



ABC I DESIGN OCH SOCIAL INNOVATION

En publikation från
Mötesplats Social Innovation



The background features several decorative dotted lines in white and light blue. These lines are curved and intersect, creating a dynamic, abstract pattern that flows from the top left towards the bottom right of the page.

Utgivare:
Mötesplats Social Innovation

Redaktörer:
Lotta Solding och
Louisa Szücs Johansson

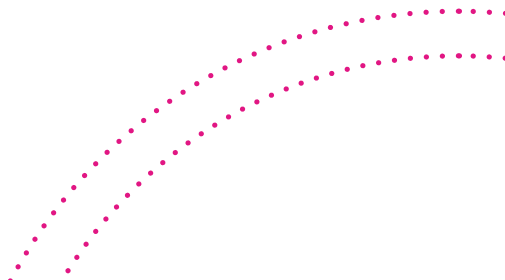
Texter:
Lotta Solding och
Louisa Szücs Johansson

Illustrationer:
Louisa Szücs Johansson

Design:
Kolossal.se

INNEHÅLL

Förord: Prövande arbetssätt skapar sociala innovationer	4	9. Exempel: IDEO/Universal Ear	54
1. Inledning: Hur kan design användas för social innovation?	6	10. Intervju: Professor Pelle Ehn	58
2. Internationell utblick	14	11. Intervju och exempel: Bruno Taylor, Represent	64
3. Exempel: Southwark Circle	18	12. Exempel: Telge Hovsjö	70
4. Exempel: Family by Family	22	13. Exempel: Försäkringskassan/ Transformator Design	76
5. Nedslag Frankrike: La 27e Région	28	14. Exempel: Testbädd Malmö stad	82
6. Nedslag Danmark: MindLab och Via Design	36	15. 2 snabba frågor till	88
7. Exempel: Social Innovation Lab for Kent	44	Om Mötesplats Social Innovation	100
8. Exempel: Amplify	50		





PRÖVANDE ARBETSSÄTT SKAPAR SOCIALA INNOVATIONER

Design för social innovation är ett område som just nu växer fram internationellt. Från att design tidigare främst setts som ett nytänkande sätt att utveckla produkter innefattar begreppet i dag även förmågan att lösa komplexa samhällsproblem. En mängd designdrivna processer med koppling till social innovation pågår för närvarande, på både strategiska och mer praktiska nivåer.

Designprocessens förmåga att samla och involvera aktörer, tillsammans formulera behov och utforska möjliga lösningar samt att småskaligt testa och vidareutveckla, lämpar sig väl för att utveckla just sociala innovationer.

Social innovation kan på ett förenklat sätt förklaras som nya sätt att möta samhällets utmaningar genom innovativa tjänster, produkter, processer och metoder.

Mötesplats Social Innovation undersöker på olika vis vad designprocesser kan innebära för sociala innovationer. ABC:n du håller i din hand ingår som en del i vårt arbete att sprida kunskap om området.

I skriften försöker vi reda ut vad som utmärker designprocesser. Vi tittar på historiken och skildrar vad som händer inom området samt ger konkreta exempel på aktiviteter, aktörer och resultat. Samtidigt efterlyser vi hela tiden fler praktiska erfarenheter. Välkommen att höra av dig!

Eva Enquist
Ordförande
070-857 79 14
eva.engquist@mah.se

Hanna Sigsjö
Verksamhetsledare
070-965 54 33
hanna.sigsjo@mah.se

Per-Anders Hillgren
Projektledare, designprocesser
070-285 62 67
per-anders.hillgren@mah.se

Louisa Szücs Johansson
Ass. Projektledare, designprocesser
073-382 97 86
louisa.johansson@mah.se

1. INLEDNING: HUR KAN DESIGN
ANVÄNDAS FÖR SOCIAL INNOVATION?

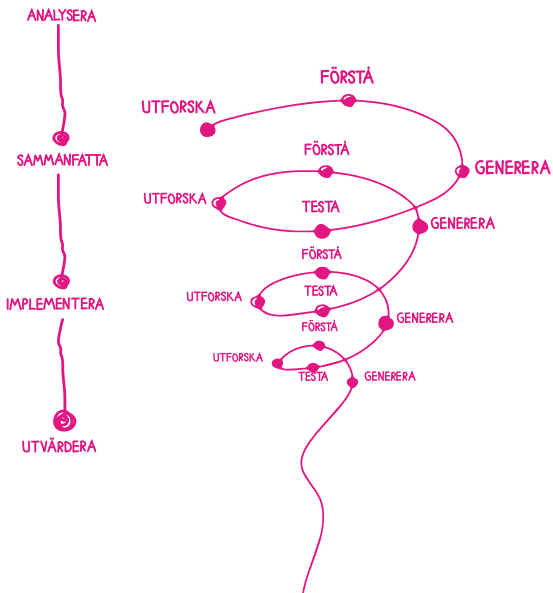
DESIGN PRÖVAR SIG FRAM, TILLSAMMANS MED ANVÄNDARNA

Att designers arbetssätt är intressant för social innovation hänger bland annat ihop med att designer har en nära dialog med sin omgivning; lösningarna arbetas fram tillsammans med användarna. Istället för att fastna i analyser gör de nya försök och prövar sig fram. Alltihop utmärkta metoder när det gäller att hantera komplexa samhällsutmaningar med många involverade aktörer.

Design har tidigare mest förknippats med en nytänkande förmåga eller utveckling av nya produkter. Idag beskrivs design ofta som en process eller som en samling av kreativa metoder. Denna beskrivning blir dock för snäv om man ska försöka beskriva möjligheterna med design. Vi bör kanske snarare titta på design som ett yrkeskunnande, med förmågan att skapa välfungerande och hållbara lösningar.

Vissa egenskaper är vanligtvis förknippade med design. Utmärkande är bland annat designers sätt att visualisera tankar och idéer under arbetets gång med hjälp av skisser, visualiseringar, modeller och prototyper. Typiskt är också förmågan att materialisera koncept och lösningar utifrån estetiska, funktionella, tekniska, sociala, ekonomiska, etiska och miljömässiga faktorer.

Designers arbetssätt är ofta processorienterat, vilket är en stor tillgång när det gäller att stödja sociala innovationer. Något annat som också kan komma väl till pass är det prövande arbetssättet, där olika lösningar testas under enkla former och till låga kostnader, i motsats till stora utvecklingsprojekt med stort risktagande.



Traditionell, linjär process och designdriven, cyklisk process.

Nya samarbeten

Sociala innovationer uppstår ofta ur nya samarbeten, där flera aktörer med varierande kompetenser tillsammans utforskar och formulerar problem samt småskaligt testar olika lösningar. Just detta sätt att arbeta och tänka gör att design under de senaste åren allt oftare kopplats samman med social innovation.

I de här processerna behövs ett språk som kan binda samman alla aktörer. Design har en rik tradition av ett sådant språk, där till exempel scenarion och visualiseringar används för att göra idéer förståeliga och hanterbara.

Designer navigerar i stunden och arbetar ”i cirklar”. Arbetssättet är lösningsdrivet och designer kommer hela tiden med nya förslag, ofta innan det över huvud taget finns en klar bild av läget.

Tidiga förslag

Ett exempel på detta är designers skissande, där tidiga förslag och idéer inte är slutgiltiga, utan snarare ett verktyg för att kunna undersöka problemområdet. Man tar fram preliminära förslag som problemet kan testas mot. Många förslag slängs i papperskorgen och blir inte mer än utspel.

Designer har också en lång tradition av att sätta användaren i centrum, där empati och brukarens vardagliga situation får vara utgångspunkten för designarbetet. Syftet

är att skapa en förståelse för hur den tilltänkta målgruppen uppfattar och förstår olika föremål, tjänster eller processer.

Många designer samarbetar med antropologer eller använder etnografiskt inspirerade metoder, för att skapa en bättre förståelse för användarnas situation. I stället för att bara observera, kan designer också direkt involvera användare som medskapare i processen, så kallad co-design eller samproduktion.



Designer involverar användaren.

Ser till grundorsakerna

Designer fäster stor vikt vid själva problemformuleringen och ifrågasätter grundorsakerna: Vad är det egentliga problemet? Från vilka vinklar kan man se och rama in det?

Designer överväger också en stor mängd lösningsförslag och tänker brett, snarare än att tidigt bestämma sig för den rätta lösningen. De är öppna i sinnet och i sina arbetsprocesser. Perspektivet växlar mellan att vidgas, för att bredda handlingsutrymmet och att smalna av, för att föra processen framåt.

Designer strävar efter att behålla fokus på en integrerad och komplex ”helhet”, utan tydliga kategorier eller noggrant analyserade beståndsdelar. En viktig utmaning i design är därför att *inte* låta analysen bli den dominerande tankeprocessen. Enkelt uttryckt kan man säga att designer växlar mellan att zooma ut (för att se helheten) och att zooma in (för att studera detaljer).



Designer tänker brett.



Designer zoomar in och zoomar ut.

Vad karaktäriserar design för social innovation?

- *Komplexa problem* – Samhälleliga och sociala utmaningar är ofta komplexa - det går inte att definiera ett tydligt problem eller vilka orsakerna till detta är. De är också svåra att lösa med enkla medel.
- *Systemiskt perspektiv* – Istället för att bryta ner och fokusera på enskilda delar behåller man fokus på den övergripande helheten och försöker förstå hur de olika beståndsdelarna förhåller sig till varandra.
- *Relationsbyggande* – Nya samarbeten är viktiga för att möjliggöra öppningar för nya lösningar. Designrollen handlar därför till stor del om att länka samman olika aktörer som tillsammans kan utforska nya lösningar.
- *Långa processer* – Sociala innovationsprocesser tar tid; de handlar ofta om att bygga upp långsiktiga nätverk och miljöer där lösningar får testas och vidareutvecklas i verkliga brukssituationer.
- *Participativ design* – även kallat brukarorienterad design, är ett angreppssätt som bygger på att de som är berörda av en ny designlösning också ska vara involverade i själva designprocessen.



2. INTERNATIONELL UTBLICK

DESIGN I DAG: EN AKTIV MOTOR FÖR SAMHÄLLS- FÖRÄNDRING

I takt med ett ökat samhällsengagemang hos allt fler designers världen över har området och designerns uppdrag kommit att vidgas. I dag kan design alltså även ses som en utvecklingsprocess för att skapa sociala innovationer, som bidrar till en positiv samhällsutveckling. USA och Storbritannien är några av föregångsländerna, men det händer mycket i allt fler länder.

I Storbritannien har Design Council stöttat forskningsprojekt som undersökt hur design kan förbättra den offentliga sektorn och tackla utmaningar inom hälsa, arbetslöshet, social ojämlikhet, demokrati och hållbar utveckling.

Ett exempel är forskningsgruppen RED som undersökte hur design kan skapa bättre offentliga tjänster. 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.

RED-gruppens medlemmar, bland annat Hillary Cottam och Charles Leadbeater, omvandlade sin forskning till ett nytt företag, Participle. Företaget var ett av de första designföretagen i världen med fokus på att arbeta med design på ett nytt sätt. De har som mål ”att tackla vår tids stora sociala frågor”. Ett exempel är den ”Cirkelrörelse” de varit med och startat; ett socialt nätverk för äldre, där Southwark Circle var det första att lanseras 2009.

I USA finns ett stort intresse för hur design kan bidra till social förändring. Ofta går det under namnet Design for

social impact. Designfirmor som IDEO, Continuum och Frog Design har Design för social innovation som ett av sina expertisområden. Projekten i USA är i högre grad än i de europeiska fallen inriktade mot u-länder.

Nytt designfält

Ett annat starkt center har varit Politecnico Di Milano i Italien med designern och forskaren Ezio Manzini och designern François Jégou i spetsen. I publikationen Collaborative services skriver de om social innovation och pekar på ett nytt designfält i skärningspunkten mellan social innovation och design för hållbar utveckling. Boken är central för designforskningsområdet Design for social innovation and sustainability, som också är namnet på det idag ledande forskningsnätverket DESIS.

La 27e Région, MindLab och Helsinki Design Lab är tre europeiska exempel på hur design allt mer etableras i den offentliga sfären. La 27e Région är ett innovationslab i Frankrike som har jobbat med designdriven innovation sedan 2008, i samarbete med regionala myndigheter runt om i Frankrike.

MindLab är en intern statlig innovationsenhet i Danmark. De ser designdriven innovation som ett verktyg för att hantera många av de komplexa samhällsutmaningar som den offentliga sektorn står inför.

Finland kan ses som en förebild när det gäller att föra in design och designmetoder i offentlig förvaltning och beslutsprocesser, framför allt genom Helsinki Design Lab som arbetade aktivt 2009–2013. Deras mål var att låta strategisk design bli en naturlig del i planeringen av ett mer hållbart samhälle.

Kopplingen mellan social innovation och design är ännu ganska svag i Sverige, men mycket talar för att detta nu förändras. I den här skriften kan du till exempel läsa om en testbädd som genomförts för att förbättra äldreomsorgen i Malmö stad samt hur Försäkringskassan arbetat designdrivet tillsammans med designbyrån Transformator Design.

På de kommande sidorna kan du också läsa mer ingående om de flesta av exemplen som nämns ovan.

3. EXEMPEL: SOUTHWARK CIRCLE

ETT SOCIALT NÄTVERK FÖR ÄLDRE

I Storbritannien, precis som i många andra länder, blir befolkningen allt äldre. För att möta de utmaningar och möjligheter som detta skapar har det brittiska designföretaget Participle utvecklat "Cirkelrörelsen". I Londonstadsdelen Southwark har de, tillsammans med äldre i området, startat medlemsorganisationen och det sociala företaget Southwark Circle.

Southwark Circle fungerar både som en social mötesplats och ett nätverk där du som medlem kan få och ge hjälp av olika slag. Utöver medlemmarna själva så finns ett antal volontärer och "helpers" engagerade, som utför allt från trädgårdsarbete och handling till städning och reparationer. Cirkelmodellen kombinerar offentliga, privata och frivilliga insatser.

Bakom Southwark Circle finns en tanke om att bättre ta vara på äldre människors kunskap och tid, samtidigt som man vill skapa nya kontaktytor och minska ensamhet. Southwark Circle finns både som en fysisk och en digital mötesplats, som båda två löpande presenterar varje månads aktiviteter. Alla medlemmar kan dels arrangera eller bjuda in till egna aktiviteter, dels anmäla dig till någon annans eller cirkelns allmänna aktiviteter.

– Innan jag blev medlem i Southwark Circle satt jag mest ensam hemma och gjorde just ingenting. Nu har jag mött många nya människor, varav vissa blivit mina vänner. Jag



” INNAN JAG BLEV MEDLEM I SOUTHWARK CIRCLE SATT JAG MEST ENSAM HEMMA OCH GJORDE JUST INGENTING. NU HAR JAG MÖTT MÅNGA NYA MÄNNISKOR, VARAV VISSA BLIVIT MINA VÄNNER.”

föredrar de mindre aktiviteterna som att gå på bio eller puben gemensamt; resorna och utflykterna är jag inte lika intresserad av, säger Jackie.

– Att vara medlem i Southwark Circle har gett mig bättre självförtroende. Nu har jag saker att se fram emot och jag lär mig nya saker. Förhoppningsvis har även jag bidragit och gett något till andra, säger Dennis.

Lanserades 2009

Southwark Circle lanserades 2009 och rullar på sedan dess. Designbyrån Participle fanns med i lanseringens förarbete. Under 2007 och 2008 arbetade de tillsammans med över 250 äldre människor och familjemedlemmar, för att sätta sig in i och försöka förstå deras förhoppningar, rädslor, behov och förväntningar. Med detta som utgångspunkt kom Participle med över 50 förslag på nya tjänster. De bestämde sig för att fokusera på en tjänst som skulle kunna bidra till en ”rik ålderdom”.

Under 2008 och 2009 arbetade de vidare, gjorde prototyper på tjänster och skapade lösningar tillsammans med äldre och deras familjer. De testade även modeller på den tjänst som föregick Southwark Circle, tillsammans med användare och rekryterade människor som tog del i en första version av tjänsten. De fick finansiellt stöd av London Borough of Southwark, inför lanseringen av Southwark Circle 2009. I dag har tanken skalats upp och det finns cirklar på fler platser, bland annat Nottingham och Londonstadsdelen Fulham.

Läs mer: www.southwarkcircle.org/uk och www.participle.net



4. EXEMPEL: FAMILY BY FAMILY

ATT KOMBINERA POLICY, DESIGN, VETENSKAP OCH FÖRETAGANDE

Family by Family är ett helt nytt sätt att arbeta med familjer som har det svårt, i nätverksform. Familjer som har det svårt paras ihop med familjer som kan hjälpa till. Familjerna tränar och växer tillsammans, med målet att familjer ska ha ett bra liv – inte bara överleva.

Bakgrunden till den framgångsrika lösningen är ett samarbete mellan The Australian Centre for Social Innovation (TACSI) och organisationen InWithFor. Lösningen utvecklades i södra Australien tillsammans med ett stort antal familjer, baserat på deras egen metodik som kombinerar design med både samhällsvetenskap och policy. Ambitionen var att skapa lösningar som både påverkar människors liv och är långsiktigt hållbara.

Startpunkten för samarbetet med Family by Family var frågeställningen: ”Hur kan vi få fler familjer att ha ett bra liv och färre familjer att behöva vända sig till myndigheter för stöd?” Tillvägagångsättet följde TACSI’s Radical Redesign approach som bygger på sju steg.

” HUR KAN VI FÅ FLER FAMILJER ATT HA ETT BRA LIV OCH FÄRRE FAMILJER ATT BEHÖVA VÄNDA SIG TILL MYNDIGHETER FÖR STÖD?”



1. *Uppstart* – vilket team kan bäst tackla problemet?
 2. *Titta och lyssna* – vad är en bra målsättning?
 3. *Skapa* – vilka idéer kan uppnå målsättningen?
 4. *Prototypa interaktioner* – vilka interaktioner främjar målsättningen?
 5. *Prototypa system* – vad stödjer nya interaktioner?
 6. *Värde* – vilket värde skapar lösningen?
 7. *Spridning* – hur kan lösningen växa och spridas?

Trivsel som målsättning

Ett team bestående av en socialarbetare, en designer och en sociolog gjorde etnografiska studier med 35 familjer, för att förstå deras vardag och liv samt för att definiera projektets målsättning. Målsättningen – att få familjer att trivas – valdes efter att man märkt att vissa familjer, trots stressiga liv, testade nya saker och satte mål för framtiden. Dessa familjer verkade ha ett tankesätt och beteende som man i nästa fas undersökte hur fler familjer kunde anamma.

Av alla idéer som togs fram och testades med familjer var det bara en som lockade familjerna: idén om att föra samman familjer med liknande erfarenheter för att göra saker tillsammans.

I 12 veckor, tillsammans med 20 familjer, försökte de utveckla konceptet Family by Family genom att testa vad som fungerade och inte. De satte upp familj-till-familj experiment och undersökte vilka upplevelser och aktiviteter som ledde till förändringar för olika familjer och hur lösningen skulle utformas för att vara inbjudande för familjer med behov.

Prototypa hållbara lösningar

Baserat på tidigare faser hade man sett vilket värde Family by Family skulle kunna erbjuda familjer som har det svårt. Utifrån detta värde försökte man bygga en affärsmodell så att Family by Family skulle kunna spridas, vilket man

gjorde med en affärsanalytiker. Tillsammans gjorde de prognoser, beräknade den samhällsekonomiska avkastningen på investeringar, gjorde investeringsförslag för myndigheter och andra finansiärer.

Framgången har varit stor och Family by Family har gått från en småskalig prototyp till en storskalig startup-verksamhet. Teamet på tre har växt till sju personer. Verksamheten har spridits från en plats till två och de har gått från att ha arbetat med 20 familjer i prototypen till att arbeta med nästan 70 familjer ett år senare. En oberoende utvärdering visar att 90 procent av familjerna i nätverket når sina mål.

www.familybyfamily.org.au | www.tacsi.org.au



Foto: Family by Family

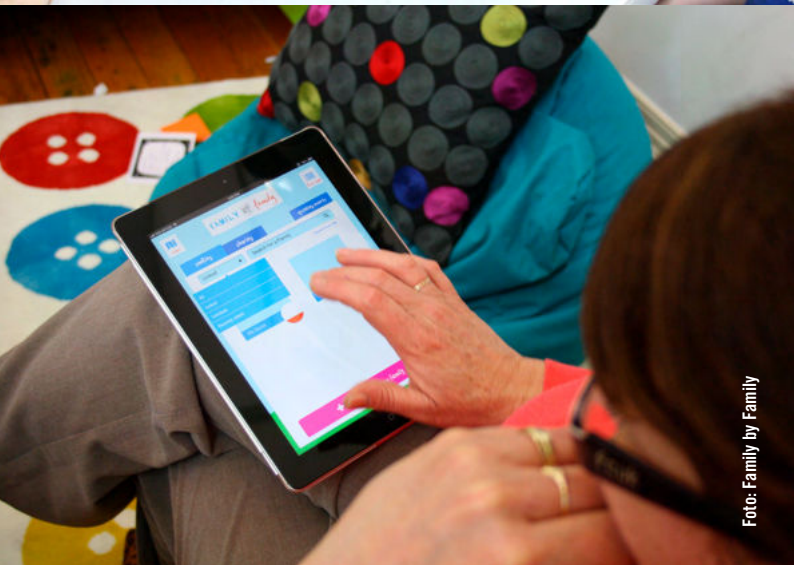


Foto: Family by Family

5. NEDSLAG FRANKRIKE: LA 27E RÉGION

FRANSK "DO-TANK" VILL MODERNISERA DEN REGIONALA FÖRVALTNINGEN

Foto: La 27e Région

De kallar sig ”do-tank” eftersom de tycker att görande ofta är en förutsättning för förståelse. De fungerar som en form av idé- eller designlabb för Frankrikes 26 regionala administrationer; de är helt enkelt den 27e regionen, vilket de också valt att kalla sig. Stéphane Vincent från franska icke-vinstdrivande organisationen La 27e Région berättar om sin organisation och hur de arbetar med ”Friendly Hacking”.

– Istället för att komma med färdiga lösningar vill vi försöka omformulera problem. Vår metod ”Friendly Hacking” innebär att vi sätter ihop ett multidisciplinärt team som flyttar in på den plats eller arbetsplats som behöver förändras. Tillsammans med de berörda arbetar vi i olika steg, under ett antal veckor, för att därefter föreslå förändringar, säger han.

27e Regionen startades av regionala och statliga tjänstemän med stort intresse för den offentliga sektorn. De kände dock alla att något behövde göras; att sektorn behövde moderniseras. De ville gärna arbeta tillsammans med landets 26 regionala förvaltningar, utan att dessa tjänstemän skulle se dem som motståndare eller fiender.

Något saknades

– Vi upplevde att det var något som saknades i den dagliga politiska och beslutsfattande vardagen. Det saknades tid



Stéphane Vincent, Foto: Lotta Solding

”

VI UPPLEVDE ATT DET VAR NÅGOT SOM
SAKNADES I DEN DAGLIGA POLITISKA OCH
BESLUTFATTANDE VARDAGEN. DET SAKNADES
TID OCH PLATS FÖR REFLEKTION. ”

och plats för reflektion. Det fanns inget utrymme för att ifrågasätta sättet som arbetet bedrivs på. Därför ville vi skapa något nytt; vi ville fylla en lucka, för vi kände att något saknades. Precis som Google har sitt Google-labb ville vi skapa ett labb för de regionala förvaltningarna, säger Stéphane Vincent.

Frågan de ställde sig som nystartade, för några år sedan, var hur de bäst skulle kunna förändra den offentliga sektorn. De insåg att det inte behövdes ännu en tankesmedja, utan snarare en ”do-tank”.

– Vi ville göra saker, ”hands on” och gärna även ”inhouse”, säger Stéphane Vincent.

En grundläggande tanke bakom ”Friendly Hacking” är att 27e Regionen sätter samman ett multidisciplinärt team som mer eller mindre flyttar in hos den myndighet eller på den arbetsplats som behöver förändras.

Under den första veckan ägnar de sig åt observation, de försöker förstå den plats de hamnat på; med andra ord en form av etnografiskt arbete. Så reser hela teamet hem, bearbetar sina intryck och dyker upp igen en tid senare för en andra intensiv vecka. Då handlar det i första hand om ”co-designing” (samproduktion), tester och att göra prototyper. Därefter tillbaka hem för att efter ett tag återvända för en tredje och avslutande arbetsvecka, som ägnas åt dokumentering samt att bygga scenarier och strategier. Totalt har det gått ungefär fyra-fem månader från start till mål.

Omformulera problem

– Fördelarna med detta arbetsätt, som vi kallar *Territoires en Résidences*, är att vi lyckats omformulera problem och ta fram prototyp-lösningar under en förhållandevis kort period. Ibland är det dock så att det sedan inte händer så mycket efter att vi lämnat platsen. Kanske slutar den lokale projektledaren eller engagemanget avtar av andra anledningar när lösningarna ska omsättas i praktiken. Vi har ofta också önskat oss mer tid och större möjligheter att stötta personalen på plats och för att kunna sprida mer av vårt kunnande kring design och sociala innovationer, säger Stéphane.

La Transfo

Sedan 2011 arbetar La 27e Région med en modell de kallar ”La Transfo”. Här har de försökt råda bot på just detta med svårigheterna att sprida kunskapen om social innovation och design. Istället för att dyka upp under tre intensiva och ”utspridda” veckor, skapar de ett innovationslabb ”inhouse” på den arbetsplats de arbetar med. Labbet blir ”inbäddat” i verksamheten under tio veckor i sträck. Under den tiden får 10-15 tjänstemän så mycket kunskap som möjligt om just social innovation och design, som därmed stannar i organisationen på ett säkrare sätt. En annan form av ”Friendly Hacking” helt enkelt.

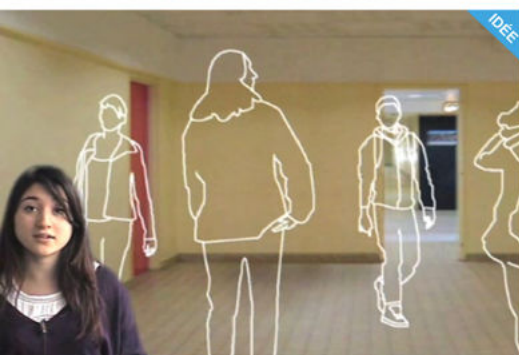
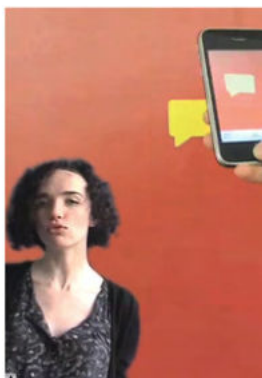
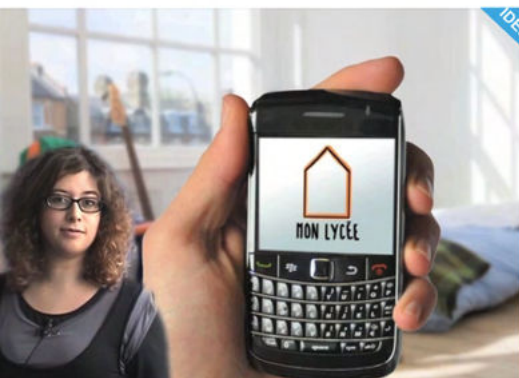


Nytt för 2014 är att 27e Regionen skapat något de kallar ”Re/acteur public”, där de riktar in sig på att arbeta mot högre administrativa utbildningar som exempelvis anrika ENA (Ecole Nationale de l’Administration). De har också startat åtta-nio innovationslabb för offentlig sektor samt arbetar med att dokumentera och publicera de fall/projekt de hittills arbetat med, i bokform. Verksamheten skalas upp och har nått en ny nivå.

– När det gäller framtiden för design och social innovation inom den offentliga sektorn tror jag att behoven generellt kommer att öka samtidigt som det kommer att finnas allt mindre pengar. Vi behöver också förändra vår vision av den offentliga sektorn. Dessutom tror jag att vi behöver mer ödmjukhet, mer resultatorienterad, multidisciplinär och engagerad in-housedesign, säger Stéphane och avslutar:

– Vi har också ett stort behov av alternativa kontrakt och avtal mellan det offentliga och näringslivet samt ett behov av nya affärsmodeller.

Läs mer: blog.la27eregion.fr (på franska)



MIND LAB

6. NEDSLAG DANMARK: MINDLAB OCH VIA DESIGN

DANSK DESIGN: FRÅN MÖBLER TILL SAMHÄLLS- FÖRÄNDRINGAR

Dansk design har sedan länge låtit höra tala om sig. För ett tiotal år sedan bestämde sig politiker och designbranschen för att bredda begreppet. I dag arbetar MindLab designdrivet åt tre ministerier och en kommun, i gott sällskap av designbyråer och konsultföretag som också arbetar med samhällsförändringar; alla med fokus på brukarnas eller medborgarnas bästa.

– Det fanns en relativt bred uppslutning kring den här satsningen. Politikerna ville lyfta och professionalisera branschen. Allt skedde i en tid med krav på besparingar i den offentliga sektorn, kombinerat med ökade krav från brukarna. Politikerna skulle leverera bättre service för mindre pengar och insåg att de måste ”göra något annat”. Att då ta utgångspunkt i brukarna eller medborgarna blev naturligt, säger Sune Kjems på designbyrån Via Design.

Sune menar att han, och många av hans kollegor med design- och konsultföretag, har haft god nytta och dragkraft av centralt placerade MindLab.

– De har varit goda ”front runners” och skapat bra storytelling, vilket i sin tur skapat förståelse för det arbete vi gör.

Tre ministerier och en kommun

MindLab fungerar som en ”intern konsultfunktion” och ägs av tre danska ministerier: Företags- och tillväxtministeriet, Arbetsmarknadsdepartementet och Undervisningsmi-

nisteriet samt från och med 2014 även Odense kommun.
Jakob Schjørring berättar mer:

– Vi är en resurs för toppcheferna hos våra fyra ägare, som alla är representerade i vår styrelse. Vi hjälper dem helt enkelt med deras viktigaste projekt. Just nu arbetar vi bland annat tillsammans med Undervisningsministeriet och hjälper dem att få igång arbetet med den Folkskolereform som precis genomförts i Danmark.

MindLab har 12 fast anställda personer och ett kontor som är centralt placerat i ministeriekvarteren i Köpenhamn. Två grundläggande principer, som alltid går igen i deras designarbete, är att de arbetar brukarcentrerat och iterativt, det vill säga prövande.



Brukarnas vardag

– Vi försöker hitta lösningar som kan fungera i brukarnas vardag och involverar brukarna i vårt arbete. Ett iterativt arbetssätt hjälper oss att snabbare pröva en ny framtid. Det stärker också ministerierna i deras arbete med att hitta de lösningar som ger mest effekt för pengarna. Dessutom bidrar designtänkandet med att hantera en del av den komplexitet som kännetecknar offentliga problemställningar, som ofta har många olika aktörer, säger Jakob.

För att exemplifiera berättar han om ett arbete de gjort tillsammans med Arbetskadestyrelsen, kring sjukersättning. Ersättningsprocesserna var helt transparenta, vilket brukarna, tvärtemot vad man trodde, upplevde som stressande.

– Att hela tiden få en mängd olika brev och meddelanden om vilka steg och kontakter som läkare, arbetsgivare och övriga tagit, upplevdes som stressande av brukarna, som inte riktigt visste vad de skulle göra med all information. En välment informationssatsning blev alltså en dålig brukarupplevelse, som dessutom var dyr, säger Jakob.

” VI FÖRSÖKER HITTA LÖSNINGAR SOM KAN FUNGERA I BRUKARNAS VARDAG OCH INVOLVERAR BRUKARNA I VÅRT ARBETE.”

Hur ser du på framtiden för ert arbete?

– Jag tror det kommer att bli mer vardag att arbeta designdrivet. Världen är så komplex och vi kommer att bli allt mer tvungna att pröva oss fram. Att analysera sig fram till den bästa lösningen tror jag inte kommer att fungera. Design är här för att stanna! Den demokratiska effekten av design ska inte heller underskattas.



Hur ser framtidens samhällslösningar ut?

– En trend vi ser nu är att mycket handlar om metoder: hur skapar vi välfärd och hur får vi effekt? Jag tror att vi kommer att få se mycket mer av samproduktion framöver. Offentliga myndigheter ska inte leverera välfärd, utan skapa den tillsammans med brukarna. Och för att nå dit är design en bra metod.

Vad är er roll i de här lösningarna?

– Det blir hela tiden fler och fler aktörer som vill vara med och prata och samarbeta. Det är ofta lätt att tro att man är överens, när sanningen snarare är att man talar förbi varandra. Här kan vi på MindLab ta fram och visa upp bra brukarhistorier, som blir konkreta och gemensamma referenspunkter att utgå från.

Vi återvänder till Sune Kjems på Via Design och ber honom berätta lite hur han ser på de danska kommunernas roll i dag.

– Förr såg sig många kommuner som myndigheter, medan allt fler numera arbetar som serviceorgan. Vi ser dessutom de första tecknen på en tredje roll: att vara en del av samhället. Kommunen vill vara en av flera aktörer som samarbetar för att skapa goda exempel. Många kommuner arbetar i dag med det som kallas ”city branding”. Flera mindre kommuner kämpar med att hitta nya sätt att behålla sina invånare, säger han.



” JAG TROR ATT DESIGN KAN LÖSA PROBLEM MER HOLISTISKT, ISTÄLLET FÖR ATT FLYTTA RUNT PROBLEM. MED DESIGN KAN VI SKAPA EN POSITIV FÖRÄNDRING.

”Designbyn” Kolding

Ett antal danska kommuner arbetar redan i dag långsiktigt och strategiskt med design, för att stärka sin innovationsförmåga och skapa ett hållbart samhälle. Bland dem märks Köpenhamn, Odense och Roskilde. Sune nämner även Kolding, som lanserar sig som ”Danmarks designby nr 1”. I samarbete med bland annat Designskolen Kolding arbetar de för att locka designintresserade människor till kommunen. De har också använt sig av design och designtänkande när de arbetat fram kommunens vision och framtidsplanering. På sin webbplats skriver de: ”Design ska vara det som tydligt skiljer Kolding från andra städer.”

– En kommun som försöker sig på verklig samproduktion är Fredensborgs kommun, som nu vill börja arbeta med radikal innovation. Det innebär att de vill arbeta med ”samutveckling”, där medborgarna står i centrum och politikerna är aktivt inblandade i processen. Om de lyckas skapa denna öppna miljö är det en mycket radikal förändring i förhållande till den myndighetskultur som råder i dag, säger Sune och avslutar:

– Jag tror att design kan lösa problem mer holistiskt, istället för att flytta runt problem. Med design kan vi skapa en positiv förändring.

Läs mer: www.mind-lab.dk | innovationsguiden.dk (Mind-Labs Innovationsguide)
www.viadesign.dk

7. EXEMPEL: SOCIAL INNOVATION LAB FOR KENT

REGIONALT INNOVATIONSLABB FOKUSERAR PÅ MEDBORGARNA



a novel in cartoons

Social Innovation Lab for Kent (SILK) är ett regionalt internt innovationslabb i Kent County Council, i Storbritannien. Syftet med labbet är att ta fram innovativa lösningar på samhällsutmaningar och skapa möjligheter att arbeta användarcentrerat inom den offentliga sektorn.

Labbet startade 2007 genom ett samarbete mellan tjänstedesignbyrån Engine och de lokala myndigheterna i Kent, som ett sätt att ”göra policy på ett annorlunda vis” och föra in nya discipliner i offentliga myndigheter. Deras fokus är att alltid utgå ifrån medborgarnas behov och ambitioner, inte de professionellas.

– Vi arbetar på samma sätt som människor lever; de ser ingenting genom silos utan tar ett holistiskt perspektiv på allt de gör. Det gör projekten mycket mer verkliga och relevanta, menar Emma Barrett, koordinatör på SILK.

De är tre stycken i kärnteamet: en person med bakgrund inom antropologi, en person som arbetat inom lokala myndigheter i 18 år och Emma som är ledare för labbets aktiviteter, med en bakgrund inom juridik, samhällsutveckling, utbildning och action-research. De arbetar också med ett lite bredare nätverk av specialister, som består av bland annat designers, filmare och forskare. Emma lyfter fram vikten av att ha designer med i nätverket, även om designkompetensen idag har utvecklas hos kärnteamet.



The

DEMENTIA

Diaries

BY



a novel in cartoons

– Designtänkande värdesätter och lyfter fram kommunikation samt olika former för hur man visuellt kan kommunicera, säger hon.

Utöver detta finns ett antal team-medlemmar med olika expertkunskaper som är anställda på ”projektbasis”.

Arbetar användarcentrerat

Emma berättar att de genomfört ett antal projekt där de arbetat med att öka den interna kapaciteten för att arbeta användarcentrerat, med varierande resultat. Hon säger att det är lättare att visa att det finns olika sätt att göra saker på, än att försöka lära människor nya arbetsätt. SILK försöker skapa tillfällen för offentliganställda att komma bort från vardagen och se saker från medborgarnas perspektiv, via olika projekt.

För närvarande är SILK-teamet inhysta hos ”Families and Social Care Strategic Commissioning Unit”. Tillsammans koordinerar de en stor satsning som går ut på att skapa ett demens-vänligt Kent. Genom detta team kan SILK utveckla relationer med tjänstemännen, för att på sikt bygga intern kapacitet och koppla ihop människor, så att de kan samarbeta och ”samproducera”.

I projektet har SILK tagit en ”community-approach” och fokuserar på att skapa medvetenhet, empati och förståelse för demens i samhället, för att människor med demens ska kunna fortsätta att ha ett bra liv utan att skämmas för sin diagnos.

– Vi började genom att resa runt i Kent och fråga människor som lever med demens: vilka är era behov och ambitioner samt hur kan vi komma dit, berättar Emma.

I arbetet med att utveckla demensinitiativet arbetar SILK tillsammans med organisationer och med olika platser och miljöer som människor med demens kommer i kontakt med i sin vardag (parker, sportcenters, konstgallerier, banker med mera). Medlemmar i SILK-teamet håller föreläsningar och leder workshops för att öka förståelsen för demens på dessa platser. De tacklar också det stigma som förknippas med demens, genom att arbeta med generationsöverskridande aktiviteter som exempelvis dans- och Ipad-projekt.

Dementia Diaries

SILK:s ”Dementia Diaries” är en bok som utvecklats tillsammans med unga människor vars mor-eller farföräldrar har demens. Boken håller som bäst på att utvecklas och förpackas till ett utbildningspaket för skolor och unga människor. Den används också för att utbilda läkare och sjuksköterskor.

Demensprojektet kommer att pågå till och med mars 2015, även om det är många inom myndigheten som efterfrågar SILK:s engagemang i ett antal andra projekt. De försöker istället stödja människor i organisationen att använda deras metodik samt att trycka på vikten av att involvera medborgaren i början av ett projekt och inte när det är dags att ”utforma lösningen”, vilket ofta är fallet.

” VI ARBETAR PÅ SAMMA SÄTT SOM MÄNNISKOR LEVER; DE SER INGENTING GENOM SILOS UTAN TAR ETT HOLISTISKT PERSPEKTIV PÅ ALLT DE GÖR. DET GÖR PROJEKTEN MYCKET MER VERKLIGA OCH RELEVANTA.”

– Vi har valt att bygga ett varumärke som förknippas med ärlighet. Vi arbetar småskaligt och snabbt med fokus på att göra vårt jobb väl, för att kunna demonstrera verklig förändring. Framförallt fokuserar vi på möjligheten att testa saker småskaligt med ”verkliga människor”, att undvika stora risker och istället pröva oss fram för att hitta rätt väg framåt, med människor som får det att fungera. Värt att notera är att vi dokumenterar alla processer som använder sig av den SILK-inspirerade metoden, så att andra människor ska kunna lära av och dela med sig av vad vi har gjort lokalt, säger Emma.

Läs mer: <http://socialinnovation.typepad.com/silk>

8. EXEMPEL: AMPLIFY

DESIGNSKOLA LYFTER FRAM HÅLLBARA VARDAGS- INNOVATIONER

Runt om i världens storstäder går människor ihop för att skapa hållbara vardagslösningar. Istället för att invänta färdiga koncept tar de saken i egna händer och formar bland annat gemensamma bilpooler, trädgårdar, förskolor eller kanske musikfestivaler. DESIS-labbet på designskolan Parsons, i New York, har arbetat med att synliggöra och stärka fenomenet på olika vis.

DESI-labbet är en nod för forskningsnätverket Design for social innovation and sustainability. Labbet lyder under Parsons The New School for Design i New York, en stad där projektet, som går under namnet Amplify, ”dammsugit” en del stadsdelar i jakten på dessa ”creative communities”.

– Projektet har formats utifrån vår kunskap om att många hållbara och sociala innovationer ofta är ganska osynliga. De dyker upp i lite otippade former och sammanhang runt om i världens städer; skapade av enskilda individer eller små själv-organiserade grupper som försöker förbättra sina liv och miljön genom att samarbeta, säger Eduardo Staszowski, chef för DESIS-labbet.

I stadsdelar som Manhattan, Brooklyn och Bronx har människor intervjuats och berättelser samlats in. Resultatet har sedan presenterats i bland annat filmer, workshops och utställningar. Liknande arbeten har genomförts i en del andra storstäder runt om i världen.

” PROJEKTET HAR FORMATS UTIFRÅN VÅR KUNSKAP OM ATT MÅNGA HÅLLBARA OCH SOCIALA INNOVATIONER OFTA ÄR GANSKA OSYNLIGA.”

Projektet Amplify vill:

- Hitta exempel på hur människor organiserat sina egna resurser för att skapa ett mer hållbart stadsliv.
- Lära sig hur man skapar fungerande alternativ till dagens utbud av kommersiella och offentliga tjänster.
- Försöka hjälpa och förenkla för dessa initiativ, via designdrivna lösningar.
- Visa för andra hur de kan skapa liknande egna alternativ.

Projektet lutar sig på forskning som gjorts runt om i världen de senaste åren när det gäller design för social innovation och hållbarhet. DESIS-forskarna kallar fenomenet för kreativ urban aktivism.

Läs mer: <http://amplifyingcreativecommunities.net>

owing more than 10



A photograph of a woman in a white lab coat using a hearing aid on an elderly man's ear. The image is overlaid with a red tint and white dotted lines that trace the contours of the people's faces and the hearing aid. The text is overlaid on the lower part of the image.

9. EXEMPEL: IDEO/UNIVERSAL EAR

MED DESIGN- TÄNKANDE SOM LEDSTJÄRNA

IDEO är ett stort globalt designföretag som ofta lyfts fram när det gäller design för social innovation. I sitt arbetssätt utgår de från begrepp som designtänkande och användarcentrerad design.

“Design thinking is a human-centered approach to innovation that draws from the designer’s toolkit to integrate the needs of people, the possibilities of technology, and the requirements for business success.”

Uttalandet ovan är Tim Browns, styrelseordförande och vd för IDEO. Lite mer utvecklat menar han att designtänkande, eller att tänka som en designer, sammanför det som är önskvärt ur ett mänskligt perspektiv med vad som är tekniskt möjligt och ekonomiskt hållbart. Begreppet tillåter också människor som inte är utbildade designer att använda kreativa verktyg för att möta en rad utmaningar.

IDEO arbetar med uppdrag från såväl offentlig sektor som näringsliv och har nio kontor världen över, i städer som New York, San Francisco, London, Tokyo och Singapore. De använder sin arbetsmetod för att designa både produkter och tjänster.

Designtänkande

När det gäller social innovation har IDEO arbetat med designtänkande kring uppdrag om utmaningar som rör bland annat fattigdom, hälsa, vatten och sanitet samt jämställdhet.

Ett av uppdragen som IDEO arbetat med går under namnet Universal Ear. Runt 400 miljoner människor över hela världen lider av olika grader av hörselskador. Dyr teknologi och komplexa distributionssystem sätter ofta käppar i hjulen och är anledningen till att allt för många inte får tillgång till rätt hjälpmedel, framför allt i utvecklingsländer.

För att möta detta problem ville det nystartade företaget Conversion Sound, med finansiellt stöd från the Rockefeller Foundation, för några år sedan erbjuda hörselundersökningar till en lägre kostnad än konkurrenterna, skapa en enklare distribution samt ta fram utrustning och produkter till rimliga priser. De valde att samarbeta med IDEO.

Indisk pilotstudie

För att få en bild av problemet reste IDEO till Indien, där de lärde sig massor om vad som krävs för att designa ett effektivt och fungerande system för hörselundersökningar i utvecklingsländer. En rad olika lösningar testades och pilotstudier gjordes, tillsammans med potentiella kunder och tekniker. Därefter levererade IDEO ett kit med olika exempel på hur en sådan här tjänst skulle kunna designas, inför en lansering av systemet i olika länder.

Slutresultatet blev en systemlösning som innehöll: detaljerade steg för hur själva hörselundersökningen skulle gå till (med möjlighet till lokal modifiering), en enkel programvara för att kunna utföra en hörselundersökning

med hjälp av exempelvis mobiltelefoner (programvaran utvecklad för att kunna förstås även av analfabeter) samt en handbok och en serviceguide för de tekniker som ska utföra undersökningarna.

IDEO har också, även detta tillsammans med the Rockefeller Foundation, tagit fram två handböcker, som ska underlätta för designföretag och den sociala sektorn att arbeta ihop. Böckerna finns nedladdningsbara på IDEO:s webbplats och heter: Design for Social Impact Guide: A How-To Guide och Design for Social Impact: Workbook.

Något som också finns nedladdningsbart på IDEO:s webbplats är deras Human-Centered Design Toolkit, framtaget för ideella organisationer och sociala företag som arbetar i utvecklingsländer.

Läs mer: www.ideo.com

A close-up portrait of a man with glasses, identified as Professor Pelle Ehn. The image is heavily overlaid with a semi-transparent red color. The background shows a blurred office or library setting with bookshelves.

10. INTERVJU: PROFESSOR PELLE EHN

**”DESIGN HAR
ALLTID HANDLAT
OM DET SOCIALA”**

Pelle Ehn har haft brukarorienterad design, teknologi samt demokrati-frågor i fokus sedan 1970-talet. I dag är han professor i interaktionsdesign vid Malmö högskola samt är också knuten till Designfakulteten och den nationella utbildningen av designforskare. Kopplingen mellan samhällsförändringar och design ser han som ständigt intressant, men långt ifrån ny.

– Att koppla ihop social förändring eller samhällsförändring med design är inte så nytt. Å ena sidan skulle man kunna säga att vi rört oss från produktdesign till tjänstedesign och social design. Å andra sidan har design alltid handlat om det sociala. Fokus har kanske flyttats från saker till tjänster, men demokrati och deltagande är inte nya frågor för design. Det har eventuellt varit tillbakatryckta och inte alltid lika tydligt uttryckta, men det är inte nya, säger han.

Pelle Ehns karriär och forskarbana inleddes på 1970-talet med frågor som handlade om hur teknologi skulle designas på arbetsplatser och de anställdas inflytande över detta. I dag undervisar han i interaktionsdesign, som enkelt uttryckt handlar om hur teknik kan utformas så att samspelet mellan teknik och människor fungerar så smidigt som möjligt.

När Pelle Ehn beskriver designhistorien i korta ordalag menar han att fokus inom design har flyttats från att se

själva designobjektet som något avskalad och isolerat, till att i dag vara något som finns i ett sammanhang och involverar många aktörer.

När han jämför dagens sociala design med klassisk design, som att designa exempelvis en soffa, så menar han att de båda består av såväl form, design, teknik som funktion. Men att detta inte kan reduceras till egenskaper hos det designade objektet.

– Det handlar snarare om samspelet mellan vad vi gör och hur det som designats gör detta möjligt. Oavsett om det handlar om en soffa eller en social förändring.

Hur ska dagens designer vara rustad för att hantera detta?

– En designer ska dels vara ödmjuk och lyhörd som person, för att kunna samverka med olika aktörer. Dels gäller det att kunna utnyttja sin gestaltande kompetens genom att tillsammans med andra skissa, prototypa och visualisera för att visa på flera olika möjligheter och öka handlingsutrymmet. Det gäller att kunna hantera en komplex situation och att kunna se det komplexa som en tillgång.

Hur når vi dit?

– Just nu sker det spännande förändringar på våra designskolor. De blir bättre och bättre på att hantera mer och mer komplexa problemsituationer, där det sociala och det materiella smälter samman. Utöver detta så behöver vi

bli mycket bättre på att förklara vad design handlar om. Vi behöver fler historier och fler goda exempel! Ett av de viktigaste designmaterialen är nämligen just historier.

Hur gör vi design för social innovation mer långsiktig?

– Att arbeta långsiktigt är en jätteutmaning för designer. Vi måste skapa förutsättningar för att människor i högre grad kan påverka sina villkor. Vi måste skapa plattformar och skapa rörelse, så att olika aktörer kan kopplas samman. Vi behöver skapa nätverk underifrån, bestående av olika aktörer. Design måste bli en del av en ny folkrörelse! Hur kan olika aktörer komma samman och hur kan vi bli mer kompetenta att ta detta vidare och bygga nya allianser?

– Vi behöver också ställa miljömässiga och medborgerliga krav och fundera över hur en designer kan vara en del av detta. Det är ju till exempel en enormt spännande utmaning att förändra den offentliga sektorn i mer designmässig riktning.

Vems frågor ska en designer lyfta?


– Här finns det olika perspektiv och det har sett olika ut över tid. Allt från att lyfta och ta ställning för de svagare till att skapa förutsättningar för att så många som möjligt får ge uttryck för sina röster. I dag handlar det ofta om att vara en del av skapandet av nya offentligheter. Människor kan i dag uttrycka sig via sociala medier eller så kallade

”maker-spaces”, som Stpln i Malmö. Kreativa mötesplatser där användarna själva sätter agendan och står för innehållet.

En tillbakablick

Vi gör slutligen en tillbakablick och pratar om modernismens designer, som var verksamma från 1930-talet och framåt. De som var besjälade av tanken att ”skapa en vackrare vardag för de många människorna”, där design sågs som en tjänst för folket.

– Men den här satsningen gick ju egentligen åt skogen. Den försökte vara folklig men kom att bli elitär; designer blev ”smakens poliser”. Det var borgerskapet som anammade funktionalismen, ”den vita stilen”, och såg till att omge sig med de möbler och saker som i dag är samlarobjekt. Nu hoppas jag att den läxan är lärd och att det går att hitta andra sätt att göra människor delaktiga. Vi måste ställa oss frågan vad det är för vardag vi vill ha, vi måste arbeta med co-design eller participativ design och konstant arbeta tillsammans med dem som berörs av en design; de måste vara delaktiga i processen. Ytterst handlar social design i dag om att bidra till mångfald och demokratis vitalisering.

A middle-aged man with short grey hair and glasses is sitting on a red sofa. He is wearing a dark, long-sleeved sweater. Behind him is a large wooden bookshelf filled with books. The room has light-colored walls and a window with blinds. The lighting is warm and indoor.

” JUST NU SKER DET SPÄNNANDE
FÖRÄNDRINGAR PÅ VÅRA DESIGNSKOLOR.
DE BLIR BÄTTRE OCH BÄTTRE PÅ ATT
HANTERA MER OCH MER KOMPLEXA
PROBLEMSITUATIONER, DÄR DET SOCIALA
OCH DET MATERIELLA SMÄLTER SAMMAN.

A close-up portrait of Bruno Taylor, a man with dark hair and a beard, looking directly at the camera. The image is overlaid with a semi-transparent pink filter. The text is positioned in the lower-left quadrant of the image.

11. INTERVJU OCH EXEMPEL:
BRUNO TAYLOR, REPRESENT

BRITTISK DESIGNER MED FOKUS PÅ SOCIALA INNOVATIONER

Bruno Taylor tröttnade på att överlämna designdrivna lösningsförslag till olika uppdragsgivare, utan att veta om hans idéer skulle genomföras eller inte. För att kunna arbeta mer långsiktigt med sina idéer startade han eget och driver i dag företaget Represent i London.

– Istället för att överlämna min designlösning i någon annans händer utvecklar jag och mina kollegor en helt egen tjänst, som vi sedan driver och förvaltar, allt igenom designdrivet och med ett långsiktigt perspektiv, säger Bruno Taylor.

Hans företag Represent håller på att ta fram en social och digital plattform som ska underlätta för unga människor att ta sig in på den brittiska arbetsmarknaden. Bruno Taylor beskriver tjänsten som ett slags LinkedIn för unga. Tanken är att användarna enkelt ska kunna presentera sina livserfarenheter och personliga bedrifter via foton, filmer och andra dokument, för att hitta nya karriärmöjligheter.

RSA Academy är en skola i West Midlands, som har ingått i Represents pilotarbete av den nya sociala plattformen som ska hjälpa unga människor in i yrkeslivet. Matthew Carpenter, är anställd på skolan och har varit engagerad i utvecklingsarbetet.

– På RSA Academy vill vi stötta våra elever så att de ska kunna bli hälsosamma, socialt ansvarstagande, globala

och anställningsbara. Detta är värderingar vi delar med Represent och därför var det var lätt att välja att samarbeta med dem. Många av våra elever kommer från knappa ekonomiska förhållanden och har ofta låga förväntningar på arbetsmarknaden. Represent ger oss en möjlighet att hjälpa våra elever att engagera sig och höja sina ambitioner, säger Matthew Carpenter.

Berätta kort om vad har ni gjort tillsammans!

– Några av våra elever har varit pilotanvändare av Represent och gett feedback på utvecklingen av tjänsten. Vi har bland annat tittat på elevernas engagemang och det har varit särskilt intressant att se hur engagemanget ser ut i olika åldersgrupper och vilken roll elevernas bakgrund spelar.



Vad har varit det bästa med projektet, vilken skillnad har Represent gjort för er och era elever?

– Det vi hittills har gjort är i ett mycket tidigt skede av utvecklingen, så det är svårt att svara på. Det jag kan säga är att samarbetet har gjort våra elever medvetna om nya karriärmöjligheter. De har också varit stolta över att de har fått möjlighet att vara med och påverka utvecklingen av Represent. För mig personligen har samarbetet inneburit att jag fått upp ögonen för ett mer design-fokuserat angreppssätt när det gäller problemlösning. Att inte få allt vi gör att passa in i en utprövad modell, utan att snarare se hur vi kan re-designa system för att nå våra mål.

Hur gamla är eleverna som varit involverade och vilka är deras reaktioner?

– De är 11–18 år gamla. Projektet har fått våra elever att tänka på hur saker de gör i dag kan påverka deras framtid, något som inte var uppenbart eller tydligt för dem innan.

Kommer ni att fortsätta arbeta med Represent?

– Absolut, plattformen har stor potential.

Represent består, när denna intervju genomförs i februari 2014, av Bruno själv på heltid, en teknisk utvecklare på heltid samt en designer på deltid. Vi pratar vidare med Bruno kring svårigheterna och möjligheterna att förändra långsiktigt med hjälp av design.

Vilka är svårigheterna med att anlita en designkonsult för att genomföra sociala innovationer?

– Problemen uppstår ofta när jag som designer väl levererat mina lösningsförslag. Vad händer sedan? Vem ser till att utföra de lösningar som vi föreslagit? Hur skapar vi lösningar som blir långsiktiga och hur kan jag veta att de lösningsförslag jag lämnar verkligen blir hållbara sociala innovationer?

Vad är det som gör att ”luften ofta går ur” när konsulten drar sig tillbaka?

– Jag tror det kan bero på att många av våra offentliga organisationer inte är beredda att ändra på sina organisationsmodeller för att genomföra de designdrivna lösningar vi föreslår. Designlösningar är inte kompatibla med merparten av dagens organisationer och myndigheter, som inte är tillräckligt flexibla.

Vad kan design eller ett designdrivet arbetssätt tillföra arbetet med sociala innovationer?

– Jag tror att en designer verkligen vill förstå problemet bakom en utmaning. Och då menar jag förstå problemet såväl känslomässigt som mänskligt. En designers sätt att arbeta ska tillföra inspiration och ge nya perspektiv.

Hur fungerar en designprocess?

– En designer är inte rädd och är alltid beredd att ta risker. En designprocess handlar om att testa, testa och testa igen. Sen gäller det att vara noga med att det inte är uteslutande professionella designer vi pratar om, utan självklart även kreativa personer i allmänhet. Designprocesser leder ofta till lösningar som du kanske inte hade tänkt på innan. Design ger ett mänskligt perspektiv till problemet.

Vad tror du om framtiden för Represent?

– Vi vill skapa ett konkurrenskraftigt företag med ett socialt syfte. Vi vill hjälpa unga människor, oavsett bakgrund, att få tillgång till meningsfulla arbetsmöjligheter. Vi vill bli långsiktigt hållbara, både ekonomiskt och socialt.

Läs mer: <http://thisisrepresent.com>

” EN DESIGNER ÄR INTE RÄDD OCH ÄR ALLTID BEREDD ATT TA RISKER. EN DESIGNPROCESS HANDLAR OM ATT TESTA, TESTA OCH TESTA IGEN.



12. EXEMPEL: TELGE HOVSJÖ

DESIGN SOM MODELL FÖR ATT SPRIDA KUNSKAP

Telge Hovsjö är fastighetsbolaget som bestämde sig för att utveckla Hovsjö, en del av Södertälje som länge setts som ett problemområde. Satsningen har präglats av samarbete: allt har gjorts tillsammans med Hovsjöborna, föreningslivet, intresseorganisationer och myndigheter. När arbetet nu ska skalas upp, pekar mycket på att design kommer att användas för att beskriva Telge Hovsjös arbetssätt.

– Vi har ett sätt att jobba där vi prövar oss fram. Det handlar om att låta saker leva: att förstärka det som går bra och dra ned på det som går dåligt. Som jag ser det handlar det om social mobilisering, att skapa en rörelse och få saker att hända, säger Telge Hovsjös vd Patrik Derk.

Flera personer har sagt till Patrik att utvecklingen i Hovsjö till viss del kommit att personifieras av honom själv. Och att det nu, för att ta arbetet till nästa nivå, gäller att förpacka ”tänket” för att kunna skala upp verksamheten.


– Vi har ett lite annorlunda tänk jämfört med många andra fastighetsbolag och nu vill vi föra det vidare, berätta hur vi tänker och arbetar. Här går våra funderingar till design, som vi tror skulle kunna fungera bra för att paketera våra tankar, säger Patrik och förklarar vidare:

– Vi tänker helhet och vi har ett öppet arbetssätt. Det handlar också om att skapa en kultur där människor vågar säga vad de tycker; det handlar om att skapa tillit. För att

kunna förändra och få med andra på tåget krävs dessutom lite muskler. Den eller de som ska förändra, behöver makt och möjligheter att utföra sina idéer.

Patrik berättar att en av hans deviser är att ”springa fort och göra bra”.

– Det gäller att göra det du tror på och att göra det tillräckligt snabbt och tillräckligt bra, då är det ingen som stoppar dig. Och när du gjort tillräckligt många bra saker

A close-up portrait of Patrik Derk, a middle-aged man with light brown hair and blue eyes, smiling warmly. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored checkered shirt. The background is a plain, light color.

” FÖR MIG ÄR DET SKAPANDET SOM ÄR DRIVKRAFTEN. DET ÄR OTROLIGT ROLIGT ATT FÅ VARA EN DEL AV DETTA OCH SE FÖRÄNDRINGAR SKE.”

så får du lite friutrymme. Det gäller också att orka stå kvar, att vara långsiktig. Samtidigt tror jag att det går att göra det vi gjort lite snabbare. Därför behöver vi nu sätta oss ned och ”designa” det vi gjort.

Bolaget Telge Hovsjö bildades 2005-2006. Patrik Derk kom in i bilden 2007, direkt från skolans värld. Med ett förflutet som lärare och rektor, på Ronnaskolan i Södertälje, kom han in med en lite annorlunda blick i bolaget. Läget i Hovsjö var vid den här tidpunkten ganska uppgivet. Många unga människor var frustrerade, bilar brann och Hovsjö var en plats som många ville lämna och få självmant sökte sig till.

– Jag tog med mig många verktyg från skolans värld. En hel del av de här ungdomarna kände jag ju igen från min tid inom skolan. Jag visste att det inte fungerade att sätta hårt mot hårt, utan bestämde mig tidigt för att samarbete var modellen. Ganska omgående startade vi Hovsjösommar.

Unga får sommarjobb

Hovsjösommar engagerar varje år ungefär 150 ungdomar och knappt 15 arbetsledare, som alla anställs och får sommarjobb. Det är en långsiktig satsning som involverar Hovsjös unga för att hålla området snyggt.

– Hovsjösommar genomförs i år för åttonde gången och sammanlagt har vi nått över 1 000 ungdomar. Dessutom har vi därmed nått även deras familjer och satsningen har

blivit lite av en ”snackis”. Det handlar om att få människor att tro på framtiden och känna stolthet, säger Patrik Derk.

Hovsjö Hub är en annan av bolagets satsningar, ett center i form av en fysisk byggnad som rymmer satsningar på arbete, utbildning och nyföretagande under samma tak. Telge Hovsjö satsar också på portvakter. Tio personer utbildades under 2013 i såväl lokalvård som service. I början av januari 2014 påbörjade de sina anställningar som portvakter inom Telge Hovsjö.

Nya arbetstillfällen

Denna idé har sin upprinnelse i en kundundersökning, där det framkom att många av Telge Hovsjös hyresgäster var missnöjda med städningen. Via portvakterna skapas nya arbetstillfällen i Hovsjö, samtidigt som förhoppningen är att gårdar och trapphus ska bli renare och mer trivsamma.

En av Patriks tankar i arbetet med att rusta upp Hovsjö har varit att skapa förbilder. Han nämner två av dem: Natalie och Katrin, som är uppvuxna i området. Båda två har varit engagerade i Hovsjösommar, mot slutet som arbetsledare. Katrin har utbildat sig till lärare och arbetar i dag i Hovsjö. Nathalie har gått på KTH och är i dag fast anställd på Telge Hovsjö som förvaltare.

– Natalie har i dag egen makt och möjligheter att förändra Hovsjö. Det sänder extrema signaler och påverkar oerhört mycket. Vi har löpt linan ut och varit långsiktiga, säger Patrik.

Vilken är din drivkraft i allt detta?

– För mig är det skapandet som är drivkraften. Det är otroligt roligt att få vara en del av detta och se förändringar ske. Att skapa social förändring är häftigt! Om man får vara med och komma ut på andra sidan, så orkar man jobba med svåra saker. Och nu hoppas jag att vi, med hjälp av design kan skala upp vår arbetsmodell, så att det även kan hjälpa andra. Varje plats och varje satsning är unik. Därför måste man börja varje satsning utifrån just den platsens styrkor och svagheter. Sen gäller det att våga tro på det man gör och att därefter verkligen göra det man tror på.

Läs mer: <http://www.telge.se/TelgeHovsjo>



13. EXEMPEL: FÖRSÄKRINGSKASSAN/
TRANSFORMATOR DESIGN

**KUNDDRIVET
SAMARBETE
FÖRENKLADE
FÖRÄLDRA-
FÖRSÄKRINGEN**

Målet var att göra Försäkringskassan enklare för alla föräldrar. För att nå dit valde Försäkringskassan att samarbeta med Transformator Design och att involvera sina kunder, det vill säga föräldrarna. Resultatet blev en rad olika förändringar och lösningar, bland annat en mobil-app för ansökan om vård av sjukt barn (vab).

– Vi ville öka antalet användare på vår webbplats och få fler att ansöka elektroniskt om föräldrapenning och tillfällig föräldrapenning. För att nå det målet kände vi att vi behövde gå ut och involvera kunderna, säger Lena Glennert, Marknadsansvarig Kundcenter/Självbetjäning på Försäkringskassan i Sverige.

Signalerna var många om att landets föräldrar upplevde föräldraförsäkringen som krånglig. För att öka förtroendet för Försäkringskassan och föräldraförsäkringen, valde Lena Glennert och hennes kollegor att samarbeta med Transformator Design.

– Det vi gör är helt kanal- och lösningsoberoende, vilket det finns en enorm styrka i. Hade Försäkringskassan till exempel sagt att de bara ville ha en mobil-app, hade de troligen gått till någon annan. När det gäller att lösa förtroendefrågor är det viktigt att arbeta på hög och strategisk nivå, för att hitta de verkliga orsakerna till problemet, säger Daniel Ewerman, vd på Transformator Design.

Samarbetet mellan Försäkringskassan och Transformator Design inleddes 2011 och genomfördes i vad Daniel kallar ”tre loopar”.

– Vi tog fram ett material som triggat berättande, som växte fram steg för steg. 110 föräldrar var involverade i arbetet. Mellan varje loop genomförde vi workshops med Försäkringskassans personal, för att förankra det vi gjort hittills och för att sätta igång arbetsströmmar inom Försäkringskassan. Det kunde till exempel vara frågor som: Är de förslag vi kommer med genomförbara på ett legalt plan? Finns det en it-plattform som klarar de önskade förändringarna, berättar Daniel.

Nöjd med processen

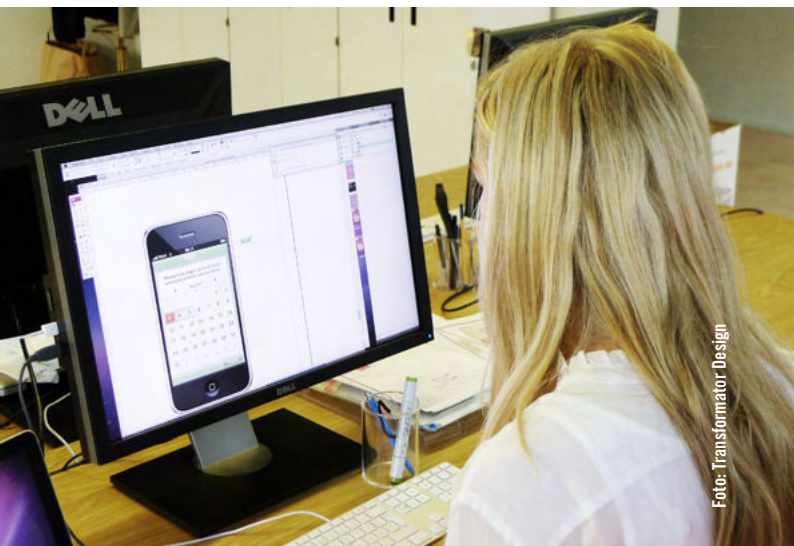
Gunilla Dyrhage är verksamhetsområdeschef för självbetjäning på Försäkringskassan. Hon är nöjd med processen och dess resultat:

– Det som varit unikt för oss är att vi haft kunderna med oss på hela resan. Från att vi identifierade problemen, till en djupare kundinsikt, via idégenereringar till olika lösningar och koncept, som vi itererat tillsammans med kunderna, flera gånger. Att vi hade så många kunditerationer har varit otroligt värdefullt, säger hon och fortsätter:

– Baserat på de kundinsikter vi fått under processen har vi tagit fram olika koncept, testat dem, gått tillbaka och skruvat på dem ytterligare och så testat igen. Förslagen har

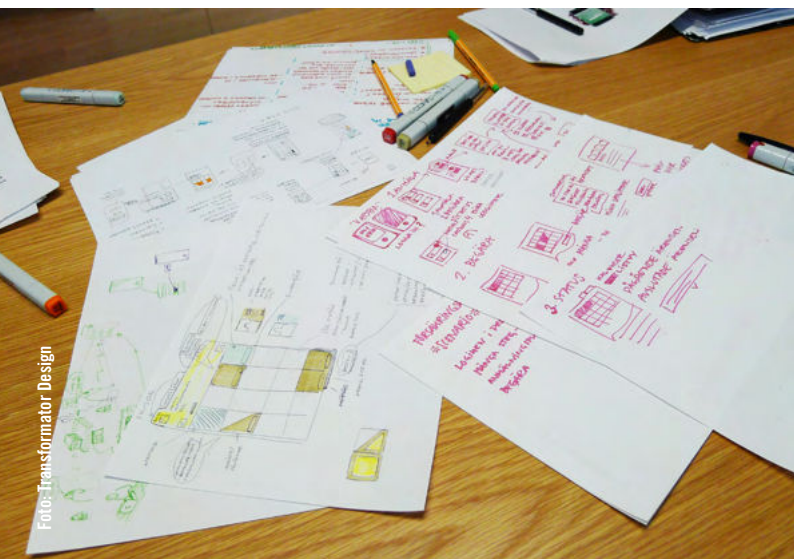
därmed blivit djupt förankrade och vi känner att vi fått en stor insikt om hur kunderna skulle vilja att det fungerar. Bland de föreslagna förändringarna ingick bland annat att ta bort "dagisintyget", som alla föräldrar var tvungna att få underskriven och därefter posta till Försäkringskassan. Denna rutin är helt borttagen i dag. Generell planeringshjälp gavs också samt att en app för vab-ansökan tagits fram.

Sedan appen lanserades och "dagisintyget" togs bort har graden av självbetjäning hos Försäkringskassan ökat från 62 till 78 procent. 22 procent av alla vab-ansökningar görs via mobilen, alltså via den nya appen. Appen har laddats ned 600 000 gånger, varav 200 000 gånger under de första tre månaderna.



Vad är det som driver dig, Daniel Ewerman, att jobba med förändringsprocesser som den med Försäkringskassan?

– Jag har ställt mig frågan: Var kan jag göra mest nyttig påverkan? Var kan jag förbättra så mycket som möjligt för människor med det jag gör och kan? Försäkringskassan, och föräldraförsäkringen som i det här exemplet, berör så otroligt många människor som är i underläge gentemot Försäkringskassan. Om jag och mina kollegor kan rätta till det och förbättra för människor så känns det bra.



” JAG HAR STÄLLT MIG FRÅGAN: VAR KAN JAG GÖRA MEST NYTTIG PÅVERKAN? VAR KAN JAG FÖRBÄTTRA SÅ MYCKET SOM MÖJLIGT FÖR MÄNNISKOR MED DET JAG GÖR OCH KAN?”

Hur kan design användas i ännu större utsträckning för att förbättra offentlig sektor?

– Dels behöver upphandlingsformerna ses över. Upphandlingar tar i dag inte hänsyn till kvalitet, innovativt tänkande och mänskliga aspekter. Dels behövs förändringar på policynivå. Något som är positivt är att många goda exempel nu börjar sprida sig, vilket kan inspirera andra att följa efter. Jag tror att vi är på rätt väg och att det framöver kommer att gå i en rasande fart. Förtroendefrågor är viktiga och det går upp för allt fler att de traditionella metoderna inte längre fungerar, utan att det gäller att se på nya sätt. Det blir allt mer självklart att arbeta kunddrivet och medborgardrivet.

Läs mer om samarbetet mellan Försäkringskassan och Transformator Design på:
www.transformatordesign.se

14. EXEMPEL: TESTBÄDD MALMÖ STAD

INNOVATIVA IDÉER UTVECKLAR ÄLDREOMSORGEN

Malmö stad ville förbättra sin äldreomsorg och tänka i nya banor. Därför ansökte de om att göra en förstudie för att kunna etablera en testbädd. Förstudien föll väl ut och nu fungerar testbädden som projekt fram till 2016, med förhoppningar om en permanent verksamhet på sikt.

– En testbädd är ett nytt och innovativt sätt att utveckla hemtjänsten och äldreomsorgen. Vi gör detta för att vi vill öka kvaliteten, utifrån brukarens behov, säger Jaklina Strand, utrednings- och utvecklingssekreterare på Malmö stad.

Vad har designperspektivet tillfört?

– Design har fört processen framåt. Vi har fått ett annat perspektiv på vårt ofta rätt linjära system. Med fokus på användarna har vi fått fram olika lösningar. Vi har också hela tiden omformulerat våra problem, vilket varit nyttigt. Att sedan få problemen visualiserade och att inte göra allt så ”fyrkantigt” har varit värdefullt, säger Jaklina Strand och fortsätter:

– Det finns styrkor inom såväl den kommunala världen som inom design och testbädden visar att de båda kulturerna kan mötas. Genom olika möten har vi skapat utrymme för båda. Den kommunala världen är skattefinansierad, lagstyrd och politisk. Här finns en annan kultur än

inom den mer tillåtande designvärlden. Testbädden är en form för att våga testa, pröva och misslyckas. Här får vi tänka nytt och annorlunda.

Samarbete med högskolan

Förstudien genomfördes i samarbete mellan Malmö stad och Malmö högskola, med medfinansiering från VINNOVA. Frågan som sökte sitt svar var: går det att utveckla och etablera en testbädd för äldreomsorg inom Malmö stad? Svaret blev: Ja, dessa förutsättningar finns! Samarbetet mellan staden och högskolan löper även in i pilotprojektet.

– Vi har haft användarna med i hela processen, vilket varit viktigt. Vi vill fokusera på deras behov och vad de anser behöver utvecklas. I testbädden ser vi hur vi kan skapa möten mellan deras behov och olika innovativa lösningar. Vi kopplar ihop olika aktörer: brukare, anhöriga, medborgare, näringsliv, föreningsliv, forskare och personal inom äldreomsorgen, och försöker skapa samverkan mellan dem, säger Jaklina Strand.

Under förstudien arrangerade Malmö stad bland annat ett antal fokusgrupper för anhöriga, brukare och personal. En behovsinventering gjordes och olika problemområden kunde ringas in. Många efterlyste till exempel mer social samvaro. Till en stor workshop med ett åttio-tal deltagare sammanställdes ett antal brukarhistorier.

Viktiga berättelser

– Att levandegöra berättelser är typiskt för design. Berättelserna fyllde en stor funktion på vår workshop, där vi sammanförde en mängd olika aktörer och förde in historierna som exempel på olika behov. Därefter diskuterade vi olika möjliga lösningar och kunde identifiera ett antal behovsområden, säger Per-Anders Hillgren, lektor i interaktionsdesign vid Malmö högskola.

Per-Anders Hillgren berättar också att det kom fram många förslag på sociala innovationer under workshopen. Ett förslag var att hitta olika former för äldre att hjälpa andra äldre. Ett annat handlade om att utveckla ett personligt larm och ett tredje om översättnings-appar. Ett antal av dessa idéer har nu följts upp inom testbäddsprojektet. Nya nätverk har också bildats.

Dataspel för äldre

En annan idé som det arbetas på inom testbädden är att försöka utveckla dataspel för äldre, utifrån deras kognitiva förmåga.

– Det saknas spel för denna målgrupp och nu har vi inlett ett samarbete med spelforskaren Jeanette Eriksson på Malmö högskola. Tillsammans ska vi testa olika speltyper på några av våra dagverksamheter och se vad det finns intresse för. Nästa steg är att utveckla spel tillsammans

med brukarna och att också låta personalen testa spelen och prova att använda läsplattor. En student ska utveckla ett konkret spel som ett examensarbete, vilket gör att vår verksamhet får en direkt koppling till utbildning, säger Jaklina Strand.

Per-Anders Hillgren berättar om ytterligare en koppling till Malmö högskola, nämligen den att 20 studenter ska utveckla ett koncept inom tjänstedesign, utifrån de behovsområden som kommit fram inom testbädden.



Jaklina Strand, Foto: Peter Kroon



Per-Anders Hillgren, Foto: Lotta Solding

– Allt sker i nära samarbete med äldreomsorgen. Utifrån behov, utmaningar, brukarna och personalen ska studenterna utveckla förslag på ett antal nya tjänster, varav ett flertal kommer att vara kopplade till någon form av digital plattform, säger Per-Anders Hillgren.

Goda exempel

Det som också sker inom testbädden är att så många goda exempel som möjligt fångas upp och lyfts fram. De som arbetar med testbädden försöker också identifiera vilket motstånd olika förslag möter, så att de vet vilka hinder och utmaningar som finns.

– Nu försöker vi se var testbäddsprojektet kan hjälpa till och vilket stöd som behövs. På flera håll testar vi olika former av stöd och bygger successivt upp testbädden; småskaligt prövar och utvecklar vi nya metoder. Vi testar, värderar, omvärderar och utvecklar, hela tiden med Malmös äldre i fokus, säger Jaklina och tillägger avslutningsvis:

– Vi bygger också upp nya arbetsrelationer, kompetenser och nätverk. Vi söker nya idéer och lösningar och vill gärna ha ett nära samarbete med näringslivet. Alla lösningar ska bidra till att öka kvaliteten inom vård och omsorg av våra äldre och stärka tryggheten i det egna hemmet.

**” VI TESTAR, VÄRDERAR, OMVÄRDERAR
OCH UTVECKLAR, HELA TIDEN MED
MALMÖS ÄLDRE I FOKUS.”**

15. INTERVJUER

2 SNABBA FRÅGOR TILL...





... EDUARDO STASZOWSKI

1. Vad kan och bör design omfatta?

– Utöver att designa specifika lösningar kan design skapa relationer mellan olika aktörer. Design kan skapa nya forum och skapa nya politiska möjligheter. Jag tror att vi ska börja se människor som medproducenter och partners. Jag tror också att designer kan medla och stödja beslutsfattande. Designprocessens biprodukter kan vara precis lika användbara som själva slutprodukten.

2. Hur ser framtiden ut för design och social innovation?

– Jag tror att vi i framtiden behöver vara mer gränsöverskridande och flervetenskapliga, för att kunna förstå och sätta oss in i allt mer komplexa utmaningar. Det gäller också att vara ödmjuk och utrustad med en stor dos empati. Vi behöver hitta vägar att bli förstådda och lära oss hur vi engagerar oss i och tillsammans med andra människor och intressegrupper. Här gäller det att vi som designer utvecklar vår kunskap och våra verktyg, annars kommer vi att bli ignorerade. I det stora tror jag att design och designer behöver förflytta sig från själva problemen till att delta allt mer i beslutsfattandet.

Eduardo Staszowski undervisar i design vid Parsons The New School for Design i New York. Här leder han också DESIS-labbet, som är en nod i det ledande forskningsnätverket DESIS (Design for social innovation and sustainability) och utforskar gränslandet mellan design, social innovation och offentliga tjänster.

” **DESIGN KAN SKAPA NYA FORUM OCH SKAPA NYA POLITISKA MÖJLIGHETER. JAG TROR ATT VI SKA BÖRJA SE MÄNNISKOR SOM MEDPRODUCENTER OCH PARTNERS.** ”

... LUCY KIMBELL

1. Vilka viktiga frågor är relevanta för design i dag?

– Två saker håller på att hända. Å ena sidan arbetar många designers inom ett utvidgat fält, där de kommer i kontakt med komplexa kollektiva utmaningar. Å andra sidan utforskar människor inom politik och näringsliv hur design-baserade metoder kan hjälpa dem att förstå och engagera människor att hitta lösningar på dessa utmaningar och frågor.

– Nästan allt är numera ett ämne för designers och kan betraktas genom ett designperspektiv. Vi kan se exempel på detta genom det stora antal projekt och företag som använder designmetoder för att hantera bland annat problemfamiljer, social omsorg för vuxna och äldre, hälsa och välbefinnande, gemenskap och delaktighet, utbildning, internationell utveckling samt fred och säkerhet.

2. Vad kan och bör omfattningen av design vara?

– Jag tycker att design ska bli tydligare när det gäller ansvar och styrning samt även när det gäller de ofta naiva gränserna för deltagandeprocesser. Designpraktiker och designforskare behöver också hitta nya sätt att förklara vad design är och gör inom ramen för social innovation. Jag hoppas att framtiden innebär en närmare koppling

A close-up portrait of Lucy Kimbell, a woman with short, light-colored hair and blue eyes, looking directly at the camera with a slight smile. She is wearing a dark top and small hoop earrings. The background is a neutral, light gray.

” NÄSTAN ALLT ÄR NUMERA ETT ÄMNE
FÖR DESIGNER OCH KAN BETRAKTAS
GENOM ETT DESIGNPERSPEKTIV.”

Lucy Kimbell

mellan forskning och praktik, så att det finns möjligheter även för utövare att ta ett steg tillbaka och reflektera över vad de gör och vilka vidare konsekvenser och betydelser detta har.

Lucy Kimbell är en designer, forskare och lärare som arbetar i skärningspunkten mellan design, ledarskap och samhällsvetenskap. Hon utforskar olika sätt att använda design på organisatoriska problem och samhällsutmaningar, med ett särskilt intresse för vilken betydelse design kan ha för social innovation och entreprenörskap.

... STEFAN HOLMLID

1. Vilka processer av intresse pågår just nu inom social innovation och design?

– Det händer väldigt mycket, på så många nivåer och med olika typer av initiativtagare. På mikronivå tänker jag bland annat på enskilda individer som tar egna initiativ och exempelvis hjälper ensamkommande flyktingbarn. På mellannivå finns sådana aktörer som Mötesplats Social Innovation med flera och på makronivå har vi FN:s flyktingorgan, där antropologer reser i förväg och funderar över hur de ska kunna sätta upp flyktingläger utan att skapa ytterligare konflikter på plats.

– Det finns så många sätt att ”skära” de här frågorna och processerna på, vilket också är nödvändigt. Annars döljs det kanske saker och frågor i skarvarna. Kanske skärs till och med saker bort då, utan att det märks? Det är bra om inte allt arbete sker i stuprör.

2. Vad krävs för att design ska kunna spela en större roll inom social innovation än i dag?

– Jag tror att design måste in i strategier och policys på ett annat sätt än vad det pratas om i dag; design ska vidareutvecklas som en del i redan existerande system. Vi behöver förstå hur de olika systemnivåerna samverkar i

redan framgångsrika sammanhang och inte förutsätta att design i sig ska vara en del i strategier och policys. Återigen behöver vi se till helheterna, kompetenserna och de effekter som design vill åstadkomma.

Stefan Holmlid är docent vid Linköpings universitet. Han intresserar sig för och arbetar med design i tjänstesammanhang, inom både offentlig och privat sektor. Han arbetar med frågor som: Vad händer när design ger sig in i tjänstesammanhang? Vad utvecklar organisationerna för kompetens då? Hur förhåller sig en designer till exempelvis en sjukvårdsprocess, hur ser skisser och prototyper ut i de sammanhangen?




” JAG TROR ATT DESIGN MÅSTE IN I STRATEGIER OCH POLICYS PÅ ETT ANNAT SÄTT ÄN VAD DET PRATAS OM I DAG; DESIGN SKA VIDAREUTVECKLAS SOM EN DEL I REDAN EXISTERANDE SYSTEM.”

... EVA-KARIN ANDERMAN

1. Hur kan design användas inom social innovation?

– Design spelar en jättestor roll, framför allt när det gäller sådant som görs utifrån ett medborgar- eller användarperspektiv, till exempel för att förstå framtidens användare. Designkompetensen kan finnas hos många; alla kan bära en viss del av designkompetensen.

Eva-Karin Anderman, Foto: Lotta Solding



” DET ARBETE VI GJORT INOM SVID KRING DESIGNAGENDAN HAR HELT OCH HÅLLET VARIT DESIGNDRIVET. VI HAR STÄLLT OSS FRÅGAN: VILKET BEHOV HAR ANVÄNDAREN?”

– Det arbete vi gjort inom SVID kring Designagendan har helt och hållet varit designdrivet. Vi har ställt oss frågan: vilket behov har användaren? Är design relevant för dig och vem/vilka är era användare? För att vara tydliga har vi formulerat vår egen beskrivning av begreppet design: Design är en kreativ arbetsprocess med utgångspunkt hos framtidens användare. Vi försökte hitta en beskrivning som var lätt att förstå och lätt att kommunicera. Det vi vill få fram är att det handlar om att faktiskt skapa; att lära sig genom att uppleva. Design är att göra.

2. Kan du ge några bra exempel där design använts inom social innovation?

– Refugee Housing nämner jag gärna, som drivs av IKEA och UNHCR tillsammans och där SVID till viss del varit involverat. Projektet arbetar för att skapa bättre boende för människor som förlorar sina hem i naturkatastrofer och konflikter.

Eva-Karin Anderman är programchef på SVID (Stiftelsen Svensk Industridesign). Hon har också arbetat som forsknings- och utbildningschef på SVID samt arbetat med innovations- och forskningsfrågor inom Almega.

... BJARNE STENQUIST

1. Hur kan design användas inom social innovation?

– För mig är design ett kodord för att man jobbar utifrån ett medborgarperspektiv. Det handlar om att öppna upp offentlig sektor, dess administration och förvaltningar, och få dem att tänka utveckling. Vi behöver mer kollaborativa och prövande processer.

– Den stuprörs-attityd som finns i dag kommer att bli mer och mer ohållbar. Här tror jag att design i framtiden kommer att innebära att samla och använda många människors kompetens, att arbeta med testbäddar, att pröva sig fram och så: ”Fail fast and cheap”.



” DET HANDLAR MYCKET OM VÅRT SPRÅKBruk, VÅRT SÄTT ATT FÖRKLARA VAD DET HÄR OMRÅDET HANDLAR OM.”

2. Vad krävs för att design ska kunna spela en större roll inom social innovation än i dag?

– Vi måste överbygga ”förståelseklyftan”! Det är inte omöjligt, det går med tiden. Det handlar mycket om vårt språkbruk, vårt sätt att förklara vad det här området handlar om. Vi behöver också samla rätt grupp av människor som förstår problemet och bredda underlaget för vår problemformulering. När vi gör prototyper behöver vi en bred förankring. Vi behöver testa, testa och testa igen. För att hitta tänkbara lösningar behövs ett antal olika uppslag, så att vi kan sortera ut de dåliga förslagen och använda de som är bra. Om många människor och olika avdelningar/enheter får vara med i processen, så kommer fler och fler att förstå vad detta handlar om.

Bjarne Stenquist är projektledare för ”Bygga om dialogen” på Miljökontoret inom Malmö stad. Han är mycket engagerad i frågor som rör samhällsförändringar och social innovation och har bland mycket annat arbetat som senior rådgivare inom social hållbarhet och social innovation inom Malmö stad samt varit forskningsassistent vid den brittiska tankesmedjan Demos.

OM MÖTESPLATS SOCIAL INNOVATION



Foto: Louisa Szűcs Johansson

Mötesplats Social Innovation (MSI) vid Malmö högskola är ett nationellt kunskapscentrum vars främsta uppgift är att följa vad som händer inom området, både i Sverige och internationellt.

Nyhetsportalen socialinnovation.se där vi koordinerar, samlar och delar information är ett viktigt nav i MSIs verksamhet. MSI publicerar skrifter och kartläggningar för kunskapsspridning och arrangerar, ofta tillsammans med andra, större konferenser och kunskapsseminarier med nationell och internationell räckvidd.

MSI startade hösten 2010 på uppdrag av KK-stiftelsen. 2012 beslutade Region Skåne och Malmö högskola att driva verksamheten vidare i en mer permanent form och i december 2012 beslutade regeringen att formellt utse Malmö högskola med Mötesplats Social Innovation till ett nationellt kunskapscentrum och en nationell koordinator för social innovation och samhälls-entreprenörskap.

De fyra områden som MSI fokuserar på idag är: Samverkansmodeller, Finansiering och Effektmätning, Affär och Samhällsnytta samt Forskning och Utbildning.

PARTNERERBJUDANDE

Partnerskap och långsiktighet är av allra största vikt för Mötesplats Social innovation (MSI). Det är bara tillsammans som vi kan utveckla området som i sig rymmer så många möjligheter för individen, företagen och inte minst samhället i stort.

MSI har idag ett antal partners som på olika sätt vill främja social innovation och samhällsentreprenörskap i Sverige. Partner blir man genom att betala en avgift på 20 000 kronor per år.

Vårt mål är att, tillsammans med våra partners, utveckla, sprida och koordinera kunskap inom området för att utveckla social innovation till ett styrkeområde för Sverige.

För mer information om partnerskap kontakta **Eva Engquist**, ordförande i styrgruppen eller **Hanna Sigsjö**, verksamhetsledare.

KONTAKT

Eva Enquist
Ordförande
070-857 79 14
eva.engquist@mah.se

Hanna Sigsjö
Verksamhetsledare
070-965 54 33
hanna.sigsjo@mah.se

Per-Anders Hillgren
Projektledare, designprocesser
070-285 62 67
per-anders.hillgren@mah.se

Louisa Szücs Johansson
Ass.Projektledare,designprocesser
073-382 97 86
louisa.johansson@mah.se



www.socialinnovation.se
www.facebook.com/socinn
www.twitter.com/MSISweden



En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONENS
tillväxtpolis-
regioner
Utvärderingsenheten