



# Evaluering af Innovationspriserne og Innovationsdagen 2019



# Hvorfor en evaluering af Innovationspriserne og -dagen?

I COI er vi stærke fortalere for evaluering af innovation. Med et dokumenteret og klart billede af forløb, resultater og værdier indfriet af innovationsindsatserne, øges mulighederne for styring, læring og spredning betydeligt. Sammen med COK er COI gået til arbejdet med innovationspriserne og Innovationsdagen som en innovationsproces. Vi vidste, hvad vi ville med priserne og dagen: At synliggøre og fejre det gode innovationsarbejde, der sker i den offentlige sektor. Men vi vidste ikke helt præcist hvordan. Det tog form undervejs.

Formålet med at evaluere Innovationspriserne og -dagen er både at uddrage læring til forbedring af innovationsindsatsen og at vurdere om de formål, som COI har haft med Innovationsdagen og -priserne er opfyldt. Innovationspriserne og -dagen har haft som overordnet formål at skabe synlighed om det gode offentlige innovationsarbejde, som vi ved foregår, og at fremme spredning af de gode innovative løsninger.

Med evalueringen undersøger vi også, om arbejdet har bidraget til 1) at få nye, men ikke så "pralte af" løsninger frem i lyset, 2) at styrke netværk på tværs af sektorer og geografi og 3) flere stolte medarbejdere og offentlige arbejdspladser.

I denne opsamling beskrives indstillingsproces og baggrundsinformation om indstillinger til de to priser. Vi reflekterer også over kriterierne til priserne: Samarbejde, evaluering/værdi og spredningspotentiale. Hvad kan vi ane af mønstre i prismaterialet, og hvordan vil vi i COI arbejde videre med det? Efter præsentationer af konklusioner på evaluering af indstillingsproces, Innovationsdagen og kommunikationsindsatserne, skitseres det nuværende efterspils-arbejde på priserne. Sidst kigger vi mod fremtidige innovationspriser og -dag: Hvad kan vi lære af evalueringen til forbedring af indsatsen?

## KORT OM INNOVATIONSPRISERNE OG INNOVATIONSDAGEN/

COI har i 2019 sammen med COK uddelt de første to nationale innovationspriser målrettet hele den offentlige sektor: NYT SAMMEN BEDRE-prisen og Hverdagsinnovationsprisen. Formålet med priserne er at synliggøre og fejre det gode innovationsarbejde, der sker i den offentlige sektor. Priserne blev uddelt på Innovationsdagen den 5. september 2019 i Horsens. COI har været sekretariat for prisarbejdet.

### **NYT SAMMEN BEDRE-prisen**

retter sig mod en offentlig innovation, der rummer en løsning på et komplekst samfundsmæssigt problem, er udviklet sammen med andre aktører, har skabt værdi og har spredningspotentiale.

49 innovationer blev indstillet til prisen, 36 af disse gik videre til juryen, der nominerede 4 innovationer og kårede vinderen "Tilbage Til Skole" fra Psykiatrien i Region Syddanmark.

### **Hverdagsinnovationsprisen**

handler om at fejre de små, kloge greb, som vi gør i det daglige, og hvor resultatet bliver, at en opgave løses hurtigere og i en højere kvalitet. 16 innovationer blev indstillet. 6 af disse blev af COI udvalgt som nominerede til at være med i Innovationsdagens løsningsgalleri ud fra et mål om at vise et bredt billede af offentlig innovation: Forskellig geografi, sektor og målgruppe. Publikum på Innovationsdagen kårede vinderen "Virtual Reality hjælper unge med social angst" fra Silkeborg Kommune.

### **Innovationsdagen** samlede

114 innovationsaktive fra hele landet til inspiration, netværk, debat og prisoverrækkelse. På Innovationsdagen udgav COI case-kataloget "LÆS STJÆL FORTÆL" med 52 af de i alt 65 indstillede innovationer. Kataloget er også tilgængeligt online på COI's hjemmeside.

# Processen

MARTS - APRIL

MAJ

JUNI



Medio marts  
tilmeldingen åbnes

Detaljeret program udarbejdes

Overordnet program  
udarbejdes



1.marts  
Indsendelse til priserne åbner



10.juni  
Deadline for NYT  
SAMMEN BEDRE-prisen



20.juni  
Beskrivelser af indstillinger  
sendes til juryen

Interviews med indstillere (a 45-60 min)

Beskrivelser af indstillinger  
til juryen udarbejdes

Beskrivelser af indstillinger sendes  
til godkendelse hos indstillere

FORBEREDELSE: Inddragelse af andres priserfaringer



1.marts  
Indsendelse til priserne åbner



24.juni  
Deadline for Hverdags  
innovationsprisen

Interviews med indstillere  
(a ca.30 min)

Udvælgelse af nomineringer  
Hverdagsinnovationsprisen

## AUGUST

## SEPTEMBER

## OKTOBER

### INNOVATIONSDAGEN

Ultimo august  
tilmeldingen  
lukker

5. september  
Innovationsdagen afholdes

Koordinering med paneldeltagere  
og jurymedlemmer, der deltager

Koordinering med Hverdagsinnovationer,  
der deltager i løsningsgalleri

### NYT SAMMEN BEDRE-PRISEN

EFTERSPIL

### HVERDAGSINNOVATIONSPRISEN

7.august  
Jury-møde afholdes

8.august  
De 4 nominerede til NYT SAMMEN  
BEDRE-prisen annonceres

'Hvem ta'r prisen' podcast serie  
produceres og lanceres

Beskrivelser af indstillinger til katalog  
justeres ud fra tidligere beskrivelse

Beskrivelser af indstillinger til katalog  
sendes til godkendelse hos indstillere

5. september  
Vinder af NYT SAMMEN BEDRE-  
prisen kåres

16.august  
De 6 nominerede til Hverdags-  
innovationsprisen annonceres

5. september  
Vinder af Hverdagsinnovations-  
prisen vælges af publikum og  
kåres

Beskrivelser af Hverdagsinnovationer  
til katalog udarbejdes

Beskrivelser af Hverdagsinnovationer til  
katalog sendes til godkendelse hos indstillere

Indstillinger

JULI - SOMMERFERIE

Hverdags-  
prisen

Indstillere

Nominerede til  
prisen

# Bag om processen

## SAMARBEJDE SOM ARBEJDSFORM

Samarbejde som arbejdsform indgår i COI's formål og strategiske grundlag. Som nationalt center har COI til formål at arbejde for øget kvalitet og effektivitet i den offentlige sektor gennem innovation. COI samarbejder med innovationsaktive medarbejdere og beslutningstagere i stat, regioner og kommuner i hele landet. I kraft af centerets fællesoffentlige ejerskabskreds har COI en naturlig adkomst til at løfte udfordringer og opgaver, der går på tværs af den offentlige sektor. COI's formål skal og kan kun opnås i samarbejde med andre. Derfor søger COI at gennemføre alle indsatser i samarbejder, både på tværs af det offentlige innovationslandskab og på tværs af sektorer.

Innovationspriserne og -dagen er et eksempel på, hvordan COI samarbejder med mange aktører om at løfte den offentlige innovationsdagsorden. COI er kun lykkedes med at uddele innovationspriser og afvikle en innovationsdag, som af indstillere og deltagere opleves som værdigivende og anbefalingsværdige, fordi vi har samarbejdet med mange om indsatsen.

Ved at genbruge andres viden og erfaringer om, hvordan det gode (innovations)prisarbejde løber af stablen, har COI kunne undgå nogle af førstegangsfjellene. Samtidig har de indledende erfarings- og idéinterviews med forskellige aktører øget idérigdommen i, hvordan innovationsprisarbejde kunne nytænkes. Samarbejdet med indstillerne undervejs har givet os dybe indsigter og gode relationer til de innovationsaktive. Dette har dog også ulejliget dem en del og i en næste runde prisarbejde, skal prisprocessen justeres, så omfanget af den ulejlighed bliver mindre.

Samarbejde er et af kriterierne for NYT SAMMEN BEDRE-prisen. Fordi formålet med prisen var at anerkende de innovationer, hvor hverken problem eller løsning ejes af én aktør, samt at anerkende at samarbejde er en forudsætning, for at finde løsninger på de komplekse problematikker i det danske velfærdssamfund. Det kan du læse mere om på side 10.

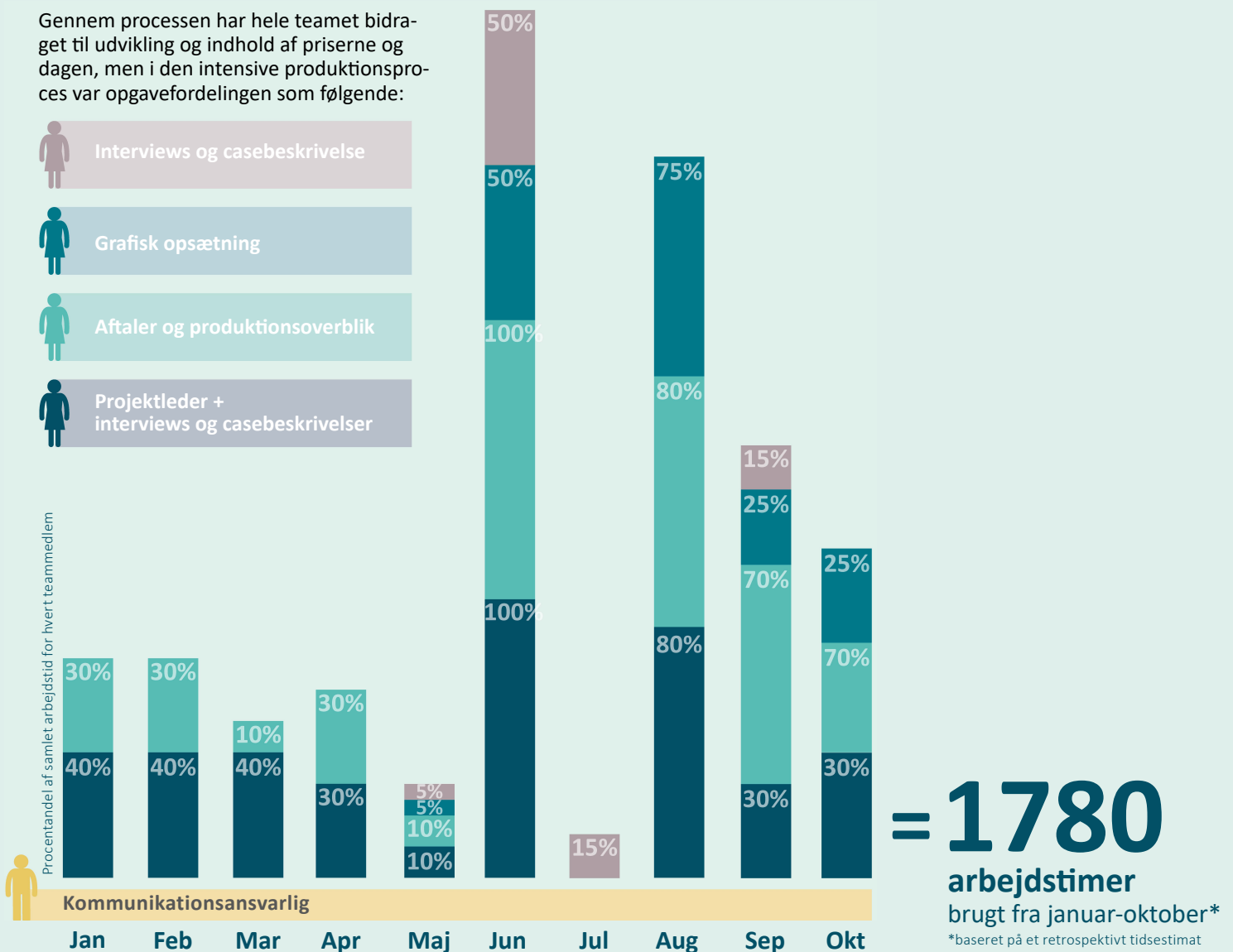


## DEN INTERNE SAMARBEJDSFORM/-PROCES

Da dette var første gang, COI uddelte de to nationale innovationspriser, kunne der kun gisnes om, hvor stor interessen ville være, og hvor mange der ville indsende cases til priserne. Forud for processen var forventningen, at der ville komme mindst 10 indstillinger til NYT SAMMEN BEDRE-prisen, og håbet var 20. Tallet endte på 49 - heraf kom ca. 70 procent i den sidste uge op til deadline.

Den intensive produktionsproces foranlediget af den overvældende interesse for at indstille til priserne har givet anledning til nogle overvejelser om internt samarbejde. Da arbejdspresset var allerstørst blev prioriteringen og fordeling af opgaver i teamet varetaget af en tydelig projektleder med tydeligt ansvar for fremdrift og leverancer. Prioriteringsmekanismen var at sikre en effektiv produktion med korte deadlines. I praksis blev det til en tydelig funktionsopdelt arbejdsdeling, hvor den kommunikationsansvarlige blev inddraget til at bistå med interviewudførelse, to konsulenter interviewede og producerede casebeskrivelser, en konsulent lavede grafisk opsætning og en konsulent lavede aftaler og havde et produktionsoverblik. Den tydelige projektledelse og den intensive produktionsperiode med konkret output af høj kvalitet opleves af teamet som givende og tilfredsstillende.

Under forudsætning af, at tidslinjen justeres, så den bedre matcher antallet af indstillinger, bør prisarbejdet i COI fremadrettet kunne afvikles i et team bestående af en kommunikationsprofil og tre konsulenter, heraf en med grafiske kompetencer.



# Bag om NYT SAMMEN BEDRE-prisen

Til NYT SAMMEN BEDRE-prisen var der 49 indstillinger og

**36** gik videre til juryen  
og optræder i kataloget LÆS STJÆL FORTÆL

**8** fra region  
Midtjylland

**1** på tværs af landets regioner

**8** fra region  
Syddanmark

**9** fra region  
hovedstaden

**10** fra region  
Sjælland



**25** fra kommuner



**3** fra regioner



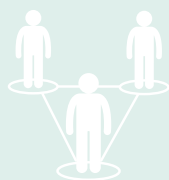
**1** fra staten



**7** med aktører fra flere sektorer



Af de 36 innovationer til NYT SAMMEN BEDRE-prisen omfatter 75% alene én type innovation, herunder er:



**22** organisatoriske innovationer



**3** produktinnovationer



**1** serviceinnovationer



**0** kommunikationsinnovationer

**10** af innovationerne omfatter flere innovationstyper, herunder er der:

**7** der indeholder to innovationstyper

**3** der indeholder tre innovationstyper



Det samlede felt viser meget klart, at den offentlige sektor har førertrøjen på, når det gælder innovation og nye løsninger på komplekse problemstillinger i velfærdssamfundet. Jeg ser frem til at følge de 36 innovative løsninger og indsatser og se, hvordan de kommer til at gavne og gøre en reel forskel for de borgere, der er involveret.

- Jacob Bundsgaard, formand for KL

# Samarbejde styrker innovation

## Refleksion over samarbejdskriteriet for prisen

Vi ved fra Innovationsbarometeret, at 79 % af de offentlige innovationer skabes i samarbejde med andre. Med NYT SAMMEN BEDRE-prisen efterspurgte vi offentlig innovationer, der rummer en løsning på et komplekst samfundsmæssigt problem, er udviklet sammen med andre aktører, har skabt værdi og har spredningspotentiale. Komplexitet og samarbejde vægtede tungt og tydeligt i kriterierne og efterspørgslen. Med kompleksitet betone vi, at flere aktører ejer dele af problemet og derfor måske også dele af løsningen. De andre aktører kunne fx være private virksomheder, borgere, frivillige, vidensinstitutioner og andre offentlige arbejdspladser – fx på tværs af fagområder eller delsektorer.

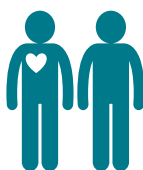
Ikke overraskende afspejler det sig også i det indsendte materiale med rige fortællinger om samarbejde og måder samarbejder på tværs organiseres på – især på tværs af kommuner og region. I prismaterialet er der ingen eksempler på, at sparekrav i organisationen igangsætter innovationsarbejdet. Det er stærke samarbejdsfortællinger, som er drevet af faglige ambitioner om høj kvalitet i den service, der leveres til borgere og virksomheder. Hvad er den smarteste måde at anvende ressourcerne på for, at vi kan lykkes med en faglig ambitiøs og dermed tilfredsstillende løsning af kerneopgaverne? Når innovatørerne fortæller om værdien og resultaterne af innovationsarbejdet italesættes effektivisering nærmest altid – oftest som en fortælling om at bruge de samme midler smartere og klogere, hvor der leveres en bedre kvalitet til borgerne.

COI vil anvende prismaterialet til at identificere indsigter om, hvad der karakteriserer samarbejderne med henblik på at give inspiration til de innovationsaktive om forskellige motivationer, karakteristika og opmærksomhedspunkter, når man etablerer samarbejder om offentlig innovation.

I kun **6** af innovationerne er der kun **samarbejdet med én anden aktør**.  
I de 36 innovationer fordeler samarbejdet sig således:



**34** har samarbejdet med andre offentlige arbejdspladser



**19** har samarbejdet med borgere og/eller foreninger



**17** har samarbejdet med virksomheder



**8** har samarbejdet med vidensinstitutioner



**3** har samarbejdet med aktører i udlandet



**1** har samarbejdet med en fond

”Feltet repræsenterer stærke samarbejder på tværs af det offentlige sammen med borgere og virksomheder. Vi ved, at indretningen og kompleksiteten i den offentlige opgaveløsning kan hindre sammenhæng. Her er der en række konkrete eksempler – især fra kommuner og regioner – hvor det næsten virker som om samarbejdet får alle til at strække sig endnu videre for at opnå kvalitet og sammenhæng.”

- Pia Gjellerup, Centerleder i COI

# Bag om juryen til NYT SAMMEN BEDRE-prisen

COI samlede en jury, der både repræsenterede politisk lederskab af offentlig sektor og offentlig innovation: Formand for KL Jacob Bundsgaard (S) og formand for Danske Regioner Stephanie Lose (V), og en stærk offentlig innovationsfaglighed: Adm. Direktør for Dansk Design Center Christian Bason og centerleder i COI Pia Gjellerup, og de kollektive medarbejderperspektiver: Formand for Fagbevægelsens Hovedorganisation (FH) Lizette Riisgaard og formand for Akademikerne Lars Qvistgaard. Juryen havde til opgave at identificere nominerede og kåre en vinder af NYT SAMMEN BEDRE-prisen. At en så stærkt sammensat jury har sagt ja til at engagere sig i kåring af de bedste offentlige innovationer, har bidraget til at skabe synlighed og legitimitet om de nye nationale innovationspriser.

Grundet det store antal indstillinger til prisen kom juryen på et noget utaknemmeligt arbejde henover sommeren: Individuelt at identificere de fem bedste innovationer i et mangfoldigt felt af høj kvalitet og at udnævne tre nominerede og én vinder. En animeret og innovationsfaglig spændende diskussion i et videomøde på tværs af Vejle og København en varm augustdag resulterede i, at de individuelle favoritter blev omformet til konsensusbeslutninger om fire nominerede og én vinder. På baggrund af disse erfaringer vil COI til næste runde Innovationspriser i højere grad tage rollen som fagligt sekretariat udvælge blandt alle indstillingerne, hvilke 15-20 innovationer der går videre til juryen. Dette beskrives nærmere på side 26-27.

Om feltet sagde juryen blandt andet:



*Både finalisterne og det samlede felt viser en enorm høj innovationsmodenhed. Og i materialet kan vi se betydningen af, at vi som politiske ledere sætter retning og skaber gode rammer for, at innovationsarbejdet kan udfolde sig i offentlig sektor. For at vi nu og i fremtiden kan sikre gode velfærdsløsninger, skal vi turde efterspørge innovative løsninger og støtte op om det gode innovationsarbejde, vi ser hver dag på de offentlige arbejdspladser.*

**- Stephanie Lose (V), formand for Danske Regioner**



*Materialet viser, at innovation i det offentlige har nået et nyt niveau af modenhed. Designtænkning og -metoder er blevet gængse tilgange, som bruges meningsfuldt i innovationsarbejdet. At involvere brugerne i at designe de træfsikre løsninger er ikke noget vi siger vi gør for et syns skyld, men en kvalificeret måde at løse komplekse velfærdsproblemer på.*

**- Christian Bason, Adm. direktør for Dansk Design Center**



*Når vi taler om tværfaglighed, får vi sjældent bragt de enkelte fag helt frem, hvor man kan skære sig på dem. Vi ser hos finalisterne dybe fagligheder bragt overbevisende i spil. Det styrker medarbejdernes stolthed ved arbejdet, respekten for hinanden og løsningernes kvalitet.*

**- Lizette Riisgaard, formand for Fagbevægelsens Hovedorganisation (FH)**

Se udtalelse fra Jacob Bundsgaard på side 9, Pia Gjellerup på side 10 og Lars Qvistgaard på side 22.

# Bag om Hverdagsinnovationsprisen

Til Hverdagsinnovationsprisen var der

**16 indstillinger**, der alle optræder i kataloget **LÆS STJÆL FORTÆL**.

Heraf blev **6 nomineret** til at indgå i løsningsgalleriet på Innovationsdagen

**3** fra region  
Nordjylland

**3** fra region  
Midtjylland

**2** fra region  
Syddanmark

**6** fra region  
Hovedstaden

**2** fra region  
Sjælland



**11** fra kommuner



**4** fra regioner



**1** fra staten

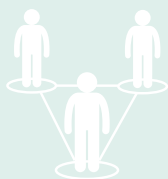


**0** med aktører fra flere sektorer

Af de 16 innovationer til Hverdagsinnovationsprisen omfatter 66 % alene én type innovation, herunder er:



**9** service-  
innovationer



**2** organisatoriske  
innovationer



**1** produkt-  
innovationer



**0** kommunikations-  
innovationer

**4**

af innovationerne omfatter to innovationstyper



Hverdagsinnovationerne understøtter det indtryk, som vi også har fået af NYT SAMMEN BEDRE-indstillingerne: Et modnet offentligt innovationsdanmark. Vi har udvalgt seks nominerede, som er ret forskellige, netop for at vise mangfoldigheden i innovationsarbejdet. Her er masser af spændende viden og læring at hente.

- Lene Krogh Jeppesen, Chefkonsulent i COI

# Evaluering af indstillingsprocessen

COI er gået til arbejdet med at uddele de første nationale innovationspriser og den dertil hørende Innovationsdag som en innovationsproces. Ambitionen var at innovere på pris- og conferenceformat. Særligt er der eksperimenteret med Hverdagsinnovationsprisen, hvor opfordringen var at sende et billede af innovationen. Ud fra en tænkning om, at Hverdagsinnovationer kan opleves som så små og banale, at de er svære at få øje på for en selv, men at andre nemmere kan se det geniale, kunne man indledningsvist kun indstille andres innovationer. Det viste sig, at det var for stor en barriere at indstille andres innovationer, hvilket medførte en justering, så man også kunne indstille sin egen Hverdagsinnovation.

COI ville også gøre det nemt for innovatørerne at indstille deres innovation. Målet var at reducere en kendt og stor indstillingsbarriere: At man som indstiller skal udfylde specifikke og detaljerede formularer. Havde man allerede indstillet sin innovation til en anden innovationspris, skulle den indstilling kunne genbruges i indstillingen til de nye nationale innovationspriser. Derfor blev vejen til at indstille til begge priser, at man sendte en mail til coi@coi.dk, besvarede tre spørgsmål om innovationen og evt. vedhæftede allerede udarbejdet materiale. Derefter lavede COI telefonisk interview med indstilleren ud fra en spørgeguide.

Gennem interviewet fik COI kortlagt, hvorvidt innovationen levede op til kriterierne for priserne, og fik samtidig en dybere forståelse af forhold omkring innovationen. Efterfølgende udarbejdede COI beskrivelser af innovationerne, som blev kvalitetstjekket af indstillerne. Pga. den store interesse for priserne indebar den proces, at både COI og indstillerne arbejdede med korte deadlines for tilbagemeldinger. På cirka to uger blev der gennemført interviews, og på baggrund af interviews og indsendt materiale blev der produceret tekst og grafisk opsat 36 casebeskrivelser af NYT SAMMEN BEDRE-indstillingerne til juryen.



I COI lykkedes det pga. en omprioritering af ressourcer internt og et produktionssamarbejde, som delvist var funktionsopdelt. (Uddybende beskrivelse kan ses på side 7). Det betød blandt andet, at det på to dage var muligt at lave 19 interviews. I den anden ende var indstillerne meget fleksible og leverede hurtigt kvalitetstjek af tekster retur. Den hurtige, men effektive proces i arbejdet med at lave NYT SAMMEN BEDRE-indstillingerne klar til juryen betød, at indstillingerne måtte igennem en tilpasningsrunde for at kunne indgå i en udleveringsklar og delbar casesamling LÆS STJÆL FORTÆL. I den forbindelse var det desværre nødvendigt med endnu en redigering og kvalitetstjek af materialet.



*Det var lidt omstændigt, set her fra den anden side af bordet. Altså at det fra jeres side måske er det, der fyldte mest i den periode, men hos os indstillere har vi haft 100 andre ting samtidig. Så der kunne godt være tidspunkter, hvor der måske blev forlangt lidt meget, med svar på mails etc. Måske I kunne forenkle noget af det lidt og ikke lave både lang indstilling, interview og derefter afkortet case til godkendelse. Så gerne et lidt enklere forløb, hvis muligt :)*

- Kommentar fra indstiller i spørgeskemaevaluering

*Vi var meget tilfredse med informationsniveauet og blev kun mødt af kompetente og rare mennesker. En rigtig god proces at være en del af.*

*- Kommentar fra indstiller i spørgeskemaevaluering*

**78 %**

følte sig  
tilstrækkeligt  
informeret  
undervejs i processen

Samlet betød produktionspuklen på NYT SAMMEN BEDRE-indstillingerne også, at Hverdagsinnovationsindstillingerne, udvælgelsen af nominerede og annoncering heraf blev udskudt længere end det var optimalt. Hverdagsinnovationernes eksponering og synlighed havde været bedre, hvis kommunikationen om dem havde kørt mere forskudt og ikke samtidigt med den massive eksponering af NYT SAMMEN BEDRE-nominerede, herunder også lancering af podcastserien om disse.

Samlet set er det lykkedes for COI at indfri ambitionen om, at det skulle være nemt for indstillerne. Knap 9 ud af 10 oplevede det som nemt at indstille, og lidt over 8 ud af 10 ville anbefale andre at indstille. I COI er oplevelsen, at interviewformen – frem for en lang skriftlig indstilling – er et godt format til at få konkret og uddybende viden og at skabe afklaring. Det spejles i, at 8 ud af 10 af indstillerne oplever, at interviewet afdækkede de vigtigste dele af innovationen.

Den store interesse for at indstille priser har haft flere konsekvenser for indstillingsprocessen. Der var separate deadlines for de to priser, men i praksis har flere sendt ind til begge priser, og Hverdagsinnovationerne har vist sig at være "større" end oprindeligt forventet. Det er oplagt en anden gang at arbejde med én deadline og med COI som ansvarlig for sortering til rette kategori.

COI været meget opmærksomme på at kommunikere løbende med indstillerne om processen. Det har virket, og næsten 8 ud af 10 har følt sig tilstrækkeligt informeret undervejs. Men det har også betydet, at indstillerne har modtaget mange mails og har haft mange deadlines. I næste runde pris-arbejde skal der sikres en bedre sammenhæng mellem den indledende mail og det opfølgende interview. I processen skal der også tages hensyn til en større mængde indstillinger end de 20-30, COI håbede på, og de 65, der blev en realitet i første runde. Sidst, men ikke mindst, skal "godkendelsesbyrden" hos indstillerne reduceres. I lyset af dette, har det været endnu vigtigere, at den løbende information om processen til begge grupper af indstillere blev prioriteret højt, så der på trods af tidspres alligevel har været en god oplevelse af forløbet blandt indstillerne.

**84 %**  
ville anbefale andre  
at indstille



*Jeg var så godt tilfreds. Riiigtig mange indstillinger er så komplicerede og tidskrævende, at man opgiver. Jeres var lige til at gå til.*

*- Kommentar fra indstiller i spørgeskemaevaluering*

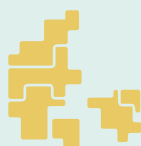


# Evaluering af Innovationsdagen

For at nå ambitionen om at bryde det klassiske konferenceformat blev Fængslet i Horsens valgt som ramme, da det tillod en mere uformel stemning og gentænkning af format. Ambitionen var også at eksperimentere med formater på dagen, så programmet ikke kun bestod af oplæg. Samtidig var det et vigtigt formål for COI, at dagen gav deltagerne inspiration og netværk til at styrke deres innovationsarbejde.



**58** deltagere fra  
16 forskellige kommuner



**38** deltagere fra regionerne  
(Hovedstaden, Midtjylland og Syddanmark)



**11** deltagere fra  
private virksomheder



**7** deltagere fra staten



Det var en bevidst beslutning at koble Innovationsdagen tæt til kåring af vindere af de to innovationspriser, og dermed at lade kåringerne bidrage til at forme de konkrete innovationsfaglige samtaler blandt deltagerne på dagen. Derfor var der et løsningsgalleri med de nominerede Hverdagsinnovationer og temasessioner om NYT SAMMEN BEDRE-nominerede, hvor de konkrete innovationserfaringer dannede indholdet i netværkssamtalerne blandt deltagerne.



*Rent fagligt synes jeg, at Christian Basons indlæg samt de to debatrunder var det mest givende på dagen i forhold til udfordring og perspektivering af offentlig innovation i Danmark.*

**- Kommentar fra indstiller i spørgeskemaevaluering**

Samtidig var det en ambition, at nationale og brede innovationsfaglige tematikker skulle ramme dagen ind. Derfor blev adm. direktør for Dansk Design Center Christian Bason og professor ved Tromsø Universitet Kjell Arne Røvik bedt om at bidrage med deres viden og fremadrettede perspektiver på vigtige skridt for at styrke offentlig innovation og spredning af offentlig innovation. Derudover indeholdt dagen to debatpaneler på tværs af sektorer. Disse var tiltænkt at trække samarbejde om offentlig innovation frem i lyset som en væsentlig dimension i at få succes med at finde innovative løsninger på de komplekse velfærdsproblemer, som vi står overfor.



**Kommentarer fra indstillere  
i spørgeskemaevaluering:**

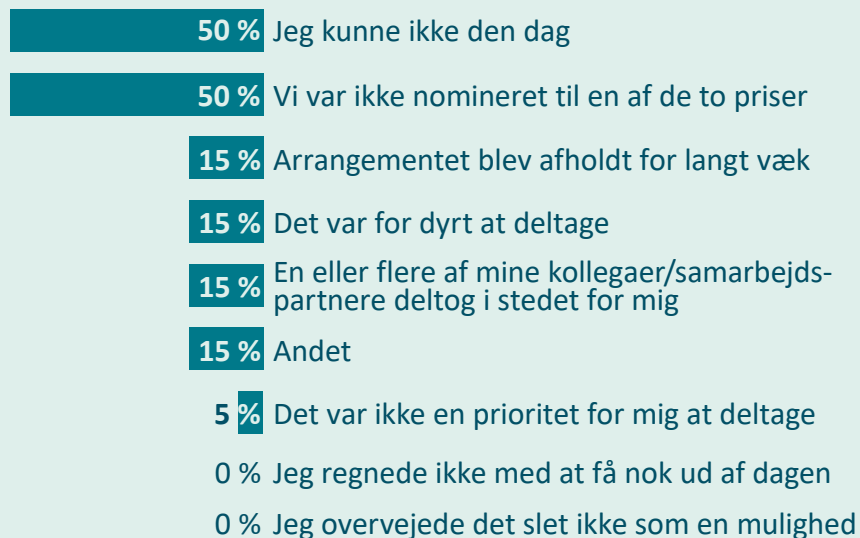
” Jeg ville ønske, at dagen havde haft mulighed for endnu flere stande eller indgangsvinkler til innovation. Jeg har en kæmpe ros til det udleverede materiale.

” COI må gerne ”fylde” mere både fagligt og som konferencier.

” Konceptet og indholdet var godt. Gør det til en fast aktivitet, som folk ser frem til hver år.

## 35 % af indstillerne til priserne deltog på Innovationsdagen

De 65 % af indstillerne, der ikke deltog på Innovationsdagen tilkendegav følgende årsager:



**90 %** var meget tilfredse/tilfredse med muligheden for at hente ny inspiration

**93 %** var meget tilfredse/tilfredse med muligheden for at netværke

**85 %** var meget tilfredse/tilfredse med det faglige indhold

**95 %** var meget tilfredse/tilfredse med det samlede udbytte af dagen

Samlet set er målet om at skabe en anderledes innovationsdag, der giver inspiration og netværk, fuldt ud lykkedes. 9 ud af 10 deltagere er tilfredse/meget tilfredse med muligheden for at netværke og hente ny inspiration. Når vi spørger de indstillere, der ikke deltog på dagen, hvorfor de ikke deltog, er det tilfredsstillende, at ingen svarer, at det skyldes, at de ikke forventede at få noget ud af dagen. Flest begrunder fravalg af dagen med, at de enten ikke var nomineret til en pris, eller at de ikke kunne deltage den dag. Evalueringsinputtet betyder samlet set, at der ved afholdelse af en næste Innovationsdag fortsat arbejdes på at opretholde to balancer: 1) At arrangementet opleves relevant både for deltagere, der har en indstilling/er nomineret, og for øvrige deltagere. 2) At både den mere overordnede nationale innovationsdagsorden og de konkrete innovationer får god plads på dagen.

# Evaluering af kommunikationsindsatserne

COI's kommunikationsindsatser om Innovationspriserne havde i optakten til innovationsprisarbejdet som mål at generere synlighed og omtale og dermed fremme, at innovatørerne sendte indstillinger ind til de to nye nationale innovationspriser. COI ønskede også indstillinger fra innovatører, der ikke var en del af COI's eksisterende netværk. Konkret skete det ved at pege innovatørerne i retning af [coi.dk/innopris](http://coi.dk/innopris), hvorfra indstillingerne kunne sendes ind. Efter indstillingerne var modtaget og nominerede identificeret, havde kommunikationsindsatserne som mål at formidle de konkrete innovationseksempler til både innovatørerne og den bredere befolkning. Formålet med indsatserne var

1. at skabe synlighed om offentligt innovationsarbejde – også af de ikke så pralte af løsninger
2. at legitimere offentlig innovationsarbejde
3. at skabe stolthed om det at lave offentligt innovationsarbejde

COI's gængse kommunikationskanaler blev anvendt: Kommunikation med både tekst, billeder og videoer på [coi.dk](http://coi.dk) og social medie-platforme, pressemeddelelser, kampagner på Facebook samt COI's nyhedsbrev. COI supplerede med formidling via egne kanaler. Som noget nyt testede COI podcastformat i form af episoder om hver af de fire nominerede til NYT SAMMEN BEDRE-prisen samt en reportage fra Innovationsdagen.

 **43 medieomtaler**  
af Innovationsdagen og -priserne

 **98.228 brugere**  
er de 12 Facebook-kampagner nået ud til

 **5.489**  
Besøg på [coi.dk/innopris](http://coi.dk/innopris)

 **467 afspilninger**  
af podcast-afsnittene om priserne

I perioden fra marts til november har COI's kommunikationsindsats genereret 43 medieomtaler. Flest i lokale og regionale medier, men også i enkelte nationale medier som Danmarks Radio. På tværs af medieomtalerne er COI kommet længere ud end med 'normale' kommunikationsindsatser.

Den samlede rækkevidde på Facebook-kampagnerne i perioden marts-september er på næsten 100.000 brugere og knap 8.000 opslagsinteraktioner. COI's kommunikationsindsatser har ført til, at [coi.dk/innopris](http://coi.dk/innopris), hvorfra indstillingerne skete i perioden marts-november, konsekvent har ligget på en 2.-3. plads i samlet antal sidevisninger på COI's hjemmeside, typisk kun i konkurrence med forsiden på [coi.dk](http://coi.dk) og medarbejdersiden. Nyhedsartiklerne om priserne på [coi.dk](http://coi.dk) har i alt cirka 12.000 visninger.

Podcast-serien "Hvem ta'r prisen" blev taget godt imod - herunder er afsnittene blevet afspillet 467 gange til sammen, og en af de nominerede har efterfølgende fået filen til brug i deres skalering af innovationen. Ligesom resten af kommunikationsindsatserne afspejler arbejdet med podcastproduktionen, at den på forhånd veltilrettelagte kommunikationsplan blev fulgt, og at der gennem hele processen har været en god sammenhæng til projektplanen.



Evalueringen af Innovationsdagen viser, at nyhedsbrev fra COI og opslag på LinkedIn har været virksomme kanaler – kun slået af deltagernes egne professionelle netværk. Det er også værd at bemærke, at kommunikationskanaler på egen arbejdsplads også er en virksom kanal, og det matches af, at COI i foråret fik flere henvendelser fra kommunikationsmedarbejdere i en række kommuner om bidrag til nyheder, logo etc., så der internt i kommunerne kunne gøres opmærksom på prismuligheden. Dette er noget, COI gerne vil udnytte i endnu højere grad, næste gang priserne skal uddeles, da lokale ambassadører og deres kommunikationskanaler kan få budskabet endnu bredere ud.



*Det er vigtigt, at så mange som muligt kender til muligheden for at deltage - sådan at så mange ideer som muligt bliver spredt til andre. Vi "opdagede" muligheden lidt tilfældigt og gennem en samarbejdspartner, som gjorde os opmærksomme på innovationsdagen. Det gode budskab og muligheden for at deltage skal spredes til mange.*

**- Kommentar fra indstiller i spørgeskemaevaluering**

Kommunikationsindsatsen har ført til mange sidevisninger af [coi.dk/innopris](http://coi.dk/innopris) og dermed været afgørende for, at der er modtaget så mange indstillinger til de første nationale innovationspriser. Prisindstillingerne kommer ikke kun fra innovatører, som allerede er i kontakt med COI eller af COI's relationer og netværk, men også fra innovatører, som COI ikke allerede har direkte relation til. De 43 medieomtaler af konkrete innovationer er alle positive, faktuelle fortællinger om offentlige innovative løsninger, og de bidrager til at skabe synlighed om, stolthed over og legitimitet til det offentlige innovationsarbejde og de deraf følgende løsninger.

# Efterspillet på uddeling af innovationspriserne

Fra begyndelsen var der flere ambitioner med at påbegynde innovationsarbejdet om at uddele nationale offentlige innovationspriser. Innovationspriserne og -dagen skulle synliggøre og fejre det gode innovationsarbejde. Det skulle være sjovt både at planlægge og at deltage i, hvad enten man indstillede en innovation eller deltog på Innovationsdagen. Og innovationspriserne skulle have et efterspil frem for 'blot' brat at slutte med præmieoverrækkelse og fejring af vinder og nominerede på Innovationsdagen. Ambitionen var, at ikke kun vindere og nominerede skulle tænkes ind i efterspillet, men at den samlede mængde indstillinger kunne vise (nye) mønstre og tendenser, der i en viderebearbejdning kunne komme det offentlige innovationslandskab til gavn.

Forud for prisarbejdet havde COI forskellige ideer til efterspil. En idé var matchmaking mellem indstillere og andre, der arbejder inden for samme område for herved at fremme spredning og højne kvaliteten af det offentlige innovationsarbejde. En anden idé var at bruge prismaterialet til at identificere "huller" i innovationslandskabet og innovationsviden, og dermed få viden om, hvor COI ville kunne medvirke til at opbygge kapacitet. Efterspillet på Innovationsdagen og -priserne er indtil videre foregået således:

## LÆS STJÆL FORTÆL-KATALOGET

På Innovationsdagen udgav COI casekataloget "LÆS STJÆL FORTÆL" med 52 af de i alt 65 indstillede innovationer. De 52 beskrivelser er lavet med afsæt i indstillernes "egne ord" fra interviews og indsendt materiale. Kataloget er også tilgængeligt online. Ambitionen med kataloget er, at også de innovationer, der ikke er blandt de nominerede til priserne, gøres tilgængelige for flere end sekretariatet og juryen, og at de dermed kan inspirere andre innovationsaktive. Kataloget gør det let at få et hurtigt indblik i innovationerne og at tage kontakt til innovatøren, hvis man ønsker at genbruge.



*Det er gennemarbejdet, og der er anvendt samme layout i de forskellige punkter/områder. Dette gør det nemmere at overskue. I har også samlet cases, der har samme fællesnævner, så man bliver i samme "boldgade".*

*- Kommentar fra indstillere i spørgeskemaevaluering*

# 90 %

er enige i, at LÆS STJÆL FORTÆL er en kilde til inspiration

38 % tror, at de kommer til at anvende casebeskrivelsen senere og

**31 %** har allerede anvendt deres casebeskrivelse til andet, herunder:

- Delt den med samarbejdspartnere som reklame for projektet
- Vi bruger den internt, for at gennemgå om vi stadig lever op til hensigterne.
- Vi bruger casebeskrivelsen til at informere andre, der har interesse i at opstarte et lignende projekt.
- Case-beskrivelsen er netop egnet til kort og præcist at gengive det væsentlige i projektet, hvilket er en stor gevinst for os, så det, vi sender videre, fremstår tydeligt og professionelt.
- Til at formidle og uddybe beskrivelsen - samt sprede budskabet i egen organisation.

## STUDIEBESØG – OG TUR FOR PRISVINDERNE

Psykiatrien i Region Sydanmark modtog som vinder af NYT SAMMEN BEDRE-prisen et studiebesøg til Norge som præmie (i samarbejde med DFDS og Scandic) og Silkeborg Kommune modtog som vinder af Hverdagsinnovationsprisen et studiebesøg til et sted i Danmark (i samarbejde med DSB). COI indgår i dialog med vinderne om at arrangere relevante målrettede studiebesøg, hvor de både kan få ny inspiration til eget innovationsarbejde og dele viden om deres innovation til inspiration for andre.

## FORMIDLING AF INDSTILLEDE INNOVATIONER

De mange indstillede innovationer bliver også indarbejdet i COI's løbende kommunikation og formidling. Allerede i de første par måneder efter Innovationsdagen har COI indarbejdet nogle af casene i seks forskellige workshops og oplæg som eksempler på aktuelle, konkrete innovationsindsatser.

Formidlingen foregår også i form af artikler både med COI som forfatter og afsender, men også i de lokale, regionale og landsdækkende medier, som har dækket Innovationspriserne og -dagen. Endelig vil flere af indstillingerne blive indarbejdet i COI's casesamling på coi.dk, som konstant har mange visninger. Gennem de forskellige formidlingstiltag øges sandsynligheden for, at de konkrete innovationer spredes.

Det er værd at bemærke, at det lettilgængelige materiale på COI's kommunikationsplatforme og den høje interesse for priserne og dagen også bidrager til formidling via platforme, som COI ikke er herre over – både i de landsdækkende medier og via faglige nyhedsbreve som Viden På Tværs. Eksempelvis er NYT SAMMEN BEDRE-vinderne "Tilbage til Skole" blev præsenteret i TV2 Fyn som "det prisvindende tværfaglige forløb", og de er positivt overvældet af henvendelser fra interesserede regioner og kommuner fra hele landet. Tilsvarende bidrog Hverdagsinnovationsprisen til, at Silkeborg Kommunes VR-brille fik stor lokal opmærksomhed og kom i TV-Avisen, hvilket igen bidrog til henvendelser fra interesserede offentlige aktører. I hvilket konkret omfang, delingen har ført til genbrug, er COI ikke bekendt med.

## ØVRIGE EFTERSPILSINITIATIVER

COI er fortsat i gang med at udforske prismaterialet med henblik på at identificere indsigter om offentlig innovation – hvor er styrker, svagheder og dilemmaer, der kan findes løsninger på for at styrke det offentlige innovationsfelt yderligere? Udforskningen og aktiviteterne i efterspillet sker eksplorativt sammen med indstillerne og interessenter i feltet. På baggrund af efterspils erfaringerne fra denne første prisrunde, vil COI designe og tilrettelægge et efterspilsforløb, der kan styrke innovationsarbejdet i et fremtidigt arbejde med nationale offentlige innovationspriser.

## LÆRING TIL NÆSTE GANG

Det første års arbejde med innovationspriser og -dag var præget af en overvældende succes i form af et overraskende stort antal indstillinger til de to priser, og som førte til tilpasninger i proces og internt arbejde i COI for at håndtere den overvældende interesse. Det har blandt andet betydet, at planlægningen af efterspil med de indstillede og nominerede blev udskudt længere end ønsket, og at der – udover to studiebesøg – ikke var defineret specifikke indsatser på forhånd. Der var heller ikke på forhånd etableret samarbejder med potentielle, relevante aktører om efterspillet. Efterspilsaktiviteterne defineres fortsat løbende og med en eksplorativ tilgang i dialog med indstillerne om, hvad der også er meningsfuldt for dem.

På trods af dette oplever COI stor interesse for casene og får tilbagemeldinger fra vinderne om mange henvendelser på baggrund af priserne.

# At dokumentere værdi via evaluering

## Refleksion over evalueringskriteriet for priserne

Med NYT SAMMEN BEDRE-prisen efterspurgte COI offentlige innovationer, der rummer en løsning på et komplekst samfundsmæssigt problem, er udviklet sammen med andre aktører, har skabt værdi og har spredningspotentiale. Værdi blev eksemplificeret som indfrielse af politiske mål, øget effektivitet, højere kvalitet, styrket demokrati eller øget innovationskapacitet hos ledere og medarbejdere. I bedømmelseskriterierne blev evalueringskapacitet særligt vægtet. Forstået som, at der tidligt, systematisk og indlejret i organisationen er arbejdet med evaluering som led i at dokumentere innovationens værdi. Også Hverdagsinnovationsprisen havde et screeningskriterie med fokus på værdi: Værdien af hverdagsinnovationen skulle fremgå tydeligt.

Dokumentation for værdi og resultater og tegn på en stærk evalueringskapacitet er det bedømmelseskriterium, der er svagest opfyldt i prismaterialet for begge priser. På sin vis er det ikke overraskende, idet det afspejler tallene fra Innovationsbarometeret: Hvor 8 ud af 10 innovationer er skabt i samarbejder, og 3 ud af 4 innovationer er baseret på delvist genbrug, er det under halvdelen af de offentlige innovationer, som er evalueret. Når der ikke evalueres, går man glip af vigtig viden, der kan hjælpe med at træffe valg i innovationsprocesserne og dermed bidrage til vidensbaserede valg om styring. Fortællingerne til beslutningstagere om, hvilken værdi innovationerne skaber, står på et svagere fundament, når der ikke er en mere systematisk dokumentation og evaluering af innovationerne. Juryen hæftede sig også ved det manglende fokus på værdi og dokumentation af resultater i innovationscases, der iøvrigt var præget af høj kvalitet.

Prismaterialet viser en stor variation i både hvor metodisk solid en tilgang, der er til at lave evalueringer, og hvor vigtigt det opleves at evaluere og dokumentere værdi af innovationsarbejdet. I indstillingerne kan man ane et mønster i forhold til, at evaluerings- og værdifortællingerne er stærkest, hvor:

- Designtænkning og adfærdsvidenskab er de drivende tilgange, med dertil hørende fokus på test og dokumentation.
- Projektarbejde og business case er en gængs arbejdsform, som indgår som naturlig del af innovationsarbejdet.
- Evidenstænkning er en integreret del af fagligheden.
- Der er støtte at hente til innovationsarbejdet - fx fra en central innovationsenhed.

COI vil anvende prismaterialet til at identificere indsigter om, hvad der karakteriserer evalueringsindsatserne – og fraværet af heraf – med henblik på at videreudvikle COI's indsatser med at styrke evalueringskapacitet blandt de offentlige innovatører.

# Et uforløst spredningspotentiale

## Refleksion over spredningskriteriet for priserne

Med NYT SAMMEN BEDRE-prisen efterspurgt COI offentlig innovationer, der rummer en løsning på et komplekst samfundsmæssigt problem, er udviklet sammen med andre aktører, har skabt værdi og har spredningspotentiale. Spredningspotentiale blev forstået som, at innovationen skulle kunne genbruges af andre i form af kopiering eller tilpasning af innovationen til egen kontekst. Også med Hverdagsinnovationerne efterspurgtes spredningspotentiale og -relevans: Hverdagsinnovationen skulle kunne vises frem, så andre kan forstå den og bruge den i deres kontekst.

Innovationsbarometeret viser, at 74 procent af de offentlige innovationer er baseret på genbrug. Og ikke overraskende er prismaterialet fuldt af fortællinger om besøg på kryds og tværs af de offentlige arbejdspladser. Ganske få har en fortælling om, at deres innovation er den allerførste af sin slags. Flest har ledt målrettet – besøgt nogen, der stod med samme udfordringer, eller afleveret til nogen, der stod med samme udfordringer. Materialet indeholder mange fortællinger fra innovatørerne om at dele deres innovationer via konferencer, via konkrete besøg af fx ministre og via publikationer. Hvorvidt det faktisk fører til spredning af innovationerne er sværere at påvise af materialet.

Prismaterialet er også præget af, at innovatørerne reflekterer over, om en innovation skal tilpasses eller kopieres, når den deles. Flere gange starter fortællingen med: "Alle kan gøre det, det er bare at kopiere vores innovation", men lander hurtigt i en: "men der skal nok nogle lokale tilpasninger til". Og hvad handler den bevægelse så om? Nogle gange er det en bevidst fortælling, der indeholder en innovationsfaglig viden om, at den komplekse innovation bygger på de lokale ressourcer, og at andre, der vil genbruge, derfor skal basere innovationen på deres lokale ressourcer. Andre gange virker overgangen mere diffus og afspejler måske også den generelle udfordring med niveauet af evaluering og dokumentation af værdi i prismaterialet. Innovationsbarometeret viser nemlig også, at innovatører, der har evalueret deres innovation, i højere grad aktivt gør noget for at sprede innovationen. Spredningsforskningen støtter dette, idet den viser, at kausal ambiguitet er et forhold, der skal arbejdes med for at fremme spredning: Jo mere troværdig forklaringen om sammenhæng mellem indsats og resultat opleves, desto lettere er det at sprede. En tolkning kunne altså være, at netop fraværet af evalueringer og dokumenteret værdi svækker spredningsfortællingerne i styrke, og dermed skaber mere diffuse fortællinger om, hvordan innovationerne kan spredes, herunder grad af kopiering/tilpasning. Materialet indeholder dog også gode eksempler, hvor evaluering bruges målrettet til at sprede løsninger.

COI vil anvende prismaterialet til at identificere indsigter om, hvad der karakteriserer spredningsindsatserne – og fraværet af spredning – med henblik på at videreudvikle COI's indsatser med at styrke spredning af offentlig innovation.




*Når vi ser bredt henover feltet med de mange spændende innovationer skabt i samarbejde, er det opløftende, hvor central en rolle medarbejderne spiller, både som brobygger mellem enheder og som faglig bidragsyder, men også med kompetencer, der styrker innovationskraften i det offentlige.*

**- Lars Qvistgaard, formand for Akademikerne**



# Vi indstiller de nye nationale Innovationspriser og -dagen!

COI bad indstillerne til NYT SAMMEN BEDRE-prisen om at svare på tre spørgsmål, når de sendte en indstillings-mail om deres innovation til os. Vi har kigget tilbage på arbejdet med de to nye nationale innovationspriser og -dagen og har besvaret de samme tre spørgsmål.

 **Fra** ▼

**Til**

**Cc**

**Emne**


Kære innovatorer

**Hvad gør jer mest stolt/glad ved innovationen?**  
Det gør os mest stolte er, at vi med vores innovation "Nationale offentlige Innovationspriser" har indfriet ambitionen om, at det skulle være let for indstillerne at sende en innovation ind. Mange innovationspriser har høje barrierer for deltagelse med lange formularer og besværlige (om)kategoriseringer. Vi er lykkedes med at gøre det let at vise sit innovationsarbejde frem.

**Hvilket problem har den løst (og hvilken værdi har den derved skabt)?**  
Der foregår meget interessant offentligt innovationsarbejde i Danmark. Hver dag skabes der innovative løsninger med værdi for velfærdssamfundet, borgere og virksomheder. Innovationspriserne giver en anledning til at vise det gode innovationsarbejde frem. Mens nyhedskriterierne prioriterer kritiske fortællinger om offentlig sektor i medierne, giver innovationspriserne anledning til at fortælle positive fortællinger om en innovativ offentlig sektor. Ved at få innovationsarbejdet frem i lyset kan andre genbruge de gode løsninger, som findes derude til gavn for andre arbejdspladser, borgere og virksomheder. Et stærkt samlet katalog af innovationer tegner også et billede af en innovativ offentlig sektor, som medarbejderne kan være stolte af at arbejde for, og som borgere og virksomheder kan have tillid til.

**Hvem har I samarbejdet med?**  
Før lancering af innovationspriser og –dag interviewede vi andre med erfaring med uddeling af priser i offentlig sektor og inddrog deres erfaringer i vores innovationsarbejde om at lancere nationale innovationspriser. Vi samarbejdede med COK om at nå ud til flere og andre aktører end dem COI plejer at nå. Vi samarbejdede med jury om formidling af priser, og innovationsfaglig vurdering og kåring af vindere. Vi samarbejdede med indstillerne om ressource-effektivt at få de kvalitativt bedste fortællinger om deres innovationer formidlet bredere ud. Vi samarbejdede med DSB, DFDS og Scandic om at kunne arrangere studiebesøg for vindere af de to priser.

Med venlig hilsen  
**Lene, Lotte, Charlotte, Paul og Pia**

 **CENTER FOR OFFENTLIG INNOVATION**  
Vestergade 18 B 1456 København K  
61 81 31 10 [coi@coi.dk](mailto:coi@coi.dk) [www.coi.dk](http://www.coi.dk)

*Hvordan ser offentlig innovation ud i Danmark?  
Se svar i COI's nyhedsbrev – tilmeld på [coi.dk](http://coi.dk)  
Følg COI på [Twitter](#), [LinkedIn](#) og [Facebook](#)*



# Læring til næste omgang

## Innovationspriser og -dag

Formålet med evalueringen er blandt andet at udlede læring til fremtidigt arbejde med Innovationspriser og -dag. På baggrund af eksterne evalueringssinput og interne faglige vurderinger opsummerer vi nedenfor de væsentligste konkrete fremtidige justeringer:

### INNOVATIONSPRISPROCESSEN

Hele flowet fra indstilling til efterspil kommunikerer tydeligere fra begyndelsen. Og der sker en række justeringer i processen, herunder:

- Indstillingsperioden forkortes fra 3 måneder til cirka 6 uger. Blandt andet på baggrund af en erfaring om, at de fleste indstillinger kommer lige op til deadline.
- Der arbejdes med én fælles deadline for de to priser, og COI vurderer fagligt, hvor en indstilling rettelig hører hjemme.
- Kommunikationsmæssigt forbedres processen, så nominerede til begge kategorier af priser får den behørig synlighed og eksponering.
- COI optimerer indstillingsprocessen og påtager sig en faglig screeningsopgave i forhold til en skarpere sortering og dermed reduktion af antal indstillinger, som juryen skal arbejde med og udvælge nominerede fra.

### INNOVATIONSDAGEN/

I evalueringerne af Innovationsdagen efterspørger, at COI fylder mere på dagen. Fremadrettet vil COI i endnu højere grad rammesætte en innovationsdag ud fra en COI-faglighed. Innovationsdagen vil fortsat indeholde omtrent de samme delelementer, men med mindre justeringer. Ambitionen er fortsat at designe en dag, der er relevant for både konsulenter og praktikere (ildsjæle, frontlinjemedarbejdere) og ledere (acceleratorer) samtidig med, at det er den brede, nationale offentlige innovationsdagsorden, der danner ramme.

Følgende innovationsspørgsmål vil blandt andet danne afsæt for tilpasning af formatet af Innovationsdagen næste gang:

**Hvordan kan vi skabe den gode balance mellem den overordnede nationale innovationsdagsorden og det mere konkrete innovationsarbejde og eksempler på dagen?**

**Hvordan kan vi innovere på løsningsgalleri-formatet, så det er relevant for både konsulenter og praktikere (ildsjæl, frontlinjemedarbejdere) og understøtter alles innovationsarbejde?**

**Hvordan kan vi innovere på debatpaneler som format, så den overordnede inspiration i højere grad kan koble sig på og bidrage til at styrke deltagernes innovationsarbejde?**

# To-be processen

LANCERING

UGE 6/



Tilmeldingen åbnes

Overordnet program udarbejdes

Detaljeret program udarbejdes



Annoncering af Innovationsdagen og indstilling til priserne

FORBEREDELSE



Indsendelse til begge priser åbner

COI laver faglig vurdering ud fra kriterierne og fordeler indstillinger i de to priskategorier

COI laver faglig vurdering og udvælger ca.20 indstillinger, der laves interviews med (a 45 min)

15-ju (4 s og

De resterende indstilling

Indstillinger ryger ud af puljen, hvis de ikke lever op til kriterierne

Udvælgelse af nominerede til "publikumsprisen"

De resterende indstilling

## UGE 10

## UGE 15

### INNOVATIONSDAGEN



Tilmeldingen lukker



Innovationsdagen afholdes

Koordinering med paneldeltagere og jurymedlemmer



Planlægning af løsningsgalleri



### KOMMUNIKATION

Annoncering af nominerede til "publikumsprisen" og deltagere på løsningsgalleriet

Annoncering af NYT SAMMEN BEDRE nominerede

Vinder af NYT SAMMEN BEDRE-prisen samt "publikumsprisen" offentliggøres

### NYT SAMMEN/BEDRE PRISEN EFTERSPIL

20 beskrivelser til juryen udarbejdes (1 side), godkendes og sendes til juryen



Jurymøde afholdes



Vinder af NYT SAMMEN BEDRE-prisen kåres

EFTERSPIL

ger

Beskrivelser af indstillinger (1 side) til katalog udarbejdes uden interviews

Beskrivelser sendes til godkendelse

**CASE KATALOG**

ger

Beskrivelser af nominerede indstillinger udarbejdes og godkendes (30 min interview + 2 siders beskrivelse)



Vinder af "publikumsprisen" kåres

### "PUBLIKUMSPRISEN"

# Bag om evalueringen

Grundlaget for evalueringen er to eksterne datakilder, kommunikationstal og interne faglige vurderinger. De to eksterne datakilder er svar fra et spørgeskema udsendt af COK med evalueringsspørgsmål til deltagerne på Innovationsdagen og svar fra et spørgeskema udsendt af COI til alle indstillere til de to priser. COK-spørgeskemaet er udsendt til 129 modtagere og har en svarprocent på 33 procent. COI-spørgeskemaet er udsendt til 51 modtagere og har en svarprocent på 65 procent. Planen var at supplere COI spørgeskemaet med kvalitative interviews, men respondenterne har så flittigt benyttet sig af frittekstfelter med supplerende information, at COI vurderede, at det ville være en unødigt ulejlighed af indstillerne at opsøge yderligere information. COI's kommunikationsansvarlige har bidraget med kommunikationstal vedrørende COI's kommunikationsindsatser: Podcast, medieomtaler, Facebook-kampagner samt webstatistik på coi.dk. Innovationspristeamet i COI har internt foretaget faglige vurderinger af indstillingsproces, kommunikation og Innovationsdag. De interne faglige vurderinger har alle været struktureret således:

1. Hvad var vores håb og forventninger?
2. Hvad fungerede godt? Hvad fungerede mindre godt?
3. Konklusion på det der skete vs. det, vi håbede ville ske
4. Fremadrettet perspektiv: Hvilke læringer kan vi drage, og hvilke justeringer skal ske i en fremtidig indsats?

Evalueringen er udarbejdet af Charlotte Niss, Lene Krogh Jeppesen og Lotte Rømer Grove med bidrag fra Paul Sauer og Pia Gjellerup.