



Skandinaviens nordligaste tekniska universitet  
Forskning & utbildning i världsklass



**Orienteringsbok**

# Genusdriven social innovation

[itu.se/socialinnovation](http://itu.se/socialinnovation)

LULEÅ  
TEKNISKA  
UNIVERSITET

## **REDAKTÖRER**

Anna Berg Jansson & Malin Lindberg, Luleå tekniska universitet

## **PERSONER SOM BIDRAGIT TILL TEXTEN**

Knut-Erland Berglund, Luleå tekniska universitet

Lena Forsberg, LTU Business AB

Helena Karlberg, Magma och SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign

Ingrid Lindelöw Berntson, Leia Företagshotell AB

Lena Söderlind Pettersson, Leia Företagshotell AB

Carina Larusson, Winnet Sverige

Pia Ramirez Måård, Winnet Sverige

DEL 1

# VAD ÄR GENUSDRIVEN SOCIAL INNOVATION?

## Introduktion

Vad är genusdriven social innovation och vilken betydelse har det för nytänkande organisations- och samhällsutveckling? Det är de frågor som denna orienteringsbok ska belysa. Samtidigt som Sveriges, EUs och OECDs nya innovationspolitik uppmuntrar utvecklingen av sociala innovationer för att hantera aktuella samhällsutmaningar såsom arbetslöshet, fattigdom, demografiska förändringar m.m. och allt fler forskare har börjat studera denna sorts innovation saknas det tillräcklig kunskap och erfarenhet kring denna typ av innovationer ur ett genusperspektiv. Den långa traditionen av att i svensk forskning, politik och praktik synliggöra, analysera och förändra genusmönster i organisationer och samhälle kan användas som en sprängbräda för att utveckla sådan kunskap. Genom att ge praktiska exempel på genusdriven social innovation i Sverige ska denna orienteringsbok öka förmågan hos landets innovationsfrämjande aktörer att stötta förverkligandet av socialt nytänkande idéer för jämställdhet i näringslivet, arbetslivet, kulturlivet, privatlivet etc. I slutet av boken analyseras hur exemplen bidrar till en jämställd samhällsutveckling genom sina innovativa sätt att identifiera behov, utveckla lösningar och skapa förändring.

Framtagandet av orienteringsboken har finansierats av VINNOVA inom ramen för projektet Genusdriven social innovation som Luleå tekniska universitet har bedrivit under perioden 2013-2015. De exempel som presenteras och analyseras i boken är hämtade från tre av Sveriges ledande organisationer inom genusmedvetet företags- och innovationsfrämjande: Winnet, Magma och Leia, som själva aktivt deltagit i projektets kunskapsutveckling. En mer utförlig analys av deras verksamheter än vad som ryms i denna orienteringsbok återfinns i projektets vetenskapliga publikationer.

## Vad är innovation?

Innovation definieras i denna orienteringsbok som utveckling av nya varor, tjänster, metoder m.m. som kommit till nytta i samhället. Det ”nya” innebär antingen något som är nytt i hela världen eller nytt i ett särskilt sammanhang. Det kan också handla om en ny kombination av redan existerande varor, tjänster, metoder m.m. Eftersom innovationer antas bidra till nödvändig förnyelse i ekonomin och samhället genom att hela tiden förbättra och utvidga utbudet på marknaden. Därför fördelas stora summor statliga medel till att främja utvecklingen av innovationer och ett stort antal forskningsstudier om innovation har genomförts både i Sverige och internationellt.

Den största delen av dessa satsningar och studier har fokuserat utveckling och kommersialisering av tekniska produkt- och tjänsteinnovationer i tillverkningsindustri, basindustri och högteknologiska branscher. Först på senare år har intresset ökat för andra sorters innovationer, t.ex. lågteknologiska tjänsteinnovationer, organisatoriska innovationer, sociala innovationer, i andra sektorer, t.ex. offentlig och ideell sektor och i andra branscher, t.ex. turism, utbildning, vård och omsorg. Det saknas dock fortfarande tillräckligt med kunskap, resurser och metoder för att förstå och utveckla innovationer i andra former och områden än högteknologiska och industriella, vilket denna orienteringsbok ska bidra till att skapa.

## Vad är social innovation?

Social innovation definieras i denna orienteringsbok som utvecklingen av nya varor, tjänster, metoder m.m. som är sociala i sina medel och mål. De utgör nytänkande sätt att identifiera sociala behov och samhällsutmaningar, att involvera marginaliserade grupper och perspektiv i innovationsutvecklingen och att skapa social förbättring för individer, organisationer och samhälle. Sociala innovationer varierar i form och omfattning, så de kan bestå av allt från nya varor, tjänster och metoder till nya organiseringsätt och samhällsstrukturer.

Bedömningen av vad som är ett socialt behov eller en social förbättring är normativ i betydelsen att det avgörs av värderingarna hos dem som gör bedömningen. Den positiva värderingen av att uppmärksamma ett visst socialt behov och att bidra till en viss social förändring delas inte nödvändigtvis av alla, utan kan vara föremål för debatt mellan olika aktörer. Det är därmed upp till varje aktör att beskriva och motivera det sociala värdet av de innovationer som de förespråkar. Argumentationen kan då ta avstamp i en analys av de maktmönster som präglar det aktuella sammanhanget. Behov och utmaningar som tidigare förbisetts hos grupper eller perspektiv som är underrepresenterade eller missgynnade inom ett visst område kan framhållas som viktiga att uppfylla genom nytänkande insatser. Exempel på ett sådant förbiset behov finns hos kvinnor som underrepresenterad och missgynnad grupp inom innovationsutveckling. Motsvarande samhällsutmaning är att ta till vara på den underutnyttjade innovationspotentialen både i de sektorer/branscher som sysselsätter många kvinnor och hos kvinnor som grupp oavsett sektor eller bransch.

## Vad är genusdriven social innovation?

Denna orienteringsbok fokuserar särskilt genusdriven social innovation, i betydelsen av nya varor, tjänster, metoder m.m. som är sociala i bemärkelsen att de identifierar och förändrar rådande genusmönster i organisationer och samhälle i en mer jämställd riktning. Med genus menas de föreställningar som finns om människor utifrån deras könstillhörighet och som påverkar hur människor uppfattar sig själva och andra, hur människor interagerar med varandra, hur organisationer och samhällen struktureras och hur olika verksamheter symboliseras och värderas. Dessa föreställningar är ofta segregering i bemärkelsen att kvinnor och män skiljs åt på olika områden, t.ex. genom att arbeta eller driva företag i olika utsträckning och i skilda sektorer och branscher eller genom att förväntas ha skilda behov, intressen och egenskaper. Föreställningarna är ofta även hierarkiska i betydelsen att de verksamheter som förknippas med män och vissa sorters maskulinitet ofta värderas högre än de som förknippas med kvinnor och vissa sorters femininitet.

På innovationsområdet syns genusbaserad segregering och hierarki i mansdominansen bland de innovatörer, innovationer, sektorer och branscher som uppmärksammas och främjats i politik och forskning. Genusdriven social innovation utmanar dessa mönster genom att synliggöra innovation i de former och sammanhang där könsbalansen är jämnare eller där kvinnor är i majoritet, vilket bidrar till att väga upp den rådande och traditionella mansdominansen.



DEL 2

# EXEMPEL PÅ GENUSDRIVEN SOCIAL INNOVATION

I DENNA DEL AV ORIENTERINGSBOKEN presenterar vi exempel på genusdriven social innovation från tre av Sveriges ledande organisationer inom genusmedvetet företags- och innovationsfrämjande: Winnet, Magma och Leia. Organisationerna har aktivt deltagit i identifieringen och beskrivningen av sina sociala innovationer, i nära dialog med de involverade forskarna. Varje organisations socialt nytänkande verksamheter beskrivs inledningsvis i en kort text, vilket följs av exempel på hur deras genusdrivna sociala innovationer tagit sig form i nya medel, mål, organiseringsätt, metoder, varor/tjänster och samhällsstrukturer. Exemplen ska ses som en orienterande översikt och för mer detaljerade beskrivningar hänvisas till respektive organisation.

## Winnet

Winnet Sverige är en nationell paraplyorganisation för drygt 90 lokala och regionala resurscentra för kvinnor (RCs). Organisationens syfte är att verka för att ”kvinnor tar sin del av samhällets resurser i anspråk, att kvinnors kompetens tas tillvara i samhället och att kvinnors och mäns insatser värderas lika” ([www.winnnet.se](http://www.winnnet.se)). Resurscentra har ett regeringsuppdrag att bidra till jämställd regional tillväxt genom att synliggöra kvinnors villkor och öka kvinnors inflytande inom entreprenörskap, innovation, kompetensförsörjning, tillgänglighet, landsbygdsutveckling och gränsöverskridande samarbete. Uppdraget finansieras via Tillväxtverkets program Resurscentra för kvinnor. Winnet är ett gemensamt varumärke som används av de resurscentra som är medlemmar i den nationella organisationen. Resurscentra erbjuder kunskap, utbildning, rådgivning, metoder, mötesplatser och nätverk till två målgrupper: Dels enskilda kvinnor som vill förverkliga sina idéer, t.ex. nya företag, innovationer, projekt, samarbeten m.m. Dels politiker och tjänstemän som ansvarar för utformning och genomförande av offentliga insatser för socialt, ekologiskt och ekonomiskt hållbar utveckling i samhället.

Resurscentras verksamheter bedrivs ofta genom samarbeten mellan olika sektorer och organisationer inom ramen för partnerskap och nätverk. En samverkansmodell som Winnet bidragit till att utveckla är den så kallade Quadruple Helix-modellen där aktörer från privat, offentlig, ideell och akademisk sektor samverkar i utvecklingen av ny, relevant kunskap som omvandlas till nya varor, tjänster och arbetsätt. Modellen är en vidareutveckling av den Triple Helix-modell som oftast använts i svensk och internationell innovationspolitik där den ideella sektorns roll osynliggjordes. Winnet Centre of Excellence är ett annat exempel på samarbetsmodell som utvecklats av Winnet, där resurscentra ges tillgång till forskare och forskning inom relevanta ämnesområden, t.ex. företagande, innovation och landsbygdsutveckling. Ett flertal olika metoder har utvecklats av Winnet för att kartlägga genusmönstren i den regionala tillväxtpolitikens resursfördelning, för genusmedveten företags- och innovationsrådgivning, för jämställd arbetsförmedling m.m. I Dalarna har Winnet exempelvis utvecklat metoden Genushanden som ett praktiskt verktyg som kan användas av befintliga affärsrådgivare för att bemöta såväl kvinnor som män på ett mindre könsstereotypt sätt. I Västra Götaland har Winnet utvecklat Jämställdhetskartan där ojämställda platser och verksamheter i en kommun eller region identifieras och visualiseras i en digital karta.

I kartan ingår bland annat en interaktiv trygghetskarta där kommuninvånare kan markera/kommunicera sina upplevelser av det offentliga rummet. Det finns även en interaktiv resvanekarta där invånarna kan markera/kommunicera sina resmönster (t.ex. sträckor, transportmedel, syfte). Informationen från kartorna kan sedan användas av myndigheterna vid planering och utveckling av lokaltrafik, stadsbyggnad m.m.

### Socialt innovativa mål

- Kvinnor och mäns kunnande och kompetens utgör grund för regional tillväxt och utveckling på lika villkor
- Lika inflytande för kvinnor och män i politiska processer och samhällsutveckling

### Socialt innovativa medel

- Genom kartläggning m.m. synliggöra nödvändiga insatser på strukturell nivå för att öka kvinnors deltagande i regionalt utvecklingsarbete
- Synliggöra och utveckla kvinnors kompetens på individnivå för att öka kvinnors inflytande i näringsliv, arbetsmarknad och samhälle
- Metoder för mobilisering och organisering av kvinnor

### Nya organiseringsätt

- Organisationer där kvinnor styr sina egna verksamheter
- Inkluderande samverkan i partnerskap (t.ex. Quadruple Helix, Winnet Centre of Excellence)
- Gräns- och sektorsöverskridande mötesplatser

### Nya metoder

- Dialogpedagogik och inkluderande förhållningssätt
- Kartläggning och förändring av det företagsfrämjande systemet
- Genushanden
- Mentoringen
- Foqus business
- Successteam

### Nya varor och tjänster

- Utbildning i jämställd arbetsförmedling
- Utbildning i jämställd företagsrådgivning
- Jämställdhetscertifiering för företag/organisationer
- Jämställdhetskartan
- Kulturtolkar

### Nya samhällsstrukturer

- Jämställd regional utveckling
- Jämställd arbetsmarknad
- Jämställt företagande

Mer info: [www.winnnet.se](http://www.winnnet.se)

## Magma

Magma är ett nordiskt nätverk för ömsesidigt stöd, inspiration och erfarenhetsutbyte mellan kvinnor verksamma inom kultur, jämställdhet, integration och företagande. Nätverket finns på olika platser i Sverige (bl.a. Norrbotten, Västerbotten, Skåne, Stockholm), Norge (Bodö) och Danmark (Köpenhamn). Grundidén i Magma är generositet i bemärkelsen att deltagarna stöttar varandra socialt och professionellt genom att frikostigt dela med sig av idéer, kunskaper och kontakter. Genom Magma kan kvinnor förverkliga sina drömmar, projekt och innovationer genom nytänkande samarbeten, vilket har resulterat i en rad nya samarbeten, företag, arbetstillfällen m.m. För flera deltagare har Magma inneburit en nystart i arbetslivet och privatlivet efter perioder av sjukskrivning eller arbetslöshet och en av Magmas huvudstrategier är att skapa möten mellan kvinnor i karriären och kvinnor som står långt från arbetsmarknaden. Grundaren av Magma upplevde att kvinnor alltför ofta konkurrerade med varandra i arbetsliv och privatliv, trots att samarbete enligt henne vore en mer effektiv strategi för att motverka samhällets ojämsställda strukturer. Därför ville hon skapa ett nätverk där kvinnor växer tillsammans och därigenom utgör en tillräckligt stark kraft för att åstadkomma samhällsförändring. För att ge kvinnor och män samma utrymme och inflytande i samhällets olika sfärer såsom t.ex. politik och kultur, synliggör Magma kvinnors verksamheter och kompetenser. Detta sker bland annat genom att dela ut utmärkelsen Årets Magmapris till Årets Magmakvinna. Priset ges till en kvinna som har gjort något unikt för Norrbottens län inom något eller samtliga av Magmas verksamhetsområden. Priset formges av medlemmarna själva, som bjuds in att skicka in bidrag till en utställning där en jury väljer ut tre nominerade som allmänheten sedan får rösta på. Syftet med detta upplägg är att skapa engagemang och uppmärksamhet både inom och utom nätverket.

Magma har både digitala och fysiska mötesplatser där deltagarna informeras och interagerar via nätverkets egen hemsida, facebooksidan, instagramkonto och ett elektroniskt nyhetsbrev där Magmas egna arrangemang, medlemmarnas verksamheter och andra relevanta nyheter och aktiviteter marknadsförs. De fysiska mötesplatserna utgörs bland annat av lunchseminarier, studiecirkel, mingel och föreläsningar. Magma Mitt i Maten är ett av de koncept som utvecklats inom Magma där deltagarna erbjuds att hålla ett föredrag under en lunch för att skapa kontakter och utbyta tankar om sina intresseområden, inte minst om kvinnors situation inom olika områden i syfte att öka jämställdheten i samhället. Interaktionen i Magma har gett upphov till en rad nya varor och tjänster i form av antologier, filmer, utställningar, föreläsningkoncept m.m. Exempelvis har två antologier (Kackel och Mera Kackel) producerats där deltagarnas olika kompetenser nyttjats fullt ut för att skriva, forma, trycka, marknadsföra och sprida böckerna. En tredje antologi (Slutkacklat? Absolut inte!) är under produktion. Ett annat exempel är ett seriealbum och filmer riktade till en ung publik om det fiktiva siamesiska tvillingparet Rosa och Asor som bland annat diskuterar könsidentitet och utanförskap.

### Socialt innovativa mål

- Jämställt samhälle där kvinnor och mäns insatser värderas lika och där de får samma utrymme och inflytande i samhällets olika sfärer (politik, näringsliv, media och kultur)

### Socialt innovativa medel

- Ömsesidigt stöd och inspiration mellan kvinnor verksamma inom kultur, jämställdhet, integration och företagande
- Utbyte av idéer, kunskaper, erfarenheter och kontakter mellan kvinnor
- Möte mellan kvinnor i karriären och kvinnor som är marginaliserade på arbetsmarknaden

### Nya organiseringsätt

- Samarbeten mellan Magmas medlemmar
- Magma som mötesplats (digital och fysisk)
- Samverkan med andra organisationer i privat/offentlig/akademisk/ideell sektor

### Nya metoder

- Konceptualisering (t.ex. Magna Talks, Magna Morgon Mingel och Magma Mitt i Maten)
- Samproduktion (av t.ex. antologier, filmer och utställningar)
- Utmärkelser (t.ex. Årets Magmapris och Årets Magmakvinna)

### Nya varor/tjänster

- Antologier (t.ex. Kackel, Mera kackel, Slutkacklat? Absolut inte!)
- Filmer (t.ex. Jag är min egen Dolly Parton, Lönsboda Fox)
- Utställningar (t.ex. Magnarum, Avtryck, Affekt)
- Föreläsningar (t.ex. Magna Talks, Magma Mitt i Maten)
- Smycken (t.ex. Magmas Kraftsmycke)

### Nya samhällsstrukturer

- Förändrade genusstrukturer i samhället
- Jämställd regional utveckling
- Attraktiva regioner för kvinnor och män
- Magma som katalysator för nya varor och tjänster

Mer info: [www.magmagroup.se](http://www.magmagroup.se)



## Leia

Leia Företagshotell AB är ett aktiebolag i Umeå, Västerbotten, där företagare verk- samma i olika branscher kan hyra kontor, konferensrum och samtalsrum. Syftet är att erbjuda en miljö för jämställd företag- ar- och innovationsutveckling genom ömsesidig inspiration och nytänkande samarbeten. Miljön etablerades av företagare inom den ideella föreningen Magma Västerbotten och ett steg på vägen till bildandet av ett permanent företagshotell var projektet Leia Accelerator där en metod för jämställda företag (som till minst hälften ägs av kvinnor) utvecklades och testades med finansiering från bland andra Tillväxtverket, Region Västerbotten och Umeå kommun. Genom att Leia erbjuder en miljö som främjar både spontana och planerade möten finns goda förutsättningar för interaktion och samarbete mellan företagarna. Leias samarbetsstrategi bygger på att framgång skapas gemensamt och företagarna stöttar varandras utvecklingsprocesser genom erfarenhetsutbyten och gemensamma aktiviteter. Leias coachande strategi innebär att människors egna drömmar, erfarenheter och kompetens används som en drivkraft för företagartvecklingen.

En central dimension i Leia är deras ambition att vidga definitionen av vad företags- utveckling innebär och hur tillväxt skapas och mäts genom att t.ex. uppmärksamma betydelsen av ökat antal praktikanter, ökat antal samarbeten med andra företag inom och utom Leia, samt ökat antal köpta externa tjänster. Med utgångspunkt i tanken att olikheter berikar och skapar nya möjligheter till personlig och professionell utveckling är miljön utformad för att olika företag och branscher ska mötas och korsbefrukta varandra genom innovativa samarbeten, vilket exempelvis resulterat i nya gemensamma kunderbjudanden, varumärken och koncept. Denna potential till korsbefruktnings tillvaratas även i Leias övriga verksamheter, där människor med invandrarbakgrund och människor som står långt från arbetsmarknaden på grund av arbetslöshet, sjukskrivning eller funktionshinder ges möjlighet till företagande och anställning. Ett exempel är projektet Företagande för alla där utlandsfödda kvinnor på lätt svenska fick kunskap och inspiration om möjligheterna att starta eget företag genom erfarenhetsbyten med varandra och med företagarna på Leia. Ett annat exempel är den samhälleliga verksamhet som utvecklats inom Leia företagshotell vid namn Yoda. Där erbjuds sysselsättningsplatser för långtidsarbetslösa med målet att de ska komma närmare arbetsmarknaden. Samtidigt fylls Leia-företagets behov av stöd i form av reception, lokalvård, konferensservice och enklare administrativa uppgifter. Yoda är en så kallad samhällelig inhouse-modell som utgör en organisatoriskt avgränsad del inom Leia företagshotell som är icke vinstuttagande.

### Socialt innovativa mål

- Jämställt och jämlikt företagande/innovation/arbetsmarknad

### Socialt innovativa medel

- Ömsesidig inspiration, samarbete och ett coachande förhållningsätt

### Nya organiseringsätt

- Etablering och organisering av Leia företagshotell
- Utveckling från tillfälligt projekt till permanent aktiebolag
- Yoda som en samhällelig inhouse-modell
- Sociala Entreprenörskapsföreningen i Umeåregionen (SEFUR)

### Nya metoder

- Coachande förhållningsätt
- Samarbetsstrategin (gemensam företagartveckling)
- Blandningsstrategin (olika branscher som berikar varandra)
- Företagande för invandrade kvinnor (i projektet Företagande för alla/ Leia Näring/Leia Forum)

### Nya varor/tjänster

- Yodas tjänster till människor, företag och arbetsförmedling/försäkringskassa
- Hållbar hälsa som gemensamt varumärke

### Nya samhällsstrukturer

- Jämställt och jämlikt företagande och arbetsliv
- Vidgad definition av tillväxt och företagartveckling

Mer info: [www.foretagshotellet.se](http://www.foretagshotellet.se)



DEL 3

# ANALYS AV GENUSDRIVEN SOCIAL INNOVATION

**I DENNA SISTA DEL AV ORIENTERINGSBOKEN** analyseras hur de exempel som presenterats i bokens förra del är innovativa i sina sätt att identifiera genusrelaterade samhällsutmaningar och behov hos marginaliserade grupper, att utveckla nytänkande lösningar för att hantera dessa behov och utmaningar, samt att skapa förändringar som ökar jämställdheten i organisationer och samhälle.

## Behov, lösningar och förändring

Exemplen visar att organisationerna har identifierat flera genusrelaterade samhällsutmaningar och behov hos marginaliserade grupper. De har alla identifierat utmaningen att öka jämställdheten i näringsliv och arbetsliv. Winnet uppmärksammar samhällets behov av att i högre utsträckning än idag ta till vara både kvinnors och mäns kunnande och kompetens i offentliga insatser för tillväxt och utveckling. Magma har identifierat samhällsutmaningen att värdera kvinnors och mäns insatser lika och ge dem samma utrymme i samhällets olika sfärer (politik, näringsliv, media och kultur). Leia ser ett behov av jämställdhet och jämlikhet inom företagande, innovation och arbetsmarknad.

Exemplen visar även att organisationerna har utvecklat en rad olika lösningar för att hantera dessa behov och utmaningar. De har alla utformat och utfört en rad olika insatser. I Winnets fall handlar det bland annat om kartläggningar, utbildningar, certifieringar och mötesplatser för sektors- och organisationsöverskridande mobilisering, organisering, kunskapspridning, arbetstillfällen, inflytande m.m. I Magmas fall handlar det exempelvis om fysiska och digitala mötesplatser i form av morgonmingel, lunchföredrag, utställningar, utmärkelser, kulturproduktioner och facebooksidor för ömsidigt stöd och inspiration samt utbyte av idéer, kunskaper, erfarenheter och kontakter mellan kvinnor på skilda positioner i arbetsliv och privatliv. I Leias fall omfattas bland annat om etableringen av ett företagshotell, en samhällelig verksamhet inom företagshotellet och en förening för sociala entreprenörskap, samt ett coachande förhållningsätt, en samarbetsstrategi där företag utvecklas gemensamt, en blandningsstrategi där olika branscher berikar varandra och insatser för att öka inkluderingen av utlandsfödda kvinnor i arbetsmarknad och näringsliv.

Exemplen visar dessutom att organisationerna eftersträvar förändring som ökar jämställdheten inom flera olika områden. De har alla som mål att deras insatser ska bidra till att arbetsmarknaden, näringslivet och det regionala tillväxtarbetet blir mer jämställda. Winnet eftersträvar exempelvis jämställd förändring inom regional utveckling, arbetsmarknad och företagande. Magma eftersträvar förändrade genusstrukturer i samhället, jämställd regional utveckling, samt attraktiva regioner för kvinnor och män. Leia eftersträvar jämställd och jämlikt företagande och arbetsliv i kombination med utvidgade definitioner av tillväxt och företagartutveckling.

## Socialt nytänkande

På vilket sätt är då de behov som organisationerna identifierat, de lösningar som de utvecklat och de förändringar som de eftersträvar socialt nytänkande såsom föreskrivs inom social innovation?

Det nya i en innovation kan som sagt bestå i något som är nytt i världen, nytt i sammanhanget eller en ny kombination av befintliga varor, tjänster, metoder m.m. I de exempel som presenteras i denna orienteringsbok består det nya i, såvitt det går att bedöma, delvis av sådant som är helt nytt i världen (t.ex. Genushanden, Företagande för alla), nytt i sammanhanget (t.ex. utbildning i jämställd företagsrådgivning/arbetsförmedling, Magma Talks, Hållbar Hälsa) och nya kombinationer (t.ex. Jämställdhetscertifiering, Årets Magmapris/Magmakvinna, Yoda).

Det socialt nya kan bestå i nytänkande sätt att identifiera sociala behov och samhällsutmaningar, att involvera marginaliserade grupper och perspektiv i innovationsutvecklingen och att skapa social förbättring för individer, organisationer och samhälle. I de exempel som presenteras i denna orienteringsbok består det socialt nya bland annat i identifieringen av det sociala behovet hos kvinnor som grupp och samhällsutmaningen att i högre utsträckning än idag ta till vara kvinnors kunnande och kompetens i offentliga insatser för tillväxt och utveckling. Det består även i utvecklingen av mötesplatser för utbyte av idéer, kunskaper, erfarenheter och kontakter inom och mellan grupper av kvinnor, beslutsfattare och innovationsfrämjare. Det består dessutom i att skapa social förbättring för individer, organisationer och samhälle genom ökad jämställdhet inom olika områden.

Det normativt nya kan bestå i värderingar om ökad demokrati, jämställdhet m.m. utifrån de maktmönster som präglar ett område där en viss grupp är underrepresenterad och/eller missgynnad. I de exempel som presenteras i denna orienteringsbok består det normativt nya exempelvis i värderingar om ökad jämställdhet utifrån de maktmönster som präglar innovationsområdet, där kvinnor och innovationer inom områden där många kvinnor är verksamma är underrepresenterade och missgynnade i politik, forskning och praktik.

Det genusdrivet nya kan bestå i innovativ förändring av segregering och hierarkiska existerande genusmönster i organisationer och samhälle. I de exempel som presenteras i denna orienteringsbok består det genusdrivet nya främst i minskad segregering och hierarki mellan olika aktörer, sektorer, branscher och former på innovationsområdet på ett sätt som ökar synligheten och värderingen av de innovationer som utvecklas av kvinnor och inom sektorer och branscher där många kvinnor är verksamma.

# LÄSTIPS OM SOCIAL INNOVATION

Berg Jansson, A. & Lindberg, M. (2014). *Orienteringsbok: Social innovation i Norrbotten*. Luleå: Luleå tekniska universitet. Finns att ladda ned på [www.ltu.se/socialinnovation](http://www.ltu.se/socialinnovation)

European Union (2013). *Social Innovation research in the European Union*. Bryssel: EU-kommissionen.

European Union (2010). *This is European Social Innovation*. Bryssel: EU-kommissionen.

Hansson, J, Björk, E, Lundborg, D. & Olofsson, L-E. (red.). (2014). *An Ecosystem for Social Innovation in Sweden – A strategic research and innovation agenda*. Lund: Lunds universitet.

Lindberg, M. & Berglund, K-E. (kommande). *Gendered social innovation – a new research stream for gender inclusive innovation policy, research and practice*. I G.A.Alsos, U. Hytti, E. Ljunggren (red.). *Research Handbook on Gender and Innovation*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

Mulgan, G., Ali, R. & Tucker, S. (2007). *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. Said Business School, University of Oxford, Oxford.

The Young Foundation (2012). *Social Innovation Overview – Part I: Defining social innovation*. A deliverable of the project TEPSIE. Bryssel: EU-kommissionen.

The Young Foundation (2012). *Social Innovation Overview – Part II: Context and Responses*. A deliverable of the project TEPSIE. Bryssel: EU-kommissionen.

The Young Foundation (2012). *Social Innovation Overview – Part III: Practices and Trends*. A deliverable of the project TEPSIE. Bryssel: EU-kommissionen.

The Young Foundation (2012). *Social Innovation Overview: Bibliography*. A deliverable of the project TEPSIE. Bryssel: EU-kommissionen.