



En resa framåt i designens spår

DETTA ÄR MIN SISTA REDAKTÖRSANTECKNING FÖR FORSKARDELEN i Swedish Design Research Journal, en tidskrift som publicerats sedan 2009. Detta, liksom samarbetet med Lotta Jonsson, som ansvarade för reportagedelen och som gjorde sitt sista nummer i förra numret, har varit mycket givande och inspirerande. Min resa som redaktör startade egentligen redan 1994 när SVID, Stiftelsen Svensk Industridesign lanserade Designjournalen. Även då med syftet att vara en kommunikationskanal för forskning i och om design med praktiker och forskare som målgrupp. Högst trevande försök! Det var svårt att få in artiklar från forskare. Situationen nu är betydligt bättre och artiklar kommer från olika delar av världen. Dessa genomgår en anonym granskningsprocess, och ibland blir det bara ett fåtal artiklar som är redo för publicering. Under dessa tjugo år har det skett en stor förändring inom designforskning, inte minst har antalet forskare inom designområdet blivit många fler, vilket borde innebära en fortsatt god tillströmning av artiklar. Överhuvudtaget har situation för design ändrats sedan jag själv började forska om design under temat design management i slutet av 1980-talet.

När design management blev ett forskningsämne på 1980-talet uppfattades behovet av att legitimera design som stort, dels som forskningsämne, dels som värdeskapande resurs i näringslivet. Undersökningar gjordes som "bevisade" designens betydelse för företags lönsamhet. Det fanns – och finns – en uppfattning att näringslivet bara är intresserad av siffror! Visst har siffror stor betydelse företags beslutsfattande, men sällan genom att visa på en viss funktions värde. Beslutsvägar kring investeringar och hur företag organiserar sig är komplicerat. Beslut fattas ofta irrationellt och emotionellt (trots föreställningar om motsatsen), påverkat av tidigare kunskaper oavsett om dessa är aktuella eller inte. Företagsledningen saknar ofta kunskap om vad design innebär och därmed inte heller kunskap om hur design kan integreras i verksamheten. Det tar lång tid innan kunskap om design blir allmän och kraven på sådan nödvändig. Inom vissa branscher är det idag dock självklart att design är med i utvecklingen och företag har byggt upp sin designkompetens. Inom andra branscher är företag fortfarande osäkra på hur de ska närma sig design. Inom vissa sektorer är design något helt nytt. Det gäller inte minst den offentliga sektorn och tjänstedesign som är nytt för både köpare och säljare av design. Design som process och som funktion förändras.

Det är idag en stor skillnad på vad och hur design är och uppfattas jämfört med när det första numret av Designjournalen kom ut 1994. Men även de senaste fem åren, sedan starten med Swedish Design Research Journal 2009, har det skett en stark utveckling, inte minst inom tjänstedesign. Om det då fanns en viss skepsis från flera håll, finns det idag en nyfikenhet. Det finns fortfarande ett kunskaps-glapp som behöver fyllas. Därför behövs tidskrifter, forum, aktiviteter etc som förmedlar denna kunskap, som växer ju fler forskare och designer som engagerar sig och förmedlar sin kunskap och sina forskningsresultat. Ju fler som bidrar desto intressantare blir diskussionen kring design. Jag ser fram emot att läsa och bidra till kommande nummer och diskussion, men då som forskare. ■



Lisbeth Svengren Holm, Professor. Torsten and Wanja Söderberg's professor in Design Management Business & Design Lab Gothenburg University



FORSKNING/

Treehotel i Harads.
Foto: Helena Karlberg

ARTIKELN TAR AVSTAMP i ett samarbete mellan akademi, näringsliv och samhälle i norra Sverige, där kunskap och metoder för platsinnovation utvecklas utifrån ett sammanhållet perspektiv på nytänkande utformning av platser. I platsinnovation vävs sociala, kulturella, ekonomiska och tekniska aspekter samman för att öka en plats attraktivitet bland befintliga och potentiella besökare, invånare och investerare. Med 'plats' avses en destination, ort, kommun eller region, det vill säga någon typ av geografiskt avgränsad yta. Intresset för platsinnovation bland de deltagande forskarna, företagen, organisationerna och myndigheterna speglar det pågående paradigmskiftet i synen på innovationers roll i samhällsutvecklingen. Allt större vikt läggs vid att utveckla nytänkande lösningar på samhällsutmaningar genom inkluderande innovationsprocesser jämfört med det tidigare dominerande fokuset på expertdriven teknisk innovationsutveckling. I denna artikel urskiljs

Samhällsdesign genom platsinnovation

I denna artikel utforskas hur "platsinnovation" kan användas som nytt vetenskapligt begrepp och praktiskt verktyg för att förstå och utforma framtidens samhällsdesign.

vilka komponenter som är centrala i platsinnovation på en konceptuell nivå, utifrån tidigare forskning om inkluderande design/innovation i kombination med den gemensamma problemformuleringen i det projekt som ligger till grund för studien. Artikeln inleds med en redogörelse för studiens metod och material. Därefter beskrivs det pågående paradigmskiftet i samhällets syn på

innovation och design som drivkraft för ekonomisk och social utveckling, samt den befintliga forskningen om platsutveckling och inkluderande design/innovation. I det efterföljande avsnittet identifieras de centrala komponenterna i platsinnovation och slutligen dras slutsatser om hur platsinnovation kan användas för att förstå och utforma framtidens samhällsdesign.

Metod och material

I studien används en interaktiv forskningsansats där ny kunskap utvecklas gemensamt av innovationsforskare vid Luleå tekniska universitet och representanter för designföretag, turistföretag, destinationsbolag och kommuner i Swedish Lapland (som omfattar hela Norrbotten och delar av Västerbotten) samt SVID, Stiftelsen Svensk Industri-design. Detta sker inom ramen för forskningsprojektet Platsinnovation i Swedish Lapland som finansieras av Besöksnäringens Forsknings- och Utvecklingsfond under 2015-2017. Interaktiv forskning är en etablerad forskningsansats som kännetecknas av en strävan efter ett jämlikt erfarenhetsutbyte mellan forskare och praktiker utifrån såväl praktiska som teoretiska kunskapsgrunder. Den kunskap som utvecklas blir därigenom relevant och användbar både för forskningsfältets vidareutveckling och för praktiska förändringsprocesser (cf. *Aagaard Nielsen och Svensson, 2006; Coghlan och Brydon-Miller, 2014; Johansson et al., 2008*).

Den interaktiva ansatsen används i projektets alla faser från problemformulering, aktörmobilisering, datainsamling, analys och verktygsutveckling till resultatspredning och nyttiggörande genom en kontinuerlig dialog och ömsesidigt lärande mellan deltagarna. Detta sker främst inom ramen för så kallade 'dialogseminarier' och 'designseminarier' som är beprövade arbetssätt inom interaktiv forskning och deltagande design, men även via kontinuerlig kommunikation vid mindre möten och digitala kanaler (cf. *Buur och Matthews, 2008; Ericson och Wenngren, 2012; Jégou och Manzini, 2008; Lindberg, 2014*). Eftersom projektet just inlett är materialet till denna artikel hämtat från de inledande två faserna av problemformulering och aktörmobilisering, bestående av projektbeskrivningar till forskningsfinansierare och slutrapport från en förstudie.

I kommande artiklar planeras fördjupade empiriska analyser av platsinnovation som begrepp och verktyg.



Foto: Fritis Foto

” I utvecklingen av sociala innovationer involveras de marginaliserade grupperna i utvecklingen av nytänkande lösningar (...)

Paradigmskifte i forskning och politik

Forskning om innovation, det vill säga hur framtidens varor, tjänster, metoder m.m. utvecklas, sprids och nyttiggörs, har under det senaste decenniet vuxit explosionsartat i Sverige såväl som internationellt (*Benner, 2005; Fagerberg et al., 2005*). De former och områden av innovation som främst har studerats är teknisk produktutveckling ledd av tekniska experter inom basindustri, tillverkningsindustri och högteknologiska näringar (t.ex. IT), ofta baserat på kunskap från tekniska och naturvetenskapliga forskningsområden. Därmed har kunskapsunderlaget för innovationspolitiska satsningar begränsats till att omfatta ett fåtal näringar, ett fåtal innovationsutvecklare och ett fåtal former av innovation. För besöksnäringen, kreativa näringar och andra tjänstenäringar, samt för offentlig och ideell sektor, har detta inneburit att de halkat efter i den kunskapsbaserade innovationsutveckling som blir allt viktigare för konkurrens- och attraktionskraft (*Lindberg, 2012; Pettersson, 2007*).

De allra senaste åren har dock ett paradigmskifte kunnat skönjas, där det inte längre anses vara lanseringen av ständigt nya tekniska innovationer som ensam driver på den nödvändiga förnyelsen av ekonomin och samhället. Istället efterfrågas innovation i termer av nytänkande lösningar på samhällsutmaningar, såsom arbetslöshet, fattigdom, åldrande befolkning m.m. Sådana komplexa utmaningar anses behöva lösas genom sektorsöverskridande samverkan mellan en mångfald av aktörer inom många olika branscher och verksamhetsområden där sociala, kulturella, ekonomiska och tekniska aspekter vävs samman. I såväl EU:s som Sveriges senaste tillväxt- och innovationspolitiska strategier betonas särskilt vikten av användar- och medborgarengagemang i utvecklingen av nytänkande lösningar (Europeiska unionen, 2010a; Europeiska unionen, 2010b; Näringsdepartementet, 2012). Detta återspeglas även i processen People Powered Future som drivs av SVID med stöd från bl.a. Sveriges nationella innovationsmyndighet VINNOVA, där innovativt inklude-

” Befintlig forskning om tjänstebaserad design ringar in relationen mellan producenter och användare som en central pusselbit i utvecklingen (...)”

rande design används för att öka Sveriges innovations- och konkurrenskraft (www.svid.se/peoplepoweredfuture).

Inkluderande innovationsprocesser som involverar en mångfald av människor för att lösa samhällsutmaningar har inom forskningen börjat studeras utifrån olika perspektiv, bland annat tjänstebaserad, social och användardriven design/innovation. I denna artikel sammanförs dessa tre forskningsperspektiv på ett nytänkande sätt för att förstå hur innovativ platsutveckling påverkas av mångfacetterade, sammanvävda aspekter av attraktionskraft för olika grupper av människor. Tidigare innovationsforskning har visserligen uppmärksammat platsens betydelse för innovation och tillväxt i betydelsen geografisk klustring av innovationsutvecklande aktörer och aktiviteter (cf. Benner, 2005; Fagerberg et al., 2005). Däremot har innovation sällan utforskats i termer av nytänkande utveckling och gestaltning av geografiska platser, särskilt inte på ett sätt som väver samman samhälls-, näringslivs- och medborgarperspektiven så som det görs i platsinnovation. 'Place based innovation' är ett liknande begrepp som studerar innovationsprocesser som tar avstamp i en specifik plats men som inte uppmärksammar nytänkande om själva platsen (cf. Adams & Hess, 2010).

'Place management' är ett annat relaterat forskningsbegrepp genom sitt fokus på platsutveckling men som inte fokuserar innovation per se (cf. Parker, 2008). Ytterligare ett relevant begrepp är 'place branding' som uppmärksammar sammanvävningen av platsers ekonomiska, sociala, politiska och kulturella utveckling i varumärkesstrategier och andra marknadsföringsmetoder, utan att nödvändigtvis analysera det specifikt

innovativa i detta (cf. Anholt, 2005; Scaramanga, 2012). Inte heller 'governance' som bedöms ha ersatt 'government' som huvudsaklig styrmetod för regional utveckling fokuserar specifikt på innovation (cf. Hedlund och Montin, 2009; Pierre och Peters, 2000).

Genom att ta avstamp i den framväxande forskningen om inkluderande design/innovation kan det specifikt innovativa i platsers utveckling identifieras och vidareutvecklas. Befintlig forskning om tjänstebaserad design/innovation ringar in relationen mellan producenter och användare som en central pusselbit i utvecklingen, spridningen och nyttiggörandet av nytänkande tjänster. I hela kedjan från design, utveckling, leverans till konsumtion sker en interaktivitet mellan producent och konsument, oavsett om tjänsten tillhandahålls i privat eller offentlig regi. Tjänsteinnovationer formas av det faktum att tjänster i hög grad är immateriella, momentana, platsberoende, interaktiva och kan i sin tur bestå av olika typer av innovation, exempelvis upplevelseinnovation, affärsmodellinnovation, varumärkesinnovation eller social innovation (Benner, 2005; Fagerberg et al., 2005; Kristensson, 2014; Näringsdepartementet, 2010). Just social innovation är ett växande forskningsområde i Europa. Social innovation definieras som utvecklingen av nya varor, tjänster, metoder, organiseringsätt och samhällsstrukturer som adresserar identifierade samhällsutmaningar eller sociala behov hos underrepresenterade eller missgynnade grupper och perspektiv. I utvecklingen av sociala innovationer involveras de marginaliserade grupperna/perspektiven i utvecklingen av nytänkande lösningar som avser leda till social förbättring för människor, organisationer och samhälle (Europeiska unionen, 2013; Hansson et al.,

2014; Lindberg och Berglund, kommande). Ett näraliggande forskningsområde är social design, som avser designbaserade processer som syftar till att öka människors inflytande över sina livsvillkor och livsmiljöer genom att involvera dem i utvecklingen av lösningar på sociala och ekonomiska problem (Armstrong et al., 2014; Jégou och Manzini, 2008). Ökad inkludering i innovationsprocesser fokuseras även i forskning om användardriven design/innovation, som avser utvecklingen av nya varor, tjänster, metoder m.m. med hjälp av användare, målgrupper, intressenter m.fl. Användardriven design har sitt ursprung i det som på engelska kallas för 'participatory design' och som tidigare främst avsåg involveringen av anställda i utvecklingen av sina arbetsplatser. På senare år har det alltmer kommit att användas som metod för inkludering av en mångfald av människor i innovationsutveckling (Björqvistson et al., 2010; Buur och Matthews, 2008; Ericson och Wenngren, 2012).

Komponenter i platsinnovation

Som ett sammanhållet perspektiv på nytänkande utformning av platser reflekterar platsinnovation det ökande vetenskapliga och samhälleliga intresset för en mer mångfacetterad syn på innovationers roll i samhällsutvecklingen. Det sammanhållna perspektivet i platsinnovation består dels av en sammanvävning av olika processer för platsers utveckling som tidigare ofta hållits isär, bl.a. turismdesign för besöksnäringen, regionalt tillväxtarbete för näringslivet, attraktiva regioner för befolkningen. Detta innebär att olika samhällssektorer – offentlig, privat, ideell – kopplas samman på nya sätt i platsinnovation. Platsinnovation består även av en sammanvävning av behoven hos tre målgrupper/intressenter som tidigare ofta adresserats i separata insatser: befintliga och potentiella besökare, invånare och investerare. Tidigare separerade aspekter av innovationsutveckling förs också samman i platsinnovation: sociala, kulturella, ekonomiska och tekniska. Slutligen uppmärksammas samspelet mellan tre dimensioner i

platsers karaktär: den fysiska gestaltningen (bl.a. design och arkitektur), innehållet (bl.a. offentliga och kommersiella tjänster, företagsetableringar, aktiviteter och arrangemang), samt marknadsföringen (bl.a. platsens varumärke och marknadsföring).

Platsinnovation ger som teoretiskt och praktiskt verktyg incitament och metoder att koppla samman dessa olika processer, sektorer, behov, aspekter och dimensioner i studier och insatser i ett enhetligt angreppssätt för framtidens samhällsdesign. Navet i sammankopplingen utgörs av platsens identitet, som behöver identifieras, formuleras, paketeras och kommuniceras för att kunna öka platsens attraktivitet hos befintliga och potentiella invånare, besökare och investerare. Identiteten utgörs av platsens unika kännetecken, det vill säga de materiella och immateriella särdrag som särskiljer den från andra platser. Genom att tillvarata och tydliggöra denna identitet kan platsinnovation förstärka upplevelsen av en plats för såväl invånare, besökare som investerare (cf. *Karlberg, 2015; Scaramanga, 2012*).

I ljuset av befintlig forskning om inkluderande innovation kan det innovativa i platsinnovation anses ligga i just den nytänkande kopplingen mellan olika processer, sektorer, behov, aspekter och dimensioner. Att föra samman exempelvis platsens gestaltning, innehåll och marknadsföring i relation till turismdesign för besöksnäringen, regionalt tillväxtarbete för näringslivsutveckling och attraktiva regioner för befolkningen utgör ett nytt grepp på framtidens samhällsdesign. Det socialt innovativa i platsinnovation kan urskiljas i det nytänkande sättet att dels identifiera och koppla samman samhällsutmaningar inom näringsliv och samhälle i relation till sociala behov hos befintliga och potentiella invånare, besökare och investerare, dels involvera många olika grupper av människor, organisationer och sektorer i att urskilja, tillvarata och tydliggöra platsens identitet på ett sätt som ökar platsens attraktivitet. Det användardrivna innovativa i

platsinnovation kan urskiljas i involveringen av många olika målgrupper/intressenter – med fokus på befintliga och potentiella invånare, besökare och investerare – i vidareutvecklingen av en plats utifrån det som av dessa grupper anses vara platsens unika identitet. Detta överensstämmer även med social design i bemärkelsen att platsinnovation strävar efter att öka människors inflytande över sina livsvillkor och livsmiljöer genom att involvera dem i utvecklingen av lösningar på platsens sociala och ekonomiska problem. Det tjänstebaserat innovativa i platsinnovation kan urskiljas i sammankopplingen av de immateriella, momentana, interaktiva och platsberoende aspekter som utgör grunden för nytänkande gestaltning, innehåll och marknadsföring av platser. Dessa komponenter av processer, sektorer, behov, aspekter och dimensioner kan ses som centrala för att platsinnovation ska kunna användas för att förstå och utforma framtidens samhällsdesign och det är just de nytänkande kopplingarna inom och mellan dessa komponenter som gör det innovativt som vetenskapligt begrepp och praktiskt verktyg.

Slutsatser om platsinnovation för framtidens samhällsdesign

Platsinnovation speglar, som tidigare nämnts, det paradigmskifte som inlemts på innovationsområdet med ett växande vetenskapligt och samhälleligt intresse för en mer mångfacetterad syn på innovationens roll i samhällsutvecklingen än vad den dominerande tekniskt fokuserade synen kunnat erbjuda. Den förändrade synen följer expansionen av tjänstesektorernas andel av BNP, exportvärde och sysselsättning i Sverige, där innovation i form av nya tjänster ses som nödvändigt för att möta morgondagens behov av tillväxt, sysselsättning och välfärd (*Näringsdepartementet, 2010*). Samtidigt har det privata, offentliga och ideella tjänsteområdet mycket att ta igen i konkurrens- och attraktionskraft genom kunskapsbaserad innovationsutveckling jämfört med de tekniska områden vars innovationskraft stöttats och studerats under betydligt längre tid. De företag,

destinationsbolag och kommuner som deltar i projektet Platsinnovation i Swedish Lapland har uttryckt ett tydligt behov av kunskaps- och verktygsutveckling för att kunna förnya sina verksamheter i takt med att omvärlden förändras.

Platsinnovation ligger därmed i linje med temat för detta nummer av Design Research Journal där ökad medvetenhet efterlyses hos beslutsfattare och allmänhet om behovet av kreativa, människodrivna, multidisciplinära design- och innovationsprocesser för att lösa de globala utmaningarna. Genom nytänkande kopplingar inom och mellan de identifierade komponenterna processer, sektorer, behov, aspekter och dimensioner har platsinnovation enligt vår analys potential att kunna användas som vetenskapligt begrepp och praktiskt verktyg för att förstå och utforma framtidens samhällsdesign på det sätt som efterlyses. För att verkligen kunna bidra till det påbörjade paradigmskiftet i medvetenhet, förståelse och användning av design och innovation i olika samhällssektorer krävs dock fortsatta empiriska och konceptuella studier av komponenter och kopplingar inom platsinnovation med avstamp i såväl de forskningsområden som diskuterats i denna artikel som andra relevanta forskningsområden som studerat platsers attraktivitet, marknadsföring av platser, civilsamhällets roll för samhällsutveckling, design av demokratisk innovation m.m.

Därför avser vi att under de kommande åren identifiera fler relevanta perspektiv och använda dessa för att vidareutveckla platsinnovation som vetenskapligt begrepp och praktiskt verktyg för att förstå och utforma framtidens samhällsdesign, i nära samverkan mellan akademi, näringsliv och samhälle. ■

Malin Lindberg biträdande professor,
Luleå tekniska universitet

Åsa Ericson biträdande professor,
Luleå tekniska universitet

Jennie Gelter universitetsadjunkt,
Luleå tekniska universitet

Helena Karlberg programansvarig
destination, Stiftelsen Svensk Industridesign

” I ljuset av befintlig forskning om inkluderande innovation kan det innovativa i platsinnovation anses ligga i just **den nytänkande kopplingen** mellan olika processer, sektorer, behov, aspekter och dimensioner.”

Referenser

- Aagaard Nielsen, K. & Svensson, L. (red.) (2006). *Action research and participatory research*. Maastricht: Shaker Publishing.
- Adams, D. & Hess, M. (2010). "Operationalising place based innovation in public administration". *Journal of Place Management and Development*. Vol. 3, No. 1, pp. 8-21.
- Anholt, S. (2005). "Some important distinctions in place branding". *Place Branding*. Vol. 1, No. 2, p. 116-21.
- Armstrong, L., Bailey, J., Julier, G. & Kimbell, L. (2014). *Social Design Futures: HEI Research and the AHRC*. Brighton: University of Brighton.
- Benner, M. (red.) (2005). *Innovationer – dynamik och förnyelse i ekonomi och samhällsliv*. Lund: Studentlitteratur.
- Björvgvinsson, E., Ehn, P. & Hillgren, P.-A. (2010). *Participatory Design and 'Democratizing Innovation'*. In *Proceedings of Participatory Design Conference (PDC)*. Sydney, Australia, December 2010.
- Buur, J. & Matthews, B. (2008). "Participatory Innovation". *International Journal of Innovation Management*. Vol. 12, No. 3, pp. 255-273.
- Coghlan, D. & Brydon-Miller, M. (2014). *The SAGE Encyclopedia of Action Research*. SAGE Publications.
- Ericson, Å. & Wenngren, J. (2012). "A change in design knowledge: from stand-alone products to service offerings". *International Journal of Technology, Knowledge and Society*. Vol. 8, No. 2, pp. 51-64.
- Europeiska unionen (2010a). *Europe 2020 – A European strategy for smart, sustainable and inclusive growth*. 2010. Bryssel: EU-kommissionen.
- Europeiska unionen (2010b). *Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union*. Bryssel: EU-kommissionen.
- Europeiska unionen (2013). *Social Innovation research in the European Union*. Bryssel: EU-kommissionen.
- Fagerberg, J., Mowery, D. C. & Nelson, R.R. (red.) (2005). *The Oxford Handbook of Innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Hansson, J. Björk, F., Lundborg, D. & Olofsson, L.-E. (red.) (2014). *An Ecosystem for Social Innovation in Sweden – A strategic research and innovation agenda*. Lund: Lunds universitet.
- Hedlund, G. & Montin, S. (red.) (2009). *Governance på svenska*. Stockholm: Santérus.
- Jégou, F. & Manzini, E. (red.) (2008). *Collaborative services - social innovation and design for sustainability*. Milano: Edizioni POLI.design.
- Johannisson, B., Gunnarsson, E. & Stjernberg, T. (red.) (2008). *Gemensamt kunskapande – Den interaktiva forskningens praktik*. Växjö: Acta Wexionensia.
- Karlberg, H. (2015). *Vistats, verka växa – att utveckla attraktiva platser genom design*. Förstudie, Center för platsinnovation. Luleå: LTU Business AB.
- Kristensson, P. (red.) (2014). *Tjänsteinnovation*. Lund: Studentlitteratur.
- Lindberg, M. (2012). *A striking pattern – Co-construction of innovation, men and masculinity in Sweden's innovation policy*. I Andersson, S., Berglund, K., Thorslund, J., Gunnarsson, E. och Sundin, E., (red.). *Promoting Innovation – Policies, Practices and Procedures*. Stockholm: VINNOVA.
- Lindberg, M. (2014). "From exclusion to inclusion in public innovation support? Innovative practices in bottom-up networks". *Scandinavian Journal of Public Administration*. Vol. 18, No. 4, pp. 91-107.
- Lindberg, M. & Berglund, K.-E. (kommande). "Gendered social innovation – a new research stream for gender inclusive innovation policy, research and practice", i Alsos, G. A., Hytti, U. & Ljunggren, E. (red.)
- Research Handbook on Gender and Innovation. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Näringsdepartementet (2012). *Den nationella innovationsstrategin*. Stockholm: Regeringskansliet.
- Näringsdepartementet (2010). *En strategi för ökad tjänsteinnovation*. Stockholm: Regeringskansliet.
- Parker, C. (2008). "Extended editorial: place – the trinal frontier". *Journal of Place Management and Development*. Vol. 1, No. 1, pp. 5-14.
- Pettersson, K. (2007). *Men and male as the norm? A gender perspective on innovation policies in Denmark, Finland and Sweden*. Stockholm: Nordregio.
- Pierre, J. & Peters, G. (2000). *Governance, politics and the state*. Basingstoke: Macmillan.
- Scaramanga, M. (2012). "Talking about art(s)". *Journal of Place Management and Development*. Vol. 5, No. 1, pp. 70-80.



Foto: Helena Karlberg