



SWEDISH INCUBATORS
& SCIENCE PARKS

FOKUS

Innovationstävlingar

- *Mot en svensk modell*

Författare

Olle Dierks, Munktell Science Park; Jenny Järvelä, Innovatum

31 januari 2014

Innovationstävlingar

Tävlingar har länge varit en effektiv metod för att hitta nya lösningar på komplexa problem. Efter senare års informationstekniska framsteg, globala utmaningar och stärkt samarbetskultur har området innovationstävlingar mognat. Idag använder sig storföretag, myndigheter, kommuner och biståndsorganisationer av tävlingsformatet för att både söka innovativa lösningar men också för att skapa ett ekosystem av kunskap. Även i Sverige har intresset för innovationstävlingar på senare tid ökat markant. De svenska tävlingsinitiativen särskiljer sig på flera sätt och en svensk modell börjar träda fram, en modell där neutrala aktörer spelar en viktig roll.

En välorganiserad och genomtänkt innovationstävling kan vara ett kostnadseffektivt verktyg för att uppmärksamma potentiella och värdefulla idéer från hela världen. Tävlingsformatet har historiskt använts under lång tid och idag kan vi se hur innovationstävlingar börjar få fäste även i Sverige. Detta medför ett behov av riktlinjer för genomförande och en kartläggning av aktörer som kan vara delaktiga eller behjälpliga vid både riggning av tävling såväl som i den efterföljande implementeringen eller uppskalningen av de idéer och lösningar som inkommer. ”Fokus: Innovationstävlingar – Mot en Svensk modell” syftar till att möta behovet genom att bidra med en ökad förståelse kring och visa på möjligheter med innovationstävlingar. Målet är att inspirera triple helix-förankrade aktörer med neutrala egenskaper att utforska sin potential som arrangörer av innovationstävlingar.

Ett fenomen på uppsving med föregångare i Nordamerika

USA har en lång tradition av att framgångsrikt nyttja tävlingsformatet inom forskning och innovation. Ett inspirerande exempel på hur komplexa problem kan lösas genom att öppna upp problemlösningsprocessen och organisera för systematisk och metodisk skanning efter nya infallsvinklar står amerikanska militären för.

Air Force Research Lab behövde ta fram ett nytt sätt att få ut hjälpsändningar till katastrofdrabbade områden. Utmaningen var att få fram en lösning där de kunde släppa stora mängder mat och vatten från flygplan utan att riskera skada någon i tätbefolkade områden. Genom att formulera detta som en innovationstävling och ta hjälp av innovationsplattformen Innocentive fick Air Force Research Lab in 163 lösningar inom loppet av två månader. Två tävlingsbidrag - ett från Indonesien och ett från Nederländerna fick dela vinsten på 20 000 dollar. Kvaliteten på vinnarna ansågs vara “outstanding”, och kom snart att testas och implementeras av Air Force Research Lab. De vinnande lösningarna möjliggör idag leverans av hjälpsändningar till nödställda snabbt och säkert och på ett mer kostnadseffektivt sätt än tidigare.

Det valda tävlingsformatet möjliggjorde en mycket snabb insamling av en stor mängd intressanta lösningar baserade på teknik och idéer från personer med kunskap och erfarenheter från andra branscher än den som problemet hade uppstått i. Detta hade inte varit möjligt för 20 år sedan. Dagens utbredda internetanvändande möjliggör att en stor mängd människor från olika kulturella och nationella bakgrunder med varierande kunskaper och erfarenheter enkelt kan nås av samma information i realtid. Likaså existerar idag en annan kultur av öppenhet baserad på vetenskapen om att i en värld där kunskap är vitt utbredd har organisationer inte råd att enbart förlita sig på sin egen forskning och kompetens. Att en traditionellt sett så hemlighetsfull organisation som amerikanska militären väljer att öppna upp sitt idéflöde genom systematiskt användande av ett öppet tävlingsformat är en stark indikator på att formerna för forskning och utveckling förändras.

Gammalt fenomen, nya tider

Redan 1714 utlovade den brittiska regeringen den kännbara summan av £20 000 till den person som kunde påvisa en metod för mätning av ett fartygs longitud. Tävlingsens öppna format bjöd in samtliga med en lösning att delta vilket resulterade i att en självlärd snickare vid namn John Harrison lyckades ro hem den vinnande lösningen. Hans enkla bakgrund visade sig dock bli ett hinder då hans lösning ifrågasattes och kallades en ren lyckoträff. Otaliga tester och 59 år senare kunde John äntligen lägga vantarna på sin rättmätiga vinst.

Idag använder både företag såväl som offentliga aktörer sig av tävlingsformatet för att söka efter lösningar på existerande behov. Det finns en alltmer utbredd förståelse att lösningar kan komma från oväntade håll, som exemplet ovan illustrerar. Företag och organisationer kan självständigt eller i samverkan med andra, arrangera tävlingar där de synliggör sina behov internt eller för allmänheten. Tävligen kan vända sig mot en specifik grupp av deltagare såväl som till en bredare publik. En innovationstävling kan således vara lokal, nationell eller landsöverskridande, likaså kan den avgränsas till den egna organisationen eller involvera lösningar från omvärlden. Genom att öppna upp innovationsprocesserna kan företaget bli både starkare och mer konkurrenskraftigt, vilket skulle kunna vara en betydelsefull anledning till varför antalet tävlingar och dess prissummor vuxit så enormt det senaste decenniet.

Mot en svensk modell för innovationstävlingar

Den globala trenden går mot allt öppnare innovationsprocesser där det väl beprövade tävlingsformatet varit en metod som fått stor internationell genomslagskraft.

Innovationstävlingar kan således organiseras och genomföras på många olika sätt, med skiftande syfte, i olika kontexter och omfång. Svenska innovationstävlingar har hittills dock haft flera gemensamma referenspunkter. Nedan följer författarnas ansats till att formulera en svensk modell, där fokus till stor del ligger på byggandet av ett samarbetsbaserat ekosystem kring relevanta samhällsutmaningar. Inledningsvis diskuteras varför det är relevant med innovationstävlingar i Sverige och varför det behövs en svensk modell.

Genomtänkta och väl förankrade innovationstävlingar kan adressera och stävja flera av det svenska innovationssystemets tillkortakommanden, såsom exempelvis den låga andelen förverkligade idéer och bristen på kapital i de allra tidigaste skeendena. Att vinna en innovationstävling kan exempelvis möjliggöra tillgång till relevant affärsstöd, finansiering och nätverk som kan ge idén och idébäraren den skjuts de behöver för att lyckas kommersialisera eller skala upp sin idé eller verksamhet.

Sverige har goda förutsättningar att skapa och genomföra relevanta tävlingskoncept men framförallt en unik kapacitet i att stödja och facilitera kommersialisering och implementeringen av de nya idéer som framkommer genom innovationsprocessen.

I Sverige finns idag över 70 science parks och inkubatorer med kunskap och erfarenhet av att driva innovations- och affärsutvecklingsprocesser. Förutom kvalitetssäkrade utvecklingsprocesser erbjuder de mötesplatser, förtroende och relevanta nätverk vilket är centrala förutsättningar för framgångsrik facilitering av öppen innovation. En annan aspekt som talar för spridningen av innovationstävlingar i Sverige är den rådande samarbetskulturen där akademi, offentlighet och näringsliv ofta har uppbyggda kontaktytor. Tävlingsformatet kan vara en effektiv metod att stärka den praktiska samverkan kring frågeställningar som berör samtliga parter.

När nu alltfler svenska tävlingar dyker upp från science parks, via Vinnovas initiativ och på plattformar som Crowding så kan det vara naturligt att inspireras av amerikanska tävlingars metodologi. Förutsättningarna för tävlingar skiljer sig dock mellan Sverige och USA, vilket gör att en blåkopia av existerande modeller kanske inte alltid är att föredra. Exempelvis är prissummorna centrala och ofta väl tilltagna i amerikanska tävlingar medan svenska tävlingar sällan har tillgång till den typen av prissummor och istället behöver hitta andra attraktiva incitament för deltagande.

Utifrån de unika svenska förutsättningarna, och de globala möjligheterna påbörjas här en svensk modell som är tänkt att fungera som inspiration och diskussionsunderlag för aktörer som aktivt vill bidra till innovationstävlingar i Sverige.

Den svenska modellen består (än så länge) av:

1. Omfattande satsningar över längre perioder
2. Neutrala aktörer som tävlingsledare/organisatör
3. Med utgångspunkt i en samhällsutmaning
4. En öppen, men förtroendeskapande approach kring tävlingsbidrag
5. Engagerad jury med blandad kompetens
6. Vinst i form av stöd att komma vidare med sin idé

1. Omfattande satsningar över längre perioder

Innovationstävlingar varierar i omfång och tidslängd, men värt att hålla i minnet är att en tävling som pågår under längre tid ofta ger arrangörer och deltagare fler tillfällen att nätverka, likaså når en tävling med längre bidragsfönster oftast ut till fler potentiella deltagare och det finns möjlighet för idébärarna att hinna utveckla sina bidrag längre innan fönstret stängs.

Innan arbetet med att organisera en tävling påbörjas bör en inventering av hur mycket tid och andra resurser man som organisatör är villig att lägga på projektet. Det omfattande arbete som ligger bakom en tävling syns inte alltid utåt, men en lämplig tumregel är att avsätta ett drygt år för planeringsarbete.

För att skapa beredskap för administration, genomförande, kunskapsinhämtning och uppföljning kan det vara värdefullt att samverka med andra aktörer kring forrådet och driften av en innovationstävling. Utbyte mellan flera aktörer med relevans för ämnesområdet avlastar inte bara organisatören utan kan även skapa fördelaktiga synergier och öka kvaliteten på tävlingen.

De tävlingar som hittills initierats av svenska arrangörer har ofta varit omfattande gällande både antalet samarbetspartners och antalet inkomna tävlingsbidrag. Ofta har de även innefattat ett gediget för- och efterarbete i form av inledande workshops för att utveckla bidragsidéer såväl som att aktivt stödja dessa efter tävlingens slut. Detta har varit högt uppskattat av deltagare och betydelsefulla effekter för utvecklingen av idéerna.

2. Neutrala aktörer som tävlingsledare

Större och mer omfattande innovationstävlingar leds lämpligen av neutrala aktörer med ett brett triple helix-nätverk innefattande relevant innovations-, affärsutvecklings-, ledarskaps- och organisationskompetens. Exempel på denna typ av aktörer är science parks, som genom sina nätverk når, och har förståelse för, olika typer av behovsägare. Science parks har således de unika förutsättningarna för att framgångsrikt föra dialogen med behovsägare och utifrån dennes behov och villkor skraddarsy innovationsprocessen genom att välja vilken modell eller tillvägagångssätt som är lämplig i varje specifikt fall.

För en neutral men öppen aktör kan innovationstävlingar vara ett effektivt redskap för att skapa samverkan mellan flera och sinsemellan olika organisationer. Oftast finns exempelvis högskolor, näringsliv och kommun eller region i närheten av en science park - och här kan tävlingar vara ett praktiskt verktyg för att föra samman organisationer bakom gemensamma problemfrågeställningar.

Men det behöver inte alltid vara den neutrala aktören som initierar en tävling. Företag såväl som andra aktörer kan med fördel vända sig till lokala science parks med egna svårlösta interna eller externa problem. Detta för att få rådgivning gällande tillvägagångssätt och metod för att arbeta fram en lösning, som exempelvis användandet av en tävlingsprocess.

Genom sin unika ställning som neutral men öppen aktör besitter science parks en potentiell roll att verka som både facilitator och tävlingsarrangör. Science parks är organisationer som genom sitt uppdrag verkar för möten och samverkan mellan övriga triple helix-aktörer. Genom sin neutralitet och redan etablerade relationer kan de ofta upprätta och garantera förtroende i olika samverkansprojekt – en viktig ingrediens inom allt innovations- och utvecklingsarbete.

Genom bland annat inkubatorer och andra affärsutveckling- och nyföretagarprogram kan science parks erbjuda entreprenörer och idébärare stöd att förverkliga sina idéer - det kan exempelvis röra sig om hjälp och rådgivning gällande finansiering och olika former av affärsutvecklingsstöd. Innovationstävlingens vinst kan därmed med fördel bestå av dessa utvecklings- och kommersialiseringserbjudanden i kombination med att vinnarna får möta behovsägare från det egna nätverket och därmed få möjligheten att undersöka om dessa skulle kunna utgöra ett framtida kundunderlag.

Författarnas önskan inför framtiden är att se flera science parks samarbeta utifrån större (samhälls)utmaningar, exempelvis genom att driva gemensamma innovationstävlingar och gemensamt stödja de vinnande tävlingsbidragen.

Flera svenska science parks har genom sina nätverk tillgång till spetskompetens inom allt från mat och hälsa, till miljöteknik eller design. Genom att tillsammans ta hand om de vinnande bidragen skulle chanserna att dessa når rätt stöd baserat på innovationens område öka.

3. Med utgångspunkt i en samhällsutmaning

Är arrangören inte tydlig i sin begränsning av tävlingens syfte kan konsekvenserna bli ett urvattnat tävlingskoncept, alltför ämnesspridda och kvalitetsojämnade tävlingsbidrag och en projektgrupp med för få resurser för uppgiften. Fokus för problemfrågeställning, målgrupper och syfte är således av yttersta vikt.

Där utgångspunkten tas i definierade samhällsutmaningar så finns ofta en möjlighet att knyta an kunskap från myndigheter, söka finansiering från relaterade utlysningar, använda sig av konkreta problemfrågeställningar från större företag eller redan existerande utvecklingsprojekt. Pågående svenska innovationstävlingar har därför ofta använt sig av en övergripande koppling till en konkret samhällsutmaning. Det har underlättat skapandet av syfte och val av ämnesområde samt ökat möjligheterna till finansiering och triple helix-samverkan.

När det gäller valet av samhällsutmaning och konkreta angränsande problemfrågeställningar, så finns det idag ett stort arbete gjort från exempelvis svenska myndigheter. Därför kan exempelvis Naturvårdsverket, Energimyndigheten och andra organisationer med fördel bjudas in i processen för att välja inriktning och att lägga det på rätt abstraktionsnivå utifrån exempelvis miljömålssystemet. Denna typ av organisationer har dock kanske inte alltid samma insikt i vad som är relevant utifrån ett affärsperspektiv, varför affärsdrivande organisationer med stor genomförandekapacitet också bör bjudas in i fokusgrupper för att identifiera mer konkreta problem.

På detta sätt kan innovationstävlingar på en gång vara breda och fokuserade genom att identifiera en övergripande samhällsutmaning där det finns tydliga framtida affärsnyttor formulerade som spetsiga problemfrågeställningar.

4. En öppen men förtroendeskapande approach kring tävlingsbidrag

Det finns ofta en viss rädsla att dela med sig av idéer, särskilt om man är övertygad om att man är något stort på spåren. Men denna rädsla är ofta överdriven, exempelvis kommer enbart en procent av de 160 000 patent som registreras varje år i USA faktiskt ut på marknaden och även i Sverige registreras många patent som sedan aldrig kommersialiseras.

Att sprida en idé är ofta första steget mot att få den förverkligad. Genom att öppet publicera sin idé i en tävling kan idébäraren nå ut till många på kort tid. Att visa upp sin idé genom en seriöst arrangerad tävling med tillgång till erfarna affärsutvecklare, potentiella framtida kunder och investerare kan ge både god genomslagskraft såväl som nödvändig återkoppling för att kunna ta idén vidare, vilket kan medföra nytta i andra former än en vinst.

Patent kan självfallet underlätta och skapa lugn hos idébäraren, men att diskutera patent allt för tidigt kan också hämma innovations- och utvecklingsprocessen. Öppenheten ställer därmed höga krav på förtroende mellan idébärare och tävlingsarrangör.

En tumregel är att tillåta, och vara noggrann med, sekretess kring innovationer om så önskas av idébäraren. Även initial tydlighet gentemot idébärare om förväntningar kring deltagande och medverkan underlättar hela processen. Ägandeskap och öppenhet kring idéer är en känslig fråga, varför skriftlig kommunikation med bekräftelse från deltagarna är viktigt för att undvika missförstånd. Att skapa möjligheten till en öppen del för deltagande där tävlingsdeltagaren ger en inspirationsbild av sin idé, och att en fördjupad bild kan ges under sekretess enbart till juryn är att rekommendera.

En science park kan ha en viktig roll för förtroendeskapandet antingen via sin roll som tävlingsarrangör eller som tävlingsfacilitator. Förutom att kunna tillhandahålla en kvalitetssäkrad innovationsmetod och en unik förmåga att ta tillvara på de idéer som genereras genom väl beprövade inkubator- och affärsutvecklingsprocesser kan science parken bidra till tävlingen med sitt vida nätverk av individer med relevant kompetens samt med upprättandet av förtroende dem emellan. En neutral aktör såsom en science park kan såväl bidra till skapandet av ett nytt förtroende som att bibehålla dem efteråt. Ett ömsesidigt förtroende minskar risken för meningsskiljaktigheter angående exempelvis immateriella rättigheter och är som tidigare påpekats en väsentlig förutsättning inom samtliga (öppna) innovationsprocesser.

5. Engagerad jury med blandad kompetens

Att sätta bedömningskriterier är alltid ett kritiskt moment då det finns många aspekter att ta hänsyn till såsom exempelvis innovationshöjd, samhällsnytta, teamet bakom, idéns affärspotential med mera. Oavsett tävlingens bakomliggande syfte rekommenderas att juryns sammansättning täcker in olika typer av kompetens och erfarenhet för att kunna göra en så omfattande och allsidig bedömning av tävlingsbidragen som möjligt. Juryns samlade kompetens bör exempelvis innefatta affärsutveckling- och kommersialiseringserfarenhet, specifik ämneskompetens, design/gestaltning och representant från tydlig behövsägare, men kan även innefatta potentiella investerare och storkunder.

Oavsett ämnesområde, juryns sammansättning och tävlingens omfattning kommer juryn behöva lägga ner omfattande tid på sitt deltagande.

När tävlingen väl är genomförd är det troligtvis juryn som sitter med mest av den samlade kompetensen kring ämnesområdet som innovationstävlingen berört. Det är därför av stor vikt att de får vara en del av processen framåt även efter tävlingens slut. En jury medlem kan exempelvis vara en dörröppnare eller en möjliggörare för de som är pristagare. För att skapa så mycket nytta som möjligt utav tävlingen är det därför rekommenderbart att lägga ner mycket tid på jurysammansättningen och försöka involvera individer som ställer sig öppna till att efter tävlingen att ta på sig exempelvis en mentorroll, bidra med kontakter eller med möjlighet att implementera ett vinnande bidrag i den egna organisationen.

Att som arrangör eller facilitator av en tävling ha ett relevant upparbetat nätverk och ett starkt varumärke som grund är således ingen nackdel vid jurysammansättning. Författarna anser att deras arbete underlättats genom att de genom sin organisations nätverk haft tillgång till starka jurykandidater och företrätt en science park som är ett starkt varumärke med internationell lyskraft i sig,

6. Vinst i form av stöd att komma vidare med sin idé

Finansiell ersättning till tävlingsvinnare kan vara värdefullt, men det finns flera andra möjliga vinster som kan vara till än mer hjälp för att förverkliga eller skala upp idéer med potential. Genom att erbjuda de vinnande bidragen deltagande i inkubatorprogram eller annan form av individuell affärscoachning, teknikutveckling, marknadsföring eller rekrytering av kompletterande kompetens kan idéerna snabbare skapa nytta genom kommersialisering eller implementering.

Prisutdelningsceremonin har ofta även ett symboliskt värde för såväl vinnare som övriga berörda. Det är ett tillfälle för vinnarna att träffa varandra, möta potentiella investerare och behovsägare och få ta del av juryns samlade kunskap. Det blir även en språngbräda, ett avstamp, inför kommande idéutvecklings- och kommersialiseringsarbete.

Efter prisutdelningen anses vanligtvis tävlingsarrangemang vara officiellt avslutade. Men det är då det betydelsefulla arbetet med att stödja och följa upp de vinnande bidragen kan ta sin början. På senare tid har flera av de svenska tävlingsinitiativen insett potentialen och betydelsen av att även inkludera en uppföljande efterfas där de idéer som genererats genom tävlingen tas tillvara.

Vinsten kan företrädesvis delas mellan ett flertal vinnare. Tillsammans har de gemensamt ett bevisat engagemang, kunskap och unicitet inom ämnesområdet - och kan tillsammans bilda ett nätverk som kan ha stor nytta av varandra. Det är detta nätverk som tillsammans med juryns kompetens, tävlingsledningen, övriga inblandade aktörer och innovationssystemet i stort som har förmågan att driva utvecklingen av de vinnande tävlingsbidragen framåt på ett framgångsrikt sätt.

”If I had an hour to solve a problem I would spend 55 minutes determining the proper question to ask...”

(Albert Einstein)

Ytterligare en aspekt som är central, om än universal för alla innovationstävlingar, är formulerandet av själva utmaningen som inkommande tävlingsbidrag skall adressera. Einstein menade till och med att problemformuleringen är viktigare än lösningen. Det kan kanske låta lite tillspetsat men en genomtänkt och välformulerad utmaning engagerar fler deltagare och ökar möjligheten att få genomslag hos behovsägaren när lösningarna sedan ska implementeras.

Ytterst är det viktigt att säkerställa att det finns ett verkligt behov bakom den tänkta utmaningen. Ett kännbart behov förebygger driv i tävlingsprocessen och ökar chanserna till vidare aktiviteter även efter tävlingens formella avslut.

När det bakomliggande behovet är inringat gäller det att hitta en problemformulering som fungerar för de tänkta deltagarna. Alltför öppna formuleringar riskerar att inte generera tillräckligt med höjd eller relevans bland tävlingsbidragen samtidigt som alltför specifika formulerade utmaningar

Alltför öppna frågor riskerar att inte generera höjd bland tävlingsbidragen, och för specifika utmaningar kan missa möjligheten att nå de oväntade lösningarna utanför behovets hemmadomän. Att nå en heterogen grupp är viktigt – i en studie av Karim Lakhani (associate professor, Harvard Business School) med flera framkom att ju mer blandade grupper som är attraherade av utmaningen, desto större är sannolikheten att det kommer fram bra och oväntade lösningar.

I processen med problemformulering kan det även vara en fördel att bjuda in representanter från ett triple helix-perspektiv för att på så vis säkerställa att innovationstävlingen blir relevant ur ett samhällsperspektiv och blir inbjudande för deltagare från både offentlig sektor och näringsliv. Är syftet med innovationstävlingen att adressera en uttalad samhällsutmaning är det ännu viktigare att säkra problemformuleringens förmåga att möta

offentliga aktörers behov. När tävlingens övergripande tema, problemformulering och deltagarkriterier är bestämda och en jury är utsedd är det lämpligt att fundera över hur tävlingsbidrag och övrig intern och extern kommunikation skall hanteras. Att ha en tydlig och förutbestämd struktur och plattform för kommunikation och idé- och bidragshantering glöms ofta bort i planerandet, men är en betydande understödjande faktor för ett smidigt arbete före, under och efter en innovationstävling och skall inte underskattas.

Svenska innovationstävlingar framåt

Ett samhälle som lyckas skapa fruktbara miljöer och verktyg för innovationer blir mer attraktivt i ett globalt perspektiv. För att åstadkomma detta har bransch- och organisationsöverskridande samverkan blivit en allt viktigare aspekt med potential att skapa än större effektivitet och synergimöjligheter. Det behövs ofta neutrala och kunniga aktörer för att facilitera denna samverkan och innovationsutveckling. Här kan tävlingsformatet vara ett effektivt verktyg för att skapa en tydlig och effektiv utvecklingsprocess kring gemensamma utmaningar och behov.

Syftet med denna artikel har varit att öka förståelsen kring och visa på möjligheterna med innovationstävlingar. Förhoppningen är att denna summering av innovationstävlingen som verktyg, dess historia och nuvarande former kan bidra till att tydligare urskilja de unika förutsättningar som finns i Sverige – på vägen mot en svensk modell för innovationstävlingar.

Faktaruta

Tävlingscommunities	Idéhanteringssystem	Aktörer
<p>Det finns ett stort antal plattformar med community-medlemmar som bara väntar på att lösa intressanta utmaningar. Kan också med fördel användas av den som inte vill bygga upp ett eget community. Här är några exempel:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innocentive.com: Fokus på avancerade tävlingar. Mer än 300.000 medlemmar varav 40 % är PhD. Mellan \$5000 och \$1.000.000 i prispeng. • NineSigma: Har varit igång sedan år 2000, och sedan dess haft fokus på tekniktransfer för större företag. Medlemmar från över 150 länder. • OpenIdeo.com: IDEOs tävlingsplattform med designmetodupplägg och ofta 0 kr i prispeng. • Changemakers.com: Ashoka Changemakers sajt för utmaningar inom till stor del miljö, hälsa och fattigdom. • Crowding.se: Ett nystartat svenskt initiativ som har ambitionen att bygga ett globalt community. 	<p>Ett välanpassat idéhanteringssystem underlättar urval- och bedömningsprocessen. Det kan vara allt ifrån enkla formulär till mer avancerade varianter.</p> <ul style="list-style-type: none"> • System på licens: <i>BrightIdea</i> är ett avancerat system som används av bland annat General Electrics.. Här finns möjlighet att rösta på tävlingsbidrag utifrån en mängd olika aspekter. Andra system på marknaden är <i>IdeaScale</i>, <i>Wide</i> och <i>Spigit</i>. Fördelarna med ett licenssystem är driftsäkerhet och kontinuerliga program-uppdateringar.. En nackdel är dock priset - ofta kostar dessa system hundratusentals kronor per år. • Egenutvecklade system: Man kan även välja att utveckla ett eget system eller köpa ett färdigt koncept. Fördelarna med att bygga ett eget är att det blir enklare att synkronisera tävlingen till den egna organisationens processer. Dock kan denna lösning vara mycket tids- och resurskrävande. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exempel på större aktörer som stödjer eller arrangerar innovationstävlingar. • VINNOVA, Sveriges innovationsmyndighet, lyfter sedan 2013 innovationstävlingar inom programmet "Öppen Innovation" med syfte att uppmärksamma och stimulera öppna och transparenta innovationsprocesser inom offentlig sektor, näringsliv och konsumenter/användare. • NESTA Storbritanniens motsvarighet till VINNOVA och är experter inom social innovation. De har även ett Center for Challenge Prizes som tillhör en av de mest kunniga aktörerna inom innovationstävlingar. • X-Prize Foundation arrangerar pristävlingar med syfte att göra tekniska framgångar. I en av deras tävlingar från 2010, Wendy Schmidt Oil Cleanup X Challenge, gavs en miljon dollar i prissumma till den som kunde utveckla främst metoder för att rensa upp oljespill till havs. Denna typ av för tävling skapar värdefulla möjligheter för världens innovatörer.

Om initiativ i författarnas organisationer

Green Innovation Contest / Innovatum

Green Innovation Contest är en årlig nationell tävling med inriktning på hållbara miljöinnovationer. Tävligen vänder sig till privatpersoner, studenter och forskare samt till startup-företag och etablerade småföretag. Under 2012 anmäldes drygt 120 bidrag från hela landet. Utav dessa valdes fyra pristagare inom olika områden ut med högst affärs- och miljöpotential. Innovatörerna bakom har diverse bakgrunder och utgör allt från pensionärer till forskare.

Efter prisutdelningen har Innovatum coachat pristagarna genom att delta under besök hos framtida kunder, kopplat ihop dem med nya samarbetspartners och science parks i innovatörens närområde. En av innovationerna har resulterat i ett case i Innovatums Projektarena där man tittar närmare på en eventuell etablering av demoanläggning.

Innovatum som projektleder tävlingen, är ett västsvenskt utvecklingscentrum som arbetar för att främja innovation, utveckling och entreprenörskap samt väcka barns nyfikenhet för teknik och kreativ industri. Innovatum är en generator, en möjliggörare och en mötesplats. Nyckeln till framgång stavas samverkan över gränser. Det är tillsammans som vi skapar förutsättningar för att lyckas - genom att dela med oss och inspirera varandra till att nå ännu bättre resultat.

Läs mer på greeninnovationcontest.se

Smart Living Challenge / Munktell Science Park

Smart Living Challenge är en öppen innovationstävling som syftar till att generera affärsmöjligheter och idéer för en hållbar livsstil i urbana miljöer. Tävligen söker produkter, tjänster och lösningar som underlättar för individer att leva ett smartare och mer hållbart liv. Det kan handla om helt nya idéer som ännu inte utvecklats eller befintliga lösningar som ännu inte fått stor spridning på marknaden.

Tävlingen arrangeras i såväl Sverige som på ett flertal platser internationellt, med start januari 2014. En professionell jury korar femton vinnare som får besöka ett antal innovativa spjutspetsprojekt i Sverige, samt ges stöd att förverkliga den egna innovationen. Smart Living Challenge initierades och drivs av Munktell Science Park, och är framtiden i samverkan med bland andra Svenska institutet.

Munktell Science Park är en mötesplats och inspirationsmotor för näringsliv, samhälle och akademi i samverkan i Eskilstuna med omnejd. Utifrån visionen att vara hjärtat i Sveriges ledande innovations- och entreprenörsregion år 2015 samverkar Munktell Science Park med flera aktörer för att skapa ett starkt innovationssystem. Munktell Science Park bidrar till detta genom att fånga upp idéer genom processer för öppen innovation såväl som att vidareutveckla befintliga organisationer med bättre innovationsstrategier..

Läs mer på smartlivingchallenge.com

Om författarna

Olle Dierks ansvarar för innovation på Munktell Science Park och har under de senaste åren drivit ett flertal innovationstävlingar. Olle har initierat Smart Living Challenge, och leder arbetet med att knyta ihop svenska innovationsmiljöer på en digital samarbetsplattform.

Jenny Järvelä är projektledare på Innovatum och har under det senaste året drivit Green Innovation Contest. Som ny inom sfären av science parks och med bakgrund inom beteendevetenskap, har hon bidragit med nya infallsvinklar till Innovatum.

Vidare läsning

Immaterialrätt

- Alexy, O. Criscuolo, P. & Salter A. (2009). *Does IP Strategy Have to Cripple Open Innovation*. Publicerad i: MIT Sloan Management Review nr 1/vol 51

Tävlingsplattformar

- Lakhani, K. (2008). *InnoCentive.com (A)*. Publicerad av: Harvard Business School Publishing.

Sverige och innovationstävlingar

- Görnerup, E. & McNeil, H. (2010). *Innovationer för global utveckling. Tre konkreta förslag på hur innovation och företagande kan bidra till ekonomisk utveckling i Sverige och världens tillväxtländer*. Publicerad av: Svenskt Näringsliv.
- Hollanders, H. (2013). *Innovation Union Scoreboard 2013*. Publicerad av: European Commission.

Tävlingar i andra länder

- Zients, J. (2010). *Guidance on the Use of Challenges and Prizes to Promote Open Government*. Memorandum for the heads of executive departments and agencies.
- Stine, D. (2009). *Federally Funded Innovation Inducement Prizes*. Publicerad av: Congressional Research Service.
- Hoyt, D. (2006). *X Prize Foundation - Revolution Through Competition*. Publicerad av Stanford Graduate School of Business.

Teoretiskt om tävlingar / öppen innovation

- Lakhani, K. Jeppesen, L. Lohse, P. & Panetta, J. (2007). *The Value of Openness in Scientific Problem Solving*. Publicerad av: Harvard Business School.
- Davis, L. (2004). *How Effective are Prizes as Incentives to Innovation? Evidence from three 20th Century Contests*. Publicerad i: DRUID Summer Conference 2004 on Industrial Dynamics, Innovation and Development.
- Lakhani, K. & Panetta, J. (2007). *The Principles of Distributed Innovation*. Publicerad av: Harvard Business School
- "And the winner is..." Capturing the promise of philanthropic prizes. (2009). Publicerad av: McKinsey&Company
- Mortara, M., Napp, J J., Slacik, Imke. & Minshall, T. *How To Implement Open Innovation - Lessons from studying large multinational companies*. (2009) Publicerad av: University of Cambridge Institute for Manufacturing.
- Bishop, M. (2009). *The Total Economic Impact Of InnoCentive Challenges -Single Company Case Study*. Publicerad av: Forrester Consulting