

STRATEGI FOR AQUAGLOBE OG KLIMATORIUM SOM FYRTÅRNSPROJEKTER I C2C CC

*OPSAMLING PÅ INTERESSENTINTERVIEWS OG
WORKSHOP DEN 5. OKTOBER 2018*



PRIMUSMOTOR, OKT. 2018

INDHOLD

- Læsevejledning, formål og baggrund side 2-4
- Konteksten - Vandlandskabet side 5-7
- Analyse
 - Ekstern perception side 8-13
 - Intern perception side 14-18
- Opfølgning og anbefalinger side 19-25
- Proces side 26

Læsevejledning, formål og baggrund

Coast to Coast Climate Challenge (C2C) har igangsat en strategiproces i forhold til videreudvikling af strategien for AquaGlobe og Klimatorium set i sammenhæng med C2C. Der er behov for, at AquaGlobe og Klimatorium i højere grad - end det er tilfældet i dag - bliver en katalysator for formidlingen af den viden og erfaring, der bliver skabt i de øvrige delprojekter under C2C og finder ind til projekternes "why" og "fælles why". Ligeledes er der behov for, at man med både AquaGlobe og Klimatorium får et mere vidtrækkende perspektiv end blot til kommunegrænsen. Såfremt AquaGlobe og Klimatorium skal gøre en reel forskel, er et nationalt og gerne et internationalt perspektiv nødvendigt.

Nu da fundamentet for AquaGlobe og Klimatorium er på plads, vil der være mulighed for at bringe begge projekter til det næste niveau og i højere grad arbejde med, hvordan AquaGlobe og Klimatorium kan komplementere hinanden som stærke formidlingstiltag i en national og internationalt sammenhæng.

For at "trykprøve" ovenstående, har der været afholdt interviews med Jens Bastrup direktør ved Skanderborg Forsyningsvirksomhed/AQUAGlobe og direktør ved Lemvig Forsyning/Klimatorium, Lars Nørgaard Holmegaard. Det blev tydeligt, at der blandt andet er brug for at definere, hvordan rollerne er fordelt i projektet, snitfladerne mellem fyrtårnene og regionen samt at finde frem til, hvordan samarbejdet styrkes og sikre, at der er god opbakning til det videre arbejde fra bestyrelserne.

"Der er behov for et strategisk fundament, som skal kunne omsættes i praksis. Alle skal kunne forstå, hvad CC2 CC laver - Hvorfor der er to udstillingsfyrtårne".

Læsevejledning, formål og baggrund

Dernæst er der foretaget seks interviews med styregruppemedlemmer fra C2C og partnere i delprojekterne.

Indsigterne blev fremlagt på workshoppen den 5. oktober, og det kunne konkluderes, at der er centrale udfordringer, som skal bearbejdes i den videre proces, således at de to fyrtårne og dermed C2C skaber værdi, både lokalt, regionalt og internationalt.

Formålet med denne opsamling er at give et samlet internt overblik over:

1. Konteksten (Vandlandskabet)
2. Udfordringer og styrker – set med hhv. interessenternes, C2Cs og de to direktørers øjne (ekstern og intern perception)
3. Opsamling på den interne workshop den 5. oktober og mulige modeller at arbejde videre med
4. Konklusion og anbefalinger til næste steps. Den videre proces er ligeledes opsummeret her.

Opsamlingen er således til internt brug. Det er en "midtvejsstatus", og dermed er der særligt fokus på at identificere, hvad der er vigtigt at arbejde videre med.

I den videre proces arbejdes der internt blandt de tre parter. Herefter involveres partnerne i projektet og slutteligt involveres bestyrelserne for de to fyrtårne. Der laves en endelig opsamling efter hele processen. Opsamlingen er den strategi, som der skal arbejdes videre med i hhv. Klimatorium, AquaGlobe og i C2C.

Det er ligeledes væsentligt i processen og i dette overblik at være opmærksom på, at Klimatorium endnu ikke er bygget, og at AquaGlobe er etableret. Det er således oplagt, at der samles på på viden og erfaringer fra AquaGlobe til Klimatorium, så ressourcerne bruges optimalt.

Udgangspunkt:
**Projektets formål er at udvikle en strategi for hhv. AquaGlobe
og Klimatorium som fyrtårnsprojekter for C2C CC.**

På de følgende sider er der således en opsummering på interviews med interessenter og en opsamling fra udviklingsworkshoppen afholdt fredag den 5. oktober 2018 med direktører for hhv. Skanderborg Forsyningsvirksomhed og Lemvig Vand og Spildevand samt C2C CC. Deltagerne den 5. oktober var:

- Dorthe W. Selmer, Vicekontorchef i C2C CC
- Pernille Paulsen, Praktikant/kandidatstuderende, Klimatorium
- Jens Bastrup, Direktør, Skanderborg Forsyning
- Lars Nørgård Holmegaard, Direktør, Lemvig Vand og Spildevand
- Malene Stub Selmer, PrimusMotor (facilitator)
- Mette Faurschou, PrimusMotor (facilitator)



1. KONTEKSTEN VANDLANDSKABET

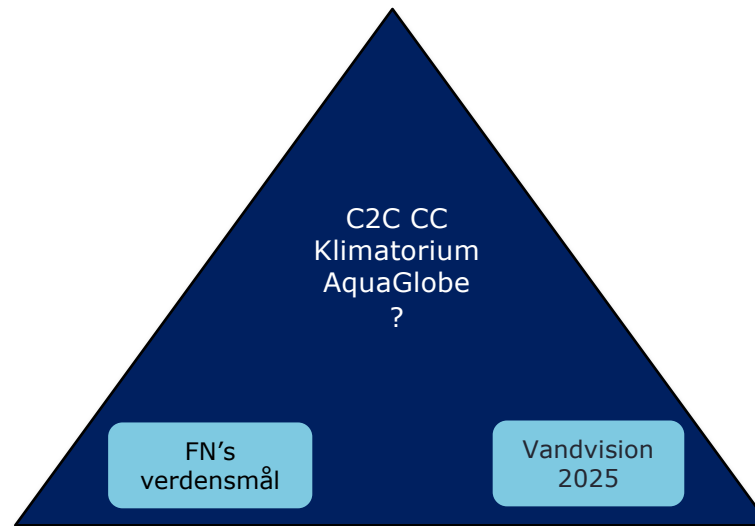


C2C CC/REGION MIDTJYLLAND AQUAGLOBE OG KLIMATORIUM

Nationalt Vandtestcenter
Konsortium og partnere



MARKEDET:
ERHVERVET/EKSPORT



CIVIL-
SAMFUNDET

KOMMUNEN



C2C CC/REGION MIDTJYLLAND AQUAGLOBE OG KLIMATORIUM

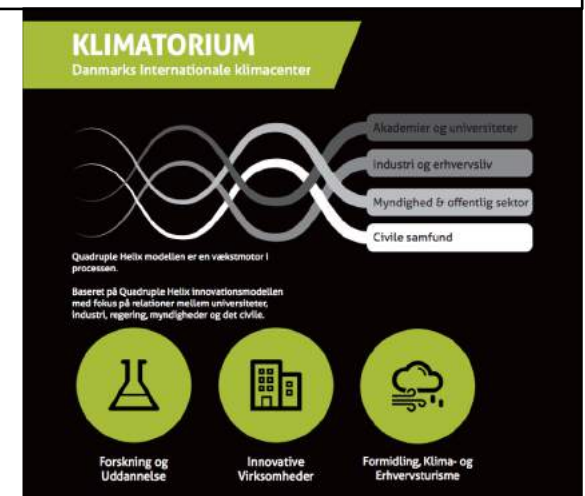
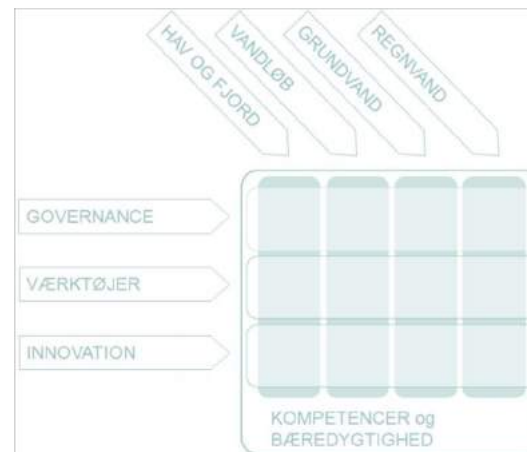
Nedenfor ses en oversigt over strategien for C2C samt for de to fyrtårne.

Formålet med at vise denne oversigt er, at de tre partner dels skal finde sammenhæng, og dels skal de indtænkes i "vandlandskabet" (side 6). "De to fyrtårnes positionering i forhold til øvrige aktører (vandlandskabet) er væsentlig.

Der kommer senere i rapporten en anbefaling til denne del, som blev drøftet på mødet den 5. oktober. I og med, at de to fyrtårne skal være forankringen af C2C efter projektets udløb, er det væsentligt, at de to parter forholder sig til dels matricen og dels strategien for C2C.

C2C CC er et 6-årigt klimatilpasningsprojekt. Projektet ledes af Region Midtjylland, der i tæt samarbejde med de øvrige 30 partnere vil arbejde for at skabe en klimarobust region ved:

- at **formulere en fælles langsigtet strategi** blandt de lokale aktører, og ved
- at **implementere de kommunale klimatilpasningsplaner målrettet**, idet de nødvendige analyser og aktiviteter koordineres, og ved
- at **identificere og forbedre ressourcer og kapaciteter blandt borgere, kommuner, forsyningsselskaber og virksomheder i vandbranchen.**





2A. ANALYSE

EKSTERN PERCEPTION – INTERVIEWS MED PARTNERE

INTERVIEWS / RESPONDENTER

Mia Rex, Projektleder,
Randers Kommune,
Arbejder med C2C CC i
regi af følgende: Byen til
Vandet og Klimabåndet

Kurt Nielsen, Prodekan,
Aarhus Universitet,
styregruppemedlem i
C2C CC

Ole Mark,
Direktør, DHI

Michael Ramlau
Hansen, Global Brand
Manager, AVK

Per Trøjbo, Senior Vice
President, Kamstrup

Helle Katrine Andersen,
Afdelingschef, DANVA,
styregruppemedlem i
C2C CC

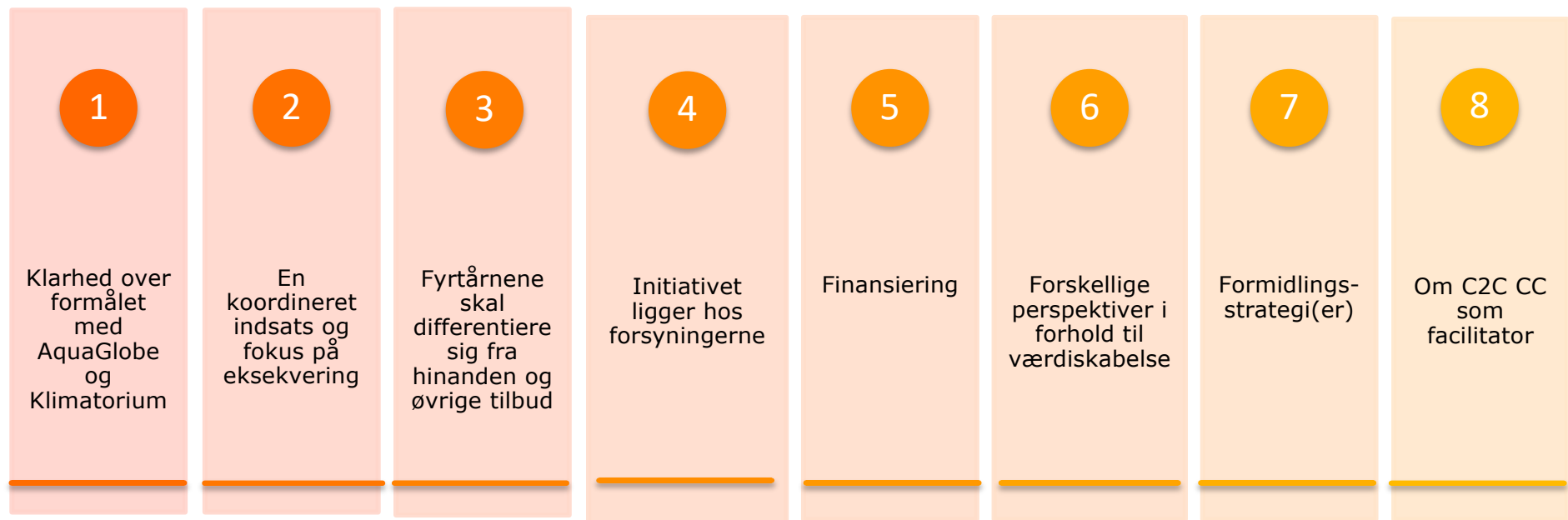
Respondenterne er udvalgt efter aftale med C2C og repræsenterer et bredt udvalg af partnere i C2C og kommercielle partnere.

Der er udarbejdet versionerede spørgeguides til interessenterne, som tager udgangspunkt i respondenternes umiddelbare indtryk af C2C og de to fyrtårne.

På de følgende sider ses en kondensering af de afholdte interviews og spor/udfordringer, der er vigtige at adressere i det fremadrettede arbejde.

ANALYSE EKSTERN PERCEPTION – INTERVIEWS MED PARTNERE

Ud fra de seks interviews er der otte vigtige "spor" at arbejde videre med. På de følgende sider ses et udpluk af citater til hvert spor. Samtlige citater er vedhæftet som bilag 1.



ANALYSE

EKSTERN PERCEPTION – INTERVIEWS MED PARTNERE

Ad 1: Klarhed over formål med AquaGlobe og Klimatorium

"Jeg har været til møde i AquaGlobe. Jeg fik opfattelsen af, at det var et conferencecenter, der fungerede lidt ligesom Aqua i Silkeborg. At man også vil lave andet, det er gået hen over hovedet på mig. Jeg kender ikke deres formål."

Ad 2: En koordineret indsats og fokus på eksekvering

"Der skal tænkes sammenhæng. Jeg har en ide om en vandteknologiens margueritrute, hvor man fx kunne fremvise renseanlæg, vandværker osv. Steder, hvor man kan se tingene i funktion. Vi skal vise, at vi har noget, der er stærkt på verdensplan og ikke små isolerede øer. Der er behov for at skabe sammenhæng – det store udstillingsvindue. Måske skal den hedde vandranunkelruten. Hvis vi kommer så langt, er det oplagt med en fælles markedsføring næste gang, man samles til den store vandkonference, den der lige har været i Japan. Der kommer 20.000 mennesker til DK i 2020, det er oplagt med nogle ekskursioner."

Ad 3: Fyrtårnene skal differentiere sig fra hinanden og øvrige tilbud.

"De skyder lidt i alle retninger begge projekter. Der kunne fx være fokus på erhverv det ene sted og undervisning og oplevelser det andet sted, så projekterne differentierer sig fra hinanden ved at tilbyde formidling om vand og klima til to forskellige målgrupper."

ANALYSE

EKSTERN PERCEPTION – INTERVIEWS MED PARTNERE

Ad 4: Initiativet ligger hos forsyningerne

"De (forsyningerne) har en opgave. Hvad vil de gerne have sat gang i, og hvad inviterer de folk ind til? Hvad er det, de gerne vil have fyldt de fine rammer ud med? Vi har haft møder, men det er der ikke kommet så meget ud af. Vi sidder bestemt ikke fornærmede tilbage, vi kører fuld fart på det, vi synes er interessant, som er vores egne projekter."

Ad 5: Finansiering

"Der skal fonde på banen. Ingen af partnerne kan finansiere det hele, heller ikke sammen. Der skal eksterne midler til. Det er Skanderborg, der skal søge fondene.

Vi vil gerne støtte ansøgningen, og vi bidrager med et sponsorat. Men de har projektledelsesopgaven og -ansvaret, vi har ikke ressourcer og tid til eller forstand på fondssøgning."

Ad 6: Forskellige perspektiver ift. værdiskabelse

"Jeg har et konkret eksempel. Der skulle komme en erhvervsdelegation fra New Zealand til Lemvig. De (fra Klimatorium) spurgte, om vi ville komme (...) Vi tog afsted til Lemvig for at fortælle om Klimabåndet. Men jeg synes ikke, at jeg gør det for kommunen, jeg synes, at jeg gør det for Klimatorium. De (Klimatorium) synes, at de gør mig en tjeneste, jeg synes, at jeg gør dem en tjeneste. Det viser meget godt, hvad det er for en problematik, som vi står overfor."

ANALYSE

EKSTERN PERCEPTION – INTERVIEWS MED PARTNERE

Ad 7: Formidlingsstrategier

“Det spiller utrolig godt sammen med Vandvisionen – der tager man virkelig nogle initiativer i forhold til at accelerere udviklingen i branchen. Her er C2C CC en god platform”.

Ad 8: Om C2C CC

“Vi er sindssygt glade for C2C netværket. Vi sidder alle alene eller med få kolleger ude i kommunerne. Vi har brug for nogle til at facilitere vidensdeling. Det bidrager til at øge fagligheden, og hvor ambitiøse vi er. Den rolle – den faciliterende del – er meget vigtig, men det er mere internt, ikke eksternt orienteret. Jeg vil gerne have et fokus, der er orienteret ind i maskinrummet på at skabe det faglige netværk i vores region. (...) På det politiske plan kan C2C gøre en forskel. Vi har gavn af at være med i noget større, så der kommer et politisk fokus på udfordringerne.”

Grundlæggende set hersker der blandt interessenterne forvirring om, hvad de to fyrtårne står for. Der er et tydeligt manglende aspekt omkring forventningsafstemning. Nogle af respondenterne forventer, at initiativet til handling kommer fra forsyningerne. Men gennem et interview med Jens Bastrup, er det tydeligt, at forsyningen har forsøgt at imødekomme de kommercielle partners ønsker.

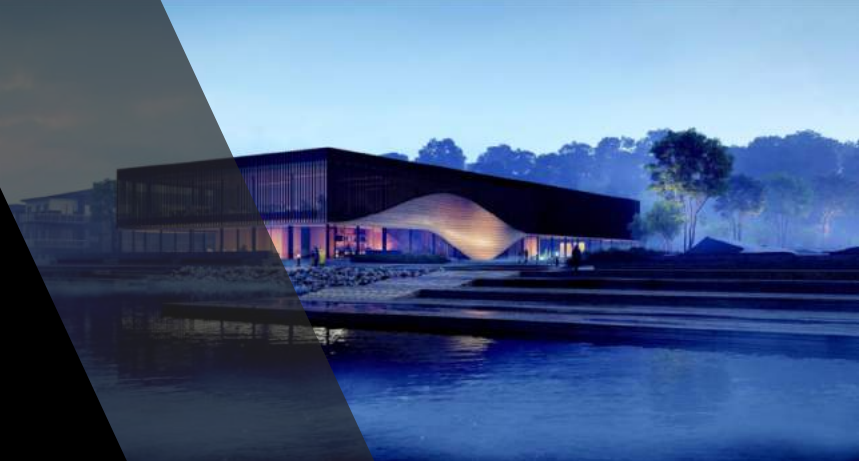
Der ønskes fokus på sammentænkning og en koordineret indsats. Flere af de kommercielle partnere har ligeledes udtrykt, at de ønsker én indgang. Det vil sige, at de (fx AVK, Grundfos) kun skal kontakte én person eller organisation for at besøge begge fyrtårne eller det, der giver mening i det Konkrete, herunder fx en international erhvervsdelegation.

Udover en forventningsafstemning, er det væsentligt, at de to fyrtårne sammentænker formidling/kommunikation, herunder kanaler, modtagere og budskaber.

C2Cs rolle som facilitator for klimatilpasningsprojekter i kommunerne er der tydeligvis brug for. Det er derfor væsentligt, at der i projektet tages højde for, hvordan denne koordinerende og faciliterende rolle bliver “grebet” efter projektets udløb.

2B. ANALYSE

INTERN PERCEPTION – SWOT-ANALYSE



ANALYSE

INTERN PERCEPTION – SWOT-ANALYSE

På de følgende sider er der en opsummering af SWOT-analysen, som blev udarbejdet den 5. oktober. Det vil sige, at analysen er en opsamling på, hvorledes de to fyrtårne ser sig selv – og et indblik i, hvor fyrtårnene ser, at der er udefrakommende trusler og muligheder. Dernæst er der en SWOT fra C2C.

Styrker	S	W	Svagheder
Muligheder	O	T	Trusler

ANALYSE

INTERN PERCEPTION

- SWOT- ANALYSE

AquaGlobe
Klimatorium

STYRKER

- Vi er i gang og har et stærkt fundament
- God geografisk beliggenhed ift. centrale aktører
- Stærkt strategisk fundament (tænker og agerer strategisk)
- Behovsdrevet forretningsmodel (partnere finansierer / kommercielt mindset)

- Klimatorium er udsprunget direkte af C2C CC (grundværdier er de samme) – sammenhæng i vision
- Internationale kontakter (NZ) – C2C CC bruges til at løfte Klimatorium
- På NZ: Klimatorium er den danske model = samarbejde på tværs med NZ
- Bygningens arkitektur (3xNielsen) – "omverdenen ser os"
- Økonomi – "vi kommer på finansloven ift. drift" (3 mio. per år de næste 4 år)
- Politikere er med (kommunalt projekt – ikke kun forsyningsprojekt) = stærk opbakning
- Interesse er stor – pga. de resultater, der allerede er skabt
- Viden om klimaudfordringer

MULIGHEDER

- Store forventninger (opmærksomhed, partnere tror på os, value proposition)
- Opnå synergi ift. vækst i turisme, partnere, virksomheder
- Ændre byrum med vand i centrum
- Vækstpotentiale
- Koordinering
- Kommerciel marketingvinkling
- Accelerere fælles vision og bruge den internationalt = klarhed ift. rolle
- Invitere forsyninger til dialog

- Sætte international dagsorden inden for klima (grøn omstilling, cirkulær økonomi)
- Gør noget konkret ved udfordringer
- Klimatorium på NZ (mulighed for hele C2C) = fremskynde projekter > potentiale for danske virksomheder
- Vækst og eksport
- Danmark som central aktør
- Facilitere forskning inden for klimatilpasning

SVAGHEDER

- Manglende opbakning fra C2C CC-partnere i projekterne og til at udfylde bygninger (Modenhed / Tid)
- Mangler acceleration - skabe hurtige resultater: "Mere end bare skåltaler"
- Manglende klarhed hos partnere
- Organisation er presset: Ressourcer / kompetencer

- Manglende bygninger (indhold skal først projekteres nu) – svært at konkretisere overfor fx journalister
- Mange gaps i forståelse på tværs af C2C CC-projekter og borgere = grundlæggende forståelse af, hvad fyrtårne/C2C CC kan og skal

TRUSLER

- Manglende opbakning (kommercielle partnere)
- Manglende finansiering fra fonde
- "Store forsyninger ser os som trussel" – økonomi
- Rammevilkår kan være begrænsede
- Ny lovgivning

- Forandringer – "vi skal være gode til at følge med, ellers kører verden forbi os": Ny viden fra universiteter og virksomheder
- Fælles forståelse
- Lovgivning
- Tendens til konkurrencetænkning
- "What is in it for me" fra partneres side

ANALYSE

INTERN PERCEPTION

- SWOT-ANALYSE

C2C CC

STYRKER

- Godt udgangspunkt i det brede samarbejde
- Stærke kompetencer i partnerskaber
- "Vi tror på os selv"
- "Vi supplerer hinanden"

SVAGHEDER

- Tid og ressourcer bliver nemt et issue
- Perioder med frustration /depressiv stemning/ manglende selvtillid – pga. manglende opbakning

MULIGHEDER

- Samarbejde udvikles
- "Det bliver nemmere, når EU ikke længere er med" (EU har hjulpet godt i gang)
- Troværdig spiller på den internationale scene

TRUSLER

- Når partnere "glemmer" samarbejde og i stedet agerer efter silo/lokaltækning
- Suboptimering
- Partnere tænker for kortsigtet – må ikke blive styrende

KONKLUSION PÅ ANALYSER

Der er et klart mismatch imellem fyrtårnenes oprindelige interne eksistensberettigelse og partnernes perception af fyrtårnenes tilstedeværelse. Nedenfor er et enkelt eksempel herpå.

Ekstern forventning	Mismatch	Internt formål
Formidlingsvindue <ul style="list-style-type: none">• "Jeg kender ikke deres formål"• "Hvilken forskel gør de?"	<ul style="list-style-type: none">• Forkert /manglende formidling om formål• Manglende fælles strategi og samarbejde• Løfte i flok?	<ul style="list-style-type: none">• "Formål med C2C CC og fyrtårnene er, at vi er her for løse den klimamæssige udfordring"• "Vi her for at skabe værdi"

Der skal være fokus på at udarbejde individuelle og fælles formål med fyrtårnene, strategiske målsætninger, handlingsplaner samt kommunikationsstrategi og således imødekomme behovene hos partnere og det danske samfund – samt internationale klimatilpasningsprojekter.

Efter en opsamling fra workshoppen den 5. oktober, er der en række konklusioner og anbefalinger til de næste steps.

OM SWOT ´EN

AquaGlobe

Udfra SWOT ´en samt interviews med de to direktører er det tydeligt, at AquaGlobe har en fordel i at være et fysisk fyrtårn. Derudover er der kommercielle partnere i "baghaven".

AquaGlobe er ikke "udsprunget" af C2C, så derfor skal der arbejdes mere med at få sammentænkt strategien for AquaGlobe med strategien for C2C – og være tydelig i kommunikationen omkring dette.

De kommercielle partnere er en stor del af strategien og eksistensberettigelsen for AquaGlobe. Det er nødvendigt med en tydelig forventningsafstemning – også i forhold til Klimatorium.

Klimatorium

Klimatorium har stor opbakning fra baglandet, og rent finansielt er fyrtårnet på finansloven. Klimatorium har i opstartsfasen allerede etableret et stærkt samarbejde med New Zealand, der betyder, at der er en international pendant, hvor kommercielle partnere kan afprøve løsninger.

Der er endnu ikke et fysisk fyrtårn, og det er uklart, hvad bygningen konkret kommer til at indeholde, og hvordan det supplerer AquaGlobe og C2C.

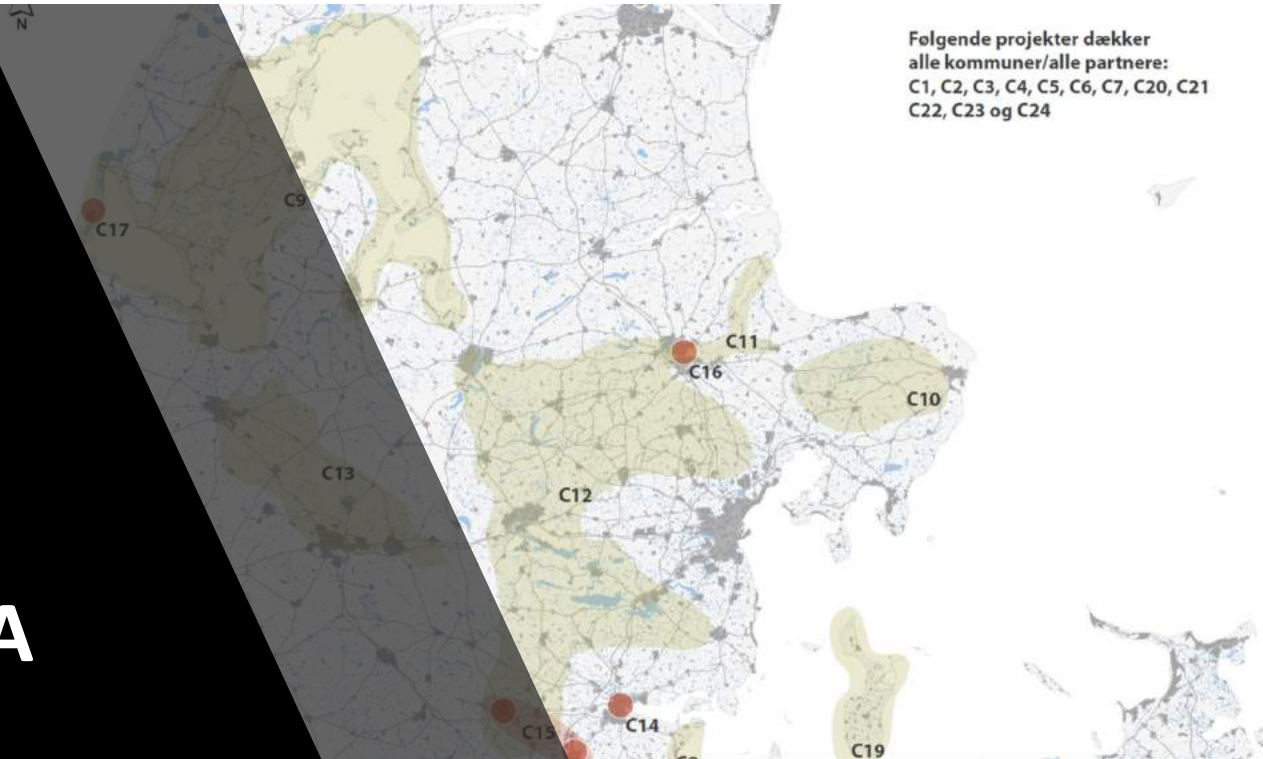
C2C og den faciliterende rolle

C2C er et regionalt tiltag. Der er brug for, at AquaGlobe og Klimatorium handler og kommunikerer på tværs af de kommunale skel, hvis C2C skal synliggøres i en regional kontekst i begge fyrtårnene. C2C kan overveje, hvordan styregruppen evt. kan bruges endnu mere understøttende til at få ejerskab til fyrtårnene i delprojekterne.

Som det ses i afsnit 1: I vandlandskabet, er der mange initiativer, og mange er på vej, bl.a. Aarhus Vands ReWater-anlæg. Det betyder, at de kommercielle partnere har mange muligheder for at have "show rooms". Det er en "brændende platform", som også er adresseret i de to fyrtårnes SWOT.

3. OG 4. OPFØLGNING FRA 5. OKTOBER & ANBEFALINGER

Følgende projekter dækker
alle kommuner/alle partnere:
C1, C2, C3, C4, C5, C6, C7, C20, C21
C22, C23 og C24



Opfølgning på udviklingsworkshop den 5. oktober 2018

På workshopen blev AquaGlobe, Klimatorium samt C2C CC og deres individuelle samt oprindeligt fælles målsætning præsenteret. Endvidere blev seks interviews med projektpartnere gennemgået, og på baggrund heraf blev de fælles udfordringer belyst.

På baggrund af mødet kunne det konkluderes, at projektparterne har en formidlingsudfordring ift. deres "why" over for partnerne, og derudover at samarbejdet med de kommercielle partnere er en udfordring ift. forventninger og roller. Et særligt vigtig parameter er omverdenens behov for én samlet indgang til formidling af danske vandløsninger og vandaktiviteter, som kan bruges både nationalt og internationalt. Denne indgang skal bidrage til, at Danmark følger Vandvision 2025 om at være verdensførende inden for vandteknologi og i høj grad kan danne fortrop ift. opnåelse af FN's verdensmål.

Endvidere blev en SWOT-analyse for hhv. AquaGlobe, Klimatorium og C2C CC udarbejdet (side 16-18). Fælles for alle parter er, at der både er mange styrker og muligheder, som der skal accelereres på og samtidig eliminere og udvikle trusler og svagheder ved bl.a. at stå stærkt sammen i en fælles strategi og formidling. Projektpartnere skal i fællesskab eksekvere på hinandens styrker og sikre en positiv fremdrift og stærk positionering over for deres partnere. Derudover skal projektpartnerne i fællesskab fremstå en national og international elite.

Alle parter er enige i, at de tre parter skal stå stærkt sammen i et fællesskab og således være fælles om at imødekomme og opnå de klimamæssige målsætninger. **Tillid og ærlighed er nøgleord.**

Opfølgning på udviklingsworkshop den 5. oktober 2018

Definition af roller

C2C CC har den overordnede rolle i fællesskabet ift. at skabe netværk og sikre opbakning fra delprojekterne. Dertil kommer, at C2C CC skal undersøge muligheden for et klyngesamarbejde og en eventuel tredjepart (After Life, universiteter), der kan være med til at løfte fyrtårnenes udfordringer. **Hvordan kan C2C understøtte de to fyrtårne, fx i forhold til formidling – hvilken konkret rolle har C2C her?**

AquaGlobe er med forsyningens ord et udspring af behovet for vækst i vandbranchen og er her for at skabe vækst i erhvervslivet og desuden at være med til at realisere vandvisionen 2025. **(Her skal det tydeliggøres, hvad det konkret betyder i forhold til C2C. Hvilken konkret rolle har AquaGlobe i forhold til Klimatoriet og C2C?)**

Klimatorium er med forsyningens ord et udspring af C2C CC's indsatsområder samt en aktuel klimaudfordring i nærområdet. Dertil kommer et mål om at vende klimaudfordringer til en positiv udvikling, fx arbejdspladser, vækst og eksport – med særligt fokus på lignende projekt på New Zealand. **(Her skal det tydeliggøres, hvad det konkret betyder i forhold til C2C. Hvilken konkret rolle har Klimatorium i forhold til AquaGlobe og C2C?)**



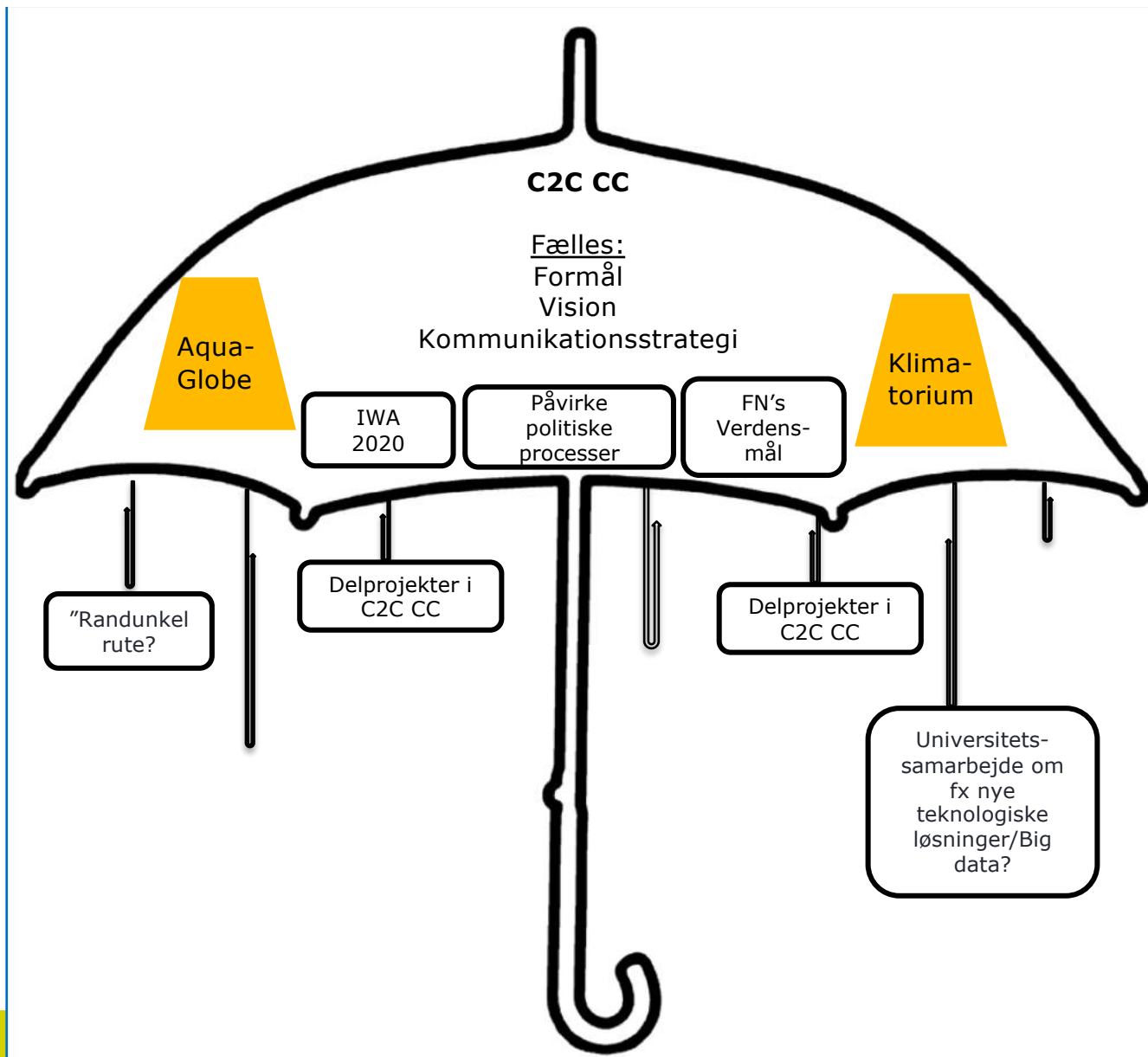
Opfølgning på udviklingsworkshop den 5. oktober 2018

Definition af roller, fællesskab og samarbejde

Der var blandt de tre parter enighed om en samarbejdsmodel, som tager udgangspunkt i et stærkt fælles formål, fællesskab og formidling.

Når det "fælles" er besluttet som overordnet platform, kan der sættes en retning for de lokale aktører, viden og erfaringer kan opsamles (jf. C2C strategi, side 7). Det er væsentligt, at det, der "hænger" på krogene", tapper ind i det fælles formål i paraplyen.

Paraplyen er det fælles fundament og krogene repræsenterer delprojekter, der udspringer af det "fælles".



ANBEFALINGER PÅ BAGGRUND AF UDVIKLINGSWORKSHOP DEN 5. OKTOBER 2018

AquaGlobe, Klimatorium og C2C CC skal:

- imødekomme Vandvision 2025
- være forbillede på opnåelse af FN's verdensmål
- være formidlingscentrum
- være proaktive overfor partnerne
- bidrage til, at Danmark får international førertrøje inden for vandteknologi
- skabe værdi
- sikre forankring
- løfte i flok

PrimusMotor ser det som et mål, at fyrtårnene har en klar fælles og individuel strategi, vision samt forretningsmodel, som er tydeligt formidlet og forstået af partnere til IWA i 2020.

TÆNDING
INDSPRØJTNING
ACCELERATION



ANBEFALINGER FORTSAT..

Der skal udarbejdes en tidsplan for den videre proces, så relevante stakeholders kan indkaldes rettidigt.

Intern proces:

Tydeliggørelse af de strategiske målsætninger

- Beskriv den eller de centrale udfordringer, som I ønsker at ændre med HVER JERES projekt
- Hvad skal være indholdet i "samarbejdsparaplyen" specifikt være

Hvordan relaterer jeres projekter sig til det samlede vandlandskab, herunder:

- C2Cs strategi
- Opfyldelse af FNs verdensmål
- Opnåelse af Vandvision 2025
- Erhverv og vækst for dansk erhvervsliv

Hvilke konkrete mål har I

- Individuelt
- Fælles

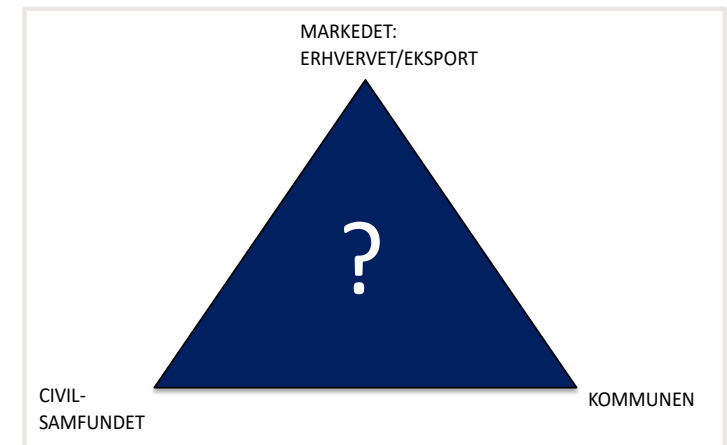
Afklaring af målgruppen

- Hvem er jeres primære målgruppe?
- Hvem er jeres sekundære målgruppe? Det kan fx være aktører, som spiller en central rolle – som forandringsagenter – i forhold til at kunne nå målgruppen. Forandringsagenter er aktører, som skal sikre, at målgruppen får gavn af projektet, og dermed at projektet kan skabe den ønskede forandring for målgruppen.

Konkret FÆLLES PROJEKT

- Kunne Klimatorium og AquaGlobe afprøve et fælles projekt, som skal resultere i en fælles fortælling til IWA 2020? Beslut, hvordan kommunikationen konkret skal være fremadrettet.

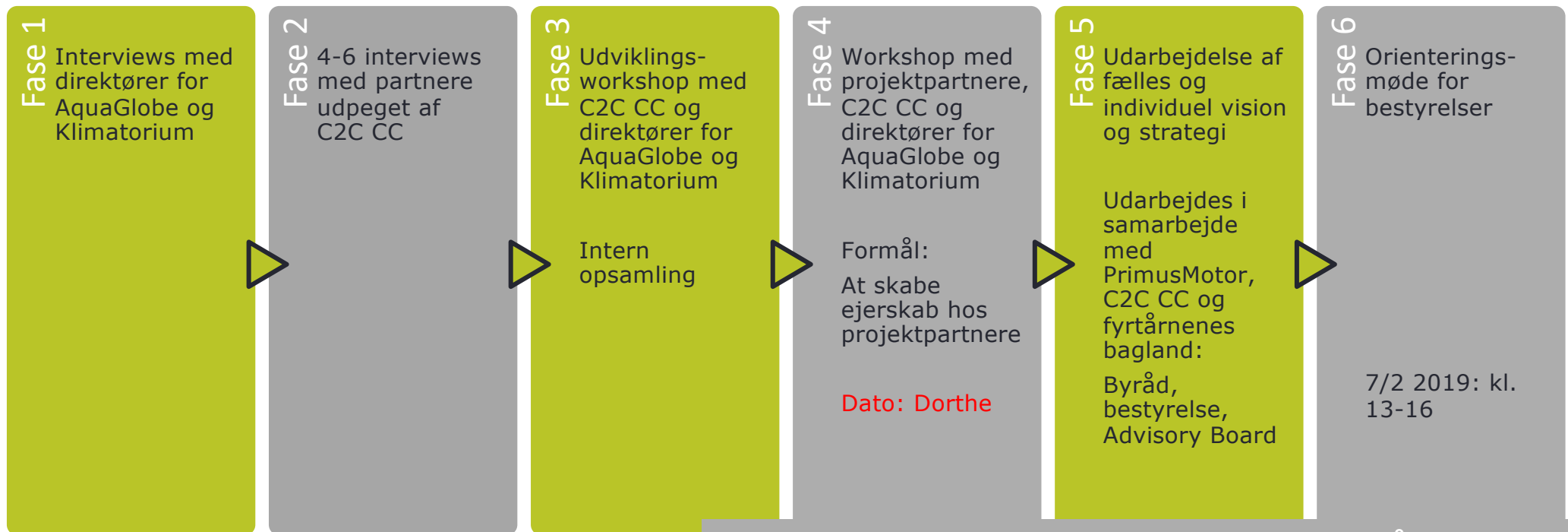
Husk: Keep it simple!



PROCES

MED BAGGRUND I VIDEN FRA INTERVIEWS SAMT ANALYSER BLEV DET PÅ MØDET KONKLUDERET, AT PROCESSEN SKAL REVIDERES FOR DERMED AT SIKRE ET BEDRE RESULTAT.

DER INDLÆGGES EN INTERN PROCES.



INTERNE MØDER BLANDT DE TO FYRTÅRNE UDARBEJDELSE AF REVIDERET STRATEGI