



VGR Analys 2024:70  
2024-11-25

# Nobel Week Dialogue

Utvärdering av VGR:s projektstöd 2012-2023

Datum: 2024-11-25

Dokumentnamn: Nobel Week Dialogue – Utvärdering av VGR:s projektstöd 2012-2023

Diarienummer: MRU 2024-00317

Kontaktperson: Åsa Rydin, avdelning samhällsanalys

Telefon: 070-394 09 20

E-post: [asa.rydin@vgregion.se](mailto:asa.rydin@vgregion.se)

# Innehåll

Innehåll.....	2
Sammanfattning.....	3
1. Nobel Week Dialogue.....	4
1.1 Mål att inspirera allmänheten.....	4
1.2 Insatslogik.....	5
2. Utvärderingen.....	7
3. Genomförande.....	9
3.1 Konferensen – teman, kommunikation och framtida ambitioner ....	9
3.2 Föreläsning för elever på Hvitfeldska och Angereds gymnasieskolor .....	11
3.3 Samarbetsformer och dialog .....	12
4. Resultat.....	15
4.1 Utfall av projektindikatorer .....	15
4.2 Resultatmätning via enkätutskick.....	18
4.3 Varumärket det största mervärdet .....	19
4.4 Koppling till den regionala utvecklingsstrategin, då och nu.....	21
Sammanfattande slutsatser .....	24
Referenser.....	27
 Figur 1: Insatslogik för Nobel Week Dialogue.....	 6
Tabell 1: Beslutade projektindikatorers förväntade och faktiska utfall .....	16

## Sammanfattning

Nobel Week Dialogue är en heldagskonferens som årligen arrangeras som en del av Nobelveckans officiella program. Konferensen anordnas växelvis i Stockholm och Göteborg. Projektägaren Nobel Prize Outreach AB har erhållit medel från MRU (tidigare RUN) för projektet sedan flera år tillbaka. För verksamhetsåret 2024 och årets förestående konferens i Stockholm beviljades inga medel, med anledning av att stödet och fortsatt engagemang behöver diskuteras. Utvärderingen är tänkt att utgöra underlag för fortsatta diskussioner. Utvärderingen baseras på genomförda intervjuer med projektägare, berörda personer inom VGR, övriga finansiärer samt rektor vid Hvitfeldska gymnasiet. Ytterligare material har utgjorts av projekthandlingar samt projektägarens egna utvärderingar.

Medfinansiärerna (inklusive VGR) är överens om att Nobel Week Dialogue håller en mycket hög kvalitet, med dagsaktuella ämnen i ett lättillgängligt och genomtänkt format. De utmaningar som framkommer i utvärderingen grundar sig främst på att VGR:s finansiering av Nobel Week Dialogue är i form av ett projektärende, trots att insatsen till sin karaktär inte är ett projekt. En problematik är undantaget från VGR:s allmänna villkor för projektmedel. I intervjuerna framgår att samarbetet kräver ett aktivt engagemang och avsatt tid hos deltagande parter. För enskilda tjänstepersoner blir det problematiskt att avsätta tid om insatsen nedprioriterats, såsom på senare år varit fallet med kommunikationsinsatserna.

Målen med Nobel Week Dialogue är högt ställda och formulerade i ett långsiktigt perspektiv. När de sätts in i en insatslogik tillsammans med de direkta resultat och aktiviteter som redovisats framgår en ambitiös bild, men också ganska oklara samband i relationerna däremellan. Resultatredovisningen hade gynnats av mer ingående beskrivningar av indikatorerna och en vidare tolkning av utfallet – med fördel jämförande över tid. Inför ett eventuellt fortsatt stöd från VGR är det angeläget att se över projektets mål utifrån SMART-kriterierna (Specifika, Mätbara, Accepterade, Relevanta och Tidsatta).

Projektet kunde i högre grad relateras till de dåvarande prioriteringarna i föregående regionala utvecklingsstrategi (RUS) – särskilt avseende formuleringarna om ökad synlighet/attraktionskraft och fokus på tillämpad forskning. Kopplingen till nuvarande strategi är inte lika tydlig – även om projektet på sikt anses ha gynnsamma effekter på att attrahera eftertraktad kompetens och bidra till en ökad inkludering. Projektets koppling till nuvarande RUS behöver diskuteras vidare, så även hur insatsen passar in i projektportföljen som helhet. Det är därtill viktigt att vi inom VGR resonerar kring projektets betydelse ut ett regionalt perspektiv inför beslut om fortsatt stöd från miljö- och regionutvecklingsnämnd (MRU).

# 1. Nobel Week Dialogue

Nobel Week Dialogue är en årligt återkommande heldagskonferens som arrangeras i december som en del av Nobelveckans officiella program. Cirka ett tjugotal talare – Nobelpristagare och experter – diskuterar utifrån ett årligt aktuellt tema. Konferensen anordnas växelvis i Stockholm och Göteborg. Varje år deltar omkring 1 500 personer på plats och digitalt deltagande görs möjligt via SVTplay och UR.<sup>1</sup> Ett projektteam inleder planeringen av konferensen i början av innevarande år.<sup>2</sup>

Projektägaren Nobel Prize Outreach (tidigare Nobel Media) är en del av Nobelstiftelsen och beskriver att de genom sin verksamhet sprider kunskap om Nobelprisbelönade insatser och stimulerar intresset för vetenskap, litteratur och fred i enlighet med Alfred Nobels vision.<sup>3</sup>

Grundtanken med Nobel Week Dialogue är att möjliggöra mötet mellan allmänheten och Nobelpristagare, ledande forskare och experter för samtal kring ett dagsaktuellt och tvärvetenskapligt tema. Konferensen har därmed som syfte att utgöra en arena för lösningsorienterad dialog kopplat till samhällsutmaningar. Genom Nobel Week Dialogue vill man via föreläsningar och paneldiskussioner fördjupa dialogen mellan den vetenskapliga världen och samhället i övrigt.<sup>4</sup>

## 1.1 Mål att inspirera allmänheten

Målet med Nobel Week Dialogue är att bygga upp ett brett samarbete mellan aktörer, gärna inom olika sektorer, och att inspirera en bred publik i Västra Götaland, i hela Sverige och internationellt. Specifikt för 2022-2023 anger projektägaren i sin ansökan att de kontinuerligt kommer att utforska innovativa lösningar för att utveckla vårt samhälle.

”Genom Nobel Week Dialogue kommer pristagarna och deras berättelser till liv och genom att lära av deras unika forskning kan vi bättre hantera globala utmaningar genom att förstå vår samtid och påverka vår framtid”

(Nobel Media, 2020)

---

<sup>1</sup> Nobel Prize Outreach, 2022

<sup>2</sup> Nobel Prize Outreach/Nobel Media, 2022

<sup>3</sup> Nobel Media, 2018a

<sup>4</sup> Nobel Media, 2013

Perioden 2016-2021 beskrivs målet vara att uppmuntra till ett livslångt lärande och öppna för nya tankar genom att erbjuda gränsöverskridande diskussioner. Genom att initiera samtal kring stora globala frågor som påverkar vårt samhälle, vill de inspirera till nyfikenhet, engagemang och ifrågasättande. Ett delmål anges vara att stärka kopplingarna mellan utbildning och arbetsliv genom att upprätthålla en tät dialog med regionala utbildningsinstitutioner samt genom att sammanföra partnerorganisationerna med studenter och unga forskare.<sup>5</sup> Den fördjupade kunskap och inspiration som deltagarna får till sig under Nobel Week Dialogue samt möjligheten till fortsatt engagemang via de digitala kanalerna förväntas på sikt bidra till "ett livslångt lärande och en lust och längtan efter ökad bildning hos allmänheten i regionen".<sup>6</sup>

"Att definiera livet ur ett vetenskapligt eller filosofiskt perspektiv, ett konstnärligt perspektiv samt kulturella och inhemska perspektiv är bara några av de sätt på vilka dialogen kommer att leda publiken på en resa där man utforskar frågor som rör livets framtid."

(Nobel Prize Outreach, 2022)

Målgruppen för konferensen är allmänheten, med ett särskilt fokus på studenter. I ansökan om finansiering åren 2022-2023 framgår att publiken var uppdelad enligt följande: Studenter – 31 %, experter – 30 %, privat sektor – 22 %, offentlig sektor – 12 %, pensionärer – 3 % och press – 2 %. Samarbete med Chalmers, Göteborgs universitet samt Angered och Hvitfeldskas gymnasieskolor beskrivs skapa goda förutsättningar att nå ut till studenter, därav till stor del utländska medborgare som studerar i Sverige.<sup>7</sup> Projektägaren framhåller att evenemanget är kostnadsfritt och öppet för alla, vilket möjliggör ett brett deltagande. Därtill livestreamas konferensen och når således även dem som inte kan delta på plats. Den digitala publiken uppmuntras till interaktivitet genom möjligheten att ställa frågor via sociala medier.<sup>8</sup>

## 1.2 Insatslogik

Figuren på nästkommande sida illustrerar insatslogiken för Nobel Week Dialogue. Tanken är att skapa en bild av vilka resurser som avsätts, vilka aktiviteter som genomförs, de direkta resultaten av dessa aktiviteter samt

---

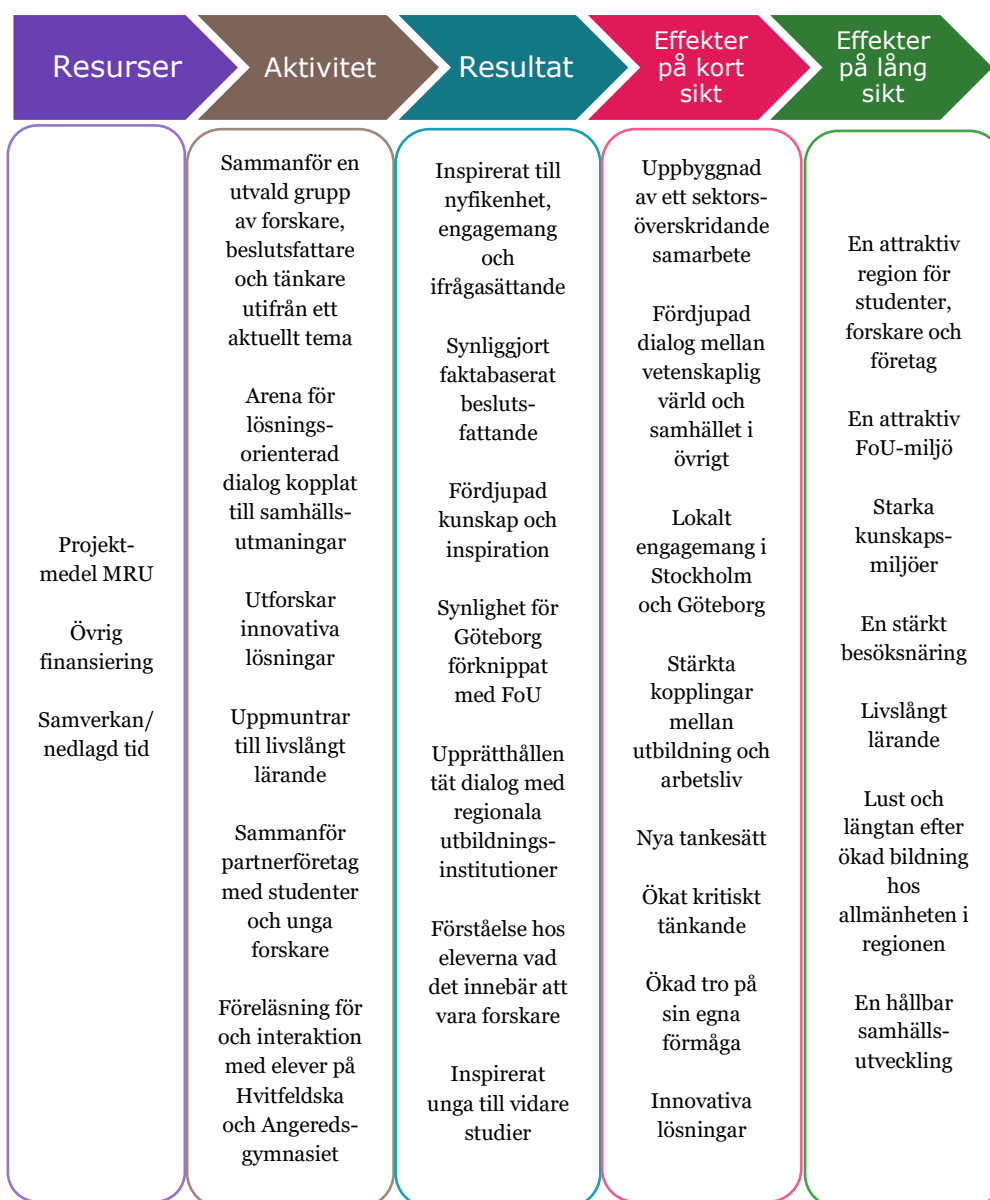
<sup>5</sup> Nobel Media, 2020a/2018a/2016

<sup>6</sup> Nobel Media, 2020a

<sup>7</sup> Nobel Prize Outreach, 2022

<sup>8</sup> Nobel Media, 2020a

vilka effekter resultaten förväntas bidra till på kort och lång sikt. Därmed synliggör insatslogiken hur kedjan från aktiviteter till effekter via resultat hänger ihop, för att öka förståelsen för på vilket sätt insatsen förväntas åstadkomma en förändring. Utifrån vad som kan utläsas av projekthandlingarna är den grundläggande problematiken att vi står inför komplexa samhällsutmaningar som kräver sektorsövergripande lösningar. Det handlar bland annat om svårigheter att säkra tillgång på efterfrågad kompetens och en utmaning att bibehålla och stärka innovationskraften.



Figur 1: Insatslogik för Nobel Week Dialogue

## 2. Utvärderingen

Nobel Prize Outreach AB har erhållit medel från regionutvecklingsnämnden (RUN) – numera miljö- och regionutvecklingsnämnden (MRU) för projektet Nobel Week Dialogue sedan flera år tillbaka. Det första beslutet avsåg 2012 och föregicks av ett avtal mellan Nobel Foundation Rights Association och VGR, undertecknat 2012-12-18. Sammantaget har 24 miljoner kronor beviljats i medfinansiering från VGR. Beslut om medel har fattats vartannat år och uppgått till 4 miljoner kronor per projektbeslut. Mer specifikt används bidraget för att finansiera lokaler (1,5 miljon) och teknik (2,5 miljon). I ansökan framgår att övriga partners och medfinansiärer bidrar med motsvarande belopp så att evenemanget i sin helhet kan genomföras. För verksamhetsåret 2024 och årets förestående konferens i Stockholm beviljades inga medel från MRU, med anledning av att stödet och fortsatt engagemang behöver diskuteras. Utvärderingen är tänkt att utgöra underlag för fortsatta diskussioner.

Utvärderingen ska ge en överskådlig bild av Nobel Week Dialogues genomförande och resultat kopplat till uppsatta mål i MRU:s beslut. Frågeställningar som kommer att behandlas är:

- Hur sker genomförandet i relation till beslutade mål och måltal? Hur ser insatslogiken ut?
- Har insatsen skapat resultat och effekter som bidrar till genomförandet av RUS:en samt programmen?
- Vilka insatser har gjorts för att nå ut till olika målgrupper?
- Hur ser berörda tjänstepersoner inom VGR på mervärdet av medverkan i Nobel Week Dialogue?
- Vad ser övriga finansiärer och samarbetspartners för mervärde av sin medverkan i Nobel Week Dialogue? Hur motiverar de sin medverkan i projektet?
- Hur säkerställs den regionala relevansen kopplat till MRU:s bidrag?

I enlighet med uppdragsgivarens önskemål avgränsas utvärderingen till huvudaktiviteten – heldagskonferensen Nobel Week Dialogue samt föreläsningen som arrangeras i samarbete med Hvitfeldska och Angereds gymnasieskolor. Ytterligare kringaktiviteter, berörs alltså inte, men kan möjligen ingå i respondenternas bedömningar om konferensens mervärde.

Efter inledande dialog med projektets handläggare gjordes en sonderande intervju med ansvarig kontaktperson på Nobel Prize Outreach. Därtill har intervjuer genomförts med berörda personer inom VGR, med övriga finansiärer samt rektor vid Hvitfeldska gymnasiet. Någon ansvarig kontaktperson på Angeredsgymnasiet har inte hittats, trots upprepade försök både via rektor och projektägare. Därmed saknar utvärderingen erfarenheter från Angeredsgymnasiets medverkan i projektet. Inom VGR har projektet genom åren haft ett flertal handläggare, dels kopplade till avdelningen forskning, omställning och kompetens (dåvarande FoUU), dels till avdelningen för internationella relationer. Ytterligare material har utgjorts av inskickade projekthandlingar samt projektägarens egna utvärderingar.

Rapporten inleds med en beskrivning av Nobel Week Dialogue samt utvärderingens upplägg och tillvägagångssätt. Därefter följer en redogörelse för projektets genomförande, aktiviteter och samarbetsformer. I kommande avsnitt återfinns bedömning av måluppfyllelse, indikatorutfall, upplevt mervärde och koppling till regional utvecklingsstrategi (RUS). Rapporten avslutas med författarens sammanfattande slutsatser.

## 3. Genomförande

### 3.1 Konferensen – teman, kommunikation och framtida ambitioner

Som tidigare nämnts arrangeras Nobel Week Dialogue utifrån ett årligt aktuellt tema. Ojämna år är konferensen förlagd till Svenska Mässan i Göteborg och jämna år till Waterfront Hotel i Stockholm. Historiskt har konferensens teman varit enligt följande:

- 2012: *The Generic Revolution and its Impact on Society* – Detta första tema inspirerades av att 2012 markerade femtioårsdagen för tilldelningen av 1962 års Nobelpris för upptäckten av den molekylära strukturen hos DNA. I valet av teman för kommande år fanns initialt tanken att fortsätta använda Nobelprisets årsdagar som utgångspunkter.
- 2013: *The Future of Energy* – Utmaningarna med att etablera en säker och pålitlig framtida energiförsörjning.
- 2014: *The Age to Come* – Möjligheter och utmaningar kopplade till trenden åldrande befolkning.
- 2015: *The Future of Intelligence* – Vetenskapliga och kulturella perspektiv på intelligens och om hur den digitala tidsåldern förändrar oss.
- 2016: *The Future of Food* – Hållbarhetsaspekter och framtidsscenarier avseende vår livsmedelshantering, klimatpåverkan, jordbruksmetoder och avfallshantering.
- 2017: *The Future of Truth* – Reflektion över förekomsten av ”falska fakta” och temat sanning utifrån ett filosofiskt, vetenskapligt och samhällsmässigt perspektiv.
- 2018: *Water Matters* – Människans påverkan på havet och huruvida det är möjligt att förändra de invanda mönstren gällande vattenanvändning.
- 2019: *Into the unknown – Uncertainty, risk and opportunity* – Hur osäkerhet och risk påverkar vårt samhälle, vår kultur och vårt dagliga liv.
- 2020: *The Challenge of Learning, the Future of Education* – Hur utbildning kan hjälpa till att skapa en bättre framtid. Fördelar och fallgropar med den nya digitala världen, lärande på distans och problematiken med digitalt utanförskap.

- 2021: *The City of the Future* – Staden som fenomen, möjliga framtidsvisioner för stadslivet och hur vi kan se till att våra städer utvecklas i önskvärd riktning.
- 2022: *The Future of Life* – Ett brett tema som bland annat inkluderade hur vi kan bevara den biologiska mångfalden, förebygga katastrofer och krig och arbeta mot social ojämlikhet.
- 2023: *The Future of Migration* – Migrationens historia och klimatförändringarnas påverkan på befolkningen i olika delar av världen.
- 2024: *The Future of Health* – Årets konferens ska bland annat beröra medicinska framsteg, sjukdomsförebyggande strategier och innovativa sätt att förbättra våra liv.

Genom åren har skett en rad insatser för att utveckla konferensens upplägg och omfattning. Tidigt togs en digital strategi fram i syfte att sprida och bevara innehållet. Därtill har gjorts olika satsningar för att utöka programmet genom interaktivitet, parallella sessioner samt pop-up event såsom föreläsningar på Chalmers och Göteborgs universitet. Nobel Week Dialogue är, enligt projektägaren, deras flaggskeppsprodukt – det första av deras eventformat som blivit så lyckat att de exporterat det globalt. De kan se att de digitala kanalerna och intresset från den internationella publiken har ökat under de år som konferensen anordnats. Scenografin och de visuella intrycken har utvecklats över tid, emellertid betonar projektägaren att det är innehållet, talarna och deras förmåga att nå ut till en bred publik som är av störst betydelse. Medfinansierarna (inklusive VGR) är överens om att Nobel Week Dialogue håller en mycket hög kvalitet, med dagsaktuella ämnen i ett lättillgängligt och genomtänkt format. Sett över tid är det dock ett par av dem som upplever att kvaliteten varierat något från år till år vad gäller tema, program och talare.

Utöver de träffar med samarbetspartners som senare nämns i avsnitt 3.3 kallar projektägaren årligen till ett specifikt möte kring kommunikation, då samarbetspartnerns kommunikatörer bjuds in för att diskutera anpassade marknadsföringskoncept baserade på det aktuella temat. Projektägaren lyfter vikten av att varje samarbetspartner sprider information om Nobel Week Dialogue i sina egna kanaler och nätverk. Marknadsföringen sker till stor del via sociala medier och särskilt riktad information går ut i syfte att nå högskolor, unga och personer i utsatta områden.

I rapporteringens avsnitt för ”verksamhet efter projekttiden” återfinns kortare beskrivningar om att eventet är en årligt återkommande

verksamhet som arrangeras växelvis i Göteborg och Stockholm.<sup>9</sup> Efter att 2022 ha ägt rum i tio år anser projektägaren att Nobel Week Dialogue därmed utgör en långsiktig satsning. Konferensen kommer även fortsättningsvis att anordnas som ett årligt evenemang som en naturlig del av Nobelveckan. De framhåller vidare att Nobel Week Dialogue möjliggörs av extern finansiering och att det är önskvärt att fortsätta samarbetet med nuvarande partners.<sup>10</sup> Av intervju med projektägare framgår att det är ett ständigt utvecklingsarbete kring konferensens format och innehåll. De ser det som viktigt att programmet fortsätter att kännas angeläget och att bibehålla engagemanget från både den fysiska och digitala publiken samt att öka diversifieringen hos talare och deltagare.

## 3.2 Föreläsning för elever på Hvitfeldska och Angeredsgymnasieskolor

För att nå en yngre målgrupp anordnas, sedan 2019, en föreläsning med Nobelpristagare på Hvitfeldska gymnasiet. Till detta event bjuds även elever från Angeredsgymnasiet in att delta digitalt. Vid föreläsningen får eleverna möjlighet att interagera med och ställa frågor till Nobelpristagarna. Därigenom är tänkt att eleverna ska få en förståelse för vad det innebär att vara forskare och inspireras till vidare studier. De år konferensen är förlagd till Stockholm anordnas en digital session, där eleverna kan delta i diskussionerna genom digitala rit- och skrivverktyg.<sup>11</sup> Vid förra årets föreläsning var 60 elever från Hvitfeldtska fysiskt på plats och 120 elever från Angeredsgymnasiet deltog digitalt.<sup>12</sup>

Föreläsningen för gymnasieelever var ursprungligen ett initiativ från VGR, i syfte att skapa ett intresse för högre studier hos ungdomar. Projektägaren beskriver föreläsningen som en viktig avknoppning från huvudeventet och ett konkret sätt att nå en yngre målgrupp. Senast (2023) ägde föreläsningen rum i en lokal på Medicinarberget vid Sahlgrenska universitetssjukhuset och inte som tidigare i aulan på Hvitfeldska gymnasiet. Detta medförde en bredare publik som även inkluderade högskolestudenter och forskare. De år konferensen arrangeras i Stockholm erbjuds en digital föreläsning, med möjlighet för eleverna att sända in frågor. Rektorn för de naturvetenskapliga programmen på Hvitfeldska lyfter att de digitala tillfällena är mycket givande för eleverna att delta i, men att det blir en än mer positiv upplevelse vid de fysiska evenemang. En nackdel med att

---

<sup>9</sup> Nobel Media, 2020a

<sup>10</sup> Nobel Prize Outreach/Nobel Media, 2022

<sup>11</sup> Nobel Prize Outreach, 2024

<sup>12</sup> E-post från projektägare, 2024-10-25

föreläsningen arrangerades utanför gymnasieskolans egna lokaler var att det medförde ett minskat antal platser jämfört med tidigare. Därigenom blev de tvungna att göra ett urval bland eleverna, där de som inte fick plats i lokalen istället kunde delta via länk. Rektorn beskriver att de även skickat ut information och länk till föreläsningen till andra skolor i regionen, men upplever att det är svårt att nå ut och få ett bredare engagemang till den här typen av schemabrytande aktiviteter – i synnerhet om det finns ett geografiskt avstånd.

Erfarenheter från deltagande personer vid Angeredsgymnasiet saknas på grund av att ingen kontaktperson kunnat nås i samband med utvärderingen (se även avsnitt 2).

### 3.3 Samarbetsformer och dialog

För genomförandet av Nobel Week Dialogue samarbetar Nobel Prize Outreach med, förutom Västra Götalandsregionen, Göteborg & Co, Carl Bennet AB och Volvokoncernen. Representanter från respektive organisation träffas två gånger om året för att utvärdera den senaste konferensen och planera inför kommande.<sup>13</sup> Projektägaren lyfter att de uppmuntrar samarbetsparterna att bjuda in egna experter för att diskutera olika infallsvinklar på det fastställda temat för konferensen.<sup>14</sup> I tidigare rapportering framgår att samarbete även skett med Ericsson, Stena Foundation,<sup>15</sup> Carlsberg Foundation, Akzo Nobel, Akademiska Hus, Chalmers, Göteborgs universitet, Sahlgrenska Universitetssjukhuset, Kungliga Tekniska Högskolan, Karolinska Institutet, Sveriges Lantbruksuniversitet,<sup>16</sup> Högskolan i Borås, Högskolan i Skövde, Trollhättans stad och Stockholms universitet.<sup>17</sup>

De formaliserade samarbetsytorna består av två årliga möten mellan parterna på plats i Göteborg samt ett separat tillfälle avseende kommunikation. Det årliga temat diskuteras fram i en programkommitté internt inom Nobel Prize Outreach. Projektägaren lyfter i intervjun att de i sammanhanget har en nära dialog med partners och finansiärer. Även om beslut om konferensens inriktning fattas internt, menar projektägaren att deras intressen kring vilka teman som är relevanta ofta sammanfaller med de samverkande aktörernas. Just temat på konferensen tas återkommande upp i intervjuerna. Känslan av att ha en dialog och att som partner kunna

---

<sup>13</sup> Nobel Prize Outreach, 2022

<sup>14</sup> Nobel Media, 2020a

<sup>15</sup> Nobel Prize Outreach, 2022

<sup>16</sup> Nobel Media, 2018a

<sup>17</sup> Nobel Media, 2016

ha inflytande och kunna påverka ämnet varierar och har över tid till viss del varit personberoende.

När samarbetet startade 2012 upplevdes insyn och påverkansmöjligheter som större och det fanns samtidigt en förväntan att fler offentliga aktörer i Stockholm skulle bidra med stöd och involveras i samarbetet. Under årens lopp har samarbetet utvecklats mer och mer mot sponsring, enligt en av tjänstepersonerna på VGR. De privata aktörerna tänker naturligt nog på samarbetet som just sponsring. Ansvarig person på Volvo beskriver att arbetet med Nobel Week Dialogue faller inom ramen för deras centrala sponsorportfölj, men att de på sikt har ambitionen att kunna påverka inriktningen att tydligare passa in i deras sociala hållbarhetsprogram, då det är en framtida ambition för sponsoravtalen för Volvokoncernen.

*”Jag tycker att de har utvecklat det på ett väldigt bra sätt, de är lyhörda för synpunkter tycker jag.”*

*”Sen har vi haft, i och med vårt samarbete, löpande möten under året där vi har frågat vad man kan göra. Sen har vi inte gjort så mycket skillnad.”*

Från VGR:s sida har omorganisationer och personalomsättning medfört att projektets handläggare bytts ut vid ett flertal tillfällen. En av tjänstepersonerna beskriver att det därigenom varit en bristande kontinuitet, vilket gjort att samarbetet kring Nobel Week Dialogue behövt ”starta om”. Förutsättningarna att lägga tid på samarbetet har också varierat, beroende på omprioriteringar och personalsituation inom VGR, exempelvis när det gäller kommunikationsinsatserna. Tidigare lades mycket tid på att publicera artiklar i VGR:s kanaler som inkluderade intervjuer med berörda aktörer och att vara på plats för konferensen. Numera finns inget tydligt uppdrag och andra prioriteringar har gjort att inte lika mycket tid har kunnat läggas på kommunikationsinsatserna, som även har varierat beroende på konferensens tema. Vissa år beskrivs ämnet som ”klockrent” utifrån VGR:s perspektiv och kunde på ett bra sätt knytas till de prioriterade frågorna inom regional utveckling, medan valda teman stundvis legat längre ifrån och att VGR därför inte lagt lika mycket kraft på kommunikationsinsatser.

Ett medskick från projektägaren är emellertid vikten av att man som representant i partnergruppen har tid och förankring i sin organisation, för att samarbetet ska fungera optimalt och för att man som partner ska kunna ta vara på möjligheterna det ger.

*”Mitt starka medskick är att bjuda in gäster, hur man använder de här biljetterna, men också kommunikationsmässigt och använda det så mycket som möjligt.” (Nobel Prize Outreach)*

*”Ett medskick är att det är viktigt att vara väldigt aktiv inför och på de här mötena. Det finns möjlighet att påverka innehållet om man är aktiv själv.” (medfinansiär)*

## 4. Resultat

Relaterat till uppsatta mål beskriver projektägaren att Nobel Week Dialogue ”utvecklar nya kunskaper och färdigheter genom att fördjupa dialogen mellan Nobelpristagare från olika discipliner, experter från olika sektorer, studenter, gymnasieskolor och en bred publik”.<sup>18</sup> I den senaste slutrapporten redovisas att konferensen genomförts enligt plan och att det därutöver fanns utrymme för att berika programmet med ytterligare aktiviteter. Det främsta resultatet som lyfts i rapporten är att man via Nobel Week Dialogue motiverat unga personer till kritiskt tänkande. Därtill har man synliggjort faktabaserat beslutsfattande och skapat förutsättningar för en långsiktig dialog. Metoderna för att mäta resultat uppges vara publikundersökningar och deltagarstatistik. Önskvärt utfall ligger i linje med de långsiktiga målen om att bygga sektorsöverskridande samarbeten, inspirera en bred publik i Västra Götaland och internationellt, utbyte med personer från olika bakgrunder, expertiser, erfarenheter och kulturer.<sup>19</sup> Då konferensen har en bred målgrupp och syftar till att skapa engagemang och ifrågasättande läggs stort fokus på att få publicitet i media. I rapporteringen beskrivs att de haft stora nationella och internationella medier på plats under evenemanget. Projektägaren bedömer att det skett en positiv utveckling i engagemang och räckvidd, vilket talar för att Nobel Week Dialogue blivit ett väletablerat koncept.<sup>20</sup>

### 4.1 Utfall av projektindikatorer

Nedanstående tabell visar förväntat och faktiskt utfall av de indikatorer som, sedan 2016, förekommit i projektbeslut respektive rapportering:

Indikatorer 2016-2023		Förväntat utfall			Utfall		
Indikator	Period	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Antal evenemang	2016-2017			2			5
	2018-2019			6			6
	2020-2021			7			6

<sup>18</sup> Nobel Media, 2022

<sup>19</sup> Nobel Media, 2024

<sup>20</sup> Nobel Media, 2020b

	2022-2023			5			5
Antal besökare, publik och deltagare till evenemang	2016-2017	1 450	1 450	2 900	1 807	1 668	3 475
	2018-2019	1 900	1 900	3 800	1 651	2 219	3 870
	2020-2021	1 900	1 900	3 800			4 180
	2022-2023	2 000	2 000	4 000	5 775	5 775	11 550
Antal gästnätter	2016-2017			150			150
	2018-2019			150			150
	2020-2021			150			26
	2022-2023			150			?
Antal privata och/eller offentliga företag och organisationer som samverkar	2016-2017			20			20
	2018-2019			20			20
	2020-2021			20			20
	2022-2023			20			?
Räckvidd i sociala medier	2018-2019			3 000 000			4 400 000
	2020-2021			2 800 000			2 800 000
Antal nationaliteter i publiken	2018-2019			60			51
	2020-2021			60			110
	2022-2023			80			
Andel studenter i publiken	2018-2019			40%			33%
	2020-2021			40%			48%
	2022-2023			35%			
Andel av publiken som skulle återkomma till nytt event	2018-2019			99%			98%

Tabell 1: Beslutade projektindikatorers förväntade och faktiska utfall

*Antal evenemang* har ökat från förväntade 2 st. 2016-2017 till 5 st. senaste redovisade period 2022-2023. I rapporteringen för 2016-2017 framgår att det, förutom konferenserna i Stockholm respektive Göteborg, anordnats två "pop-up evenemang" och en föreläsning. Projektägaren beskriver att det från början funnits en strävan efter att introducera nya element för att bibehålla och öka engagemanget bland besökarna. Det så kallade "pop-up evenemanget" lanserades 2016 som ett sätt att förlänga konferensen genom att bjuda in allmänheten till en kortare diskussion kvällen före. Under 2017-års konferens lanserades konceptet "The Square" där åhörarna via hörlurar

kunde alternera mellan flera olika parallella sessioner. Detta möjliggjorde fler paneldiskussioner, föreläsningar och intervjuer.

När det gäller *deltagarantal* har såväl förväntat värde som utfall successivt ökat över tid. Det faktiska utfallet har kontinuerligt överstigit det förväntade – även under pandemin. Åren 2022-2023 sticker ut, då man hade 4 000 deltagare som mål och utfallet uppgick till 11 550 personer. Här är det dock någon oklart hur deltagarantalet har beräknats. I den bilagda utvärderingsrapporten från eventet i Stockholm 2022 framgår att antal personer på plats uppgick till 872 och att 13 800 personer deltog digitalt via youtube. Nobel Week Dialogue livestreamas för att nå ut till personer som inte har möjlighet att delta på plats. Konferensen görs tillgänglig på SVT Play och sprids under och efteråt även i projektägarens digitala kanaler. Den digitala räckvidden bedömdes vara 1 miljon personer under 2016 och 1,5 miljoner 2017.<sup>21</sup> På 2018 och 2019 års konferenser fanns drygt 1 500 personer med på plats och 1,5 miljoner tittare tog därtill del av programmet digitalt, bland annat via SVT och UR.<sup>22</sup> Det praktiska utförandet påverkades kraftigt av coronapandemin, då konferensen 2020 genomfördes helt digitalt och i ett hybridformat 2021. År 2020 var det 2 500 personer som tog del av Nobel Week Dialogue via den digitala plattformen – motsvarande siffra 2021 var 1 401. Därtill fanns 278 deltagare på plats 2021.<sup>23</sup>

*Antal gästnätter* har genomgående bedömts uppgå till 150, med undantag för pandemiåren då utfallet sjönk till 26. Uppgift om utfall för 2022-2023 saknas i rapporteringen. *Antal aktörer (privata och offentliga) som samverkar* har varit 20 till antalet, såväl avseende förväntat som faktiskt utfall. Dock saknas uppgift om utfall för 2022-2023 samt beskrivning av vilka aktörer som avses.

Indikatorn ”*räckvidd i sociala medier*” introducerades 2018-2019, då faktiskt utfall med råge översteg det förväntade. Trots detta sänktes målet från 3 miljoner 2018-2019 till 2,8 miljoner 2020-2021 – då utfallet också uppges vara exakt som förväntat. Utfallet 2018-2019 baseras på antal följare av dåvarande Nobel Medias facebookside, som då uppgick till 4,4 miljoner.<sup>24</sup> Siffran efterföljande år, 2,8 miljoner, har ingen närmare förklaring i rapporterna och i det senaste projektbeslutet finns denna indikator inte längre med.

---

<sup>21</sup> Nobel Media, 2018b

<sup>22</sup> Nobel Media, 2020b

<sup>23</sup> Nobel Prize Outreach/Nobel Media, 2022

<sup>24</sup> Nobel Media, 2020b

Indikatorn ”*antal nationaliteter i publiken*” har det förväntade värdet 60 för åren 2018-2019, då utfallet blev 51. I rapporteringen för 2018-2019 redovisas att antal nationaliteter i publiken var 46 respektive 51 och att detta mäts genom enkäter till deltagarna efter genomförd konferens.<sup>25</sup> Åren 2020-2021 låg målet kvar på 60, medan utfallet blev 110. Då konferensen, helt och delvis, genomfördes digitalt medförde särskilda möjligheter att nå ut bredare. Antal unika ursprungsländer för onlinedeltagarna 2020 var 114 st. och för 2021 var motsvarande siffra 109.<sup>26</sup> Indikatorn kvarstår i beslutet för perioden 2022-2023, men inget utfall har redovisats i tabellform. I löpande text framgår att det 2022 fanns deltagare från 15 olika länder, men inget kvantitativt utfall redovisas för 2023 års konferens. Viktigt att notera är att det i den senaste rapporteringen anges att insamling sker i samband med att deltagarna registreras och alltså inte via enkäter som tidigare.<sup>27</sup>

Andel studenter i publiken har sedan 2018 varit målsatt till 40 %, med undantag för den senaste perioden då förväntad andel minskats till 35 %, trots att utfallet föregående år uppgick till 48 %. Dock framgår det i slutrapporten för 2020-2021 att denna siffra inkluderar de studenter som deltagit i föreläsningarna på Hvitfeldska gymnasium och Chalmers. Andel studenter på själva konferensen uppgick till 33 % och inräknat riktade kringaktiviteter höjs siffran till 47 %.<sup>28</sup> Troligtvis har olika metoder använts för att mäta samma indikator, vilket gör att det blir något missvisande att över tid jämföra siffrorna i ovanstående tabell. Indikatorn saknar utfall i anvisad tabell i 2022-2023 års redovisning, men i löpande text beskrivs att andel studenter i publiken var 35 % år 2022 och 38 % år 2023.<sup>29</sup>

## 4.2 Resultatmätning via enkätutskick

Efter avslutad konferens genomförs en publikundersökning i form av en digital enkät, som även skickas ut till talare och medfinansierare. Resultaten presenteras i en årlig rapport, som även innehåller en summering av programmet, räckvidd i digitala forum och exempel på medias rapportering. Enkätresultatets omfattning och detaljeringsgrad varierar i projektrapporteringen, men visar överlag en hög grad av nöjdhet bland de som svarat:

---

<sup>25</sup> Nobel Media, 2020b

<sup>26</sup> Nobel Prize Outreach/Nobel Media, 2022

<sup>27</sup> Nobel Prize Outreach, 2024

<sup>28</sup> Nobel Prize Outreach/Nobel Media, 2022

<sup>29</sup> Nobel Prize Outreach, 2024

- Andel som uppskattade Nobel Week Dialogue: 97 % (2023), 93 % (2022)
- Andel som skulle delta igen: 98 % (2023), 95 % (2021), 98 % (2016-2018)
- Andel som var nöjda med bemötandet: 92 % (2023)
- Andel som upplevde att diskussionerna var relevanta: 87 % (2023), 84 % (2021)
- Andel som upplevde att längden på diskussionerna var bra: 82 % (2023), 78 % (2021)

På mötena med partnergruppen (se avsnitt 3.3 Samarbeten) presenteras de sammanställda enkätresultaten och gruppen ges möjlighet att gemensamt utvärdera konferensens aktiviteter. Syftet är att identifiera förbättringsområden inför kommande konferens, bland annat avseende marknadsföring, hemsida, registrering, logistik och lokaler. Enligt projektägaren har enkätundersökningarnas svarsfrekvens de senaste åren legat mellan 30-45 %. Det finns, enligt projektägaren, en utmaning i att anpassa innehållet till en nivå som appellerar till så många som möjligt i målgruppen. Resultaten mäts till stor del via den återkoppling som ges i enkätsvaren. Kommentarererna är genomgående positiva och utgör, enligt projektägaren, en bekräftelse på att de hittat ett välfungerande koncept. Vad gäller de uppsatta målen för projektet, att utforska innovativt lösningar, bidra till livslångt lärande, skapa en längtan efter ökad bildning och inspirera till nyfikenhet etc. är mer långsiktiga och projektägaren lyfter att de är svåra att kvantifiera. Det finns dock en vilja att följa upp resultat och effekter på längre sikt och att det skulle kunna göras i samråd med VGR – vad insatsen har för effekter regionalt sett.

*”Det är stora, viktiga, fundamentala satsningar som handlar om att lyfta individer och få dem att tro på sin egen förmåga och aktörer i sitt sammanhang...Man måste vara långsiktig och tro på någonting som sannolikt betyder mycket för människor.”<sup>30</sup>*

### 4.3 Varumärket det största mervärdet

På längre sikt bedöms, enligt projektrapporteringen, Nobel Week Dialogue bidra till en hållbar samhällsutveckling. Detta genom att de ämnen som diskuteras på konferensen är tvärvetenskapliga och relevanta ur ett globalt perspektiv. En annan gynnsam effekt beskrivs vara det engagemang som

---

<sup>30</sup> Intervju med projektägare på Nobel Prize Outreach, 241002

skapas på lokal nivå i och kring Stockholm och Göteborg med anledning av fördjupningen i viktiga ämnen som på olika sätt påverkar regionerna. Som exempel ges 2023 års tema ”The Future of Migration” där Göteborg som hamnstad och historiken kring migration inkluderades.<sup>31</sup>

Det mervärde som främst lyfts i intervjuerna är Nobels varumärke och möjligheterna det ger att få synas i de sammanhangen. Att vara värd för Nobel Week Dialogue innebär en medial uppmärksamhet som i sin tur skapar en synlighet för Göteborg förknippat med forskning och innovation samt som ett led i att stärka kompetensförsörjningen. För flera av medfinansiärerna ses det som en investering för framtiden för att bli en än mer attraktiv FoU-miljö där kunskapen också leder till att utveckla samhällslösningar.

*”Det är ett globalt varumärke och vi har behov av att synas och attrahera spetskompetens och det behovet kommer att vara ännu större i framtiden.” (VGR)*

*”Vi har absolut förstärkt profilen på vårt utvecklingsarbete och som kunskapsregion och det är ditåt vi är på väg med fokus på nyttiggörande och dialog om hur forskningen förbättrat för människor och samhället.” (VGR)*

Kopplat till effekten om nätverkande och mötesplatser nämns mervärdet i att bygga förtroende och skapa relationer. Den gränsöverskridande samverkan mellan offentliga, privata och akademiska aktörer och det gemensamma intresset av att bygga starka kunskapsmiljöer lyfts som särskilt värdefullt. Ytterligare ett upplevt mervärde är den inspiration som det innebär att lyssna till Nobelpristagare och ta del av deras erfarenheter. I intervjuerna är det främst betydelsen av att inspirera unga till vidare studier som nämns. Det som eleverna ofta frågar om, enligt rektorn på Hvitfeldskagymnasiets naturvetenskapliga program, är vad som motiverar dem, hur de kom att intressera sig för ett specifikt ämne och resan dit.

*”Det är ger mycket som är svårt att mäta. Jag tror just att det är en motivationshöjare och framför allt: Eleverna tror att man måste veta precis vad man ska göra i framtiden och ha högsta betyg i allt. Föreläsarna har öppnat dörrar i huvudet, även de har intresserat sig för många olika saker. Resan är målet och det är de otroligt bra på att trycka på, det här att inspirera.”*

---

<sup>31</sup> Nobel Prize Outreach, 2024

Från Göteborgs stads sida nämns som viktigt att involvera skolor och ungdomar i samband med Nobel Week Dialogue och ha en tydlig lokal förankring. Det är också när skolor och lärosäten involveras som det är lättare att se resultat av satsningen. Ansvariga på Volvo ser en stor utvecklingspotential i konceptet kopplat till deras arbete med social hållbarhet och skulle gärna se ytterligare insatser för att inspirera elever i yngre åldrar i områden med socioekonomiska utmaningar.

## 4.4 Koppling till den regionala utvecklingsstrategin, då och nu

Den tidigare regionala utvecklingsstrategin *Västra Götaland 2020 – Strategi för tillväxt och utveckling i Västra Götaland 2014-2020*, var strukturerad utifrån 32 prioriterade frågor fördelade på nio områden. Dessa områden var i sin tur indelade i fyra övergripande teman, som utgjorde inriktning för utvecklingsarbetet i Västra Götaland fram till år 2020.<sup>32</sup> I det första beslutet om finansiering av Nobel Week Dialogue beskrivs en tydlig koppling till tema 1 i VG2020 – *En ledande kunskapsregion* och område 2 – *Internationell konkurrenskraft genom regional kraftsamling kring styrkeområden*. I strategin framgår att en ledande kunskapsregion ska bidra till att ytterligare stärka attraktiviteten i högre utbildning och forskning. Inom område 2 hänvisas främst till prioriterad fråga 4 – *Attrahera fler studenter och forskare och öka utbytet med omvärlden* i de tidiga besluten om stöd till Nobel Week Dialogue. Konferensen beskrivs som en strategisk satsning för att stärka Västra Götalands position som en ledande kunskapsregion. Nobel Week Dialogue sägs även bidra till att stärka synligheten av viktiga forskningsinsatser såväl nationellt som internationellt.<sup>33</sup>

I efterföljande beslut, perioden 2016-2021, anses projektet främst ligga inom ramen för tema 4 – *En region som syns och engagerar* och område 9 – *Ökat utbyte med och påverkan på omvärlden* samt prioriterad fråga 30 – *Satsa på internationell mötesindustri, evenemang och på att stärka besöksnäringen*. Projektet beskrivs även ha koppling till temat *En ledande kunskapsregion* och flera av de underliggande frågorna, främst de som nämns ovan, som handlar om att attrahera studenter/forskare och att positioneras som en konkurrenskraftig FoU-miljö.<sup>34</sup> Temat *En region som syns och engagerar* hade som fokus att profilera Västra Götaland som ett

---

<sup>32</sup> Västra Götalandsregionen, 2013

<sup>33</sup> Regionutvecklingsnämnden, 2013

<sup>34</sup> Regionutvecklingsnämnden, 2016 och 2018

attraktivt område präglat av ett livskraftigt kulturliv, möten, evenemang och nyskapande. I VG2020 lyftes mötesindustrin och evenemang fram som områden med stor utvecklingspotential och ansågs bidra till att stärka bilden av Västra Götaland som en attraktiv region. Vidare framgår att:

*”Göteborg har en nationell och internationell status som plats för större evenemang. Mötesindustrin baseras samtidigt till stor del på samverkan med lokala och regionala institutioner och har då starka förutsättningar i hela regionen.”<sup>35</sup>*

I projektbeslutet avseende 2020-2021 beskrivs samarbetet mellan Västra Götalandsregionen och Nobel Media kring Nobel Week Dialogue som en strategisk satsning för att stärka Västra Götalands position som kunskapsregion samt att vara en attraktiv region för studenter, forskare och företag – ”en central del av den (dåvarande) regionala utvecklingsstrategin”.<sup>36</sup> Projektägaren själv beskriver i ansökan för 2020-2021 att konferensens övergripande syfte knyter an till VG2020:s samtliga fyra teman. Nobel Week Dialogue sägs bidra till regionens attraktivitet och ökar Västra Götalands synlighet i omvärlden genom att konferensen livestreamas och dessutom når en global publik under lång tid, via Nobelprisets digitala kanaler. Enligt projektägaren anses samarbetet mellan Västra Götalandsregionen och Nobel Media kunna bistå med att regionen blir ledande inom flera av de områden som nämns i VG2020, särskilt de som berör ett ökat utbyte med och påverkan på omvärlden. Nobel Week Dialogue anses bidra till att utveckla Västra Götaland till en kunskapsregion där alla inkluderas oberoende av kön, ålder, etnicitet och funktionshinder.

*”När man som i Västra Götalandsregionen särskilt arbetar med att bryta utanförskap och segregation och stärka kopplingarna mellan utbildning och näringsliv samt stödja ett livslångt lärande kan Alfred Nobels gärning och ambitioner både fungera inspirerande och kraftgivande.”<sup>37</sup>*

I ansökan för 2022-2023 återfinns istället beskrivningar av hur projektet är kopplat till den nuvarande regionala utvecklingsstrategin, Västra Götaland 2030. Projektägaren menar att Nobel Week Dialogue har bäring på samtliga fyra långsiktiga prioriteringar:

---

<sup>35</sup> Västra Götalandsregionen, 2013

<sup>36</sup> Regionutvecklingsnämnden, 2020

<sup>37</sup> Nobel Media, 2020a

- Stärka innovationskraften → *”Både formatet, en dialog mellan olika intressenter, talarna och publikens profiler bidrar till innovativa lösningar med anknytning till årets tema.”*
- Bygga kompetens → *”Tack vare samarbeten med ledande universitet och forskningsinstitut runt om i världen skapar projektverksamheten inom Nobel Prize Outreach en internationell arena för samtal om högaktuella och globala frågor som påverkar vårt samhälle och inspirerar till nyfikenhet, engagemang och ifrågasättande. Nobelveckans dialogämnen påverkas starkt av den senaste utvecklingen i samhället och bidrar till livslångt lärande för högskolestudenter, studenter och erfarna vuxna.”*
- Öka inkluderingen → *”Eftersom evenemanget är gratis och öppet för alla når det deltagare som annars skulle ha begränsade möjligheter att få tillgång till liknande innehåll. Konferensen livestreamas och den digitala publiken uppmuntras att interagera genom att ställa frågor via sociala medier.”*
- Knyta samman Västra Götaland → *”Evenemanget ökar närheten mellan olika delar av länet, men också med angränsande regioner, resten av Sverige och andra länder.”<sup>38</sup>*

Även i regionutvecklingsnämndens beslut avseende 2022-2023 framgår att konferensen bedöms vara strategiskt viktig för Västra Götaland då den lyfter viktiga globala frågor och sammanför ledande forskare, tidigare Nobelpristagare och andra experter med allmänheten. Projektet anses knyta an till flera av de långsiktiga prioriteringarna i den regionala utvecklingsstrategin – särskilt *Bygga kompetens*, med hänvisning till beskrivningen i ansökan. Genom sitt fokus på forskning och kunskap bidra projektet till bilden av Västra Götaland som en attraktiv region för studenter, forskare och företag. Vidare bedöms projektet bidra till att *Öka inkluderingen* genom att Nobel Prize Outreachs arbete med att förmedla Nobelprisets grundläggande värden om alla människors lika värde.<sup>39</sup>

Intervjuerna med tjänstepersoner inom VGR bekräftar att Nobel Week Dialogue tydligare knöt an till föregående regionala utvecklingsstrategi, VG2020, som en insats för att positionera Västsverige som en attraktiv kunskapsregion med fokus på tillämpad forskning. I den nuvarande strategin anses projektet främst koppla an till den prioriterade frågan om att bygga kompetens, då det också inkluderar betydelsen av attraktionskraft gentemot omvärlden.

---

<sup>38</sup> Nobel Prize Outreach, 2022

<sup>39</sup> Regionutvecklingsnämnden, 2022

## Sammanfattande slutsatser

### **Svårigheten att finansiera ett projekt som inte är ett projekt**

De utmaningar som framkommer i utvärderingen grundar sig främst på att VGR:s finansiering av Nobel Week Dialogue är i form av ett projektärende, trots att insatsen till sin karaktär inte är ett projekt. Detta blir tydligt i samtalen med såväl VGR:s tjänstepersoner som med projektägaren – som beskriver att konferensen är årligt återkommande, vilket också framgick i det ursprungliga avtalet från 2012. I samband med rekvirering av stödet är, enligt villkoren för projektbidrag, varje projektägare skyldig att bilägga en projektspecifik huvudbok där alla kostnader och intäkter som bokförts på projektet ska framgå. Utbetalningen av bidraget från MRU ska baseras på VGR:s andel av projektets totala finansiering. I projektbesluten avseende Nobel Week Dialogue har kostnads- och finansieringsbudget dock genomgående endast innehållit VGR:s bidrag.

I intervjuerna framgår att samarbetet kräver ett aktivt engagemang och avsatt tid hos deltagande parter. Omorganisation och personalomsättning inom VGR kan tolkas som bristande kontinuitet, men finns egentligen förutsättningar för kontinuitet när insatsen inte är ett långsiktigt åtagande? Det vill säga, då det rör sig om ett projekt – en tidsbegränsad insats med ett formulerat syfte och mål för projektperioden som i de flesta fall drivs av en extern projektägare. För enskilda tjänstepersoner blir det problematiskt att avsätta tid om insatsen nedprioriterats, såsom på senare år varit fallet med kommunikationsinsatserna.

### **En ambitiös men inte helt tydlig insatslogik**

Målen med Nobel Week Dialogue är högt ställda och formulerade i ett långsiktigt perspektiv. När de sätts in i en insatslogik tillsammans med de direkta resultat och aktiviteter som redovisats framgår en ambitiös bild, men också ganska oklara samband i relationerna däremellan. Konferensens genomförande och deltagares nöjdhet mäts via enkätundersökningar, men övriga resultat och effekter är svåra att mäta, vilket komplicerar bedömning av måluppfyllelse. Redovisade indikatorutfall ger just en indikation, men tolkningen försvåras av att mätetal bytts ut, att utfall ibland saknas eller följs upp med olika metoder. Resultatredovisningen hade gynnats av mer ingående beskrivningar av indikatorerna och en vidare tolkning av utfallet – med fördel jämförande över tid.

Inför ett eventuellt fortsatt stöd från VGR är det angeläget att se över projektets mål utifrån SMART-kriterierna (Specifika, Mätbara, Acceperade, Relevanta och Tidsatta). Även om det kan vara aktuellt att ha

övergripande inriktningsmål som inte nödvändigtvis behöver vara mätbara, så behöver det, för att göra en korrekt bedömning av måluppfyllelse, finnas specifika mål för projektperioden. På så sätt kan projektets förväntade och faktiska resultat av beviljade medel tydligare förmedlas till politiken. Den nuvarande enkätundersökningen har – som projektägaren beskriver – en hög svarsfrekvens för den typen av undersökningar, men mäter konferensens kvalitet och publikens nöjdhet snarare än resultat. Hur vet vi om deltagare inspirerats i den omfattning att deras nya/utvecklade förmågor sätts i praktik? Det saknas alltså metoder för att mäta hur insatslogikens resultat hänger ihop med effekter på kort respektive lång sikt. Detta är i sig inte unikt för den här typen av regionala utvecklingsinsatser, men är viktigt att synliggöra inför beslut om fortsatt medfinansiering.

### **Vidare diskussion om regional relevans och koppling till RUS**

Projektets koppling till den regionala utvecklingsstrategin berörs i både projekthandlingar och intervjuer. Vid genomgång av VG2020 respektive VG 2030 och i samtal med tjänstepersoner inom VGR framgår att Nobel Week Dialogue i högre grad kunde relateras till de dåvarande prioriteringarna i föregående strategi – särskilt avseende formuleringarna om ökad synlighet/attraktionskraft och fokus på tillämpad forskning. Kopplingen till nuvarande RUS är inte lika tydlig – även om projektet på sikt anses ha gynnsamma effekter på att attrahera eftertraktad kompetens och bidra till en ökad inkludering. I den senaste ansökan beskrivs att projektet har bäring på samtliga fyra prioriterade frågor i VG2030. Dock är det svårare att se hur konferensen bidrar till att öka inkluderingen eller att knyta samman Västra Götaland. Trots att evenemanget är öppet för alla och med den marknadsföring som sker blir det svårt att bedöma i vilken mån inbjudan når ut till alla som annars haft begränsade möjligheter att ta del av något liknande. Det är också oklart hur budskapet om ”Nobelprisets grundläggande värden om alla människors lika värde” når ut och därmed bidrar till att öka inkluderingen. Det blir därtill svårt att se hur Nobel Week Dialogue ”ökar närheten mellan olika delar av länet”. Särskilt som kommunikationsinsatserna från VGR:s sida minskat i omfattning de senaste åren samt att det i intervjuerna framgår svårigheter med att nå ut till andra högskolor/gymnasieskolor i regionen. Projektets koppling till nuvarande RUS behöver diskuteras vidare, så även hur insatsen passar in i projektportföljen som helhet. Det är viktigt att ge en tydlig bild av detta till politiken samt att ta ställning till om vi fortsättningsvis ska lägga resurser på att vara en aktiv part i samarbetet. Med fördel kan den årliga programuppföljningen och den pågående översynen av RUS:en användas som underlag för bedömningen.

Det är därtill viktigt att vi inom VGR resonerar kring hur stor roll den lokala förankringen spelar i det här fallet. Det vill säga om det enbart är relevant att stötta konferensen de år den förläggs till Göteborg, vikten av att andra offentliga aktörer engagerar sig samt temats betydelse för möjligheten att skapa ett lokalt/regionalt engagemang. Likaså behöver vi fråga oss om nuvarande aktivitet på Hvitfeldska gymnasiet är rätt metod för att nå ut till unga och inspirera dem till vidare studier/forskning. Det är tydligt att föreläsningen är mycket uppskattad bland de lärare och elever som tagit del av den. Dock saknas erfarenheter från Angeredsgymnasiet på grund av att ansvarig kontaktperson numera saknas. Ingen av de personer som kontaktades vid flera tillfällen under utvärderingens gång sade sig känna till föreläsningen eller Nobel Week Dialogue. Följaktligen är det angeläget att diskutera formerna för denna aktivitet. Kan information om föreläsningen spridas via befintliga forum för att få ett bredare deltagande? Eller är deltagarbegränsningen och själva interaktionen mellan Nobelpristagare och elever viktigt att bibehålla? Hur ser vi på vikten av regional relevans och hur väl överensstämmer det med perspektiven hos projektägare (globalt) och övriga samarbetspartners (lokalt)? Projektets betydelse ut ett regionalt perspektiv bör diskuteras vidare inför beslut om fortsatt stöd från MRU.

## Referenser

Nobelprize.org

Nobel Media (2020b) *Slutrapport för Nobel Week Dialogue 2018-2019*, dnr RUN 2018-00048

Nobel Media (2020a) *Ansökan om projektstöd till Nobel Week Dialogue 2020-2021*, dnr RUN 2020-00232

Nobel Media (2018b) *Slutrapport för Nobel Week Dialogue 2016-2017*, dnr RUN 2016-01855

Nobel Media (2018a) *Ansökan om projektstöd till Nobel Week Dialogue 2018-2019*, dnr RUN 2018-00048

Nobel Media (2016) *Ansökan om projektstöd till Nobel Week Dialogue 2016-2017*, dnr RUN 2016-01855

Nobel Media (2013) *Samarbetsavtal avseende Nobel Week Dialogue*, dnr RUN 610-0785-12

Nobel Prize Outreach (2024) *Slutrapport för Nobel Week Dialogue 2022-2023*, dnr RUN 2022-00242

Nobel Prize Outreach (2022) *Ansökan om projektstöd till Nobel Week Dialogue 2022-2023*, dnr RUN 2022-00242

Nobel Prize Outreach/Nobel Media (2022) *Slutrapport för Nobel Week Dialogue 2020-2021*, dnr RUN 2020-00232

Regionutvecklingsnämnden (2022) *Beslut om projektmedel till Nobel Week Dialogue 2022-2023*, dnr RUN 2022-00242

Regionutvecklingsnämnden (2020) *Beslut om projektmedel till Nobel Week Dialogue 2020-2021*, dnr RUN 2020-00232

Regionutvecklingsnämnden (2018) *Beslut om projektmedel till Nobel Week Dialogue 2018-2019*, dnr RUN 2018-00048

Regionutvecklingsnämnden (2016) *Beslut om projektmedel till Nobel Week Dialogue 2016-2017*, dnr RUN 2016-001855

Regionutvecklingsnämnden (2013) *Beslut om projektmedel till Nobel Week Dialogue 2014-2015*, dnr RUN 612-0785-12

Västra Götalandsregionen (2013) *Västra Götaland 2020 – Strategi för tillväxt och utveckling i Västra Götaland 2014-2020*

## Intervjuer

Anton César, avdelning externa relationer, Västra Götalandsregionen,  
2024-09-25

Anders Carlberg, avdelning forskning omställning och kompetens, Västra  
Götalandsregionen, 2024-09-26

Malin Engelbrecht, chef näringslivsgruppen Göteborg & Co, 2024-09-30

Astrid Kling, rektor Hvitfeldska gymnasiet, 2024-09-30

Aina Guthed Johansson, projektledare Nobel Prize Outreach, 2024-10-02

Johan Reiman, avtalsansvarig Volvo, 2024-10-03

Annika Löfgren, avtalsansvarig Volvo, 2024-10-03

Carl Bennet, VD Carl Bennet AB, 2024-10-09

Helena L Nilsson, regionutvecklingsdirektör Västra Götalandsregionen,  
2024-10-09

Camilla Lundén, koncernstab kommunikation, Västra Götalandsregionen,  
2024-10-10