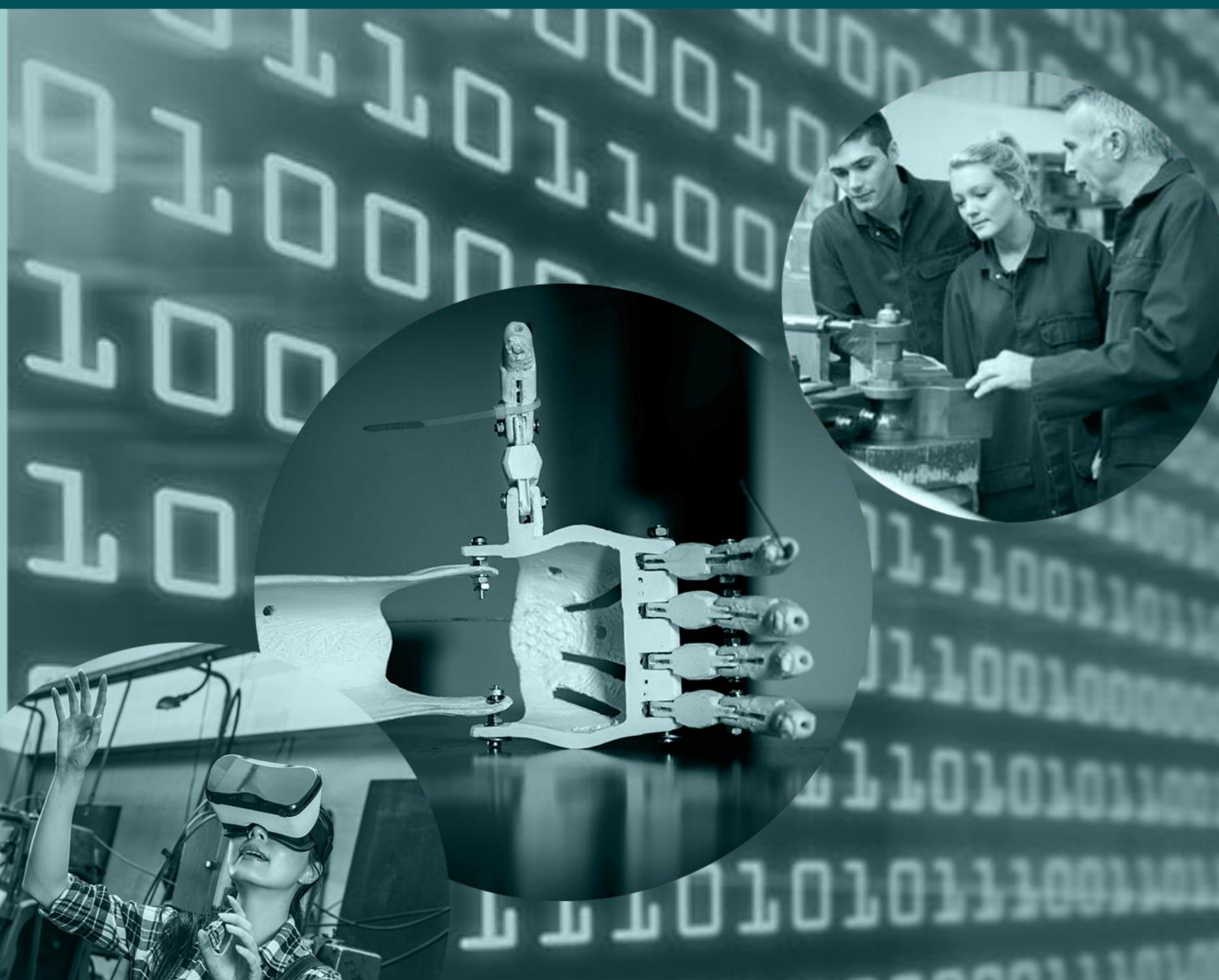




# Corporate Garage

AFRAPPORTERING

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



## PROJEKTTITEL

### The Corporate Garage

- En guide til succesfuld innovation, der vil løfte det danske erhvervslivs kommercialiseringsevner

## BEVILLINGSMODTAGER

CORE & COMPANY

Rosenvængets Allé 11, st. th.

2100 København Ø

[www.corecompany.dk](http://www.corecompany.dk)

## PROJEKTANSVARLIG

Rasmus Vaupel

Founder & Partner, CORE & COMPANY

[rv@corecompany.dk](mailto:rv@corecompany.dk)

+45 4168 0008

## INDLEDNING

I det danske erhvervsliv ses fortsat ofte vækstinitiativer og innovationsprojekter, der baserer sig på en klassisk lineær opfattelse af verden. I dag forandres verden af eksponentielle teknologier der presser virksomheder til at gentænke deres forretningsmodel og måden at innovere på. Hvis det er sandt at verden er under eksponentiel forandring, efterlader det os med spørgsmålet: *Hvordan skal vi supplere de eksisterende innovationsmetoder til at imødegå en foranderlig fremtid?*

For at besvare dette spørgsmål, har vi i CORE & COMPANY udviklet en ny iterativ metode, the Corporate Garage approach, til at arbejde med innovation og markedsvalidering gennem crowd innovation og eksperimentering. Det overordnede formål med the Corporate Garage approach er at:

- Øge innovationsevnen i danske virksomheder og derved føre til flere nye succesfulde initiativer og væksttiltag der dermed styrker konkurrenceevnen
- Øge eksekveringshastigheden med metoder til hurtig time-to-market
- Introducere et iværksætter mind-set der kan inspirere medarbejdere samt øge de innovative kompetencer
- Fremme nye samarbejds måder mellem virksomheder, brugere og kunder, for at sikre synergi og åbenhed til alles fordel
- Forstærke Danmark som et foregangsland for innovation
- Fremtidssikre danske virksomheder til at imødegå og udnytte de eksponentielle teknologier og omskiftelige forretningsmodeller

Projektet henvender sig til alle virksomheder i Danmark, men har haft SMVer som primær målgruppe. Det er igennem en for-analyse identificeret, at denne gruppe har størst behov for input og støtte til at innovere og kommercialisere deres innovationer.

Projektet er gennemført i samarbejde mellem CORE & COMPANY og to partnere: (1) Pree.to; og (2) Copenhagen Business School.

- CORE & COMPANY** – [www.corecompany.dk](http://www.corecompany.dk)  
 CORE & COMPANY er et pragmatisk og entreprenant konsulenthus i København. CORE & COMPANY bistår SMVer og store virksomheder med agile strategier, kundefokuserede forretningsmodeller og innovative organisationsarkitekturer.  
 Det er Rasmus Vaupel, Founder og Partner i CORE & COMPANY, som har igangsat og ledt projektet. Rasmus har mere end 15 års konsulenterfaring indenfor innovation og strategiudvikling.
- PREETO** – [www.pree.to](http://www.pree.to)  
 Pree.to er verdensmestre i prototyping, hvilket er en innovationsmetode skabt i Google. Metoden tillader virksomheder at foretage minimale investeringer, mangedoble antallet af eksperimenter, og øge succesraten af deres projekter. Dette er en kernekompetence i the Corporate Garage approach.  
 Vi har igennem projektet arbejdet tæt sammen med Tim Vang, Co-founder og Chief Entrepreneur i pree.to. Tim er indbegrebet af innovation og entreprenørskab med over 20 års erfaring med at vækste virksomheder i EMEA.
- COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL** – [www.cbs.dk](http://www.cbs.dk)  
 Igennem projektet, har vi haft et tæt samarbejde med professor Lars Bo Jeppesen fra instituttet "Department of Innovation and Organizational Economics" på CBS. Lars er ekspert i innovationsledelse med fokus på åben innovation og innovationsmetoder i den digitale økonomi.

## AKTIVITETER OG LEVERANCER

Projektet er forløbet over fem primære aktiviteter: (1) For-analyse; (2) Analyse; (3) E-bog; (4) Platform; og (5) Launch

1. For-analyse	
<p>Denne analyse har fokuseret på at forstå de udfordringer danske virksomheder står overfor. Vi har gennem interviews identificeret innovationsevnen indenfor strukturering, kommercialisering og skalering. Derudover har vi undersøgt interessen for en "innovationsguide" og ønsker til indhold heri. Slutteligt har vi researchet eksisterende innovationsguides, frameworks, mv. for at forstå eksisterende tilbud på markedet.</p> <p>På baggrund af dette arbejde uddrog vi følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Innovation er en udfordring generelt, men især SMVer vil drage gavn af en "innovationsguide"</li> <li>Flertallet af respondenterne er blevet eller forventer at få udfordret deres eksisterende forretningsmodel; trods dette, svarer flertallet at de ikke har konkrete initiativer til selv at agere innovativt inden for de kommende fem år</li> <li>Flertallet oplever ikke, at deres medarbejdere har de kompetencer der skal til, for at håndtere og udnytte muligheder og udfordringer indenfor innovation</li> <li>Flertallet oplever ikke, at der er en proces for at generere og indsende nye ideer, eller at organisationen generelt tilskyndes at tænke innovativt</li> </ul>	
Leverancer	Antal
Interviews med ledere	10 virksomheder

<b>2. Analyse</b>	
<p>På baggrund af resultater fra for-analysen identificerede vi best-practice og case-eksempler, som kombineredes med nyeste teori indenfor idegenerering, go-to-market, prototyping og markedsvalidering. Dette udgjorde basen for udviklingen af the Corporate Garage approach. Metoden blev udviklet i en iterativ proces med kunder og andre relevante virksomheder. På baggrund af dette arbejde uddrog vi, at kombinationen af design thinking, crowd innovation og eksperimentering (prototyping) er nytænkende og har potentiale til at føre til kommerciel succes.</p>	
<b>Leverancer</b>	<b>Antal</b>
Events mm.	+2.000 deltagere fra mere end 30 virksomheder
Implementerede garager	8 stk.
Ideer klar til validering	27 stk.
Ideer klar til skalering	9 stk.
Ideer med succes i markedet	Minimum 2 stk.

<b>3. E-bog</b>	
<p>Med ønsket om at udvikle en "innovationsguide", som gør, især SMVer, i stand til at arbejde effektivt med innovation, skrev vi en e-bog. E-bogen konkretiserer hvordan en given virksomhed kan organisere og bemande sine innovationsinitiativer, hvordan det anbefales at arbejde med innovation, samt hvordan initiativet bør ledes. E-bogen er skrevet på baggrund af teori og underbygget af praktisk erfaring, forklaret med illustrative eksempler.</p>	
<b>Leverancer</b>	<b>Antal</b>
Downloadede guides	N/A

<b>4. Platform</b>	
<p>Til at distribuere e-bogen udviklede vi platformen <a href="http://www.corporategarage.info">www.corporategarage.info</a>. På platformen kan interesserede læse om Corporate Garage projektet og relevante cases, downloade e-bogen, samt tilmelde sig kommende Master Classes og/eller events. Derudover vil hjemmesiden give adgang til CORE &amp; COMPANYs Crowd Channel, med et netværk på ~60.000 globale profiler, der kan bistå virksomheder med at løse komplekse problemstillinger.</p>	
<b>Leverancer</b>	<b>Antal</b>
Hjemmeside	2.000 besøgende

<b>5. Lancering</b>	
<p>E-bogen og den dertilhørende platform lanceres i begyndelsen af januar 2019. Til eventet bliver 30 erhvervsfolk inviteret til introduktion af bogen, værktøjer og cases, samt en dialog omkring primære problemstillinger, som bogen adresserer. E-bogen forventes at offentliggøres som en prototype, hvilket betyder den løbende vil blive forfinet både indholds- og layoutmæssigt.</p>	
<b>Leverancer</b>	<b>Antal</b>
Lanceringsevent	30 deltagere
Markedsføring	N/A

## EFFEKT

Gennem kontaktfladen til mere end 2.000 beslutningstagere fra mere end 30 virksomheder har vi illustreret og vist hvordan eksisterende innovationsmetoder kan suppleres og komplimenteres med crowd innovation, herunder idégenerering og accelereret markedsvalidering. De deltagende virksomheder har fået et iværksættersyn på innovation, hvilket fremtidssikrer danske virksomheder til at imødegå og udnytte de eksponentielle teknologier og omskiftelige forretningsmodeller, samt forstærker Danmark som et foregangsland inden for innovation.

Som en direkte afledt effekt af projektet, er der blevet etableret 8 Corporate Garage initiativer blandt deltagerne. Disse har genereret 27 validerbare idéer, hvoraf 9 var klar til skalering, og minimum 2 blev kommercielle succeser.

Vi har i løbet af projektets forløb oplevet, at SMV'er udviser stor interesse og nysgerrighed for nye innovationsmetoder, men at de samtidig er tilbagetrukne i fht. at "åbne deres innovationsmaskine". Det er vores klare opfattelse, at deltagelse i Master Classes og andre vidensdelingsfora hvor læring og erfaringer deles har utrolig stærk effekt, og hjælper virksomheder med at komme i gang. Det betyder, at der er skabt ringe i vandet som kan nå alle innovationsinteresserede SMV'er i landet, så Danmark fortsat er et foregangsland inden for innovation.

Det betyder også, at projektet har haft indtryk på samfundet i forskellig grad. Nogle virksomheder har deltaget aktivt i undervisning, og har etableret deres egen Garage. Dermed har størstedelen af medarbejderne i en given virksomhed set, og hørt om, Corporate Garage metoden. Ydermere har et stort antal virksomheder og tilhørende medarbejdere hørt om Corporate Garage initiativet og metoden gennem andre virksomheder og online kommunikation, og et større antal mennesker har aktivt deltaget i eksempelvis crowdsourcing og preetotyping forløb. Sidst, men ikke mindst, er et meget stort antal indirekte "blevet ramt" af preetotyping og crowd, eksempelvis de 66.000 danskere der har interageret med Kræftens Bekæmpelses projektet.

## FORANKRING OG FORMIDLING

Efter sin afslutning, vil bogen – og derved projektets akkumulerede viden – fortsat være tilgængelig via gratis download fra [www.corporategarage.info](http://www.corporategarage.info).

Derudover planlægger CORE & Company endnu et Master Class forløb, hvor virksomheder kan deltage i en todages workshop og lære mere om Corporate Garage metoden, deltage i øvelser og få sparring på nogle af de største udfordringer og muligheder de står overfor.

CORE & Company har desuden et tæt samarbejde med CBS og fortsætter med at holde oplæg om Corporate Garage metoden, cases, mv. for både studerende og erhvervsledere, der tager fag/kurser indenfor innovation.

Aktivitet	KPI	Faktisk	Måleenhed
Interviews	10 stk	10 stk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Udførte interviews: 10</li> </ul>
Eventdeltagere	50 deltagere fra 10 virksomheder	+2.000 deltagere fra mere end 30 virksomheder	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IF/Børsen event på den Sorte Diamant</li> </ul>



			<ul style="list-style-type: none"> <li>• CBS foredrag og undervisning</li> <li>• Netværk Danmark foredrag</li> <li>• TechBBQ stand</li> <li>• Åbent Hus</li> <li>• Master Classes</li> </ul>
Corporate Garage impressions	100.000 stk på tværs af digitale og analoge platforme	Svært at måle præcist, men tusindvis har deltaget på konferencer, læst opslag på LinkedIn, og minimum 66.000 har indirekte været i kontakt med Corporate Garage metoder såsom preetotyping via Facebook.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SoMe posts</li> <li>• Hjemmeside</li> <li>• Crowd netværk</li> <li>• Nyhedsbreve</li> <li>• Events</li> </ul>
Følgere	1.000 nye følgere for CORE og pree.to	+1.000	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LinkedIn følgere</li> <li>• Facebook følgere</li> </ul>
Downloadede guides	1.000	N/A	•
Implementerede garager	10 stk	8 stk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danske Spil</li> <li>• HedeDanmark</li> <li>• ISS</li> <li>• DLG</li> <li>• Kræftens Bekæmpelse</li> <li>• SEAS-NVE</li> <li>• BaneDanmark</li> <li>• TopToy</li> </ul>
Ideer klar til validering	20 stk	27 stk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danske Spil: 2</li> <li>• HedeDanmark: 10</li> <li>• ISS: 5</li> <li>• DLG: 1</li> <li>• KB: 1</li> <li>• SEAS: 4</li> <li>• BaneDanmark: 3</li> <li>• TopToy: 1</li> </ul>
Ideer klar til skalering	5 stk	9 stk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Danske Spil: 1</li> <li>• HedeDanmark: 5</li> <li>• ISS: 1</li> <li>• BaneDanmark: 2</li> </ul>
Ideer med succes i markedet	1-2 stk.	Minimum 2 stk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ISS: Experience Manager</li> <li>• HedeDanmark: Droner ++</li> </ul>



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