

Grönovation



**Grönovation II – Nya koncept för
att organisera användardrivna
innovationsprocesser inom gröna
näringar**


Företal

Detta är en kopia på projektbeskrivning till ansökan som skickades in till VINNOVA den 2 februari 2014 gällande Steg II av projektet Grönovation. För ekonomiska frågor m.m. hänvisas till ansökningsblankett (dnr 2014-00872) till vilken den text som här följer var bilaga.

Bilden från framsidan är tagen en småregnig vardag i mars 2014 hos Carl-Henrik Axelsson ("Challe"), som driver en gård med namn Ledberg Löt på Östgötaslätten. Bilden visar den gps-baserade styrningen av växtskydds-sprutan av märket Amazone. Bilden illustrerar den sofistikerade teknik som finns i det moderna lantbruket – en sektor som är stomme i de gröna näringarna. Besöket hos Challe var en del av det s.k. Peltorprojektet inom ramen för Grönovation som görs i samarbete med företaget 3M.

Vi håller nu tummarna att VINNOVA ger oss bifall på denna ansökan trots hård konkurrens med andra projekt. Alla synpunkter på och idéer till projektet välkomnas.

Å hela projektteamets vägnar den 24 mars 2014,



per.frankelius@liu.se

P.S.

Bakgrundsinfo finns på www.gronovation.com.

Innehåll

Projektbeskrivning.....	4
Projektets, bakgrund, innehåll och syfte.....	4
Deltagande organisationers mål och förväntade nytta.....	6
Vetenskapligt bidrag.....	8
Förväntade praktiskt användbara resultat.....	10
Övriga medverkande aktörer	12
Projektplan.....	14
Metoder	15
Projektets förankring i deltagande organisationer.....	16
Målgrupper inklusive strategi och plan för kunskapsspridning och nyttiggörande	17
Referenser.....	19

Projektbeskrivning

Projektets, bakgrund, innehåll och syfte

Låt oss introducera projektet Grönovation genom en diskussion kring en av innovationsteorins klassiker; Everett Rogers bok ”Diffusion of Innovations”. I förordet till första upplagan skriver han:

”My interest in the diffusion of innovations began when I was an Iowa farm boy. After high school and college training in modern agriculture, I found my home community somewhat less than impressed with my stock of innovations” (Rogers, 1962, s. ix).

I boken följer sedan empiriska illustrationer från jordbruket. Faktum är att stora delar av ”diffusion-teorierna” har kommit fram genom studier av just jordbruk. Det gäller även Ryan & Gross (1943) som genom studier av ”diffusion of hybrid corn” lade grunden till mycket av vad Rogers sedan vidareutvecklade.

Men Rogers citat pekar också på vikten av förtrogenhet med det område en forskare vill forska om. Praktisknära kunskap kan, som i Rogers fall, generera själva idén till intressanta forskningsfrågor. Det är i ljuset av detta som vi i projektet skapat en aktörskonstellation som inkluderar organisationer med stor kunskap om de gröna näringarnas praktik.

Empiriskt har vi, liksom vad Rogers hade, fokus på den gröna sektorn, särskilt jord- och skogsbruket. Syftet med projektet är att utveckla ny kunskap av internationell klass om hur önskvärda innovationer inom de gröna näringarna uppstår (utvecklas, motverkas, får spridning) och kan stimuleras. Vi kommer också utveckla instrument för att kritiskt bedöma innovationer från t.ex. ett lönsamhetsperspektiv eller ett miljöperspektiv. Med innovation avser vi här ett brett spektrum, men vi har särskilt fokus på organisationsinnovationer, inklusive affärsmodellinnovationer.

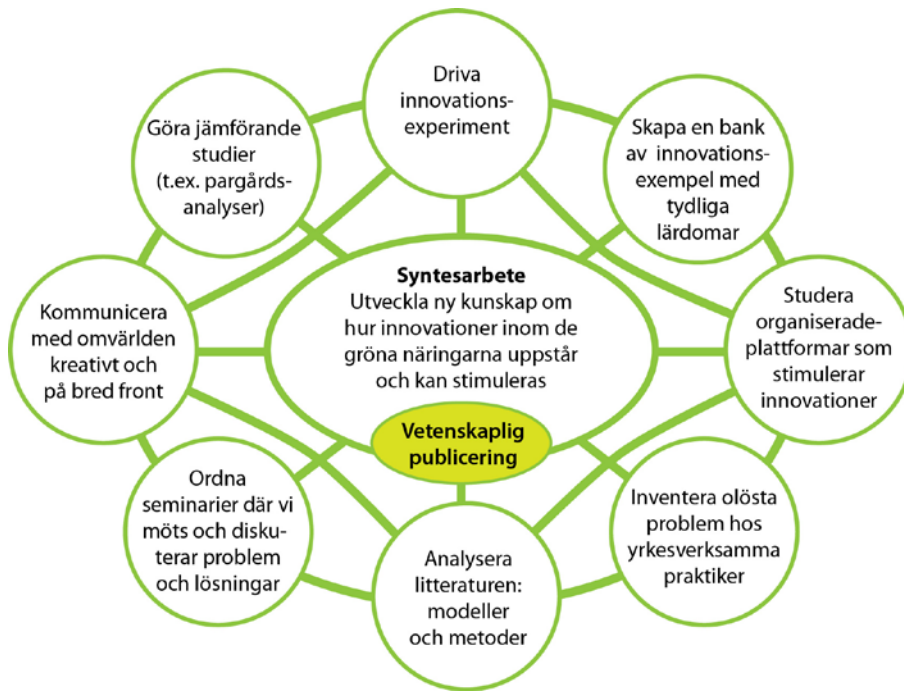
Jordbruk har inte varit den mest fokuserade sektorn i den svenska innovationsdiskussionen under de senaste 20 åren. Men jordbruket är idag mer avancerat, högteknologiskt och innovationsrikt än vad många anar. Exempelvis har satellitbaserat precisionsjordbruk och användning av förarlösa flygplan slagit igenom (Frankelius, 2013). I förstudien (Steg 1) häpnade vi över de innovationer som lanserades på Agritechnica i Hannover (världens största jordbruksmessa) i november 2013. Särskilt noterade vi sofistikerade servicekoncept, ofta med hög integration av IT (jfr Witell & Löfgren, 2013).

Men vi noterade också i Steg 1 intressanta organisatoriska innovationer. Ett exempel är rådgivningsföretaget Lovanggruppen. Deras konsulter roterar mellan kunder och ventilerar sedan intryck under måndagsmöten samtidigt som de också systematiskt låter unga konsulter och äldre konsulter anlägga sina olika perspektiv på ett och samma problem. Andra exempel på organisationsinnovationer är ”Maskinringen Dalarna” (1990) och ”Bondens marknad” (den första 2000).

Vidare har vi identifierat flera exempel på hur organisering av plattformar genererar innovationer. Exempel är Vreta Kluster, AgroVäst i Skara, Borgeby Fältdagar och det komplexa maskineriet bakom Agritechnicamässan.

Den gröna sektorn är alltså intressant och innovationsrik. Utmaningarna är dock samtidigt betydande. Behovet av livsmedel kommer att öka med 75 procent fram till 2050 enligt EU. Det var ingen tillfällighet att Bill Gates under sin medverkan i Skavlan 24 januari 2014 sa att antalet fattiga länder kommer att minska drastiskt men bara om ”we continue to be generous and smart in improving the health and agriculture at these poor countries”. Också sitt ”2014 Gates Annual Letter” var jordbruk den röda tråden. Förutom matbehov kan läggas ökat behov av foder, energigrödor och fibrer. Vidare finns behov också av att värna naturen, att skapa ett hållbart jordbruk, liksom att stärka arbetsmiljö och arbetslust (för att säkra framtida rekrytering till gröna sektorn).

Samhällsutmaningarna kan endast mötas genom en kraftsamling på innovation och det är vad vi vill bidra till. En del i vår ansats är att bryta ner de stora utmaningarna i mindre delar och på ”mikronivån” sedan inventera problem och lösningar (jfr teorin ’garbage can’ enligt Cohen, March och Olsen, 1972). Som framgår av figuren nedan består projektet av åtta aktiviteter som tillsammans blir underlag till synthes och publicering.



Med innovationsexperiment avses ansatsen att vinna kunskap genom att initiera konkreta innovationsprocesser och studera dem inifrån (en slags aktionsforskning). Förutom att aktiviteterna stödjer kunskapsmålet i projektet syftar de till att skapa värde för projektets partners och sekundärt för övriga aktörer i samhället.

Projektets konstruktion är i sig en test av ett nytt sätt att organisera samproduktion av kunskaper och värden.

Deltagande organisationers mål och förväntade nytta

Deltagande organisationer har insikt om den gröna sektorns utmaningar. Olika partner har olika specialintressen men alla delar visionen om att utveckla kunskap med internationell lyskraft om hur innovationer uppstår och kan stimuleras. Deltagarnas investering av insatser är betydande. Lika viktigt som timinsatser är idéer och kunskap. Se modellen enligt figuren nedan.



Projektet förväntas generera både vetenskapliga publikationer och affärsmässiga fördelar för partners. Vissa partners har särskilt intresse av speciella ”innovationscase”. 3M vill förstå hur potentiella användare ställer sig till nya innovationer inom arbetsmiljö (t.ex. elektroniska hörselskydd). Svensk Mätanalys vill genom projektet försöka få en uppfinning (optisk grisvåg) att vinna insteg på marknaden. Biototal har ett intresse av t.ex. gödningsproblematik. Energiutvecklarna ser chansen att öka kunskapen om hur en ny patenterad biogasreaktor kan slå igenom på lantbruksmarknaden. Tolefors Gård har ett allmänt innovationsintresse och särskilt fokus torkstyrning. VicVision vill öka kommersialiseringsfrågan gällande ”appar”. SLU Skara, har i detta projekt fokus på beslutsstödsystem inom lantbruk. Lantmännen har ett intresse av att utveckla en pargårdsstudie (jämförelse mellan gårdar som har olika lönsamhet). Lantmännen representerar en stor andel lantbrukare och har intresse av att verka i internationell frontlinje vad gäller innovationsfrågor.

Andra har extra stort intresse för hur organisering av arenor kan stimulera innovationer. AgroÖst vill driva fram kunskap och aktivitet kring Vreta Kluster. Elmia har intresse av att fördjupa förståelsen för mässornas roll i innovationsprocesser. Östsam vill stimulera innovationssystemet inom de gröna näringarna i Östergötland. SLU Holding vill göra motsvarande i Västergötland. Dessutom vill SLU Holding finna nya former för nyttiggörande (valorisering) av SLUs intressanta forskning.

JTI – Institutet för jordbruks- och miljöteknik – har ett allmänt intresse av innovationsteori och söker nya kanaler för att nå ut med den omfattande forskning och utveckling som de bedriver. Lovang Lantbrukskonsult önskar ökad kunskap om innovation med fokus på vilken roll som rådgivning betyder. Hushållnings-sällskapet Östergötland har också detta fokus. Cre8it har intresse att undersöka hur film kan användas dels för att levandegöra empiri (som alternativ till rapporter och artiklar), dels för att skapa debatt i ”gröna frågor”.

Linköpings universitet har ett intresse av att utveckla innovationsforskning med bas i marknadsförings- och entreprenörskapsteori och öka kunskapen om den gröna näringen. Vidare finns ambitionen att pröva nya former för kunskapsproduktion med inspiration från Stanford, USA, och från Gibbons (1994).

Vetenskapligt bidrag

Projektet genererar *användbara perspektiv* på innovation genom syntes av befintlig litteratur och studier med induktiv ansats. Existerande teorier, modeller och begrepp betraktas som byggmaterial, men kommer inte helt styra de empiriska studierna. Ingen kan vara helt induktiv eller överblicka all existerande kunskap. Vi har valt följande referensram:



Innovation som rekombination. I linje med Schumpeter (1934) talas om innovation som en effekt av rekombination eller ”re-bundling of diverse resources” (Lusch and Nambisan, 2014; Gallouj and Weinstein, 1997; Arthur, 2009). Vi ska bidra till detta teoriområde genom att bl.a. föra in idén om informationssökning för att injicera ”resurskomponenter” (Frankelius, 2009a, 2009b) och ifrågasätta några av Rogers (1962) klassiska idéer (såsom definitionen av innovation eller ”diffusion” såsom varande artskild från rekombinationsprocessen).

Organisation och organisering, särskilt affärsmodeller. Organisationsinnovationer och organisering för stimulans av innovation handlar om hur organisationer stimulerar sin egen innovationskraft (jfr Damanpour & Wischnevsky, 2006), om affärsmodeller (Oswalder och Pigneur, 2010) och om hur organisationer stimulerar andra att innovera. Vårt bidrag är modellutveckling¹ och att applicera idéerna på gröna sektorn.² Vi kommer att härvid förhålla oss till litteratur om innovation och t.ex. jordbruk (jfr Rogers, 1962; Biggs & Clay, 1981 eller Moreland & Hyland, 2013).

Marknadsföring, speciellt servicelogik. Inom vare sig innovationsforskningen eller lantbruksforskningen har marknadsföringsperspektivet historiskt varit centralt (jfr dock Buck et al, 1997; Rezende & Daniel, 2013). Vi kommer att koppla an till klassiker (t.ex. McKenna, 1991), fördjupa organisering av distribution (Gilg & Battershill, 2000) och ansluta oss till perspektivet servicelogik (Vargo & Lusch, 2004) applicerat på innovation (Michel et al., 2008; Witell & Löfgren, 2013). Det handlar om att betrakta produktinnovationer som serviceinnovationer (Coombs and Miles, 2000; Lusch and Nambisan, 2014). I kombination med vårt empiriska fokus framkommer också nya synsätt på ”green service”. Medan Gummesson (1994) belyser mindre miljöpåverkande tjänster ämnar vi fokusera tjänster inom den gröna sektorn (jfr Aichagui et al 2014; Ottosson & Parment, 2013).

Samproduktion över juridiska gränser. Centralt för oss är ”co-production” (Normann och Ramirez, 1993; Frankelius & Vogel, 2009), inte minst integrering av kunder i innovation (Michel et al., 2008; von Hippel, 1988) och formaliserad öppen innovation (Chesbrough, 2003; Christensen et al, 2005, Dahlander, & Gann, 2010; Malik et al, 2011). Vi ska bidra till litteraturen genom att integrera teorier om regional samproduktion (Feldman and Zollerm 2012; Moore, 1993), inkubation (Bergek & Norrman, 2008), klusterdynamik (Braunerhjelm et al, 2006, Porter 1990) och kompetenssamverkan (Eliasson and Eliasson, 1996).³

¹ Vad gäller affärsmodeller kommer vi att kritiskt analysera och utveckla t.ex. C. Carlsons (2006) NABC-modell (Stanford Research Institute) och J. Mullins (2003) 7D-modell.

² Söktermen ”innovative organization’AND agriculture” gav 0 träff i Scopus.

³ Vi kommer också bidra genom att applicera dessa perspektiv till just gröna sektorn. Se t.ex. Kilelu et al (2013), Chiffolleau (2005), Schneider et al (2012) och Costa & Jongen (2006).

Förväntade praktiskt användbara resultat

Projektet kommer att stärka den allmänna innovationskompetensen hos alla projektdeltagare i synnerhet och hos andra som tar del av projektet. Konkreta verktyg för att stimulera innovationer kommer också att framtas, t.ex. mallar för att utveckla nya affärsmodeller.

Projektet innehåller fältexperiment (baserade på behov som söker lösning eller lösningar som söker behov). De kommer ge konkreta och ekonomiskt värdefulla resultat genom att vi driver innovativa processer framåt. I vissa fall för vi en idé närmare insteg. I andra fall stimulerar vi existerande innovationers spridning.⁴ Detta kommer ge ökade intäkter, sparade kostnader, förbättrad arbetsmiljö eller stärkt naturmiljö.

Projektet kommer också att stärka deltagarnas varumärken genom den lyskraft som projektet förväntas ge. Renomméförstärkning bidrar till ökad attraktionskraft av betydelse vid exempelvis framtida rekryteringar.

Projektets aktörskonstellation.

Namn	Organisation	Roll i projektet	Titel	% av heltid i genomsnitt under hela projektiden
Marie Kransdal	3M	Strategiska innovationsfrågor, arbetsmiljöperspektiv samt Peltorstudien.	Regul. & Techn. Engineer	6
Per Eke-Göransson	Svensk Mätanalys	Teknik- och utprovningansvarig för optiska grivågen.	Uppfinnare/projektägare	50
Tomas Kjellquist	Biototal	Affärsutvecklingskompetens, gödningsfrågor mm.	Grundare & Delägare; Affärsutveckling.	7
Björn Lindfors	Cre8it	Film.	Filmproducent	1
Maria Lindsäth	Elmia	Specialist lantbruksbranschen samt mässors	Husdjursagronom, Business Sector Manager	10

⁴ Med innovation avses här något principiellt nytt av betydelse som vinner insteg (jfr Frankelius, 2009).

		roll för innovation.	Forestry & Agriculture	
Torbjörn Johnsen	Elmia	Specialist skogsbranschen samt mässors roll för innovation.	Skogsmästare, Marketing Director	10
Ove Nyman	Energiutvecklingarna Norden	Projektet biogasreaktor MR120.	VD	7
Christoffer Anderson	Hushållningssällskapet Östergötland	Specialist på rådgivning och lantbrukssektorns praktik.	Teknikagronom, VD.	5
Elenore Wallin	Hushållningssällskapet Östergötland	Koppling av teori till praktiken.	Agronom, Ekonomi och Företagsrådgivare	15
Anna Rydberg	JTI – Institutet för jordbruks- och miljöteknik	Teknisk kompetens inom gröna näringar samt överblick över JTI.	PhD, Sektionschef Jordbruk	2
Anders Krafft	Lantmännen	Ansvarig Pargårdsstudie.	Chef VäxtRåd	6
Jakob Söderström	Lantmännen	Specialist innovationsprocesser.	Innovation Project Manager	6
Pär-Johan Löf	Lantmännen	Generell innovationskompetens. Särskild roll gällande strategisk inriktning av projektet.	Innovation Project Manager	6
Charlotte Norman	Linköpings universitet	Forskare med särskild kunskap om entreprenörskap.	Ekonomie doktor, Lektor i industriell organisation	14
Christer Svensson	Linköpings universitet	Stor praktisk erfarenhet av lantbruk, omvärldsanalyser och samverkansskapande mellan kunskapsområden.	Specialist lantbruk/informatik/företagsekonomi	27
Lars Witell	Linköpings universitet	Vetenskaplig ledning samt forskare med speciell kompetens inom tjänstinnovation.	Professor	10
Mikael Ottosson	Linköpings universitet	Forskare med särskilt fokus på skogsindustrin och marknadsföring.	PhD, Universitetslektor	10
Per Frankelius	Linköpings universitet	Projektledare, eldsjäl och forskare med kunskap om gränslandet innovation-marknadsföring.	PhD, Universitetslektor	35
Ulrik Lovang	Lovang Lantbrukskonsult	Lång erfarenhet av kunskapsdrivet lantbruk. Stor kontaktyta mot lantbru-	VD	6

		kare.		
Peter Larsson	Regionförbundet Östsam	Initiativtagare till Vreta Kluster.	Senior advisor, samordnare näringslivsutveckling	1
Andreas Scheibenflug	SLU Holding	Överblick över SLU:s forskning och kunskande inom nyttiggörande.	Innovation- & Affärsrådgivare	6
Christina Lundström	SLU, Skara	Erfarenhetsutbyte, utvecklingsarbete och speciellt kunskap om beslutsstöd inom lantbruk.	Doktorand	7
Axel Lagerfelt	Tolefors Gård	Inspirera, granska och utvärdera projektet samt särskild roll i projektet torkstyrning.	Agronom, Ägare, Brukare	7
Victor Johansson	VicVision	Kunskap om IT- lösningar inom lantbruket. Speciellt projektet Gårdskoll.	IT-konsult inom lantbruk	4
Helene Oscarsson	Vreta Kluster/AgroÖst	Lång erfarenhet av gröna näringar, stort kontaktnät och inte minst drivande av Vreta Kluster.	Agronom, Koordinator/verksamhetsledare	6

OBS: Fler partners kan tillkomma under projektets gång.

Övriga medverkande aktörer

Organisation	Roll i projektet	Kontaktperson(er)
AgroVäst Livsmedel	Västergötlands innovationssystem	Kjell Gustafsson, Mats Emilson
Drivhuset Skara	Västergötlands innovationssystem	Richard Andersson
Gothia Redskap	Fallet Cameleon	Lars Askling
HIR Malmöhus AB	Strategiska frågor, kunskap om behov	Erik Stjerndahl, Sara Johnson, Stina Jönsson
Hushållningssällskapet Kalmar-Kronoberg-Blekinge	Strategiska frågor, kunskap om behov	Anna Carin Pålsson
Hässelby Västergård	Fallet Comfort Rider	Hans Kälvesten
IBM	Bollplank innovationsfrågor och IT	Andreas Lundgren
Interactive Institute	Visualiseringskompetens	Thomas Rydell
Kolstorps Gård	Mjölproduktion mm.	David Pettersson, Leif Pettersson
Prodelox	Prototyputvecklingskompetens	Fredrik Andersson, Jan Ottosson

		och Johannes Walfridsson
Skara Campus (Greentech Park)	Västergötlands innovationssystem	Pascal Tshibanda, Andrea Thiger
SmartPlanes AB	Samarbete kring förarlösa flygplan.	Ola Fristrom
SMHI	Praktikfall, vädertjänster	Anders Rosen, Daniel Andersson, Erik Ernerudh och Magnus Rödin
Svenska Djurhälsovården	Fallet digital penna	Susanne Stjernelid
Tenstar Simulation	Fallet traktorsimulator	Freddy Lund

Projektplan

Aktivitet inkl. kort beskrivning	Tidplan (start- och slutdatum)	Medverkande personer	Budget
1. Projektledning baserad på tät dialog med alla partner	1 april 2014–1 april 2016	Per Frankelius i dialog med alla övriga	250000
2. Inventera olösta problem hos yrkesverksamma praktiker. (Systematisk studie men också samtal och egen observation.)	1 april 2014–1 dec. 2014	Charlotte Norrman Christer Svensson Mikael Ottosson Per Frankelius	50000
3. Analysera litteraturen: modeller och metoder	1 april 2014–1 dec. 2016	Anna Rydberg Christina Lundström Charlotte Norrman Christer Svensson Mikael Ottosson Per Frankelius	40000
4. Ordna seminarier där vi möts och diskuterar problem och lösningar. Flertalet seminarier kommer ske på Vreta Kluster, men också t.ex. i 3M:s innovationscenter och i Skara.	1 april 2014–1 april 2016	Per Frankelius och Helene Oscarsson i samarbete med alla övriga	200000
5. Skapa en bank av innovationsexempel med tydliga lärdomar. (T.ex. Bandställ tröskor, Comfort Rider, VicVision, Gothia Redskap, Precisionsjordbruket och Gottfridssons såmaskin.)	1 april 2014–1 april 2016	Per Frankelius i dialog med alla övriga	200000
6. Studera organiserade plattformar som stimulerar innovationer. (Exempel: Elmia Wood, Elmia Lantbruk, Borgeby, Agritechnica, GreenTech Park, Vreta Kluster, Research Triangle Park samt vårt eget projekt.)	1 april 2014–1 april 2015	Helene Oscarsson Maria Lindsäth Torbjörn Johnsen Peter Larsson Charlotte Norrman Christer Svensson Mikael Ottosson Per Frankelius	200000
7. Driva innovationsexperiment. (Exempel: Låta en lantbrukare testa en prototyp till ny vädertjänst. Utveckla design till ny torkstyrning. Låta icke IT-vana användare testa och utvärdera Peltorsystemet. Driva projektet optisk grivståg mot kommersialisering. Försöka omvandla patent till precisionsharv till kommersiellt projekt.)	1 april 2014–1 dec. 2015	Marie Kransdal Per Eke-Göransson Tomas Kjellquist Ove Nyman Axel Lagerfelt Victor Johansson Christina Lundström Christer Svensson Per Frankelius	6000000
8. Göra jämförande studier (t.ex. pargårdsanalyser)	1 april 2014–1 april 2015	Anders Krafft Charlotte Norrman	500000

9. Syntesarbete: Utveckla ny kunskap om hur innovationer inom de gröna näringarna uppstår och kan stimuleras. (Inklusive att utveckla ett visuellt beskrivningspråk för att skildra innovativa processer.)	1 sept. 2015–31 dec. 2015	Alla men särskilt Christoffer Anderson Elenore Wallin Anna Rydberg Jakob Söderström Ulrik Lovang Andreas Scheibenpflug Christer Svensson Lars Witell Mikael Ottosson Per Frankelius	183070
10. Kommunera med omvärlden kreativt och på bred front (Här avser "populärvetenskaplig spridning" inkl. film, fyllig hemsida, konferenser, bok och kreativa utställningar.)	1 april 2014–1 april 2016	Alla men särskilt: Björn Lindfors Per Frankelius Christer Svensson Helene Oscarsson Pär-Johan Löf Jakob Söderström Christoffer Anderson Ulrik Lovang Andreas Scheibenpflug	300000
11. Vetenskaplig publicering	1 april 2015–1 april 2016	Skrivarkonstellationerna ska beslutas under projektets gång. Ledstjärna är att både forskare och "praktiker" ska vara med i skrivandet.	40000

Projektets komplexitet gör att vi kan behöva omfördela belopp mellan olika aktiviteter enligt tabellen.

Metoder

Ansatsen i projektet består främst av tre metoder. Den första är fallstudier, dels av konkreta innovationsprocesser dels av arenor som antas inverka på innovationsprocesser. Den andra metoden är "aktionsforskning" genom att vi driver ett urval innovativa processer och under tiden det görs studerar dem "inifrån". Den tredje metoden är att diskutera empiriska fynd i kollektiva seminarier där både forskare och praktiker ingår. Förutom klassiska instrument som observation, semistrukturerade intervjuer och dokumentstudier kommer vi att göra en extra kraftsamling kring fotografering; stillbilder men även film. Inte minst är film och foto intressant för att levandegöra empiri i samband med seminarier. Redan under Steg 1 prövades denna ansats med gott resultat.



Ett av projektets mål är att bygga upp en kunskaps- och idébank innehållande problembilder och lösningar för att driva fram innovation i de gröna näringarna. Här kommer fallstudierna (lokala och internationella, nutida och historiska) vara centrala liksom modeller och metoder från litteraturen.

Projektet ska inte bara använda existerande metoder. Ett mål är *metodologiska bidrag* i form av dels metodverktyg, dels tester av nya sätt att dokumentera empiriska fenomen (exempelvis film och fysiskt modellbyggande). Ett instrument kommer att tas fram för att genom samtal och fotografering extrahera synpunkter och idéer från användare som testat tidiga prototyper av nya tilltänkta innovationer.

Projektets förankring i deltagande organisationer

Projektet är tänkt som en fortsättning på det förberedande och i stort sett redan genomföra projektet Steg 1 (delar av 2013 fram till februari 2014). Under Steg 1 utvecklades flera samarbeten mellan Linköpings universitet och formella partners under Steg 1 såväl som tilltänkta partners till Steg 2. Aktiviteterna finns beskrivna i en aktivitetsrapport är ute på remiss och som i utkastform omfattar ca 80 sidor. Projektet som här föreslås, Steg 2, är i ljuset av detta väl förankrat hos deltagande organisationer. Låt oss här ge några exempel:

3M: Vi har redan inlett samarbete. Plan finns på sofistikerade marknadsstudier samt aktiviteter i deras innovation center (3M anses vara ett av världens mest innovationsrika företag).

Svensk Mätanalys: Samarbete pågår inkl. prototyputveckling. Plan finns för Steg 2.

Biototal: Samarbete ännu inte initierat. Men dialoger har förts.

Tolefors Gård: Förstudie genomförd. Plan finns för ett ”skarpt projekt” i Steg 2.

VicVision: Fallstudie gjord. Plan finns på omvandling till ”aktionsprojekt”.

SLU, Skara: Konferens har genomförts i Skara. Dialog har skett om beslutsprocesser och system för detta.

AgroÖst: Vi har samarbete sedan ett par år. Tät dialog och tydlig plan finns.

Vreta Kluster: Helt integrerat med projektet. Flera samarbeten redan genomförda.

Elmia: Flera möten och dialoger har skett, t.ex. under Agritechnica i Hannover.

Regionförbundet Östsam: Dialog sedan länge och väl fungerande samarbete.

Lantmännen: Flera möten och tät dialog har skett. Tydlig plan finns för Steg 2.

SLU Holding: Flera givande möten har genomförts. Vi har gemensam plan.

JTI – Institutet för jordbruks- och miljöteknik: Vi har både planer för generellt erfarenhetsutbyte samt diskussioner om skarpa projekt (optisk grisvåg).

Lovang Lantbrukskonsult: Möte skett. Vi har gemensam plan för samarbete.

Hushållningssällskapet Östergötland: Givande dialog och flera konferenser har genomförts. Vi har samsyn gällande visioner och planer.

Cre8it: Detaljerade diskussioner har skett kring filmen som medel för både forskning och externkommunikation.

Målgrupper inklusive strategi och plan för kunskaps-spridning och nyttiggörande

Effektivt nyttiggörande ställer krav på kommunikation. Redan i Steg 1 lades mycket engagemang i kommunikation. En webbplats skapades (www.gronovation.com) och en kommunikationsstrategi utarbetades inklusive färgstrategi och logo. Vår uppfattning är att kommunikation är viktigt inte bara för nyttiggörande. Det är lika viktigt för att få in feedback och idéer som gör att innehållet utvecklas optimalt. En grov målgruppsindelning är följande:

- De personer som är partner i projektet
- Medarbetare inom de organisationer som delar i projektet
- Forskare i Sverige och internationellt

- Jord- och skogsbrukare i Sverige
- Organisationer som erbjuder tjänster till jord- och skogsbrukare i Sverige
- Politiska beslutsfattare med intresse för innovation och/eller gröna näringar
- Tjänstemän inom myndigheter (nationella och lokala) med intresse för innovation och gröna näringar

Under projektet kommer dessa grupper detaljprospekteras. Grunden är ett interaktivt synsätt på kommunikation. Främst kommer vi kommunicera via personliga möten, konferenser och andra ”fysiska aktiviteter”. Allt eftersom projektet frambringar resultat kommer särskilda insatser att göras för att sprida dessa och därigenom stimulera till en ny våg av initiativ och dialoger. Vår plan är att kommunicera på ett annorlunda sätt (inte bara via webbsida, rapport och nyhetsbrev). I vår plan finns att skapa ett mobilt och kreativt inspirationspaket bestående av praktikfall, föremål, modeller, teorier, metoder och en unik matris där olika behov ställs mot olika tänkbara lösningar.



Figuren ovan visar nederdelen på en ”vepa” som användes i Steg 1. Logotypens formspråk appellerar på den betydelse innovationer hade under jordbrukets tidiga mekanisering. Mellan raderna vill vi säga att tiden är mogen för en ny grön innovationsvåg.

Referenser

- Aichagui, V., Frankelius, P., Guyader, H. & Ottosson, M. (2013). "Green service innovation: The Role of Resource Integration and Service Provision". Paper on submission to AMA SERVSIG 2014, American Marketing Association International Service Research Conference, Thessaloniki, Greece, June 13–15, 2014.
- Bergek, A. & Norrman, C. (2008). Incubator best practice: A framework, *Technovation*, 28, 20–28.
- Biggs, S. D. & Clay, E. J. (1981). Sources of innovation in agricultural technology, *World Development*, 9(4), 321–336.
- Braunerhjelm, P. och Feldman, M. (Red.) (2006). *Cluster genesis: technology-based industrial development*. Oxford: Oxford University Press.
- Brown, S.W., Michel, S. & Gallan, A.S., (2008). Service-Logic innovations: How to Innovate Customers, Not Products. *California Management Review* 50, 49–65.
- Buck, D., Getz, C., & Guthman, J. (1997). From farm to table: The organic vegetable commodity chain of northern California. *Sociologia Ruralis*, 37(1), 3–20.
- Carlson, C. och Wilmot, W. (2006). *Innovation: The Five Disciplines for Creating What Customers Want*, New York: Crown Business.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston, Harvard Business School Press.
- Chiffolleau, Y. (2005). Learning about innovation through networks: The development of environment-friendly viticulture. *Technovation*, 25(10), 1193–1204.
- Christensen, J. F., Olesen, M. H. & Kjær, J. S. (2005). The industrial dynamics of open innovation - evidence from the transformation of consumer electronics. *Research Policy*, 34(10), 1533–1549
- Cohen, M.D., March, J. G. & Olsen, J.P. (1972) A garbage-can model of organizational choice. *Administrative Science Quarterly*, 17, 1–25
- Coombs, R. & Miles, I. (2000). "Innovation measurement and services: the new problematic". In: Metcalfe, J.S. & Miles, I. (Red.): *Innovation Systems in the Services Economy: Measurement and Case Study Analysis*, Boston: Kluwer Academic Publishers, 85–103.
- Costa, A. I. A., & Jongen, W. M. F. (2006). New insights into consumer-led food product development. *Trends in Food Science and Technology*, 17(8), 457–465.
- Dahlander, L., & Gann, D. M. (2010). How open is innovation? *Research Policy*, 39(6), 699–709
- Damanpour, F., & Wischnevsky, J. Daniel (2006). Research on innovation in organizations: Distinguishing innovation-generating from innovation-adopting organizations. *Journal of Engineering and Technology Management*, 23(4), 269–291.
- de Rezende, C., & Daniel. (2013). Alternative agri-food networks: Convergences and differences in the evolution of the markets. *Agroalimentaria*, 19(37), 17–37.
- Eliasson, G. & Eliasson, Å. (1996). The Biotechnological Competence Bloc. *Revue d'Economie Industrielle*, 78 (4) , 7–26.
- Feldman, M. & Zoller, T. D. (2012). Dealmakers in Place: Social Capital Connections in Regional Entrepreneurial Economies, *Regional Studies*, 46 (1), 23–37
- Frankelius, P. (2009a). Questioning two myths in innovation literature. *Journal of High Technology Management Research*, 20 (1), 40–51.

- Frankelius, P. (2009b). *Simon's theorem reconsidered – towards a theoretical framework for competitive intelligence*. ECIS 2009, The Third European Competitive Intelligence Symposium: Competitive Intelligence: Competing, Consuming and Collaborating in a Flat World, Stockholm, Sweden, June 1–12, 2009 (Published in proceedings).
- Frankelius, P. (2013). "Satelliter och flyg lyfter jordbruket till nya höjder". I *Flyg idag – Flygets Årsbok 2013*. Stockholm: Flygboken.se
- Frankelius, P. & Vogel, O. (Red.) (2009). *Värdeskapande möten*. Malmö and Stockholm: Liber och KK-stiftelsen.
- Gibbons, M. et al (1994). *The New Production of Knowledge. Dynamics of Science in Contemporary Society*. Sage, London.
- Gilg, A. W. & Battershill, M. (2000). To what extent can direct selling of farm produce offer a more environmentally friendly type of farming? some evidence from france. *Journal of Environmental Management*, 60(3), 195–214.
- Gummesson, E. (1994). Service Management: An Evaluation and the Future, *International Journal of Service Industry Management*, 5(1), 77–96
- Hippel, E. von (2005). *Democratizing Innovation* Boston: MIT Press
- Kilelu, C. W., Klerkx, L. & Leeuwis, C. (2013). Unravelling the role of innovation platforms in supporting co-evolution of innovation: Contributions and tensions in a smallholder dairy development programme. *Agricultural Systems*, 118, 65–7.
- Lusch, R., and Nambisan, S. (2014). Service Innovation: A Service-Dominant Logic Perspective, *MIS Quarterly* (forthcoming).
- Malik, K., Georghiou, L., & Grieve, B. (2011). Developing new technology platforms for new business models: Syngenta's partnership with the university of manchester. *Research Technology Management*, 54(1), 24–31.
- McKenna, R. (1991). *Relationship Marketing. Successful Strategies for the Ages of the Customer*. New York: Addison-Wesley.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71 (3), 75–86.
- Moreland, H., & Hyland, P. (2013). Improving communication and increasing adoption of innovations in the beef industry. *Journal of Science Communication*, 12(2).
- Mullins J. W. (2006). *The new business road test*, London: Prentice-Hall, 2003.
- Normann, R. och Ramirez, R., (1993) "From value chain to value constellation", *Harvard Business Review*, 71(4), 1993, 65–77.
- Oswalder, A. och Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New York: John Wiley & Sons.
- Ottosson, M. & Parment, A. (2013). *Hållbar marknadsföring. Hur sociala, miljömässiga och ekonomiska överväganden kan bidra till hållbara företag och marknader*. Lund: Studentlitteratur.
- Porter, M.E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Macmillan.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press.
- Ryan, B. & Gross, N.C. (1943). The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities. *Rural Sociology*, 8, 15–24.
- Schneider, F., Steiger, D., Ledermann, T., Fry, P., & Rist, S. (2012). No-tillage farming: Co-creation of innovation through network building. *Land Degradation and Development*, 23(3), 242–255.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Oxford: Oxford University Press.

- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17.
- von Hippel, E. (1988). *The Sources of Innovation*, Oxford University Press.
- Witell, L. & Löfgren (2013). From service for free to service for fee: business model innovation in manufacturing firms, *Journal of Service Management*, 24(5), 520–533.