



ABC

I SOCIAL INNOVATION

**MÖTESPLATS FÖR SOCIAL INNOVATION
OCH SAMHÄLLENTREPRENÖRSKAP**

EN MOTORVÄG FÖR SOCIAL INNOVATION

Sverige och världen behöver sociala innovationer och sociala/samhällsintreprenörer. Inte bara för att vi brottas med stora orättvisor och utmaningar. Utan för att sociala innovationer också skapar nya affärsmöjligheter och tillväxt. Om man kan tjäna pengar på att rädda världen, så är det en win-win-situation för alla inblandade. Det är vi och alltfler med oss, övertygade om.

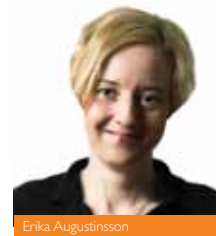
Fast idag saknas konkreta åtgärder i Sverige för hur vi ska bygga en motorväg för att främja och förbättra möjligheten till social innovation. Det behövs initiativ som nya företagsformer, inkubatorer och sociala investeringsfonder och det behövs en nationell politik som vill satsa på att utveckla svensk social innovation.

Det här är den första i en serie handböcker i fickformat för alla som vill veta mer om social innovation. Här har vi samlat några av de röster som är tongivande inom området som t ex Geoff Mulgan från brittiska tankesmedjan Young Foundation och Kevin Jones från amerikanska sociala investeringsfonden Socap. Vi berättar vad social innovation är och varför det är viktigt och visar på sociala innovationer som Peepoople, Barista och Living Lab.

På www.samhallsintreprenor.se hittar ni mer information och där kan ni också ladda ner skriften.

Må väl.

Erika Augustinsson är redaktör för ABC i social innovation. Hon arbetar för Mötesplats för social innovation och samhällsintreprenörskap. Hon är också författare till boken Tjäna pengar och rädda världen.



Erika Augustinsson

Foto: Christian Åslund

4 Vad är social innovation? **8** Exempel Peepoople **10** Exempel Barista **12** Exempel Living Lab Kvarteret **14** Varför är social innovation viktigt? **16** Social innovation i EU och världen **18** Kevin Jones investerar i sociala innovationer **20** Han forskar om sociala innovationer **22** Mötesplatsen: ett labb för social innovation **24** Geoff Mulgan visar vägen

ABC i Social Innovation

Juli 2011

Utgivare: Mötesplats för social innovation och samhällsintreprenörskap

Redaktör: Erika Augustinsson

Form: You Us and Them

VAD ÄR SOCIAL INNOVATION?

Bibliotek, brandkårer; allmän/kvinnlig rösträtt, barnavårdscentraler, dagis, distansundervisning, Situation Stockholm/The Big Issue, krav/fairtrade-märkning, Mikrolån, Wikipedia, öppna Wi-Fi-nät, Facebook.

Dom är alla nya eller gamla sociala innovationer. Idéer, processer och initiativ som radikalt förändrat samhället som vi lever i.

Allt fler är idag eniga om att vi behöver sociala innovationer för att vårt samhälle ska fortsätta utvecklas, för att vi ska få ökad tillväxt och för att våra gemensamma funktioner ska moderniseras i takt med att den tid som vi lever i förändras och förnyas.

Begrepp som social innovation, socialt entreprenörskap och samhällsentreprenörskap brukar förklaras som initiativ som syftar till att förbättra det som saknas eller inte fungerar i samhällsbygget, och som innefattar innovativa idéer och metoder för hur vi ska lösa samhällsproblem på nya sätt.

Att lyfta upp och främja dessa nya innovativa lösningar blir allt viktigare i ett samhälle som präglas av ansträngd offentlig ekonomi, demografiska förändringar; folkhälsoutmaningar; migration och klimatförändringar.

Sociala innovationer kan äga rum i flera olika samhällssektorer. De kan drivas fram genom politiska processer och beslut, inom akademien eller genom att ett behov uppstår på marknaden. Men oftast så uppstår framgångsrika sociala innovationer i ett tvärsektoriellt sammanhang, där olika aktörer från olika samhällssektorer samarbetar kring ett gemensamt mål.

"oftast så uppstår framgångsrika sociala innovationer i ett tvärsektoriellt sammanhang, där olika aktörer från olika samhällssektorer samarbetar kring ett gemensamt mål".

Social innovation sker i huvudsak tre former.

- Som gräsrotsinitiativ som på nya sätt möter sociala behov som inte tillgodoses av marknaden eller den offentliga sektorn. Ett exempel på detta är framväxten av gatutidningar för hemlösa som Situation Stockholm och Aluma.
- Som samhällseliga innovationer där gränsen mellan olika samhällssektorer suddats ut och där innovationen riktar sig till hela samhället. Ett exempel på detta är framväxten av olika mikrolånsinitiativ.
- Som systemförändrande sociala innovationer som vill förändra värderingar, kulturer, strategier och politik. Ett exempel på detta är arbetet med att stoppa klimatförändringarna.

Många sociala innovationer har skapats av sociala entreprenörer/samhällsentreprenörer. En social/samhällsentreprenör brukar förklaras som en person som på nya sätt vill lösa samhällsproblem, bland annat genom att kombinera entreprenörskapets logik och med ett samhällsnyttigt mål.

Sociala/samhällsentreprenörer kan driva sin verksamhet i flera olika former; det kan vara i form av aktiebolag, ekonomisk förening, förening eller i en kombination av olika organisationsformer. Ibland drivs verksamheten i form av ett socialt företag (social enterprise).

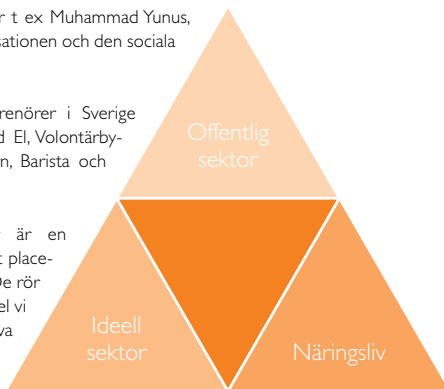
Ett socialt företag brukar kännetecknas av att de:

- återinvesterar vinst i egna eller nya liknande verksamheter
- får en del av sin omsättning från näringsverksamhet
- har en innovativ idé som syftar till att lösa samhällsproblem eller en idé som löser samhällsproblem på nya sätt och med nya metoder.

En känd social entreprenör är t ex Muhammad Yunus, grundaren av mikrolånsorganisationen och den sociala innovationen Grameen Bank.

Andra kända samhällsentreprenörer i Sverige är t ex Dem Collective, God El, Volontärbyrå, Ung Omsorg, Saltå Kvam, Barista och Peepoople.

Sociala/samhällsentreprenörer är en slags hybrider som inte går att placera i ett fack eller en kategori. De rör sig över gränserna i den triangel vi brukar rita upp för att beskriva samhällets aktörer.



Just nu pågår satsningar världen över som vill främja sociala innovationer på olika sätt. Dels genom policy-beslut och politiska åtgärden där ett flertal länder nu presenterar strategier och handlingsplaner för hur social innovation ska kunna växa. Men också genom att öka tillgången till kapital. Men det går inte att applicera samma modeller som man gjort tidigare, utan stödstrukturerna måste byggas upp på nytt, i nya former.

Detta görs bland annat genom att inrätta specifika bolagsformer för sociala/samhällsentreprenörer som vill driva sin verksamhet i bolagsform som bättre passar deras hybridverksamhet.

CIC:s, Community Interest Company i Storbritannien är en relativt ny legal form specifikt utvecklat för "företag som bedriver handel med ett socialt syfte".

I USA har man utvecklat en certifiering som kallas B Corps. Ett B Corp kan den bli som använder affärer och företagande för att lösa sociala eller ekologiska utmaningar och uppfyller vissa kriterier t ex då det gäller transparens och redovisning. I Storbritannien pågår även etableringen av en social stock exchange, en börs som ska vara en samlande plattform för vad man där kallar "social enterprises".

Andra framväxande plattformar där investerare och kapitalstarka aktörer kan hitta och få kontakt med samhälls-entreprenörer är olika typer av sociala investeringsfonder. Det är detta som kallas för sociala investeringar eller social/impact investments.



Foto: Barista

Läs mer på www.samhallsentreprenor.se

DEN SOCIALA INNOVATIONEN PEEPOO-PÅSEN

Varje minut dör fyra barn på grund av dålig hygien. Mer än två miljarder människor saknar helt tillgång till en sanitär toalett. Anders Wilhelmson, arkitekt och professor på Konsthögskolan, bestämde sig för att söka efter en liten lösning på ett enormt problem.

Enligt WHO, Världshälsoorganisationen saknar 2,6 miljarder människor toaletter: Dysenteri, kolera och andra sjukdomar skördar liv, främst på världens allra fattigaste, i stadernas växande slumområden.

När arkitekturprofessorn Anders Wilhelmson besökte några av världens megastäder insåg han vidden av problemet och bestämde sig för att göra något åt det. Idén om "the peepoo-bag", en portabel och nedbrytbar engångstoilet föddes. Den lilla, prassliga grönvita påsen består av ett par tunna plastlager. Den kan träs över en hink eller en potta. Sedan försluts den med en knut - och är färdig att grävas ner:

"Påsen förvandlas till biomassa och slutligen koldioxid. Den kan användas som gödsel! Slutprodukten är alltså inte bara ofarlig, utan också värdefull för odlingar", berättar Anders Wilhelmsson.

2006 startades företaget Peepoople och Peepoo-påsen patenterades 2008 samtidigt som man genomförde de första stora testerna i ett slumområde utanför Nairobi, Kenya.

"Sen tryckte vi på knappen och började leta finansiering med målet att bygga ett svenskt industriföretag som samtidigt gör samhällsnytta. Vår mission är att ge 150 miljoner människor per dag tillgång till toalett", berättar Anders Wilhelmsson.



Foto: Peepoople / Camilla Wrixen

"Sen tryckte vi på knappen och började leta finansiering med målet att bygga ett svenskt industriföretag som samtidigt gör samhällsnytta".

Han identifierar sig utan tvekan som social entreprenör. Drivkraften är att göra något åt det stora toalettproblemet i världen - men han hoppas också att påsen ska utgöra grunden i ett lönsamt företag. Förhoppningen är att påsen inte bara ska lösa sanitära problem, utan också generera nya verksamheter.

Sedan 2008 har det gått i en rasande fart. Anders Wilhelmsson har utnämnts till Fellow av Ashoka, en global organisation som stöttar sociala entreprenörer. Vinnova gav Peepoople 7,4 miljoner för att utveckla sin produktionslinje och de är på väg att bilda en Peepoople-stiftelse. Under hösten 2010 lanserades den första stora produktionsanläggningen i Kenya och Bangladesh.

Nederländska Postkodlotteriet har donerat 1,6 miljoner Euro för att stötta Peepoooples första lanseringsprojekt i Kibera slummen i Nairobi, ett av Afrikas största slumområden. Sedan hösten 2010 säljs Peepoo-toaletterna i Kibera av kvinnliga mikroentreprenörer, som får en inkomstkälla att försörja sina familjer.

"Vi bygger upp ett helt ekosystem kring Peepoople så att alla som är involverade kan tjäna pengar och vi gör nytta i varje led, från utbildning av kvinnor som ska använda och sälja, till de som ska sköta insamling".



Foto: Niklas Rahndorf

Peepoo-påse

Anders Wilhelmson är arkitekt och professor på Konsthögskolan och mannen bakom konceptet Peepoo-påsen.

Läs mer på www.peepoople.com.

”I DAG ÄR DET OK ATT VARA GOD OCH TJÄNA PENGAR”

Barista är Sveriges enda ”cafékedja” som använder 100% arabicaböner i kaffet som dessutom är dubbelcertifierat, d.v.s. både ekologiskt och fairtrade. De arbetar för i full transparens i kaffe- och teproduktionen och finns idag i Malmö, Lund, Göteborg, Stockholm, Uppsala, Sundsvall, Örnsköldsvik och Umeå.

När Björn Almér grundade Barista Fair Trade Coffee AB 2006, tillsammans med Nina Forsberg och Maria Andersson, var de lite av pionjärer. Björn fick ofta frågan om han gjorde detta ”bara för att bli rik” eller om han var ”god på riktigt”. Sedan dess har mycket förändrats menar han: ”I dag är det ok att vara god och samtidigt tjäna pengar. Om vi på Barista på sikt kan visa att det går att tjäna pengar, så kommer andra att följa efter. Samtidigt som vi vill växa så gäller det att inte springa för fort. Vi måste ta försiktiga kliv och vara ’lagom goda’, så att kunden känner sig villig att betala för det vi erbjuder. Vi måste klara en granskning i alla led och hela tiden kunna hålla vad vi lovar.” Barista har från dag ett enbart serverat kaffe som är både ekologiskt och Fairtrade. ”Vi har aldrig serverat en oetisk kopp”, säger Björn. Att driva verksamheten som ett aktiebolag var en annan självklar förutsättning: ”Det du gör som privatperson har förhållandevis liten effekt. Som företagare med ett aktiebolag har du en helt annan motor: När det går bra kan du växla upp. Att idag med egna ögon se 500 barn i Etiopien få sin skolgång, via våra kunder som handlar med stammskort, känns fantastiskt.” Björn och hans kollegor arbetar långsiktigt och förändrar



Björn Almér på besök i Muka Dhera, Etiopien

företaget löpande; de tar ”en kopp i taget”. Stammskortet övergår snart till att produceras helt i trä och företaget använder god el. För några år sedan började Barista importera världens första Fairtrade-certifierade cola, Ubuntu. Istället för att hålla produkten för sig själva valde de att släppa den fritt:

”Vi ville öka volymen. För oss var det viktigare att godheten och Fairtrade växte än att vi kortsiktigt tjänade mer pengar. I dag finns Ubuntu hos en rad svenska återförsäljare och volymen har ökat, vilket gynnar även oss. Inköpspriset har i princip halverats per burk sedan vi började köpa in dem”, säger Björn. När Barista fick förfrågan om att vara med i Mötesplatsen för social innovation och samhälls-entreprenörskap kändes det självklart att tacka ja. Kanske hade de inte fram till dess insett att de var just samhälls-entreprenörer; men nu vet de besked. ”På sikt tror jag att intresset för de här frågorna kommer att växa explosionsartat, det kommer att vara omöjligt att växa som företag utan att ta ansvar. Det måste vara tydligt att det du gör är genomtänkt. Konsumenterna börjar inse sin makt och jag tror att vi inom kort kommer att få se en helt ny ekonomi”, avslutar Björn.

Barista grundades 2006 för att ägarna tyckte att det behövdes ”någon som var både seriös med kaffe och reko i attityden”. Varje gång en kund väljer att fika med Baristas stammskort ger företaget, via sitt samarbete med FN, en skolgång till barn i Muka Dhera i Etiopien. Sedan kortet lanserades 2010 har över 300 000 skolgångar serverats.

Barista har Barista har 130 anställda och omsätter 38 miljoner kronor.

Björn Almér är VD och en av tre grundare till Barista Fair Trade Coffee AB. Han sitter också i styrelsen för Svenska FN-fonden. Läs mer på www.barista.cc

LIVING LABS PÅ MALMÖ HÖGSKOLA: KVARTERET

Living Lab Kvarteret är en innovationsmiljö och ett labb där högskolan, näringslivet, staden och dess medborgare tillsammans utvecklar nya idéer kring hållbar urban utveckling, social innovation, kollaborativa tjänster och nya medier. Kvarteret är verksamt i hela Malmö, men har särskilt fokus på Rosengård och Fosie.

Labbet undersöker hur olika pågående projekt och aktiviteter i staden (med fokus på hållbarhet) kan länkas samman och berika varandra samt hur nya medier och social innovation kan stödja dessa.

Centralt för labbets verksamhet är att föra samman olika slags kompetenser exempelvis praktiker verksamma i stadens utveckling (föreningsaktiva, tjänstemän, boenderepresentanter) men också entreprenörer och forskare. Labbet hjälper till att sätta upp workshops för att utveckla idéer och utför även småskaliga experiment för att prova olika idéers hållbarhet.

Exempel på aktiviteter och projekt i Living Lab Kvarteret:

UrbLove är ett projekt som utforskat hur mobilspelet kan användas för att motverka fördomar och förändra den negativa bilden av förorten. I projektet Parapolis har labbet undersökt hur medborgardialog kan stödjas av nya medier. Tillsammans med Do-Dream, Herrgårds kvinnoökning och nätverket Göran har labbet undersökt hur föreningslivet kan bli till en resurs för det omgivande samhället. Under våren 2011 har ett 40-tal aktörer från privat, offentlig och ideell sektor samlats på Living Lab Kvarteret för att i

"Labbet undersöker hur olika pågående projekt och aktiviteter i staden kan länkas samman och berika varandra samt hur nya medier och social innovation kan stödja dessa".

tre workshopar diskutera förutsättningarna för en framtida inkubator för social innovation i Malmö. Med grund i Living Lab Kvarteret har det EU-finansierade forskningsprojektet Peripheria kopplats till Malmö. Projektet undersöker hur social innovation och hållbarhet kan stödjas av framtidens internet. Ett annat projekt genomförs tillsammans med Hållbara Hilda vilket är en bostadsrättsförening i Rosengård med 2000 boende som har beslutat att tillsammans med Living Lab Kvarteret hitta nya tjänster och innovationer som kan gynna de boende och öka föreningens satsningar på hållbar utveckling.

Bland de aktörer som medverkat finns Rörelsen Gatans Röst och Ansikte (RGRA), Herrgårds Kvinnoökning, Hållbara Hilda, Drömmarnas Hus, Miljöförvaltningen, Stadsbyggnadskontoret, Gatukontoret, SÖM-projektet, Rosengårds stadsdelsförvaltning. Från näringslivet har Do-Fi, Good World AB, Ozma speldesign och Unsworn Industries medverkat. Från Malmö Högskola har forskare från Urbana Studier, Fritidsvetenskap, K3 och Medea deltagit.

Malmö högskolas samproduktionscentrum MEDEA Collaborative Media Initiative står som värd för Living Lab Kvarteret och två andra labb; Living Lab Scenen, vilket undersöker hur nya medier kan användas för att producera, sprida och finansiera kultur; och Living Lab Fabriken vilket fungerar som en öppen verkstad på STPLN i Västra Hamnen dit medborgare, forskare, företag kan komma för att prototypa olika idéer:



Foto: flickr.com/medeamahno (CC)

Läs mer om Living Lab Kvarteret medea.mah.se/2010/01/living-lab-the-neighbourhood

VARFÖR ÄR SOCIAL INNOVATION VIKTIGT?

Social innovation och socialt-/samhälls-entreprenörskap är en global trend som uppstått av flera olika skäl men framförallt för att behovet av innovationer på samhällsområdet är stort. Hur det sociala/samhälls-entreprenörskapet formas beror på hur samhällssystemet ser ut, men det råder stor enighet världen över om att samhällets traditionella institutioner inte förmår lösa alla utmaningar som vi står inför.

Det handlar om klimatproblematik, demografiska utmaningar, urbanisering, en åldrande befolkning, segregation, arbetslöshet och avfolkning av glesbygd med mera.

Det behövs nya aktörer, nya idéer och nya innovationer. Social innovation och samhälls-/socialt entreprenörskap är därför en del i lösningen på hur vi ska nå en hållbar utveckling i ekonomisk, social och ekologisk mening. Men det behövs en bättre stödstruktur och ett stödssystem för hur vi främjar utvecklingen av fler aktörer och fler sociala innovationer.

Just dessa utmaningar kan också bli några av de områden där vi hittar framtida tillväxtmöjligheter. Marknaden för mobiler, datorer och bilar svämmar över, men hur ser det ut på samhällsområdet, vad slags tjänster kan vi välja mellan där och hur kan vi göra dessa tjänster fler, bättre och mer ekologiska och etiska? Ganska snabbt kan vi se att det är ett eftersatt område, och därmed öppnar sig flera möjligheter.

Inom EU lyfter man fram hälsoområdet, sjukvård och gröna produkter och tjänster som områden som redan idag skapar jobb och tillväxt i Europa och visar på nya tillväxtområden där social innovation kommer att spela en stor roll. Man lyfter även fram framväxten av innovativa hybridföretag s.k. "social enterprises/businesses" (sociala företag) som ett växande område där innovativa och mer effektiva lösningar på samhällsproblem tar form, liksom om-



Foto: Leif Johansson

rådet informationsteknologi där framväxten av sociala medier som Facebook och Twitter förenklar samverkan mellan människor och länder och utgör en grogrund för sociala innovationer.

Sociala/ samhälls-entreprenörer har en förmåga att i utmaningar och behov se nya affärsmöjligheter; dock utan att kompromissa med det övergripande målet, största möjlig samhällsnytta. Den sociala /samhälls-entreprenören kan vi se som en "brygga" mellan sfärer; en kompetens som blir alltmer attraktiv i en globaliserad tid med krav på ständig förändring och tvärvetenskapliga synsätt.

Det gör att den sociala entreprenören bidrar till att utveckla en ny typ av ledarskap som passar i en tid då en av de viktigaste kompetenserna är just att kunna navigera enkelt över sektorer och ha en förmåga att samverka över gränser.

Samhälls-entreprenörer utmanar också vår traditionella syn på vilka aktörer som ska utföra vad i samhället genom att kombinera olika logiker och metoder som tidigare varit förbehållet en viss samhällssektor. Exempelvis genom att överföra ett mer tydligt affärsperspektiv som tidigare varit kännetecknen för den privata sektorn, till den ideella sektorn.

Sverige och svenskarna har ett internationellt rykte som socialt ansvarstagande och miljömedvetet. Vi är redan idag bra på samverkan av olika slag. Sociala innovatörer och sociala/samhälls-entreprenörer kan hjälpa till att uppdatera och utveckla vår samverkanskompetens ytterligare.

Näringsdepartementet har i sin tjänsteinnovationsstrategi uppmärksammat samhälls-entreprenörskap och social innovation som en punkt på agendan. De arbetar även med social innovation inom ramen för den nationella innovationsstrategin som ska presenteras 2012.

Social innovation, samhälls-/socialt entreprenörskap, samverkan och en lång historia av att arbeta med hållbar utveckling gör att Sverige har profileringsmöjlighet inom området och på sikt även exportmöjligheter.

Läs mer på ec.europa.eu/enterprise/policies/innovation/policy/social-innovation

SOCIAL INNOVATION I EU OCH VÄRLDEN

Innovationsunionen, Europa 2020 är en strategi för innovation som ska ta sig an samhällsutmaningar som klimatförändring, energi- och livsmedelstrygghet, hälsa och en åldrande befolkning. Utmaningar som ska lösas, skapa tillväxt, nya jobb och samtidigt vässa Europas innovationsförmåga.

Inom ramen för strategin har innovationsbegreppet breddats till att även innefatta social innovation. Så här beskriver EU social innovation:

"Social innovation handlar om att använda den uppfinningsrikedom som finns hos organisationer, föreningar och sociala entreprenörer för att hitta nya sätt att möta sociala behov som inte tillgodoses av marknaden eller den offentliga sektorn."

Under de närmaste åren lanserar därför EU-kommissionen flera satsningar för att främja social innovation bland annat inom ramen för Europeiska socialfonden. I början av 2011 presenterades ett pilotpartnerskap om aktivt och hälsosamt åldrande. Ytterligare partnerskap kommer att följa inom områden som energi, "smarta" städer och hållbart jordbruk. Under 2011 inleds ett forskningsprogram om den offentliga sektorn och social innovation.

I april 2011 lanserade EU SIE, Social Innovation Europe. Pilotsatsningen SIE, kommer att drivas under två år, som ett konsortium under ledning av den globala organisationen SIX, Social Innovation Exchange. Ett av de viktigaste uppdragen är att bygga en digital plattform som ska samla alla intressenter i Europa. SIE kommer även att producera rapporter med fokus på finansiering av sociala innovationer; vad som är "best-practise" inom social innovation, modeller för tillväxt och spridning av sociala innovationer samt framtida inriktningar för bättre stödstrukturer:



Foto: Luf Johansson

Den främsta anledningen till satsningen är att EU-kommissionen ser social innovation som inte bara ett nödvändigt område för Europa att arbeta aktivt med, utan dessutom ett område som kan profilera och skapa arbetstillfällen och tillväxtpotential. BEPA, Bureau of European Policy Advisors har tagit fram den bakgrundsrapport, som ligger till grund för hela satsningen Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union.

I USA har Barack Obama inrättat ett "Office for social innovation", som syftar till att stötta sociala entreprenörers arbete med att lösa samhällsproblem på nya sätt samt skapat en "Social Innovation fund".

I Storbritannien är s.k. social enterprises ett välkänt begrepp och definieras som "en affärsverksamhet med i första hand sociala mål, vars överskott återinvesteras antingen i verksamheten eller i närområdet, istället för att tvingas att eller drivas av behovet att maximera vinst för aktieägare och ägare".

Redan 2002 lanserade Tony Blair en stor satsning för att främja social enterprise-sektorn i syfte att modernisera och föra in fler och nya aktörer inom ramen för den offentliga sektorn. Man såg över tillgång till kapital, genomförde regelförändringar och andra åtgärder för att främja tillväxten och idag finns det cirka 62 000 social enterprises i Storbritannien.

I Danmark arbetar man även aktivt med det man kallar "socialt iværksætteri" (iværksætteri betyder entreprenörskap på danska). Danska tankesmedjan Mandag Morgen lanserade under våren 2010 "Välfärdens Iværksætteri" - en dansk strategi och handlingsplan för socialt entreprenörskap som tagits fram i samarbete med en bred grupp intressenter från olika samhällssektorer. Man slår fast att sociala entreprenörer bygger broar mellan civilsamhälle, offentlig sektor och näringsliv och visar därmed vägen för hur framtidens välfärd byggs.

Läs mer på www.samhallsentreprenor.se

KEVIN JONES INVESTERAR I SOCIALA INNOVATIONER

Att investera i och på andra sätt hitta nya former för hur man finansiellt kan stötta sociala entreprenörer och sociala innovationer väcker allt mer intresse.

Kevin Jones, från San Francisco, grundade investeringsfonden Good Capital för fyra år sedan, efter att han funderat länge kring vad som behövs för att få marknaden att göra mer samhällsnytta. Good Capital har samma struktur som en traditionell investeringsfond, där investeringsdelen hålls separat från det som de kallar impact-delen. Pengarna som investeras går till diverse sociala företag, inom fair trade eller miljöområdet. Några exempel är Better World Books, Adina och Alter Eco. Att det inte skulle gå att tjäna pengar på samhällsnytta är en myt, menar Kevin Jones.

"Vi tjänar mer pengar just för att vi gör gott. Folk litat på oss och antingen donerar eller investerar i våra verksamheter. Att ha en social mission är samma sak som bättre affärer och ökat värde. Social return on investment är något som intresserar allt fler", säger Jones.

Ur deras investeringsverksamhet växer också nya affärsmodeller fram. Han berättar om nya modeller som de hittills identifierat som framgångsrika.

I Better World Books handlar det om att använda filantropi, d.v.s. att människor donerar till ett företag som de vet gör samhällsnytta. Vanligtvis sker donationer till ideella organisationer och inte till kommersiella företag. Skillnaden i det här fallet är att företaget driver affärsverksamhet med ett socialt syfte.



Kevin Jones

Alter Eco är ett företag som Kevin Jones kallar "fair trade plus" just för att de är ekologiska, rättvisemärkta samt är koldioxidneutrala. Det innebär att de kan konkurrera med närproducerade produkter.

Good Capital driver även Root Capital, som är en investeringsfond som riktar sig specifikt till sociala företag i slumområden i utvecklingsländer.

Varje år sedan 2008 arrangerar Good Capital en konferens, Socap som samlar sociala investerare från hela världen i San Francisco. 2011 arrangerades den första Socap Europe som är den europeiska delen av konferensen, i Amsterdam.

"Sociala investeringar är nästa Grameen-fenomen. Och vi gör för fair trade, vad Kiva gör för mikrofinans", säger Kevin Jones.

Han menar att mikrofinansiering har inneburit en mindre revolution då det gäller att arbeta med fattigdomsproblem globalt och har haft långt större påverkan än traditionella ideella organisationer någonsin haft. Detta just på grund av att de använder marknadslogiken och är kommersiella.

Men han är kritisk till glorifieringen av sociala entreprenörer som hjältar. Nu handlar det om att utveckla ett system så att sociala entreprenörer kan växa och göra större nytta.

"Jag säger som Tina Turner: We don't need another hero... vi behöver fler social enterprises".

Amerikanske Kevin Jones är serieentreprenören som grundat investeringsfonden Good Capital och plattformen Social Capital Markets. Läs mer på www.socialcapitalmarkets.net

HAN FORSKAR OM SOCIALA INNOVATIONER

Det var i England under doktorandstudierna på London School of Economics som Karl Palmås för första gången mötte sociala entreprenörer och började intressera sig för ämnet.

Som en del i arbetet intervjuade Palmås sociala entreprenörer i Londonområdet. Artikeln handlade om vilka problem Karl Palmås såg för sociala entreprenörer att bli fler och växa som företag. Hur man som social entreprenör tvingas balansera mellan å ena sidan det traditionella företagandet, med sina regler och normer - och å andra sidan frivilligorganisationerna som har helt andra strukturer och förutsättningar.



Karl Palmås

"En social entreprenör vill ju blanda de här formerna. Det gör att man får balansera på en knivsegg som kan vara väldigt svårt. Om du drar åt ena hållet så är det lätt att du fastnar i ena fällan att bli en ren frivilligorganisation som vilken som helst, eller ett rent företag som vilket som helst".

Karl Palmås bok "Den barmhärtiga entreprenören – från privatisering till socialt företagande" kom ut 2003. Ämnet låg i tiden och boken fick en genomslagskraft. Det har blivit flera böcker sen dess. Den senaste, som kom ut i början av juni i år heter "Prometheus eller Narcissus? – Entreprenören som samhällsomvälvare".

Termerna socialt-/samhällsentreprenörskap används allt flitigare och kanske ibland mer för att det ligger i tiden, än för att det finns en djupare intention bakom. Palmås menar att frågan om hype är högst relevant just nu.

"Vi är i en position där det finns en risk att luften går ur de här begreppen om vi inte börjar prata om konkreta experiment att få ekonomin att fungera på ett annat sätt, snarare än att hålla oss kvar vid frågan om det är ok att försöka förändra världen genom entreprenörskap".

Palmås tycker att politikerna inte var så fel ute med idén om en ny aktiebolagsform utan vinstintresse UAV-formen, som introducerades 2006 för sociala företag som ville leverera skattefinansierade offentliga tjänster. Det som brast var bland annat att folk inte kände till att den fanns.

"Vi kan jämföra med CIC-formen i Storbritannien som var väl bearbetad, bra marknadsförd och stod väldigt högt på regeringens agenda att få att fungera. Det var en helt annan dignitet på den satsningen. Man skulle ju kunna försöka på nytt med något liknande i Sverige, men denna gång behöver det göras på riktigt, istället för att nästan smyga ut den som man gjorde senast".

Samtidigt som policymakare och politiker behöver ta nästa steg i frågan, har många medborgare redan gjort det, genom att kanalisera sitt engagemang för samhällsutvecklingen på nya sätt. Istället för att ge sig in i att försöka förändra världen genom de traditionella kanalerna, som att demonstrera och engagera sig i politiska partier eller frivilligorganisationer, så skapar man sociala innovationer som entreprenörer.

Karl Palmås är medlem i styrgruppen för Mötesplats för social innovation och samhällsentreprenörskap. Han är filosofie doktor och forskare i organisatorisk förändring och samhällsentreprenörskap vid Chalmers Tekniska Högskola.

"Vi är i en position där det finns en risk att luften går ur de här begreppen om vi inte börjar prata om konkreta experiment att få ekonomin att fungera på ett annat sätt"

MÖTESPLATSEN: ETT LABB FÖR SOCIAL INNOVATION

Vi vill vara en mötesplats där vi drar nytta av varandras erfarenheter. Tillsammans med Mittuniversitetet vill vi via mötesplatsen knyta ihop ett ordentligt forskarnätverk, såväl nationellt som internationellt. Mittuniversitetet har fokus på landsbygdsutveckling medan vi på Malmö högskola har en mer urban inriktning. Mötesplatsen är också klart tillväxtorienterad. Det är hållbart viktigt att kunna försörja sig på tjänster inom social innovation.

Det säger Eva Engquist på Malmö högskola, som tillsammans med Mittuniversitetet våren 2010 lämnade in ansökan om att få driva Mötesplatsen för sociala innovationer och samhällsentreprenörskap.

"Social innovation är ett viktigt område för att det finns så många behov som inte är tillgodosedda inom den sociala sektorn. Här vill vi utveckla nya tjänster", säger Eva.

Eva Engquist anser att Malmö högskola har en bra plattform och bra förutsättningar för att driva Mötesplatsen för social innovation och samhällsentreprenörskap. Inom högskolans arbetar idag ett antal personer med frågor och projekt som berörs av dessa frågor; verksamma inom ämnen som: bredad rekrytering, integration, migration, mångkultur; hälsa, nya medier; stadsutveckling och ledarskap. Högskolan samarbetar i flera projekt med framför allt Malmö stad och Region Skåne.

"Via mötesplatsen hoppas vi föra ihop kunskap både inom och utanför Malmö högskola. Vi behöver arbeta mer systematiskt med de här frågorna och vi behöver skala upp och



Eva och Hanna

Foto: Jenny Leyman

arbeta mer affärsmässigt. Vi måste hitta nya modeller för sociala innovationer och framför allt hitta bra finansieringsformer, säger Eva Engquist och avslutar:

"Mötesplatsens frågor är i högsta grad aktuella inom EU, som i sitt blivande åttonde ramprogram nämner bland annat miljö, energi, hälsa, migration, äldreomsorg och utbildning som framtida utmaningar."

"Inom Mötesplatsen har vi har valt att fokusera på hållbar stadsutveckling och hållbara glesa strukturer, ledarskap, finansiering och företagens sociala ansvar. Samhället står inför stora utmaningar, vi måste utveckla nya sätt att hantera dem i nya konstellationer. Jag ser mötesplatsen som ett gemensamt laboratorium för social innovation och socialt entreprenörskap. Vi ska testa nytt och hitta modeller för att skala upp och sprida det som är bra", säger Hanna Sigstjerna, projektledare.

Exempelvis så arbetar man med ett förslag på hur Sverige kan arbeta med att främja området genom att presentera en skiss på hur en nationell strategi för social innovation och samhällsentreprenörskap kan se ut.

"Det bubblar verkligen i Sverige just nu inom det här området och vi ser en klar möjlighet för oss som land att vara med och leda utvecklingen framöver".

Eva Engquist är vice rektor på Malmö högskola med ansvar för högskolans samverkan. Hon är ordförande i styrgruppen för Mötesplatsen för social innovation och samhällsentreprenörskap. **Hanna Sigstjerna är** projektledare för satsningen.

"Inom Mötesplatsen har vi har valt att fokusera på hållbar stadsutveckling och hållbara glesa strukturer, ledarskap, finansiering och företagens sociala ansvar".

GEOFF MULGAN VISAR VÄGEN

En av världens mest drivande organisationer inom social innovation är den brittiska tankesmedjan Young Foundation som under lång tid letts av Geoff Mulgan, en av Europas ledande röster inom området social innovation.

Geoff Mulgan är numera VD för brittiska innovationsstiftelsen Nesta men har under flera år arbetat som VD för Young Foundation, som rådgivare åt Tony Blair och han har även grundat Demos en inflytelserik brittisk tankesmedja.

Young Foundation grundades av Michael Young, sociolog och social entreprenör som under sin livstid startat omkring 60 organisationer, mest kända är SSE, School for social entrepreneurs och Open University.

På senare tid har Young Foundation bland annat varit mycket aktiva med att arbeta med EU-kommissionen för att föra in social innovation på den europeiska politiska agendan.

Geoff Mulgan berättar att lite av en vändpunkt för det europeiska arbetet med social innovation var i oktober 2009 då en panel av representanter för stora europeiska företag förde fram att visst är det viktigt med strukturer för att främja näringslivsinnovation men vi behöver även innovation för att nå sociala mål för att få en hållbar tillväxt.



Geoff Mulgan

Foto: flickr.com/wiki (CC)

Det resulterade bland annat i att EU i under hösten 2010 antog en ny framtidsstrategi, Innovation Union som även innehåller flera stora satsningar på social innovation.

"Det handlar om ett ökat intresse för att investera i social innovation i Europa. För 20 år sedan såg vi endast tillväxt inom områden som data, telekom och medicin och det är fortfarande viktigt. Men idag när vi tittar på var den framtida tillväxten finns, både i form av BNP och i form av arbetstillfällen så är de viktigaste sektorerna sjukvård, hälsa, utbildning, gröna näringar - alla sektorer där du har en blandad ekonomi som drivs av både privata, offentliga och ideella krafter".

Social innovation och samhällsentreprenörskap är ett område som ökar i betydelse, världen och Europa behöver sociala innovationer för att kunna hantera många av de stora samhällsutmaningar som finns.

"Vi står inför en dramatisk vändpunkt inom ekonomin och denna förändring börjar nu sakta nå regeringar på europeisk nivå. Det innebär bland annat att hitta nya sätt att lösa sociala utmaningar, men också att hitta de nya marknader som just nu skapas och vilka tjänster inom området som kan vara framtida handelsområden".

Fältets framväxt för också med sig nya arbetsområden, metoder, plattformar, behov, ja till och med nya sätt att kommunicera. Mulgan nämner några exempel som sociala innovationsinkubatorer, nya mätmetoder som mäter social nytta eller nya funktioner som intermediärer, en sorts mäklarroll mellan personer och organisationer i olika samhällssektorer och branscher.

"Det handlar om ett ökat intresse för att investera i social innovation i Europa. För 20 år sedan såg vi endast tillväxt inom områden som data, telekom och medicin".

Att man verkar i en sorts hybrid-organisation som t ex Mötesplats för social innovation och samhälls-entreprenörskap, som rör sig över olika samhällssektorer är, menar Geoff Mulgan, av stor vikt för hur framgångsrik du är med att arbeta med sociala innovationer. Det innebär att man kan behålla olika perspektiv, ett inifrån och ett utifrån. Och det är sådana perspektiv som stora tunga institutioner som t ex EU-kommissionen desperat behöver.

”Även om Skandinavien kan ha svårt för vissa begrepp och uttryck som att se på samhälls- och sociala problem som en ny marknad så har man en ledande position i världen då det gäller att försöka forma en ny postindustriell politik, där man inte betraktar t ex hälsa- och sjukvård som ett endast tärande område utan även ett område för tillväxt och nya arbetstillfällen.”

Geoff Mulgan är VD för brittiska innovationsstiftelsen Nesta men har under flera år arbetat som VD för Young Foundation. Han har även varit rådgivare åt EU-kommissionen och Tony Blair. Läs mer på www.youngfoundation.org



Hur ser modeller för social innovation ut? Hur får vi sociala innovationer att växa och spridas? Vad funkar och vad funkar inte? Young Foundations innovationsprocess ser ut så här:

- ➔ Utgå från problemet- vad är det vi vill lösa?
- ➔ Ta fram ett förslag på åtgärd
- ➔ Gör en prototyp och testa om det funkar.
- ➔ Hitta hållbarhet. Hur ska det drivas långsiktigt?
- ➔ I det sista steget så når man en systemförändring.

OM MÖTESPLATS FÖR SOCIAL INNOVATION OCH SAMHÄLLS-ENTREPRENÖRSSKAP

Mötesplats för social innovation och samhälls-entreprenörskap utvecklar forskning, kunskap och kompetens inom de växande områdena social innovation och samhälls-entreprenörskap.

Vi samlar akademi, näringsliv, offentliga och ideella aktörer i Sverige som vill främja framväxten av sociala innovationer. Ett samarbete som vi på sikt vill ska leda till konkreta gemensamma projekt, nya hållbara affärsmodeller och att nya produkter och tjänster utvecklas.

Mötesplats för social innovation och samhälls-entreprenörskap fokuserar på specifika tema-områden: hållbar stadsutveckling och hållbara glesa strukturer; ledarskap, samproduktionsformer; finansiering och företagens sociala ansvar; CSR.

Under 2012 kommer vi att presentera en skiss på en strategi för hur Sverige kan arbeta med social innovation och samhälls-entreprenörskap framöver. Ett policydokument som vi hoppas blir vägledande i det nationella arbetet. Vi har även etablerat en "task force" som ska presentera olika finansieringslösningar för social innovation. Till vår hjälp har vi en stor grupp av aktörer från olika sektorer; våra intressenter samt ett nätverk av forskare och såklart alla andra som är intresserade av att främja utvecklingen av området.

Allt detta och mycket mer hittar ni på vår webb och i vårt nyhetsbrev!

Webb: www.samhallsentreprenor.se
Twitter: [@samhallsentrepr](https://twitter.com/samhallsentrepr)
Facebook: www.facebook.com/socinn

Eva Engquist
vice rektor Malmö högskola och
ordförande i styrgruppen
Mail: eva.engquist@mah.se
Mobil: 0708 - 577 914

Hanna Sigsjö
projektledare
Mail: hanna.sigsjo@mah.se
Mobil: 0709 - 655 433

Erika Augustinsson
redaktör/kommunikationsansvarig
Mail: erika.augustinsson@mah.se
Mobil: 0705 - 360 990



MÖTESPLATS FÖR SOCIAL INNOVATION
OCH SAMHÄLLSENTREPRENÖRSKAP

www.samhallsentreprenor.se

I samarbete med:

Barista, Coompanion kooperativ utveckling
Jämtlands län, Coompanion Skåne, CSR
Factory, HSB Malmö, IBM, KK-stiftelsen,
Malmö Företagsgrupper, Malmö högskola,
Malmö stad, Mittuniversitetet, Näsbygdens
Utveckling AB, Ovikenbolaget Invest,
Playing for Change, PwC, Region Skåne,
Scandic, Skåne Stadsmission,
Trångsviksbolaget