

Danish Entrepreneurship Award

- Idékonkurrencens skriftlige idébeskrivelse

Guide, bedømmelseskriterier og skabelon



DANISH ENTREPRENEURSHIP AWARD
FONDEN FOR ENTREPRENØRSKAB



DANISH ENTREPRENEURSHIP AWARD

FONDEN FOR ENTREPRENØRSKAB

Danish Entrepreneurship Award – Idékurrencen

Idékurrencen er med sine ca. 2000 deltagere den største konkurrence på Danish Entrepreneurship Award. Idékurrencen består af to discipliner, den skriftlige idébeskrivelse og det mundtlige pitch.

Den skriftlige idébeskrivelse

Den skriftlige idébeskrivelse er den første disciplin i Idékurrencen. Her skal teamet vise, at de kan præsentere deres idé kort og præcist på skrift uden brug af billeder, illustrationer, video eller andre virkemidler – kun ved hjælp af ord og max. én side (2400 tegn).

Teamet bliver bedømt på idé, værdiskabelse, målgruppe, realiserbarhed og samarbejdspartnere, men de får også point for selve den skriftlige formidling. Faktisk kan teamet under overskriften "Skriftlig formidling" få op til 100 point for at have lavet en gennemarbejdet, præcis og levende fortælling om deres idé. Det handler altså ikke kun om selve idéen, men også om at gøre sig umage med formidlingen af den, så det er klart og tydeligt for dommeren, hvad det går ud på.

Kort og godt betyder det, at et team kan score 280 point for den skriftlige idébeskrivelse og 2 x 230 point for de mundtlige pitch. Det team, der har den højeste samlede score i hver af de fire kategorier, går videre til finalen, så vil man gøre sig gældende i den samlede stilling i Idékurrencen, er det værd at lægge noget energi i udarbejdelsen af den skriftlige idébeskrivelse.

Det er obligatorisk at bruge skabelonen, som du finder på sidste side.

Deadline for at indtaste den skriftlige idébeskrivelse på "Min side" er tirsdag d. 29. oktober 2019 kl. 12.00.

minside.ffeye.dk

Ikke tilmeldt endnu?

Tilmeldingen finder du under "Tilmelding" på award.ffe-ye.dk

Bedømmelseskriterier

Bedømmelseskriterier – skriftlig idébeskrivelse	Max. point	Guidelines og gode råd til teamet
<p>Idé I hvor høj grad er idéen nyskabende og original?</p> <p>Det kan være nytænkning af noget eksisterende, eller det kan være noget helt nyt (inkrementel eller radikal innovation)</p>	50	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.
<p>Værdiskabelse I hvor høj grad skaber idéen værdi?</p> <p>Værdien kan være enten social, kulturel eller økonomisk.</p>	40	Forklar, hvordan og for hvem jeres idé skaber værdi og gør en forskel. Fortæl, hvilken værdi idéen skaber, dvs. om værdien er social, kulturel og/eller økonomisk.
<p>Målgruppe I hvor høj grad er der overensstemmelse mellem idé og målgruppe?</p>	40	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.
<p>Realiserbarhed I hvor høj grad ved teamet, hvad der skal til for at realisere idéen?</p>	30	Beskriv, hvilke ressourcer (f.eks. økonomi, viden, samarbejdspartnere) der skal til 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.
<p>Samarbejdspartnere I hvor høj grad har teamet haft kontakt til potentielle samarbejdspartnere og relevante netværk og fået sparring på deres idé?</p>	20	Fortæl om jeres netværk og samarbejdspartnere og om, hvordan de har bidraget til udviklingen af jeres idé. Har I fået feedback, og hvordan har I brugt det? Beskriv, hvilke fremtidige samarbejdspartnere I har brug for at komme i kontakt med.
<p>Skriftlig formidling I hvor høj grad er teamets skriftlige formidling af ideen gennemarbejdet og fyldestgørende? I denne generelle vurdering tages højde for følgende:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Har teamet skabt en levende fortælling om ideen? • 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. 	100	<p>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 mm. der vil gøre jeres idébeskrivelse mere overbevisende.</p> <p>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.</p> <p>Overvej, hvordan I bedst muligt bruger alle de 2400 tegn, I har til rådighed.</p> <p>Læs korrektur og udryd stave-, sjuske- og slåfejl.</p>
Samlet max. point	280	

Obligatorisk skabelon til den skriftlige idébeskrivelse

Hvordan bruger man skabelonen? Skriv jeres idébeskrivelse ind under overskrifterne, og slet herefter teksterne skrevet med *kursiv*. Kopiér jeres idébeskrivelse (hele teksten, også overskrifterne), og indsæt den i tekstfeltet på "Min side". Du finder også skabelonen i word-format [her](#).

HUSK, at idébeskrivelsen max. må fylde 2400 tegn inkl. mellemrum

Idé

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

Forklar, hvordan og for hvem jeres idé skaber værdi og gør en forskel. Fortæl, hvilken værdi idéen skaber, dvs. om værdien er social, kulturel og/eller økonomisk.

Målgruppe

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

Beskriv, hvilke ressourcer (f.eks. økonomi, viden, samarbejdspartnere) der skal til 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

Fortæl om jeres netværk og samarbejdspartnere og om, hvordan de har bidraget til udviklingen af jeres idé. Har I fået feedback, og hvordan har I brugt den? Beskriv, hvilke fremtidige samarbejdspartnere I har brug for at komme i kontakt med.