

VÄRDET AV SOCIAL INNOVATION

EN MODELL FÖR VERIFIERING OCH VISUALISERING

VÄRDET AV SOCIAL INNOVATION

I detta häfte presenteras en modell för att synliggöra de sociala, ekonomiska och miljömässiga värden som sociala innovationer skapar för människor, organisationer och samhällen. Den har utvecklats gemensamt av innovationsforskare, innovationsfrämjare och innovatörer i Norrbotten under 2018-2019.

Modellen har utvecklats inom ramen för projektet "Verifiering av sociala innovationer för hållbar tillväxt" som genomförts av Luleå tekniska universitet i samarbete med Coompanion Norrbotten, LTU Business, BeChange, Write Your Self, Kulturcentrum Ebeneser, Geektown och Vinnova. Projektet har finansierats av Region Norrbotten och Luleå kommun.

Mer info: www.ltu.se/socialinnovation

MODELLENS ANVÄNDNING

Modellen kan användas av innovatörer och innovationsfrämjare för att verifiera och visualisera de värden som skapas av sociala innovationer. Resultatet kan vara användbart i kommunikationen med investerare, finansärer, målgrupper, media och allmänhet.

Modellen kan antingen fyllas i digitalt eller i utskrivet format. Minst A3-format rekommenderas för utskriften. Presentationsmodellen finns även i separat power-point-format.



Först i häftet finns en **arbetsmodell** som kan användas för att ringa in de sociala, ekonomiska och miljömässiga värden som den sociala innovationen skapar för individer, organisationer och samhälle, på lokal, regional, nationell och internationell nivå.

Därefter finns en **presentationsmodell** som kan användas för att presentera de värden som ringats in med hjälp av arbetsmodellen. I modellen finns även plats för att kort beskriva den sociala innovationen i sig. Tre praktiska exempel ges på hur modellen kan fyllas i.

PROJEKTTEAM

Malin Lindberg, Luleå tekniska universitet
Marita Holst, LTUs Innovationskontor
Emil Svanberg, LTU Business
Helen Nilsson, Coompanion
Caroline Kjellgren, Coompanion
Susanne Friberg, Coompanion
Fredrika Johansson, Kulturcentrum Ebeneser
Åsa Boström, Write Your Self
Ann Murugan, BeChange
Kristin Lindqvist, Geektown kommunikationsbyrå
Frida Larsson, Geektown kommunikationsbyrå

ARBETSMODELL

FÖR ATT VERIFIERA VÄRDEN



INDIVID



ORGANISATION



SAMHÄLLE

IDENTIFIERA VÄRDEN

Exempel på hur värdena till höger kan identifieras:

- Statistik från enkäter eller självskattning hos målgrupp och intressenter
- Statistik inom området, t.ex. från SCB och andra allmänna källor
- Forskningsresultat inom området, t.ex. från vetenskapliga rapporter och presentationer
- Praktiska resultat inom området från andra exempel
- Berättelser från målgrupp och intressenter, t.ex. genom intervjuer, fokusgrupper, enkäter, inlägg på sociala medier
- Förändringslogik, d.v.s. formulering av det logiska sambandet mellan behov/utmaning, resurser, insatser, resultat, effekter

VILKA SOCIALA VÄRDEN SKAPAS FÖR INDIVIDEN GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. ökad livskvalitet, förbättrad hälsa, tillgång till arbete, utökade kontaktnätverk.

VILKA SOCIALA VÄRDEN SKAPAS FÖR ORGANISATIONER GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. förbättrad arbetsmiljö, förbättrad kompetensförsörjning, profilering inom social hållbarhet.

VILKA SOCIALA VÄRDEN SKAPAS FÖR SAMHÄLLET GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. förbättrad folkhälsa, ökat arbetskraftsutbud, breddat kulturutbud, attraktivare livsmiljöer.

VILKA MILJÖMÄSSIGA VÄRDEN SKAPAS FÖR INDIVIDEN GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. hållbar livsstil, minskad resursanvändning.

VILKA MILJÖMÄSSIGA VÄRDEN SKAPAS FÖR ORGANISATIONER GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. minskad resursanvändning, profilering inom miljömässig hållbarhet.

VILKA MILJÖMÄSSIGA VÄRDEN SKAPAS FÖR SAMHÄLLET GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. minskad resursanvändning, minskade utsläpp.

VILKA EKONOMISKA VÄRDEN SKAPAS FÖR INDIVIDEN GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. minskade hushållskostnader, ökad/tryggad inkomst.

VILKA EKONOMISKA VÄRDEN SKAPAS FÖR ORGANISATIONER GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. ökad lönsamhet, minskad personalomsättning, minskade miljökostnader.

VILKA EKONOMISKA VÄRDEN SKAPAS FÖR SAMHÄLLET GENOM DEN SOCIALA INNOVATIONEN?

T.ex. minskade sociala och miljömässiga kostnader, ökad tillväxt.

SAMMANFATTNING ATT INFOGA I PRESENTATIONSMODELLEN

SAMMANFATTNING ATT INFOGA I PRESENTATIONSMODELLEN

SAMMANFATTNING ATT INFOGA I PRESENTATIONSMODELLEN

GEOGRAFISKA NIVÅER

LOKAL NIVÅ

Vilka sociala, miljömässiga och ekonomiska värden skapas för individer, organisationer och samhälle på lokal nivå?

REGIONAL NIVÅ

Vilka sociala, miljömässiga och ekonomiska värden skapas för individer, organisationer och samhälle på regional nivå?

NATIONELL NIVÅ

Vilka sociala, miljömässiga och ekonomiska värden skapas för individer, organisationer och samhälle på nationell nivå?

INTERNATIONELL NIVÅ

Vilka sociala, miljömässiga och ekonomiska värden skapas för individer, organisationer och samhälle på internationell nivå?

SAMMANFATTNING ATT INFOGA I PRESENTATIONSMODELLEN

INFOGA VÄRDEN I PRESENTATIONSMODELLEN



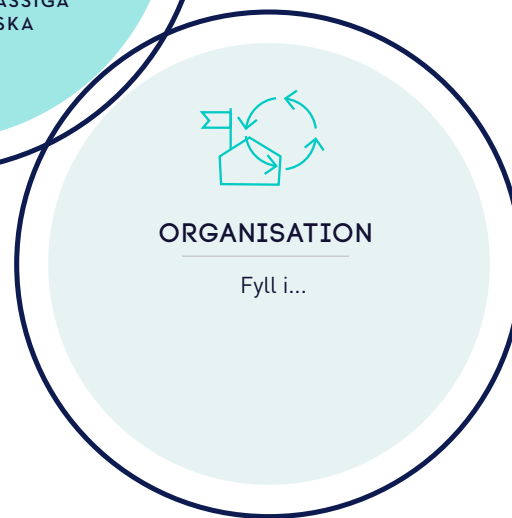
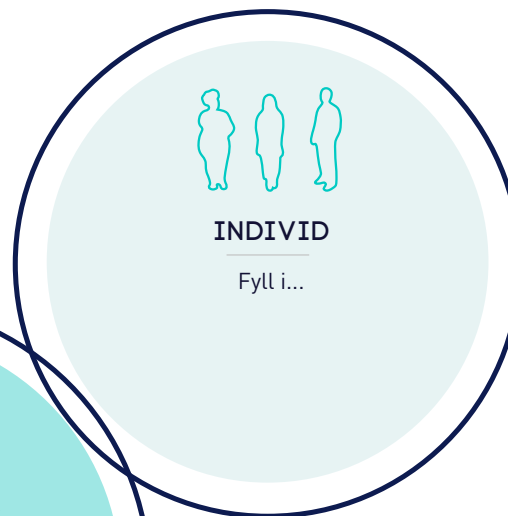
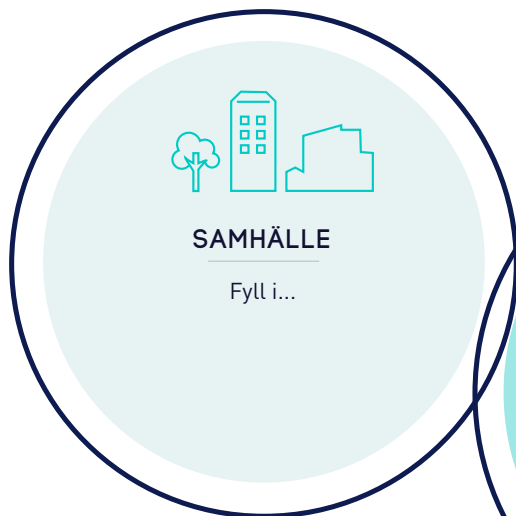
VISUALISERA VÄRDEN

Exempel på hur värdena kan visualiseras:

- Diagram utifrån statistik
- Citat och texter från målgrupp och intressenter
- Illustrationer av verksamheten, målgrupp och intressenter
- Illustration av förändringslogik

PRESENTATIONSMODELL

FÖR ATT VISUALISERA VÄRDEN



Innovationens titel:

Fyll i beskrivning av den sociala innovationen...

EXEMPEL BECHANGE



IDENTIFIERING AV VÄRDEN

Statistik från digitala mätverktyg om deltagarnas resultat

Citat från deltagare

VISUALISERING AV VÄRDEN

Statistik från digitala mätverktyg

Berättande i traditionella/ sociala medier

Deltagarna som ambassadörer

BeChange

BeChange är ett innovativt coaching-program där människor stöts att utveckla en mer klimatsmart livsstil, som drivs i form av ett aktiebolag och en enskild firma.

Mer info: www.bechange.se

EXEMPEL KULTURCENTRUM EBENESER



Kulturcentrum Ebeneser

Kulturcentrum Ebeneser är en innovativ mötesplats och scen för kulturaktörer i Norrbotten, som drivs i form av en ideell förening. Mer info: www.ebeneser.nu

IDENTIFIERING AV VÄRDEN

Egen statistik om antal besökare och arrangemang

Återkoppling från arrangörer, kulturutövare och publik (muntligt/digitalt)

Respons på verksamheten via sociala medier, webb, nyhetsbrev

Utvärderingar av projekt och satsningar

VISUALISERING AV VÄRDEN

Statistik över antal besökare och arrangemang

Berättande genom föreläsningar, studiebesök och sociala medier

Verksamhetsberättelse och bidragsredovisning

EXEMPEL WRITE YOUR SELF



IDENTIFIERING AV VÄRDEN

Utvärderingar från deltagare

Citat och textmaterial från deltagare

Forskningsresultat

VISUALISERING AV VÄRDEN

Deltagarna som ambassadörer

Berättande i sociala medier

Video

Write Your Self

Write Your Self är en innovativ skrivmetod som hjälper människor att återerövra sina röster och berättelser efter trauma, t.ex. våld, sjukdom, förlust eller kris, som drivs i form av ett aktiebolag.

Mer info: www.writeyourself.com

I denna skrift presenteras en modell för att synliggöra de sociala, ekonomiska och miljömässiga värden som sociala innovationer skapar för människor, organisationer och samhälle. Modellen kan användas av innovatörer och innovationsfrämjare för att verifiera och visualisera dessa värden.

www.ltu.se/socialinnovation

