

SOLAR HACKATHON FRÅN IDÉ TILL GENOMFÖRANDE

RAPPORT 2017:381



Solar hackathon från idé till genomförande

PETER KOVÁCS

ISBN 978-91-7673-381-3 | © ENERGIFORSK september 2017 | Omslagsbild: Iivonne Wierink - Fotolia

Energiforsk AB | Telefon: 08-677 25 30 | E-post: kontakt@energiforsk.se | www.energiforsk.se

Förord

Projektet Solar Hackathon, från idé till genomförande har genomförts inom ramen för Solel-programmet vilket bedrivs som ett samarbete mellan Energimyndigheten och näringslivet.

Arbetet är ett steg i en satsning som syftar till att skapa ett nytt forum för kreativ problemlösning och idéutveckling inom solel-området. Inspiration till utformningen har hämtats från IT-branschen. Förhoppningen är att kunskap och erfarenheter från projektet kan bidra till ökad innovationstakt och nytänkande inom utveckling av förnybar elproduktion.

Projektet har genomförts av RISE under ledning av Peter Kovacs.

Här redovisas resultat och slutsatser från ett projekt inom ett forskningsprogram som drivs av Energiforsk. Det är rapportförfattaren/-författarna som ansvarar för innehållet och publiceringen innebär inte att Energiforsk har tagit ställning till innehållet.

Sammanfattning

Denna genomförbarhetsstudie har initierats för att undersöka förutsättningarna för att år 2021, då Göteborg firar 400 år, etablera SOLution Gothenburg vilket är projektets vision om ett internationellt idéevent i toppklass. Eventet som föreslås växa årligen fram till 2021 då det samlar runt 5000 deltagare föreslås ta utgångspunkt i FN:s 17 utvecklingsmål. Det övergripande syftet med eventet är att sammanföra kreativa människor och skapa goda förutsättningar för kreativt samarbete för att på så sätt öka inflödet av idéer och innovationstakten i samhället.

Studien har gett oss flera kvitton på att idén är god.

- Piloteventet "SOLution Göteborg" som genomfördes inom ramen för projektet blev ett mycket lyckat "proof of concept" och visade att idén är bra
- Den feedback vi fått på visionen om SOLution Gothenburg från olika centrala aktörer har visat att det finns goda förutsättningar för en fortsättning.
- Nästa steg är att med stöd av ett antal centrala offentliga och privata aktörer etablera en professionell projektorganisation. Till organisationen behöver en kreativ och professionell "eventarrangör" kopplas om SOLution ska bli det unika event vi ser framför oss

Förstudien har dels genomförts i form av en serie miniworkshops i projektgruppen, vid behov kompletterad med nyckelpersoner utifrån, där vi diskuterat koncept, format och organisation. Dessa diskussioner har kompletterats med intervjuer och träffar med representanter för olika events med beröringspunkter till vår idé, t.ex. SLUSH, Stockholm Tech fest, Climathon och ett Solar Hackathon i USA. Baserat på denna information presenteras ett första utkast till en färdplan mot ett SOLution Gothenburg år 2021, vår vision om ett internationellt idéevent i toppklass.

Summary

This feasibility study has been initiated to examine the potential for establishing Solution Gothenburg the year 2021, when Gothenburg celebrates 400 years. This is the project's vision of a top class international idea event. The event is suggested to grow each year until 2021 when it gathers around 5000 participants. It is proposed to be based on the 17 UN development goals. The overall aim of the event is to bring together creative people and create favorable conditions for creative collaboration in order to increase the flow of ideas and innovation in society.

The study has given several indications that the idea is good.

- The pilot event "Solution Gothenburg" carried out under the project was a successful proof of concept and confirmed that the basic idea is good
- The feedback on the vision of Solution Gothenburg from various key stakeholders has shown that there are good prospects for a continuation.
- The next step is, with the support of a number of key public and private stakeholders, to establish a professional project. For this the organization needs a creative and professional "event organizer" to shape Solution into the unique event we see before us

The pilot study has been partly implemented in the form of a series of mini workshops in the project where we discussed the concept, format and organization. These discussions have been supplemented with interviews and meetings with representatives of different events relevant to our idea, for example, SLUSH, Stockholm Tech Fest, Climathon and a Solar Hackathon in the United States. Based on this information, we present a first draft of a roadmap towards SOLution Gothenburg in 2021, our vision of an international top class idea event.

Innehåll

1	Inledning och bakgrund	7
2	Genomförande	8
3	Resultat	11
3.1	Pilothackathon-SOLution Göteborg	11
3.2	Väglledning från andra event	12
3.3	Färdplan mot 2021	13
3.3.1	Organisationsmodell	13
3.3.2	Budget och Finansieringsmodell	15
4	Diskussion	17
5	Bilagor	18
Bilaga A:	Utvärdering av pilothackathon	19
Bilaga B:	Väglledning från andra event	22
Bilaga C:	Praktiskt upplägg för eventet	24

1 Inledning och bakgrund

SP (numera RISE) drev under 2014-2015 det VINNOVA- och VG-region finansierade projektet "Testbädd för nya solenergilösningar med fokus på teknik- och affärsutveckling" tillsammans med bland annat Chalmers Ventures. Projektet kopplade samman teknisk och affärsmässig kompetens och byggde ett nätverk av testbäddsägare, forskare och problemägare inom solenergiområdet. Syftet var att i en öppen innovationsinfrastruktur erbjuda tillämpade tjänster för att ta goda idéer vidare. Projektet bidrog bland mycket annat till att startup-bolaget Epishine bildades, men en bestående erfarenhet var ändå att de goda idéerna som med projektets stöd skulle kunna börja realiseras lyste med sin frånvaro. Så föddes idén om att bygga ett regelbundet återkommande event som en metod för att generera nya idéer och ge dem en bra start på vägen mot realisering. Vår idé formulerades i en vision med solenergin i fokus: *Att SOLution – Gothenburg till år 2021 ska locka tusentals tävlingsdeltagare och 3-4 ggr så många följare och "hang arounds" från hela världen. Tävlingsjuryn ska bestå av internationella företagsledare, forskare och politiker och ledas av en globalt erkänd och framgångsrik greentech entreprenör såsom till exempel Elon Musk.* Denna förstudie som pågått från januari 2016 till och med mars 2017 initierades för att undersöka förutsättningarna för ett sådant event.

Arbetet har inspirerats av och delvis hämtat erfarenheter från företeelser som dataspelseventet Dreamhack, "pitch-festerna" SLUSH och Stockholm Tech-fest. Inget av dessa motsvarar dock projektets vision om ett världsunikt idéskaparevent som ska ha ett helt annat innehåll. Inte heller ser vi att de olika hackathons som vi lärt oss om under projektets gång annat än i vissa delar motsvarar denna vision.

2 Genomförande

Fyra organisationer med komplementära verksamheter har medverkat i tillkomsten och genomförandet av förstudien: RISE, Chalmers Ventures, Business Region Göteborg och Hållbar Utveckling Väst. Projektet har finansierats av Västra Götalandsregionen samt Energimyndighetens och Energiforsks program "El från solen" och av deltagande organisationer, inklusive den utökade projektorganisationen.

Följande personer och representerade organisationer har medverkat i den offentligt finansierade projektgruppen:

- Håkan Axelsson, Chalmers Ventures, har varit projektledare och ledande visionär och bland annat representerat start-up/ inkubatorrollen. Han har också hämtat in erfarenheter från liknande event runt om i världen
- Peter Kovács, RISE (Tidigare SP Sveriges Tekniska Forskningsinstitut) har agerat biträdande projektledare och representerat tekniska frågeställningar och institutets roll som expertstöd och idéförvaltare
- Erik André och senare Rickard Waern, Hållbar Utveckling Väst, har arbetat med infrastruktur och uppföljning av vårt pilothackathon och representerat energikontor, energi- och klimatrådgivare och kommunala verksamheter.
- Lars Bern, Business Region Göteborg, har representerat frågor som rör det regionala näringslivet, det potentiella marknadsföringsvärdet av eventet och förvaltandet av idéerna.

Dessutom har projektet fått ta del av ett bitvis enastående engagemang från personer och organisationer utanför den ursprungliga projektgruppen.

- Anette Myrheim och Göteborg Energi AB har tillsammans med ett stort antal medarbetare, ett fantastiskt engagemang och en försvarlig insats av tid och pengar gjort att SOLution Göteborg blev en positiv erfarenhet. Man bidrog också starkt till att ta vara på erfarenheterna genom en gedigen intern utvärdering.
- Patrik Westerlund med företaget Shift Design & Strategy har bidragit med kreativt tänkande kring eventplanering och genomförande. Han medverkade också i SOLution och i påföljande utvärdering och har tagit fram ett första förslag på format och budget för en stegvis upprampning av aktiviteterna mot 2021.
- Kortare inspel med idéer kring upplägget för piloteventet har också gjorts av Mats Blysing, Huston media och Fredrik Stiernlöv, AV-Planner

Förstudien har dels genomförts i form av en serie miniworkshops i projektgruppen, vid behov kompletterad med nyckelpersoner utifrån, där vi avhandlat en rad olika frågor, till exempel:

- Hur skall eventet organiseras?
- Hur ska styrning och incitament utformas?
- Vilka grupper och deltagare ska bjudas in?
- Hur kan vi bygga en hype och göra det coolt och intressant att delta i eller besöka eventet?

- Hur ska resultaten i form av idéer och innovationer förvaltas?
- Sponsorer och finansiärer?
- För & nackdelar med ett bredare hackathon perspektiv?
- Etc...

Dessa diskussioner har kompletterats med intervjuer och träffar med representanter för olika events med beröringspunkter till vår idé, t.ex. en kampanj hos Absolut Vodka, Stockholm Tech fest, Climathon och ett Solar Hackathon i USA.

Ett pilot-hackathon, vilket var ett önskemål från Energimyndigheten, planerades inledningsvis att genomföras inom ramen för det E2B2-finansierade forskningsprojektet "Solavskärmningar i praktiken". Detta för att vi i projektgruppen skulle få en konkret erfarenhet av ett i någon mån liknande evenemang som det vi beskrivit i vår vision. Att Göteborg Energi engagerade sig i projektet ledde så småningom fram till att man tog på sig värdskapet för vårt pilotevent. Detta fick därmed en betydligt större omfattning än vi ursprungligen tänkt oss vilket har varit ovärderligt för projektet som därigenom fick en mycket starkare förankring i de olika frågeställningar vi haft att besvara.

Planeringen av pilot-eventet genomfördes i samverkan mellan projektgruppens organisationer och Göteborg Energi som tog ansvar för alla praktiska delar av arrangemanget. I detta ingick bland annat lokalfrågan, catering, säkerhetsfrågor (skyddsklassat objekt), utsmyckning, städ, profilartiklar, dokumentation och bevakning från media och i sociala medier samt bemanning. För att ge underlag för utmaningen om att visualisera information tog man också fram anonymiserade förbrukningsdata från ett urval av sina kunder. Projektgruppen utanför Göteborg Energi satte upp och administrerade en Facebooksida och en projektwebbplats, definierade kriterier för tävlande och jury samt bemannade juryn. Man tog fram ett API för att förenkla åtkomsten av data från Göteborg Energi och sammanställde information om solenergi och bytesekonomi till stöd för de tävlande.

Gemensamt löstes vidare uppgifter som rekrytering av tävlingsdeltagare, etablering av priser och priskriterier samt definition och beskrivning av de tre utmaningar som presenterades för de tävlande:

- Hur kan delningsekonomi eller mikromarknader användas för solenergi?
- Hur kan vi integrera solceller i samhället och stadsmiljön?
- Hur kan vi utnyttja, dela och visualisera information om solenergiproduktion/konsumtion?

SOLution Göteborg genomfördes under två intensiva dagar i november 2016. Programmet framgår av Figur 1. Tävlingsdeltagarna, 50 personer fördelade på 11 lag, hade knappt 24 timmar på sig att utveckla sina idéer och förbereda presentation/ pitch av sina bidrag.

21-nov		22-nov	
11:00	Incheckning	03:00	Energizer
11:30	SOLution START	07:30	Frukost
	Välkommen	09:30	Fika/frukt
	Energizer (Inspiratör) Intro verktyg	10:00	Närvarande medlemmar i Jury träffas för en briefing
12:00 - 13:00	Lunch	10:45	SOLution STOP
14:30	Fika/frukt/musik	11:00	Pitchar/ Presentationer av tävlingsbidrag
17:00	Middag	12:30	Lunch
			(häng/väntan i ljusgården)
20:30 - ...	Kvällsmat		Jury sammanträder
24.00 - 01:00	Energizer	ca 13:30	Prisutdelning i ljusgården
		ca 14:00	Utcheckning
Hela eventet	Träningslokal tillgänglig, atmosfärmusik, fika & frukt		

Figur 1. Programmet för SOLution Göteborg

Sammanfattningsvis blev eventet en mycket positiv erfarenhet som ingår som en väsentlig del i våra resultat. Ytterligare information finns att få via eventets webbplats som sattes upp för att hantera informationsflödet och rekryteringen men även genom att besöka eventets Facebookgrupp eller hashtaggen #solutiongot på Twitter.

Ett avslutande möte med projektets referensgrupp har hållits i syfte att undersöka idéns bärkraft hos offentliga och privata aktörer och i den mån det faller väl ut, inleda en förankringsprocess och en diskussion om vägen framåt.

3 Resultat

Projektet har resulterat i många idéer och en färdplan för hur konceptet ska kunna realiseras och utvecklas genom en serie årligen återkommande event. Den kanske viktigaste slutsatsen är att idén och visionen har haft en stark dragningskraft på en rad olika aktörer som bidragit till att detta första pilotevent blev så bra. Detta har stärkt projektgruppen i sin förvisning om att även den långsiktiga visionen mot SOLution Gothenburg 2021 har goda förutsättningar att realiseras.

Piloteventet SOLution Göteborg blev betydligt större än vad vi planerat vilket bidragit till projektets resultat i en mycket större omfattning än vad den ursprungligen planerade aktiviteten kunde ha gjort. Det har samtidigt inneburit att samtliga projektpartners förbrukat mer resurser än planerat för detta ändamål och för projektet i sin helhet.

3.1 PILOTHACKATHON-SOLUTION GÖTEBORG

SOLution Göteborg gick i mål med elva lag som presenterade sina bidrag för en sex personer stark jury. Bland bidragen fanns till exempel ett om en ny valuta-Suncoin och ett om att täcka en tankar med solceller för vattenavsaltning till katastrofhardar. Förslagen som prisades var mer jordnära och summeras kort i Tabell 1.

Tabell 1. De tre största priserna i SOLution Göteborg, vilka som fick dem och varför

Pris	Juryns motivering	Lag och Idé
Chalmers Ventures och Climate-KIC:s Greenhouse pris (5000 € och coachning)	En mycket bra pitch från ett energifyllt team. Vi gillar att fler konsumenter motiveras att använda solceller. Det finns en tydlig affärsmodell och vi ser stora möjligheter att nå ut med budskapet till en stor publik via t.ex. sociala medier.	Solcellskollen (Studenter och yrkesverksamma) En webbaserad marknadsplats där husägare enkelt kan räkna ut hur lönsamt det är att sätta solceller på sitt tak samt få hjälp att få in offerter från olika rekommenderade installatörer
Göteborg Energi Miljöfonds pris (25 000 kr)	En inspirerande idé där laget vill skapa en modern, digital mötesplats och etablera en ny affärsmodell för aktörer med helt olika förutsättningar. Det är i mötet mellan de som har tillgång till lämpliga ytor och de som brinner för ökad andel solel men inte har tillgång till lämpliga ytor, det kommer att hända. Det är en idé som fonden gärna vill ge möjlighet till fortsatt utveckling	PARC (Studenter) PARC avser att erbjuda en marknadsplats där t ex. personer som inte har tillgång till ett eget hustak för att sätta upp solceller kan hyra in sig på någon annans tak
SP/ RISE projektutvecklingspris	En lösning som kan bidra till hållbara byggnader, den största användaren av energi. Lösningen stödjer den typ av	Ett soligt Göteborg

Pris	Juryns motivering	Lag och Idé
(40 h expertstöd)	integrerade lösningar som gör det möjligt för solenergi att hitta en större marknad. SP/ RISE:s två pågående forskningsprojekt "Soligt o Smart" och "Solavskärmningar i praktiken" ger ökade möjligheter att ta iden vidare både tekniskt och affärsmässigt.	(Yrkesverksamma: Fastighetsägare, arkitekt, solelentreprenör) En webbtjänst med vars hjälp en fastighetsägare kan göra en snabbedömning av en elgenererande solavskärmning på sin fasad: Kostnad, besparing, utseende

Projektgruppen har utvärderat Solution Göteborg utifrån egna erfarenheter och via enkäter till tävlande deltagare. Några av de viktigaste slutsatserna sammanfattas i följande punkter:

- Kommande satsningar behöver bli betydligt bättre på förarbetet. Viktiga förbättringspunkter är tydligare rollfördelning och resursallokering.
- Kommunikation och marknadsföring av eventet är en särskilt viktig aspekt som behöver fungera bättre.
- Konceptet har fungerat bra - själva eventet gick mycket väl enligt både arrangörer och deltagare.
- Förbättringspunkter är struktur och sammansättning av pitchen samt juryn, som behöver mer tid för varje bidrag och som bör finnas med på plats under en större del av tävlingen.
- Att ha studenter och yrkesverksamma på samma event medför både möjligheter och problem som behöver tas tillvara på respektive minimeras i kommande omgångar
- Ett starkt engagemang och involvering från gruppen problemägare, både i förberedelser, särskilt i formulering av tävlingsutmaningar, och som deltagare i tävlande lag, är en viktig framgångsfaktor för att åstadkomma riktiga lösningar med goda förutsättningar att realiseras.

En detaljerad utvärdering och analys av eventet presenteras i bilaga 1.

3.2 VÄGLEDNING FRÅN ANDRA EVENT

Information om event som vi i något avseende har sett som vägledande eller inspirerande har samlats in genom en blandning av besök/ deltagande, intervjuer med nyckelpersoner och web-research.

Sammanfattningsvis har detta resulterat i följande slutsatser:

- Andra event med i någon mån liknande innehåll som varit framgångsrika och vuxit har vid sidan av det egentliga syftet lagt ett stort fokus på "fest".
- Kända "ambassadörer" inom strategiska områden, till exempel venture capital och entreprenörskap vid det finska SLUSH, har bidragit till att marknadsföra och locka deltagare till eventen
- Massor av volontärer är en nödvändig resurs i sammanhanget
- En internationell roadshow har bidragit starkt till framgången hos ett av de internationella eventen-SLUSH

- Innehållsmässigt har vi inte hittat något annat event som gör det vi vill göra med SOLution Gothenburg, men Stockholm Tech Fest hade senast en del med inriktning mot FN:s utvecklingsmål vilket kan vara ett spår att samarbeta kring.

En utförligare sammanställning av erfarenheterna från andra event återges i bilaga 2.

3.3 FÄRDPLAN MOT 2021

Vi föreslår att SOLution Gothenburg byggs steg för steg med utgångspunkt från denna förstudie och genom årligen återkommande, successivt växande event. Målet är att i samband med att Göteborg firar 400 år 2021 landa i ett fullfjädrat idéevent i internationell toppklass. Eventet byggs kring tre olika komplementära arrangemang med idétävlingen i centrum: Tävling, Konferens/ Kunskapsspridning och Utställning/ Labb/ Workshops. För att etablera eventet internationellt föreslås bland annat en för-turné inspirerad av SLUSH framgångar, se Tabell 2. Ett förslag på praktiska detaljer kring arrangemanget baserat på erfarenheterna från SOLution Göteborg redovisas i bilaga 3.

Tabell 2. Tänkt utveckling av SOLution Gothenburg från pilot till internationellt event

År	Tävlande	"Hang arounds"	Innehåll	Målgrupp
2016	50	20	Pilot	Göteborg
2017	-	-	Planering	
2018	100	350	Tävling Konferens	Sverige
2019	250	700	Tävling Konferens	Sverige
2020	500	1500	Tävling Konferens Utställning För-turné	Europa
2021	1000	4000	Tävling Konferens Utställning För-turné	Internationellt

3.3.1 Organisationsmodell

Baserat på erfarenheter från benchmarkevent som till exempel SOLUTIONS/StockholmTech Fest och SLUSH så är det viktigt att etablera en organisationsmodell som stöder mobilisering och hantering av följande fyra viktiga intressentgrupper och resurser:

- Strategiska Ambassadörer
- Finansiärer/sponsorer
- Volontärer
- Samarbetspartners

Ambassadörer: Erfarenheten från både SLUSH och SOLUTIONS är att kända namn i deltagarlistan är viktigt för att locka många och andra bra personer till eventen. I denna rekryterings process av "kändisar" är personliga kontakter centralt. Det är därför strategiskt viktigt att knyta till sig en grupp ambassadörer med stora nätverk som kan och vill använda sina personliga kontakter för att i sin

tur bjuda in fler kända och intressanta deltagare. Detta är det första byggblocket i en framgångsrik organisationsmodell.

Sponsorer: Ett event av denna storlek kommer att vara beroende av att etablera ett långsiktigt samarbete med ett antal nyckelfinansiärer och sponsorer som dels sympatiserar med eventets mål & ambitioner men som dessutom kan utnyttja eventet för att uppfylla egna mål. Exempel på det sistnämnda kan vara kopplat till regional/nationell näringslivsutveckling, egen kompetens och idéutveckling, varumärkes profilering och naturligtvis på lite längre sikt uppfylla konkreta hållbarhetsmål. Sponsorfinansiering kommer att vara speciellt viktig under en tillväxt- och utvecklingsfas innan eventet är etablerat och delvis kan självfinansieras genom besökaravgifter och då från följare och "hang arounds" eftersom man vill undvika att ta betalt av deltagarna i tävlingsmomenten. Sponsororganisationen är det andra byggblocket i eventorganisationen.

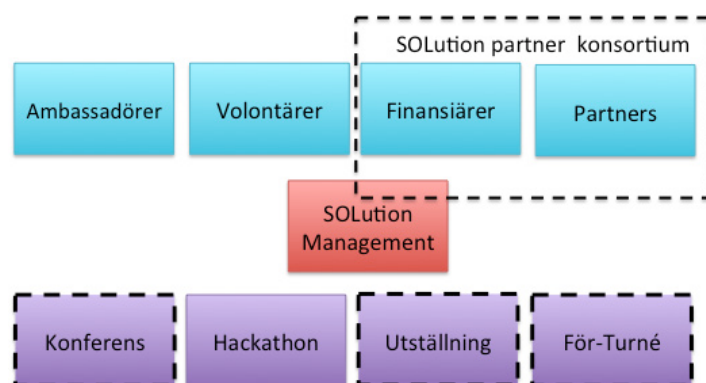
Volontärer: Erfarenheten från både SLUSH och SOLUTIONS men även Göteborgs Filmfestival är att ett event av den storleken är mycket svårt att genomföra med en balanserad ekonomi om man inte lyckas mobilisera ett stort antal engagerade volontärer. Med tanke på ett starkt allmänt intresse och i synnerhet bland studenter för de frågor och utmaningar som SOLution – Gothenburg kommer att byggas runt så borde det finnas goda förutsättningar för att bygga en stark volontärbas. Detta är det tredje blocket i ett framgångsrikt event organisation.

Samarbetspartners: Det fjärde organisationsblocket fokuserar på mobilisering och koordinering av intressanta samarbetspartners för att dels rekrytera deltagare och dels bidra till genomförandet av de olika event-momenten. Exempel på partners är inkubatorer, studentorganisationer, branschorganisationer, regionen, BRG etc.

Till organisationsbyggblock för att hantera de viktigaste intressentgrupperna ovan så tillkommer för SOLution-Gothenburg också tre block för att hantera eventinnehåll.

- Hackathon
- Kringevent & konferens
- Utställning

Arbetet i de olika blocken koordineras av ett managementblock, se Figur 2.



Figur 2. En tänkbar organisationsmodell för att bygga SOLution Gothenburg

I en uppstartsfas (År 1) då eventet har en begränsad omfattning både vad avser deltagare och ekonomiska åtagande och risker så är det möjligt och rimligt att eventet drivs i projektform under det juridiska paraplyet av en partner i eventkonsortiet. Från och med år 2 så bör eventet förmodligen dock drivas i egen juridisk form (Aktiebolag) för att dels frikoppla den ekonomiska risken från en enskild part men också skapa en tydlig och formell styrning genom aktieägaravtal och samverkansavtal med alla eventpartners. Eventets huvudpartners och intressenter bör ha inflytande som ägare medan inflytande och relation med övriga partners (till exempel sponsorer) regleras med samverkansavtal. Den modell som använts för etablering av lokala science parks såsom till exempel Lindholmen och Johanneberg kan förmodligen fungera som inspiration och mall för den juridiska konstruktionen. Exempel på tänkbara huvudpartners och därmed aktieägare i SOLution-Gothenburg AB är Volvo AB, Stena AB, Renova, Göteborg Energi, SKF, Akso Nobel, Wallenstam, Chalmers, BRG etc.

3.3.2 Budget och Finansieringsmodell

Finansieringen av SOLution-Gothenburg kommer att behöva bygga på fyra ben:

- Aktiekapital
- Projektstöd
- Sponsorskap
- Biljettintäkter

Under uppbyggnadsfasen så kommer huvuddelen av en eventbudget att behöva finansieras av de tre förstnämnda kategorierna (år 1 av projektstöd och sponsorstöd) men det är realistiskt att förvänta sig att egengenererade intäkter kan komma att utgöra minst hälften (?) av finansieringen år 2021.

Den förstnämnda kategorin är ett instrument som med fördel används för ett finansiellt bidrag från eventets huvudpartners inom näringsliv och kommunen (tex BRG) eftersom det dels kopplas mot ett långsiktigt engagemang och dels mot ett direkt inflytande i hur SOLution-Gothenburg utvecklas och genomförs.

Projektstödsinstrumentet är främst en lösning för offentliga samverkanspartners såsom VGR, Vinnova, Energimyndigheten, Climate-KIC etc och kan vara ett- eller fleråriga. Graden av inflytande regleras i avtalen. Till detta kommer sponsorskap från övriga näringslivspartners på ett eller flera års avtal. En första uppskattning av kostnader och intäkter för SOLution Gothenburg fram till 2021 framgår av Tabell 3.

Tabell 3. Vår uppskattning av några nyckelindikatorer för den fortsatta resan mot 2021

År	Tävlande	Hang arounds	Innehåll	Målgrupp	Budget (MSEK)	Organisation/ Finansiering
2018	100	350	Tävling Konferens	Sverige	1,2	Projekt 15% inträde
2019	250	700	Tävling Konferens	Sverige	2	Bolag 20% inträde
2020	500	1500	Tävling Konferens Utställning För-turné	Europa	4*	Bolag 40% inträde
2021	1000	4000	Tävling Konferens Utställning För-turné	Internationellt	6*	Bolag 60% inträde

En detaljerad finansieringsplan baserad på ovanstående byggstenar kan tas fram när ambition, mål och en genomarbetad budget finns framtaget för SOLution-Göteborg för hela perioden 2018–2021.

4 Diskussion

Förstudien har tagit sin utgångspunkt i idén att vi behöver utveckla bättre metoder och format för att sammanföra kreativa människor och skapa goda förutsättningar för kreativt samarbete. På så sätt tror vi oss kunna öka inflödet av idéer och innovationstakten i samhället. Den metod vi valt att undersöka utgår från hackathonkonceptet som vi praktiserat i en egen form genom ett pilotevent ägnat åt solenergilösningar. Erfarenheterna från piloten har kombinerats med information från några väl valda aktuella event. Ett första utkast till en färdplan mot ett SOLution Gothenburg år 2021, vår vision om ett internationellt idéevent i toppklass, har därefter färdigställts av projektgruppen. Förstudien har landat i följande slutsatser:

- Piloteventet har visat att idén och konceptet fungerar mycket bra i den skala det genomfördes. I en uppskalning kan formatet komma att förändras radikalt, men vi kan konstatera att grundidén håller.
- Vi konstaterar att det finns goda skäl att utöka antalet områden som eventet ska adressera och föreslår FN:s 17 mål för hållbar utveckling som en ram för tävlingsutmaningarna. Eventet skulle mycket väl också kunna adressera sociala utmaningar. Tanken kom dock upp för sent i projektet för att kunna förankras på ett bra sätt.
- En annan senkommen tankegång går ut på att vi i projektgruppen tänkt alltför konventionellt kring eventets format. Nya IT-lösningar, spelutveckling, virtual reality med mera är den yngre generationens vardag. Att bygga delar av eventet utifrån denna vardag erbjuder genast en rad andra möjligheter men väcker också nya frågor.
- Vi kan fortfarande hävda att idén är ny då vi efter en hel del research inte hittat något motsvarande någon annanstans. Samtidigt har vi identifierat flera event ur vilka vi kan hämta inspiration och idéer. Vi har också etablerat kontakt med flera personer som varit med och skapat dessa event.
- En stor utmaning för ett event i större skala blir att skapa kreativa (avgränsade) miljöer för så många tävlande. Detta har lett oss till slutsatsen att 1000-talet tävlande kan vara en övre gräns för att det ska vara ett praktiskt hanterbart format.
- Den feedback vi fått på visionen om SOLution Gothenburg från olika centrala aktörer har visat att det finns goda förutsättningar för en fortsättning.
- Nästa steg är att med stöd av ett antal av dessa aktörer etablera en professionell projektorganisation. Till organisationen behöver en kreativ och professionell "eventarrangör" kopplas om SOLution ska bli det unika event vi ser framför oss.
- Vi tror att SOLution Gothenburg på ett påtagligt sätt kan komma att bidra till realiserandet av flera av FN:s hållbara utvecklingsmål och därmed göra nytta både globalt och på nära håll. Om detta sker så är det närmast givet att det också ger stora utvecklingsmöjligheter för det regionala näringslivet.

5 Bilagor

Bilaga A Utvärdering av pilothackathon

Bilaga B Erfarenheter från andra event

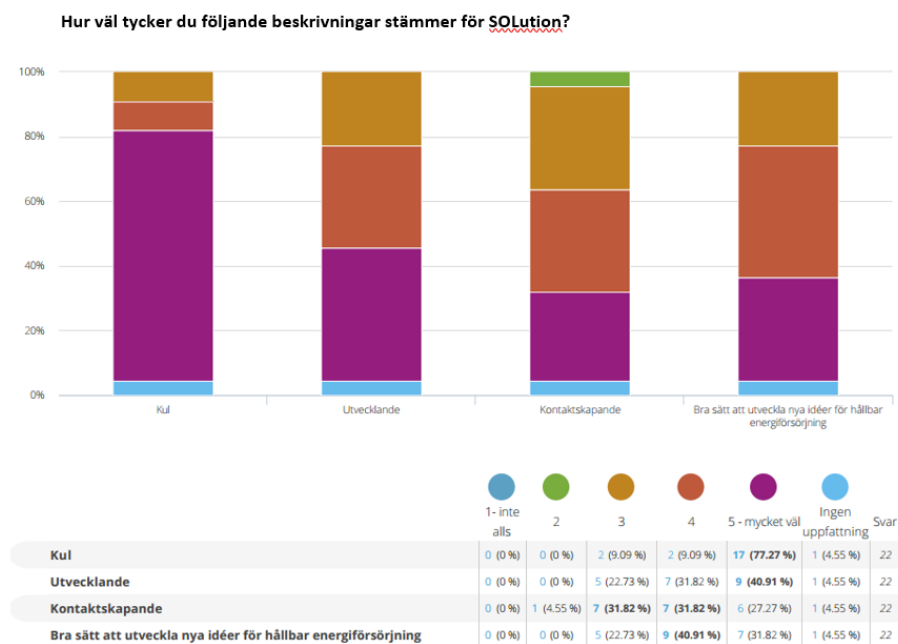
Bilaga C Praktiskt upplägg för eventet

Bilaga A: Utvärdering av pilothackathon

Utvärderingen av eventet baseras på fyra delar. Dessa är projektgruppens egna reflexioner efter eventet, ett utvärderingsmöte som Göteborgs Energi höll över projektet och sin insats, en enkät till de deltagare som var med på SOLution samt en enkät riktad till personer som uttryckt intresse för deltagande men i slutändan valde att avstå.

Projektet genomförde efter eventet en enkät, som besvarades av 22 deltagare vilket var knappt hälften av alla tävlande. Deltagarnas allmänna omdöme redovisas i Figur 1. Deltagarna var ganska jämt fördelade mellan yrkesverksamma och studenter. Personliga kontakter var den överlägset vanligaste anledningen till att deltagarna hört talas om eventet med 50% av svaranden.

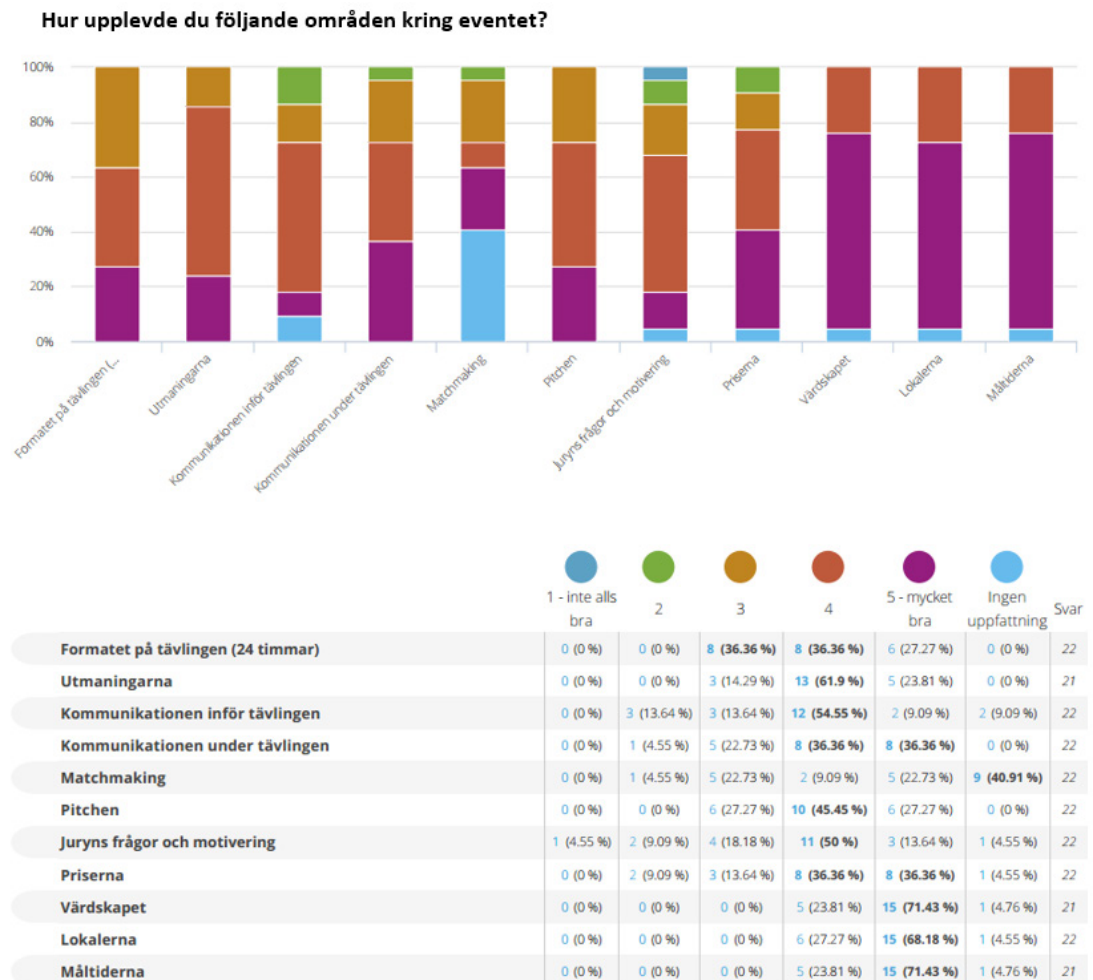
Mellan 59 – 86 % av svaren över alla fyra områden låg inom spannet 4-5. Kontaktskapandet är det område som hamnade lägst, men även där var nästan två tredjedelar av svarandena positiva. Med tanke på de höga snittsiffrorna och att nästan inga bedömningar hamnat lägre än 3 kan eventet anses lyckats bra över alla fyra områdena. På frågan "Om arrangemanget återkommer, skulle du kunna tänka dig att anmäla dig nästa gång" svarade 82 % "ja" och 18 % "kanske".



Figur 1. Deltagaromdömen om piloteventets värden

Svaren på frågor kring eventets format och praktiska genomförande redovisas i Figur 2. Deltagarna angav höga värden i alla kategorier bortsett från matchmaking. Bortsett från den sistnämnda kategorin var procentandelen svar i spannet 4-5 mellan 63 – 95%. Särskilt bra betyg fick värdskapet, lokalerna och måltiderna där i princip alla svaranden angav 4 eller 5. Matchmakingen fick visserligen inte låga

betyg, men att 40 % av deltagarna inte hade någon uppfattning är värt att notera. Om detta beror på att många kom dit i färdiga lag eller andra anledningar framgår inte av svaren.



Figur 2. Deltagaromdömen om eventets format och praktiska genomförande

SLUTSATSER OM FÖRBEREDELSE

Förarbetet har varit projektets svagaste sida. Det tydligaste problemet är utan tvekan kommunikationsbiten som tydligt inte fungerat så bra som den borde enligt samtliga utvärderingar som gjorts. Göteborgs Energis utvärdering pekar på den sannolika roten av problemet – avsaknad av resurser, otydlig rollfördelning och många parter involverade i arbetet.

I ljuset av dessa problem är det tydligt att en kommande satsning redan i ett tidigt stadie behöver skapa en tydlig rollfördelning, resurser i tid och medel avsatta för varje roll och specifikt fundera djupare på hur kommunikationen ska genomföras. Alla dessa aspekter bör därför beaktas i en kommande roadmap och fördjupas i projektplanen.

Göteborgs Energi tycker, trots de delvis dåliga erfarenheterna med det förberedande arbetet, att det varit ett intressant arbete, att konceptet är bra och de fortsätter gärna medverka. För projektets trovärdighet gentemot potentiella partners är det dock mycket viktigt att undvika en upplevelse av att de behöver satsa mer resurser än förväntat.

SLUTSATSER OM GENOMFÖRANDET

Överlag är det tydligt att eventet gått mycket bra – både deltagare och organisatörer gör denna bedömning. De problem och negativa kommentarer som nämns är undantag och går rent generellt stick i stäv mot de höga betygen för de olika frågorna. De bör därmed inte tolkas som att det krävs stora ändringar i konceptet, utan som värdefulla informationspunkter för att minska enskilda svagheter och ytterligare stärka upplägget.

Det största problemet är dessvärre ett som är svårt att undvika utan stora förändringar, nämligen de praktiska svårigheterna för många att sätta undan två dagar för ett hackaton. En viktig sak är dock att få ut information om eventet i god tid – på detta vis kan förhoppningsvis personer som annars inte kunnat delta planera bort många av de praktiska hindren. Ett större event med högre profil bör också bidra till ökad motivation att delta.

Pitchar och jury är ett område som verkar kunna förbättras. Riktlinjer för hur en pitch ska läggas upp, strängare tidshållning och att uppmana deltagarna att öva på sin pitch en stund innan det är dags är några tänkbara lösningar för pitchen. Vad gäller juryn skulle de dels behöva en möjlighet att sätta sig in i de olika lagens arbete tidigare i processen, samt få mer tid mellan pitch och utlåtande för att kunna göra bättre bedömningar. En annan fråga är vilka kompetenser juryn bör ha – där finns inget riktigt bra svar men det är en bra fundering inför kommande event.

Att ett lag kommer till start med en "färdig" idé upplevs av vissa som orättvist. Generellt handlar det om hur regler ska utformas för att eventet verkligen ska bidra till nya idéer eller nya innovationer där det senare mycket väl kan bygga på en färdig idé. Detta är en "klassisk" fråga i hackathonsammanhang varför det bör finnas gott om erfarenheter och bra lösningar på frågan.

Slutligen innebär det både problem och möjligheter att ha med studenter och yrkesverksamma i samma tävling. Studenterna saknar de kunskaper och marknadsinsikter yrkesverksamma har, och kan därmed komma med lösningar eller idéer som redan är påtänkta. Å andra sidan har de unika perspektiv som bidrar till kreativitet och kan väcka nya tankar. Ett sätt att komma runt det skulle vara att ha olika kategorier i tävlingen – t ex för yrkesverksamma, studenter samt mixade lag. De senare bör då, för att säkra höjden på resultaten, inte ha en alltför stor andel studenter. Samtidigt är den optimala mixen sannolikt olika beroende på hur utmaningen ser ut. En annan uppdelning skulle kunna vara mellan föranmälda lag och lag som sätts ihop på plats, eller en kombination med ovanstående. Den här punkten kommer sannolikt bli allt viktigare ju större satsningen blir.

Bilaga B: Vägledning från andra event

SLUSH genomförs varje år i november i Helsingfors och är Europas största event för startups och VC-bolag inom olika tech-sektorer. Organisationen bakom SLUSH har på 9 år från ingenting (250 personer första gången år 2008) lyckats bygga upp ett event som lockar 17 500 besökare, 2300 startups, 1100 VC-bolag och 600 journalister från hela världen. Huvudmålgruppen för SLUSH är etablerade startups (om än i tidig fas) och VC-bolag och formatet är ganska traditionellt med startups som pitchar (tävlingar) och keynotes från kända entreprenörer och VC-representanter. Det som skiljer från en "vanlig" startup-konferens är istället inramningen och scenografin som påminner mer om en nattklubb samt festerna i direkt anslutning till de mer seriösa avsnitten. Detta är uppenbarligen ett recept som fungerar i kombination med några strategiska satsningar enligt följande.

En viktig del i SLUSH framgångsrika strategi för att bygga ett event som lockar tunga namn och deltagare från hela världen är dels att man lyckats engagera en grupp ledande startup- och VC profiler med stora personliga nätverk som **ambassadörer** tex Niklas Zennström (Skype & Atomico), Taizo Son (GungHo), Ilkka Paananen (Supercell), and Risto Siilasmaa (Nokia). Den andra viktiga delen i strategin har varit att man satsat på att turnera runt på olika platser i världen med olika SLUSH **lokala event** för att sprida information och skapa intresse för huvudeventet i Helsingfors.

En tredje viktig komponent i framgångsreceptet är att man bygg upp ett starkt engagemang från **volontärer** som jobbar ideellt med genomförande av eventet. Under SLUSH-2016 så arbetade ca 2000 volontärer med eventet.

Stockholm Tech Fest är ett event som i mångt och mycket liknar SLUSH vad avser målgrupp och format dock inte lika coolt och stort. Eventet är också mycket yngre (startade 2014) men man hade dock över 2000 besökare redan första året vilket delvis kan förklaras av att man kunde bygga på den satsning på en lokal tech-startup community som Stockholms stad hade dragit igång året innan.

Stockholm tech fest har haft en gemensam strategi med SLUSH att man satsat på att tidigt knyta tunga och kända namn till sitt event som i sin tur har lockat andra intressanta människor samt även fungerat som dragplåster för den stora massan av besökare. Precis som SLUSH så är huvudmålgruppen också redan etablerade startups samt VC-bolag.

Sthlm Tech Fest har under de första åren varit ett endags event men från förra året utökade man med en andra dag som man inriktat mot lösningar och startups som bidrar till **FN:s 17 utvecklingsmål**. Denna andra dag har fått ett eget namn, SOLUTIONS men själva formatet skiljer inte så mycket från dag ett förutom att varje pitch session är kopplat till ett visst utvecklingsmål och att den inleds av en expert som ger en inramning och introduktion till de utmaningar som är kopplade till det aktuella målet. Eftersom SOLUTIONS bara körts en gång så finns ännu inte så mycket erfarenheter men organisatörerna har för avsikt att vidareutveckla konceptet och man överväger att frikoppla det från Sthlm Tech Fest och kan tänka sig förlägga det till Göteborg åtminstone vart annat år. **Här finns en uppenbar möjlighet till samarbete kopplat till idén om SOLution-Gothenburg.**

Climathon är ett årligen återkommande distribuerat event som arrangeras av Climate-KIC. Climate-KIC är ett public-private partnership initierat och till huvuddelen finansierat av European Institute of Technology (EIT). Syftet och målet är att stimulera utveckling och spridning av lösningar som bidrar till att minska klimathotet genom entreprenörskap och startup. Climathons, som är ett av många olika C-KIC initiativ, är 24-timmars hackathons med inriktning mot att skapa nya idéer på lösningar som minskar klimathotet. Dessa arrangeras samtidigt på olika platser över hela världen (jämför WWF Earth Hour) och 2016 deltog 59 städer. Climathon-eventen är idag mer ett verktyg för Climate-KIC att marknadsföra sig än ett initiativ som skapar nya och riktigt bra lösningar. Detta då varje event organiseras lokalt med relativt små resurser och med mycket fokus på studenter som deltagare. Här finns dock dels en del **erfarenhet av att arrangera hackathons inriktat mot utmaningar som ligger i linje med de teman som kommer att tas upp i SOLution-Gothenburg** dels en erfarenhet av att rekrytera deltagare över **hela världen** även om dessa deltar på sina respektive hemorter och primärt är studenter. Båda dessa erfarenheterna är intressanta för SOLution-Gothenburg och C-KIC kan mycket väl vara en tänkbar samverkanspartner tex för att rekrytera deltagare att komma till Göteborg. Såväl Johanneberg Science Park, Göteborgs Stad, Chalmers och Chalmers Ventures är idag dessutom Climate-KIC partners.

Bilaga C: Praktiskt upplägg för eventet

Utifrån de erfarenheter projektet hämtat in från andra event och från piloteventet har vi sammanställt ett underlag för de olika praktiska arrangemang som krävs för ett bra event.

Valet av lokal/ miljö

Inspirerande miljö är A och O för att skapa förutsättningar för kreativitet. Med inspirerande miljö menar vi främst något som skiljer sig från arbetets eller studiernas vardag och samtidigt har en infrastruktur som fungerar för eventet. När eventet växer ställs organisationen inför utmaningen att finna lokaler som kan husera mellan 250 – 1000 tävlande deltagare och fyra gånger så många "hang arounds". Göteborgs Energis lokaler fungerade fint för storleken på piloteventet. Deras utrymmen var förvånansvärt goda för syftet. En lärdom är att ett rum per grupp är viktigt. Varje grupp ska känna att detta är deras hem under 24 timmar och att de kan göra vad de behöver för att släppa loss kreativiteten. Framtida event kanske måste ske på flertalet ställen för att på så vis få tillgång till infrastruktur som fungerar för alla. Alternativet är att bygga en miljö i en större lokal likt Svenska Mässan (vilket vi tror vore alltför konventionellt) eller en fabriksmiljö. Fördelen med detta är att den går att göra mer publik och bjuda in till kunskapsspridning och workshops på samma ställe.

Underhållning/ Fest!

Ett positionerande event kräver en aktivitet som är en snackis, "mouth to mouth" och i sociala medier. De huvudsakliga aktiviteterna i eventet ska givetvis ha ett format som är underhållande men utöver det krävs något som väcker uppmärksamhet i media och samtidigt ger deltagarna en upplevelse de gärna pratar om. I detta perspektiv kan en fest vara grunden på vilken denna aktivitet vilar. Snackisen behöver vara publik på det sätt att staden tar del av eller skönjer det som händer och att det väcker nyfikenhet. En sådan aktivitet skulle till exempel kunna vara kopplat till Volvo ocean race eller arrangeras som ett "Race" i staden i en form som ingen sett förut.

Mat, dryck, alkohol

Under eventet behövs kontinuerlig tillgång till mat, dryck och snacks för att hålla energin och kreativiteten uppe. Sponsring är ett bra sätt att sänka kostnaderna. Detta torde inte vara så svårt eftersom det finns många nya uppstickande märken som är intresserade av att marknadsföra sig som ekologiska hälsoalternativ. Ingen alkohol bör tillåtas under eventets huvudsakliga aktiviteter.

Alkohol och fest hör ofta ihop och detta events fest kan med fördel försöka finna en sponsor som kan bidra med drinkkuponger som feststartare för de som är intresserade. Festens mat och vidare försäljning bör skötas av krögare som hyr in sig.

Teambuilding för slagkraftiga lag

Många olika idéer och möjligheter kring hur organisationen ska kunna bidra till bildandet av starka tävlande lag till idétävlingen har diskuterats, till exempel:

- Vår huvudsakliga strategi inför SOLution Göteborg vara att rekrytera "lagkaptener" som fick direktiv om att bilda lag utifrån vissa direktiv och rekommendationer. Detta fungerade på det hela taget bra.
- Vår ambition om att bilda lag med stöd av egna professionella nätverk och från våra egna organisationer fungerade mindre bra men här var tidsbristen en starkt bidragande faktor.
- En hög nivå på eventet i termer av resultat från tävlingen kräver hög nivå på tävlingsdeltagare. Hur ska vi attrahera en kärna av riktigt vassa och kreativa människor inom "rätt" områden? Vi har diskuterat att vi kan behöva arvoda, eller åtminstone täcka omkostnaderna för vissa deltagare. Detta har vi inte tagit höjd för i vår första långsiktiga budgetuppskattning.
- Kan det ha ett värde att man har möjlighet att bilda lag när man väl är på plats vid eventet? Deltagare skulle då kunna "taggas" utifrån sina olika kompetenser för att underlätta match-makingen. Vid SOLution Göteborg matchades ett par lag ihop på plats i tävlingens inledning vilket fungerade över förväntan
- Användandet av "fria resurser" i form av expertkompetens som är fritt tillgänglig för alla tävlande är också en möjlighet som vi tror skulle lyfta tävlingsresultaten om de används klokt. Sådana resurser fanns med vid SOLution Göteborg men utnyttjades bara i mindre utsträckning. Deltagare som utnyttjade resurserna var mycket positiva till detta.
- En relaterad fråga är vilka regler som ska gälla för idéernas "mognadsgrad". Den idé som tog hem det stora priset vid SOLution Göteborg kom från ett lag som redan lagt ned åtskilliga timmar på att utveckla sin idé. Detta gav naturligtvis radikalt olika förutsättningar inför jurybedömningen vilket också poängterades i utvärderingen som något som upplevdes orättvist.

Dokumentation av event

Eventet behöver dokumenteras av flera anledningar.

- Inför nästkommande år behövs rörligt filmmaterial för marknadsföring av tävling, kunskapsspridning, Workshops/Lab, Venture & Scouting
- En stark mediabevakning bidrar också till marknadsföringen
- Introfilm under tävlings-briefen
- Skrytfilm inför jakt på sponsorer och deltagare med viktiga och dragande föreläsare, underhållare och deltagare
- Dokumentärt material för att visa sponsorer att de fått valuta för sina pengar.

Priser

2016 Hackaton-event hade bra nivå för priser (storleksordningen 3000–5000 Euro för de tre största) men en del av priserna var klart riktade till studenter. Priserna skulle med fördel kunna kategoriseras som riktade gentemot studenter och andra gentemot övriga. Eventuellt fler kategorier om det fortsättningsvis är samma

storlek av prisregn. Det är alltid skönt att veta vad man fick pris för annars kan det upplevas som inflatoriskt.

Både pengar och tjänster är bra priser för att bidra till idéernas möjligheter att ta ett steg vidare mot realisering, i linje med eventets målsättning. Sponsrade priser kopplade till företag är goda komplement som bidrar till att det finns ett prisregn.

MÅLGRUPPER

Tävlande

Målsättningen med SOLution – Gothenburg är att på riktigt bidra med nya kreativa lösningar på våra globala hållbarhetsutmaningar. För att nå det målet krävs att eventet kan locka bra och smarta deltagare med olika erfarenhet inom olika områden samt att formatet tillåter att dessa kan mötas och samarbeta i nya konstellationer på ett effektivt och inspirerande sätt. Då en nyckelfaktor är olika erfarenheter så bör rekryteringen av deltagare också ha ett brett perspektiv där fyra generella erfarenhetskategorier är:

- Studenter
- Forskare
- Industri & näringsliv
- Myndigheter

Till detta bör läggas ett brett perspektiv på kunskaper och specialistkompetens såsom till exempel

- Ingenjörer
- Designers
- Programmerare
- Kommunikatörer
- Psykologer
- Etc.

En mer exakt målbild avseende kompetens är kopplad till utformning av de olika tävlingsutmaningarna.

Det tredje perspektivet är det globala och inkluderande d.v.s. en bred representation från olika nationaliteter, marknader och etniciteter och sista men inte minst en balanserad mix av kvinnor och män i olika åldrar.

"Hang-arounds"

Målsättningen avseende "hang arounds" eller följare är primärt att locka personer som kan bidra till att vidareutveckla de vinnande idéerna efter eventet. Här finns ett antal viktiga grupperingar:

- Problembäggare & potentiella kunder
 - × Städer
 - × Industrier & företag
 - × Politiker

- × Myndigheter
- VC-bolag
- Bidragsgivare och företrädare för offentlig innovationsfinansiering
- Företrädare för det regionala, nationella & globala innovationssystemet
- × Inkubatorer & acceleratorer

Utöver följare som direkt har en möjlighet att bidra till vidareutveckling av vinnande idéer så är det viktigt att på sikt attrahera betalande besökare för att delfinansiera eventets kostnader. En primär målgrupp vad avser betalande besökare är näringslivs- och myndighetsrepresentanter från i princip alla relevanta greentech sektorer.

JURY

Juryn har givetvis en central roll i den idéävling som ska vara navet i SOLution Gothenburg. Än mer central blir den om riktigt tunga priser blir en del av konceptet, vilket mycket talar för att det bör vara för att det ska skilja ut sig från mer traditionella pitch-event som SLUSH. Dessutom kommer det att öka förutsättningarna för att realisera idéerna eftersom de traditionella möjliggörarna också ska vara representerade.

Antalet personer i en jury bör inte vara för stort, om bedömningen ska följa de klassiska former som tillämpades i piloteventet. En väl avgränsad utmaning och ett mindre antal mer tunga priser gör frågan hanterbar för en jurygrupp på 3-5 personer. Med hänsyn till den uppskattade omfattningen vid slutmålet: Cirka 20 tävlande lag inom var utmaning och tio olika utmaningar krävs naturligtvis minst tio olika jurygrupper och ett mycket väl genomtänkt upplägg. Något som vi inte haft möjlighet att fördjupa oss i här, men som bör kunna ta sin utgångspunkt i våra samlade erfarenheter.

Juryupplägget för SOLution Göteborg utgick främst ifrån att de organisationer som stod bakom priserna skulle vara representerade, vilket var i linje med tankarna ovan om att skilja ut eventet m.m. Praktiska detaljer som juryns närvaro under tävlingen, tid för jurybedömning etc. kan förbättras i många avseenden. En mer grundläggande del av upplägget som vi tror behöver utvecklas är säkerställandet av juryns expertis inom de områden som skall bedömas. Det innebär att minst två kategorier på något sätt ska vara representerade i juryn:

- Representanter för de organisationer som erbjuder tunga priser (i den mån det låter sig göras)
- Expertis beträffande marknadsförutsättningar, state of the art, historik m.m. inom det specifika utmaningsområdet.

En annan nyckelfråga för juriesammansättning tror vi är representation av tongivande, kända personer i juryn. Detta har i vår förstudie inkarnerats av idén att Elon Musk ska agera ordförande i den jury som beslutar om priser i den mest prestigefyllda tävlingskategorin vid SOLution Gothenburg 2021.

ATT FÖRVALTA IDÉER OCH BIDRA TILL INNOVATION

Idéer blir innovationer när de skapar värde och får en större spridning. Därför är det så centralt att ge innovatörer och entreprenörer möjlighet att få pröva sina tankar och idéer på framför allt potentiella kunder, men också andra intressenter som partners, leverantörer och inte minst finansiärer.

Offentliga aktörer

SOLution har en styrka i att flertalet aktörer bakom är offentliga; statliga, kommunala och akademiska. Det skapar en form av neutralitet och prestigelöshet samtidigt som det är fullproppat med kunskap och potentiellt kan flera delar av Göteborgs Stad vara en kund eller behovsägare. Utmaningen för kommande tävlingsomgångar ligger i att matcha innovationer med rätt mottagare och det löser man enklast genom att göra behovsägare delaktiga i att formulera utmaningarna. Här kan fler offentliga aktörer även involveras som t.ex. Västra Götalandsregionen och statlig verksamhet. För internationell uppväxling av idéer och exportstöttning så ser vi det som naturligt att involvera EU-nätverk som EEN, regionala exportcentra och Energimyndighetens internationella satsningar.

Inkubatorer mm

Göteborg och Västsverige har ett flertal inkubatorer med olika karaktäristik. Genom att involvera dem når man bredare både bland innovatörer, entreprenörer och finansiärer.

Privata företag

Hållbarhet är en självklarhet i varje storföretags agerande och redovisning. Många mindre företag är byggda från grunden på hållbarhetsdimensionerna. Att möjliggöra möten mellan små och stora företag som delar liknande utmaningar kan leda till fruktsamma samarbeten och relationer som stimulerar innovation och utveckling. Privata företag måste involveras i tävlingen för de kan bidra på ett flertal olika sätt; som idégivare/innovatör, potentiell kund/behovsägare eller som partner med kunskap om marknad och värdekedjor.

Riskkapital, änglar, filantroper

Innovationer kan kräva finansiering för att kunna realiseras och finansiärer söker investeringar som kan ge god avkastning. Genom att strategiskt bygga upp en historik av goda idéer och innovationer som presenteras och bearbetas i SOLutions regi och där vi kan visa på en utveckling av projekten över tiden så kommer fler finansiärer att attraheras av tävlingens resultat. Man bör komma ihåg att idéerna oftast är på ett väldigt tidigt stadium så mängden finansiärer som närvarar är troligen inte det bästa måttet utan snarare kunskapen om och tillgängligheten på riskvilligt kapital.

ERBJUDANDEN

Vad kommer SOLution Gothenburg att kunna erbjuda sina olika målgrupper: Tävländare, problemägare, offentliga och privata finansiärer, inkubatorer etc? Varje grupp, i vissa fall enskilda aktörer, behöver i nästa steg presenteras specifika erbjudanden som på allvar motiverar deras engagemang i en fortsättning. Vi konstaterar att det är svårt att beskriva sådana erbjudanden när vi än så länge inte vet vilka utmaningar som ska ingå framöver. Vi samlar i stället de värden som vi ser som centrala och representativa för många av grupperna i några få punkter som kan ligga till grund för utformningen av erbjudanden.

- Eventet ska vara unikt, och kul och därmed en upplevelse för de som deltar
- Eventet ska attrahera smarta människor med olika bakgrund och kompetens som samarbetar i nya konstellationer
- Eventet ska erbjuda en kreativ och effektiv miljö som resulterar i en tävling som ger riktiga lösningar med stor potentiell nytta
- Eventet ska från 2020 ha en internationell prägel

MARKNADSFÖRING

Frågan om marknadsföring är helt central för att SOLution Gothenburg 2021 ska kunna realiseras. Den kan delas upp i två huvudfrågor:

- Hur kan eventet användas för att marknadsföra Göteborg?
- Hur ska eventet marknadsföras?

Frågorna hänger intimt samman och prioriteringsordningen är ganska given: Eventet måste marknadsföras och börja realiseras innan det kan användas för att marknadsföra Göteborg. Samtidigt krävs naturligtvis en övertygelse om möjligheterna med SOLution Gothenburg hos de olika aktörer som arbetar med att sätta Göteborg på världskartan, eftersom de i mångt och mycket också är de som ska bidra till att marknadsföra eventet. Green Gothenburg och Göteborg 400 år är två stora satsningar där idén om SOLution Gothenburg behöver förankras för att komma vidare.

Business Region Göteborg och Göteborg & Co som står bakom Green Gothenburg respektive Göteborg 2021 kommer båda att kunna bidra till marknadsföringen av SOLution via digitala kanaler, socialmedia och inte minst till de företag som finns i nätverken. Vidare kan BRG koppla på relevanta förvaltningar och bolag i staden som har utmaningar eller behov som kan kanaliseras i en idéävling som SOLution.

Göteborg & Co lyfter specifikt fram behovet av att hålla engagemanget uppe under resten av året och att en hög aktivitet behöver följa efter och mellan eventen för att skapa en sådan kontinuitet. Ett förslag är att koppla SOLution Gothenburg till andra etablerade event som Göteborg filmfestival och Way out West.

Green Gothenburg

Göteborgsregionen har gjort en fantastisk resa till en grönare och renare region. Den tunga industrin är numera högteknologisk och miljödrivna investeringar har

förflyttat regionen till en världsledande position inom hållbara systemlösningar. Green Gothenburg sätter regionen på kartan för internationella beslutsfattare inom politik och näringsliv genom att erbjuda kunskap, inspiration och affärskontakter. Vår insats bidrar till en hållbar Göteborgsregion som är öppen för världen.

Green Gothenburg drivs av Business Region Göteborg på uppdrag av sin ägare Göteborgs Stad. Förutom att visa upp lösningar som staden själv har investerat i så ger man även lyskraft åt de senaste innovationerna från utvecklingsbolag i regionen under rubriken #greenUps, greentech start-ups.

Innovationer behöver ofta testas eller presenteras i ett verkligt sammanhang och ömsesidigt behöver Göteborg bygga vidare på sin starka innovationsförmåga. Idéer som bidrar till Göteborg som en hållbar innovationsstad kommer att ha en naturlig plats i stadens utveckling och profilering.

Göteborg 400 år

2021 fyller Göteborg 400 år och nedräkningen till jubileet kantas av årliga teman som alla på något sätt tangerar temat för SOLution och tävlingens ambition:
2020 – Hållbart växande

Göteborg växer och stadsutvecklingen präglas av ekonomisk, social och ekologisk hållbarhet i handling. Göteborg är på god väg att bli en modig förebild för hållbar tillväxt och en stad där alla känner delaktighet och framtidstro.

2019 – Kunskap och upplysning

Utbildning, forskning och innovation sätts i centrum. Både bredd och spets lyfts när Göteborg är en förebild för det livslånga lärandet. Staden och regionen är ett självklart internationellt kunskapsnav med forskningskommunikation i världsklass.

2018 – Go global

Som hamnstad har Göteborg alltid utvecklats genom intryck, idéer och kunskap från hela världen. I år bjuds världen in till firandet genom Volvo Ocean Race. Göteborg odlar sina internationella relationer, aktiverar vänorter och partnerstäder när programarbetet inför jubileumsåret tar form. En öppen hamn för världen.

2017 – Grön och skön stad

Frukterna av Gothenburg Green World skördas. Gröna stråk och gröna oaser över hela Göteborg synliggörs och binder samman staden. Fler jubileumssatsningar förverkligas och allt fler aktörer siktar på 2021 utifrån sin egen verksamhet.

Göteborg har antagit ett ambitiöst Klimatprogram där ett av målen är att staden 2030 producerar 500 GWh förnybar el. Kan utvecklingen gå så snabbt att det överträffas mycket tidigare?

SOLAR HACKATHON FRÅN IDÉ TILL GENOMFÖRANDE

Här undersöks och beskrivs förutsättningarna för ett event som ska sammanföra kreativa människor för ett nyskapande samarbete. Syftet är att öka inflödet av idéer och innovationstakt i samhället.

Det handlar om att etablera Solution Gothenburg som ska arrangeras varje år och växa fram till 202, då Göteborg firar 400 år. Målet är cirka 5000 deltagare och utgångspunkten är FN:s 17 utvecklingsmål.

Denna förstudie har dels gjorts i form av en serie miniworkshops där koncept, format och organisation har diskuterats, kompletterat med intervjuer och träffar med representanter för olika events med beröringspunkter till idén exempelvis SLUSH, Stockholm Tech fest, Climathon och ett Solar Hackathon i USA.

Ett nytt steg i energiforskningen

Energiforsk är en forsknings- och kunskapsorganisation som samlar stora delar av svensk forskning och utveckling om energi. Målet är att öka effektivitet och nyttiggörande av resultat inför framtida utmaningar inom energiområdet. Vi verkar inom ett antal forskningsområden, och tar fram kunskap om resurseffektiv energi i ett helhetsperspektiv – från källan, via omvandling och överföring till användning av energin. www.energiforsk.se



Energiforsk