

Criteria voor =MEER

Met deze pitch willen we nieuwe samenwerkingsverbanden stimuleren tussen de creatieve en economische sector. Dit doen we vanuit de overtuiging dat beide sectoren elkaar veel te bieden hebben en dat er relatief weinig wordt samengewerkt. De meeste contacten bestaan uit min of meer reguliere opdrachtsituaties. Bij bestaande innovatieve processen in bedrijven zijn vaak geen creatieve professionals van buiten het bedrijf betrokken.

De stelling is: samenwerking tussen verschillende disciplines leidt tot inspirerende en innovatieve processen.

Wat is een verbindingsproject?

Een verbindingsproject is een project waarin een creatieve professional (kunstenaar, vormgever, architect, musicus, theatermaker, communicatieadviseur etc.) en een 'regulier' bedrijf samen werken aan de ontwikkeling en introductie van een nieuw product, een nieuwe dienst of een nieuw proces. Het is nadrukkelijk de bedoeling dat er een co-creatie (zie pagina 2 voor afbeelding) plaatsvindt waarin voor beide partijen de belangen hoog zijn.

Het is geen probleem als het resultaat geen breder maatschappelijk belang dient, maar bijvoorbeeld een puur commercieel belang nastreeft (lieft een resultaat waaraan beide partijen [eventueel indirect] wat hebben).

Het gaat erom dat beide partijen hun deskundigheid inbrengen om samen tot iets beters te komen. We zijn op zoek naar juist die plannen waarin die beider inbreng ook duidelijk is.

Waarom moet het in te leveren plan voor een verbindingsproject voldoen?

1. Één van de twee partijen moet uit de provincie Overijssel komen;
2. Beschrijft helder de doelstelling van het project;
3. Een korte introductie van beide partijen en hun rol in het project;
4. Een schets van de doelgroep van het project;
5. Legt uit waarin het project uniek / innovatief / een goed voorbeeld is van de verbinding die wordt gelegd;
6. Beschrijft het beoogde resultaat van het project (bij voorkeur een resultaat dat een duurzaam karakter heeft en niet beperkt blijft tot de periode van uitvoering van dit project).
7. Een beschrijving waaruit blijkt dat de spin-off van het project voor een belangrijk deel in Overijssel zal plaatsvinden;
8. Beschrijft kort het proces van het project;
9. Bevat een beknopte, indicatieve begroting;
10. Bevat een beknopte, indicatieve planning waarbij duidelijk wordt dat het geschetste project uiterlijk 1 maart 2011 is afgerond;

Waarop wordt het plan getoetst?

1. Creativiteit;
2. originaliteit;
3. overtuigingskracht;
4. In welke mate het om een echt verbindingsproject gaat, zoals bedoeld in de voorwaarden;
5. In welke mate de doelstellingen haalbaar zijn;
6. De mate van realisme van het project;
7. De kans dat de resultaten duurzaam zouden kunnen zijn voor beide partijen (een langduriger effect hebben);
8. Het financiële overzicht (verhouding uitgaven – inkomsten / haalbaarheid);
9. Artistieke kwaliteit (waar zinvol).

Wat past niet binnen de criteria?

- Een min of meer reguliere opdracht situatie (een bedrijf heeft een vraag en nodigt een deskundige op dat gebied uit de vraag te beantwoorden);
- Een verkapte sponsorrelatie (een creatieve professional heeft een idee en benadert een bedrijf dit te financieren. Met andere woorden om dus net te doen alsof het een gezamenlijk idee is en om de pitch te gebruiken als sponsorgeld);
- Een project dat al in de uitvoeringsfase is;
- Een project dat zo groot in omvang is (bijvoorbeeld financieel) dat het winnen van deze pitch geen wezenlijke bijdrage levert;
- Een project waarbij een eventueel derde, verbindende partij meer dan 25% van de kosten van de begroting in rekening brengt;
- Een verbindingsproject tussen twee partijen die al regelmatig samenwerken (we beogen nieuwe verbindingen te stimuleren);
- Een verbindingsproject waarbij één van beide partijen geen vernieuwende inbreng heeft (dus als diegene in dit plan alleen maar doet wat hij normaal ook doet).

(afbeelding uit presentatie van Arthur Simonetti van DSM)

