døgn x 4 døgn)

Turismeomsætningen er beregnet ud fra VisitDenmarks publikation 'Turismeøkonomisk effektmåling af sports-, kultur og erhvervsbegivenheder' fra 2011. (Prognosetal s. 8)

Deltagertallene er estimeret ud fra erfaringer fra tidligere afviklede events i Creative Business Cup og Copenhagen Maker festivalens forgænger 'Made'.



MARKEDSFØRING

Udover deltagere har begge organisationer en solid kapacitet i forhold til at skabe bevågenhed omkring både eventen og Danmark/ København. I 2015 blev Creative Business Cup omtalt 485 gange i internationale medier og i yderligere 1.600 opslag på sociale medier. Tilsammen har denne eksponering en anslået rækkevidde på 25,3 mio. Med en fælles indsats, er det realistisk at Copenhagen Maker og Creative Business Cup i 2016 kan opnå en endnu større rækkevidde.

København er med sit ry som en innovativ, designorienteret og kreativ hovedstad den perfekte kulisse for et event af denne karakter. I medieeksponeringsøjemed skaber København, og Creative Business Cup sammen med Copenhagen Maker de optimale forudsætninger for international branding af høj karakter. Til sammenligning opnåede Creative Business Cup i 2015 en co-eksponering (CBC og København sammen) på lige omkring 200 artikler.

Markedsføringsstrategien

Med en sammenlægning af Creative Business Cup og Copenhagen Maker appelleres til en bred målgruppe, repræsenteret af alt fra borgere til iværksættere, samt større markedsaktører som er interesserede i at fremvise og/eller spotte nye interessante tendenser, talenter og start-ups.

Dette stiller krav til en samlet medie- og kommunikationsindsats, der bruger flere forskellige platforme og kanaler. Overordnet vil dette events indsats foregå indenfor tre indsatsområder: egne kanaler, særlige initiativer og via partnerkanaler. Følgende afsnit er en overordnet beskrivelse af kanaler og kommunikationsindsats. En udførlig plan med uddybende initiativer udarbejdes, såfremt der ydes støtte til det ansøgte initiativ.

Egne kanaler

www.creativebusinesscup.com: Platformen anvendes både til markedsføring af begivenheden, udgivelse af nyheder, blogindlæg og information til deltagerne. Websitet har i gennemsnit 4540 views per måned.

www.cphmaker.dk: Hjemmesiden er en back-end platform, det vil sige, at det der lægges baggrundsinformation ud, og kun delvist nyheder. Da en stor del af Copenhagen Makers målgruppe hovedsageligt orienterer sig via de sociale medier er Facebook en hovedmarkedsføringskanal. Copenhagen Maker har over 3.000 både danske og internationale følgere på siden, hvor der kun kommunikeres på engelsk.

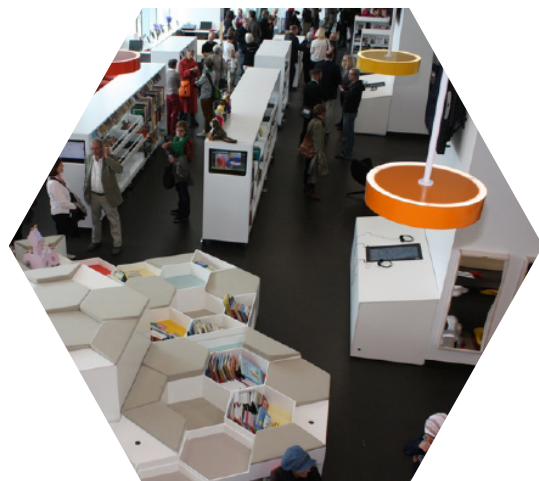
Sociale medier: En gennemarbejdet og tværmediel indsats udføres gennem vores fælles kanaler. En koordineret indsat, med inddragelse af besøgende, før, under og efter, vil sikre et stærkt engagement blandt interesserede og deltagere. En vigtig faktor for opskalering af eventen og dens bæredygtighed, er et kontinuerligt engagement blandt publikum. Anvendelsen af sociale medier vil sikre dette, også på et internationalt plan.



MARKEDSFØRING

Særlige Initiativer

Fokus på inddragende video: Både i optaktsforløbet og under begivenheden, vil følgere/besøgende kunne stifte bekendtskab med udvalgte startups, makere og projekter gennem video klip. De vil blive anvendt som redskab til at tiltrække publikum, informere om vigtigheden af kreativt iværksætteri og skabe både opmærksomhed omkring og muligheder for den enkelte startup og iværksætter.



Partnerkanaler

Mediepakker: Et led i kommunikationsindsatsen omfatter udsendelse af mediepakker med plug-and-play løsninger for markedsføring af begivenheden til vores samlede netværk. Som en del af et globalt iværksætternetværk (Global Entrepreneurship Network), samt et internationalt Maker-miljø, kan vi sammen nå verden rundt. I 2015 alene havde Creative Business Cup omtale i mere end 36 lande.

Dagbladet Information: I samarbejde med Dagbladet Information og iBureauet udarbejdes et journalistisk særtillæg på 32 sider, som distribueres med Informations weekendudgave og til landets universiteter i et oplag på 60.000 eksemplarer. Derudover vil artikler og tillæg være gratis tilgængelige på information.dk. Et særtillæg har en levetid, der rækker ud over eventen og baseret på Informations læsertal estimeres at særtillægget vil nå ud til over 250.000 læsere. iBureauet er Dagbladet Informations medievirksomhed, som blandt andet udvikler medieprojekter og iværksætter debataktiviteter. iBureauet er specialiseret i at formidle komplicerede emner i lettilgængeligt sprog og formater.



ØKONOMI OG BUDGET

Komitéen Maker og Creative Business Cup anmoder Region Hovedstaden om medfinansiering af kultureventen på 1.300.000 millioner kr., til gennemførelse af pilotprojektet i 2016.

En medfinansiering fra Region Hovedstaden har afgørende betydning for sammenlægningen af Creative Business Cup og Copenhagen Maker. Begge events forventes at blive gennemført, men et tilskud fra Region Hovedstaden vil skabe mulighed for at de to events sammenlægges og dermed får endnu større rækkevidde og samlet effekt. Tilskuddet er hovedsageligt øremærket udgifter forbundet med de krav der findes til eventens lokation, i forbindelse med sammenlægningen.

Budgettet tydeliggør udgifter og indtægter knyttet til henholdsvis Creative Business Cup og Copenhagen Maker og derudover posten på 1.300.000kr., som dækker de merudgifter der er forbundet med sammenlægningen af de to events.



BUDGET 2016

	MAKER 2016	Budget CBC Events 2016	Ekstra udgifter ved fælles event
	kr.	kr.	kr.
Indtægter			
Sponsorater		-300.000	
Konsulentydelse		-250.000	
CBC Challenge		-800.000	
Nordea-fonden		-1.600.000	
Invio		-300.000	
Københavns Kommune	-1.000.000	-700.000	
CBC Stay projekt		-410.000	
Fonden Roskilde Festival	-300.000		
Billetsalg	-250.000	-250.000	
Salg af mad, drikke og merchandise	-30.000		
Medlemsgebyr	-240.000		
Salg af workshops	-120.000		
Nationalbankens Jubilæumsfond (ansøgt)	-250.000		
Spar Nord Fonden (ansøgt)	-500.000		
Nordisk Kulturfond (ansøgt)	-500.000		
Region Hovedstaden			-1.300.000
Indtægter i alt	-3.190.000	-4.610.000	-1.300.000
REJSEOMKOSTNINGER INTERNT			
Fly og hotel		80.000	
Lokal transport, taxa, bus og metro		20.000	
REJSEOMKOSTNINGER INTERNT I ALT		100.000	
ADMINISTRATIONSOMKOSTNINGER			
Husleje/medarbejder faciliteter inkl. frivillige	210.000	200.000	
Lønninger		1.600.000	
- Konceptudvikling	250.000		150.000
- Planlægning	400.000		150.000
- Afvikling	250.000		100.000
Kontorartikler og print		20.000	
Varer til IT		10.000	
Software og licenser	20.000	66.000	
Webhostning	10.000	20.000	
Telefoni og internet		11.000	
Porto		4.000	
Revisor	45.000	70.000	
Administrationsaftale		200.000	
Eksterne konsulenter		500.000	
Advokat	65.000	25.000	
Forsikringer	70.000	40.000	
Diverse tjenesteydelser		15.000	
Mindre anskaffelser (kamera, kontorartikler m.m.)	50.000	65.000	
Inhouse maskiner og ny teknologi	200.000		
ADMINISTRATIONSOMKOSTNINGER I ALT	1.570.000	2.846.000	400.000
PROFILERING			
Grafisk materiale/tryk/visuel identitet	250.000	150.000	100.000
Oversættelser		30.000	
Website		40.000	
TV og video produktion		50.000	50.000
Pressearbejde	100.000	200.000	
Evaluering og analyser		30.000	50.000
PROFILERING I ALT	350.000	500.000	200.000
AFVIKLING AF EVENT			
Lokation og faciliteter			700.000
- Maker festival med faciliteter	500.000		
- CBC int. på CBS		150.000	
- Indhold og workshop på MAKER	370.000		
- Danske CBC Workshops		150.000	
- Maker pop-up event/prefestival	200.000		
- Maskiner og materialer til Maker festival	200.000		
- Forplejning på CBC int.		164.000	
- Forplejning på CBC danske workshops		200.000	
Rejser til deltagere		200.000	
Overnatning til deltagere		50.000	
Andre serviceydelser		50.000	
Honorar		100.000	
Præmier til deltagere		200.000	
AFVIKLING AF EVENT I ALT	1.270.000	1.264.000	700.000
RESULTAT FØR AFSKRIVNINGER	-	-	-

RISIKOVURDERING

Hændelse	Sandsynlighed for udfald (i procent)	Konsekvens for projektet	Foranstaltninger
Aflysning af arrangement/ manglende deltagere	5%	Alvorlig	<p>Begge organisationer arbejder med muligheden for at kunne skalere events, så de passer til de indtægter, der kan opnås. Dette sikrer, at der ikke gennemføres aktiviteter, der ikke er økonomisk dækning for. Hermed skabes endvidere sikkerhed i forhold til overholdelse af budgettet og dermed og for at Region Hovedstaden ikke vil blive drage til ansvar for eventuelle budgetoverskridelser.</p> <p>Creative Business Cup har flere års erfaring med at gennemføre events, og deltagerantallet har ligget stabilt på ml. 500-700 deltagere. Disse vil blive del af den samlede festival, og vil sikre international deltagelse.</p> <p>Copenhagen Maker har et unikt netværk af aktører fra maker-miljøet, og vil derfor kunne tiltrække danske deltagere til eventen.</p> <p>Indtægter fra billetsalg sat lavt set i relation til lignende events og derfor forventer vi at kunne gennemføre eventen med en forholdsvis lavt antal deltagere. Det vil derfor være muligt at gennemføre eventen på trods af få betalende gæster.</p>
Utilfredse deltagere	20%	Mindre alvorlig	Vi vil være tæt på deltagerne i forbindelse med afviklingen, og vil kunne tilbyde dem ekstra hjælp, hvis de ikke mener, de har fået tilstrækkeligt udbytte.
Utilfredse samarbejdspartnere	20%	Mindre alvorlig	Projektet bygger på samarbejde med eksterne partnere, så der vil være stor fokus på at aftaler med disse er klare, konkrete og operationelle.
Manglende samarbejdspartnere	5%	Alvorligt	<p>Der arbejdes målrettet på aftaler med sponsorer og ansøgning om midler. Eventen og dens afvikling tilrettelægges så udgifterne tilpasses indtægterne. Bl.a. vil der kunne skaleres på forplejningen, materialeforbrug m.m.</p> <p>Både Creative Business Cup og Copenhagen Maker har allerede nu stærke netværk af samarbejdspartnere og vi forventer derfor at kunne gennemføre eventen i det omfang der er lagt op til.</p>
Manglende indtægter	15%	Mindre alvorligt	Eventen samt afvikling planlægges så, udgifterne tilpasses indtægterne. Bl.a. vil der kunne skaleres på forplejningen, materialeforbrug m.m.

HVEM STÅR BAG? Creative Business Cup

Foreningen Creative Business Cup, der tidligere var et initiativ under CKO (Center for Kultur- og Oplevelsesøkonomi), blev 2. september 2015 etableret som selvstændig forening. Creative Business Cup er i dag en selvstændig non-profit forening der har til formål at fremme iværksætter, forretningsudvikling og tiltrækning af finansiering til kreative erhverv.

Creative Business Cup er i dag en etableret og internationalt anerkendt begivenhed, der ligger i top fem blandt mere end 35.000 globale initiativer under Global Entrepreneurship Week (Vækst- og Iværksætterugen). Derudover markedsføres Creative Business Cup i mere end 150 lande og spiller dermed en aktiv rolle i placeringen af København som en kreativ og innovativ metropol på verdenskortet. Hvert år i november samler Creative Business Cup de skarpeste og mest innovative startups i København til verdensmesterskaberne i kreativ iværksætter.

Siden 2012 har Creative Business Cup hvert år samlet iværksættere, forretningsudviklere og investorer fra hele verden i København. Til Creative Business Cup får startups mulighed for at præsentere deres forretningskoncepter for investorer, forretningsudviklere og andre startups - både som pitch og på en markedsplads, der giver publikum mulighed for at komme helt tæt på produkterne.

Creative Business Cup styrker de forretningsmæssige kompetencer hos kreative iværksættere med aktiviteter som forretningsudviklingsforløb, workshops, mentoring, match-making og networking med investorer, jurymedlemmer og andre internationale iværksættere. De deltagende iværksætterteams bedømmes både på forretningskonceptets markedspotentiale og det kreative indhold – kort sagt konkurrerer de på deres evne til at kombinere kreative evner med forretningsudvikling og konkurrenceevne. I modsætning til andre konkurrencer for kreative erhverv vurderes deltagerne på mere end blot det kreative indhold – og Creative Business Cup går som den eneste konkurrence på tværs af de kreative sektorer.

Formålet med Creative Business Cup er at skabe et økosystem, hvor iværksættere fra de kreative erhverv udvikler sig til bæredygtige virksomheder. Iværksætternes kreative og innovative løsninger bidrager til det øvrige erhvervslivs udfordringer, og effekten af dette er vækst og jobskabelse i samfundet. Creative Business Cup gennemfører således aktiviteter, der understøtter information om og profilering af Danmark og København som valg, når man skal etablere sin virksomhed.

“Creative Business Cup er Nordens største midlertidige kreative iværksætterhub og det er med til at understøtte fortællingen om København som en kreativ metropol med kant”

(Rasmus Tscherning, direktør CBC)

HVEM STÅR BAG? Copenhagen Maker

Copenhagen Maker er en ny festival der hvert år vil fejre og fremvise den danske maker-kultur til gavn for en levende, eksperimenterende region. Festivalen finder sted for første gang i 2016 og skal med fascinerende, sjove og inddragende aktiviteter engagere over 1.500 borgere, professionelle, frivillige og makere omkring maker-kulturen og kreativt, teknisk og praktisk iværksætteri. Festivalen skal præsentere den danske og Københavnske maker-kultur for en bred målgruppe med inspirerende og engagerende aktiviteter der giver festivalens deltagere hands-on erfaringer i arbejdet med ny teknologi og håndværk. Festivalen skal inspirere, demonstrere og inddrage sine deltagere i maker-kulturen og give dem positive oplevelser, gode erfaringer og ny viden om vejen fra idé til produkt.

Bag Copenhagen Maker står den nystartede komité Maker. Komitéens formål er at fremme maker-kulturen i Norden samt udvikle og teste viden, teknologi og samarbejdsformer fra kulturen i forskellige projekter, hvoraf Copenhagen Maker er komitéens flagskib.

Maker udspringer af Fonden Roskilde Festivals MADE-festival, der blev afholdt i august 2014 med omkring 1000 deltagere. Holdet bag MADE er nu gået sammen med **Dansk Design Center, Dansk Arkitektur Center, Helsingør Kommune** og **Københavns Kommune** i en komité, der har til formål at være samlingspunkt for maker-miljøet i Danmark. Dette har ført til udviklingen af projektet Copenhagen Maker.

Maker er dannet med formålet at udvikle og understøtte den drivkraft, maker-kulturen rummer, i forhold til at skabe bæredygtige løsninger for fremtiden. Maker arbejder derfor for synliggørelse og udbredelse af kendskabet til maker-kulturen og understøtter professionaliseringen af de største talenter i maker-miljøet. Dette gør vi med en årligt tilbagevendende maker-festival, samt etablering af et nyt state-of-the-art prototypeværksted, UnderBroen, under Langebro i København. Maker arbejder året rundt med aktivering og etablering af vidensnetværk og partnerskaber med makere, virksomheder, forskningsinstitutioner og borgere.

Maker vil...

Synliggøre og udbrede maker-kultur til en bredere del af befolkningen i Danmark

Understøtte professionalisering af talenter i maker-miljøet

Bidrage til udvikling af arbejdsmetoder og redskaber der kobler viden, teori og praksis indenfor industri, forskning og civilsamfund

Aktivere og teste begreber som samskabelse, involvering, folkeforskning og læring i praksis, i konkrete projekter og aktiviteter



PARTNERE

Copenhagen Maker udvikles med interessetilkendegivelser/ samarbejdserklæringer fra:

Roskilde Festival, Center for Kultur og Udvikling, Copenhagen fablab v. Københavns Kommune, Københavns Biblioteker v. Københavns Kommune, Dagbladet Information/iBureauet, Køge Biblioteker, Hands On Sekretariatet (DI, 3F, Dansk Metal, HK, Teknisk Landsforbund), Dansk Design Center, Dansk Arkitektur Center, Danmarks Almene Boliger, Copenhagen Game Collective, Creative Roots, fablab Nordvest, Københavns Erhvervsakademi (KEA), Den Fynske Spilfabrik, Center for Kultur og Oplevelsesøkonomi, Hackerspacet Labitat, UngEnergi/Vedvarende Energi, Teknisk Landsforbund Experimentarium, Københavns Erhvervsakademi, Køge Biblioteker, Dansk Erhverv, Kapacitet A/S, 3D Printhuset, Universal Lasers og Dansk Industri.

Creative Business Cup

Som en del af et kreativ iværksættermiljø, ved vi at en one-size-fits-all løsning, sjældent passer til alle. Vi går derfor i dialog med vores partnere og undersøger altid mulighederne for at skabe de bedste partnerskaber. Dette har blandt andet resulteret i:

- Et tæt partnerskab med **Aberdeen Asset Management** om kick-off reception i 2015. Receptionen blev afholdt hos den amerikanske ambassadørs residens, Rydhave. Se mere her: <https://vimeo.com/sunrisedk/review/149168535/e426f57b7e>
- I 2016 samarbejder vi tæt med **Invio** (Innovationsnetværk for oplevelsesøkonomi) om udvikling af en særlig Challenge med fokus på oplevelsesteknologi. Samarbejdet afspejler rækkevidden af partnerskabs muligheder.

Creative Business Cup afholdes hvert år med støtte fra både nationale og internationale partnere. Det fulde overblik findes på www.creativebusinesscup.com/partners.

