



INSPIRATIONSMATERIALE

IDÉKONKURRENCEN

Et inspirationsmateriale til ungdomsuddannelser



ISBN 978-87-92167-91-0

Copyright © 2021

Fotografisk, mekanisk eller anden gengivelse af dette materiale eller dele af det er ikke tilladt ifølge gældende dansk lov om ophavsret.

2. udgave, august 2021

Forlag

Fonden for Entreprenørskab

Orca Press

Ejlskovsgade 3D

DK - 5000 Odense C

E-mail: post@ffe-ye.dk

INDHOLD

Indledning	1
Fase 1 Indledningsfasen	7
Fase 2 Opdagelses- og idéfasen	10
Fase 3 Undersøgelsesfasen	13
Fase 4 Præsentation og pitch	16
Fase 5 Evaluering	20



Fonden for Entreprenørskab er nationalt videncenter og omdrejningspunkt for udvikling af entreprenørskab i undervisningen på alle uddannelsesniveauer, og Fonden er selv med til at skabe og udbrede ny viden og forskning om entreprenørskab i undervisningen. Fonden arbejder aktivt for, at evnen til at være innovativ skal være et grundelement i alle uddannelser fra abc til ph.d., og at innovation og entreprenørskab i højere grad skal integreres i uddannelserne og forankres på uddannelsesinstitutionerne.

INDLEDNING

IDÉKONKURRENCEN

På Danish Entrepreneurship Festival afholder vi hvert år Idékonkurrencen for ca. 2000 unge, hvor formålet er at give alle unge i Danmark mulighed for at teste og afprøve deres nyudviklede idéer uden for uddannelsesrammen. Formålet med Idékonkurrencen er også at skabe et rum, som giver de unge muligheden for på et tidligt stadie i deres entreprenørskabsproces og modtage kvalificeret sparring og rådgivning fra erhvervsfolk og iværksættere fra hele landet.

Idékonkurrencen består af både en skriftlig og en mundtlig del, da der er vigtigt at kunne formidle sin idé på begge måder. Dertil stimulerer og styrker de to formidlingsformer forskellige entreprenørielle og personlige kompetencer. Den skriftlige del foregår inden Danish Entrepreneurship Festival, hvor deltagerne skal uploade en skriftlig idébeskrivelse, og den mundtlige del finder sted til selve Danish Entrepreneurship Festival, hvor deltagerne skal pitche idéen to gange for forskellige dommere. Den samlede score fra både den skriftlige og den mundtlige del afgør, hvem der går videre til finalen.

I Idékonkurrencen belønnes kreativitet, innovative idéer og deres nyhedsværdi. Der fokuseres på idéhøjden, hvor nyskabende opdagelser sættes i forhold til eksisterende idéer og produkter. Idékonkurrencen belønner særligt værdiskabende idéer.

- I Idékonkurrencen vægtes nyhedsværdi højt.
- I Idékonkurrencen vægtes realiserbarhed af den nyskabende idé højt.
- I Idékonkurrencen vægtes evnen til at formidle idéen.

I Idékonkurrencen bliver deltagerne bedømt på deres refleksioner over:

- Hvordan og for hvem skaber den nyskabende idé værdi?
- Hvordan vil idéen kunne realiseres og i hvilken kontekst?
- Mulige samarbejdspartnere og netværk?

Det er ikke et krav i Idékonkurrencen:

- At have testet og afprøvet sin idé.
- At have udviklet en forretningsplan.

Læs mere om Idékonkurrencen på Danish Entrepreneurship Festivals hjemmeside, danishentrepreneurshipfestival.fe-ye.dk, hvor du også tilmelder dig og dine elever.

OM MATERIALET

Materialet til Idékurrencen er opdelt i fem faser, den indledende fase, opdagelses- og idéfasen, undersøgelse, præsentation og pitch og til sidst evaluering. Faserne er fleksible alt efter tilgængelige ressourcer, tid og ambitioner. Materialet kan anvendes som et uafhængigt undervisningsforløb, men kan også anvendes som en forsmag på det mere omfangsrige entreprenørskabsforløb Company Programme.

Deltagere i Idékurrencen kan anvende materialet i udarbejdelsen af den skriftlige idébeskrivelse og det mundtlige pitch. Den skriftlige idébeskrivelse skal følge den obligatoriske skabelon – den finder du her – og skal uploades online, hvor en dommer læser den igennem og giver point. Det mundtlige pitch fremføres to gange foran dommere til Danish Entrepreneurship Festival, hvor deltagerne vil modtage feedback på deres idé. Dommerne udfylder et bedømmelseskema med point, og de 10 grupper med den højeste samlede score går videre til finalen. De ti grupper skal pitche deres idé i et online møderum foran dommere og publikum. Dommerpanelet finder dernæst vinderen af Idékurrencen som præmieres med 10.000 kr.

Materialet henvender sig til elever på ungdomsuddannelserne. Det henvender sig både til institutioner, der kan prioritere en måneds projektforsøg til forløbet, institutioner der har to ugentlige timers valgfag, og alt derimellem. I faserne er der både forslag til aktiviteter og spørgsmål, der kan ses som inspiration til underviseren, og som ikke er obligatoriske. Udvælg aktiviteter og spørgsmål, der har relevans for din klasse og for jeres specifikke forløb

OM BEDØMMELSESKRITERIERNE

Den skriftlige idébeskrivelse bedømmes på syv kriterier med et max antal mulige point på 300. Kriterierne er idé, værdiskabelse, målgruppe, realiserbarhed, samarbejdspartnere og skriftlig formidling.

Det mundtlige pitch bedømmes på syv kriterier med et max. antal mulige point på 250 pr. dommer. Kriterierne er idé, værdiskabelse, målgruppe, realiserbarhed, samarbejdspartnere, pitch og bæredygtighed.

Det kan være en god idé at udlevere bedømmelseskriterierne til eleverne og eventuelt gennemgå dem på klassen. Eleverne har til tider forskellige forståelser af kriterierne, så en fælles gennemgang vil som regel være til gavn for klassen. Bedømmelseskriterierne fortæller eleverne præcis, hvad de bedømmes på, og i hvor høj grad de bedømmes på det (vægtning). Det kan være hensigtsmæssigt at anvende bedømmelseskriterierne som et konstant pejlemærke, eleverne kan referere tilbage til gennem processen. Bedømmelseskriterierne findes på side 28.

TAKSONOMI

Entreprenørskabsundervisning defineres som: "Indhold, metoder og aktiviteter, der understøtter udvikling af motivation, kompetence og erfaring, som gør det muligt at iværksætte, lede og deltage i værdiskabende processer." (FFE-YE, 2013)

Det overordnede formål for Fonden for Entreprenørskab er udbredelsen af entreprenørskabsundervisning på alle uddannelsesniveauer. Fondens egen forskning og effektmålinger, ligesom anden international forskning, viser bl.a. at entreprenørskabsundervisning har en positiv effekt på lysten til at blive iværksætter, det øger tiltroen til egne entreprenørielle evner, og påvirker elevens og studerendes entreprenørielle adfærd i og uden for skole og studier (Effektmåling af entreprenørskabsundervisning i Danmark, FFE-YE 2014).

Derudover viser forskning om læring og pædagogik, at undervisning, der skaber engagement og studiemotivation typisk fokuserer på autentiske og praktisk rettede opgaver, som udfordrer elevernes kreativitet og problemløsningsevner, samt omfatter gruppearbejde og giver plads til forskellige talenter (Newman, 1991). Varieret undervisning der fordrer ejerskabs- og ansvarsfølelse, fremmer elevernes engagement og involvering i egen læring.

Fonden for Entreprenørskab søger at udvikle programmer, der er en syntese af ovenstående. Idékurrencen er et kortere forløb, der inddrager elevernes kreativitet og interesser og giver dem ejerskab over egne projekter – fra idé til resultat. Konkurrenceelementet fungerer ikke blot som en motivationsfaktor, det er også en måde at engagere det lokale erhvervsliv i undervisningen, og dermed gøre forløbet mere autentisk, virkelighedsnært og konkret for eleverne.

Eleverne opfordres derfor til at arbejde videre med deres idéer – eller med nye – i entreprenørskabsforløbet Company Programme for ungdomsuddannelserne.

DE FIRE DIMENSIONER: UNGDOMSUDDANNELSERNE

I Fonden for Entreprenørskab arbejder vi med fire entreprenørielle dimensioner. De fire dimensioner ses som indlejret i et samspil med grund- og kernefaglighed, hvorved dimensionerne vil formes af denne.

I Idékurrencen berøres alle dimensionerne perifært i løbet af processen, men der arbejdes dog primært med kreativitet og personlig indstilling.

Dimensionerne er følgende (fra Taksonomi i Entreprenørskabsuddannelse (FFE-YE 2016)) med færdighedsmål fra NQF 4 (gymnasiale uddannelser):

Handling

Handling forstås som kompetencer til at iværksætte initiativer og at virkeliggøre disse gennem samarbejde, netværk og partnerskaber. Det er samtidig kompetencer til at analysere og håndtere økonomi, ressourcer og risici, kommunikere formålsrettet og at kunne organisere, målsætte og lede aktiviteter.

Eleven kan

- selvstændigt organisere, lede og gennemføre projekter og aktiviteter
- evaluere egne og andres aktiviteter ud fra relevante kriterier
- identificere og anvende relevante terminologier ved præsentation af resultater
- anvende relevant kommunikation for en målgruppe
- anvende og analysere enkle budgetter og regnskaber for aktiviteter
- analysere og vurdere værdien af og risikoen ved aktiviteter
- anvende personligt netværk i forbindelse med opgaver og projekter

Kreativitet

Kreativitet forstås som kompetencer til at se og skabe idéer og muligheder, til divergent og abduktiv tænkning og til at kombinere viden fra forskellige områder på nye måder. Kreativitet er også kompetencer til at skabe og revidere personlige forestillinger, samt at eksperimentere og improvisere for at løse problemer og udfordringer.

Eleven kan

- anvende forskellige former for struktureret idegenerering
- analysere en mulighed eller en ide ud fra viden og erfaringer
- give udtryk for viden og kreativitet gennem modeller og illustrationer
- eksperimentere og improvisere med grundlæggende faglig viden

Omverdensrelation

Omverdensrelation forstås som kompetencer til at kunne iagttage, analysere og konstruere en social, kulturel og økonomisk kontekst som arena for værdiskabende handlinger og aktiviteter. Dette indebærer viden om og forståelse af verden, lokalt og globalt, herunder vurdering af globale muligheder og problemstillinger.

Eleven kan

- beskrive og analysere lokale, regionale og internationale kulturelle, sociale og økonomiske fænomener, muligheder og problemstillinger
- beskrive og analysere sammenhænge imellem grundlæggende viden og mulige forretningsmodeller
- beskrive og analysere egen kulturel baggrund og personlige værdier
- diskutere kulturel, social og økonomisk viden på en relevant faglig baggrund

Personlig indstilling

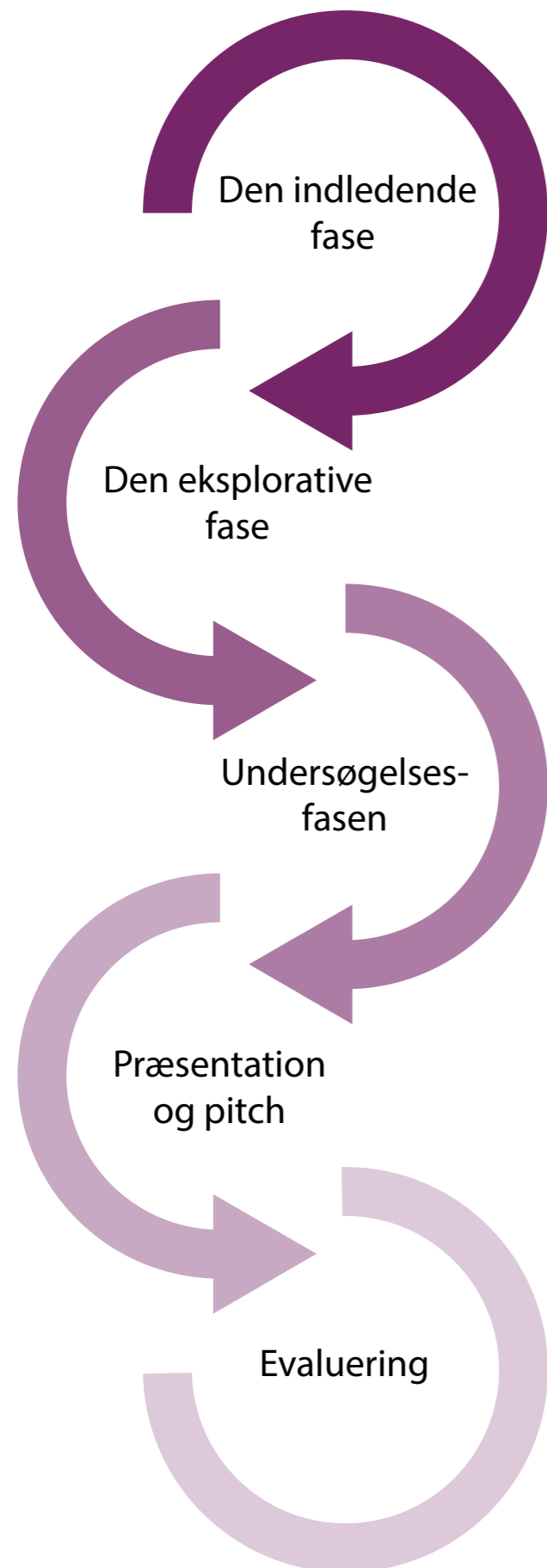
Personlig indstilling er de personlige og intersubjektive ressourcer, som elever og studerende møder udfordringer og opgaver med. Det er troen på at kunne agere i verden og herigennem at kunne realisere drømme og planer. Personlig indstilling bygger på kompetencer til at overkomme ambivalens, usikkerhed og social kompleksitet og at kunne arbejde vedholdende. Det er ligeledes kompetencer til at kunne acceptere og lære af andres og egne fejl og at kunne foretage etiske vurderinger og refleksioner.

Eleven kan

- anvende egne ressourcer i forbindelse med løsning af åbne og usikre opgaver
- arbejde engageret med åbne og usikre opgaver
- reflektere over personlige drømme og visioner og anvise eksempler på veje til at realisere disse
- reflektere over og lære af egne og andres fejl og succeser
- diskutere etiske problemstillinger i forhold til konkrete, lokale og personlige fænomener

Udover de fire dimensioner med tilhørende færdighedsmål, har Fonden for Entreprenørskab beskrevet en række principper, der understøtter de forskellige dimensioner. Læs mere om dimensionerne i Taksonomi i Entreprenørskabsuddannelse.

FASER



FASE 1: DEN INDLEDENDE FASE

Grupperdannelse
Projektstyring
Afdækning af kompetencer og interesser

FASE 2: OPDAGELSE- OG IDÉFASEN

Fagligt grundlag
Brainstorm
Udvælgelse af problemstilling
Idégenerering
Værditilskrivning

FASE 3: UNDERSØGELSE

Research
Målgruppe-, markeds- og behovsanalyse
Sparring og feedback
Udvikling af prototype og visuelt materiale

FASE 4: PRÆSENTATION OG PITCH

Pitchtræning
Materialeudvælgelse
Feedback
Formidling

FASE 5: EVALUERING

Refleksion
Evaluering
Læringsudbytte
Projektstatus

FASE 1 INDLEDNINGSFASEN

I indledningsfasen klargøres eleverne til det efterfølgende forløb.

Først skal klassen inddeles i teams. Underviseren kan vælge at lade eleverne stå for inddelingen eller selv inddele dem i teams. Øvelserne Kompetencemix og Interessemix kan også bruges til inddelingen.

Når eleverne er inddelt i teams, bør de både individuelt og i fællesskab besvare nogle afklarende spørgsmål, og eventuelt udarbejde en oversigt over egne og teamets kompetencer, styrker, svagheder osv.

Grundarbejdet i denne fase kan spare tid og frustrationer senere i processen. Teamet kan allerede her planlægge og lave aftaler omkring, hvornår og hvor meget tid de hver især kan lægge i projektet, og hvad deres generelle ambitioner er.

Før arbejdet med opdagelses- og idéfasen startes, er det en god idé at lave nogle "opvarmningsøvelser", der kan føre eleverne ind i et kreativt og innovativt mindset, og som fordrer elevernes samarbejdsevner og kreative tænkning. På den måde bliver eleverne bekendt med processen, inden den rigtige proces starter. Formålet med øvelserne er at ændre deltagernes mentale og fysiske indstilling, så det bliver lettere for dem at anvende deres viden i den kreative proces.

INSPIRATION TIL AKTIVITETER I FASE 1

Inddeling i teams

Individuel refleksion

Teammøde

Opvarmning

FORSLAG TIL ØVELSER

Teaminddeling:

Personlighedsmix

Kompetencemix

Interessemix

Opvarmningsøvelser

FØR DU GÅR VIDERE

Inspiration til spørgsmål til grupperne

- Hvilke roller kan jeg dække i teamet?
- Hvilke roller kan de øvrige teammedlemmer dække?
- Hvilke kompetencer har jeg?
- Hvilke kompetencer besidder teamets medlemmer?
- Hvilke erfaringer har jeg?
- Hvilke erfaringer har teamets medlemmer?
- Hvem har jeg i mit netværk?
- Hvem har teamets medlemmer i deres netværk?

FASE 2 OPDAGELSE- OG IDÉFASEN

I opdagelses- og idéfasen skal elevens faglige viden sættes i spil. Du kan vælge at køre et fagligt forløb eller lade eleverne lave en faglig undersøgelse af mulige underemner på egen hånd.

Overvej gerne om I har gennemgået et fagligt forløb tidligere, som I kan lade dette projekt skrives ind i - eventuelt efter en kort genopfriskning.

Når eleverne er fagligt godt klædt på, kan de gå i gang med at udforske problemstillinger. De kan gøre dette ved f.eks. at brainstorme, lave øvelser, gå på opdagelse i nærmiljøet eller lave informationssøgninger. Du kan vælge, at alle teams arbejder under med en overordnet, fælles problemstilling, eller lade de enkelte teams frit vælge en problemstilling.

Fordelen ved at vælge en fælles problemstilling for alle team er, at du har mere styring på fagligheden. Et fagligt forløb kan hurtigt føles spildt, hvis mange teams arbejder med problemstillinger, der ikke har relevans i forhold til det faglige forløb. Derudover vil det ofte være interessant og se meget forskelligartede løsninger på én overordnet problemstilling.

Fordelen ved at lade de enkelte teams vælge deres problemstilling frit er, at de i højere grad kan vælge at arbejde med noget, der stemmer overens med teammedlemmernes kompetencer, erfaringer og interesser, og dermed tager de sandsynligvis større ejerskab over ideerne.

Når alle teams har valgt en problemstilling, de ønsker at arbejde videre med, skal de i gang med at idégenerere på løsninger. Her er det effektivt at starte med at lave nogle idégenereringsøvelser og få åbnet op for den divergente tankegang.

I starten er det vigtigt at prioritere kvantitet over kvalitet. Eleverne skal ukritisk generere så mange idéer som muligt og skrive dem på et stykke papir eller post-its. Når grupperne er ved at løbe tør for idéer, kan de begynde med det kritiske sorteringsarbejde. De skal nu gennemgå idéerne og udvælge de bedste. Eleverne skal kortlægge idéernes sociale, økonomiske, kulturelle og faglige værdi og vurdere idéens realiserbarhed. De skal bruge deres faglige viden og den viden, de har tilegnet sig i opdagelsesfasen. Hvert team bør overveje, om det kan skabe værdi at kombinere idéer eller bygge videre på hinandens idéer. Dernæst skal de diskutere muligheder og udfordringer og udvælge den bedste idé.

Teamet skal kunne argumentere for det nyskabende ved idéen og for, hvordan deres idé adskiller sig fra noget allerede eksisterende.

INSPIRATION TIL AKTIVITETER I FASE 2

- Gennemgå et fagligt forløb – eller genbrug et tidligere forløb
- Brainstorm problemstillinger
- Udvælg én problemstilling, I ønsker at arbejde med
- Idégenerering
- Kortlægning af idéernes sociale, økonomiske, kulturelle og faglige værdi
- Vurdering af idéernes realiserbarhed
- Udvælgelse af idé
- Research på lignende idéer – undersøg markedet for konkurrenter
- Udforsk jeres egne og teamets netværk i relation til emnet
- Forventningsafstem processen med teamet
- Research problemstillingen yderligere
- Diskutér, hvilke fag I vil inkludere i processen og hvordan.
- Udarbejd en oversigt over udfordringer og muligheder i idéen
- Udarbejd en arbejdsplan og fordel de opgaver, I på nuværende tidspunkt har kortlagt

FØR DU GÅR VIDERE

Inspiration til spørgsmål til grupperne

- Hvordan og for hvem skaber idéen værdi og gør en forskel?
- Er værdien social, kulturel og/eller økonomisk? Hvorfor?
- Hvordan er idéen nyskabende og original?
- Hvordan får vi brugt vores styrker i arbejdet med denne ide?
- Er det en realiserbar idé? Hvordan?
- Hvad kræver det at realisere idéen?
- Hvad er begrundelsen for valget af idé?
- Hvordan er idéen en løsning på problemstillingen?
- Hvordan kan vi dokumentere, at vores problemstilling er reel?
- Har vi på nuværende tidspunkt nok viden til det videre arbejde med idéen?
- Hvordan kan vi opnå den nødvendige viden?
- Hvilke forventninger har vi til arbejdet med idéen?
- Hvem i vores netværk kan hjælpe os i arbejdet med idéen og hvordan?
- Hvad er best case scenario? Hvad er worst case scenario?

FASE 3 UNDERSØGELSESFASEN

I denne fase skal grupperne arbejde videre på deres idé. I videreudviklingen af deres idé skal de anvende de resultater, de fik i opdagelses- og idéfasen. Det er en god idé at strukturere arbejdet ud fra bedømmelseskriterierne.

IDÉ

Grupperne bør undersøge markedet i relation til deres idé. Hvad går jeres idé ud på, hvordan er den nyskabende, og hvordan adskiller den sig fra noget, der allerede findes? Grupperne bør desuden reflektere over, hvordan deres idé tager udgangspunkt i deres faglighed og viden.

Hvis teamet ønsker at udtænke en forretningsmodel, er det også i denne fase, de skal gøre det. En forretningsplan er ikke et krav eller en forventning i dette forløb, men kan understøtte konkurrencens andre bedømmelseskriterier som f.eks. vurderingen af realiserbarhed. Grupperne bliver i høj grad vurderet på, hvor nyskabende og original deres idé er, og på deres undersøgelse af markedet.

MÅLGRUPPE OG VÆRDISKABELSE

Grupperne bør foretage en grundig analyse af markedet og målgruppens behov. Hvilket behov er det præcist, deres idé dækker, og hvordan? Grupperne skal argumentere for deres valg af målgruppe og lave eller finde undersøgelser og viden, der understøtter deres argumentation.

Grupperne bliver i høj grad bedømt på, hvor værdiskabende deres idé er, så det er vigtigt, at de er grundige i deres undersøgelse og argumentation af målgruppens behov og idéens værdi og har evidensbaseret viden, der understøtter dette. Værdien kan være social, kulturel og/eller økonomisk.

PROTOTYPE

Teamet kan vælge at udvikle en prototype, som visualiserer deres idé. Prototyper handler om at gøre idéen mere konkret og håndgribelig, og teamet kan komme rigtig langt med gængse kreative materialer. Prototypen skal i denne sammenhæng forstås bredt, så det kan f.eks. være en fysisk model, en 3D-tegning, en planche eller andet, der er med til at afprøve og udvikle forskellige aspekter af idéen. Det er ikke et krav i idékonkurrencen at have en prototype, men det kan være en hjælp for gruppen i deres udviklingsproces.

REALISERBARHED OG SAMARBEJDSPARTNERE

Hvert team bør have en klar idé om, hvilke ressourcer der skal til for at realisere deres idé. Hvilke udgifter vil der være, når idéen skal realiseres? Og hvilke indtægter for at det kan løbe rundt? Hvilken viden mangler teamet, og hvilke samarbejdspartnere vil være hensigtsmæssige at få kontakt til? Samarbejdspartnere eller kontakt til ens netværk er essentielt for udviklingen af ens idé. En samarbejdspartner kan både være en, der bidrager med finansiering, men også en der bidrager med viden, sparring og feedback, indsigt i en specifik branche, erfaring med målgruppen osv. Det er især en god idé, at teamet forsøger at få feedback på deres idé fra deres netværk eller en eventuel samarbejdspartner.

INSPIRATION TIL AKTIVITETER I FASE 3

- Teammøde om processen, arbejdsfordelingen og generel forventningsafstemning
- Foretag en spørgeskemaundersøgelse af målgruppen
- Undersøg markedet og opsøg viden og empiri
- Kontakt mulige samarbejdspartnere og relevante personer i jeres netværk
- Få sparring og feedback på jeres idé fra f.eks. målgruppen eller jeres netværk
- Indarbejd resultater fra undersøgelser og feedback i udviklingen af jeres idé
- Udvikl en prototype
- Opsæt en hjemmeside
- Udtænk en forretningsmodel
- Overvej udgifter og indtægter relateret til realiseringen af idéen
- Skitser en markedsføringsplan

FØR DU GÅR VIDERE

Inspiration til spørgsmål til grupperne

- Hvad har vi gjort i denne procesdel?
- Hvad har vi lært i denne procesdel?
- Hvem i teamet bidrog med hvad?
- Hvad er det vores målgruppe søger?
- Hvordan vil vi skabe opmærksomhed omkring idéen og nå målgruppen?
- Hvem er vores konkurrenter?
- Hvordan adskiller vi os fra vores konkurrenter?
- Hvordan kan vi tydeliggøre forskellen mellem det eksisterende, og det vi udvikler?
- Hvilken feedback har vi fået på vores idé?
- Hvordan kan vi anvende denne feedback?
- Hvordan skal vi justere vores idé/prototype i forhold til den modtagne feedback?
- Hvem har vi været i kontakt med angående idéen?
- Hvem i vores netværk kan teste og give feedback på vores idé og/eller prototype?
- Virker vores prototype? Hvordan kan vi bruge den?
- Hvilke kilder skal vi bruge til at dokumentere og begrunde vores udsagn og valg i idéen?
- Hvilke indtægter og udgifter vil idéen have? Er idéen økonomisk bæredygtig?
- Er idéen realiserbar? Hvorfor?
- Hvordan kunne vi gøre idéen mere realiserbar?
- Hvilke udfordringer har vores idé?
- Hvordan kan vi imødekomme disse udfordringer?

FASE 4

PRÆSENTATION OG PITCH

I denne fase skal eleverne skrive deres skriftlige idébeskrivelse og forberede deres pitch. De skal reflektere over hele processen og alle deres resultater og vurdere, hvad der er vigtigt for både den skriftlige og den mundtlige præsentation.

Alle teams bør gennemgå bedømmelseskriterierne. Hvad forventer dommerne af gruppen?

SKRIFTLIG IDÉBESKRIVELSE

Inden selve Idékonkurrencen skal gruppen uploade den skriftlige idébeskrivelse for at vise, at de kort og præcist, kun ved hjælp af ord, kan forklare deres idé. Idébeskrivelsen må kun fylde én side (2400 tegn), og uploades på Danish Entrepreneurship Festivals hjemmeside, når grupperne er tilmeldt til konkurrencen.

Gruppen skal sørge for at lave en gennearbejdet og fyldestgørende idébeskrivelse, der forklarer hvad problemet er, hvordan de løser det, og hvorfor de har valgt netop denne problemstilling og løsning. Der bør lægges vægt på, hvordan og for hvem gruppens idé skaber værdi, og hvorfor de har valgt netop denne målgruppe. De skal forklare, hvad der skal til for at realisere idéen, og vise, at de har undersøgt idéens realiserbarhed. Hvis de har haft kontakt med nogle i eller uden for deres netværk, skal de fortælle, hvorfor og hvordan de har eller kan bidrage til deres idé.

Det er en god idé at få andre til at læse idébeskrivelsen igennem, meget gerne nogen som ikke har hørt gruppens idé før. Der lægges vægt på den skriftlige formidling, og på hvordan gruppen vælger at bruge deres begrænsede plads. Det anbefales, at der læses korrektur på idébeskrivelsen, før den sendes afsted.

Den skriftlige idébeskrivelse skal struktureres efter følgende overskrifter:

- Idé
- Værdiskabelse
- Målgruppe
- Realiserbarhed
- Samarbejdspartnere
- Bæredygtighed

MUNDTLIGT PITCH

I Idékonkurrencen skal eleverne pitche deres idé to gange. Begge gange har de fire minutter, hvorefter der er fire minutter til, at dommerne kan stille spørgsmål og give feedback til gruppen. Den mundtlige pitch vil finde sted i et online møderum.

Grupperne skal øve deres pitch. De skal have styr på, hvad de gerne vil fortælle, og hvordan det skal formidles. Hvordan får vi en evt. prototype i spil? Hvilke hjælpemidler er hensigtsmæssige at medbringe til en mundtlig præsentation? Det er en fordel at gøre sig nogle grundige overvejelser om, hvilke hjælpemidler man medbringer, og hvilken værdi det har for præsentationen.

Dernæst gælder det om at øve det grundigt igennem, gerne overfor et publikum. Det er en oplagt mulighed for at få konstruktiv feedback og finde ud af, hvad der fungerer, og hvad der ikke gør. Forstår publikum, hvad idéen går ud på?

TIPS TIL PRÆSENTATIONSTEKNIK

Opbygning af pitch

Det er en god idé at få eleverne til at tænke over opbygningen af deres pitch, så de får alle de vigtige elementer med. Mange elever starter med at fortælle om idéen, hvilket ikke altid er den mest hensigtsmæssige opbygning. En god tommelfingerregel er, at eleverne starter med at fortælle om det problem, de har fokuseret på, og får opridset fakta og data på problemstillingen. Dernæst kan de fortælle om deres løsning og idé og om, hvordan idéen kan gøres til virkelighed. Det kan være gavnligt at gennemgå evalueringsfasen og dernæst vende tilbage og justere præsentationen.

Selvom indholdet i gruppens pitch naturligvis skal have højeste prioritet processen igennem, er der andre faktorer, der også har stor effekt på dommerens samlede indtryk af gruppens idé. Tale og kropssprog har gennem undersøgelser vist sig at have stor betydning for modtagelsen af et pitch eller en præsentation, og derfor er det en god idé at prioritere begge dele højt.

Tale

Tale omfatter bl.a. ting som toneleje, tempo, pauser, og hvilke ord man lægger tryk på. Det siger sig selv, at man skal tale højt og tydeligt, men det er også vigtigt at have fokus på tempo og variationer i toneleje. Gruppen vil som regel have rigtig meget, de ønsker at fortælle på deres begrænsede tid, men et roligt tempo er i princippet vigtigere. Hvis man taler for hurtigt eller monotont, vil dommeren have svært ved at huske, hvad der fortælles. Derfor er et godt råd at holde pauser i talen og omhyggeligt vælge, hvilke ord man vil lægge særligt tryk på. Det er også en god idé at lade alle i gruppen sige noget, da der på den måde helt naturligt kommer variation og pauser i præsentationen. Det skal naturligvis aftales på forhånd, hvem der siger hvad og hvornår.

Kropssprog

Kropssprog omfatter bl.a. øjenkontakt, udstråling, bevægelse og entusiasme. God øjenkontakt, et afslappet kropssprog og en udstråling, der udtrykker entusiasme omkring idéen, gør præsentationen mere overbevisende for dommerne. Man må gerne bevæge sine hænder, mens man præsenterer, og have et kropssprog, der signalerer, at man tror på sin egen idé.

INSPIRATION TIL AKTIVITETER I FASE 4

- Gennemgang af bedømmelseskriterierne, både skriftlige og mundtlige
- Udarbejdelse af den skriftlige idébeskrivelse
- Gennemlæsning af andre teams idébeskrivelser
- Upload af idébeskrivelsen online
- Udarbejde opbygning af pitch
- Øve pitch for resten af klassen

FØR DU GÅR VIDERE

Inspiration til spørgsmål til grupperne

- Hvad har vi gjort i denne procesdel?
- Hvad har vi lært i denne procesdel?
- Hvem i teamet bidrog med hvad?
- Hvad er det vigtigste budskab i vores pitch?
- Hvad er det vi sælger og til hvem?
- Hvad er vores konkurrencemæssige fordel?
- Hvad kræver det at arbejde videre med vores idé?
- Hvilke kriterier bliver vi bedømt på, og hvordan tilpasser vi vores præsentation til dette?
- Hvor forventer vi, at det går godt/skidt, og hvad kan vi gøre for at forbedre dette?
- Hvilke konkrete ting og materialer skal vi bruge til at understøtte vores pitch, og hvorfor er disse nødvendige?
- Kan vi vores pitch udenad?
- Hvad gør vi, hvis en af os går i stå?
- Hvilke spørgsmål kan dommerne finde på at stille? Har vi svar på dette?

FASE 5 EVALUERING

Evaluering skaber rum for refleksion og læring, som eleverne kan tage videre med sig. Det er en vigtig del af alle entreprenørskabsforløb og bør prioriteres højt, da det har en indvirkning på elevernes læringsmæssige resultat af forløbet.

Evaluering er egentlig en opgave, som bør løses løbende og være et afsluttende element af alle faser. Det er essentielt at have gjort sig nogle tanker om processen før udarbejdelsen af både den skriftlige og mundtlige præsentation. Sæt tid af til løbende refleksion, og gennemgå gerne evalueringsspørgsmålene, før I går til Idékongurrencen på Danish Entrepreneurship Festival.

Efter Idékongurrencen bør I gennemgå evalueringsspørgsmålene igen. Efter konkurrencen har eleverne helt sikkert gjort sig nogle nye erfaringer i forhold til det mundtlige pitch. Derudover vil eleverne have modtaget kvalificeret feedback, som de nu kan reflektere over og inddrage i deres endelige evaluering.

Eleverne bør kigge på de resultater, de har opnået, men helt essentielt for evalueringen er den proces, de har været igennem. En grundig refleksion over processen vil gavne eleverne fremadrettet, hvis de senere skal arbejde projektorienteret.

Evalueringen er todelt. Første del omhandler evaluering af gruppens idé, udførelse og feedback fra dommere. Den anden del omhandler evaluering af gruppens samarbejde, processen og elevernes personlige udvikling.

EVALUERING AF IDÉEN

Denne evaluering kan foretages af gruppen i fællesskab. De skal reflektere over og evaluere på deres idé og den feedback, de har fået på den. Gode spørgsmål kunne være følgende:

- Hvad har vi gjort i de forskellige procesdele?
- Hvad overraskede os i de forskellige procesdele?
- Hvad var afgørende, da vi valgte vores idé?
- Hvad var afgørende, da vi sorterede andre idéer fra?
- Hvilken værdi skaber vores idé og for hvem?
- Hvordan bidrager vores prototype (hvis teamet har udviklet en) til idéen?
- Hvilken feedback har vi fået, og hvordan har vi brugt den?
- Hvad kunne fremtidige muligheder være for arbejdet med idéen?
- Hvor realiserbar er vores idé? Hvordan gør vi den mere realiserbar?
- Har vi et koncept, der er klar til, at vi går på markedet med det nu?
- Hvilken feedback fik vi fra dommerne?
- Hvilke justeringer giver det os anledning til at lave?
- Hvilke kriterier scorede vi lavest point i, og hvordan kan vi forbedre det?
- Hvilke fag har vi arbejdet med og hvordan?
- Hvad kunne vi have gjort anderledes?

INDIVIDUEL OG TEAMEVALUERING

Eleverne bør indledningsvist sidde individuelt og reflektere over processen. Afsæt god tid til denne del af evalueringen. Bed dem om at skrive et par stikord ned, som de derefter kan dele med hinanden. Gode spørgsmål kunne være følgende:

- Hvad var dine forventninger til ideen? Levede arbejdet med ideen op til dine forventninger?
- Hvad har været det bedste ved processen og hvorfor?
- Hvordan har denne måde at arbejde på fungeret for dig?
- Hvordan var det at fremlægge foran dommere?
- Hvis du skal vælge én ting, som du er mest stolt af ved idéen og forløbet, hvad er det så? Det kunne f.eks. være samarbejdet i gruppen, fremlæggelsen, idéen, din personlige indsats osv.
- Hvad har været det sværeste i løbet af processen og hvorfor?
- Hvordan har du oplevet den faglige del af processen?
- Hvad kan du tage med dig videre til næste gang, du skal arbejde projektorienteret?

Efter den individuelle evaluering, kan det kan være en god idé at lave en teamevaluering. Eleverne kan evaluere processen i fællesskab i teamet og vurdere, hvordan samarbejdet har fungeret. Gode spørgsmål kunne være:



- Hvad synes I om resultatet af jeres arbejde?
- Hvordan har samarbejdet i gruppen fungeret?
- Hvordan har arbejdsfordelingen været?
- Hvem i teamet bidrog med hvilke ressourcer?
- Hvad har fungeret godt i gruppen?
- Hvad har fungeret mindre godt?
- Hvad har været særligt udfordrende?
- Hvordan tacklede I udfordringerne?
- Kunne I have tacklet det anderledes?

EVALUERING FRA LÆREREN

Hvis der er tid, kan du vælge at give eleverne en individuel evaluering. Her kan du komme ind på både den faglige og den personlige progression, eleven har oplevet gennem projektet.

Evalueringen kan afsluttes med en fælles opsamling, hvor eleverne får mulighed for at kommentere helt generelt på forløbet. Her kan de dele deres oplevelse af undervisningsformen og projektet, give indsigt i, hvad der fungerer både godt og mindre godt og reflektere over deres individuelle læringsudbytte. Den fælles opsamling kan fungere som et redskab for videre udvikling, og både den positive og negative kritik kan gavne klassens videre arbejde med projektorienterede forløb.

INSPIRATION TIL AKTIVITETER I FASE 5

- 
- Individuel evaluering FØR Idékonkurrencen
 - Gruppeevaluering FØR Idékonkurrencen
 - Idéevaluering EFTER Idékonkurrencen og justeringer på baggrund af feedback
 - Individuel evaluering EFTER Idékonkurrencen
 - Gruppeevaluering EFTER Idékonkurrencen
- 

Bedømmelseskriterier - skriftlig idébeskrivelse	Point 1-10	Vægtning	Guidelines og gode råd til teamet
Idé I hvor høj grad er idéen nyskabende og original? Det kan være nytænkning af noget eksisterende, eller det kan være noget helt nyt (inkrementel eller radikal innovation)		5	Beskriv, hvad jeres problemstilling er, og hvordan jeres idé hjælper med at løse dette problem. Forklar, hvordan I er kommet på idéen, og hvad det nye ved idéen er. Forklar, hvordan I har undersøgt markedet, og hvordan jeres idé skiller sig ud fra det, der allerede findes. Forklar, hvordan jeres idé tager udgangspunkt i netop jeres faglighed eller viden. Har I allerede udtænkt jeres forretningsmodel, kan den beskrives her.
Værdiskabelse I hvor høj grad skaber idéen værdi? Værdien kan være enten social, kulturel eller økonomisk.		4	Forklar, hvordan og for hvem jeres idé skaber værdi og gør en forskel. Fortæl, hvilken værdi idéen skaber, og om værdien er social, kulturel og/eller økonomisk.
Målgruppe I hvor høj grad er der overensstemmelse mellem idé og målgruppe?		4	Forklar, hvorfor I har valgt netop denne målgruppe, og hvorfor målgruppen har brug for jeres idé. Beskriv, hvilke undersøgelser og viden der understøtter, at jeres idé opfylder et reelt behov hos målgruppen.
Realiserbarhed I hvor høj grad ved teamet, hvad der skal til for at realisere idéen?		3	Beskriv, hvilke ressourcer (f.eks. økonomi, viden, samarbejdspartnere) I skal bruge for at realisere idéen. Hvad vil det f.eks. koste at gøre jeres idé til virkelighed? Forklar, hvordan I har undersøgt eller afprøvet, om idéen kan realiseres.
Samarbejdspartnere I hvor høj grad har teamet haft kontakt til potentielle samarbejdspartnere og relevante netværk og fået sparring på deres idé?		2	Fortæl om jeres netværk og samarbejdspartnere og om, hvordan de har bidraget til udviklingen af jeres idé. Hvem har I talt med, hvilken feedback har I fået, og hvordan har I brugt det? Beskriv, hvilke fremtidige samarbejdspartnere I har brug for at komme i kontakt med.
Skriftlig formidling I hvor høj grad er teamets skriftlige formidling af idéen gennemarbejdet og fyldestgørende? I denne generelle vurdering tages højde for følgende: • Har teamet skabt en levende fortælling om idéen? • Har teamet argumenteret overbevisende for deres valg? • Har teamet brugt det antal tegn, de har til rådighed fornuftigt (2400)? • Har teamet gjort sig umage med formalia – dvs. korrekt stavning, kommasætning osv.		10	Vær opmærksom på, at I kan score op til 100 point ved at lave en levende og gennemarbejdet beskrivelse. Overvej, hvilke virkemidler som f.eks. følelser, sprog, fakta, undersøgelser m.m. der vil gøre jeres idébeskrivelse mere overbevisende. Læs beskrivelsen godt igennem, så I sikrer jer, at I har formuleret jer klart og tydeligt. Få også gerne andre til at læse jeres beskrivelse og spørg, om de forstår, hvad jeres idé går ud på. Overvej, hvordan I bedst muligt bruger alle de 2400 tegn, I har til rådighed. Læs korrektur og udryd stave-, sjuske- og slåfejl.
Bæredygtighed I hvor høj grad reflekterer teamet over ideens mulige bidrag til bæredygtighed og/eller verdensmål?		2	Beskriv, hvordan jeres idé bidrager til bæredygtighed og/eller verdensmål. Har I f.eks. indtænkt enten bæredygtig produktion eller social ansvarlighed i idéen? Hvis ideen ikke arbejder med bæredygtighed eller verdensmål – argumenter for, hvorfor dette ikke er relevant for netop jeres idé.
Samlet max. point		300	

Bedømmelseskriterier - Pitch	Point 1-10	Vægtning	Guidelines og gode råd til teamet
Idé I hvor høj grad er idéen nyskabende og original? Det kan være nytænkning af noget eksisterende, eller det kan være noget helt nyt (inkrementel eller radikal innovation)		5	Beskriv, hvad jeres problemstilling er, og hvordan jeres idé hjælper med at løse dette problem. Forklar, hvordan I er kommet på idéen, og hvad det nye ved idéen er. Forklar, hvordan I har undersøgt markedet, og hvordan jeres idé skiller sig ud fra det, der allerede findes. Forklar, hvordan jeres idé tager udgangspunkt i netop jeres faglighed eller viden. Har I allerede udtænkt jeres forretningsmodel, kan den beskrives her.
Værdiskabelse I hvor høj grad skaber idéen værdi? Værdien kan være enten social, kulturel eller økonomisk.		4	Forklar, hvordan og for hvem jeres idé skaber værdi og gør en forskel. Fortæl, hvilken værdi idéen skaber, og om værdien er social, kulturel og/eller økonomisk.
Målgruppe I hvor høj grad er der overensstemmelse mellem idé og målgruppe?		4	Forklar, hvorfor I har valgt netop denne målgruppe, og hvorfor målgruppen har brug for jeres idé. Beskriv, hvilke undersøgelser og viden der understøtter, at jeres idé opfylder et reelt behov hos målgruppen.
Realiserbarhed I hvor høj grad ved teamet, hvad der skal til for at realisere idéen?		3	Beskriv, hvilke ressourcer (f.eks. økonomi, viden, samarbejdspartnere) I skal bruge for at realisere idéen. Hvad vil det f.eks. koste at gøre jeres idé til virkelighed? Forklar, hvordan I har undersøgt eller afprøvet, om idéen kan realiseres.
Samarbejdspartnere I hvor høj grad har teamet haft kontakt til potentielle samarbejdspartnere og relevante netværk og fået sparring på deres idé?		2	Fortæl om jeres netværk og samarbejdspartnere og om, hvordan de har bidraget til udviklingen af jeres idé. Hvem har I talt med, hvilken feedback har I fået, og hvordan har I brugt det? Beskriv, hvilke fremtidige samarbejdspartnere I har brug for at komme i kontakt med.
Pitch I hvor høj grad er teamets pitch gennemarbejdet, fyldestgørende og overbevisende? I den generelle vurdering af pitchet tages højde for følgende: • I hvor høj grad formår teamet at fange din opmærksomhed? • Har teamet skabt en levende fortælling om idéen? • I hvor høj grad evner teamet at gøre brug af de 4 minutter, de har til rådighed til deres pitch?		5	Vær opmærksom på, at I kan score op til 100 point ved at lave en levende og gennemarbejdet beskrivelse. Overvej, hvilke virkemidler som f.eks. følelser, sprog, fakta, undersøgelser m.m. der vil gøre jeres idébeskrivelse mere overbevisende. Læs beskrivelsen godt igennem, så I sikrer jer, at I har formuleret jer klart og tydeligt. Få også gerne andre til at læse jeres beskrivelse og spørg, om de forstår, hvad jeres idé går ud på. Overvej, hvordan I bedst muligt bruger alle de 2400 tegn, I har til rådighed. Læs korrektur og udryd stave-, sjuske- og slåfejl.
Bæredygtighed I hvor høj grad reflekterer teamet over ideens mulige bidrag til bæredygtighed og/eller verdensmål?		2	Beskriv, hvordan jeres idé bidrager til bæredygtighed og/eller verdensmål. Har I f.eks. indtænkt enten bæredygtig produktion eller social ansvarlighed i idéen? Hvis ideen ikke arbejder med bæredygtighed eller verdensmål – argumenter for, hvorfor dette ikke er relevant for netop jeres idé.
Samlet max. point		250	

VIL I ARBEJDE MERE MED ENTREPRENØRSKAB?

Lad dine elever forsætte arbejdet med deres ideer - eller helt nye ideer - i Company Programme.

Company Programme er et virkelighedsnært entreprenørskabsforløb for ungdomsuddannelserne, der udfordrer og styrker elevernes innovative og entreprenørielle kompetencer. Forløbet træner eleverne i at udvikle deres gode idéer og omsætte dem til realiserbare virksomheder eller sociale projekter.

Company Programme gør eleverne handlekompetente og gør dem i stand til at se muligheder og uudnyttede potentialer. Programmet sætter fagligheden og kreativiteten i spil og booster elevernes omverdensforståelse og troen på, at de kan selv. Kompetencer, der fremadrettet er med til at skabe succesfulde iværksættere og attraktive medarbejdere.

Undervejs i forløbet har elevholdene mulighed for at deltage i regionale og nationale konkurrencer, hvor de præsenterer deres idéer over for professionelle erhvervsfolk, som optræder som dommere. Mødet med dommerne giver eleverne den relevante og konstruktive feedback, der skal til for at kvalificere ideerne videre i processen, som igen skal til for, at de i sidste ende kan føre dem ud i livet.

Company Programme har eksisteret i Danmark siden 1993 og er lige som Danish Entrepreneurship Festival en del af Fonden for Entreprenørskab. I dag deltager ca. 4000 elever fra hele landet i forløbet hvert år. I Europa deltager mere end 250.000 unge årligt i Company Programme, der er anerkendt af Europakommissionens Enterprise Directorate General som "Best Practice in Entrepreneurship Education".

Læs mere på cp.ffe-ye.dk/ eller kontakt projektledere Pernille Rasmussen og Mette Meulengracht Jensen [her](#).

GOD ARBEJDSLYST danishentrepreneurshipfestival.ffe-ye.dk

Et inspirationsmateriale til brug ved deltagelse i
Idékonkurrencen ved Danish Entrepreneurship Festival

