

# Här tas första stegen mot en "designagenda"

Går det att på ett lättbegripligt sätt visa på designområdets innovationspotential och designforskningens möjligheter att påverka samhällsutvecklingen till det bättre? En förutsättning är en ökad samverkan mellan olika intressenter för att synliggöra designområdet och tillsammans formulera en vision, en strategisk forsknings- och innovationsagenda. Det är vad projektet "Design för ökad konkurrenskraft" haft på dagordningen och fortfarande jobbar för.

Designforskning pågår och designmetodik utövas inom många områden. Men det är inte alltid så synligt som man skulle önska. Forskningen finansieras bland annat genom statliga satsningar som sällan sorteras under ordet "design". Sedan hösten 2012 har projektet "Design för ökad konkurrenskraft" (inom ramen för Vinnovas utlysning "Strategiska forsknings- och innovationsagendor 2012") pågått för

att ta fram *en strategisk forsknings- och innovationsagenda inom designområdet*.

## PROJEKT SOM FÖRLÄNGTS

Projektet har just fått förlängning till hösten 2013. Arbetet fortsätter alltså. De närmaste månaderna kommer nämnda designagenda att ligga till grund för ännu ett steg mot synliggörandet av designområdets innova-

tionspotential. Målet för en strategisk forsknings- och innovationsagenda inom designområdet är att öka samverkan mellan olika intressenter och skapa förutsättningar för många att använda design, förstå design eller forska inom området.

Initialt i höstas sammankallades en rad aktörer för att sätta igång ett arbete som bland annat handlar om just hur design och designforskning kan synliggöras, hur designmetodik kan användas i utvecklingen av nya servicefunktioner och hur olika intressenter ska kunna arbeta tillsammans för att förverkliga idéerna.

## VIKTIGA DISKUSSIONSPUNKTER

Workshops och diskussionsmöten ägnades åt att bena upp frågor som: Hur kan existerande resurser och infrastruktur för innovationssatsningar användas smartare för fler tjänsteinnovationer? Hur kan design bidra till fler tjänsteinnovationer? På vilket sätt är design ett svenskt styrkeområde? Forskningssituationen, både inom och utanför universiteten, genomlystes. Det gällde att få till stånd en bred analys, hållbar över tid och förankrad hos deltagarna som kom från flera skilda fält. Där fanns designforskare,

## Design för ökad konkurrenskraft

Under 2012 och 2013 har SVID tillsammans med en mängd aktörer inom designområdet arbetat fram en nationell agenda för utveckling av designområdet i Sverige. Arbetet utförs inom ramen för Vinnova-utlysningen Strategiska forsknings- och innovationsagendor. Arbetet har fått förlängd tid till september 2013 och har bland annat resulterat i att aktörerna, utifrån ett designperspektiv, konstaterar att Sverige står starkt i förhållande till omvärlden. Arbetet bedrivs i en öppen process där de personer och organisationer som står bakom agendan utökas under arbetets gång. Den framtagna "designagendan" i A3-format kan laddas ner som pdf på [www.designagenda.ning.com](http://www.designagenda.ning.com).

Agendan innehåller bland annat följande önskvärda läge:

"Sverige är en nation som tar design på allvar och agerar därefter. Vi uppnår en starkare svensk konkurrenskraft genom ökad insikt om potentialen i design inom näringslivet och offentlig sektor. Vi har starkt användarfokus i offentlig och privat produkt- och tjänsteutveckling. Vi har en hög medvetenhet om vad design är. Sverige har starka och internationellt konkurrenskraftiga designutbildningar samt välkänd och använd designforskning."

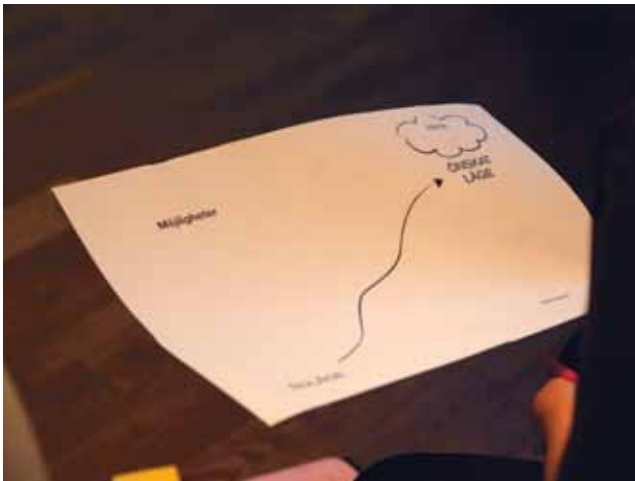


FOTO: TOBIAS WAHLQVIST

Koncentrerat agenda-arbete under stundtals avslappnade former.

praktiserande designers, privata och offentliga utbildningssamordnare och forskningsfinansiärer. Samt representeranter från SVID, som stod som värd för arrangemangen.

Så småningom blev nio olika behov tydliga; behov som ringar in det fortsatta arbete som krävs för att samhället ska kunna tillgodogöra sig den designkunskap och designforskning som redan finns – och utveckla den. Behoven grupperades under tre nyckelord: kunskap, ledarskap och medvetenhet.

Inom temat kunskap behöver man ”använda och hitta redan finansierad och publicerad designforskning och designrelevant forskning”, ha tvärkompetens samt kunna ”utforska framtidens möjligheter”.

Inom temat ledarskap rör det sig om att få in designmedvetna beslutsfattare i företaget och offentlig sektor, om att hitta ”strukturer för design som process för innovation och utveckling” samt att åstadkomma kunskapsutbyte inom designområdet.

Inom det tredje temat, medvetenhet, handlar behoven om att ”ta initiativ till debatt för att utveckla och bredda designbegreppet och öka medvetenheten om design”, om att ”kunna beskriva värdet av design” samt att visa ”design som ett alternativt prototypdrivet arbetssätt som föreslår relevanta helheter”.

#### ÅTGÄRDER OCH AKTÖRER

Till samtliga behovsformuleringar arbetades förslag på åtgärder fram och likaså förslag på aktörer, som har viktiga roller för att utföra insatser inom ramen för behoven.

Alltsammans står nu att läsa på designagendans A3-blad. Tillsammans med det gemensamt formulerade önskade läget inför framtiden (det vill säga år 2020) i fem punkter:

- Sverige är en nation som tar design på allvar och agerar därefter. Vi uppnår en starkare svensk konkurrenskraft genom ökad insikt om potentialen inom design, hos näringsliv och offentlig sektor.
- Starkt användarfokus i offentlig och privat produkt- och tjänsteutveckling.
- Medvetenhet om att design är en användarcentrerad utvecklingsprocess där utforskande prototyparbete ger förslag till relevanta helheter.
- Starka och internationellt konkurrenskraftiga designutbildningar.
- Välkänd och använd designforskning.

#### YTTERLIGARE AKTÖRER

Under arbetet med agendan framkom att det finns ännu flera aktörer som borde kunna involveras i ett fortsatt arbete. Likaså att den öppna processen är viktig. Många måste känna sig delaktiga; designagendan ägs inte av någon utan av alla inblandade aktörer. *Bo Westerlund, Sten Ekman* och *Anna Romboli* var några av deltagarna. Vad tyckte de om arbetssätt och slutresultat?

– Jag tycker att agendadokumentet är en rimlig presentation på detta begränsade format och jag kände att jag kunde bidra både med mina erfarenheter av designforskning och utifrån den undervisning jag bedriver av doktorander i design. Ett fortsatt agendaarbete måste vara gemensamt, sammanhållet och inkluderande, menar Bo Westerlund.

Bo Westerlund är professor i industridesign och för närvarande föreståndare för Designfakulteten. Han deltog i ett antal maildiskussioner, en workshop om designforskning samt i ett arbetsmöte om designforskning och samverkan – sammanlagt två dagar.

Sten Ekman, doktor i innovations-

teknik vid Mälardalens Högskola, Akademin för Innovation, design och teknik var med i workshops om idéutveckling.

– Designagendan i A3-format, fungerar bra och är tydligt. Mitt perspektiv och forskningsområde är innovation, vilket de andra inte hade lika tydligt. Jag kunde troligen vidga synen till att även omfatta innovation och design, menar han.

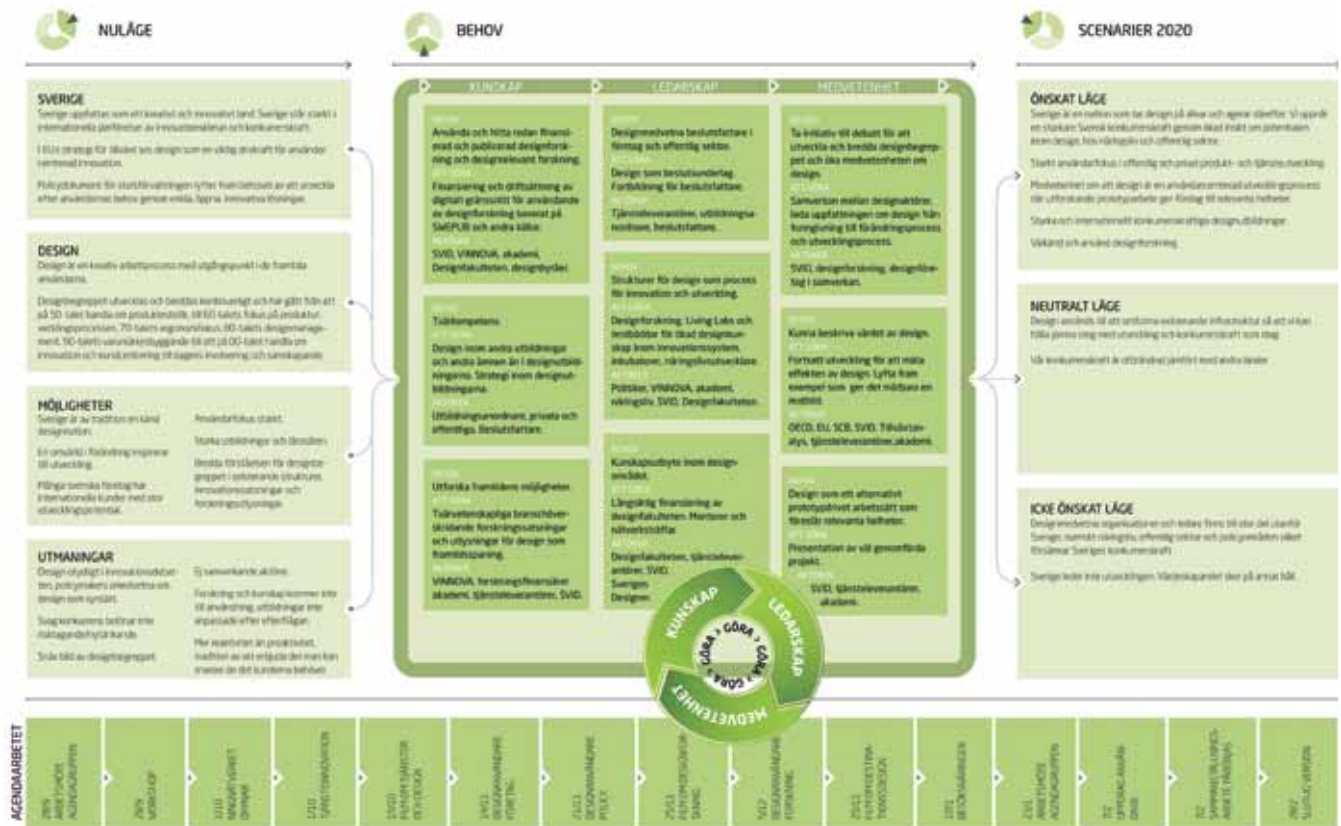
– På sin plats vore med en fördjupad ansökan till Vinnova under hösten, för att få resurser till ett större projekt baserat på designagendan. Design och innovation integreras alltmer idag, men jag tror att SVID är den organisation i Sverige som bäst kan få detta att fungera i ett större projekt genom sitt omfattande nätverk. De flesta andra som kommer att söka pengar kommer nog att göra det utifrån ”innovationsperspektivet” enbart. Vi måste lyfta upp design mer i innovationsprocesserna. Ansökningsarbetet bör involvera både designkompetens och innovationskompetens – både från akademier och näringsliv.

#### A3-BLADET TYDLIGGÖR LÄGET

Slutligen Anna Romboli som i sin roll på design- och innovationsföretaget *Veryday* har kontakt med både svenska och internationella företag och organisationer som arbetar strategiskt med design. Hon var med i den *think-tank* som fungerade som bollplank och som förde fram kunskaper och olika infallsvinklar på hur design bidrar till innovations- och utvecklingskraft för Sverige.

– Det initiala målet för agendaarbetet var ju att formulera ”varför design är viktig för svensk konkurrenskraft”. För att få med sig de nyckelaktörer som behövs för att driva frågan vidare är näringslivets kunskap och intresse avgörande. Därför var det en

# Design skapar konkurrenskraft och innovation utifrån användaren



Designagendan innehåller information om nuläge, behov och framtidsscenario. Här finns en rad praktiskt formulerade frågor att utgå från i en framtida fortsättning av arbetet. Längst ner en översikt av de sammankomster, workshops och så vidare som ledde fram till agendan.

angelägen vinkel för mig i arbetet. Vad gäller designforskning är vårt företag både en part som producerar och bidrar till forskning, samtidigt som vi är mottagare av den designforskning som bedrivs. På så sätt har jag haft möjlighet att få olika perspektiv på forskningsfrågor.

Om slutresultatet säger hon så här:  
 – Jag tycker A3-”kartan” förenklar och tydliggör situationen. Det är mycket som ska med och en rejäl utmaning att få in allt på ett överskådligt sätt. Jag tycker att agendan är tillräckligt konkret utan att vara för

detaljerad. Jag hoppas att den blir ett bra underlag som kan användas för att driva arbetet vidare.

– Agendaarbetet har varit ett bra initiativ och kan förhoppningsvis ses som starten på något som vi saknar i Sverige idag. Jag hoppas att arbetet fortsätter så att vi också får se resultat framöver. En del idéer kring hur arbetet ska fortsättas finns redan och jag tror att en av de stora utmaningarna är att etablera en gemensam, sammanhållande kraft som driver och prioriterar så att arbetet inte stannar av. Många av de åtgärder som krävs är inte sådant

som verkställs över en natt, det krävs långsiktigt engagemang.

## ARBETET FORTSÄTTER

Självklart är det så. Att göra designområdets och designforskningens innovationspotential allmänt erkänd kräver mer än en vision formulerad i ord på ett papper. Det handlar om att fortsätta göra och gemensamt lyfta fram det som görs.

*Lotta Jonson*