

Kreativa näringar möter andra branscher

Många kreatörer upplever mötet med andra branscher som komplicerat. Man har olika utgångspunkter och talar olika språk. Okunskap om kreatörernas kompetens gör att de inte används optimalt. Företagen förstår inte alltid värdet av design eller marknadskommunikation och hur det kan bidra till att lösa problem och öka konkurrenskraften för produkter och tjänster. Företagen försöker istället ofta använda sin egen kunskap istället för att ta in kreatörers kompetens.

Många designers eller kommunikatörer kommer in alltför sent i design- eller idé processen vilket gör att deras kunskaper inte kommer till sin rätt. I företagsstyrelser sitter idag många ekonomer och ingenjörer men mycket få kreatörer. Kreatörer behöver bli bättre på att förstå företagets språk likaväl som företagen måste förstå kreatörer. Det är viktigt att skapa nya möten mellan olika näringar/branscher. Omfattande forskning har visat på vikten av ökat samarbete mellan konstnärer/kreatörer och andra branscher för ökad innovationskraft.

Alla dessa problem kan vändas till något positivt – men då måste företag och kreatörer få möjlighet att mötas för att förstå varandra bättre. Syftet är att skapa hållbar tillväxt genom att få till möten och samtal mellan kreatörer, entreprenörer, affärsutvecklare, ingenjörer s.k. traditionellt näringsliv.

Vårt främsta verktyg för att skapa detta möte är **Innovationsboxen**, ett lab där kreatörer möter utmaningar och möjligheter från företag. Det har visat sig att den stora utmaningen för oss är att få in företag från tillverkningsindustri och andra branscher som skulle kunna ha nytta av kreatörer. Vi har idag en dialog med Svenska Mässan, planen är att utgå från deras industrimässor och förlägga innovationsboxar dit. Vi kommer också att ta kontakt med andra företagskoncentrationer för att få till stånd innovationsboxar.

Företagare beskriver företagets problem eller möjligheter. I rummet sitter kreatörer med syfte att utveckla idéer utifrån företagets presentationer. När kreatörer blir intresserade kan de gå vidare med en fördjupad presentation.

Det är viktigt att betona för kreatörerna att de inte bör presentera hela sin idé för företaget – det gäller att de skall sälja in lagom. Målet är att det skall bli affärer för kreatörerna och att företagen skall märka hur mycket en kreatör kan bidra med.

Christina Nilroth är ansvarig för att driva frågan inom ADA

Mål:

- Fyra rundabordsmöten för kreatörer och andra företrädare för olika branscher
- 80 företag som möts genom fyra Innovationsboxar – två på våren och två på hösten.
- 40 kvinnor och 40 män, med accepterat avsteg på 40-60%
- En debattartikel om frågan på ADA´s hemsida
- Ett seminarium med utgångspunkt i debattartikeln
- 20 nya företagssamarbeten. Antal uppdrag till kreatörerna som deltar i innovationsboxen.
- Fyra nya företag, produkter eller tjänster
- Höjt intresse bland företag att samarbeta med kreatörer