

# **Design för social innovation: ett nytt designforskningsområde**

*Anders Emilson*

<b>Innehåll:</b>	
<b>Inledning</b>	3
Introduktion	4
Design för social innovation – ett nytt designfält	6
<b>Social innovation, socialt- och samhälls- entreprenörskap – nya arenor för designer</b>	7
Social innovation	8
Socialt entreprenörskap, socialt företagande och social innovation – samma sak?	10
Socialt entreprenörskap: Ashoka, Schwab foundation och Skoll foundation	11
The power of unreasonable people	15
<b>Samhällentreprenörskap i Sverige</b>	15
Tredje sektorn och civilsamhället	15
<b>Storbritannien: transformation design och service design</b>	17
RED	17
Participiple	18
Design Council: Public Services by Design	19
livelwork	20
Engine	22
Think Public	23
John Thackara och Dott07	24
SEED Foundation (Social Environmental Enterprise + Design)	25
<b>Italien: Social innovation and design for sustainability</b>	25
Collaborative services: Social innovation and design for sustainability	27
Sociala nätverk, ”relationell kvalitet”, tjänster och nya media	28
Nätverk och nya sociala media	29
Policy för att uppnå ett hållbart och aktivt välfärdssamhälle	30
Design	31
<b>USA: Design for Social Impact</b>	32
IDEO: Design for Social Impact och Transformation design	35
Continuum: Social innovation	36
<b>Behov av ny designkunskap</b>	36
<b>Delaktighet och samproduktion: kärnan i en ny ekonomi och ett aktivt och hållbart välfärdssamhälle?</b>	39

# Design för social innovation: ett nytt designforskningsområde

## INLEDNING

Design för social innovation är ett nytt designforskningsområde som håller på att växa fram internationellt. Design förknippas mest med teknisk innovation och utveckling av nya produkter. När det talas om innovation syftas det oftast också på teknisk eller medicinsk innovation vilka ansetts vara viktiga för samhällsutveckling och ekonomisk tillväxt. Men idag anser dock allt fler att det även behövs social innovation för att lösa många av samtidens komplexa problem med till exempel kroniska sjukdomar, klimat- och finanskris. Även inom designvärlden ökar intresset för vad design kan bidra med för att lösa problem och komma fram med nya lösningar som är mer sociala i sin karaktär än tekniska. En enkel definition av social innovation är ”nya idéer som fungerar för att möta sociala mål”. Några exempel på social innovation är mikrolån, rättvis handel, hospice, distanslärande och Wikipedia.

Den här kartläggningen syftar till att ge en första inblick i området design för social innovation. Det är ett försök att ta reda på vad social innovation är och hur design kan tillämpas för att stödja social innovation. Det är ingen fullständig kartläggning då området trots att det är nytt är väldigt komplext. Social innovation började användas som begrepp på 1960-talet men det är först de senaste tio åren som det börjat uppmärksammas i högre grad av både politiker och näringslivet. Och det är först de senaste fem åren som design har börjat sammankopplas med social innovation.

Kartläggningen är ett sätt att stifta bekantskap med olika definitioner och olika aktörer inom det nya fältet. Den koncentrerar sig på utvecklingen i de länder där de ledande aktörerna finns och tar utgångspunkt i deras begrepp. ”Transformation design” i Storbritannien, ”Design for social impact” i USA och ”Design for social innovation and sustainability” i Italien. Först ges en kort inblick i de områden som design nu börjar tillämpas alltmer inom: social innovation och socialt- och samhälls-entreprenörskap.

## INTRODUKTION

Vi befinner oss i en ”transformational crisis” sa World Economic Forums (W.E.F.) grundare Klaus Schwab under 2009 års toppmöte i Davos. Det rapporterade Business Weeks design- och innovationsexpert Bruce Nussbaum i sin blogg.<sup>1</sup> Befinner vi oss i en ”förändringskris” så behöver vi folk som vet hur man förändrar menar Nussbaum. Dessa ”transformers (innovators, designers, design thinkers)”, som han kallar dem, var närvarande i Davos men deras idéer har ännu inte nått ända fram till det politiska och ekonomiska toppskiktet.

Vilka är då dessa ”transformers” och vad vill de göra? Nussbaum är själv med i W.E.F:s ”Global Agenda Council on Design” som inför Davos författade ett manifest som pekade ut fyra teman där de största utmaningarna och möjligheterna finns. Det första är:

*”Well-being – Design can make an important contribution to the redefinition and delivery of social services by addressing acute problems such as ageing, youth crime, housing and health. Many designers are striving to enable people all over the world to lead their lives with dignity, especially the deprived majority of the global population – ‘the other 90%’ who have the greatest need of design innovation.”<sup>2</sup>*

De andra temana är hållbarhet, lärande och innovation. Dessa ska inte ses som separerade utan sammanlänkade. Bland medlemmarna i Global Agenda Council on Design-gruppen finns bland andra:

Chris Luebke, director of global foresight and innovation, ARUP  
Arnold Wasserman, The Idea Factory Singapore  
William McDonough (Cradle to cradle) USA  
Kigge Hvid, Index, Danmark  
Tim Brown, IDEO  
Hilary Cottam, Participle, Storbritannien

De två sista är särskilt intressanta för den här kartläggningen. Nussbaum avslutade sitt blogginlägg med att säga att han blivit alltmer intresserad av Hilary Cottams och Charles Leadbeaters arbete i Storbritannien där de tillämpar botten upp innovation inom offentliga tjänster genom masskollaboration och brukardriven design. Cottam och Leadbeater har tillsammans grundat Participle som fokuserar på att designa nya och bättre offentliga tjänster och i förlängningen ett nytt välfärdssamhälle. De angriper en rad till synes orubbliga samhällsproblem med nya infallsvinklar:

*“Our vision knits together the economic, social and emotional dimensions of life. Of course any vision is meaningless without the ability of all of us to participate in it. The freedom to live a better life will be reflected in a person’s capabilities and this is the starting point of the five shifts we propose:*

*\* Moving from a system focused on needs to one more concerned with capabilities;*

*\* Moving from services that are targeted to ones that are open to all;*

*\* Moving away from a financially focused system to one focused on resources;*

*\* Avoiding centralised institutions in favour of more effective distributed networks;*

*\* Relaxing the absolute focus on the individual including more of a focus on*

<sup>1</sup> [http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2009/01/from\\_davos-we\\_a.html](http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2009/01/from_davos-we_a.html)

<sup>2</sup> [http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2009/01/a\\_design\\_manife.html](http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2009/01/a_design_manife.html)

### *social networks*<sup>3</sup>

Att i en design- eller kreativ process utgå från människors egen förmåga att skapa sin egen lösning istället för att utgå från deras behov av hjälp eller en ny produkt är ett centralt och återkommande tema i den här kartläggningen. Participle är ett av de första av några få designföretag i världen som har som huvudfokus att arbeta med design på ett nytt sätt och vars mål är att tackla ”vår tids stora sociala frågor”. De är inte inriktade på att formge nya produkter utan istället använda designmetoder för att tillsammans med allmänheten skapa nya tjänster som kan förändra deras liv till det bättre. Lyckas de skapar de förändringar som kan få genomslag på en samhällig nivå. Det är just den typ av systemförändringar som Klaus Schwab och världens ledare är i behov av för att få bukt med denna ”transformational crisis”. För det är som bekant inte bara en finansiell kris utan även en ekologisk och social kris vi har att tackla.

Och kanske står vi inför ett paradigmskifte, rent av ett maktskifte. Det menar i varje fall arkitekten Cameron Sinclair från Architecture for humanity, som är en av W.E.F:s Young Global Leaders (tillsammans med bl.a. Hilary Cottam):

*”The are two World Economic Forums’ happening right now at Davos. The old order watching the world crumble around it and another where groups like the Young Global Leaders, green tech pioneers and the Social Entrepreneurs are storming at the gates of power. This sentiment may only be shared by others who’ve seen first hand leaders and their deputies get schooled in front of their peers and often celebrated officials and leaders sidelined in panels and stricken from invite lists.”<sup>4</sup>*

Att det finns flera representanter för en ny socialt engagerad design och förespråkare för en utvidgad tolkning av designbegreppet i Davos tyder på att de tillmätts en stor betydelse. De utgår från en ny förståelse av design som nu håller på att sprida sig internationellt. Från att ha betraktats som ett verktyg för att utveckla funktionella och innovativa konsumentvaror börjar design allt mer ses som en metod och utvecklingsprocess som även kan användas inom nya områden där radikala förändringar behövs. Till exempel har designer börjat verka inom är utveckling av offentliga tjänster för att bättre kunna möta problem inom hälsa och ålderdom eller förbättra skolor och undervisning. Designer har också undersökt hur man kan stödja människor som vill ändra livsstil och konsumtionsvanor för att nå en hållbar utveckling. Målsättningen för designinsatserna har också förändrats från att skapa konkurrenskraftiga produkter till att skapa förändringar på organisations- och systemnivå. Några gemensamma nämnare är här:

- Att med teknisk innovation kan man nå vissa förändringar men för att uppnå radikala förändringar och hållbara lösningar i samhället krävs även social innovation
- Att designer inte ensamma tar fram lösningar åt en kund utan involverar brukare och intressenter som medskapare i processen för att bättre svara mot deras behov och önskemål, så kallad participativ design
- Att designer inte bara utvecklar konsumentvaror och industriprodukter utan allt mer börjar inrikta sig på tjänster, såväl kommersiella som offentliga

Som en följd av denna utveckling håller det på att växa fram ett nytt designforskningsområde som den italienska designern och forskaren Ezio Manzini kallar ”Design for social innovation and sustainability”<sup>5</sup>. Man kan tala

<sup>3</sup> [http://www.participle.net/about/our\\_mission/](http://www.participle.net/about/our_mission/)

<sup>4</sup> <http://www.cameron Sinclair.com/index.php?q=node/49>

<sup>5</sup> Jégou, F., Manzini, E. ed (2008) Collaborative Services: Social innovation and design for sustainability, Milano, Edizioni POLI.design

om en rad sammanlänkande fält där designer nu börjar verka. Till exempel inom social innovation, samhälls-entreprenörskap, tredje sektorn, social ekonomi och hållbar utveckling.

Även i Sverige börjar intresset för social innovation att öka. I KK-stiftelsen satsning på samhälls-entreprenörskap talar man om vikten av social innovation för tillväxt och välbefinnande. Starten av tankesmedjan Sektor 3 pekar också på att man börjar leta efter lösningar inom nya områden. Men om det svenska intresset för social innovation är förhållandevis nytt så är kopplingen till design i det närmaste obefintlig. Här släpar svensk design och designforskning efter men har stor potential att komma ikapp och bidra till detta fälts utveckling. Sverige var på sjuttio-talet en pionjär inom brukardriven design, s.k. participativ design en metod som idag fått brett genomslag internationellt och är basen i såväl tjänstedesign som design för social innovation. I Sverige lever detta arv vidare i liten skala men har ändå bidragit med innovation inom sjukvården, och i arbetet med marginaliserade ungdomar genom Malmö Living lab för nya medier. Här finns en slumrande potential som med rätt stöd kan utvecklas till att bli den innovationsmotor som dagens svenska samhälle är i stort behov av. För att uppnå det behövs designforskning och ny kompetens inom främst tjänstedesign, strategisk- och participativ design med inriktning på social innovation och hållbar utveckling.

## Design för social innovation – ett nytt designfält

Hilary Cottam och Charles Leadbeater är alltså centrala i utvecklingen av det nya designfält som framträtt de senaste 5 åren som här kallas Design för social innovation. Själva har de valt att kalla det för Transformation design (mer om det längre ner). I USA arbetar det världsledande designföretaget IDEO med såväl Transformation design, Design for social impact och Design for community som nya fokusområden.

*”How can we harness the passions and talents of designers in our firms to address some of the world’s largest problems? How can we continue to do what we do best while having a significant positive impact on the world?”<sup>6</sup>*

Det frågar sig IDEOs VD Tim Brown i förordet till Design for social impact – How to guide som är resultatet av en pilotstudie av fältet som de gjort tillsammans med Rockefeller Foundation. Under 2008 arrangerade Rockefeller Foundation tillsammans med amerikanska designfirman Continuum också en internationell Workshop i Bellagio, Italien. I skriften Design for social impact – Workshop förklarar stiftelsens Maria Blair deras intresse för design:

*”The Rockefeller Foundation is investing in this conversation because we feel we can accelerate the systematic contribution of design firms to the social sector. We don’t want to wait 50 years to wake up and say, ’We have to start working with design firms on these tough problems.’”<sup>7</sup>*

En annan central person är arkitekten och designern Ezio Manzini, professor vid Milanos tekniska högskola. Hans utgångspunkt har varit hållbar utveckling men anser att social innovation är ett medel att nå en sådan. Han menar att kärnan till hållbarhetsproblemet är att vi idag har en bild av välbefinnande som är produktbaserad och den är inte hållbar om resten av världen ska leva efter en västerländsk modell. För att nå en hållbar utveckling räcker det därför inte att designa om våra produkter utan vi måste göra livsstilsförändringar.

*”The result is that we now also know that transition towards sustainability requires radical changes in the way we produce, and generally, in the way we live. In fact, we (the entire population of the planet) need to learn how to live better, while reducing our ecological footprint and improving the*

<sup>6</sup> Design for social impact – How to guide, 2008 Rockefeller foundation, Ideo

<sup>7</sup> Design for social impact – Workshop, 2008 Rockefeller foundation, Continuum

*quality of our social fabric. In this perspective, the link between the environmental and social dimensions of sustainability appears clearly, showing that radical social innovations will be needed, in order to move from current, unsustainable models to new, sustainable ones.*<sup>8</sup>

Den här kartläggningen syftar till att stifta en första bekantskap med olika definitioner och olika aktörer inom det nya fältet. Den koncentrerar sig på utvecklingen i de länder där de ledande aktörerna finns och tar utgångspunkt i deras begrepp. ”Transformation design” i Storbritannien, ”Design for social impact” i USA och ”Design for social innovation and sustainability” i Italien. Men först en kort inblick i de områden som design nu börjar tillämpas alltmer inom: social innovation och socialt- och samhällsentreprenörskap.

## **SOCIAL INNOVATION, SOCIALT- OCH SAMHÄLLS-ENTREPRENÖRSKAP – NYA ARENOR FÖR DESIGNER**

*”They were a ragtag group of misfits and mavericks, heroic figures, seemingly single-handedly bringing jobs, healthcare and education to deprived communities. They were visionary and relentlessly optimistic, but practical and pragmatic. They self-consciously applied business methods to social problems, but weren’t motivated by profit. This iconoclastic, inspirational, sometimes frustrating and often self-promoting group did not even have a name for themselves.”*<sup>9</sup>

Så inleder Charles Leadbeater sin artikel Mainstreaming of the mavericks i The Guardian 2007 där han kommenterar Demos-rapporten The rise of the social entrepreneur<sup>10</sup> som han själv skrev tio år tidigare och där han bidrog till att popularisera begreppet social entreprenör. I The rise of the social entrepreneur ger Leadbeater en bild av ett välfärdsamhälle i Storbritannien som designades för en värld där alla män arbetade och alla familjer var stabila, en värld som inte längre finns. Istället står de inför växande sociala problem som mass- och långtidsarbetslöshet, drogproblem och splittrade familjer som välfärdssystemet är dåligt rustat för att hantera. Därför behövs en ”lång våg” av social innovation för att utveckla en ny filosofi, praktik och organisation av välfärden. Istället för det nuvarande systemet som gör människor beroende av stöd och kvar i fattigdom måste ett nytt ”aktivt välfärdssystem” designas för att skapa socialt kapital genom att uppmuntra människor att ta större kontroll över sina liv. Detta kräver nya organisationer och institutioner som kan leverera en ny form av välfärd.

De sociala entreprenörerna har en viktig roll här då de identifierar underutnyttjade resurser – människor, byggnader, utrustning – och använder dem på nya sätt för att tillfredställa sociala behov. Styrkan hos de sociala entreprenörerna är förmågan att hitta nya kombinationer av förhållningssätt från områden som ofta varit separerade (privat/offentligt).

Leadbeater menar att de sociala entreprenörerna fungerar som en sorts forsknings och utvecklingsavdelning för välfärdssystemet och de hittar nya lösningar på svårlosta problem. De skapar ”värde” på många sätt. Till exempel genom att leverera tjänster effektivare än den offentliga sektorn och hjälpa gemenskaper (communities) att bygga upp socialt kapital så att de kan stå på egna ben.

I Guardian-artikeln skriver Leadbeater att en av lärdomarna efter tio år är att socialt entreprenörskap ofta kommer från grupper och inte heroiska individer som man trodde förr. En av de stora utmaningarna idag handlar

<sup>8</sup> Ezio Manzini: Design research for sustainable social innovation, 2006

<sup>9</sup> <http://www.guardian.co.uk/society/2007/mar/25/voluntarysector.business>

<sup>10</sup> Charles Leadbeater: The rise of the social entrepreneur, Demos, 1997

också om hur man kan skala upp och sprida deras verksamhet.

Värt att notera är att Leadbeater i *The rise of the social entrepreneur* formulerar många av de tankgångar och förhållningssätt som antagligen spelat en stor roll för både Brittiska Design Councils forskningsgrupp RED och Particles inriktning och praktik. Idén om ett aktivt välfärdssystem är också intressant att relatera till Ezio Manzinis tankar om ett aktivt välbefinnande. Det är också intressant att Leadbeater pekar på behovet av sociala entreprenörer utifrån en engelsk kontext 1997 och först tio år senare kommer den svenska motsvarigheten genom Samhällsentreprenör - en förstudie, på uppdrag av KK-stiftelsen.<sup>11</sup>

## Social innovation

En av de ledande organisationerna som arbetar med att utveckla fältet social innovation är brittiska The Young Foundation. Stiftelsen är döpt efter Michael Young som var en av 1900-talets främsta sociala innovatörer. Young låg bakom bland annat The Open University och den brittiska konsumentföreningen. Stiftelsens nuvarande direktör Geoff Mulgan föredrar den enkla definitionen av social innovation: "new ideas that work in meeting social goals".<sup>12</sup> Men de har också en mer utvecklad definition:

*"innovative activities and services that are motivated by the goal of meeting a social need and that are predominantly developed and diffused through organisations whose primary purposes are social"*<sup>13</sup>

Forskarna James A. Phillips Jr, Kriss Deiglmeier och Dale T. Miller presenterar också en mer utvecklad definition i *Stanford Social Innovation Review*:

*"A novel solution to a social problem that is more effective, efficient, sustainable, or just than existing solutions and for which the value created accrues primarily to society as a whole rather than private individuals."*<sup>14</sup>

Designforskarna Francois Jégou och Ezio Manzini beskriver sin syn på social innovation så här:

*"The term social innovation refers to changes in the way individuals or communities act to solve a problem or to generate new opportunities. These innovations are driven more by changes in behaviour than by changes in technology or the market and they typically emerge from bottom-up rather than top-down processes."*<sup>15</sup>

Geoff Mulgan påpekar att social innovation kommer att bli allt viktigare i framtiden:

*"Today there are signs that social innovation is becoming even more important for economic growth. This is partly because some of the barriers to lasting growth (such as climate change, or ageing populations) can only be overcome with the help of social innovation, and partly because of rising demands for types of economic growth that enhance rather than damage human relationships and well being. The key growth sectors of the 21st century economy look set to be health, education and care, accounting between them for around 30% of GDP, and more in some countries. These are all mixed economies, strongly shaped by public policy, and requiring models of innovation very different to those that worked well for cars, microprocessors or biotechnology."*<sup>16</sup>

The Young Foundation menar alltså att de största framtidssektorerna i både värde och anställningar i västerländska ekonomier troligtvis inte kommer

<sup>11</sup> Holmberg, L, Kovacs, H och Lundqvist, M A, 2007, Samhällsentreprenör - en förstudie, KK-stiftelsen, Stockholm

<sup>12</sup> Mulgan, G. (2006) *Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, London, The Young Foundation

<sup>13</sup> ibid

<sup>14</sup> James A. Phillips Jr, Kriss Deiglmeier, Dale T. Miller: *Rediscovering Social Innovation*, *Stanford Social Innovation Review*, 2008

<sup>15</sup> Jégou & Manzini, *Collaborative Services* 2008

<sup>16</sup> Mulgan, G. (2006) *Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, London, The Young Foundation



att vara bilar och datorer utan hälsa, utbildning, vård och miljö. Men i en nyligen publicerad rapport varnar de för att det nu satsas på fel områden för att kortsiktigt lösa finanskrisen<sup>17</sup>. Vårdsektorn borde ha högre prioritet än bilar och frivilligsektorn kommer troligtvis generera fler jobb än banksektorn menar man. De argumenterar därför för att nationell policy måste balanseras med ett större utrymme för lokal styrning och frivillig organisationer vilka i tidigare kriser har visat sig bättre på att hitta nya sätt att använda resurser. Därför bör man använda webben och sociala nätverk för att mobilisera kreativa idéer och tillhandahålla ekonomiskt stöd så att de kan utvecklas.

Geoff Mulgan beskriver en rad områden där social innovation behövs på grund av att existerande modeller inte längre fungerar:

- *Ageing populations - which require new ways of organising pensions, care, mutual support, housing, urban design, mobility and new methods for countering isolation.*
- *Growing diversity of countries and cities – which demands innovative ways of organising schooling, language training and housing*
- *Rising incidence of chronic diseases such as arthritis, depression, diabetes, cancers and heart diseases (which are now chronic as well as acute). These demand novel social solutions as well as new models of medical support.*
- *Behavioural problems of affluence - including obesity, bad diets and inactivity as well as addictions to alcohol, drugs and gambling. None of these is easily addressed by traditional models.*
- *Difficult transitions to adulthood – which require new ways to help teenagers successfully navigate their way into more stable careers, relationships and lifestyles.*
- *Crime and punishment – which require innovative ways to tackle re-offending and create new correctional services*
- *Happiness - the mismatch between growing GDP and stagnant well being and declining real welfare according to some measures requires new ways of thinking about public policy and civic action.*
- *Climate change. – which demands new thinking on how to reorder cities, transport systems, energy and housing to dramatically reduce carbon emissions<sup>18</sup>*

En anledning till att det idag ställs så stora förhoppningar på social innovation är att dessa innovatörer ofta rör sig över gränser för sektorer och organisationer. Geoff Mulgan skriver att:

*”innovation thrives best when there are effective alliances between small organisations and entrepreneurs (the ‘bees’ who are mobile, fast, and cross-pollinate) and big organisations (the ‘trees’ with roots, resilience and size) which can grow ideas to scale. Innovations then scale up when the right mix of environmental conditions (including effective demand to pay for the innovation) and capacities (managerial, financial etc.) are in place.”<sup>19</sup>*

Mulgan beskriver också några nyckelgenskaper hos social innovation:

- - they are usually new combinations or hybrids of existing elements, rather than being wholly new in themselves

•  
<sup>17</sup> Mulgan, G. & Salem, O. (2009) Fixing the future: Innovating more effective responses to recession (work in progress), London, The Young Foundation

<sup>18</sup> ibid

<sup>19</sup> Mulgan, G. (2006) Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated, London, The Young Foundation

- - putting them into practice involves cutting across organisational, sectoral or disciplinary boundaries
- - *they leave behind compelling new social relationships between previously separate individuals and groups which matter greatly to the people involved, contribute to the diffusion and embedding of the innovation, and fuel a cumulative dynamic whereby each innovation opens up the possibility of further innovations*<sup>20</sup>

En egenskap hos innovatörer är att de upptäcker behov som inte är tillgodosedda av vare sig staten eller marknaden. Innovatörer är också bra på att prata och lyssna för att komma människor nära inpå livet och bättre förstå deras behov och önsknings. Mulgan talar om empati och att etnografi är mer relevant än statistisk analys. Här finns paralleller till design där till exempel designfirman IDEO talar om empati som en utgångspunkt och många designer använder etnografiskt inspirerade metoder.

I en rapport från NESTA som handlar om lokal social innovation kommer man in på att alla metoder som används behöver utvecklas. Dessa metoder kommer från bland annat design, teknologi och socialt entreprenörskap. Men:

*”a field which remains ad hoc and short on evidence needs to mature quickly to help localities innovate effectively in response to challenges such as ageing, climate change, poverty and competitiveness.”<sup>21</sup>*

Vidare skriver man att på senare år har intresset ökat för designmetoder som används av designer som live|work men även för open source metoder som öppnar upp för kommentarer genom till exempel wikis.

## **Socialt entreprenörskap, socialt företagande och social innovation – samma sak?**

James A. Phillis Jr, Kriss Deiglmeier och Dale T. Miller beskriver skillnaden mellan socialt entreprenörskap, socialt företagande och social innovation och menar att social innovation är ett mer användbart begrepp än de andra.<sup>22</sup> Socialt entreprenörskap fokuserar på individuella kvaliteter hos människor som startar organisationer medan socialt företagande fokuserar på organisationen i sig. De exemplifierar med entreprenören Muhammad Yunus som startade organisationen Grameen Bank som levererar mikrolån som är den sociala innovationen. Innovationen mikrolån borde få lika mycket uppmärksamhet som Yunus och Grameen Bank menar de:

*”By focusing on the innovation, rather than on just the person or the organization, we gain a clearer understanding of the mechanisms – which The Oxford English Dictionary defines as ‘an ordered sequence of events’ or ‘interconnect[ed] parts in any complex process’ – that result in positive social change”<sup>23</sup>*

Vidare menar de att socialt entreprenörskap och socialt företagande har sina rötter i den ideella sektorn men social innovation kan skapas även i stora företag och offentliga institutioner. Målet för i princip alla som verkar inom socialt entreprenörskap och företagande är att skapa socialt värde. Något som Phillis, Deiglmeier och Dale definierar som:

*”the creation of benefits or reductions of costs for society – through efforts to address social needs or problems – in ways that go beyond the private gains and general benefits or market activity.”<sup>24</sup>*

Till skillnad från socialt entreprenörskap och socialt företagande överskrider

<sup>20</sup> ibid

<sup>21</sup> Bacon, N. Faizullah, N. Mulgan, G. Woodcraft, S. (2008) Transformers: How local areas innovate to address changing social needs, London, NESTA

<sup>22</sup> James A. Phillis Jr, Kriss Deiglmeier, Dale T. Miller: Rediscovering Social Innovation, Stanford Social Innovation Review, 2008

<sup>23</sup> ibid

<sup>24</sup> ibid

social innovation sektorer och metoder för att upptäcka processen – ”the strategies, tactics, and theories of change” – som skapar långsiktig verkan. De svåraste och viktigaste sociala problemen kan inte förstås eller lösas utan att involvera både de ideella, privata och offentliga sektorerna. Och i allt högre grad skapas innovation när sektorer korsas och vid dessa skärningspunkter finns större möjligheter att skapa socialt värde.

## **Socialt entreprenörskap: Ashoka, Schwab foundation och Skoll foundation**

Begreppet social entreprenör anses myntat av Bill Drayton som startade Ashoka, den första organisationen för sociala entreprenörer, i Indien 1980. På Ashoka menar man att vi är mitt uppe i en fundamental strukturell förändring i samhället där medborgare och grupper av människor börjar agera med samma entreprenörskap och kompetens som drivit näringslivet.

*“People all around the world are no longer sitting passively idle; they are beginning to see that change can happen and that they can make it happen.*

*The result of this transformation will ultimately be a world where all individuals will be able to spot challenges, address them, and improve their lives. Rather than a tiny percentage of the world controlling the wealth and making the decisions that effect our lives, every individual will be empowered to determine his or her own future.”<sup>25</sup>*

Ashoka menar därför att det är deras uppgift att göra alla människor till en ”changemaker”:

*”To help create a world where everyone has the freedom, confidence, and skills to turn challenges into solutions. This allows each person the fullest, richest life. And a society so constituted will evolve and adapt faster and more surely than any other: Each person, rather better than the body’s white blood ”attack” cells, courses through society spotting challenges and then conceiving and putting in place the next, better step.”<sup>26</sup>*

Ashoka har en syn på vanliga människors kreativa potential som stämmer väl överens med dagens designbegrepp där allt fler menar att alla besitter en viss designförmåga, att alla designar, och därför ska vara delaktiga i ta fram lösningar som passar deras liv.

Intresset för social innovation och samhällsentreprenörskap är idag stort runt om i världen och då inte bara på gräsrots och ideell nivå utan även bland världens ekonomiska och politiska ledare. Redan 1998 etablerade World Economic Forums grundare Klaus Schwab tillsammans med sin hustru Hilde The Schwab Foundation for Social Entrepreneurship. De menar att vi behöver omforma vår ekonomi så att den i högre grad tjänar samhället i stort. Sociala innovatörer har också visat sig fungera som framgångsmodeller i osäkra marknader och ostabila miljöer.

*”Their accomplishments and resilience are a guiding light in a dark time when we desperately need ways to tackle multiple economic, social, and environmental challenges.”<sup>27</sup>*

Klaus Schwab skriver i förordet till boken The Power of Unreasonable People att de i sin kontakt med sociala entreprenörer identifierade tre återkommande behov som dessa hade: legitimitet för sina ”oresonabla” modeller, tillgång till nätverk av politiska, affärs- och media ledare samt kapital<sup>28</sup>. Schwab hade inte

<sup>25</sup> <http://www.ashoka.org/about> besökt 090810

<sup>26</sup> <http://www.ashoka.org/knownhistory> besökt 090810

<sup>27</sup> Schwab, K & Schwab, H. (2009) Social Innovation in a Post-Crisis World, Innovations, World Economic Forum special edition, MIT Press Journal, Boston

<sup>28</sup> Elkington, J. & Hartigan, P. (2008) The Power of Unreasonable People – How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World, Boston, Harvard Business Press

tillräckligt med kapital men kunde erbjuda tillgång till världens ledare genom World Economic Forum. I början var intresset svalt och till sessionen "Come meet the social entrepreneurs" 2002 kom knappt någon av W.E.F:s vanliga ledare. Idag är situationen den omvända och de sociala entreprenörerna är helt integrerade i forumets program och världens ledare uppvaktar dem.

Det nätverk av ledande sociala entreprenörer som Schwab startade består idag av 153 entreprenörer från 139 organisationer runt om i världen. Kriterierna som dessa väljs utifrån är:

- 1) *innovation and social transformation*, 2) *direct social impact and*
- 3) *sustainability*<sup>29</sup>

På Schwab Foundation har man också urskiljt tre affärsmodeller som sociala entreprenörer verkar inom:

#### *Leveraged non-profit ventures*

*The entrepreneur sets up a non-profit organization to drive the adoption of an innovation addressing a market or government failure. In doing so, s/he commits private and/or public organizations as well as volunteers, to drive forward the innovation through a multiplier effect. The organization depends on outside funding for its survival, but its longer term sustainability is enhanced because of the commitment of a multiplicity of actors to the vision and objectives of the organization. Over time, the founding entrepreneur can morph into a figurehead, in some cases for the wider movement.*

#### *Hybrid non-profit ventures*

*The entrepreneur sets up a non-profit but generates significant revenues the model through the sale of goods and services to individuals or institutions as well as to target population groups. However, to be able to sustain the transformation activities in full and address the needs of clients, who are poor or otherwise marginalized from society, the entrepreneur must mobilize other sources of funding from the public and/or the philanthropic sectors. Those funds can be in the form of grants or loans, and even quasi-equity.*

#### *Social business ventures*

*The entrepreneur sets up a business to drive the transformational change. While profits are generated, the main aim is not to maximize financial returns for shareholders but to grow the social venture and reach more people in need effectively. Wealth accumulation is not a priority, and profits are primarily reinvested in the enterprise in order to fund expansion. Entrepreneurs seek investors who are interested in combining financial and social returns on their investments.<sup>30</sup>*

En annan viktig organisation är The Skoll Foundation som bildades 1999 av eBays första president Jeff Skoll och har sitt huvudkontor i Silicon Valley. Syftet är att föra ut hans vision om en fredlig och blomstrande värld genom att stödja sociala entreprenörer. Stiftelsen ligger bakom The Skoll Centre for

Social Entrepreneurship som är placerat vid Saïd Business School, University of Oxford, samt Skoll World Forum on Social Entrepreneurship som anses vara "The Davos of social entrepreneurship".<sup>31</sup> Intressant för den här kartläggningen är att vid årets möte föreläste IDEO:s Jocelyn Wyatt som är ansvarig för deras Social Impact fokusområde.

<sup>29</sup> Outstanding Social Entrepreneurs 2009 (2009), Geneva, Schwab Foundation for Social Entrepreneurship

<sup>30</sup> ibid

<sup>31</sup> <http://www.skollworldforum.com/>

The Skoll Centre definierar socialt entreprenörskap utifrån tre karaktäristika:

1. *Social focus. The primary intent of the individual, network or organisation is to generate a public good.*
2. *Innovation. A social entrepreneur may develop new products or services, use existing products and services in new, more socially productive ways, or redefine social problems and suggest radical new ideas to solve them.*
3. *Market-orientation. A social entrepreneur adopts a performance-driven, outward-looking and competitive approach to solving social and environmental problems.*

På hemsidan påpekar man att om de två första funnits med från början så har marknadsorientering tillkommit de sista åren.

## The power of unreasonable people

I boken "The Power of Unreasonable People" beskriver John Elkington och Pamela Hartigan hur sociala entreprenörer arbetar och skapar nya marknader. Elkington myntade i slutet av nittio-talet begreppet "triple bottom line" som innebär att man inte längre kan mäta framgång bara i ekonomisk vinst utan även måste räkna in det sociala och miljömässiga resultatet om man ska nå en hållbar utveckling. Pamela Hartigan var direktör för Schwab Foundation men leder nu The Skoll Centre for Social Entrepreneurship. De menar, som många andra, att sociala- och miljöentreprenörer opererar i ett brett spektrum av företagsformer men att de mest intressanta experimenten sker i hybridorganisationer som strävar efter nya former av "blended value".

*"Blended value is what results when business—whether for-profit or non-profit—create value in multiple dimensions—economic, social and environmental. So a key challenge for twenty-first-century investors and managers will be to boost the attractiveness to all key stakeholders of the value blends they create."*<sup>32</sup>

Dessa entreprenörer strävar alltså efter att skapa och tillhandahålla värden som den vanliga marknaden ännu inte erkänt eller belönar. De använder sig av en rad akronymer för att beskriva dessa värden: DBL – double bottom line, SROI – social return on investment, eller BVP – blended value proposition. Men sociala entreprenörer måste bli bättre på att identifiera, mäta och sätta pris på de sociala och miljömässiga värden de skapar. Elkington och Hartigan skriver att de sociala entreprenörerna förebådar en ny utvecklingsfas i affärslivet, marknaden och kapitalismen. De citerar HydroGens president Joshua Tosteson:

*"In 10 years time, there will be no distinction between a 'social venture' and most major businesses—it will be a sine qua non of business going forward."*

## SAMHÄLLENTREPRENÖRSKAP I SVERIGE

På ett sätt är begreppet samhällsentreprenörskap något nytt i Sverige samtidigt har vi en lång tradition av samhällsförbättrare, till exempel sociala ingenjörer och folkhemsbyggare. 2007 lanserade KK-stiftelsen sin satsning på samhällsentreprenörskap och 2009 publicerade de forskningsantologin Samhällets entreprenörer.<sup>33</sup> Där skriver redaktörerna Gawell, Johannisson och

<sup>32</sup> Elkington, J. & Hartigan, P. (2008) The Power of Unreasonable People – How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World, Boston, Harvard Business Press

<sup>33</sup> Gawell, M., Johannisson, B., Lundquist, M., red. (2009) Samhällets entreprenörer: En forskningsantologi om samhällsentreprenörskap, Stockholm, Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

Lundquist att samhälls-entreprenörskap började diskuteras inom forskningen redan på 1970-talet (av t.ex. Bengt Johannisson) men då främst med fokus på lokal ekonomisk utveckling.

I inledningen blir det också uppenbart att det inom området används en rad närstående begrepp som lätt kan skapa förvirring. Det svenska begreppet samhälls-entreprenör, "societal entrepreneur", används sällan internationellt och motsvarar engelskans "community entrepreneur" och har relaterat främst till utvecklingsstrategier för lokalsamhällets överlevnad. Här finns även begreppet "civic entrepreneurship" som inom engelsk tradition är synonym med social ekonomi men i amerikansk tradition syftar på när flera sektorer (akademi, näringsliv och offentlig sektor) arbetar gemensamt för regional ekonomisk förnyelse. Den amerikanska varianten av "civic entrepreneurship" har likhet med vad vi i Sverige talar om som "trippel helix-samverkan".

Begreppet "social ekonomi" har varit officiell term inom EU sedan 1989 och blev vanligare i Sverige när vi blev medlemmar. Den sociala ekonomin har vuxit fram ur den kooperativa traditionen. 1997-99 föreslog en arbetsgrupp tillsatt av regeringen följande definition:

*"Den sociala ekonomin består av organiserade verksamheter som primärt har ett samhälligt ändamål och är organisatoriskt fristående från den offentliga sektorn."*<sup>34</sup>

Internationellt är begreppet "social entrepreneurship" väletablerat och används av såväl forskare som praktiker. I USA är det förknippat med filantropisk aktivitet där framgångsrika personer med en förmögenhet väljer att arbeta med socialt företagande och med uppfattningen att socialt arbete kan bedrivas under kommersiella former. Gawell, Johannisson och Lundquist skriver att det i Sverige finns ett motstånd mot den amerikanska synen på "social entrepreneurship" framförallt från rörelsen kring social ekonomi och olika former av kooperativt ägande som bygger mer på demokratisk styrning och medlemskap snarare än aktieägaremakt.

Här är det viktigt att notera att det finns olika typer av samhälls- och socialt entreprenörskap. Dels det som kommer underifrån från eldsjälar och gräsrotter och dels det som kommer uppifrån från ekonomisk, akademiska och offentlig elit.

I förordet till boken skriver KK-stiftelsens programansvarige Eva Moe att Sverige behöver teknisk utveckling men:

*"vi behöver också nya idéer för våra bostadsområden, nya sätt att producera och konsumera klimatvänligt, nya former för service och omsorg. Sociala innovationer är betydelsefulla för tillväxten och välståndet. För KK-stiftelsen är samhälls-entreprenörskap en nyckel till framtiden. Därför att samhälls-entreprenörerna visar på det som inte fungerar i välfärdsbygget och gör bristerna till nya möjligheter. Genom att tänka nytt, löser de samhällsproblem och öppnar samtidigt nya marknader. De visar att uppdelningen mellan privat-offentligt-ideellt som hittills styrts, inte måste se ut som den gör i dag: om vi vågar ifrågasätta lite av det vi har, går det att organisera samhällsfunktioner på ett smartare sätt."*<sup>35</sup>

Moe skriver vidare att många av våra samhällslösningar är skapade för industrisamhällets struktur med tydliga gränser mellan nationer, mellan marknad och offentlighet och mellan arbete och fritid till skillnad från dagens svåra problem – klimathot, migration och segregation – som är gränslösa. Dessa problem är också för komplexa för att lösas av enskilda aktörer. Det

34 Inrikesdepartementet (1998), Social ekonomi i EU-landet Sverige en tradition och förnyelse i samma begrepp, Ds 1998:48. Kulturdepartementet (1999), Social ekonomi en tredje sektor för välfärd, demokrati och tillväxt?

35 Gawell, M., Johannisson, B., Lundquist, M., red. (2009) Samhällets entreprenörer: En forskningsantologi om samhälls-entreprenörskap, Stockholm, Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

är en beskrivning av en problembild som stämmer väl överens med den som Participle målar upp i sitt manifest Beveridge 4.0 där de pekar på behovet att skapa ett nytt välfärdssamhälle utifrån vår tids förutsättningar.<sup>36</sup>

I sin definition av samhällsentreprenörskap betonar KK-stiftelsen att entreprenörskap inte bara handlar om att starta företag utan att det mer generellt handlar om att göra, att sätta igång en aktivitet eller organisation, att skapa något nytt och de betonar det innovativa i sin definition:

*”Samhällsentreprenörskap är ett innovativt initiativ som utvecklar samhällsnyttiga funktioner.*

*Samhällsentreprenör är den som tar ett innovativt initiativ för att utveckla samhällsnyttiga funktioner.”<sup>37</sup>*

Samhällsentreprenörerna dyker upp där samhället inte fungerar, de agerar i gränslandet mellan de traditionella sektorerna (ideell, kommersiell och offentlig), de ifrågasätter begrepp som marknad och vinst och hittar nya vägar för att varken vara bidragsberoende eller vinstmaximerande. Moe skriver att ”Jag skapar lön till mig själv och vinst till samhället” är en typisk samhällsentreprenöriell replik.

KK-stiftelsen ser samhällsentreprenörerna som framtidens ledare då de verkar i vad som kallas framtidens organisationer, det vill säga nätverk som är horisontella och icke-hierarkiska. De är visionära och kan engagera och mobilisera andra. Därför är samhällsentreprenörerna viktiga för tillväxten. I Sverige har vi nyligen insett möjligheten hos samhällsentreprenörerna att leverera lösningar som svarar mot dagens behov. I andra länder har man sett denna kraft för länge sedan och Eva Moe tar upp exemplet med Muhammad Yunus mikrolån som ett sätt att tackla samhällsproblem genom socialt företagande där vinsten inte mäts i pengar till aktieägare utan i samhällsnytta. Genom sociala företag kan man göra större nytta än genom bistånd och välgörenhet menar hon.

I antologin pekar Elisabeth Sundin på att det finns en amerikansk variant av sociala företag som bygger på affärsverksamhet och en europeisk som baseras på kooperativa modeller. Hon menar vidare att det är adekvat att göra skillnad på socialt och samhällligt:

*”Det samhällliga entreprenörskapet är alltid socialt men det sociala är inte alltid helt och fullt samhällligt. De allmänentreprenöriella dimensionerna, uttryckta såsom benägenhet för handling, tycks liksom de sociala, uttryckta som omsorg, vara universella. De samhällliga däremot är starkt bundna till tid och plats. Det finns därför skäl att vara empiriskt lyhörd för skillnaderna och för att teoretiskt särkoppla dessa båda begrepp. Den organisatoriska nivån bör vara den empiriska ingången eftersom det är i och genom organisationer som entreprenörskapet utvecklas och hanteras.”*

## Tredje sektorn och civilsamhället

Starten av tankesmedjan Sektor338 är ett annat tecken på att man i Sverige börjar leta efter lösningar inom nya områden, bortom uppdelning mellan privat och offentlig sektor. Sektor3 ska kritiskt granska det civila samhället genom forskning, kommunikation och debatt. Utgångspunkten är att Sverige behöver mer av den kraft som finns i allt från knattfotboll till kooperativa företag och ideella organisationer, menar man.

Det som kännetecknar den tredje sektorn eller det civila samhället är det

<sup>36</sup> Cottam, H. (2008) Beveridge 4.0. London, Participle  
<sup>37</sup> Gawell, M., Johannisson, B., Lundquist, M., red. (2009) Samhällets entreprenörer: En forskningsantologi om samhällsentreprenörskap, Stockholm, Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling  
<sup>38</sup> <http://www.sektor3.se> besökt 090624

frivilliga deltagandet och att verksamheten styrs av dess medlemmar, utifrån ett gemensamt intresse eller värdegrund. Civilsamhället fångar in flera olika begrepp såsom social ekonomi, ideell sektor, folkrörelser och idéburna organisationer. I det civila samhället ryms stiftelser, föreningar och kooperativ, men även informella nätverk och möten. Det svenska civila samhället består av cirka 200 000 organisationer, ideella, kooperativa och i stiftelseform och bärs upp av ca 32 miljoner medlemskap, skriver man på Sektor3:s hemsida.

Några veckor efter att Sektor3 startades uppmärksammade Dagens Nyheter regeringens överenskommelse med den ideella sektorn och Sveriges Kommuner och landsting och såg det som ett erkännande av en viktig samhällsför – civilsamhället<sup>39</sup>. Överenskommelsen bygger på en dialog mellan regeringen och den ideella sektorns aktörer inom det sociala området. Dialogen berörde frågeställningar som hur ideella aktörer kan utvecklas som utförare av service och tjänster och samtidigt fortsätta fungera som röstbärare och opinionsbildare.<sup>40</sup>

I Dagens Nyheter kommentar lyfter man fram:

*”småskaligheten, närheten och engagemanget som är de ideella organisationernas styrka. Möjligheten att erbjuda omsorg avpassad till olika gruppers speciella behov och att skapa en känsla av trygghet kring gemensamma värden är en tillgång som kommer bli allt mer efterfrågad.”<sup>41</sup>*

Dagens Nyheter skriver också att regeringens ambition backas upp av Lagen om valfrihetssystem.

*”Med den nya lagen ska alla ideella organisationer som uppfyller vissa kriterier kunna erbjuda omsorgstjänster direkt till medborgarna - med offentlig finansiering. Det kommer att stärka kvaliteten och mångfalden inom omsorgen samtidigt som det motverkar risken att ett fåtal privata storföretag får en alltför dominerande ställning.”<sup>42</sup>*

Att det handlar om offentlig finansiering och att man vill undvika en privat dominans är viktigt. För den här utvecklingen kan ses som positiv om det leder till bättre kvalitet och mångfald men negativ om den utnyttjas till att helt lägga över ansvaret för välfärden på individer och ideella aktörer. Kritiker av samhälls-entreprenörskap menar att det är en del i en nyliberal agenda för att montera ned välfärdssamhället<sup>43</sup>. Denna kritik är viktig att ta i beaktande och därför bör man vara vaksam på hur och i vilket syfte man använder social innovation och samhälls-entreprenörskap.

Men att det behövs radikala förändringar i välfärdssystemet verkar man vara överens om både till höger och vänster. ”Vi måste själva betala en del av välfärden”, skriver före detta statssekreteraren Per Borg (S) som författat rapporten ”Välfärdens långsiktiga finansiering”. Skattehöjningar kan inte längre finansiera välfärden på sikt menar han.<sup>44</sup>

*”Om produktionen av välfärdstjänster effektiviseras kan medborgarnas efterfrågan på bättre tjänster nås till begränsade kostnader. Trots upplevt behov av ökad effektivitet inom offentlig sektor och befintlig kunskap om hur en sådan kan åstadkommas är det svårt att påvisa någon uppnådd höjning historiskt. Ett brett, samlat program för effektivitetshöjning borde långsiktigt ge resultat. Den framtida finansieringen kan då underlättas.*

*Genom räkneexempel visar jag att hälften av den eftersträlvade konsumtionsökningen om 150 miljarder kronor skulle kunna finansieras*

<sup>39</sup> ”Civilsamhället lever”, DN Opinion 2008-12-10, <http://www.dn.se/opinion/civilsamhallet-lever-1.472807> besökt 090624

<sup>40</sup> <http://www.regeringen.se/sb/d/9735/a/91487> besökt 090625

<sup>41</sup> ”Civilsamhället lever”, DN Opinion 2008-12-10, <http://www.dn.se/opinion/civilsamhallet-lever-1.472807> besökt 090624

<sup>42</sup> ibid

<sup>43</sup> Cook, B. Dodds, C. Mitchell, W. (2003) Social Entrepreneurship – False premises and dangerous forebodings, Australian Journal of Social Issues Vol. 38 No. 1 February 2003

<sup>44</sup> <http://www.dn.se/opinion/debatt/vi-maste-sjalva-betala-en-del-av-valfarden-1.896275> besökt 090625



*offentligt genom ökad sysselsättning och höjd effektivitet. Resten av finansieringen måste medborgarna själva ta ansvar för. Svårigheten är att göra detta på ett acceptabelt och rättvist sätt.*

*Den så kallade gräddfilspenningen måste tas på allvar, men den ska inte angripas genom att den privata finansieringen försvåras, vilket sker i dag, utan genom att den offentliga finansieringen säkerställs.<sup>45</sup>*

Här finns alltså ett stort behov av nytänkande och förmåga att skapa förändringar för att både förbättra och effektivisera den offentliga sektorn. Ett stort hopp ställs här till att sociala innovatörer och samhällsentreprenörer ska vara de som står för dessa förändringar. Men även designer kan spela en stor roll här vilket exempel från Storbritannien visar.

## **STORBRITANNIEN: TRANSFORMATION DESIGN OCH SERVICE DESIGN**

*"The current crisis is a moment of opportunity. We have been faced by two dominant, atomising narratives: the market telling us that we are individual consumers defined by our desires and wants, the state telling us that we are individuals defined by our needs. If there is one message that we have heard most loudly in our work it is this: even in the most 'difficult' of places and of life's stages, we want to be socially connected and to collectively contribute and make change happen. Above all we want not to be lonely and in this desire lies a set of principles to guide a very different model of public service reform."<sup>46</sup>*

*Hilary Cottam*

Om samhällsentreprenörskap är en trend i hela världen så menar författarna till Samhällets entreprenörer att Storbritannien kan ses som ett föregångsland där man sedan tio år tillbaka arbetat mycket med att stödja socialt entreprenörskap och idag är den "tredje sektorn" etablerad som en viktig samhällsaktör och har en egen minister i regeringen.<sup>47</sup>

Storbritannien är också en föregångare när det gäller att tillämpa design för social innovation, framförallt inom offentlig sektor. En förklaring till detta är dels att Brittiska Design Council gjort flera satsningar på detta område och dels att flera designfirmor inom det nya tjänstedesignområdet genomfört framgångsrika projekt inom offentlig sektor.

### **RED**

Under åren 2004-06 finansierade Brittiska Design Council forskningsgruppen RED som undersökte hur design kan skapa bättre offentliga tjänster för att tackla sociala och ekonomiska problem inom områden som hälsa, energi, ålderdom, demokrati och medborgarskap. Bland annat skapades prototyper för tjänster som skulle stödja människor i egenvård av diabetes och i regelbunden motion för att undvika att utveckla kroniska sjukdomar. Det innovativa greppet var att istället för att satsa på att effektivisera vårdapparaten fokusera på förebyggande åtgärder så att människor inte blev sjuka över huvudtaget. Men framförallt involverade man både patienter och vårdpersonal i designprocessen för att utveckla effektiva tjänster som svarade mot deras behov och önskningsar.<sup>48</sup>

<sup>45</sup> ibid

<sup>46</sup> Cottam, H. (2009) Only the lonely: Public service reform, the individual and the state, från <http://www.participle.net/particles/> besökt 090615

<sup>47</sup> Gawell, M., Johannisson, B., Lundquist, M., red. (2009) Samhällets entreprenörer: En forskningsantologi om samhällsentreprenörskap, Stockholm, Stiftelsen för kunskaps- och kompetensutveckling

<sup>48</sup> Burns, C. Cottam, H. Vanstone, C. Winhall, J. (2006) Red paper 02: Transformation Design, London, Design council

I slutet av projekttiden summerade RED-gruppen sitt arbete i en artikel kallad Transformation design som också är namnet på den metod de utvecklat. Transformation design har sex särdrag:

- *Definiera och omdefiniera uppdraget.* Organisationer kämpar i allt högre grad med otydliga problem. Designern hjälper till att definiera det rätta problemet.
- *Samarbete mellan discipliner.* Designprocessen skapar ett neutralt rum i vilket många människor med olika expertis kan arbeta.
- *Tillämpa participativ design.* En uppifrån-och-ner innovationsstrategi är inte lämplig för dagens komplexa problem. Designer arbetar med och gör designprocessen tillgänglig för icke-designer.
- *Bygg förmåga, inte beroende.* Eftersom organisationer agerar i en miljö som ständigt förändras ligger utmaningen i att ständigt kunna anpassa sig och vara innovativ. Transformation design överlämnar verktyg, kompetens och organisatorisk förmåga till fortlöpande förändring.
- *Designa bortom traditionella lösningar.* Eftersom transformation design tillämpas inom icke traditionella områden blir resultatet icke-traditionella lösningar som nya roller, nya organisationer, nya system eller nya handlingsprogram.
- *Skapa fundamental förändring.* Transformation design siktar högt för att förändra ett nationellt system eller en företagskultur. Genom att lämna över kompetensen att förändra till deltagarna i processen kan den leva vidare i det dagliga arbetet.<sup>49</sup>

RED-gruppen medlemmar hade brokig bakgrund där dess ledare, Hilary Cottam var social entreprenör, Charles Leadbeater, tidigare ekonomijournalist och numera innovationsexpert och rådgivare åt bland andra brittiska regeringen, Colin Burns, designer som tidigare var chef för IDEOs Londonkontor, även Jennie Winhall och Chris Vanstone hade sin bakgrund i design.<sup>50</sup>

## Participle

RED-gruppens arbete var så framgångsrikt att medlemmarna omvandlade forskningen till ett nytt företag – Participle – där de fortsätter att utveckla sitt förhållningssätt. Målsättningen är inte mindre än att bidra till att skapa ett nytt välfärdsamhälle och visionen av det beskriver de i sitt manifest Beveridge 4.0.<sup>51</sup> Ett sätt att uppnå detta är att vända på en del av de synsätt som definierat det gamla välfärdsystemet. Det första är skiftet från behov till förmåga.

*”A capabilities or assets-based model would no longer be based on an individual claiming ‘I need x or y benefit or service, but rather, I want to live in this way and I would like to be able to...’.”*<sup>52</sup>

Istället för att betrakta individen som i behov av hjälp utgår Participle från individens förmåga att själv förändra sin situation med ett visst stöd. Det är detta stöd som kan designas och bland annat har man testat olika typer av coaching-tjänster. Skiftet från behov till förmåga passar väl ihop med participativ design där brukaren förvandlas från passiv konsument av en experts designlösning till aktiv medskapare i designprocessen.

Ett bevis för Participles ledande ställning är att en av dess grundare, den sociala entreprenören Hilary Cottam, från 2006 är en av World Economic

49 ibid.

50 <http://www.designcouncil.info/mt/RED/about/> besökt 090615

51 Cottam, H. (2008) Beveridge 4.0, London, Participle

52 ibid

Forums Young Global Leaders och är medlem i W.E.F.s Global Agenda Council on Design. 2005 blev hon utnämnd till Designer of the year i Storbritannien fast hon inte är utbildad designer. Men hon initierar och leder designprocesser där team bestående av mellan tre till fem discipliner, varav minst två designers, utvecklar innovativa lösningar. Cottam påpekar i en intervju att det finns några saker som gör design unikt i de här processerna:

*Design är en visuell process som gör det möjligt att arbeta tvärdisciplinärt och bryta ner hierarkier då verktygen är nya för alla. Till exempel kan patienter, sköterskor och läkare få ett gemensamt språk. På så sätt kan man få en annan typ av respons än om man gjort intervjuer. Man kan också arbeta mer på djupet med brukare och komma åt faktorer som har med känslor och livsstil att göra.*

*Designer skapar snabbt prototyper vilket gör att man kan testa koncept i realtid. Till skillnad från en rapport gör prototyper ett koncept begripligt så att brukare kan engagera sig i det och intressenter kan avgöra om man ska investera mer resurser. Prototyper underlättar också en snabb implementering.<sup>53</sup>*

Participles projekt omfattar nu bland annat utvecklingen av en ny typ av stöd till ungdomar, en ny medlemsorganisation där äldre hjälper varandra, en ny typ av stöd till familjer och en tjänst som hjälper bostadsägare att minska sin energiförbrukning. Det sista var ett projekt som initierades redan under RED tiden och nu utvecklats till den kommersiella tjänsten "Green Homes Concierge"<sup>54</sup> Även RED-konceptet "Activmobs" som ska stödja människor i att motionera utifrån sina egna förutsättningar har utvecklats till en fungerande tjänst i Kent.<sup>55</sup>

## Design Council: Public Services by Design

I Storbritannien fortsätter Design Council arbetet med att tillämpa design som ett innovationsverktyg inom offentliga tjänster. Under åren 2008-2010 pågår utvecklingen av stödprogrammet Public Service by Design som ska hjälpa offentlig sektor att själva skapa innovationer. Satsningen är ett svar på policydokumentet Innovation Nation från departementet för "Innovation, Universities and Skills" (2008) där man erkände design som ett innovationsverktyg i offentlig sektor:

*"We are developing it in response to the recent White Paper 'Innovation Nation', and it aims to help government create services that are not only cost effective, but connect the public into the heart of policy making. Working closely with designers, providers, front-line staff and users of public services the Design Council intend to co-design a useable, relevant, widely-applicable design thinking programme of support for managers to transform their services."<sup>56</sup>*

På Design Councils hemsida citerar man vad John Denham MP, Secretary of State for the Department of Innovation, Universities and Skills tror att design kan bidra med:

*"It can change culture and behaviour. Design can make a real contribution towards a greater personalisation of public services something John Denham believes to be 'key in many cases to developing new and successful services". One of the strengths of the Public Services by Design programme is that it can "show to a wider audience the contribution that design can make, so it becomes part of a standard set of tools that people*

<sup>53</sup> [www.experientia.com/blog/interview-with-hilary-cottam/](http://www.experientia.com/blog/interview-with-hilary-cottam/) besökt 090626

<sup>54</sup> <http://www.greenhomesconcierge.co.uk/> besökt 090626

<sup>55</sup> <http://www.activmobs.com/> besökt 090626

<sup>56</sup> <http://www.designcouncil.org.uk/en/Design-Council/1/What-we-do/Our-activities/Public-services-by-design/The-Design-Councils-plans-for-public-services/> besökt 090616

*work with.*<sup>57</sup>

I pamfletten "Innovation by design in public services" (2008) från The Solace Foundation (organisation för strategiska ledare i offentlig sektor), Design Council och The Guardian blir det tydligt att man redan nått långt med att integrera design i offentlig sektor och att många aktörer har en mogen uppfattning om design. Lynne Maher som är ansvarig för innovation på National Health Service menar att designindustrin kanske inte sågs som en självklar partner då den mest förknippats med stolar. Men design handlar inte bara om produkter utan även om tjänster. Och framförallt fokuserar designern på människors upplevelse av en tjänst. Personal inom hälsovården har kompetens att förbättra tjänster men de har inte fokuserat på:

*"the aesthetics of experience – how it feels to use or be part of the service. It was in relation to this component that we drew learning from the design industry. Experience-based design is our interpretation of the design industry's approach. It builds on the core principles of user-centered design and has helped healthcare staff to capture effectively, and understand, the patient's actual experience rather than relying on opinion or their interpretation of the journey taken through healthcare services. Our work with designers has resulted in the development of a process that involves both staff (as providers of care) and patients (as receivers of care). They work together to co-create solutions."*<sup>58</sup>

Maher menar att designers sätt att observera baserat på antropologiska principer är värdefullt. En annan viktig insikt kom ur Design Councils undersökning där nära hälften av de tillfrågade lokala kommunerna svarade att de fundamentalt designat om sina tjänster de senaste två åren. Men få använde design i en strategisk planeringsfas utan i slutet av projektet och då med fokus på produkter och marknadsföring.<sup>59</sup>

För att ytterligare understryka förväntningarna på programmet Public Services by Design förband sig den brittiska regeringen att "accelerera" det vid publiceringen av 2009 års budget. Chancellor of the Exchequer Alistair Darling betonade:

*"the need to 'build a legacy of innovative design thinking and skills' across the public sector and urged local and central government to improve outcomes and efficiency in public services by using design."*<sup>60</sup>

I Design Councils sammanfattande dokument "The role of design in public services"<sup>61</sup> blir kopplingen mellan innovation i offentlig sektor och social innovation synlig om än inte tydlig. Bland flera definitioner av innovation i offentlig sektor väljer man att citera Geoff Mulgans "new ideas that work at creating public value" som ju är snarlik den han använder för social innovation "new ideas that work in meeting social goals". De hämtar definitionen från Mulgans rapport för Nesta "Ready or not? Taking innovation in the public sector seriously" (2007). Det är antagligen förhastat att sätta ett likhetstecken mellan social innovation och innovation i offentlig sektor, precis som mellan social och samhällig, men där finns flera gemensamma nämnare och tillvägagångssätt.

## livelwork

Det designexempel som Design Council väljer att lyfta fram för att illustrera Public Services by Design satsningen är "Make it Work" av tjänstedesignfirman live|work. Projektet handlade om att få långtidsarbetslösa som var svåra att

<sup>57</sup> ibid

<sup>58</sup> Thomas, E. (2008) Innovation by design in public service – November 08, Solace Foundation Imprint hämtad på [http://www.solace.org.uk/library.asp?library\\_id={79045BF2-27B4-46B1-9CB1-8EE89873F980}](http://www.solace.org.uk/library.asp?library_id={79045BF2-27B4-46B1-9CB1-8EE89873F980}) besökt 090616

<sup>59</sup> ibid

<sup>60</sup> <http://www.designcouncil.org.uk/en/Design-Council/1/What-we-do/Our-activities/Public-services-by-design/The-Design-Councils-plans-for-public-services/> besökt 090616

<sup>61</sup> Design Council Briefing 02: The role of design in public services (2008) hämtad på [www.designcouncil.org.uk/briefing02](http://www.designcouncil.org.uk/briefing02)

nå tillbaka i arbete. Ofta har dessa personer flera problem och därför gällde det att koordinera olika experter inom droger, hälsa, mental hälsa m.m. för att hjälpa individen. Över 280 personer deltog i projektet och såväl klienter som vårdgivare bidrog till designen. I en pilotstudie har man bistått 1000 personer varav 270 fått arbete och många fler har gjort stora framsteg på vägen mot anställning.<sup>62</sup> Pilotstudien visar också att det går att tjäna pengar genom den nya tjänsten:

*“While David Freud, the government adviser on welfare, has estimated that it is economically rational to spend up to £62,000 on getting the average person on incapacity benefit into the world of work, the average costs per individual of our Northern Way Worklessness Pilot is less than £5,000.”<sup>63</sup>*

live|work arbetade utifrån sin tjänstedesign metodologi i fyra steg där man började med att följa olika klienter på deras ”resa” mot anställning utifrån befintliga tjänster. De fann att det fanns en mängd olika tjänster att tillgå för individen men att dessa skapade förvirring då de inte var koordinerade. Att skapa koordination mellan de olika organisationerna och experterna blev därför huvudmålet i designen av den nya tjänsten.

I artikeln ”Designing for Darzi”<sup>64</sup> skriver en av live|works grundare, Ben Reason, om hur de arbetar med tjänstedesign inom sjukvården. Han utgår Lord Darzis rapport om National Health Service, ”High Qualitative Care for All” där Darzi menar att tre krav måste ställas på framtidens sjukvårdstjänster, att de är ”clinically effective, personal and safe”. Reason menar att ”personliga” är något nytt och att Darzi vill att tjänsterna ska utgå från individens behov och öka kvaliteten i vården, inte bara effektivisera och öka kvantiteten. För NHS innebär det att skifta fokus och inte bara förbättra vad man redan gör, att ta hand om människor när de blir sjuka räcker inte längre:

*“We need to support people to lead healthy lives, stay out of hospital and feel good. This requires a shift from the traditional industrial thinking focused on quantity and productivity and a narrow definition of efficiency (how many cancer patients can we treat with these resources?) to a new way of thinking. At live|work we call it service thinking. A service thinking approach focuses on creating personalised services where we think about how to support the individual health needs of each and every NHS patient and help people to maintain their health and overall wellbeing.”<sup>65</sup>*

Reason fortsätter med att utveckla deras tankegångar runt ”tjänstetänkande” som kan ses som en parallell till designtänkande där det handlar om att utgå från en högre strategisk system- och organisationsnivå:

*“We cannot simply be more productive. Service thinking is a response to the fact that everywhere we turn, the industrial mode of production, or ‘product thinking’ - that generated huge material benefits in the twentieth century - is now beginning to strain. The signs are there for all to see; in our overextended financial system, in our threatened environment, in the congestion in our cities and in a National Health Service faced with mass obesity, an aging population and growing chronic illness. We need a smarter approach.”*

Sjukvårdstjänster behöver individualiseras, patienterna involveras i högre grad och få mer ansvar för egenvård, bland annat genom tillgång till information om sin sjukdom. Reason menar att det finns stora möjligheter i att tillämpa tjänstetänkande och att arbeta tillsammans med patienterna. Genom individualiserade tjänster kan man komma åt dolda behov som i sin tur lättar

62 Make it work: Northern Way Worklessness Pilot Project Review (2008), Sunderland City Council

63 <http://www.livework.co.uk/our-work/Sunderland-City-Council> besökt 090622

64 <http://www.livework.co.uk/articles/engage-patients-in-service-design-dont-be-afraid-to-ask> besökt 090622

65 ibid

trycket på andra delar av systemet, frigör sängplatser, personal och i längden pengar.

Reason exemplifierar med projekt som de varit inblandade i. I Ealing arbetade de med MS-patienter och upptäckte att tiden precis efter att en patient fått sin diagnos var avgörande för deras framtida välbefinnande. Därför satsade de på en rad stödjande funktioner som skulle göra patienten mindre stressad och ensam och bättre förbered på att sköta sin sjukdom. Dessa behov var inte medicinska utan sociala och handlade om att i största möjliga mån hjälpa individen att leva sitt vanliga liv, fortsätta att arbeta och vara aktiv. Reason menar därför att utmaningen i Darzis mål inte är klinisk eller operativ utan handlar om tjänstedesign: att förstå patienters behov och designa nya tjänster för att tillfredsställa dessa behov.

live|work har inom offentlig sektor även arbetat med projekt som handlar om att förbättra möjligheterna för hemlösa eller människor som bor i tillfälliga bostäder att hitta permanenta hem. Ett tecken på hur deras arbete alltmer börjar uppmärksammas av "mainstream" designmedia är att Ben Reason rankades som en av 20 designers som skapar framtiden när tidningen Icon listade "The new pioneers".<sup>66</sup>

## Engine

Engine är en annan brittisk tjänstedesignfirma som arbetar mycket inom offentlig sektor och med social innovation men även med kommersiella tjänster åt till exempel flygbolag. I Grimsby där många invånare inte använder den lokala sjukvården har de genomfört kollaborativa designprocesser för att ta fram förslag på tjänster riktade till "sårbara" grupper som drogmissbrukare, sexarbetare och asyl sökare. Man fann att de olika grupperna hade liknande behov som hade att göra med emotionella och sociala frågor och att det fanns ett bristande förtroende för NHS. Som svar på detta tog man fram förslaget "Open Door", en trygg plats där man inte blev dömd och kunde ta del av en rad tjänster.<sup>67</sup>

Ett mer omfattande projekt har Engine utfört åt Kent County Council där de bidragit i utvecklingen av Social Innovation Lab for Kent (SILK).<sup>68</sup> Utgångspunkten var att Kent County Councils arbete för varje år blev mer komplext samtidigt som budgeten minskade. Engines uppgift var att öka förmågan i organisationen att koppla människors vardagsliv till policyskapande och tjänstedesign. De insåg att ingen enskild innovationsprocess kunde stödja personalen i sitt arbete:

*"Instead we found that the characteristics of each project should define that process. To do this we developed and tested a structured approach to project work supported by a powerful set of creative techniques. Both emphasised the importance of focusing on peoples' needs and aspirations as a starting point and demonstrated the value of engaging citizens at all stages of project work."<sup>69</sup>*

Man skapade både ett ramverk för projektledning och en verktygslåda<sup>70</sup> med bland annat metodkort för planering, kommunikation, insikt, design och workshops som personalen kan använda i innovationsprocesser. Engine har ett pågående samarbete med SILK och har varit inblandade i projekt som handlar om att stödja pappor i att vara mer närvarande i sina barns liv vilket resulterade i ett "Go community card".<sup>71</sup> Engine har också deltagit i ett projekt som handlar om att hitta nya sätt att stödja låginkomstfamiljer. I rapporten "Just coping" drar man liknande slutsatser om hur man bör arbeta i framtiden som Participle

<sup>66</sup> Icon, May 2009, Issue 071

<sup>67</sup> [http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs\\_page/co\\_designing\\_health\\_and\\_social\\_care\\_services\\_in\\_grimsby](http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs_page/co_designing_health_and_social_care_services_in_grimsby) besökt 090622

<sup>68</sup> [http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs\\_page/building\\_a\\_social\\_innovation\\_lab](http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs_page/building_a_social_innovation_lab) besökt 090622 och <http://socialinnovation.typepad.com/silk/> besökt 090623

<sup>69</sup> ibid

<sup>70</sup> <http://socialinnovation.typepad.com/silk/tools/> besökt 090623

<sup>71</sup> [http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs\\_page/engaging\\_fathers](http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs_page/engaging_fathers) besökt 090623

gör i Beveridge 4.0:

*"the co-production agenda is about helping people to help themselves, and creating an infrastructure of support that is based on the state and citizens working together to achieve positive outcomes, rather than those outcomes emerging from the state as a fixed set of services to passive recipient families."*<sup>72</sup>

För sitt arbete med SILK blev Engine 2009 nominerade till brittiska Design Museums pris "Designs of the year".<sup>73</sup>

Ett tredje projekt som är värt att uppmärksamma är Engines arbete i Buckinghamshire där de blev ombudade att leda utvecklingen av nya metoder för att öka engagemanget i samarbeten mellan myndigheter, tjänsteförmedlare och brukare. Det resulterade i den nya metodologin SHAPE: Services Having All People Engaged och Health Connect, ett förslag till tjänst som ökar tillgängligheten till hälsovård och social omsorg. För båda finns dokumentation att ladda ner från Engines hemsida<sup>74</sup>.

## Think Public

En tredje ung tjänstedesignfirma som helt koncentrerar sig på offentlig sektor är Thinkpublic. Deras mål är att förbättra tjänster och ta sig an sociala utmaningar. De tillämpar socialantropologisk forskning, design, co-design, film och workshops för att hjälpa organisationer att involvera brukare och engagera personal i att skapa innovativa strategier och positiva förändringar. De arbetar både med offentlig- och tredje sektor med frågor som handlar om bland annat hälsa och utbildning. Tjänsterna de själva tillhandahåller är konsultation inom social innovation, design och film.

Bland projekten de genomfört finns bland andra "Alzheimer100"<sup>75</sup> som var en del av Dotto7 (se nedan). Projektet handlade om att undersöka nya metoder för att förbättra vardagslivet för demenspatienter, anhöriga och vårdare.

Ett annat projekt "Journey to health"<sup>76</sup> handlar om hur man kan skapa bättre förutsättningar för frivilligt arbete inom hälsosektorn. Utifrån research och workshops identifierade man en rad faktorer som kan fungera som motivation för frivilligt arbete men också hinder som försvårar för människor som vill bidra. Thinkpublic sammanställde dessa fakta och en rad rekommendationer i en dokumentärfilm och en rapport som lämnades till the Department of Health. Som en fortsättning på "Journey to health" har Thinkpublic lanserat "Pitch Your Project", en rad tillfällen där olika frivilligorganisationer kan presentera sina projekt inför en jury som bedömer dem och utser de bästa projekten som kan få £2000 i utvecklingsstöd.

För Nationla Health Service har Thinkpublic tillsammans med patienter och personal utvecklat verktyget "The Experienced Based Design Approach".<sup>77</sup> Återigen är Lord Darzis rapport utgångspunkt där det konstateras att man ska utgå från patienters upplevelser i förbättringen av sjukvården. Något som kritiker menar är lättare sagt än gjort. Thinkpublic menar dock att det inte handlar om att bara lyssna på brukare eller låta dem sitta i kommittéer utan om att möjliggöra för dem att själva förbättra tjänsten vilket styrde deras process:

*"Over the course of twelve months, thinkpublic initiated the UK's first ever, co-produced, "experience-based design" project in the NHS. Combining radical thinking in commercial and social innovation with seasoned techniques from the world of design, we put together a methodology that would get the best results from patients and staff. Then we stepped back*

72 Parker, S. Pharoah, R. Hale, T. (2008) Just Coping: A new perspective on low income families, SILK, KCC, Kent nedladdad från <http://socialinnovation.typepad.com/silk/2008/10/just-coping-rep.html> besökt 090623

73 [http://www.enginegroup.co.uk/latest/news\\_page/engine\\_nominated\\_for\\_london\\_design\\_museum\\_designs\\_of\\_the\\_year\\_2009\\_awards](http://www.enginegroup.co.uk/latest/news_page/engine_nominated_for_london_design_museum_designs_of_the_year_2009_awards)

74 [http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs\\_page/bucks\\_shape\\_50](http://www.enginegroup.co.uk/projects/pcs_page/bucks_shape_50) besökt 090623

75 [http://thinkpublic.com/case\\_studies/alzheimer100.php](http://thinkpublic.com/case_studies/alzheimer100.php) besökt 090623

76 [http://thinkpublic.com/case\\_studies/journeystohealth.php](http://thinkpublic.com/case_studies/journeystohealth.php) besökt 090623

77 <http://thinkpublic.com/news/2009/04/15/the-experienced-based-design-approach-goes-national/> besökt 090623

*and let people do the improving for themselves.”<sup>78</sup>*

Thinkpublic's Ivo Gormley har också regiserat dokumentärfilmen "Us Now"<sup>79</sup> som handlar om hur människor använder nya media till att samarbeta och dela på resurser. Bland de intervjuade finns Charles Leadbeater och Sophia Parker från Social innovation lab Kent.

I juni 2009 blev Thinkpublic av Nesta utsett till ett av 24 lovande företag som förses med en mentor för att bygga "the world class businesses of tomorrow in a new initiative aimed at boosting the UK's creative industry".<sup>80</sup> Och den 22 juni träffade de tillsammans med andra entreprenörer Gordon Brown för att diskutera strategin Building Britain's Future.

## John Thackara och Dott07

En person som haft stort betydelse för den utveckling som brittisk design haft de senaste åren är den brittiska designteoretikerna John Thackara. Genom konferensen, nätverket och bloggen Doors of Perception har han propagerat för en design som sätter människor i centrum och gör dem delaktiga i processen. Han har också alltmer inriktat sig på hållbar utveckling där social innovation ses som en allt viktigare del. När det gäller dessa tankegångar hämtar han mycket idéer från Ezio Manzini som han har ett nära samarbete med. 2005 samlade han sina idéer i boken In the bubble – Designing in a complex world.<sup>81</sup>

Brittiska Design Council tyckte att Thackaras tankegångar var intressanta och gav honom uppdraget att vara programdirektör för det första Designs of the time, ett tioårigt projekt där man undersöker hur design kan användas till att lyfta krisdrabbade regioner. I Dott07, som projektet hette, omsatte Thackara många av de teorier han förespråkade i praktiken för att undersöka hur man kan leva hållbart med hjälp av design:

*"Dott is about a less-stuff-more-people world in which new services will help us share the load of everyday activities: washing clothes; looking after children; obtaining decent food; caring for sick people.*

*Many of these new services will involve the use of products, or equipment, to carry them out. Software systems to help us share resources, and collaborate, are a design priority. But objects and technology will play a supporting role in Dott. And new principles - above all, sustainability - will inform the ways products and systems are designed, made, used, and looked after. /.../*

*Designs of the time is not about telling people in the North East how to live. On the contrary: its purpose is to enable local people- interacting with inspiring and visionary guests from around the world - to develop their own visions and scenarios. In that sense, Designs of the time is in the acorns business. Its most valuable legacy will be the people who stay behind, the projects they have started, and the skills they have acquired to carry them out."<sup>82</sup>*

Alla projekt baserades på participativa designprocesser. Av de designer som deltog i projektet kom de flesta från tjänstedesignområdet och hade stor erfarenhet av att arbeta med brukare. Såväl Engine, live|work som Thinkpublic deltog och ledde projekt.<sup>83</sup> Ytterligare tecken på John Thackaras ställning inom design och social innovation i Storbritannien är att han är "fellow" i The Young Foundation.

<sup>78</sup> Experience Matters: How thinkpublic are mobilising the health service's most valuable resource, Case Study pdf nedladdad från <http://thinkpublic.com/news/2009/04/15/the-experienced-based-design-approach-goes-national/> besökt 090623

<sup>79</sup> <http://www.usnowfilm.com/> besökt 090625

<sup>80</sup> <http://thinkpublic.com/news/2009/06/01/nesta-identifies-thinkpublic-as-top-creative-business-of-tomorrow/> besökt 090623

<sup>81</sup> Thackara, J. (2005) In the bubble – Designing in a complex world, MIT Press, Cambridge

<sup>82</sup> Thackara, J. A new approach to design, från <http://www.dott07.com/go/what-is-dott/a-new-approach-to-design/> besökt 090623

<sup>83</sup> Thackara, J. (2007) Wouldn't it be Great If... Designs of The Time Manual, Design Council, London



## SEED Foundation (Social Environmental Enterprise + Design)

En viktig insikt om hur det är att arbeta som designer inom det sociala området presenterade Clara Brass och Flora Bowden vid förra årets Changing the Change-konferens i Turin, initierad av Ezio Manzini (se nedan). Deras utgångspunkt var att det idag är svårt för "mainstream" designer att arbeta åt den sociala sektorn och samtidigt försörja sig. Brass utgick från egna erfarenheter som produktdesigner i Milano som arbetade gratis åt frivilligorganisationer vid sidan om. De menade att många av dagens framgångsrika projekt är demonstrationsprojekt (Dotto7) eller akademiska forskningsprojekt med extern finansiering och utan krav på att generera vinst eller löner. Därför blir det svårt för vanliga designer att ta sådana uppdrag. Men en lösning finns i om designer börjar ta uppdrag av de nya sociala företagen eller själv börjar skapa sådana. Därför har de skapat SEED Foundation som en plattform för hur designer ska kunna stå till tjänst åt eller själva skapa sociala företag. De har själva initierat en rad projekt varav HiRise Gardens<sup>84</sup> kommit längst. Där låter de hemlösa samla in biologiskt nedbrytbart avfall som komposteras. Därmed skapar de både arbete, inkomst och bostad åt behövande samtidigt som de bidrar till miljön. Brass och Bowden pekar på nya möjligheter för designer, samtidigt så är det knappast så att de designföretag som berörts ovan arbetar gratis. Det finns fler sätt att gå tillväga som designer än att själv starta ett socialt företag.

## ITALIEN: SOCIAL INNOVATION AND DESIGN FOR SUSTAINABILITY

Ezio Manzini, designer och forskare vid Milanos tekniska högskola, är en viktig person när man ska försöka få grepp om området design och social innovation. Samtidigt är det viktigt att veta att Manzini ofta jobbar tillsammans med den franske designern och forskaren François Jégou och ett större nätverk av designer och forskare. Milano är deras bas men de flesta forskningsprojekt de genomfört är internationella med bidrag från universitet i såväl Europa, Asien, Nord- och Sydamerika. Deras utgångspunkt är hur man med design kan skapa nya koncept som hjälper människor att leva på ett mer hållbart sätt. En av de första insikterna som de förde fram redan i boken Sustainable Everyday 2003 är att vi måste lämna vår syn på välbefinnande som i dag är baserat på produktion och konsumtion av produkter, vilket på sikt leder till ekologisk och social katastrof, till ett mer kontextbaserat välbefinnande där människor är aktiva och deltar i produktionen av värde.<sup>85</sup>

Manzini utvecklar själv idén om ett "aktivt välbefinnande" i artikeln "Design research for sustainable social innovation":

*"The proposed cases of social innovation show us that something new is emerging: a wellbeing where the 'user' is actively involved. Where he/she*

*is, in some way, the co-producer of the results he/she wants to achieve (and is able to do so because he/she has many of the necessary intellectual and practical resources). Finally, a kind of wellbeing where the involved subject, facing a problem, is not only 'part of the problem', but also 'part of the solution'."*<sup>86</sup>

Intressant för den här kartläggningen är att flera spår sammanfaller i Manzinis referenser till det här stycket. Han refererar till såväl The Young

<sup>84</sup> <http://www.seedfoundation.org.uk/projects/hirise/> besökt 090811

<sup>85</sup> Jégou, F. Manzini, E. (2003) Sustainable Everyday – Scenarios of Urban Life, Edizioni Ambiente, Milano

<sup>86</sup> Manzini, E. (2007) Design research for sustainable social innovation, hämtad från <http://www.sustainable-everyday.net/manzini/> besökt 090625

Foundation<sup>87</sup>, sin egen Sustainable Everyday och till Hilary Cottam och Charles Leadbeater<sup>88</sup>. Något han delar med Cottam och Leadbeater är idén om att människors förmåga är viktigt för deras välbefinnande. Här refererar han till Nobelpristagaren Amartya Sen.<sup>89</sup>

*“This approach implies the introduction of the concept of capability, intended as the possibility for a person to achieve a result using his/her own personal resources and the set of solutions to which he/she has access. This concept of ‘capability’ is taken from Nussbaum’s and Sen’s theories. The most interesting aspect of this concept is that it leads us to talk about people’s wellbeing moving our attention away ‘from goods, to what goods enable human beings to achieve’”<sup>90</sup>*

Det här synsättet får i sin tur konsekvenser för design och designforskning:

*“Designing for this new user’s profile means conceiving and developing the enabling solutions we have seen above. That is, to consider and evaluate people’s capabilities in terms of sensibility, competence and enterprise, and to design systems that enable them to fulfil their potential, using their own skills and abilities in the best possible way”*

*“What we want underline here is the opportunity for in-depth research on these topics. In particular, research on the conceptual and practical tools that are needed to deal with subjects considered not only in terms of needs and wishes, but also for their capabilities. The result should be the evolution of user-centred design, towards something that could be defined as ‘stakeholder-centred design’. To move from the idea of ‘designing to solve problems’ to one of ‘designing to enable people to live as they like, while moving toward sustainability’.<sup>91</sup>*

<sup>87</sup> Young Foundation (2006) Social silicon valleys. A manifesto for social innovation

<sup>88</sup> Cottam H, Leadbeater C (2004a) Health. Co-creating services. Design Council, London

<sup>89</sup> Nussbaum M, Sen A (1993) The quality of life. Oxford University Press, Oxford

<sup>90</sup> Manzini, E. (2007) Design research for sustainable social innovation, hämtad från <http://www.sustainable-everyday.net/manzini/> besökt 090625

<sup>91</sup> ibid

## Collaborative services: Social innovation and design for sustainability

Även om det är förbättring av människors vardagsliv och välbefinnande som hela tiden varit i centrum för Manzini och Jégous forskning är det först på senare år de mer frekvent använder begreppet social innovation och då framförallt i publikationen "Collaborative services".<sup>92</sup> De ser boken som en essä om ett nytt designfält som ligger i skärningspunkten mellan social innovation och design för hållbar utveckling.

De definierar "collaborative services" som sociala tjänster där brukare är aktivt involverade och antar rollen som "co-designers and co-producers".

Brukarna är:

*"actively and collaboratively involved in the production of a commonly recognized value and in doing so, operate as a kind of social enterprise: a diffused enterprise geared to solve, in a collaborative way, 'daily problems' such as: dropping the children off at school, obtaining quality products at a more affordable price, mutually benefiting from one another's skills and goods, improving their surroundings..." /.../*

*"Collaborative services are therefore diffused social enterprises that add a touch of colour to our daily lives and bring improvements on a personal, local and societal level."*

De menar vidare att scenariot "collaborative services" indikerar hur:

*"through local collaboration, mutual assistance, shared use we can reduce significantly each individual's needs in terms of products and living space and optimize the use of equipment, reduce travel distances and, finally, lessen the impact of our daily lives on the environment. The scenario also gives an idea of how the diffusion of organisations based on sharing, exchange, and participation on a neighbourhood scale can also regenerate the social fabric, restore relations of proximity and create meaningful bonds between individuals."<sup>93</sup>*

Som exempel på kollaborativa tjänster nämner de bilpooler, verktygspooler, en delad systudio, en "hemmarestaurang" och mer utvecklat ett hus där gamla människor i olika åldrar bor tillsammans, delar på resurser och hjälps åt. En annan tjänst förmedlar boende där unga människor och gamla kan bo tillsammans, där de äldre kan få sällskap, hjälp och en extra inkomst medan de yngre kan få ett billigt familjeliknande boende. Slutligen en delad verkstad där arbetslösa kan jobba med att uppgradera gamla produkter.

Social innovation definierar de som: "changes in the way individuals and communities act to solve problems or to exploit new opportunities".

Ett annat begrepp som Manzini och Jégou använder är "creative communities", d.v.s. grupper av människor som inte väntar på att politiker eller marknaden ska utveckla de lösningar de önskar utan tar egna initiativ och själva skapar den framtid de vill leva i (jmf Ashokas idé om "changemakers"). Det är ofta dessa kreativa gemenskaper som utvecklar nya kollaborativa tjänster. Dessa tjänster utgör i sin tur grunden för "diffused social enterprises" där grupper av människor organiserar sig för uppnå de resultat i vardagen de är intresserade av.<sup>94</sup> Dessa företag kan i sin tur utgöra basen för en ny mer hållbar ekonomi och i förlängningen ett hållbart samhälle.

Eivind Stø och Pål Strandbakken diskuterar i en artikel i boken de sociala företagens roll i välfärdssamhället. Först konstaterar de att välfärdssamhällena håller på att förändras och förhållandet mellan staten, marknaden, familjer och frivillig organisationer omdefinieras. Den här förändringen kommer bara

<sup>92</sup> Jégou, F. Manzini, E. ed (2008) Collaborative Services: Social innovation and design for sustainability, Milano, Edizioni POLI.design

<sup>93</sup> ibid

<sup>94</sup> ibid

att lyckas om individer mobiliseras i sin roll som medborgare, konsument och medproducent. Intressant är att de lyfter fram den vanliga människans kreativitet snarare än Richard Floridas kreativa klass bestående av arkitekter, konstnärer och designers mfl:

*”It is rather a matter of creative individuals or groups of individuals outside the professional and educational ranks of the creative class. It is more like tapping the creative resources of the common man. Ordinary people take creative initiatives to solve problems in the neighbourhood or to follow some vision of their own. This is why they belong to the creative community. Creative communities are believed to support some clusters of values and to be able to meet new challenges with fresh ideas and solutions.”<sup>95</sup>*

Andra begrepp som Manzini och Jégou tar upp utifrån ett organisationsperspektiv för att beskriva hur kreativa gemenskaper och collaborative services kan få genomslag på en samhällig nivå är:

*“Collaborative enterprises are entrepreneurial production and service initiatives that enhance new models of locally-based activities by encouraging direct relationships with users and consumers who, in this case too, become co-producers”.*

*“Collaborative citizens are groups of people who collaboratively solve problems or open new possibilities (and who, again, become co-producers of the results).”*

*“Participative institutions are parts of larger institutions operating on a local scale, on locally defined projects and with the extensive participation of interested people.”<sup>96</sup>*

## **Sociala nätverk, ”relationell kvalitet”, tjänster och nya media**

Gemensamt för de ovanstående organisationsformerna är att de bygger på att människor samarbetar för att tillsammans skapa nya värden. För att samarbeten ska fungera krävs förtroende och vad författarna i Collaborative Services kallar relationella kvaliteter, d.v.s. bra relationer mellan människor. Anna Meroni skriver att subjektivt välbefinnande är kopplat till tron på inbördes förhållanden:

*”the capacity to bring people together around an idea, to get people moving, to get together to resolve a problem, are therefore ways of building community values and also of instilling a sense of personal well-being. An attitude of this kind occurs when we stop seeing ourselves as “consumers” and discover that we are able to determine our own lives; when we make a creative use of objects in the plenitude of society, according to what Inghilleri (2003) calls “sense endowed materialism”, using objects instead of being used by them.”<sup>97</sup>*

Meroni menar vidare att förmågan att skapa positiva relationer mellan såväl människor som objekt kan förstärkas genom tjänster designade för att hjälpa människor att vara aktiva och integrerade. Carla Cipolla bygger vidare på resonemanget om tjänster och menar att det i kreativa gemenskaper finns underlag för en ny tjänstemodell som i högre grad bygger på ett samspel mellan de inblandade människorna. I en traditionell tjänstemodell servar en tjänsteförmedlare en kund utifrån fördefinierade roller medan rollerna i en kreativ gemenskap är mer upplösta och kunden är i högre grad delaktig i utförandet av en tjänst. Till exempel kan kunden i en ”hemmarestaurang”

---

95 ibid

96 ibid s. 32

97 ibid s.128

hjälpa till att duka bordet. Tjänsten tillhandahålls också i en mer privat och intim sfär och bygger på ett förtroende mellan de inblandade.

Cipolla skriver att "interpersonal relations" är en utmaning för tjänstedesigndisciplinen. Mellanmänskliga relationer i sig kan inte designas men man kan designa "metatjänster" för att stimulera och möjliggöra möten mellan människor:

*"if we want to conceive platforms or services that are oriented to reproduce the creative communities' best practices - or are inspired by these practices - these solutions need to be designed to promote interpersonal relational qualities between participants."*<sup>98</sup>

Carla Cipolla föredrar i det här sammanhanget att tala om innovation som "relationell innovation" istället för social innovation som syftar på alla typer av nya idéer som möter ett socialt mål utan att för den skulle innebära ett möte mellan individer. Relationella innovationer bygger däremot på möten mellan två och fler personer.

En utmaning finns här när man ska skala upp dessa tjänster utan att förlora de relationella kvaliteterna som oftast återfinns i små organisationer och i den lilla skalan, menar Jégou och Manzini.

## Nätverk och nya sociala media

Den lilla skalan bör dock inte utgöra ett hinder då vi alltmer lever i ett nätverkssamhälle där många små enheter kan kopplas samman till en större helhet. Författarna pekar på två sociotekniska trender, distribuerade system och sociala nätverk, som en möjlighet för att många sammankopplade "collaborative services" kan komma att fungera som stöd i människors vardagsliv:

*"today we can observe an impressive increase in end-user applications. Service-oriented networks where users are co-producers of delivered services (i.e. blogs, podcasts, wikis, social networking websites, search engines, auction websites). We now refer to them collectively as social networks (or social computing or web 2.0)"*<sup>99</sup>

Kreativa gemenskaper och kollaborativa tjänster är inte baserade på någon speciell teknik utan brukar istället befintlig teknologi, framförallt informationsteknologi som kopplar samman människor och andra artefakter, framförallt Internet och mobiltelefoner. Denna teknologi möjliggör för människor att samarbeta, synkronisera, dela och skraddarsy med mera.

Författarna tror att i en nära framtid kommer kollaborativa tjänster, distribuerade system och sociala nätverk smälta samman i en "single complex of social change".

*"If this happens, these different lines of innovation will strongly reinforce each other: creative communities will bring the lively richness of people involved in real, daily problems; social networks will bring the unprecedented opportunities that have been opened by their brand new forms of organisation; and, finally, the development of distributed systems will provide the technical infrastructure for this emerging distributed sustainable society"*<sup>100</sup>

I ett annat dokument, manifestet för DESIS (se nedan), pekar Manzini återigen på potentialen i kopplingen mellan social innovation från gräsrotter och ny teknologi som Internet och mobiltelefoner men nu utifrån det historiska faktum att social innovation uppstår när det finns svåra problem eller kriser och när det kommer ny teknologi:

---

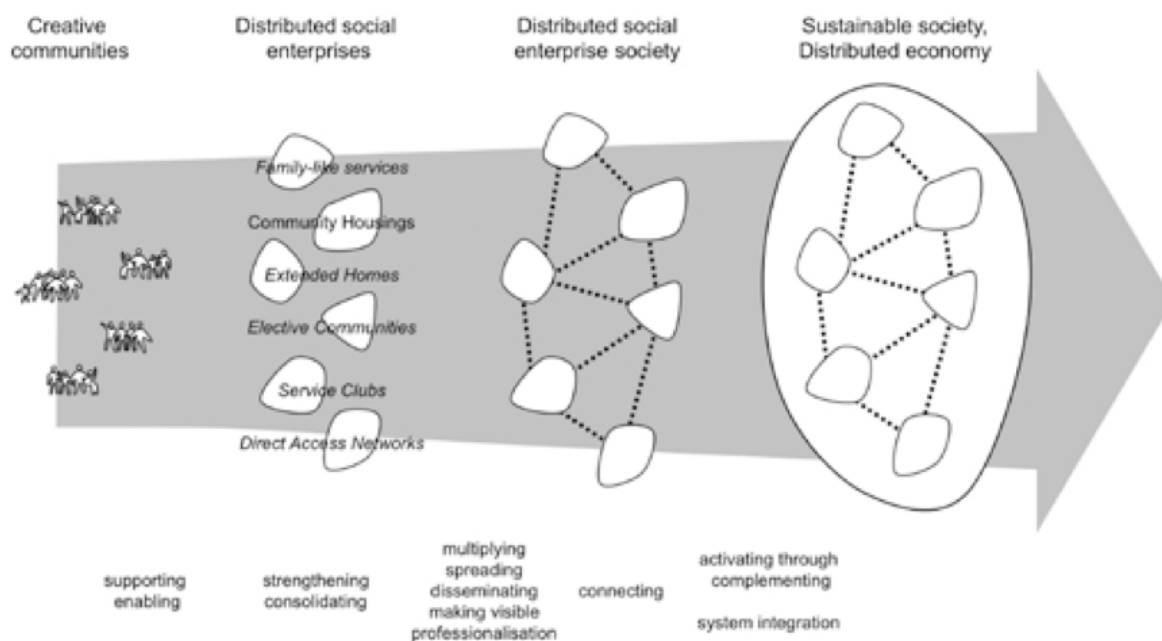
98 ibid s. 153

99 ibid s. 40

100 ibid s. 40

”Given that these two conditions are satisfied, we can assume that, in the contemporary society, new solutions to old and new problems will appear. And that they will be based on the unprecedented forms of organization that, today, the new technological and social networks make thinkable and possible.”

## Policy för att uppnå ett hållbart och aktivt välfärdssamhälle



Figur från Collaborative Services

I en artikel i boken skriver Philine Warnke och Helma Luiten om den policy som behövs för att scenariona med kreativa gemenskaper och sociala företag ska kunna bli kärnelement i ett aktivt välfärdssamhälle med bättre livskvalitet och bättre möjlighet till en hållbar ekonomisk utveckling. Begreppet ”aktiv välfärdsstat” började användas i Belgien 1999 och kombinerar tre huvudidéer:

- *An intelligent active state (i.e. the way by which government should conduct and manage its social policy), which signals that government or public authorities continue to play a key role in this conception of welfare, but also signals that active welfare is about new approaches to governance, new approaches at local level, the national level and the EU level.*
- *A society of active and responsible people in which all citizens participate in the mainstream of social and economic life, exerting their citizenship.*
- *The traditional ambition of providing adequate social protection for those who cannot participate actively or who have reached the age of retirement is preserved.*<sup>101</sup>

I det aktiva välfärdssamhället har medborgarengagemang och botten-upp initiativ en viktig roll. Författarna menar att de framträdande utspridda sociala företagen kan vara en startpunkt för ett sådant samhälle ska kunna växa fram där människor aktivt försöker lösa sina egna problem tillsammans med andra. Än så länge är dessa sociala företag ”svaga signaler”, även om de är positiva

<sup>101</sup> ibid s. 176

inslag i sin närmsta omgivning, som i sig inte innebär en större samhällelig förändring. Men om dessa signaler tas upp, förstärks, sammankopplas och sprids kan deras fördelar ökas:

*“Above that, if they are actively complemented by coherent, targeted policy measures they will become strong enablers of wider socio-technical transition towards a sustainable society.”<sup>102</sup>*

## Design

Hur kan då designer bidra till social innovation och utveckling av kollaborativa tjänster? Jégou och Manzini menar att designer först måste acceptera att vi idag lever i ett samhälle där ”alla designar” och att de därför måste lära sig samarbeta med en mängd olika aktörer, såväl experter från andra områden som designamatörer, i vad de kallar ”designande nätverk”. I förhållande till kreativa gemenskaper kan de arbeta på två sätt: designa i och designa för en kreativ gemenskap.

Att design i en kreativ gemenskap innebär att designern deltar som en av aktörerna och skapar en kreativ gemenskap. Designern bidrar med att få olika partners att dela idéer och möjliga lösningar. För designern krävs det förmåga att få olika aktörer att samarbeta och skapa delade visioner och scenarion. När designern arbetar för en kreativ gemenskap är uppgiften snarare att utveckla deras lösningar så att de blir mer tillgängliga, effektiva och replikerbara.

Sammanfattningsvis menar de att designer tidigare huvudsakligen fokuserat på teknisk innovation men att de nu behöver intressera sig för social innovation och att en ny typ av designaktivitet och en ny roll för designer håller på att växa fram.

*“To participate designers have to positively accept that they can no longer aspire to a monopoly on design. If well understood, this change in the designer’s place in society is not reducing their role but, on the contrary, it is increasing it. Exactly because the whole of contemporary society can be described as a mesh of designing networks, designers have the growing responsibility of actively participating in them, feeding them with their specific design knowledge: design skills, capabilities and sensitivities that partly come from their traditional culture and experience, and are partly totally new. A design knowledge that in having to be defined and tested requires a new wave of design research. As a matter of fact, talking about design for social innovation is more or less equivalent to talking about design research for social innovation.”<sup>103</sup>*

Ezio Manzini utvecklar vidare vad design kan bidra med i manifestet för deras senaste projekt: DESIS Network (Design for Social Innovation and Sustainability) som är ett nätverk där universitet och andra organisationer kan dela information.<sup>104</sup> I deras visionsbeskrivning skriver de att design kan förstärka social innovation och vice versa. Social innovation kan vara en stor möjlighet för en ny generation designer: *“professional designers working in the new designing networks and design researchers, working for these designing networks and feeding them with the needed design knowledge.”<sup>105</sup>*

Vidare skriver Manzini att design för social innovation är *“whatever design can do to trigger, support and orient social innovation.”<sup>106</sup>* Design har en stor potential inom detta fält men för att den ska förverkligas behöver designer ändra på hur de ser på sig själv och vad de kan göra och vanligt folks uppfattning om design behöver också förändras. Framförallt är det

<sup>102</sup> ibid s.177

<sup>103</sup> ibid s.41

<sup>104</sup> [www.desis-network.org](http://www.desis-network.org)

<sup>105</sup> DESIS-International, Draft 4 6.3.09, en tidigare version finns på <http://www.desis-network.org/?q=node/261> under DESIS Manifesto

<sup>106</sup> Manzini, E. (2009) Annex 1. Social innovation, design and sustainability. A framework of references. Draft 1 24.2.09 <http://www.desis-network.org/?q=node/261> under DESIS Manifesto

uppfattningen om designerns roll som den enda kreativa personen i en designprocess till att professionella designer ska kunna arbeta tillsammans med icke-professionella design i co-designprocesser, något Manzini kallar de nya "designing networks". Han efterlyser också nya designverktyg och ny kompetens, framförallt från strategisk design och tjänstedesign. Men dessa discipliner är också omogna:

*"service and strategic design, that are the core of design for social innovation, are still in their initial stages and they too are not yet widely recognized inside and outside the design community. It comes that the dedicated design tools developed until now to*

*operate in this specific field are still weak and/or not sufficiently known."*<sup>107</sup>

Avslutningsvis så finns det många kopplingar mellan den engelska scenen och den forskning som utgår från Manzini i Italien. Dock tar Manzini i högre grad utgångspunkt i gräsrotsinitiativ medan de engelska ofta utgår från etablerade institutioner. Boken Collaborative Services är nog det rikaste dokumentet som belyser detta område utifrån ett designperspektiv till dags dato. Hemsidan och projektet Sustainable Everyday<sup>108</sup>, som Manzini ligger bakom, är också en oumbärlig källa. 2008 arrangerades designforskningskonferensen Changing the change<sup>109</sup> i Turin under ledning av Ezio Manzini. Flera presentationer berörde design för social innovation.

## USA: DESIGN FOR SOCIAL IMPACT

Även i USA finns ett stort intresse för hur design kan bidra till social förändring. Där pågår en diskussion mellan olika designfirmor, filantropiska stiftelser och frivilligorganisationer (NGOs). Projekten är i högre grad än i de europeiska fallen inriktade mot u-länder. Mest substantiellt hittills är samarbetet mellan The Rockefeller Foundation och olika designfirmor, framförallt IDEO och Continuum. För The Rockefeller Foundation är satsningen på design en del i deras program "Accelerating Innovation for Development"<sup>110</sup> där de undersöker nya innovationsmodeller som bygger på öppenhet, nätverk och samarbeten. Design for Social Impact kommer in under rubriken User/Customer-Centered Innovation.

The Rockefeller Foundation började med att våren 2008 bjuda in IDEO för en första kartläggning av området. IDEO är nog också den designfirma som kommit längst inom detta nya fält och har Design for Social Impact som ett av sina fokusområden. På hemsidan skriver de:

*"At IDEO, we believe in the power of design thinking to create significant social change. As perhaps the purest example of our human-centered approach, social impact mobilizes design thinking as a tool to address global social issues such as poverty, health, water, economic empowerment, access to financial services, and the need for basic services. Design for social impact seeks to create transformational change in underserved, underrepresented, and disadvantaged communities.*

*We believe that engaging in design for social impact advances the craft of human-centered design, as social design challenges are typically complex, systemic, and inherently human."*<sup>111</sup>

107 ibid

108 <http://www.sustainable-everyday.net> besökt 090806

109 <http://emma.polimi.it/emma/showEvent.do?idEvent=23> besökt 090814

110 <http://www.rockfound.org/initiatives/innovation/innovation.shtml> besökt 090806

111 <http://www.ideo.com/thinking/focus/social-impact/> besökt 090806



I en intervju med Stanford Social Innovation Review förklarar The Rockefeller Foundations president Judith Rodin att de arbetar med IDEO för att de är ledande inom brukardriven innovation:

*“IDEO usually works with large for-profit companies to help design new products and services. We funded IDEO to work with nonprofits to help solve social problems. One grantee they’ve been working with is Conversion Sound, a social enterprise that develops hearing aids for poor people in rural India. Through the IDEO process they discovered that because authority commands such respect, particularly in the rural parts of India, hearing aid technicians would be more effective if they wore uniforms. It’s certainly not something that I would have thought of, or even thought was important, but the users identified this as critical. In this instance, a small change in the program made a very big difference.”<sup>112</sup>*

I kartläggningen för The Rockefeller Foundation kontaktade IDEO stiftelser, sociala entreprenörer, frivilligorganisationer, akademiker och designer för att diskutera vilken roll design kunde ha inom den sociala sektorn. De flesta var överens om att design har mycket att erbjuda, men den stora utmaningen är dock hur man ska gå tillväga. IDEO:s undersökning resulterade i två dokument: Design for Social Impact: How to guide och Design for Social Impact: Workbook som båda kan laddas ner gratis från både IDEO:s och The Rockefeller Foundations hemsidor.<sup>113</sup>

Problemet med hur man ska gå tillväga för att få till samarbeten mellan designer och den sociala sektorn inleder också publikationen Design for Social Impact: Workshop som är resultatet av den workshop som The Rockefeller Foundation och Continuum anordnade i Italien. Problemet är krasst, vem ska betala? Frivilligorganisationer har inte råd att anlita designer och designer måste tjäna pengar. Ett annat problem är att man inte känner till vad den andra parten gör. Målet för workshopen var därför att undersöka nya idéer för hur designer ska kunna bli aktivt involverade i den sociala sektorn så att den typen av uppdrag bli rutin. Resultatet blev ett antal koncept som bland annat handlade om att skapa bryggor mellan designer och den sociala sektorn, skapa en global design NGO och nätverk för att dela kunskap. I publikationen finns ett citat från William Drenttel, designfirman Winterhouse (se mer nedan), som till viss del motsäger utgångspunkten:

*“It’s a fallacy that NGOs aren’t willing to spend money for design. Some can afford to pay 80% of our rates and some of us are willing to work for 60% of our rates. The challenge is: How do you put a structure around that? A first step is to see how many engagements we can make happen, put them together, make it an initiative and start to share the information.”<sup>114</sup>*

För att följa upp dessa två projekt med IDEO och Continuum initierad The Rockefeller Foundation i januari 2009 ett tvåårigt projekt med 1.5 miljoner dollar för att utveckla aktiviteter och samarbeten inom fältet. Uppdraget gick till Winterhouse Institute som fokuserar på icke-kommersiella och självinitierade projekt som stöder designutbildning samt politiska och sociala initiativ. På hemsidan skriver man:

*“There are an increasing number of examples of design-thinking — or integrative thinking — addressing these problems, whether initiated by design firms, individual designers or NGOs, yet there are only isolated examples of success. All this signals growing interest in harnessing design creativity in areas where massive public sector efforts were attempted in the past. The power of this movement, though, would be amplified*

<sup>112</sup> [http://www.ssireview.org/articles/entry/q\\_a\\_judith\\_rodin/](http://www.ssireview.org/articles/entry/q_a_judith_rodin/) besökt 090807

<sup>113</sup> <http://www.ideo.com/work/item/design-for-social-impact-workbook-and-toolkit/> besökt 090806

<sup>114</sup> Design for Social Impact: Workshop, från [http://www.rockfound.org/initiatives/innovation/inno\\_jump.shtml#ce](http://www.rockfound.org/initiatives/innovation/inno_jump.shtml#ce) besökt 090806

*significantly with success-sharing mechanisms, documentation of best practices, matching of resources to needs, and promotion of the promise of design as one avenue to innovative solutions.*

*Effectively, the challenge becomes how to we get the best designers working with the right NGOs towards solutions against large and critical problems? How can we get enough momentum and participation that collective action by the design community is possible and self-generating? Are there models or structures needed to create systematic engagement with the social sector?"<sup>115</sup>*

---

<sup>115</sup> <http://www.winterhouse.com/institute/index.html> besökt 090806

## IDEO: Design for Social Impact och Transformation design

IDEO visar på sin hemsida upp en rad genomförda eller pågående projekt inom Design for Social Impact. De handlar om tillgång till rent vatten i Afrika, tillgång till billiga synundersökningar och glasögon för barn i Indien och hörselhjälpmedel i Indien. Tidigare har de fått mycket uppmärksamhet för deras MoneyMaker Deep Lift Water Pump som de designat åt frivilligorganisationen KickStart i Kenya. Det projektet belönades med IDEA:s guldmedalj 2004 samt Lemelson-MIT Award for Sustainability 2008. Tusentals pumpar är i drift och skapar jobb och inkomster (37 miljoner dollar per år enligt IDEO). Mer än 50 % av pumparna drivs av kvinnliga entreprenörer.<sup>116</sup>

Även om den brukarorienterade processen är i centrum för IDEO:s projekt så har de i högre grad inslag av traditionell produktutveckling och design än de europeiska som är mer inriktade på tjänster och befintlig teknik. Ett projekt som dock har likheter med Participles är det där IDEO hjälpte USAs största icke-kommersiella bostadsföretag, The Community Builders, att utveckla verktyg för att stödja sina hyresgäster att bli ekonomiskt oberoende. Under fältarbetet kom man åt värderingar och mål hos hyresgästerna. Precis som de flesta andra ville de äga sin bostad, bli finansiellt oberoende och kunna skicka sina barn till college. Utifrån dessa insikter utvecklade designerna ett ramverk för relevanta tjänster:

*“IDEO’s framework defines and projects the trajectories of tenants as they attain financial independence. By understanding finance-spurred movements over time, rather than using demographic, social, or cultural groupings, the team revealed key relationships between low-income housing tenants and their communities. The tangible outcome of the framework and observations is a suite of tools named “Ways and Means,” a radical approach to the integration of socio-economic resources within communities. The approach leverages the power of networks and empowers residents to create their own paths toward financial success. The tools aim to transform TCB’s properties from places of residence to arenas of value creation by reorienting offerings from service-based programs to demand-driven opportunities.”<sup>117</sup>*

Även här finns dokumentation att ladda ner från hemsidan. Ett annat av IDEO:s projekt som fått mycket uppmärksamhet är den Human Centered Design (HCD) Toolkit som kan laddas ner gratis av frivilligorganisationer och sociala företag som arbetar i Afrika, Asien och Latinamerika. Den har utvecklats med stöd från Bill and Melinda Gates Foundation och har använts av flera organisationer, såväl inom jordbruk som av VisionSpring i arbetet med att ta fram synhjälpmedel i Indien. Verktyget består av fyra guider: en introducerande, en ”Hear” om fältarbete, en ”Create” om hur man genomför workshops och en ”Deliver” om hur man implementerar projekt.<sup>118</sup>

I ett blogginlägg på Fast Company med rubriken Open Source Innovation pekar Alissa Walker på det faktum att IDEO först utvecklar en metod och sen ger bort den gratis. Projektledaren Tatyana Mamut menar att det är ett led i IDEO:s vilja att påverka världen: *“I think that one of the things that this toolkit can do through its openness is to have greater impact than a 500-person firm could ever have.”<sup>119</sup>* Det handlade också om att dela designverktyg med icke-designer. Jocelyn Watt, som leder Social impact området på IDEO, menar att det talas mycket om ”designtänkande” inom den sociala sektorn men få vet vad det egentligen innebär. Att dela med sig av verktyget var därför ett sätt för IDEO att hjälpa den sociala sektorn att få bättre grepp om designprocessen. HCD Toolkit belönades med IDEA:s guldmedalj 2009.

<sup>116</sup> <http://www.ideo.com/work/featured/kickstart> besökt 090807

<sup>117</sup> <http://www.ideo.com/work/item/ways-and-means-toolkits/> besökt 090807

<sup>118</sup> <http://www.ideo.com/work/item/ide-and-gates-foundation-human-centered-design-toolkit/> besökt 090810

<sup>119</sup> [http://www.fastcompany.com/blog/alissa-walker/designerati/human-centered-design-toolkit-shares-information?partner=design\\_newsletter](http://www.fastcompany.com/blog/alissa-walker/designerati/human-centered-design-toolkit-shares-information?partner=design_newsletter) besökt 090810

IDEO använder sig också av begreppet Transformation design som ett av sina fokusområden. Men man är mer inriktad på design av organisationer i sig och hur de ska kunna anpassa sig till förändringar än på social förändring vilket dominerar ”transformation design” i Storbritannien som Participle tillämpar det. På hemsidan refererar man till RED-gruppens artikel om Transformation Design vilket säkert beror på att Colin Burns tidigare ansvarade för IDEO:s kontor i Storbritannien. Bland fallstudierna finns projekt för National Health Service i Storbritannien och sjukvårdsprojekt i USA. Men där finns också ett som handlar om att förbättra leveranskedjan för Kraft livsmedel och utvecklingen av ett cementfordon.

Att social innovation eller ”social impact” är ett komplext ämne märks också på IDEO:s olika fokusområden som ofta överlappar varandra. Projektet ”Ways and Means” för The Community Builders som tidigare fanns under rubriken Social Impact återfinns nu under fokusområdet Design of Community som är högst relevant för den här kartläggningen. I Storbritannien arbetar IDEO med Forum for the Future och deras I-team projekt som går ut på att hjälpa lokala myndigheter med klimatfrågor<sup>120</sup>. Det projektet hamnar under rubriken Environmental impact men liknar mycket projekt som Engine eller Participle genomför och innehåller en hög grad av brukarorienterad design och tjänstedesign. Så ett projekt med inslag av social innovation kan lika gärna återfinnas under rubriken Service eller Health och inte bara Social impact.

## Continuum: Social innovation

Continuum använder sig av begreppet social innovation som ett av sina fokusområden och brukar kompetens från strategisk design, produktinnovation och ”organisational transformation” för att ta sig an svåra utmaningar i den sociala sektorn såväl lokalt som globalt. Bland projekten på hemsidan finns ett som handlar om vattenförsörjning i Afrika, utveckling av ny teknologi som möjliggör snabb diagnostik av HIV/AIDS i Afrika, strategi för hur en hemsida som ska stödja patienter med psykisk ohälsa ska fungera till Massachusetts General Hospital samt utvecklingen av den mycket uppmärksammade One Laptop Per Child i samarbete med MIT. Continuum har också hjälpt MIT att starta The International Development Design Summit (IDDS). Sedan 2007 samlas 50 deltagare från 20 länder för att tillsammans skapa lösningar med potential att öka inkomster, förbättra hälsa, utbildning och livskvalitet i utvecklingsländer.<sup>121</sup>

## BEHOV AV NY DESIGNKUNSKAP

Design för social innovation är ett nytt område fyllt av frågetecken eller som Ezio Manzini säger, att ge sig på design för social innovation innebär mer eller mindre att starta ett forskningsprojekt. Men det är inte bara forskning som behövs utan även utbildning för en ung generation designstudenter som vill arbeta med design på nya och, som de anser, mer meningsfulla sätt. Här och var i världen börjar detta behov att avspglas i utbildningarna. Till exempel kursen Design for Social Entrepreneurship vid Rhode Island School of Design i USA som syftar till att:

*“cultivate social entrepreneurial designers by investigating the power of products, systems and services to create positive social and environmental change both internationally and domestically.”<sup>122</sup>*

Frivilligorganisationen Design that Matters började som ett studentdrivet

<sup>120</sup> <http://www.forumforthefuture.org/the-i-team> besökt 090811

<sup>121</sup> <http://www.dcontinuum.com/content/portfolio/47/302/> besökt 090810

<sup>122</sup> <http://de-se.com/> besökt 090812

seminarium vid MIT Media Lab 2001 och erbjuder idag designtjänster åt sociala företag i utvecklingsländer:

*“DtM has structured our collaborative design process such that participants are motivated by self-interest as much as altruism. For academic partners like MIT and Stanford, DtM ‘design challenges’ serve as curriculum materials in existing university courses, engaging students in real-world problems while helping faculty to meet recent university accreditation requirements for ‘capstone’ or experiential-learning courses. With corporate design partners like IDEO and Optikos, DtM works with management to convert staff ‘whitespace’ (paid, but un-billable hours) into collaboration opportunities for their best staff, recognition that boosts staff retention and a challenge that leads to skill development in what we call ‘minimum resource design.’”*

Magisterkursen Design Innovation vid The Glasgow School of the Arts har som sina tre huvudspår transformation design, service design och environmental design.<sup>123</sup> Fler exempel finns säkert. Men behovet av ny kunskap och utbildning blir tydligt i den brittiska rapporten ”Social Animals: tomorrow’s designers in today’s world”.<sup>124</sup> Där reflekterar Sophia Parker (som bl.a. arbetat med Social innovation lab for Kent) över erfarenheterna från ett projekt där engagerade studenter skulle ta fram lösningar på hur fångar kunde få bättre kontakt med sina familjer och därmed minska återfallen. Flera av studenterna beskrev att deras kurser inte gett dem rätt kompetens för att ta sig an de områden de ville utforska. Parker menar att dagens utbildning sviker en ny generation designer som ifrågasätter att design handlar om materiell kultur och istället vill agera på ett sätt som har en mer positiv inverkan i världen.

*“Design education is at risk of failing its socially-driven students on two counts. First, it is not giving them the language and techniques to enable them to operate effectively in contexts where not all solutions come in the form of 3d products, or packages that can be bought, sold and delivered to passive customers. Second, design education leaves little space for critical thinking about the deeper purpose of the discipline. It is in danger of creating generations of design technicians who respond to briefs rather than, to borrow Richard Sennett’s phrase, craftsmen and women who consider the consequences and significance of that which they make.”<sup>125</sup>*

Parker menar att det behövs en ny design agenda, en gemensam ideologi och arbetsprinciper som är relevanta för vår tid. Arbetet med att formulera en ny agenda har redan börjat hos en liten minoritet reflekterande tjänstedesigner menar hon (hon har själv arbetat tillsammans med Engine). Denna agenda handlar mer om människor och planeten än produkter och tjänster och är:

*“as interested in intangible behaviours and relationships as it is in more tangible objects and materials. Fundamentally, it has a social purpose that questions the still-dominant mindset of the industry. Rather than seeking to create more services that can be sold to people, this group of service designers are asking how they can create services that reduce waste, and meet goals in the most sustainable, local and humane ways possible.”<sup>126</sup>*

Många designskolor börjar idag undervisa i tjänstedesign för att förbereda studenter för arbete i ett tjänstesamhälle. Men denna undervisning är fortfarande underordnad produktbaserad undervisning. Undervisningen borde istället fokusera på vilken roll design kan spela i att lösa komplexa problem i en globaliserad värld. Parker listar utifrån erfarenheterna av deras fängelseprojekt sex utmaningar för designutbildningar:

<sup>123</sup> [http://www.gsa.ac.uk/postgraduateopenday/default.asp?page=s26\\_14](http://www.gsa.ac.uk/postgraduateopenday/default.asp?page=s26_14) besökt 090812

<sup>124</sup> Parker, S. (2009) Social Animals: tomorrow’s designers in today’s world, RSA hämtad från <http://www.thersa.org/projects/design>

<sup>125</sup> ibid

<sup>126</sup> ibid

## 1 Developing actionable insights

*”designers need to go beyond conducting research: the need to translate that research into actionable insights, and there was much less evidence on know-how into this work.”*

## 2 Doing co-design ethically

*”Tutors commented that their students were sometimes a little insensitive in how they approached this kind of work, failing to consider the implications of drawing people into the design process as active participants. Social science and marketing disciplines have spent years developing ethical codes of practice, but none of these have yet entered the lexicon of designers.”*

## 3 Making things real

*”The difficulty of prototyping service-based ideas was a frequent theme of conversation with students participating in the Design Directions work. They were attempting to draw upon what they had learnt from their product design training, and simply apply it directly to service projects. This, they found, was not easy”*

## 4 Seeing the bigger picture

*”the students had failed to engage sufficiently with the multiple dynamics of the prison system. Not only are there multiple stakeholders – prisoners, their families, officers, volunteers, to name a few – but there are also wider social, political and cultural forces shaping what is possible. The public service context demands that students find new ways of making these forces integral to their solution.*

*/.../*

*That said, design must continue to make the case for the value of ‘intelligent naivety’ – the ability to see and question norms and practices that have become invisible to those people working within a particular setting. Design schools need to train their designers to become skilled at quickly learning the languages of new settings, whilst maintaining the valuable role they play as outsiders.”*

## 5 Selling the idea

*”in presenting their work, only a few found really powerful ways of communicating this concept through story boarding and mapping. It is clear that they were not familiar with the language and the visual methods of practising public service designers. Again, this points to the importance of equipping students with a powerful and confident visual language.”*

## 6 Finding problems as well as solutions

*”Public servants are increasingly recognising that the process of defining and redefining the problem is a rich source of innovation potential, but only a small minority are then going on to commission designers to help in this process. This situation was frustrating for students with ambitions to have social value, who found that their career choices were much more limited than their vision for how they could put their design training into practice. As the market grows and diversifies, designers need to assert with greater confidence the distinctive value they can bring to strategic design in public services.”<sup>127</sup>*

Parker skriver avslutningsvis att många handledare och studenter menar att det inte räcker att bara justera existerande kurser utan att hela utbildningen behöver omdesignas för att kunna vara adekvat för den agenda runt social design som nu växer fram.

---

<sup>127</sup> ibid

## DELAKTIGHET OCH SAMPRODUKTION: KÄRNAN I EN NY EKONOMI OCH ETT AKTIVT OCH HÅLLBART VÄLFÄRDSSAMHÄLLE?

Om vi nu befinner oss i en "transformation crisis" där vi behöver finna nya lösningar för såväl samhället som ekonomin vad skulle då dessa lösningar bestå av? I den här kartläggningen har några beståndsdelar utkristalliserat sig som viktiga för såväl medlet - den sociala innovationsprocessen - som för målet: ett aktivt och hållbart välfärdsamhälle där människors välbefinnande bygger mer på sociala relationer, delaktighet och samarbete än på massproduktion och masskonsumtion. Dessa beståndsdelar är (vissa på engelska för att enkelt kopplas till citaten):

- Participation: delaktighet i design och innovationsprocessen
- Co-creation: medskapande av lösningar
- Sharing: delande av information och resurser
- Social/relational capital: relationer mellan människor är avgörande i en ny social ekonomi
- Sociala media, verktyg och plattformar: ny teknik som möjliggör för människor att dela information och resurser samt organisera sig och samarbeta

Dessa beståndsdelar går att förankra i en rad nya forskningsrapporter, böcker och blogginlägg. I rapporten "Social Venturing" från Nesta och The Young Foundation pekar man på betydelsen av just "relationellt kapital":

*"New ventures put much of their energy into securing financial capital: money to invest in fixed assets on the one hand, and working capital on the other. But relational capital is just as important. This is both the knowledge and trust built up between a venture and its users and suppliers, and the relationships between a venture and its staff and circle of volunteers. Conventional accounting takes little account of this intangible capital, yet in all social ventures it is the foundation of their strength and of their distinctiveness."*<sup>128</sup>

Ytterligare en färsk rapport från The Young Foundation, "Grit – The skills for success and how they are grown"<sup>129</sup>, understryker vikten av social kompetens (förmåga att samarbeta och känna empati) och att tänka kreativt i dagens samhälle. Problemet är bara att i Storbritanniens utbildningssystem har dessa prioriterats bort till förmån för mer akademisk kunskap. Därför saknar dagens unga kompetens som företag efterfrågar och som är fundamental för ett välfungerande samhälle.

Ett tredje exempel från Storbritannien som lyfter fram vikten av sociala relationer är en artikel i The Guardian där Charles Leadbeater kommenterar brittiska regeringens nya välfärdsreform. Att göra tjänsterna mer personliga är ett steg i rätt riktning menar han, men klyftan mellan medborgare och tjänstemän är fortfarande för stor:

*"The key will be to redesign services to enable more mutual self-help, so that people can create and sustain their own solutions. The best way to do more with less is to enable people to do more for themselves and not need an expensive, professionalised public service. Enabling people to come together to find their own, local solutions should become one of the main goals of public services. Services do a better job when they leave behind stronger, supportive relationships for people to draw on and so not need a service."*<sup>130</sup>

Det här resonemanget känns igen från Participles manifest. Men Leadbeater

<sup>128</sup> Murray, R. Caulier-Grice, J. Mulgan, G. (2009) Social Venturing, Nesta, The Young Foundation, London

<sup>129</sup> Roberts, Y. (2009) Grit - The skills for success and how they are grown, The Young Foundation

<sup>130</sup> <http://www.guardian.co.uk/society/2009/jul/01/public-services-reforms> besökt 090811

betonar här ytterligare varför man bör sätta sociala relationer i centrum för effektiva offentliga tjänster.

*“Relationships are at the heart of what makes for a good life. Living as a solitary individual, for most people, is a recipe for unhappiness. Much of what we most value - love, friendship, trust, recognition, care - comes from relationships with family, friends and social networks. People grow up well and age well if they have supportive relationships.”<sup>131</sup>*

Och, i samstämmighet med The Young Foundations rapport, menar Leadbeater att social kompetens och förmågan att kunna samarbeta kreativt är viktig om man vill ha en inkomst:

*“In an innovation-driven, service economy, basic social skills - how to listen, understand and work together - are as important as reading, writing and arithmetic.”*

Utmaningen för framtidens offentliga tjänster är därför hur man ska kunna stödja sociala relationer utan att det blir för tungrott. Det kommer att kräva radikal innovation menar Leadbeater och summerar:

*“The best way to make public spending more effective is to reduce long-term dependence on repeat service solutions by helping people devise alternative ways to meet their needs that will mean they do not need a public service. The key to that is not in tougher targets or new rights and entitlements, but in better relationships.”*

Participle och de andra brittiska tjänstedesignfirmorna kan tillsammans med forskargrupperna runt Ezio Manzini ses som pionjärer i att utforska vilken roll design kan spela i en ekonomi som baseras mer på social interaktion än på transaktioner av kapital. Design är avgörande för att vårt nuvarande ekonomiska system ska fungera. Men allteftersom problemen och nackdelarna med en ekonomi, baserad på tillväxt, ökad produktion och konsumtion av varor och tjänster, blir allt tydligare börjar allt fler tänka i alternativa banor.

IDEO:s VD Tim Brown utvecklade sina tankar om en ”participation economy” i en serie blogginlägg för Fast Company under rubriken ”Creating a Post Crisis Economy”. Han menar att ett problem med vår nuvarande ekonomi är att den inte värderar och räknar in fler variabler än sålda produkter och tjänster. Allt fler värden skapas i vårt samtida informationssamhälle, till exempel *“reputations created through brands, relationships created through services, ideas created through knowledge, or access created through networks”*.<sup>132</sup>

Om vår ekonomi värderade dessa, och inte bara konsumtion av resurser, skulle vi då kunna ha en tillväxt som baserades på delaktighet i nätverk, relationer och upplevelser (sociala värden), frågar sig Brown. Vi brukar få mer av vad vi mäter och börjar vi mäta delaktighet så får vi mer av det, menar han. Men framförallt, om vår ekonomi mäter olika sorters värden skulle vi kunna designa för en tillväxt som inte bara bygger på konsumtion av saker.

Brown menar alltså att delaktighet (participation) är nyckeln till nästa stora innovationssvåg i både näringslivet och samhället. Men för att designa system baserade på delaktighet måste brukarna vara med i designprocessen. Dessa system måste också vara fraktala, det vill säga de måste fungera i både liten och stor skala. Den industriella ekonomin baserades på massproduktion och masskonsumtion och där kunde små organisationer inte konkurrera.

*“Participative systems must be as relevant to a market of one as to a market of millions. Digital technology offers the flexibility to operate at very different scales. Any participatory offering must make effective use of the Internet.”<sup>133</sup>*

<sup>131</sup> ibid

<sup>132</sup> <http://www.fastcompany.com/blog/tim-brown/design-thinking/creating-post-crisis-economy-moving-beyond-consumption> besökt 090811

<sup>133</sup> <http://www.fastcompany.com/blog/tim-brown/design-thinking/creating-post-crisis-economy-how-design-participatory-system> besökt 090811



Idén med fraktala system kan nog vara intressant att relatera till Jégou och Manzinis modell för Collaborative Services som bygger på att koppla ihop många små organisationer snarare än att skapa en stor.

Brown menar vidare att om de här ”participativa systemen” ska fungera så måste de designas så att alla deltagare kan tjäna på dem:

*”profit must be measurable on one or more of the dimensions of the participatory economy, even if they have associated costs on other dimensions. This way every interaction becomes a productive investment, not an act of consumption. This means we must design in the information feedback loops that make measurement of the various form of participatory value easy.”<sup>134</sup>*

Även Bruce Nussbaum, Business Weeks design och innovationsexpert, har funderat på nya ekonomiska modeller och kom fram till vad han kallar ZipCar-capitalism: ”a Rent/Share/Collaborate/Interaction economic model rather than our current Own/individualize/Transaction model.”<sup>135</sup> Nussbaum syftar här på en av de första och största kommersiella bilpoolerna i USA, ZipCar, där kunden betalar för tillgång till en bil vid behov istället för att äga en själv. I och med att flera människor kan bruka en bil minskar behovet av bilar och resursförbrukningen. Att människor betalar för tillgång till en funktion snarare än ägande av en produkt är en modell som förespråkas i miljösammanhang och brukar kallas product-service systems.

ZipCars grundare Robin Chase har själv utvecklat sina tankar om delande av resurser och kallar det för ”cooperative capitalism”:

*”For many years I’ve been attracted to the beautiful efficiency and widespread benefits of shared resources (cars, rides, networks). And over the last few years, I’ve been espousing the need for business and government to think more expansively about the web 2.0 phenomenon – where end users create content and value by building on a common platform (eBay, wikipedia, flickr, Facebook being some famous examples). We need to envision collaborative financing (lending circles), collaborative infrastructure (mesh networks), and collaborative consumption (car-sharing). It is time to push this idea and approach as far as it can go. A way to think about this approach is ‘cooperative capitalism.’*

*Here is the formula:*

- 1. Identify excess capacity.*
- 2. Build a platform for others to share/engage with this excess capacity.*
- 3. Appreciate unanticipated benefits”<sup>136</sup>*

Många av de ovanstående idéerna återfinns i Charles Leadbeaters bok We-Think<sup>137</sup>. Baserat på en rad andra forskare och författare, till exempel C.K Prahald, Eric von Hippel och Chris Andersson, driver han tesen att vi börjar organisera oss på ett annat sätt än i industrisamhället som påverkar hur vi arbetar, konsumerar och skapar innovationer. Om fabriken var förutsättningen för massproduktion, masskonsumtion (och traditionell design) samt arbetarklassen så skapar informationsteknologin (Internet, mobiltelefoner och sociala media som Facebook) nya möjligheter för människor att själva skapa

och delta i samarbeten och innovationsprocesser. Leadbeater talar om ”mass collaboration” och ”mass innovation” istället för massproduktion.

I den industriella produktbaserade ekonomin identifierades människor av tingen de ägde medan man i dagens mer idébaserade ekonomi identifieras mer

<sup>134</sup> ibid

<sup>135</sup> [http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2008/10/zipcar\\_capitali.html](http://www.businessweek.com/innovate/NussbaumOnDesign/archives/2008/10/zipcar_capitali.html) besikt 090811

<sup>136</sup> <http://networkmusings.blogspot.com/2008/11/time-for-cooperative-capitalism.html> besökt 090813

<sup>137</sup> Leadbeater, C. (2008) We-think, London: Profile Books Ltd

med vad (kunskap, idéer, bilder, filmer) man kan dela med sig av och vem som ingår i ens nätverk. We-Think organisationsmodell bygger på deltagande, erkännande och samarbete. Belöningen i dessa mass-samarbeten är inte pengar utan erkännande för det man bidragit med. Trots det måste människor överleva och därför söker entreprenörer inom detta område efter nya affärsmodeller och Leadbeater tror att dessa i framtiden kommer att vara hybrider som korsar företag med gemenskaper, kommers med samarbete. We-Think är inte alltid lösningen utan ska tillämpas framförallt då vi kollektivt försöker lösa komplexa problem.

Även om design för social innovation är ett nytt och brokigt område har den här kartläggningen försökt fånga in några gemensamma nämnare och teman som återkommer. Dessa handlar, som vi såg ovan, mer om relationer och interaktion mellan människor än nya tekniska artefakter. Vi behöver fortfarande tekniska artefakter men deras roll har skiftat från att vara basen i en industriell ekonomi till att vara ett stöd för interaktionen mellan människor och konstruktionen av mer sociala värden.

Som vi också sett innebär den här visionen både nya möjligheter och utmaningar för design. Behovet av forskning och ny kunskap är stort. Ezio Manzini menar att design för social innovation handlar mer eller mindre om designforskning då området är nytt. Han pekar på behovet av ny kunskap inom strategisk och tjänstedesign och att design för social innovation är "whatever design can do to trigger, support and orient social innovation." Sådana formuleringar är alldeles för otydliga och behöver konkretiseras. Då är Sophia Parkers analys av ett studentprojekt mycket mer konkret i vad som behövs.

Syftet med den här kartläggningen är inte att formulera några forskningsfrågor. Men det går ändå att se att design för social innovation kräver ny kunskap om hur själva designprocessen går till, framförallt om den professionella designerns kompetens i relation till andra "meddesigner", men även ny kunskap om vad som ska designas, de nya artefakterna. Kanske kan man säga att designern fått ett nytt material att arbeta med - sociala relationer.

