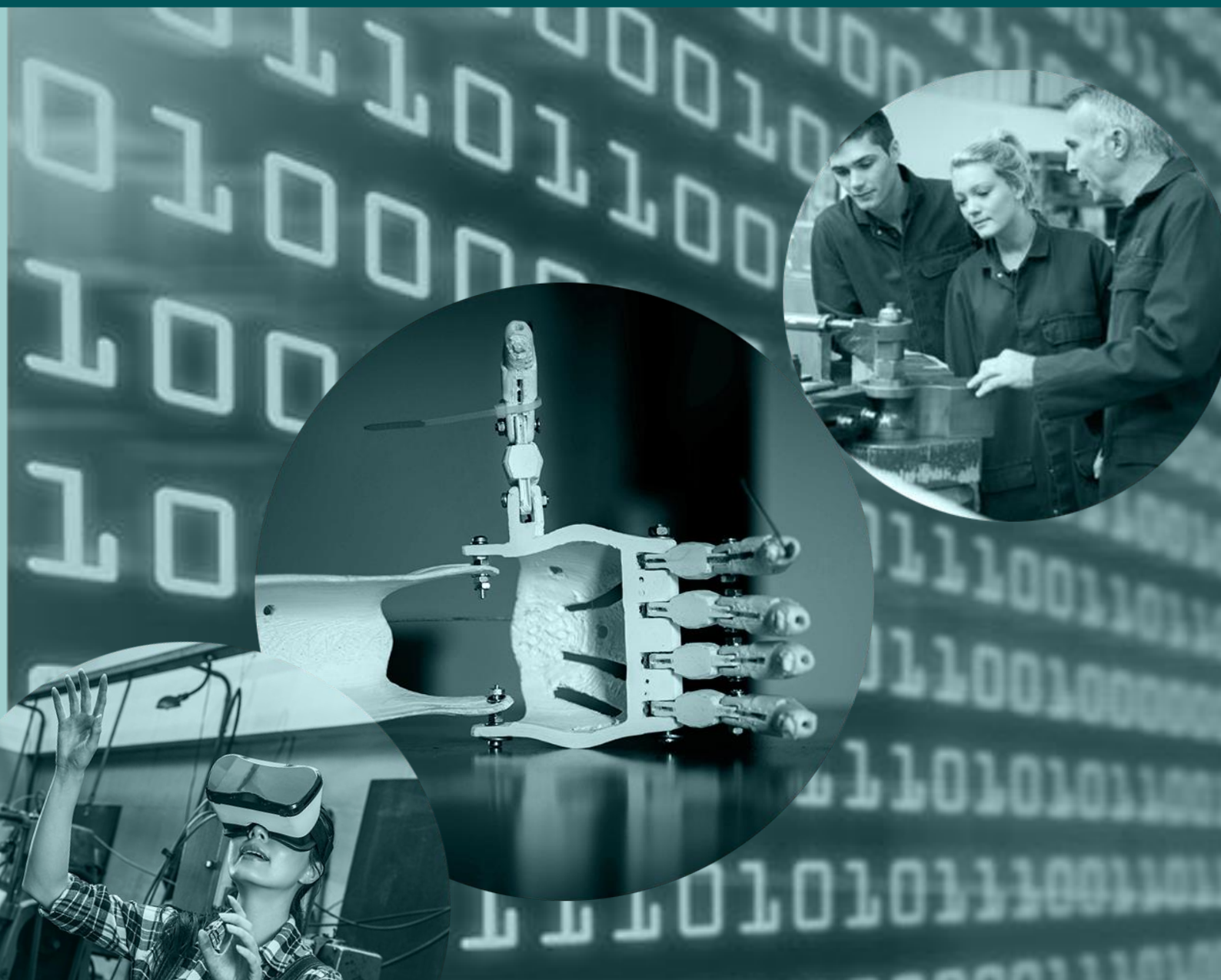




House of Green

AFRAPPORTERING

**INDUSTRIENS
FOND** FREMMER DANSK
KONKURRENCEEVNE
The Danish Industry Foundation



Danmarks grønne showroom får nye flotte rammer

House of Green har siden sin åbning i 2013 modtaget mere end 14.000 gæster fra hele verden. For at sikre at showroomet stadig lever op til formålet om at synliggøre dansk erhvervslivs evne til at tænke og agere grønt, nyt og kreativt, var der efter fem års behov for en opfriskning af hhv. de fysiske rammer og formidlingsteknologien.

Formål

Formålet med House of Green var og er til stadighed at skabe et velkomstcenter og udstillingsrum for miljø-, energi- og klimatilpasningsløsninger i både fysisk og virtuel form. Ambitionen har været at skabe et "one-stop entry" for internationale, kommercielle og politiske beslutningstagere, som besøger Danmark for at se de danske grønne løsninger omsat til virkelighed. I House of Green synliggøres dansk erhvervslivs evne til at tænke og agere grønt, nyt og kreativt, og dermed understøttes bestræbelserne på at styrke virksomhedernes internationale konkurrenceevne. Mere konkret var ønsket, at House of Green skulle:

- Have opdateret formidlingen, så denne bedre afspejler den nationale grundfortælling som Danmark arbejder på at udbrede til det globale marked
- Møde de besøgende tættere på deres egen hjemmebane med afsæt i fire kommunikative platforme, som tager udgangspunkt i globale udfordringer
- Have en opdatering af de fysiske rammer, for at disse atter fremstod indbydende og som en værdi ramme for top-level delegationsbesøg

Succeskriterier

Foruden formålet om at skabe et velkomstcenter og udstillingsrum for miljø-, energi- og klimatilpasningsløsninger med opdateret formidlingsteknologi og fysiske rammer, vil House of Green fremover tage afsæt i rollen som bindeled mellem danske og internationale aktører. House of Green skal arbejde ud fra et globalt, dialogskabende og modtagerorienteret fokus som facilitator af udveksling af visioner, erfaringer og løsninger.

For at lykkes med denne målsætning, var det derfor forudsætningen, at det nye House of Green skulle blive:

- 1) *Involverende*: House of Green vil lægge op til aktiv involvering af sine besøgende, og i højere grad end det forrige showroom italesætte de besøgendes virkelighed og udfordringer.
- 2) *Værdiskabende*: House of Green skal fungere som en vidensplatform, der faciliterer information og grøn omstilling til en national og international målgruppe for på den måde at styrke danske virksomheders position hos internationale besøgende.
- 3) *Løsningsorienteret*: House of Green skal tydeligt signalere grøn omstilling båret af teknologisk, kommerciel, politisk og finansiel bæredygtighed - og fremvise danske løsninger relateret til globale udfordringer.

State of Green facilitates relations between Danish and international stakeholders seeking to drive the global transition to a sustainable, low-carbon resource-efficient society. We are a not-for-profit public-private partnership founded by

Metode

Med udgangspunkt i ovenstående formål og succeskriterier, påbegyndte State of Green en udbudsproces, hvor tre designbureauer blev inviteret til at byde på opgaven. Det vindende bureau blev Aarhus-baserede Kollision. I samarbejde med State og Green blev der udviklet på koncept og design af det nye House of Green, og den nærmere projektering blev udarbejdet. Herefter blev det nye indhold udviklet i en iterativ proces mellem State of Green og Kollision. Endelig blev det nye House of Green implementeret frem imod den officielle åbning af det nye showroom, som løb af stablen d. 5. februar 2019. Åbningen blev forestået af Hans Kongelige Højhed Kronprins Frederik med overværelse af omtrent 70 VIP-gæster, herunder energi-, forsyning- og klimaminister Lars Chr. Lilleholt og minister for udviklingssamarbejde Ulla Tørnæs.

Resultat

Resultatet af den seks måneder lange renovering er et helt nyt og revitaliseret House of Green. Der er skabt et nyt flow i showroomet, som understøtter en dialogskabende tilgang, hvor den enkelte besøgende delegation og deres interesse områder er i fokus. Selve flowet i rummet introducerer gæsterne til, hvordan Danmark skaber grønne løsninger, som kan anvendes rundt om i verden til at løse globale udfordringer i den grønne omstilling.

I det nye House of Green skabes der en iscenesættelse for mødet med delegationen, der gennem dataindsamling forud for besøget - og via dialogen undervejs - vil tilpasse sig de besøgende. De besøgende mødes på deres præmisser, bliver inspireret og opfordret til at dele viden, og der bliver skabt en stærk relation, hvor de danske løsninger spilles ind.

Udstillingen giver et indblik i de forskellige danske styrkepositioner og gennem besøget vil gæsterne blive præsenteret for specifikke cases og fakta - direkte relateret til gæsternes interesseområder. Herefter kan gæsterne opsøge mere information i white papers og gennem portalen, som er tilgængelig i loungeområdet.

Det nye House of Green består af følgende elementer:

- 1) **Velkomst:** De besøgende mødes allerede i gangen af et verdenskort i mos, samt en skærm, som byder dem velkommen og fortæller dem, hvem der vil være deres vært. I selve udstillingslokalet lyser væggen op med fakta og ikoner, som er indstillet ift., hvilket land de besøgende er fra, og hvilken sektor de arbejder indenfor.
- 2) **En inspirerende præsentation:** De besøgende modtager en præsentation, som er skræddersyet til deres specifikke interesseområder.
- 3) **En udstilling af cirkulær økonomi-løsninger:** Bagerst i rummet findes en permanent udstilling af danske løsninger inden for cirkulær økonomi. Dette er et håndgribeligt element, som virker godt i samspil med resten af rummet, der er båret af teknologiske udstillingselementer.
- 4) **Udstilling af den danske grønne omstilling og grønne løsninger:** I venstre side af udstillingslokalet findes udstillingsområdet, som består af en række fakta-bidder, infografikker, korte videoklip og billeder,

som fortæller hhv. historien om Danmarks grønne omstilling og de fire områder energi, vand, bæredygtige byer og cirkulær økonomi. Værten kan skifte imellem disse niveauer alt efter, hvilke interesser de besøgende har.

- 5) **Et 'grønt' foto:** I bunden af lokalet er der installeret en plantevæg, hvor delegationen har mulighed for at få taget et billede, som tilsendes efter besøget.
- 6) **Loungeområde:** I det nye og imødekomende loungeområde kan de besøgende gå på opdagelse på State of Greens hjemmeside, hvor mere end 1.000 danske grønne løsninger fra 600 partnere er tilgængelige. De besøgende kan ligeledes kigge i de forskellige white papers, som er udstillet samt skrive i en digital gæstebog.

INDUSTRIENS
FOND FREMMER DANSK
KONKURRENCEEVNE
The Danish Industry Foundation