

Social Innovation@Stockholms universitet  
Förstudierapport

21 juni 2011

2010-3010052

SU INNOVATION AB

Thomas Arctædius, Ulf Eriksson, David Lundborg



# 1 Förord

SU Innovation AB fick i november 2010 finansiering från ESF-rådet för att genomföra en förstudie kring ett innovationsstöd för sociala innovationer.

Denna förstudierapport beskriver ett helt nytt center, i rapporten kallat SI@SU, för sociala innovationer och entreprenörskap vid Stockholms universitet. Centret är tänkt att stimulera till och stödja utvecklingen av sociala innovationer och företag i Stockholms län och Mälardalen.

Förstudien bygger på de erfarenheter som gjorts vid Stockholms universitet och samtal, litteraturstudier, internationella studiebesök och ett stort antal workshops. Många personer och organisationer har medverkat till förstudien och bidragit med tid, erfarenheter och kunskaper. Utan det stora intresset och engagemanget hos våra partners i projektet hade förstudien inte kunna genomföras.

Förstudierapporterna har skrivits av en projektgrupp bestående av Thomas Arctædius, Ulf Eriksson och David Lundborg.

Författarna vill tacka medverkande experter, forskare och entreprenörer för visat engagemang vid intervjuer och workshops.

Stockholm 21 juni 2011

Thomas Arctædius, Ulf Eriksson och David Lundborg

## Innehållsförteckning

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1   | Förord .....   | 2  |
| 2   | Sammanfattning .....                                       | 5  |
| 2.1 | Syfte och Vision.....                                      | 5  |
| 2.2 | Unika framgångsfaktorer.....                               | 6  |
| 3   | Bakgrund.....  | 8  |
| 3.1 | Definitioner.....  | 8  |
| 3.2 | Typer av sociala innovationer .....                        | 9  |
| 3.3 | Centrets syn på sociala innovationer.....                  | 11 |
| 4   | Förstudien.....  | 12 |
| 4.1 | Syfte.....   | 12 |
| 4.2 | Inriktning.....  | 12 |
| 4.3 | Problemområde och kärnpunkter .....                        | 12 |
| 4.4 | Bemanning och organisation av förstudien .....             | 13 |
| 5   | Stockholms universitet och SU Innovation .....             | 14 |
| 6   | Jämställdhet och tillgänglighet.....                       | 15 |
| 6.1 | Bakgrund.....  | 15 |
| 6.2 | Utbildning av projektledning och samverkande aktörer ..... | 16 |
| 6.3 | 4R-analys.....   | 16 |
| 6.4 | Mål.....   | 17 |
| 6.5 | Plan och genomförande.....                                 | 17 |
| 6.6 | Uppföljning .....  | 17 |
| 6.7 | Tillgänglighet.....  | 18 |
| 7   | Traditionella innovationsmiljöer.....                      | 19 |
| 7.1 | Inkubatorer.....   | 19 |
| 7.2 | Definitioner.....  | 20 |
| 7.3 | Vad gör en inkubator? .....                                | 21 |
| 7.4 | Bevisad effekt till begränsad kostnad.....                 | 21 |
| 7.5 | Stockholms ekosystem av innovationsaktörer.....            | 23 |
| 8   | SI@SU.....   | 26 |
| 8.1 | Målgrupper .....   | 26 |
| 8.2 | Föreslagna aktiviteter/insatser.....                       | 27 |
| 8.3 | Processer.....   | 28 |
| 8.4 | Verktyg.....   | 36 |
| 8.5 | Bemanning.....   | 37 |
| 8.6 | Lokaler .....  | 38 |
| 8.7 | Styrning.....  | 39 |
| 8.8 | Finansiering av centret.....                               | 39 |
| 9   | Mål och aktiviteter .....                                  | 41 |

|      |  |    |
|------|--|----|
| 9.1  | Mål den 30 april 2013.....               | 41 |
| 9.2  | Aktiviteter .....                        | 42 |
| 10   | Partners .....                           | 44 |
| 10.1 | Nyttjarpartners/Deltagande aktörer ..... | 44 |
| 10.2 | Inflödespartners .....                   | 44 |
| 10.3 | Kompetenspartners .....                  | 45 |
| 10.4 | Internationella partners.....            | 46 |
| 11   | Övriga möjligheter.....                  | 47 |
| 12   | Läsa vidare .....                        | 49 |

## 2 Sammanfattning

Centret baseras på en traditionell inkubatorsmodell kombinerat med inslag unika för sociala innovationer.

En viktig grund för arbetet inom centret är att fokusera på entreprenörerna och deras utveckling snarare än att försöka hitta och utveckla några specifika idéer med stor potential. Centret kommer att arbeta med kompetensutveckling av individ, dvs entreprenörer genom utbildningar, seminarier och coaching. Ett annat sätt att beskriva detta på är det engelska uttrycket: "Make the winner not Pick the winner", dvs bistå individer för att göra det möjligt för dem att lyckas, snarare än att genom en avancerad och urvalsprocess med högt ställda krav försöka hitta de idéer som kommer att lyckas.

### 2.1 Syfte och Vision

Europeiska socialfondens syfte med projektet är att främja sådan kompetensutveckling som säkerställer en omställning av redan sysselsatta så att de inte riskerar arbetslöshet på grund av att de inte har efterfrågad kompetens.

Inom ramen för programområdet ska satsningar göras på att förnya och utveckla sysselsattas kompetens. Med ökad kompetens stärks den sysselsattes möjligheter att klara pågående strukturomvandling. Givet programmets syfte att bidra till ökad tillväxt och sysselsättning är kompetensutveckling av företagare särskilt betydelsefull. Satsningar på kompetensutveckling med fokus på entreprenörskap kan bidra till att fler startar företag och till att befintliga företagare kan utveckla sin verksamhet. På så sätt kan fler arbetstillfällen skapas inom privat och offentlig sektor och inom den sociala ekonomin. Det är viktigt att insatserna utgår från den enskildes behov. Kompetensutveckling vad gäller entreprenörskap och regelverket kring företagande kan även riktas till potentiella företagare som idag är anställda.

Syftet är även att skapa förutsättningar för innovationer i samhälls- och välfärdssektorn. Centret ska stimulera till att utveckla alternativa sätt att investera i humankapital med inriktning nyskapande, omformning av samhälls- och välfärdstjänster som i sin tur ger människor större möjlighet till att vara med i samhället, delta i utvecklingen och bidra till samhällsnytta, det som ibland kallas medborgardriven innovation.

Innovation anses inte vara ett mål i sig, utan beskrivs som ett medel för att nå bättre kvalitet och högre kreativitet. Det handlar om utveckling och förbättring av samhälls- och välfärdstjänster. Hittills har innovationssystem och innovationsmiljöer i allt väsentligt handlat om tillväxt, skapandet av nya produkter och tjänster som kan kommersialiseras på en marknad och därmed leder till ökad konsumtion eftersom ny efterfrågan uppstår.

Sociala innovationer behöver skapas med inriktning att problematisera och lösa svåra samhällsproblem som kopplar ihop intressanta innovationsmiljöer med varandra och därigenom accelererar utvecklingen av nya idéer till praktiska försök. Dessa ska följas upp i utvärdering, lärande, spridning och påverkan.

Europeiska socialfonden ska enligt rådets förordning stödja främjandet av och integrering av innovativ verksamhet. Teknisk innovation leder till förbättrade produkter, processer och tjänster, vilket ofta leder till komparativa fördelar på marknaden. Det som teknisk och social innovation kan sägas ha gemensamt är strävan att förverkliga en alternativ ansats eller praktisk lösning på ett problem för att nå de sociala och politiska målen.

Några gemensamma framgångsfaktorer bakom design och utförande av tekniska eller sociala innovationer som förs fram av kommissionens arbetsgrupp inom Equal på området innovation, är att verksamheten ofta leds av personer med vision, vilja och entreprenörsanda, att verksamheten i sig är inriktad på att möta framkomna behov hos användarna, en strävan efter en lösning på genomförandet som tar till vara och integrerar de kompetenser och intressen som finns hos de aktörer som är involverade, samt en organisering av arbetet som utgår från vikten av att bygga förtroende och tilltro till de fördelar i termer av kostnadseffektivitet, kvalitet och andra mervärden som innovationen för med sig.

Att lyckas med en teknisk eller social innovation förutsätter samtidigt att man följer utvecklingen i omvärlden som är relevant för arbetet, i syfte att dels inspireras av goda idéer, dels undvika att göra samma saker eller att arbetet leds in på blindspår. Till skillnad från teknisk innovation svarar den sociala innovationen på brister i sociala policys och dess tillämpning. Det rör sig ofta om behov som ställer krav på verksamhet som sträcker sig över flera politikområden.

## 2.2 Unika framgångsfaktorer

Centret har unika möjligheter att kombinera ett stort kunnande om innovationssystem och innovationsstödjande insatser med en förståelse och med nätverk inom olika sociala områden.

Under förstudien har behovet av tydliga och omfattande insatser inom de tidiga faserna av idégenerering och inspiration identifierats. Inom centret kommer därför stort fokus att läggas på att utveckla aktiviteter och koncept för att inspirera och fånga in idéer. Exempel på sådana aktiviteter är utvecklandet av en inspirations-”kiosk” för att kunna erbjuda en mobil mötesplats för inspiration, idégenerering och rådgivning. Vidare har det bedömts som viktigt att utveckla enkla handböcker och en inspirerande antologi om sociala innovationer.

För rådgivningen kommer en modell tas fram kombinerad av Young Foundations 12 områden för sociala innovationer med Stanford Research Institutes ”NABC” modell som används för tekniska och produktinnovationer.

I den del av centret som kallas - ”programbaserad coachning” (det som mest liknar en traditionell inkubatorsverksamhet) kommer ett antal olika nya verktyg att utvecklas, t.ex. kring metoder att visa social nytta, hur man kan arbeta för att engagera många och finansiering. Vidare avser centret utveckla ett nätverk av privatpersoner som kan tänkas vara intresserade att investera i nya innovativa bolag och projekt med social inriktning, ett socialt affärsängelnätverk.

## 3 Bakgrund

### 3.1 Definitioner

Sociala innovationer är ett begrepp som figurerat sedan 60-talet, med delvis olika betydelser och användning. En relativt sen definition lyder: ”En social innovation är en ny idé som uppstått till följd av en enskild individs, en grups eller en gemenskaps kreativitet och som ger mervärde till en enskild individs eller en gemenskaps välfärd och hälsa eller till servicesystemet.”

Ofta anses att ”Social innovations are innovations that are social both in their ends and in their means.” dvs det ska finnas sociala komponenter även i hur arbetet bedrivs och inte enbart i resultaten.

Det är ett område som redan nu har en substantiell storlek och betydelse för vår ekonomi, och som dessutom är i tillväxt. Enligt en EU-rapport “In the EU-25, over 240,000 co-operatives were economically active in 2005. These co-operatives provide direct employment to 3.7 million people and have 143 million members.”

Enligt en svensk uppgift står den ideella sektorn för c:a ungefär 4% av Sveriges BNP – jämförbart med liknande EU-länder. Sektorn omsatte enligt samma uppgift i början av 2000-talet omkring 140 miljarder kronor årligen och sysselsatte sammanlagt 145 000 anställda.

En annan uppgift visar att i Stockholms län har de organisationer inom den sociala ekonomin, som på något sätt definieras som affärsdrivande d.v.s. betalar ut lön eller redovisar moms 54 832 personer anställda och omsätter 56,3 miljarder kronor per år.

Det svenska innovationssystemet har under ett drygt handfull år aktivt arbetat med att professionaliseras och skapa nätverk mellan aktörerna – främst initierat och drivet av Teknikbrostiftelserna, Vinnova och på senare år Innovationsbron. Man har också i hög grad lyckats – man har lyckats attrahera allt mer erfarna och kompetenta personer, man har skapat fungerande nätverk mellan dessa, det sker en ständig utveckling av samarbetet, liksom runt verktyg och processer. Många aktörer i innovationssystemet är idag skickliga på att stödja innovationer och har utvecklade metoder och processer för stöd men ofta med starkt fokus på teknik- och produktinnovationer.

Kunskapen kring andra typer av innovationer än produktinnovationer är förvånande låg. Detta trots att siffrorna tydligt visar att de flesta nya företag som startas är av andra typer än teknikbolag.

Stockholm universitet har sedan 2007 aktivt arbetat med att etablera en innovationsmiljö – SU Innovation – som kan stöda olika typer av innovationer. SU Innovation har sett att många forskare och studenter inom humaniora och samhällsvetenskap har intressanta idéer och kunskaper som skulle kunna omsättas i innovationer – men det svenska stödsystemet saknar kunskap kring hur man gör det. Eftersom ett allt större inflöde av sociala innovationer kommer till SU Innovations verksamhet behövs metoder för att kunna stödja denna typ av idéer på ett mer optimalt sätt, på samma sätt som vi varit drivande i att utveckla tjänsteinnovationer generellt.

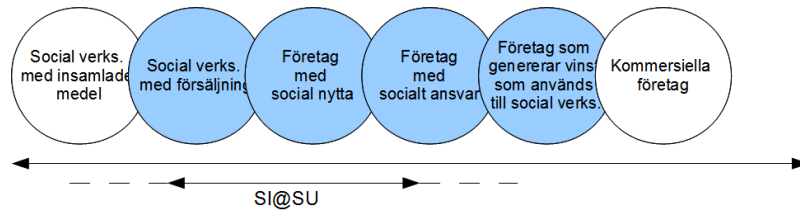
Begreppet inkubator används i denna rapport mycket brett och heltäckande, som ett stödsystem för kommersialisering av affärsidéer – alltifrån förstadier som inspiration, information, inventering, via mellanformer som rådgivning, utbildning/workshops och en öppen, stödjande miljö, till en inkubator i mer traditionell och snäv betydelse: lokal, miljö och tjänstepaket för entreprenörer, team och företag som kvalificerat sig genom en formell antagningsrutin, både i tidiga förstadier och i den verkliga kommersialisering- och expansionsfasen. Den kanske vanligaste uppfattningen om begreppet är betydligt smalare – den fysiska miljön med kringtjänster – men i denna rapport har alltså valts en mycket bredare definition och ansats.

Begreppet ”det sociala” används i dessa sammanhang ofta relativt ospecificerat och inte så problematiserande. Detta är en brist och ibland ett problem men har inte legat inom omfattningen av denna förstudie. Kanske kan arbetet i centret ge perspektiv på vad sociala innovationer kan betyda för olika grupper i samhället och relationerna mellan resurser för socialt arbete.

## 3.2 Typer av sociala innovationer

Det finns många sätt att organisera och driva sociala innovationsprojekt. Det ligger utanför förstudien ambitionsnivå att skapa en definition eller tydlig uppdelning i olika typer men några olika skillnader och likheter kan vara viktiga att känna till.

Ett sätt att dela upp former för sociala innovationer har föreslagits av Venturesome 2009 i rapporten ”Financing Civil Society”



Till vänster i bilden ligger organisationer som samlar in medel och gör social nytta med dessa insamlade medel och längst till höger finns kommersiella företag. Däremellan ligger in gradvis skala mellan dessa två ytterligheter.

Centrets fokus kommer att ligga på bolag och projekt som befinner sig i området kring företag med social nytta i figuren ovan. Dock kommer en stor öppenhet gentemot olika typer av idéer tillämpas utifrån grundtanken att entreprenören ska sättas i fokus.

Under en workshop tog nedanstående förslag på "karta" över olika exempel på företagelser/organisation och företag som kan betraktas som sociala i någon mening. På x-axeln indikeras hur ägarna/grundarna ser på ekonomisk vinst, från "vanligt" kommersiella på höger sida, till rent ideella till vänster. På y-axeln särskiljs exemplen med hjälp av en uppdelning avseende vilket område de ska verka inom. Observera att exemplen i bilden är grova approximationer och kan placeringen diskuteras.

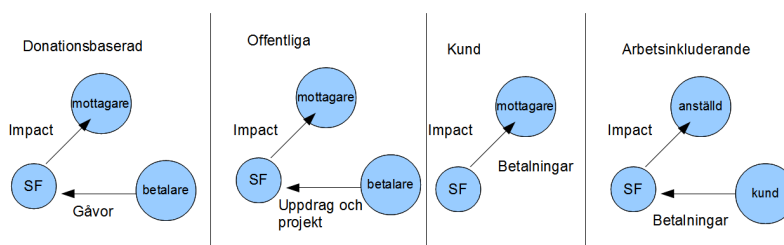
Man kan diskutera var olika företag och projekt hör hemma i bilden men det framstår som klart att det finns stora skillnader i typer av sociala företag och



projekt, beroende på hur man hanterar ekonomiska faktorer och inom vilka områden man gör nytta. Det är också tydligt att det går att tänka sig en indelning i organisationer/företag som gör direkt sociala nytta och sådana företag/organisationer som samlar in pengar (och resurser) för att ge till andra som gör direkt social nytta.

Organisationen NESTA har i rapporten Growing Social Ventures (2011) föreslagit en uppdelning av sociala företag i fyra typer beroende på relationen med den som drar nytta och den som finansierar.

*I figuren står SF för Socialt Företag och bilden beskriver relationen mellan finansiering och nytta/Impact. Till vänster donationsorganisationer som samlar in och använder dem till att göra nytta,*



### 3.3 Centrets syn på sociala innovationer

Under arbetet med förstudien har det blivit tydligt att det är angeläget att centret har en mycket öppen och vid tolkning av begreppet sociala innovationer. Centret bör arbeta med innovationer och idéer inom många olika delområden av det breda fält som kan kallas sociala innovationer. Kravet på innovation bör inte heller ställas för högt. Eventuellt kan man tänka sig att kravet på innovation är högre för idéer som ligger en bit ifrån den mer renodlade typen av organisationer med direkt social nytta.

Inte heller organisationsform bör vara avgörande för vilka som kan få rådgivning och stöd av centret. Istället är optimal organisationsform något som centret bör kunna bistå entreprenörer med att identifiera, utifrån typ av idé. Eventuellt är det också så att det är en egenskap hos sociala innovationer att de oftare byter organisationsform under utvecklingen.

## 4 Förstudien

### 4.1 Syfte

Uppdragsgivarens – SU Innovation AB - syfte med denna förstudie är att genom att analysera och utvärdera såväl historik, nuläge och behov för Stockholmsregionen kring stödsystem för Sociala Innovationer samt att föreslå en lösning för ett stödsystem för Sociala Innovationer och entreprenörer.

### 4.2 Inriktning

Förstudien skall arbeta fram en beskrivning av en inkubator uppbyggt utifrån Sociala Innovationers speciella förutsättningar, baserat på de erfarenheter som finns vid universitetet och andra partners erfarenheter och kunskaper. Inriktningen ska vara att undersöka hur en bred stödverksamhet för Sociala Innovationer kan etableras vid universitet. Lösningen skall ha karaktären av ett center som integrerat kan samverka med existerande inkubatorer i Stockholmsområdet. Starkt fokus skall läggas på praktiska metoder.

Inriktningen har varit att centret bör fokusera på att stödja entreprenören snarare än idéerna ”Make the winner – not pick the winner”.

### 4.3 Problemområde och kärnpunkter

Frågeställningar som projektet ska besvara är:

- Vad särskiljer utvecklingen av sociala företag jämfört med andra företag?
- Vilka specifika behov/problem/nackdelar/fördelar har affärsidéer med sociala innovationer?
- Vilka specifika processer och tjänster bör utvecklas för att stödja utvecklingen av denna typ av bolag?
- Hur paketerar man ett socialt företag för att skapa värde?
- När skapar man värde och möjliggör för extern finansiering alternativt försäljning av bolaget?
- Vilken potential finns för export av sociala tjänster?
- Jämställdhets- och tillgänglighetsaspekter.

## 4.4 Bemanning och organisation av förstudien

Förstudien genomförs som en utredning av en Projektgrupp, vilken leds av en projektledare. I projektgruppen finns olika, kompletterande kompetenser representerade.

### 4.4.1 Projektgrupp:

- Thomas Arctadius – Projektledare – entreprenörskap, inkubatorer
- David Lundborg – Entreprenör, coach, säljare
- Ulf Eriksson – Stockholms universitet, framtid/planer, beställare

### 4.4.2 Styrgrupp

- Elisabeth Ramel – ESF rådet i Stockholm
- Hanna Hallin – chef tankesmedjan Sektor 3
- Jesper Lejfjord – social entreprenör
- Nick Kaye – VD SSES – Stockholm School of Entrepreneurship

### 4.4.3 Partners

Ett stort antal partners och personer har bidragit till arbetet med förstudien, se partnerförteckning senare i rapporten. Under förstudien har ett antal olika workshops genomförts där dessa partners har bidragit med värdefulla synpunkter och kunskap.

## 5 Stockholms universitet och SU Innovation

Stockholms universitet är ett av landets största lärosäten med drygt 50 000 studenter och ca 6000 forskare och doktorander verksamma inom humaniora, samhällsvetenskap, juridik och naturvetenskap. Stockholms universitet har en stor tyngd inom samhällsvetenskap och humaniora. Detta har avspeglats bland annat i innovationsarbetet som har gett en tyngdpunkt för tjänsteinnovationer.

SU Innovation startade sin verksamhet 2007 och sedan 2008 bedrivs verksamheten i ett eget aktiebolag, helägt av SU Holding AB. SU Innovation har till uppgift att stödja forskare och studenter vid Stockholms universitet att kommersialisera forsknings- och studieresultat eller andra affärsidéer som föds i miljön på campus. SU Innovation arbetar brett med inspiration och information om entreprenörskap och tar emot alla som har behov av någon form av hjälp i sitt företagande i så kallad öppen rådgivning. I tillägg till denna breda ansats bedrivs även en inkubatorverksamhet där upp till nio forskar- och studentdrivna företag kan sitta och förutom tillgång till kontorsplats har tillgång till kontinuerlig coaching och rådgivning från SU Innovations personal med relevant erfarenhet. Ytterligare ca 20 företag och projekt är med i inkubatorprogrammen men utan att fysiskt sitta i våra lokaler. 2010 tog vi emot drygt 200 studenter och forskare inom ramen för så kallad öppen rådgivning.

SU Innovation var en av de 19 aktörer som Innovationsbron valde ut för 3-årig finansiering våren 2009. Dessvärre fick SU Innovation inte plats i nästa omgång av Innovationsbrons program från 2012. Bland annat beroende på SU innovations breda tolkning av innovationsbegreppet och fokus på entreprenören snarare än idén.

Nära hälften av de forskare som deltar i inkubatorverksamheten har naturvetenskaplig bakgrund men utöver detta har SU Innovation ett uttalat fokus på tjänsteinnovationer både i inkubatorn och i den öppna rådgivningen. Erfarenheterna från detta område har gjort att verksamheten varit extra lämpad att bygga ut för att även omfatta sociala innovationer. I satsningen mot sociala entreprenörer är inte längre målgruppen studenter och forskare från Stockholms universitet utan främst individer från arbetslivet i Stockholmsregionen men arbetssätt och ansats för att hantera icke-tekniska och ej patentdrivna innovationer hämtas från vår befintliga verksamhet. SU Innovation har under senaste året också arbetat med fyra sociala innovationer i den befintliga inkubatorsverksamheten.

## 6 Jämställdhet och tillgänglighet

### 6.1 Bakgrund

Utgångspunkten för jämställdhetsarbetet i verksamheten är att främja kvinnors och mäns lika rätt att ta del av de tjänster vi erbjuder samt att säkerställa att behållningen är lika för de båda grupperna och att alla erbjuds samma utvecklingsmöjligheter.

Under förstudien har vi konstaterat att SU Innovation som organisation visserligen har varit med i ett flertal projekt med jämställdhetsintegrering, (tex kvinnors företagande) som mål och några av oss har fått utbildning på sakområdet men en kritisk genomgång visade att särskilda verktyg för att verkligen integrera jämställdhetsarbetet med övrig verksamhet saknas och att det inte heller har funnits en tillfredsställande metod för att kvalitetssäkra och förbättra arbetet. Ett resultat av detta är att vi beslutat att knyta till oss expertis som i genomförandefasen kan analysera vår organisation och verksamhet samt utbilda oss i frågor kring både jämställdhetsintegrering och tillgänglighet.

Arbetet under förstudien resulterade också i att vi utvecklat en mall för 4R-analys. Genom att analysera vår kompetensutvecklande verksamhet med denna metod är målet att ta reda på hur könsfördelningen ser ut för de som tar del av våra tjänster, hur resurserna fördelas mellan kvinnor och män, varför resurserna fördelas som de görs och sist men inte minst viktigt: vad bör förändras i verksamheten för att få resurser att fördelas på ett mer jämställt sätt.

Beroende på vad 4R-analysen ger för resultat är det tänkbart att analysen resulterar i förändrad kommunikation i såväl information om som under själva kompetensutvecklingsinsatserna. Skulle det framkomma att resurser inte fördelas jämt eller att män och kvinnor inte upplever att de får likvärt bemötande måste detta åtgärdas.

Genom samarbete med en sakkunnig forskare från Institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap som dessutom tidigare genomfört liknande insatser för andra organisationer och offentlig sektor kommer vi att analysera hur väl rustade vi är för ett bra genomfört jämställdhetsarbete. Denna resurs kommer vara knuten till vår organisation och kontinuerligt granska vår verksamhet och bistå oss med råd om vad som bör förbättras och förändras. Dessutom kommer samma expertis informera såväl projektledning samt samverkande aktörer om vikten av att hålla jämställdhetsarbetet aktuellt och utbilda i hur detta bäst görs givet vår

organisation och förutsättningar. Via samma resurs kommer vi få hjälp att anpassa 4R-metoden på bästa sätt samt hjälp med analys, uppföljning och förändringsarbete baserat på resultaten.

SU Innovation har i sin tidigare verksamhet arbetat med jämställdhetsfrågor och har beredskap och viss medvetandegrad för jämställdhetsproblematik. Vi inser dock att kunskap på området till viss del är färskvara och behöver uppdateras med jämna mellanrum. Projektledningen är till del sammansatt av personer utan bakgrund från SU Innovation och detta tillsammans med vikten av att utbilda och informera även andra inkopplade nyckelpersoner gör att vi önskar ta ett förnyat grepp på verksamhetens jämställdhetsarbete.

## 6.2 Utbildning av projektledning och samverkande aktörer

Vi samarbetar med sakkunniga forskare från Institutionen för etnologi, religionshistoria och genusvetenskap för att analysera hur väl vi är rustade för ett bra genomfört jämställdhetsarbete samt bistå oss med råd om vad som bör förbättras och förändras. Dessutom kommer samma expertis informera såväl projektledning samt samverkande aktörer om vikten av att hålla jämställdhetsarbetet aktuellt och utbilda i hur detta bäst görs givet vår organisation och förutsättningar.

## 6.3 4R-analys

För att utvärdera vår rådgivande verksamhet kommer vi att använda oss av 4R-metoden. Detta är en metod som används för att kartlägga och analysera en organisation utifrån ett jämställdhetsperspektiv och är ett sätt att söka svar på frågorna ”Vem får vad och på vilka villkor?” samt ”Hur kan vi förbättra?”. En kort beskrivning av de fyra R:en:

- Representation. Hur ser könsfördelningen ut för de som tar del av våra tjänster?
- Resurser. Hur fördelas resurserna mellan kvinnor och män?
- Realia. Varför fördelas resurserna som de gör?
- Realisera. Vad bör förändras i verksamheten för att få resurser att fördelas på ett mer jämställt sätt.

Alla deltagande aktörer som deltagit i antingen rådgivning eller programbaserad coaching kommer att få svara på ett antal enkätfrågor för att fånga upp relevant information för att genomföra 4R-metoden så bra som möjligt. Resultaten från denna enkät kommer vi att analysera halvårsvis för att fånga upp potentiella problem samt utforma lämpliga åtgärder och implementera dessa under projektets gång.

## 6.4 Mål

Vårt mål med dessa insatser är att projektdeltagare tar del av våra tjänster utifrån sina egna preferenser, förutsättningar och kompetens utan att vara påverkade av utifrån givna könsstereotypa uppfattningar om vad man som man eller kvinna bör eller inte bör ägna sig åt.

## 6.5 Plan och genomförande

En överskådlig plan för arbetet med jämställdhetsintegrering finns i aktivitetsplanen senare i rapporten.

I kompetensutvecklingen i form av såväl rådgivning och programbaserad coachning som i övriga insatser kommer deltagare erhålla kortare eller längre information i jämställdhetsintegrering. Inte som enskilda seminarier eller workshops utan integrerat i verksamheten. Detta är enklare i rådgivning och programbaserad coachning då det ges möjlighet att återkomma och diskutera frågan tillsammans med deltagarna men även i övrig verksamhet kommer vi belysa området så att samtliga deltagare blir införstådda av vikten av en jämställdhetsintegrerad ansats i allas respektive verksamhet. Även här får vi hjälp av samma expertis för att på bästa sätt integrera jämställdhetsperspektivet i kompetensutvecklingen.

Samtliga personer i projektledningen kommer få utbildning inom både jämställdhetsintegrering och tillgänglighet och detta hoppas vi medföra att såväl planering som genomförande av verksamhetens samtliga insatser präglas av en medvetenhet och vilja att utföra arbetet med dessa perspektiv integrerade.

Information till och utbildning av deltagande aktörer som inte följer rådgivning eller programbaserad coachning sker löpande under respektive seminarie/workshop.

## 6.6 Uppföljning

Under slutfasen av projektiden kommer vi utföra vår sista 4R-analys och hoppas kunna med stöd av dess resultat genomföra en utvärdering av hur arbetet med jämställdhetsintegrering har gått och vilka åtgärder som fungerat. Blev det som vi tänkte eller vad gjorde att vi inte nådde önskat resultat?

Delvis utanför projektet kommer vi följa upp och utvärdera hur man bäst omsätter resultaten i SU Innovations övriga verksamhet samt bedöma vilka nyförvärvade kunskaper vi kan sprida vidare till övriga i och bortom innovationssystemet.

## 6.7 Tillgänglighet

Genom att följa universitetets policy kring tillgänglighet försäkras vi oss om att ingen projektdeltagare, eller potentiell projektdeltagare, diskrimineras på grund av bristande tillgänglighet.

För arbetet med tillgänglighet har vi kontakt med samordnaren för funktionshindrade på Stockholms universitet varigenom projektledningen får information och utbildning i tillgänglighetsproblematiken. På så sätt ska samtliga i projektorganisationen få kunskap om vad som kännetecknar en tillgänglig verksamhet syftande till att öka allas engagemang kring att hitta lösningar på eventuella problem.

Vi tar hjälp av sektionen för studentstöd för att säkerställa att vi har tillgång till lokaler och utrustning som krävs för att verksamheten ska vara tillgänglig för alla.

## 7 Traditionella innovationsmiljöer

### 7.1 Inkubatorer

Inkubatorer erbjuder en dynamisk process för utveckling av människor, affärer och företag. Inkubatorn bistår entreprenörer med aktiv och anpassad managementsupport, finansiella, tekniska och kommersiella nätverk samt en kreativ tillväxtmiljö med tillhörande kontorservice.

Företagsinkubator - En tillväxtprocess för nya idéer och företag  
Konceptet inkubator kommer ursprungligen från USA där de första inkubatorerna etablerades under 1950-talet. Syftet var att stödja entreprenöriellt inriktade akademiker vid universiteten. The Stanford Research Park i Kalifornien etablerades 1951, och 1959 startades The US Business Incubator i Batavia, New York, vilket betraktas som födelsen för fenomenet inkubator (företagskuvös). I slutet av 1980-talet var de cirka 100 till antalet och idag finns över 600 amerikanska inkubatorer, antalet varierar något beroende på definition. I Europa beräknas det nu finnas drygt 900 inkubatorer och totalt i världen uppskattningsvis 3000. De flesta, cirka 90 %, inkubatorer drivs som ”non-profit”-verksamheter och vanligtvis i verksamhetsmässig och geografisk närhet till universitet och högskolor samt ofta med kopplingar till eller organiserad av en teknikpark/science park.

I Sverige började inkubatorerna etablera sig först på 70-talet med inspiration av den amerikanska modellen. Man räknar idag med att det finns drygt 70 inkubatorer i Sverige. Idag är inkubatorer en naturlig del vid många internationella universitet. Att "försättas i kuvös" ger möjlighet till att skapa en gynnsam miljö för utveckling. Det betyder också att ge form och substans till något. En inkubator strävar efter att ge struktur och trovärdighet till framväxande projekt eller nystartade företag. Genom att förse entreprenörer med service och stöd som kompletterar och utvecklar deras naturliga talang maximerar inkubatorn potentialen av entreprenöriell begåvning. Att "föda fram" nya företag genom inkubatorer är en process som strävar efter att påskynda företagstillväxt och förse dem med innovativa metoder till ekonomisk utveckling. Sålunda kan inkubatorn vara en viktig länk mellan entreprenörer och kommersialisering av en produkt eller tjänst.

En företagsinkubator är designad att stödja en entreprenör eller ett team i dennes utveckling av affärskunnande i en miljö som främjar företagsutveckling. Även om inkubatorer varierar i omfattning angående erbjuden assistans, finns det några allmänna beståndsdelar som bör ingå i en

inkubators koncept. Sammantaget stödjer en inkubator unga företag att förbereda sig för att klara de hinder som ofta ligger till grund för misslyckanden, utveckla entreprenörens förmåga att driva ett företag samt att fungera som guide till extern finansiering. Inkubatorn kan vara ett verktyg att skapa nya starka företag som utvecklar nya idéer och ny teknologi. Det medför att den kan bidra till att skapa nya jobb, verka som grund för företag som befinner sig i branscher med hög tillväxt vilket i framtiden genererar arbetstillfällen och välfärd.

## 7.2 Definitioner

Den internationella inkubatororganisationen NBIA – North American Business Incubator Association – har följande korta definition av en inkubator: ”En inkubator är ett utvecklingsverktyg för att starta företag och få dem att växa”

Swedish Incubators and Science Parks, SiSP, den svenska branschföreningen för inkubatorer och teknikparker, har fastställt följande definition:

- En företagsinkubator består av ett inkubationsprogram samt en fysisk miljö
- Ett inkubationsprogram är en ekonomisk och social process designad för att rådge potentiella nya företag och, genom ett omfattande affärsstöttande program, hjälpa dem att etablera sig och accelerera deras tillväxt och framgång
- I anskaffandet av finansiering för tillväxt adderar företagsinkubatorn värde genom att erbjuda en fysisk miljö bestående av en hyreslokal med flexibla hyror i tillhörande fastighet
- Huvudmålet är att producera framgångsrika företag som lämnar företagsinkubatorn vid rätt tidpunkt, finansiellt oberoende och självständiga. Dessa företag skapar jobb, vitaliserar nätverk, kommersialiserar nya teknologier och skapar välstånd på lokal och nationell nivå

Vidare anger SiSP följande som en inkubators framgångsfaktorer:

- Management som utvecklar och samlar affärs-, marknadsförings- och management-resurser och nätverk anpassade till klienternas behov
- Delad service, utbildning, teknisk support och utrustning
- Urval av klienter och en accelererad process i vilken företagen blir mer och mer oberoende och framsteg mot utexaminering görs

### 7.3 Vad gör en inkubator?

Syftet med inkubatorn är att bra affärskoncept med potential snabbare ska nå ut på marknaden, risken för misslyckanden minskas och tillväxten accelereras. Huvudmålet för en inkubator är således att producera företag som är livskraftiga då de ”gör exit” från inkubatorn, vilket vanligtvis sker inom tre år. Inkubatorer bidrar följaktligen till ökad kommersialisering av teknologier, skapandet av nya arbetstillfällen och en stärkt lokal och nationell ekonomi.

En inkubator erbjuder idébärare och entreprenörer stöd för affärsidéutveckling, innovationsutveckling, företagsetablering och internationalisering. Detta uppnås genom ett beprövat arbetssätt där entreprenörer förses med affärsutvecklingsexpertis, nätverk, utrustning och ofta kontorsmiljöer, som är nödvändiga för att utveckla en affärsidé/innovation till ett bärkraftigt företag. En viktig aspekt är också att inkubatorn tjänar som mötesplats för och också ofta aktivt sammanför idébärare och entreprenörer, näringsliv och högskola, uppstarts företag och riskkapital m.m.

En inkubators verksamhet är besläktad med både riskkapitalbolagens arbetssätt liksom med storföretags ”corporate venturing-avdelningar”, dvs. företagsinterna centra för utveckling av avknopningsidéer, i avseendet att aktivt stödja kommersialisering av innovationer och företagsutveckling. I USA är det också vanligt att riskkapitalbolag och konsultfirmor driver eller stödjer inkubatorer för att utveckla sina egna innehav.

Med högskolenära inkubatorer är ofta syftet att stödja entreprenörskap och innovation vid lärosätet, både bland studenter, anställda och inom forskning och samverkan.

### 7.4 Bevisad effekt till begränsad kostnad

Enligt en amerikansk studie (Impact of Incubator Investment’s study, NBIA), lyckades i USA så många som 87 procent av de företag som kom från inkubatorer att leva vidare med sin verksamhet. Erfarenheter i Sverige visar liknande resultat. En europeisk studie (Technology Incubators – Nurturing Small Firms, Cordis) menar att inkubatorer idag utgör en viktig del av ett samhälles affärsutveckling och att år 2010 ska de europeiska inkubatorerna ha skapat cirka en miljon uthålliga högkvalificerade arbetstillfällen och också ha bidragit till Europas sammantagna innovationskapacitet. Studien visar också att nya inkubatorer vanligtvis etableras av universitet, då oftast med en stor del offentlig finansiering, som bland annat ser dem som ideala verktyg för att kommersialisera lyckade

forskningsresultat/-avknoppningar. Europeiska inkubatorer är också ofta väl integrerade med regionala utvecklingsstrategier samtidigt som de ofta erbjuder entreprenörskapsträning av hög internationell klass.

Överlevnadsgraden bland företagen med ursprung i inkubatorer var i Cordis europeiska studie 85 % till skillnad från företag i allmänhet, startade utanför inkubatorer, som var på 20 – 50 %. Genomsnittskostnaden för varje skapat arbetstillfälle i de europeiska inkubatorerna var 4.400 euro vilket är relativt lågt jämfört med andra offentliga satsningar. Liknande erfarenheter finns i Sverige bland flera högskolenära inkubatorer samt på ackumulerad nationell nivå.

I Sverige har statliga Innovationsbron analyserat att varje statlig krona satsad på inkubatorer ger 8 kronor tillbaka.

Erfarenheter från svenska inkubatorer indikerar en årlig kostnad per inkubatorföretag på cirka 200 till 500 kSEK, förenklat uttryckt att ju högre teknikinhåll och ju mer spetsbetonat företaget är desto högre kostnad vilket motiveras med att dessa företag också har större tillväxtpotential. Det beror naturligtvis på att den typen av uppstartsbolag kräver mer tid och insatser för att nå ut marknaden. Med kostnad menas här inkubatorns totala kostnad (lokalkostnad, löner och ersättning till affärscoacherna, utbildningsprogram osv.) fördelat på antalet företag inom inkubatorn. För aktiviteter i tidigare skeenden, innan inkubatorsnivån dvs. då idéer konkretiserats i företagsstarter, såsom inspirativa och attitydstimulerande respektive uppsökande verksamhet innefattas inte i denna kostnad och är svårare att mäta.

Gällande en breddansats riktad till högskolestudenter kan det indikativt sägas att varje startat företag kostar cirka 50 kSEK, från uppsökande verksamhet fram till start av företag. Ett sådant företag kan innebära mer än ett arbetstillfälle. Den vanligaste benämningen på denna typ av verksamhet är i Sverige är inkubator eller förinkubator (vid cirka 30 universitet och högskolor) men även begreppen Starthus eller Drivhus (tillsammans cirka 15 universitet och högskolor) används. Jämte själva företagsstarterna uppstår flera positiva och långsiktiga effekter, studenter tränas i entreprenörskap och idéutveckling och har sannolikt en högre benägenhet att i framtiden starta företag.

Sammanfattningsvis är alltså en inkubator en aktör som har kompetens som behövs för att underlätta kommersialisering av forskningsresultat och som kan stärka samverkan mellan högskola, näringsliv och riskkapital. I en inkubator samlas entreprenörskap, affärskompetens och inte minst kunskap om forskningssystemen. Vinnova anser i VINNFORSK, rapport från 2003

om förbättrad kommersialisering på forskningsinvesteringar vid UoH, att inkubatorer är mycket viktiga ingredienser för att stärka en högskolas innovationssystem.

## 7.5 Stockholms ekosystem av innovationsaktörer

Innovationssystemet i Stockholm är komplext – i stort väl fungerande - och det finns många olika verksamheter som SU Innovation interagerar med. Eftersom SU Innovations existerande verksamhet har Stockholms universitet som primär målgrupp, och också har ett tjänstefokus är den inte bara ”ännu en” inkubator. Ansatsen har istället varit att hitta positionering och samarbetsmöjligheter med övriga aktörer.

En kartläggning av de inkubatorer och entreprenörsverksamheter som finns i regionen visar att många är kopplade till ett lärosäte – med krav på koppling mot detta vid antagning av och stöd för idéer – och/eller nischade mot en specifik bransch, har ett stort produktfokus och deras tjänsteutbud omfattar de vanliga utbudet när det gäller hjälp med nyhetsgranskning, patent, affärsplan etc. Inget existerande innovationstödsystem är utformat för att bemöta sociala affärsidéers specifika behov.

## STING – Stockholm Innovation & Growth

STINGs vision är att vara en supportmiljö i världsklass och det självklara valet för blivande entreprenörer och avknoppningar i Stockholm inom ICT-sektorn. De jobbar enligt en väl definierad process och ställer mycket höga krav på att de antagna företagen är inom ICT-sektorn samt att företagen har internationell tillväxtpotential. De har ett väl beprövat och heltäckande spetskoncept med bra lokaler, läge, partners, professionella och erfarna coacher, tjänsteutbud, egen ängelfond o s v.

## KTH Innovation

KTH Innovations målsättning är att profilera sig som det självklara valet för studenter och forskare på KTH med innovationsfrågor. De erbjuder djupare rådgivning med specialister inom bland annat juridik, däremot bygger de inte upp egen specialistkompetens utan samverkar med andra. Inom KTH finns också inkubatorverksamhet som baseras på Stockholm Innovation & Growths koncept.

## SSE Business Lab

SSE Business Lab på Handelshögskolan har som verksamhetsidé att utbilda och utveckla framtidens entreprenörer, med koppling till Handelshögskolan, och effektivisera ledtiderna i samband med företagsstarten. Deras koncept är att under 6-8 månader erbjuda ett första kontor och ge företagen det stöd de behöver för att utvecklas till bärkraftiga verksamheter.

## KIAB – Karolinska Invest

KIAB ger forskare på Karolinska Institutet möjligheten att utveckla sina forskningsresultat mot ny medicinska produkter utan att behöva ge upp sin akademiska karriär. Med varje forskningsresultats unika förutsättningar som utgångspunkt skapar Karolinska Innovations strategier för att finna det mest effektiva angreppssättet för att åstadkomma nya medicinska applikationer inom Life Science. De har ett mycket klart upplägg som i korthet bygger på att lovande forskning tas om hand av KIAB, forskaren kompletteras med ett team, där erfarna entreprenörer handplockas ur nätverket, finansieras upp – genom egen fond (man administrerar två stora aktiva fonder) - och kontakter etableras mot kunder/partners/tagare.

## SSES – Stockholm School of Entrepreneurship

SSES är ett partnerskap mellan KTH, KI, Handelshögskolan, Konstfack och Stockholms universitet. De driver utbildningar inom entreprenörskap, och initierar samt samarbetar kring ett stort antal aktiviteter runt detta. De har dock ingen egen inkubator, varför de aktivt och konkret försöker samarbeta med de övriga inkubatorerna – med målgruppen studenter. entreprenörer inom upplevelseindustrin i Stockholmsregionen.

## Idélab

Idélab drivs som ett projekt inom Mälardalens högskola i både Eskilstuna och Västerås. Verksamheten ingår i Innovationsbrons upptagningsområde varför den beskrivs här. Idélab är en föregångare när det gäller att jobba med kreativitets- och inspirationsaktiviteter och har också gett många studenter möjlighet att testa på eget företagande genom sitt koncept för-groddar. Denna del är mer öppen än en traditionell förinkubator och ger studenterna möjlighet att testa sin affärsidé under en kortare tidsperiod innan de kvalificeras in i förinkubatorn.

## Playing for Change

Playing for Change är en kommersiell inkubator för sociala entreprenörer som drivs av Kinneviksfären. Playing for Change stödjer sociala entreprenörer som ser möjligheter där andra ser problem och som gör livet bättre för barn och unga. Playing for Change bidrar med pengar, näringslivserfarenheter, mediautrymme, marknadsföring och kontakter i Kinneviksfären. Entreprenörerna bidrar med sin initiativkraft och en idé som kan förändra världen.

## Mötesplatser, öppna kontor, t ex Entreprenörskyrkan och the Hub

Det finns i Stockholm ett antal öppna kontorsmiljöer där företag av olika slag kan hyra in sig på plats under kortare eller längre tid. En del av dessa har en ambition och har lyckats med att samla sociala entreprenörer hos sig.

## 8 SI@SU

### 8.1 Målgrupper

Exempel på tänkta projektdeltagare:

- 1.) Individer som på sin arbetsplats eller i den organisation de verkar visar intresse för sociala innovationer men där det är oklart hur individen går vidare för att förverkliga detta.
- 2.) Individer inom en arbetsplats eller organisation som en del av sin verksamhetsutveckling identifierar sociala innovationer som ett önskvärt komplement eller alternativ till existerande verksamhet
- 3.) Egna företagare som identifierat projekt inom social innovation som ett komplement eller alternativ till existerande verksamhet.  
Individerna ovan kan vara både anställda och personer på ledande befattningar.
- 4.) Eftersom centret verkar och är kända på Stockholms universitet och övriga lärosäten i stockholmsregionen ser vi att projektdeltagare kan hämtas från denna sfär, givet att de är anställda, egna företagare eller på väg att starta en egen verksamhet.

Projektdeltagare kan även nå oss via andra företag eller organisationer såsom Almi/Innovation Stockholm, Venture Cup, IFS, Connect, Coompanion, Skyddsvärnet m.fl. Även från offentlig sektor kommer projektdeltagare rekryteras.

Tänkta mottagare och användare av projektresultaten: utöver de direkta projektdeltagarna omfattar mottagare och användare av projektresultaten samtliga samverkanspartners men även det vidare samhället. Som vi beskriver i syftet ämnar vi sprida projektresultaten till exempel till andra innovationsmiljöer och forskning.

Grupperna ovan påverkas av projektresultaten på olika sätt. De av våra samverkanspartners som har egen rådgivning mot sociala innovatörer kommer kunna dra direkt praktisk nytta av de verktyg och processer vi utvecklar. Andra opinionsbildande parter kommer kunna använda resultaten i sitt eget kommunikativa arbete och förhoppningen är förstås att detta ska bidra till generellt bättre förståelse för social innovation och socialt entreprenörskap.

## 8.2 Föreslagna aktiviteter/insatser

| Olika typer av stöd |            |         |        |
|---------------------|------------|---------|--------|
|                     | Rådgivning | Program | "Alla" |
| <b>Individuellt</b> |            |         |        |
| Rådgivning          | X          |         |        |
| Coaching            |            | X       |        |
| Gruppmentor         | X          |         |        |
| Specialist          |            | X       |        |
| Kiosk               | X          | X       | X      |
| IIP                 | X          | X       |        |
| <b>Utbildning</b>   |            |         |        |
| Kurser              | X          | X       |        |
| Föreläsningar       | X          | X       | X      |
| Handböcker          | X          | X       | X      |
| <b>Träning</b>      |            |         |        |
| Work-shops          |            | X       |        |
| Praktik             |            | X       |        |

Kolumnerna i bilden representerar olika steg i centrets verksamhet (jfr i bild i 7.3), "Rådgivning" som är ett första steg för de som söker till centret, "Program" är den programbaserade coachningen som man ansöker och kan bli antagen till. "Alla" är erbjudandet mot allmänheten.

Raderna i bilden är olika aktiviteter vilka beskrivs nedan. Ett X innebär att den aktiviteten erbjuds i det steget.

I figuren avses med "alla" breda inbjudningar till stora grupper, i bland utan anmälan för att delta.

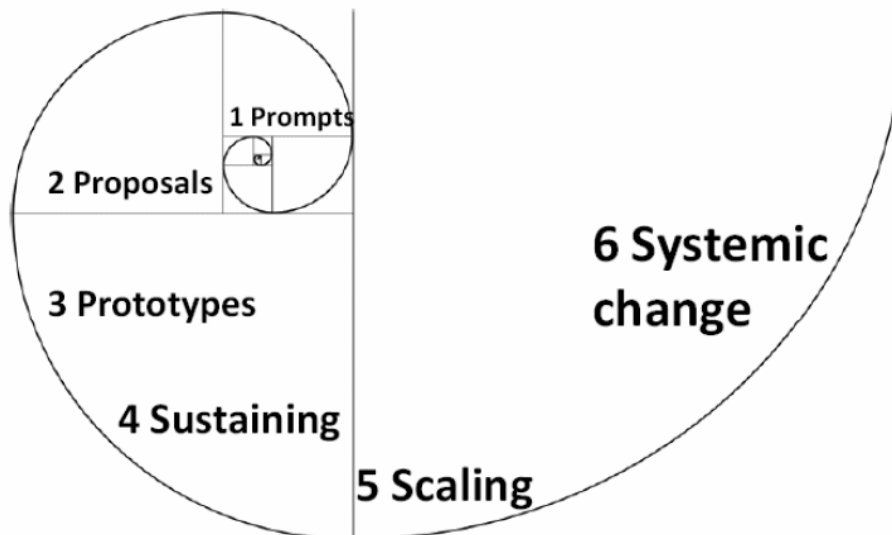
"Program" är de som deltar i programbaserade coaching. Med

"rådgivning" avses de som är med i rådgivningsfasen, och därmed en deltagande aktör.

## 8.3 Processer

*Geoff Mulgan har beskrivit utvecklingen av sociala innovationer i en spiral med sex olika steg, där centrets fokus kommer ligga på de första stegen.*

**Figure 1: Mulgan's six stages of social innovation<sup>3</sup>**



1 Prompts, inspirations and diagnoses.

Här finns allt som visare på behovet av sociala innovationer, inspirationen att skapa något, ställandet av frågorna, hitta rötterna och inte bara se symptomen

2 Proposals and ideas

Idégenerering. Här kan metoder och processer bidra, olika kreativa övningar och temafrågeställningar kan bidra till att generera idéer.

3 Prototyper and pilots

Handlar om att testa idéer i praktiken, involvera intressenter, lyckas och misslyckas i iterativa steg. Hitta nyckeltal och metriker för att mäta framgång

4. Sustaining

Idén används, långsiktig finansiering säkras. Förmågan att förändra bevisas och dokumenteras.

5. Scaling and diffusion

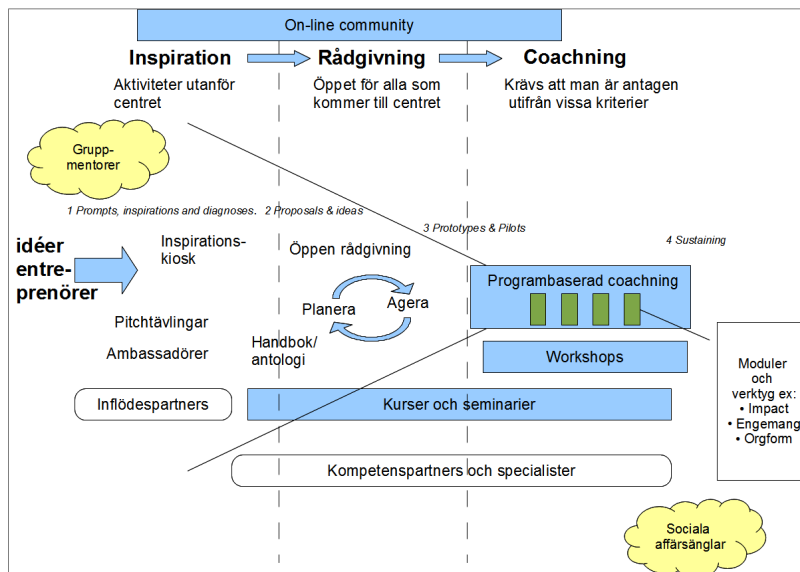
Idén sprids och används, spridning kan vara såväl geografiskt som till andra områden med liknande egenskaper.

6. Systematic Change

Det yttersta målet för sociala innovationer. Här får idén stort genomslag och skapar långsiktig verkligt avgörande förändring

SI@SU kommer att arbeta inom faserna 1, 2 och 3 eventuellt i något enstaka fall i fas 4.

Arbetet i centret består av fyra stycken huvudprocesser: Inspiration, Rådgivning, Programbaserad Coaching och Seminarier.



### 8.3.1 Inspiration

Under förstudien har det framkommit att ett stort fokus kommer behöva läggas på aktiviteter för att väcka intresse och skapa kunskap om sociala innovationer, speciellt inom grupper som inte har tidigare kontakt med innovations- och entreprenörskapsmiljöer.

Processen Inspiration handlar om två olika mål:

- Väcka intresse och skapa grundläggande kunskap om sociala innovationer
- Skapa inflöde av personer och idéer till övriga processer i SI@SU-centrets erbjudande

Båda dessa mål har sin grund i att inspirera och informera de personer i målgruppen som har sociala idéer, så att de kan överväga att starta en verksamhet, och få kompetensutveckling i denna utveckling av det Sociala Centret.

Processen Inspiration innebär aktiviteter som inte ligger inom kommunikation eller PR utan om tidig rådgivning och inspiration. Fokus ska ligga på att ge deltagare insikten att Sociala Innovationer:

1. inte är svårt och krångligt utan något naturligt
2. att det finns många idéer som är möjliga att utveckla
3. att det är möjligt för deltagaren att skapa något

En aktivitet är att ta fram en antologi med exempel och inspiration.

Ett viktigt sätt att nå breda grupper är att utveckla en webbcommunity för att skapa utbyte och diskussion med många där instegströskeln är låg.

#### **Inspirationskiosk**

En speciell modul/eller funktion för att kunna erbjuda paketerade inspirations/rådgivningsaktiviteter ska utvecklas. Inspirationskiosken ska vara mobil och användas i olika sammanhang, på mässor, möten, seminarier, gärna vid aktiviteter där partners deltar för att kunna nå utanför centrets primära nätverk. Kiosken ska kunna fungera som ett alternativ till att delta i ett event med en ”roll-up” och broschyrer och istället vara en mobil yta där idéer och inspirations skapas

#### **Handböcker och böcker(antologi)**

Ett sätt att inspirera och informera är att ge ut skrifter kring socialt entreprenörskap. Centret avser att ta fram ett par ”handböcker” kring socialt entreprenörskap (jfr Young Foundations serie om 5 små guider). Centret kommer även att ta fram en antologi med inspirerande exempel och lösning.

### Pitchtävlingar

Ett relativt enkelt sätt att inspirera och lyfta upp sociala idéer är att anordna så kallade ”pitchtävlingar” där deltagarna får bidra med korta säljande beskrivningar av sina idéer. Pitchtävlingar kommer att anordnas dels tillsammans med partners (t ex SSES) dels på egen hand. Att kunna pitcha sin idé är oerhört viktigt även inom denna sektor, varför detta element har hög grad av Kompetensutveckling

### Ambassadörer

Inom partnerorganisationer skall s.k. ambassadörer utses och utbildas. Dessa ska ha god kunskap om centret och kunna informera och inspirera kring Sociala Innovationer.

## 8.3.2 Rådgivning

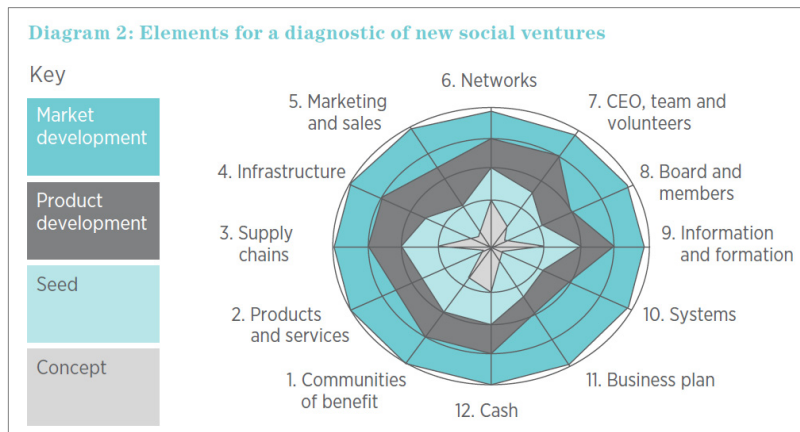
Rådgivning bygger på möten mellan en coach/rådgivare och entreprenörer.

Ett första rådgivningsmöte skall vara öppet för alla som vill.

Young Foundation har föreslagit följande områden att använda och utveckla för sociala innovationer:

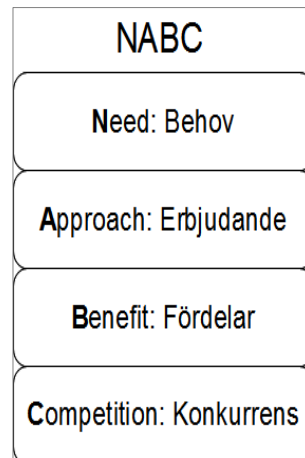
1. Vilka drar social nytta
2. Produkter och tjänster
3. ”supply chains”
4. Infrastructure
5. Marknadsföring och sälj
6. Nätverk
7. Team, VD och volontärer
8. Styrelse, medlemmar, rådgivare
9. Information
10. System
11. Affärsplan
12. Ekonomiska tillgångar

*I bilden nedan visas i diagramform hur de 12 olika områdenas betydelse förändras i olika faser av en idéns utveckling. Från Koncept till Södd, till produktutveckling och marknadsutveckling. IT.ex. I fasen södd betonas område 1,3,6,9 och 12*



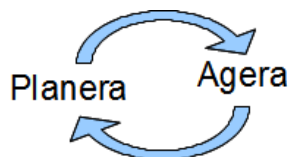
(från Social Venturing av Murray, Caulier-Grice and Mulgan)

Rådgivning kan ske genom att starka och svaga område identifieras och de svaga utvecklas. Rådgivning kan ske vid flera följande tillfällen och bör då göras så att entreprenörer får uppgifter att genomföra till nästa rådgivningstillfälle.



En speciell uppföljningsblankett baserat på Young Foundations områden i kombination med Stanford Research Institutes (SRI) NABC-modell kommer att tas fram inom centret.

Det är viktigt att rådgivningen bedrivs utifrån ett planera/agera-tänk, dvs att mellan rådgivningsmöten ska aktiviteter ha genomförts. Vid ett rådgivningsmöte identifieras olika lämpliga aktiviteter för entreprenören som skall ha genomförts innan nästa rådgivningsmöte genomförs.



### Gruppmentor

De som deltar i rådgivningen kommer att erbjudas att möta andra entreprenörer som har idéer eller arbetar inom samma område. Dessa möten kommer att ledas av en senior "mentor" från reflektionsgruppen med kunskap om det aktuella området. Efter ett första möte kommer man kunna träffas fler gånger om gruppen (eller delar av gruppen) så själv önskar. Gruppmentorkonceptet ger både en möjlighet att träffa andra entreprenörer som man kan tänkas vilja jobba ihop med och en tillgång till en senior person med erfarenhet inom området.

Genom att använda gruppmentorer från reflektionsgruppen får den gruppen mycket god inblick i entreprenörernas problem och utmaningar.

## 8.3.3 Programbaserad Coachning

Det sista och mest intensiva av centrets kompetensutvecklingsinsatser utgörs av den programbaserade coachningen. Då erbjuds man en fysisk arbetsplats och tillgång till en strukturerad coach- och rådgivningsprocess.

Man blir tilldelad sin egen affärscoach med vilken man har regelbundna möten enligt en i förväg uppgjord mötesagenda. En gång i månaden sitter en annan affärscoach med på mötet för att bidra med andra infallsvinklar. I den programbaserade coachningen ges också tillgång till SI@SUs partners inom t ex juridik, ekonomi/redovisning/revision, försäljning, storytelling etc. i den omfattning och tidpunkt som coachen finner lämpligt.

I början av processen sätter man gemensamt upp en målbild för att ha något konkret att sträva mot. Målbilden bryts ned i månadsmilstolpar och dessa används i veckomötena för att följa projektets utveckling.

Tiden i den programbaserade coachningen är 4-6 månader med möjlighet till förlängning.

För att antas till den programbaserade coachningen gäller att personen/teamet uppfyller vissa krav (se nedan) samt att projektet antas vid ett formellt antagningsmöte med hela rådgivar-/coachgruppen. På ett antagningsmöte håller personen/teamet en kort presentation och får sen svara på frågor.

Projektet bedöms enligt följande kriterier:

Allmänt:

Idén ska lösa ett angeläget och stort problem, t.ex något av Millenniemålen, eller problem inom offentlig sektor eller i närmiljön/grannskapet. Idéerna bör inkludera ”community-based” delaktighet. Den sociala delen i idén ska avse huvudverksamheten, dvs inte rena CSR-projekt.

Innovation:

Idén ska vara innovativ, antingen som en innovativ ny tjänst eller produkt, eller innebära utveckling av befintlig tjänst/produkt med innovativt angreppssätt. Även idéer som innebär transformation av arbetsätt eller rutiner kan antas.

Personerna:

Personer/personerna bakom idén ska vara beredda att satsa på idén. Personerna ska entreprenöriell drivkraft och helst ha erfarenhet av att genomföra och driva projekt. Idén ska helst utvecklas tillsammans med de grupper som lösningen berör.

Hållbarhet:

Idén ska kunna utvecklas till något som kan finnas en längre tid. Idén ska kunna ”överleva” initiativtagaren. Detta innebär att projekt som enbart är tänkta att fungera som sysselsättning för initiativtagaren inte kan bli antagna.

Organisationsform:

- 1 För ideella verksamheter/idéer gäller att det går att hitta en självfinansiering med hjälp av avgifter, medlemskap, partnerskap eller liknande. Det är en fördel om det finns ekonomiska mål i verksamheten. Det måste finnas en klar skillnad mot t.ex välgörenhet.
- 2 För företag utan vinstsyfte, ska avkastning ses som ett medel och inte mål.
- 3 För företag med vinstsyfte måste den sociala nyttan/effekten vara stor och kvantifierbar. Det innovativa inslaget behöver också vara stort och innovationen bör vara av icke-teknisk natur.

Direkt sociala nytta/effekt:

Effekterna ska vara tydliga och helst mätbara, åtminstone dokumenterbara. Idéer med indirekt nytta kan även antas men då med högre krav vad avser de andra kriterierna.

Spridning och reproducerbarhet:

Idén ska kunna sprida sig utanför sin ursprungliga kontext. Entreprenören ska vara villig att dela med sig till andra som vill utveckla idén på andra platser utan att för den skull förstöra eller försämra sina egna möjligheter till tillväxt.

För inkubatorn bör ett ”Portfolio”-tänk tillämpas dvs vid antagningen bör man sträva efter att få en blandning av olika typer av projekt, kring vilken typ av problem de löser, organisationsform, team mm.

### 8.3.4 Seminarier och kurser

En mycket viktig del av verksamheten i centret är arbetet med seminarier och work-shops. Arbetet kommer att delas upp i olika former:

- ▲ Öppna breda seminarier
- ▲ Workshops kring olika delar i socialt entreprenörskap och innovationer - riktat mot de som deltar i den programbaserade coachningen
- ▲ Partnerseminarier – kring partners speciella kompetenser -riktat mot de som deltar i rådgivning eller programbaserade coachningen
- ▲ Kurser – paket av flera sammanhängande föreläsningar, mot en utvald ”klass”. riktat mot de som deltar i rådgivning eller programbaserade coachningen
- ▲ Weekend workshops kring sociala innovationer och entreprenörskap i samarbete med SSES.

### 8.3.5 Affärsängelnätverk

Centret avser att undersöka möjligheterna att skapa ett affärsängelnätverk bestående av privatpersoner med intresse av att investera i och stödja entreprenöriella och innovativa sociala projekt. Nätverket ska bygga på de modeller för affärsängelnätverk som finns inom inkubatorsvärlden.

### 8.3.6 On-line community

En webb med information, länkar, filmade seminarier och kurser kommer att skapas. För att möjliggöra spårbarhet över deltagare kommer en registreringsfunktion att användas. Eventuellt kommer möjlighet till

diskussioner och forum att ordnas inom portalen.

### 8.3.7 IIP

Vinnovas program för internationell praktik har under 2011 haft en inriktning mot sociala innovationer. Om programmet fortsätter med detta så kommer SI@SU bidra med att nominera entreprenörer till en månads praktik i Silicon Valley.

## 8.4 Verktyg

Nedan listas ett antal speciella verktyg eller aktiviteter som kan användas i huvudsak i den programbaserade coachningen men även i rådgivningen. Ett verktyg består av en paketerad handledning, mallar och underlag som kan användas av projekt i programbaserad coaching tillsammans med projektets coach. Coachen avgör i samarbete med projektet när det är lämpligt att använda respektive verktyg

#### **Mäta och visa genomslag och framgång**

Mäta och följa upp social impact

Tripple bottom line

Samhällspåverkan

Värdera nyttan

#### **Engagera många – samarbeten och nätverk**

Köpprocessen

Engagera intressenter

#### **Finansiering**

Hur finansierar man sociala innovationer och projekt

Hur ser finansieringen ut över tid. Att finansiera nya bolag och projekt är alltid svårt. Så kallad sådd-finansiering av ny verksamhet är tidkrävande för alla typer av innovationer och för alla entreprenörer.

Det är troligt att finansiering av sociala företag/projekt är ännu svårare än av andra innovationer.

Olika typer av finansiering och finansiärer passar olika bra för olika typer av organisationsform

## Finansiering

|                 | Projekt | Förening | Stiftelse | Aktiebolag |
|-----------------|---------|----------|-----------|------------|
| Bidrag/gåvor    | X       | X        | X         |            |
| Stipendier      | X       | X        |           |            |
| Innovationsstöd | (X)     |          |           | X          |
| Medlemskap      |         | X        | (X)       |            |
| Kundintäkter    |         |          | (X)       | X          |
| Ägarkapital     |         |          |           | X          |

### Organisationsform

Vilken organisationsform är lämplig?

Hur kan man växla organisationsform?

### Storytelling för sociala entreprenörer

Språk och beskrivning

Berätta storyn om sociala nyttan och ekonomin.

Ytterligare ett verktyg kommer att utvecklas baserat på behoven hos projekten som blir antagna till den programbaserade coachningen.

## 8.5 Bemanning

### 8.5.1 Rådgivning/coachning

- ⤴ Chef som också arbetar som coach, riktat mot målgruppen – konsult på 50%. Kompetens: van coach med erfarenhet från rådgivning av sociala företag, erfarenhet från inkubatorsverksamhet krävs. Sälj- och affärsutvecklingserfarenhet är meriterande.
- ⤴ Rådgivare mot målgruppen samt ansvarig för resultatspridning och transnationella aktiviteter – anställd heltid. Kompetens: vana från innovationsmiljöer. Administrationsförmåga, projektledare samt rådgivningserfarenhet
- ⤴ Senior coach – regionalfondkaraktär – konsult 50%. Kompetens: mycket erfaren affärsutvecklare, erfarenhet från ledande befattning i företag, vana från inkubatorsmiljö, egen entreprenörserfarenhet. Van coach, styrelseerfarenhet från såväl företag som sociala organisationer är meriterande

- △ Coach – regionalfondskaraktär – konsult 30%. Kompetens: erfarenhet av socialt entreprenörskap, nätverk inom sociala ekonomin.

## 8.5.2 Stödfunktioner

- Kommunikation, PR och marknadsföring – konsult 20%, 1 dag per vecka. Kompetens: arbetar med marknadsföring och information, krav är vana från inkubatorer och/eller universitetsmiljö.
- Administration, - anställd 50%. Kompetens: administrativ vana, gärna av EU-projekt och/eller universitetsmiljö
- Ekonomiadministration – konsult 10kr + moms per månad. Kompetens: projektredovisning, gärna erfarenhet av EU-projekt och/eller universitetsprojekt.
- Följeforskning – konsult 240 tim/år. Kompetens: forsknings/utredningserfarenhet, gärna av innovationsmiljöer.

## 8.6 Lokaler

Bedömt lokalbehov för projektet är 175 kvm, beläget centralt på Frescatiområdet.

Lokalerna bör bestå dels av allmänna utrymmen som konferensen/mötesrum och kök/pentry. Dels kontorsrum, gärna en blandning av ett större öppet landskap och mindre rum.

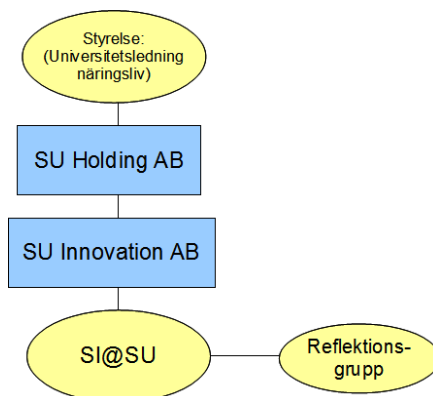
Eventuellt kan projektet hyra in kontorsplats i andra miljöer där Sociala Entreprenörer/innovatörer finns.

Lokalerna ska kunna erbjuda de antagna till programbaserad coaching postadress.

## 8.7 Styrning

Eftersom verksamheten bedrivs inom ramen för ett aktiebolag sker den formella styrningen utifrån bolagets styrelse. SU Holdings styrelse är bemannad av en blandning av personer från akademi och näringsliv.

Till detta kommer centret knyta en ”reflektionsgrupp” bestående av 10-15 personer med domänkompetens inom olika problemområden som kan vara aktuella för sociala entreprenörer.



## 8.8 Finansiering av centret

Centret har erhållit finansiering från ESF-rådet i Stockholm enligt följande budget:

| 2010    | 2011     | 2012     | 2013     |
|---------|----------|----------|----------|
| 184 kkr | 3435 kkr | 3872 kkr | 1288 kkr |

Långsiktig finansiering, dvs efter sommaren 2013, av centret kommer troligen behöva säkras från flera olika källor. Möjliga finansieringspartner som har identifierats är:

- ▲ Universitet; kan möjligtvis bistå med stöd till aktiviteter gentemot

- studenter.
- ⤴ Offentliga innovationsfinansiärer; utifrån nuvarande kriterier för offentliga innovationssystemfinansiärer så bedömer vi dessa som mindre troliga.
  - ⤴ Stora företags CSR-finansiering, en intressant möjlighet att börja bearbeta
  - ⤴ Partner till centret, olika specialister; en trolig och lämplig finansiär, kan erfarenhetsmässigt komma att finansiera 20-25% av en innovationsmiljö
  - ⤴ Investerare, privata och publika; kan eventuellt vara intressanta som finansiärer förutsatt att centret lyckas producera ett antal lyckosamma sociala företag.

## 9 Mål och aktiviteter

### 9.1 Mål den 30 april 2013

- 200 personer ha fått grundläggande individuell rådgivning
- 40 personer genomgått programbaserad coachning under minst fyra månader
- 600 personer deltagit i inspirationsaktiviteter
- 200 personer deltagit i seminarier och kurser
- 10 artiklar som beskriver projektet eller projektdeltagare ha publicerats i media
- en webbaserad community knuten till projektet lanseras och antalet medlemmar vara minst 200.
- minst sex moduler för coachning av sociala Innovationer ha tagits fram
- projektdeltagare har tagit del av centrets tjänsters utifrån sina egna preferenser, förutsättningar och kompetens utan att vara påverkade av utifrån givna könsstereotypa uppfattningar om vad man som man eller kvinna bör eller inte bör ägna sig åt.
- minst två seminarier och temadagar inom nätverken SNITTS och SiSP ha anordnats.
- projektgruppen eller dess representanter medverkat vid minst två konferenser

Utöver dessa konkreta och mätbara mål räknar vi med att bidra till att synliggöra sociala innovationer och socialt entreprenörskap som ett verktyg för förnyelse och innovation inom både privat och offentlig sektor. Förhoppningsvis bidrar projektet till att individer som via vår kompetensutveckling ges en möjlighet att utveckla nya lösningar inom t ex välfärdssektorn bidrar till ökad effektivitet och ökad samhällsnytta. Resultat som dessa är svårsmätta och i vissa fall säkert inte helt lätt att härleda till just våra kompetensutvecklingsinsatser men vår ambition är i varje fall att vårt arbete bidrar till ökad förståelse för socialt innovationsarbete på alla nivåer hos projektets deltagande aktörer och att detta i förlängningen bidrar till att nytänkande och innovation uppmuntras. Vi vill med vår kompetens ge det stöd som krävs för att entreprenörer och intraprenörer ska ha möjlighet att förverkliga sociala affärsidéer och andra initiativ med en social aspekt och att detta leder till ökad representation av sådana företag och organisationer i samhället.

## 9.2 Aktiviteter

|          |   |
|----------|---|
| 11-07-05 | Aktivitet Almedalen   |
| 11-09-01 | Verksamhetsstart  |
| 11-09-01 | Enkät för 4R-metod framtagen  |
| 11-09-01 | Jämställdhetsintegration och tillgänglighet. Första analys av organisation och kommunikation. |
| 11-09-01 | Lanseringsevent   |
| 11-09-01 | Kommunikationsplan klar   |
| 11-09-15 | Jämställdhetsintegration. Utbildning av projektledning.                                       |
| 11-09-15 | Paketering och profilering av centret (särskilt i relation till SUI)                          |
| 11-09-30 | All personal på plats enligt budget   |
| Q4 2011  | Webbaserad community/portal etablerad   |
| 11-10-01 | Första kursen i social entreprenörskap  |
| 11-10-01 | Utvecklat Young Foundation och NABC till mall för rådgivning                                  |
| 11-10-01 | Utbildning i jämställdhet och tillgänglighet  |
| 11-10-15 | Inspirationskiosk färdigutvecklad   |
| 11-10-31 | 3 moduler/verktyg framtagna   |
| 11-10-31 | 3 artiklar i media  |
| 11-11-01 | Medverkan SISP konferens  |
| 11-11-01 | Reflektionsgrupp skapad   |
| 11-11-01 | Löpande utvärdering/följeforskning igång  |
| 11-11-30 | första projektet lämnar inkubatorn  |
| 11-12-31 | Gruppmmentorprogram igång   |
| 11-12-31 | 50 personer fått individuell rådgivning   |
| 11-12-31 | 10 personer fått programbaserad coachning   |
| 11-12-31 | 150 personer deltagit i inspirationsaktiviteter   |
| 11-12-31 | 50 pers deltagit i seminarier/kurser  |
| 11-12-31 | Utrett affärsmodell för inkubatorsdelen   |
| 12-01-01 | Socialt affärsängelnätverk igång  |
| 12-01-01 | 6 moduler/verktyg framtagna   |
| 12-01-15 | 4R-analys nr 1  |
| 12-02-15 | Implementering av eventuella åtgärder från 4R-analys  |
| 12-03-01 | Streamat innehåll från föreläsningar på webben  |
| 12-03-01 | Jämställdhetsintegrering. Analys av organisation, kommunikation etc                           |
| 12-03-15 | Jämställdhetsintegration. Utbildning av projektledning.                                       |
| 12-03-31 | Antologi/handbok i social entreprenörskap   |
| 12-03-31 | Utvärdering utifrån jämställdhets- och tillgänglighetskriterier                               |
| 12-04-01 | Genomförande av SSES Weekend workshop   |
| Q2 2012  | Medverkan Baltmet aktivitet   |

|          |   |
|----------|---|
| Q2 2012  | Medverkan Young Foundation konferens                                  |
| 12-06-30 | 300 personer deltagit i inspirationsaktiviteter                       |
| 12-06-30 | 100 pers deltagit i seminarier/kurser                                 |
| 12-08-31 | medverkan SNITTS konferens  |
| 12-08-31 | 4R-analys nr 2  |
| 12-09-30 | Implementering av eventuella åtgärder från 4R-analys                  |
| 12-12-31 | 150 personer fått individuell rådgivning                              |
| 12-12-31 | 30 personer fått programbaserad coachning                             |
| 12-12-31 | 7 artiklar i media  |
| 13-01-15 | 4R-analys nr 3.   |
| 13-02-15 | Implementering av eventuella åtgärder från 4R-analys                  |
| Q1 2013  | Medverkan Baltmet aktivitet   |
| Q1 2013  | Medverkan konferens   |
| 13-04-30 | Jämställdhetsintegration. Uppföljning och utvärdering. 4R-analys nr 4 |
| 13-04-30 | 200 personer fått individuellt rådgivning                             |
| 13-04-30 | 40 personer fått programbaserad coachning                             |
| 13-04-30 | 600 personer deltagit i inspirationsaktiviteter                       |
| 13-04-30 | 200 pers deltagit i seminarier/kurser                                 |
| 13-04-30 | 10 artiklar i media   |

## 10 Partners

### 10.1 Nyttjarpartners/Deltagande aktörer

Den viktigaste partnertypen är nyttjarpartners – de deltagande aktörerna, projekten. Man vet inom inkubatorsverksamhet inte i förväg vilka sådana deltagare/projekt man kommer att träffa – detta gäller även detta center. Det finns inom befintlig verksamhet i SU Innovation 3-5 projekt/företag som är av den typen att de uppfyller kriterierna för centret. Dessa skulle alltså kunna ansöka till centret under tidig höst – men om det blir så, och om de då bedöms uppfylla kriterierna så att de blir antagna är såklart inte säkert. Det finns också en handfull konkreta kontakter som uppstått under Förprojekteringsfasen, och som anses uppfylla kriterierna. Dessa består också av de olika typer av projekt som beskrivs i Målgrupper ovan (8.1)

Men framförallt tror vi att inflödet i hög grad kommer att genereras av de inflödespartners som beskrivs nedan. Det är också via dessa partners som vi får en volym av rätt personer/projekt inom målgrupperna

### 10.2 Inflödespartners

I denna grupp ligger alltså aktörer i den sociala ekonomin och i innovationssystemet som i sin verksamhet träffar personer/projekt som kan bli aktuella för Centret. Exempel på Inflödespartners är

- Coompanion (också Kompetenspartner nedan) De har ett stort inflöde av personer och idéer, och många av dem kan förväntas ha behov av den typ av stöd vi kommer att ge.
- Sektor 3. Starkt nätverk i Civila samhället
- Playing for Change och Ashoka – som arbetar med liknande konkret stöd som vårt center kommer att göra, men som väljer ut vardera 5-10 projekt som får ta del av stödet. Innebär att väldigt många som söker dit kommer att hamna utanför deras stöd, men passa in i centrets verksamhet
- Skyddsvärnet.
- SVID – Stiftelsen Svensk Design. Arbetar även med socialt entreprenörskap
- Miljonkultur. Intressant organisation som vi haft inledande kontakter med.
- Länsstyrelsen, som träffar och har kontakt med många potentiella entreprenörer – även sociala sådana.
- Tillväxtverket. Myndighet som är aktiv inom området och kan förväntas stötta sociala innovationer och socialt entreprenörskap.

- Övriga Inkubatorer, framförallt troligen Södertörn/KISP, men också Handelshögskolans SSE Business Lab, Västerås Science park, Konstfacks Transit t ex
- SiSP – branschföreningen för Inkubatorer och Science Parks har visat stort intresse för våra planer.
- Stockholm School of Entrepreneurship har i några år haft kurser kring socialt entreprenörskap. Dessa övertas nu av Stockholms universitets Företagsekonomiska Institution. Härifrån förväntas ett stort inflöde.
- Insamlingsstiftelsen IFS rådgivningscentrum. En rutinerad rådgivningsorganisation för invandrarentreprenörer.
- Venture Cup - en affärsplanetävling som når många entreprenörer i regionen.
- Almi – har stor rådgivningsverksamhet, och har visat intresse för vår verksamhet
- Innovation Stockholm/Startup Stockholm – en ny organisation, som när den etablerats sig kommer att bearbetas

### 10.3 Kompetenspartners

Som kompetenspartners räknar vi sådana organisationer som är aktiva inom den sociala ekonomin. Den kompetens och erfarenhet de byggt upp inom detta område är i stora stycken det centret initialt kommer att sakna. De flesta av dem nämns ovan eftersom de i sin verksamhet kommer i kontakt med idéer och personer som har behov av vår kompetens och verksamhet. Främst har vi diskuterat med:

- Coompanion - kooperativ utveckling Stockholms län, enligt ovan: stark kompetens och närvaro inom sociala innovationer och företagande. Inte minst deras kunnande inom organisationsformer kommer att bli viktigt för centret.
- Länsstyrelsen i Stockholm/Entrepreneur Stockholm – har en central position regionalt och lokalt, och med stor relevant erfarenhet inom sociala innovationer.
- Miljonkultur: kompetens och nätverk inom integrations-, jämställdhets-, mångfaldsfrågor – i skärningspunkten mot entreprenörskap.
- Konstfack. Ronald Jones - Professor of Interdisciplinary Studies, The Experience Design Group har länge varit aktiv kring socialt entreprenörskap och hans arbete inom Experience Design Group är relevant för projektet.
- Föreningen Skyddsvärnet i Stockholm - en mycket intressant och intresserad partner med relevant erfarenhet och kompetens för detta projekt.
- Esbri – Institutet för entreprenörskaps och småföretagsforskning – har personer som forskat kring socialt entreprenörskap, och som varit aktiva och vill bidra

- EVPA: European Venture Philantropy Association. Vi har haft möten med både deras ordförande och den svenska styrelserepresentanten. Mycket intressant nätverk, som blev mycket intresserade av vår satsning

## 10.4 Internationella partners

Centret riktar sig till Stockholm och Mälardalen, men behovet av internationella partners finns för att kunna hålla hög nivå på kunskapen om sociala innovationer. Några internationella partners har därför identifierats och kontaktats.

- ▲ Young Foundation och Social innovation Exchange
- ▲ Social Finance
- ▲ StudentHubs vid Oxford University
- ▲ Skoll Centre for Social Entrepreneurship

## 11 Övriga möjligheter

Ett antal olika aktiviteter som är intressanta för att stimulera utvecklingen av sociala innovationer har identifierats under förstudien. Dock är det oklart om dessa kan/bör rymmas inom centrets verksamhet. Vi avser att undersöka om någon av aktiviteterna kan genomföras inom ramen för centret.

### **Studenttävling kring Sociala innovationer**

En ide som flera olika partner har förslagit är att anordna en affärsplanetävling för sociala entreprenörer. Det har funnits en organisation som arbetat med ett tävlingskoncept SIFE men det är nedlagt nu. Det finns internationella tävlingar som skulle kunna ha en svensk ”kval-omgång” t.ex en som anordnas av Berkeley University och där SSES har viss aktivitet.

### **Ägarstiftelse för sociala företag**

Organisationsformen för sociala verksamheter är ofta ett utmanade problem, en vanlig modell är en blandad organisationsform där verksamheten drivs av ett aktiebolag, men där ägare till aktierna inte är privatpersoner eller företag utan istället en stiftelse.

En möjlighet som har föreslagits är att man kunde undersöka möjligheterna att starta en övergripande mer generisk ägarstiftelse som kunde vara ägare till flera olika sociala företag.

### **Social Impact Bonds**

I Storbritannien finns sedan ett par år en mycket intressant modell för att finansiera sociala innovationer och företag – Social Impact Bonds, SIB. SIB bygger på ett finansiellt verktyg, en obligations som säljs till finansiella investerare och placerare, Den erhålla finansieringen används till att finansiera olika sociala projekt, där man löser stora och kostsamma problem. I modellen ligger att man när man lyckats lösa de sociala problemen får betalt från den som sparar pengar på lösningen. Ett lyckats social projekt kan alltså blir framgångsrikt även finansiellt.

Det skulle vara intressant att undersöka möjligheterna att införa något liknande i Sverige. Speciellt med tanke på att en lösning liknande SIB i Sverige skulle kunna ge möjlighet till avdragsrätt för satsningar på social verksamhet.

### **Mentorprogram**

Ett mentorprogram för sociala entreprenörer skulle kunna ge både mentorer

och adepten ett bra stöd i att utveckla sina sociala innovationer. Arbetet med att skapa ett mentorprogram är dock omfattande varför det inte har bedömts som möjligt att genomföra detta inom centret.

## 12 Läsa vidare

Robin Murray, Julie Caulier-Grice, Geoff Mulgan  
Social innovator series: Ways to design, develop and grow social innovation,  
“Social Venturing”, The Young Foundation, NESTA, July 2009

Robin Murray, Julie Caulier-Grice, Geoff Mulgan  
Social innovator series: Ways to design, develop and grow social innovation,  
“The Open Book of Social Innovation”, The Young Foundation, NESTA,  
March 2010

Social Finance  
“A Technical Guide to Developing Social Impact Bonds” March 2011

Social Finance  
“Towards a new social economy, Blended value creation through Social  
Impact Bonds”, March 2010

Study on Social Innovation, A paper prepared by the Social Innovation  
eXchange (SIX) and the Young Foundation for the Bureau of European  
Policy Advisors

Young Foundation: “How to Guide”: March 2011  
No.1 Find and Select the Best Innovations  
No.2 Contract, Monitor and Evaluate Innovations  
No.3 Generating Economic Evidence for Innovation  
No 4 Design and Deliver Support to Innovations

Venturesome, “Financing Civil Society”, 2009

NESTA “Growing Social Ventures” 2011

Erika Augustinsson, Maja Brisvall  
“Tjäna pengar och rädda världen : den hållbara ekonomins entreprenörer”  
April 2009

ESF Committee Ad-Hoc Group on Innovation and Transnational  
Cooperation  
Reflections on the links between transnational cooperation and social  
innovation