

---

## Seminarieverksamhet ICV, utvärdering och fortsättning

### 1 Översikt och inledning

ICV har under hösten 2001 genomfört en seminariereserie. Detta dokument skall utvärdera verksamheten för att avgöra om och hur fortsatta seminarier skall arrangeras. Utförda seminarier har varit:

| Datum  | Föreläsare      | Område          | Företag       | Delt. | Kstn. | Värd        | URL  |
|--------|-----------------|-----------------|---------------|-------|-------|-------------|--|
| 23-aug | Anders Sandberg | Omvärldsanalys  | Timeport      | 22    | 7500  | Utv.centrum | <a href="http://www.timeport.se">www.timeport.se</a>           |
| 20-sep | John Johansson  | Virtual Reality | AerotechTelub | 45    | 7500  | Byggfakta   | <a href="http://www.aerotechtelub.se">www.aerotechtelub.se</a> |
| 18-okt | Johan Åslund    | Mobil IT        | Netlight      | 42    | 6500  | Medianet    | <a href="http://www.netlight.se">www.netlight.se</a>           |
| 22-nov | Henrik Hansson  | E-learning      | Distum        | 18    | 6500  | Twenty4help | <a href="http://www.distum.se">www.distum.se</a>               |

Alla datum var färdiga före semestern. Samtliga seminarier och värdföretag planerades grovt under augusti–september. Innehålle och annonsering utarbetades inför varje seminarie.

Syftet med seminarieverksamheten var egentligen inte mer definierat än att ge idéer, sammanföra olika personer och skapa diskussioner. Grundsynen är att höstens verksamhet var en provomgång för att kunna göra något riktigt bra nästa omgång.

### 2 Antal deltagare

Deltagarantalet har överlag kunnat vara högre. Framförallt är en bättre uppslutning och spridning av deltagande företag är viktig att uppnå vid fortsatt verksamhet. Antalet deltagande från politiken har varit mycket begränsad, vilket även det bör ökas. Målgrupperna studenter och utbildningsansvariga har varit relativt väl representerade.

C:a 40-50 deltagare med rätt sammansättning är ett bra antal. Rent praktiskt är det många företag som saknar möjlighet att ta emot fler än 40-50. I och med att aktiviteten är tänkt att ge diskussioner och kontakter efter seminariet kan fler deltagare än 60-70 vara för många.

### 3 Utförd annonsering:

**Omvärldsanalys.** E-post utskick samma vecka och annons i Ljp samma dag.

**VR.** Två annonser (1 liten torsdag 1 vecka före, 1 stor samma dag) och Radioreklam

**Mobil IT.** Två annonser (1 liten torsdag 1 vecka före, 1 stor dagen före) och Radioreklam

**E-learning.** Info i Närljuset, E-post utskick och 1 stor annons i Ljp dagen före.

Varje tidningsannons har innehållit tid och information om de nästkommande seminarierna.

Utöver detta har inbjudningar skett informellt, till de som Lars Forslöf träffat av både företagare och studenter. I utvärderingen nedan behandlas bara de tre senaste föredragen (pga att vi spridit lite information vid det första tillfället).

#### **4 Innehållsmässigt:**

En uppfattning är att innehållsmässigt så har alla föredrag varit mycket lyckade utom det sista E-learning/Henrik Hansson som främst var riktad främst mot högskolor och företag som arbetar med forskning. Han var mycket kompetent, men på en för hög nivå. De verkar dessutom saknas ett intresse hos företagen om e-learning (har märks även i lell-projektet).

Inför en ny säsong måste det nu komma fram fler och nya idéer. Eventuellt kan man knyta vidare på ett seminarium inom mobil-IT som ett alternativ. Det måste även till en mer aktiv process hos från företag som vill bli värd, att hitta rätt föredragshållare.

En bra erfarenhet är att försöka hålla seminarierna på en så konkret nytto-nivå som möjligt, prata om tillämpningar och vad företag i Ljusdal kan ha för direkt nytta av den teknik som beskrivs.

#### **5 Negativ publicitet för ICV**

En faktor som tros ha påverkat utfallet negativt är den negativa publicitet och oklarhet som skapas i media (ex. ”skrota claravallis”). Det är därför viktigt att ha en bra medial och politisk uppbackning av ICV:s aktiviteter – som denna seminarieriserie. Alla måste tycka att detta är bra. Det finns ett ja för att driva projektet vidare men det väntas fortfarande på fullmäktigebeslut för att bygga huset.

#### **6 Ekonomi och nytta**

Kostnaden för samtliga seminarier uppgår till drygt 60 kkr (inklusive arvoden, annonsering och tid för planering etc). Sammanlagt antal besökstimmar uppgick till 317 timmar. För projektekonomi kan en deltagares tid räknas schablonmässigt med ett timpris på c:a 200 kr vilket ger projektet en intäkt av c:a 60 kkr. Seminarieverksamheten är därmed ett viktigt tillskott i motfinansieringen från företag till projektet.

Seminarieverksamheten är dessutom främst tänkt att ge

- kunskapsinjektioner och insikt i teknikmöjligheter
- uppslag och idéer till utvecklingsprojekt
- mötesplatser och möjlighet för studenter och företagare att träffas
- möjlighet att ge politiker kunskap om viktiga framtidsfrågor inom utbildning/näringsliv.

Detta är givetvis av stor betydelse för Ljusdals utveckling i kunskapssamhället, utan att stirra sig blind på den direkta ekonomin.

Seminarieverksamheten företräder dessutom en viktig del för ICV att sprida publicitet(reklam/marknadsföring) om verksamheten.

Det föreligger inte några ekonomiska motsägelser att fortsätta seminarieverksamheten, den bör anses ge ett bra utfall. Det är dock viktigt att *öka andelen deltagande företag* för en ökad ekonomisk nytta och även mer politiker för ett starkare engagemang i ICV:s aktiviteter.

### **7 Förslag på förbättringspunkter:**

Nedan ges några punkter att förbättra

- Planeringen bör läggas klar redan i början av varje halvår, vilket föreslås vara bas för verksamheten. Mer tid avsätts i början av säsongen och inför varje seminarium. Marknadsföring och information görs överhuvudtaget mer homogen och mer planerad.
- Värd företag, föreläsare etc. bokas i tid för att tas med från början i annonsering etc.
- Seminarierna måste samordnas med Närljus och UC:s aktiviteter.
- Närljuset måste användas i mycket större omfattning med en tydlig annonsering.
- Annonseringen i Ljp kan minskas med ökad användning av inbjudan via e-post till företag och deras anställda (inte bara vd:s adress).
- Inte minst viktigt är att ICV:s representanter är ute och marknadsför seminarierna, och *ser till* att några representanter från varje företag kommer.
- ICV behöver dessutom ett starkt stöd från Närljus, Kunskpascentrum, Arbetsförmedlingen och Utvecklingscentrum (detta har saknats tidigare).
- Seminarierna används mer planerat för att sprida information om ICV:s aktiviteter och marknadsföring av teknikparken.
- Föreläsare kanske kan hämtas i större utsträckning från ljusdalingar eller utflyttade sådana med intressanta roller.

### **8 Nya värd företag:**

Man måste även hitta nya företag som värdar. Den planerade CCM utgick pga konkursen, nu finns de igen. Andra företag som kan/bör aktiveras är t.ex. DHL, Peges, Manpower.

### **9 Förslag:**

För att ansvara för seminarieverksamheten anlitas en delaktivitetsansvarig då Lars Forslöf inte själv ge den tid som behövs. Jörgen Widmark (JW Communication) anlitas som konsult för detta och han kommer även att bistå ICV med en del andra tjänster. Kostnaden täcks inom ordinarie budget.

Lars Forslöf,  
Projektledare ICV-kuvös  
Januari 2002