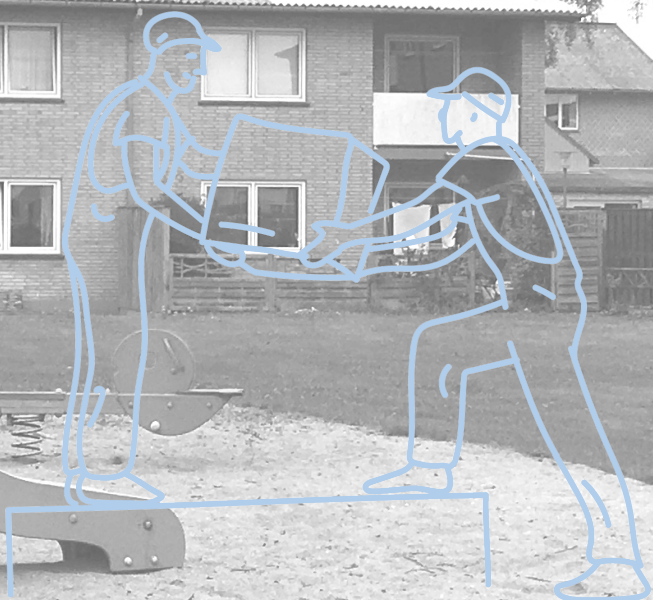


Hvis min virksomhed kan få en billigere husleje her, så vil jeg give noget tilbage til lokalsamfundet!



# Business2Community

*Baggrund og eksempler*



AlmenNet



AlmenNet publikation med cases fra Business2Community  
udarbejdet sammen med Ofri Earon fra Neighborhood Lab

Udgave: 1. udgave

Udgivelsesår: 2024

Udgiver: AlmenNet  
Stuðiestræde 50  
1554 København V  
[www.almennet.dk](http://www.almennet.dk)

Arbejdsgruppe: Ofri Earon, Neighborhood Lab  
Mette Lund Norre, KAB  
Morten Haugaard Jacobsen, Himmerland Boligforening  
Bjørn Askholm, AlmenNet

Koordinering: AlmenNet

Forsidebillede: Neighborhood Lab

Illustrationer: Neighborhood Lab  
Ene Es

Rettigheder: Eftertryk i uddrag tilladt, men kun med kildeangivelsen:  
AlmenPublikation, Business2Community, Baggrund

Støtte: Udarbejdet med støtte fra Rambøll Fonden

Layout: Ene Es

Denne publikation indeholder baggrundsviden,  
interviews med eksperter, terminologi og litteratur-  
gennemgang fra udviklingsprojektet  
Business2Community

## Indholdsfortegnelse Side

<b>Om AlmenNets publikationer</b>	<b>3</b>
<b>Forord</b>	<b>4</b>
<b>Baggrundsviden</b>	<b>6</b>
<b>Cases</b>	<b>10</b>
Himmerland Boligforening	11
KAB	13
<b>Virksomhedsfortællinger</b>	<b>15</b>
Nortec	16
IBM	18
Coop	19
LEGO	21
Volvo	23
IKEA	25
<b>BID</b>	<b>28</b>
<b>Stedsfortællinger</b>	<b>29</b>
Fællesskabsby Ringsted	29
Spritte i Aalborg	30
Kalundborg	31
<b>Terminologi</b>	<b>32</b>
<b>Dialogredskaber</b>	<b>38</b>
<b>Literatur</b>	<b>45</b>
<b>Vi har talt med</b>	<b>46</b>

# Om AlmenNets publikationer

AlmenNet er en nysgerrig udviklingsforening bestående af almene boligorganisationer, der til sammen repræsenterer over 460.000 hjem. Som forening er AlmenNet sat i verden for at sikre udvikling. Ikke bare som ord på papir – men udvikling, der er levedygtig i de almene boligområder. Som kan opleves, bruges og leves.

Dét lykkes vi kun med i fællesskab med andre. Derfor fyldes AlmenNets spirekasse af idéer både fra boligorganisationerne og gode kræfter udefra. Vi sørger for, at de bedste af dem bærer frugt og fører til klare anbefalinger. Ikke kun til gavn for medlemmerne og deres beboere, men for alle, der arbejder med det byggede miljø.

Den gode viden skal deles. Det gør vi ved at udvikle vejledninger og værktøjer, der er skrevet af projektgrupperne selv. Ønsket er at give konkrete værktøjer og viden videre, som kan anvendes direkte af andre, samt at inspirere og udstikke retningslinjer for god praksis.

Publikationerne henvender sig især til projektledere, beslutningstagere og samarbejdspartnere, der er involveret i almene udviklingsprojekter.

Publikationerne er tænkt og skrevet ud fra AlmenNets fundament: brugerdreven innovation. Dette indebærer, at boligorganisationerne selv tager ansvar for egen udvikling, læring og fornyelse.

Har du kommentarer eller spørgsmål til AlmenNets publikationer, er du velkommen til at kontakte foreningens sekretariat på [almennet@almennet.dk](mailto:almennet@almennet.dk) eller tlf. 3376 2000.

Få overblik over AlmenNets udgivelser på [www.almennet.dk](http://www.almennet.dk).

**God læselyst**

# Forord

## Når private virksomheder er med til at styrke sammenhængskraften

Forestil dig et lokalområde, hvor supermarkedet ansætter unge, der står på kanten af arbejdsmarkedet, og giver dem mulighed for at opbygge færdigheder.

Cykelbutikken i nabolaget holder repair-workshops, hvor beboerne kan lære at reparere deres cykler og udvikle en kærlighed til at tage vare på deres cykler.

Den lokale kaffebar giver rabatter til nabolagets beboere og er en platform for kulturel berigelse. Her finder du koncerter og foredrag, hvor lokale talenter får lov til at skinne, og eksperter deler deres viden.

Selv det lokale advokatfirma sætter et positivt aftryk på det omgivende lokalsamfund ved at tilbyde gratis rådgivningstimer en gang om ugen. Det styrker båndet mellem advokatfirmaet og deres lokalsamfund.

I nærheden finder du et fitnesscenter, der ikke kun handler om træning. De tilbyder morgenmad til dem, der måske ikke har et job, såsom ældre, forældre på barsel eller studerende, der har brug for en hyggelig start på dagen.

Den lokale computerbutik er heller ikke kun for tekniknørder. De giver ældre en hjælpende hånd ved at undervise dem i brugen af moderne teknologi, hvilket hjælper med at mindske det digitale gab mellem generationer.

Og det stopper ikke der.

Flere gange årligt arrangerer virksomhederne fælles lokale arrangementer som loppemarked, juledekoration, halloween- og fastelavnsfest og månedlige fællesspisninger.

Disse begivenheder binder nabolaget sammen og skaber en varm og indbydende stemning, hvor områdets beboere føler sig som en del af noget, der er større end dem selv.

Det er mere end bare et sted at bo; det er et fællesskab, der trives med at dele og støtte hinanden. Det er et sted, hvor naboskab, mangfoldighed, jobskabelse, klimahandling og lige livsmuligheder er i centrum.

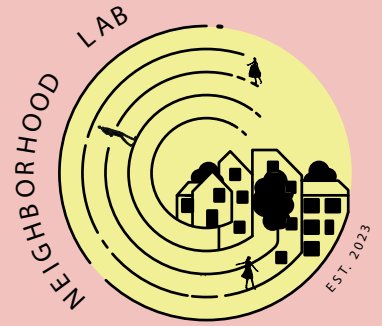
Dét er visionen med Business2Community!

## Cases og baggrundsviden

Denne vision er opstået med inspiration fra det indledende undersøgende projektarbejde. I publikationen her, samles der op på meget af den viden og inspiration, der ligger til grund for selve dialogredskabet.

I projektforløbet har både KAB og Himmerland Boligforening bidraget med cases. Både vellykkede partnerskaber, som er opstået før Business-2Community, og cases vi kunne afprøve dialogredskabet på. Nortec har også bidraget med erfaring fra deres vaskerier; både som inspirerende eksempler på socialt ansvar og til at teste redskabet.

Du kan også læse om andre virksomheder, der allerede tager socialt ansvar i lokalsamfundet, ligesom du kan blive klogere på terminologien og på andre metoder til at rammesætte partnerskaber.



Det er nødvendigt at sigte  
efter mere end blot net-zero  
i klimaregnskabet.

Nul fattigdom, nul ulighed,  
nul ensomhed bør også være  
målsætninger.

# Baggrunds- viden

## Doing well by doing good

Første del af projektfasen bestod af litteraturgennemgang og interviews med forskellige aktører – både eksperter, investorer, virksomheder af alle størrelser samt forskellige almene aktører. Her er nogen af hovedpointerne samlet.

### Virksomheder vil gerne tage et socialt ansvar

Det er en global tendens, at virksomheder i stigende grad ønsker at kombinere profit med social indvirkning.

Det viser bl.a. den frivillige B-Corp certificering, der er en global standard for, hvilken forskel en virksomhed gør for samfundet. I 2021 havde B-Corp 32 certificerede virksomheder i Danmark. I 2023 var det tal vokset til 266.



Der er således en bevægelse blandt mange virksomheder fra et materialistisk til et mere værdibaseret samfund med fokus på lokal social sammenhængskraft.

Der er også et stigende fokus blandt udviklere på såkaldt 'stedsdannelse', hvor man vil fremme gode historier om lokalområdet i modsætning til et traditionelt fokus på ren bygningsopførelse.

"Der er et stort potentiale i at inddrage virksomheder i arbejdet med at skabe en positiv udvikling i lokalområdet. Både hvad angår sociale forbindelser til det omgivende samfund og økonomisk vækst"

*Ofri Earon, stifter af Neighborhood Lab*

### Velfærdsudfordringer

Samtidig ser vi en tendens med mistrivsel og tiltagende velfærdsudfordringer i Danmark.

Selvom mange virksomheder sigter mod at kombinere profit med social indvirkning, er deres direkte deltagelse i byudvikling stadig sjælden.

“Vi blev inviteret to gange til at skabe et kontorfællesskab i et område under udvikling. Det faldt til jorden, fordi investorerne overså vores behov for profit.” Kontorfællesskabet Republikken





## Potentialer og udfordringer

Business2Community kan være med til at fremme bevægelsen mod mere socialt ansvar og en styrket social sammenhængskraft.

Virksomheder er primært drevet af økonomi, hvilket kan påvirke deres incitament til at engagere sig i sociale initiativer og forebygge sociale problemer.

Erfaringen er dog, at sociale impact investeringer ofte bidrager til at øget trivsel, både blandt beboere og medarbejdere, ligesom produktivitet og fastholdelsen generelt øges i virksomhederne.

”Private virksomheder kan understøtte bydele i at skabe forbindelse mellem boligområde og den omkringliggende by, og derudover kan de fungere som positive rollemodeller og bidragsydere til at øge den sociale sammenhængskraft og udviklingskapacitet i boligområderne”

*Claus Bjørton,  
Vicedirektør i Himmerland Boligforening*

Sammenlignet med miljøpåvirkning er det sværere at værdisætte resultaterne af sociale investeringer, og måling af sociale effekter kan være komplekst.

Der kan dog ses tydelige sociale gevinster i beskæftigelses og uddannelsesindsatser, som er nogle af de indikatorer, det er muligt at måle effekt på.

Det kan i den forbindelse være en fordel at skabe netværk mellem flere virksomheder med henblik på den rette rekruttering og praktikforløb for beboerne.

”Business2Community kan skabe flere stærke samarbejder mellem private virksomheder og almene boligorganisationer og dermed skabe en bæredygtig forandring i boligområderne til gavn for både beboerne, virksomheder og bymiljøet”

*Rasmus Jessing, Byggerirektør i KAB*

Her er en række gode tips fra eksperterne til at fremme fællesskabende initiativer:

- **Målgruppe:** Fokusér på mennesker som helhed fremfor begrænsede målgrupper. Diversitet styrker fællesskabet.
- **Unik oplevelse:** Planlæg aktiviteter med den enkelte beboer i tankerne for at skabe nye og unikke oplevelser.
- **Integration uden assimilering:** Folk skal kunne være sig selv og ikke ændre sig for at passe ind.
- **Obstruktioner:** Små forhindringer, der hjælper folk med at starte samtaler, kan fremme interaktionen.
- **Aktiv deltagelse:** Folk bliver gladere som aktive deltagere fremfor passive gæster.

## Tværsæktorielt partnerskab

Illustration

Selvom mange virksomheder sigter mod at kombinere profit med social indvirkning, er deres direkte deltagelse i byudvikling stadig sjælden.

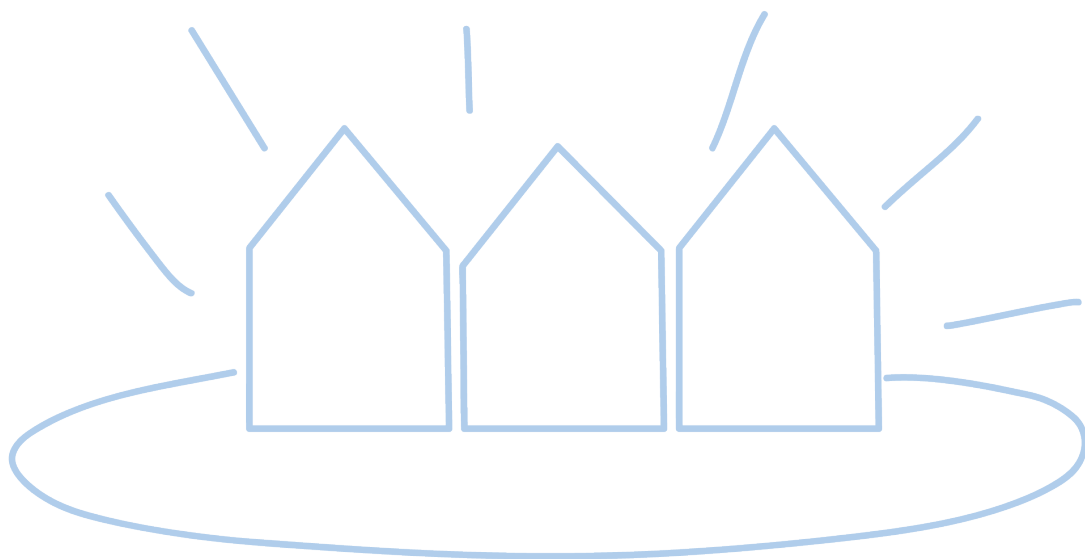


“Der er allerede en bevægelse på vej. Stadig flere virksomheder ønsker at tage socialt ansvar, og fra 2025 bliver alle større virksomheder i Europa forpligtet til at rapportere hvilken social påvirkning de har på det omgivende samfund”

*Ofri Eason, Neighborhood Lab*

# Cases

I projektforsøget har både KAB og Himmerland Boligforening bidraget med cases. Både vellykkede partnerskaber, som er opstået før Business2Community, og cases vi kunne afprøve dialogredskabet på.



# Himmerland Boligforening

## Crosslearn

CrossLearn er et koncept, hvor lokale virksomheder "adopterer" hele klasser fra den lokale folkeskoles udskoling i 3 år – fra 7. til 9. klasse.

## Samarbejde med privat virksomhed

Konceptet er specialdesignet og målrettet netop de deltagende klasser og de deltagende virksomheder og der lægges fra Himmerland Boligforenings Center for Samskabelse et stort arbejde i et optimalt match mellem virksomhed og skoleeleverne ligesom der løbende under forløbet sparrers med såvel skole som virksomhed i forhold til indhold i undervisning og de løbende besøg på virksomheden.

På den måde sikres det, at alle parter får noget godt ud af anstrengelserne.



I et aktuelt forløb har entreprenørvirksomheden Arkil og rådgivervirksomheden Artelia adopteret to klasser fra Herningvej Skole i Aalborg.

Fra start er det vigtigt, at både skole og virksomhed har fuld klarhed over, hvad det er for en opgave, man går ind til, hvad den kræver af indsats, hvad man skal stille op til for at forløbet bliver en succes – og hvad man som virksomhed kan forvente at få ud af indsatsen.



Samtidig opleves det som meget værdifuldt for projektet, at Himmerland Boligforenings projektleder løbende deltager i afviklingen af forløbet og løbende justerer projektet til – og at vedkommende kan kombinere det konkrete arbejde med CrossLearn til de øvrige tiltag, som boligforeningen, den boligsociale helhedsplan og andre stiller til rådighed i området.

## Forventninger til Business2Community

Business2Communitys redskabskasse fandtes ikke, da CrossLearn blev opfundet, men fremadrettet vil det være en fordel med et konkret og anvendeligt redskab til at sikre et nemt og hurtigt match med interesserede virksomheder.

### ErhvervsNetværk 9220

I Aalborg Øst har man i løbet af de sidste 10-15 år med Himmerland Boligforening som en af initiativtagerne opbygget et stort og stærkt netværk mellem bydelens virksomheder – ErhvervsNetværk 9220.

Aalborg Øst rummer med Aalborg Havn, Aalborg Universitet og nogle meget store industriområder på mange måder byens maskinrum i forhold til erhvervsaktivitet og jobskabelse.

### Samarbejde med private virksomheder

For Himmerland Boligforening er det et stort aktiv at være en del af det lokale erhvervsliv. Dels er boligforeningen selv en betydende virksomhed i området, og dels – og vigtigst – er det af meget stor værdi for vores beboere, at der er et tæt samarbejde med det lokale erhvervsliv.

Det gælder både i forhold til emner som uddannelse og jobskabelse og også i forhold til bydelens udvikling.



### Forventninger til Business2Community

Da netværket blev etableret fandtes Business2Community ikke, men det havde været en fordel, hvis vi kunne hjælpe et sikkert og relevant match med relevante virksomheder hurtigere på vej med et redskab som B2C.

Fremadrettet vil lignede tiltag kunne hjælpes på vej ved hurtigere at kunne identificere hvilke typer virksomheder, der vil kunne have glæde af et samarbejde med en aktør som os.

# KAB

## Huset i Lundtoftegade

Inde mellem høje boligbebyggelser i Lundtoftegade på Nørrebro har boligselskabet AKB København i samarbejde med KAB skabt hus i to etager fyldt med aktivitet og virksomheder med en tydelig social profil.

Drømmen har været at skabe et aktivt hus, som ramme for et kreativt og positivt byliv, der kan være med til at åbne og integrere Lundtoftegade med resten af Nørrebro.

## Samarbejde med private virksomheder

Med store drømme og en tydelig vision har afdelingen proaktivt søgt virksomheder der kan og vil arbejde sammen for at løfte visionen. Ud over at have til huse i Lundtoftegade, har det været vigtigt at virksomhederne også bidrager lokalsamfundet.

Virksomhederne i huset spiller hver især en unik rolle i at berige lokalmiljøet. De bidrager med forskellige initiativer, som sociale events, jobskabelse for lokale unge og Lundens Spiseri som kvarterets nye mødested.

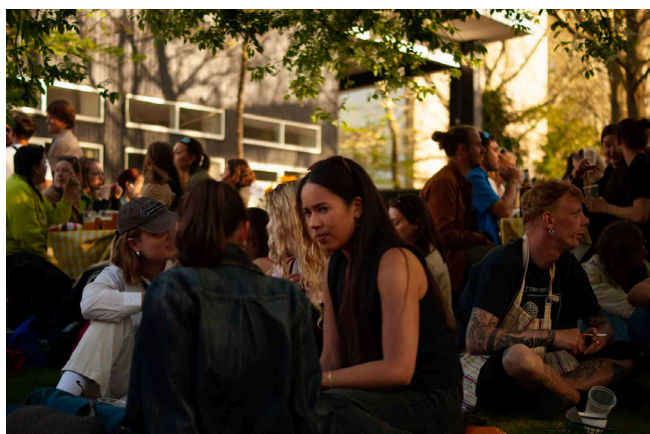


Samtidig bruges huset til en række aktiviteter som morgen yoga, skakturneringer, kunststillinger, fællesspisninger, repair-cafés, jobrelaterede events og unge, der engageres i sommerfester og boldspil. Disse initiativer er med til at skabe en inkluderende og levende atmosfære, der gør stedet til mere end blot en boligafdeling.

Gennem aktiviteter og fortællinger bidrager virksomhederne til at styrke den lokale identitet og tilhørsforhold, og binde Lundtoftegade bedre sammen med resten af Nørrebro.

## Forventninger til Business2Community

Visionerne og rekrutteringen af virksomheder for Huset i Lundtoftegade skete inden redskabet Business2community. I det videre arbejde kan redskabet tilbyde nye måder at involvere virksomheder på og definere konkrete indsatser og en tilgængelig metode til at måle effekterne.



### Udvikling af Folehaven

Som en del af renoveringen af næste 1.000 boliger, et fælleshus og et butikstorv arbejder Boligforeningen 3B og den lokale afdelingsbestyrelse i Folehaven for at udvikle området med bæredygtige løsninger og trivsel for den enkelte beboer og for fællesskabet.

Et strategisk tiltag er at udvikle butikstorvet med butikker og boliger, som et centralt bindeled i Valby Syd.



### Samarbejde med private virksomheder

For Boligforeningen 3B er det vigtigt at bidrage til at skabe levende og mangfoldige fællesskaber og sikre en udvikling der bidrager til bæredygtige lokalsamfund.

Som en del af udvikling af butikstorvet er der indgået et samarbejde med COOP om hvordan det nye butikstorv kan blive et attraktivt sted for indkøb i bydelen.



### Forventninger til Business2Community

Da udviklingen af Folehaven startede fandtes Business2community ikke. Fremadrettet vil værktøjet kunne hjælpe til dialog om hvordan Boligforeningen 3B og virksomheder på forskellig vis og i samarbejde kan bidrage til trivsel og sociale fællesskaber i kvarteret.

# Virksomheds- fortællinger

På de følgende sider kan du læse interviews fra større virksomheder, der er blevet interviewet og udsat for dialogredskabet på forskellige stadier. Du kan også læse andre gode eksempler på initiativer, der på forskellige måder styrker den sociale sammenhængskraft lokalt.







# Nortec

## Mere end et vaskeri

Nortec er en virksomhed, der bl.a. specialiserer sig i løsninger til vaskerier. Mange steder arbejder de med at gøre det til mere end bare et vaskeri, men også til et mødested for beboerne.

### Formål med sociale indsatser

Målet med Nortecs sociale indsatser er at skabe en meningsfuld og positiv indvirkning i samfundet for forskellige målgrupper. Indsatserne søger at adressere udfordringer og samtidig styrke det sociale bånd i boligområder og andre lokalsamfund.

### Fokusgruppe

Selve fokusgruppen for disse indsatser varierer afhængigt af projektet. De involverer ofte udsatte beboere, unge mennesker, folk med særlige udfordringer, og ældre beboere. Projektet søger at opfylde de specifikke behov for disse målgrupper

### Eksempel på indsatser

I et vaskeri i København, blev beboerne bedt om deres input til, hvordan vaskeriet kunne forbedres, og blev dermed aktive i projektet. Denne aktive deltagelse førte til, at en af beboerne blev ambassadør og tog ansvar for vaskeriet.

En anden sag handlede om en større renovering i AKB Hedemarken. Nortec engagerede unge mennesker med udfordringer på arbejdsmarkedet og tilbød dem praktikpladser for at inspirere dem til uddannelse og beskæftigelse.

I Morbærhaven i Albertslund blev et vaskeri transformeret til et socialt samlingspunkt med bekvemmeligheder som musik, planter, træbænke og en bogreol. Efterfølgende blev der igangsat fysiske aktiviteter for ældre beboere, og der blev etableret et slånedboard med wifi til folk, der ventede på deres vasketøj.



Fællesvaskerier som opholds- og mødested i Morbærhaven

### Udfordring

En af de største udfordringer ved disse indsatser er, ifølge Nortec, de menneskelige aspekter. Især når de forsøger at hjælpe mennesker med forskellige udfordringer.

Det kan være en udfordring at skabe varige ændringer og gøre en vedvarende positiv forskel. Nogle gange virker det, men ikke altid.

### Forventninger til Business2Community

Redskabet kan give god inspiration til at arbejde mere systematisk med at skabe social impact.

“Målet med de sociale indsatser er at skabe en meningsfuld og positiv indvirkning i lokalsamfundet for en række forskellige målgrupper.”

Vaskerier, Nortec





# IBM

IBM er en global teknologivirksomhed, som er kendt for innovation inden for hardware og software, men som mange andre store virksomheder har de også engageret sig i social bæredygtighed.

## Formål med sociale indsatser

IBM's formål med deres sociale indsatser er at give noget tilbage til samfundene i de lande, hvor de driver forretning. De stræber således efter at skabe positive påvirkninger i alle de områder, hvor de opererer. IBM arbejder i de eksisterende strukturer og systemer, såsom NGO'er, uddannelsesinstitutioner og jobcentre.

## Fokusgruppe

IBM's 'CSR for Social Impact' er centreret omkring uddannelse, især rettet mod unge og voksne som er underrepræsenteret i uddannelsessystemet og på arbejdsmarkedet.

## Businessmodel (Strategi / budget)

IBM har en operationsmodel, hvor de altid arbejder i partnerskab, enten med ikke-statslige organisationer (NGO'er) eller kommuner. De tilbyder ressourcer, både i form af tid, kompetencer og nogle gange finansiering, for at støtte initiativerne i partnerskaberne. IBM arbejder med "matchmaking"-model, der hjælper medarbejdere med at finde frivillige muligheder, der passer til deres færdigheder og interesser. IBM's medarbejdere deltager frivilligt i disse indsatser, enten i deres egen tid eller ved at justere deres arbejdstimer. Dette hjælper med at skabe engagement og ansvarlighed i virksomheden og styrker medarbejderes tilfredshed.

## Eksempel på indsatser

IBM arbejder enten direkte med enkeltpersoner og fokuserer på undervisning, mentoring og kompetenceudvikling, eller de arbejder på "bagkontoret" med organisationer for at hjælpe dem med ledelsesmæssige udfordringer, teknologi, forretningsudvikling og skalering.

## Udfordring

Nogle af indsatserne IBM er involveret i, kan kræve en mere kæver en langsigtet forpligtelse. En af de største udfordringer i den forbindelse er at opretholde et vedvarende engagement fra deres medarbejdere. Det kan være vanskeligt at forpligte medarbejdere til langvarige frivillige aktiviteter og indtil videre er der kun få, som har forpligtet sig til at være frivillige mentorer i et år eksempelvis. Det er betydelig lettere at forpligte sig til kortvarige og mere 'ad-hoc' aktiviteter. Derfor er strategien at tilbyde flere og mindre tidskrævende frivillig-aktiviteter.

Måling af effekten af projekterne kan også være en udfordring på grund af vanskeligheden ved at isolere deres indvirkning fra andre faktorer. For at forsøge at måle dette tæller organisationen timer, der er brugt på projekterne, og hvor mange mennesker der påvirkes af indsatserne.

For IBM's CSR nøgleområder, har de fastsat nogle vigtige præstationsindikatorer (KPI'er), herunder målet om at undervise 30 millioner mennesker inden udgangen af 2030 og donere 4 millioner frivillige timer inden udgangen af 2025. Disse er klare mål, der sigter mod at kvantificere initiativernes positive påvirkning

Coop er en andelsbevægelse, eller et såkaldt 'kooperativ', ejet af 1,9 millioner danskere, som er medejere af Coop.

### Formål med sociale indsatser

Coop ønsker at styrke lokalsamfundene i de områder, hvor de opererer. Mange af Coop's butikker er drevet af frivillige, som sidder i bestyrelser. Coop er interesseret i at bidrage til lokalsamfund, hvor deres butikker er centrale, og hvor det er rart at bo og handle.

### Fokusgruppe

Coop fokuserer på at styrke lokalsamfundene og samarbejder med frivillige bestyrelser i deres butikker for at definere, hvad der er vigtigt for hvert lokalsamfund. Dette fokus inkluderer at hjælpe marginaliserede befolkningsgrupper ved at skabe programmer, der giver dem muligheder.

### Businessmodel (Strategi / budget)

Coop arbejder med to modeller – enten igennem bestyrelsen eller igennem HR.

### Bestyrelsen

Lokale bestyrelser styrer butikkerne og har ansvar for at organisere lokale aktiviteter. Disse frivillige er med til at definere, hvad butikkerne skal være kendt for og hvilke sociale arrangementer de skal arrangere for lokalsamfundet. Aktiviteter som fællesspisninger, Halloween-arrangementer og andre begivenheder er med til at styrke det lokale fællesskab.

Der er forskellige budgetter og økonomiske rammer for brugsforeninger og Coop-ejede butikker. Bestyrelserne har en vis grad af økonomisk autonomi og har adgang til en aktivitetspulje til ekstraordinære arrangementer.

### HR

HR er ansvarlige for at ansatte bredt, også dem, der ikke normalt passer til arbejdsmarkedet. Coop har iværksat flere sociale programmer, såsom Coop Crew, hvor folkeskoleelever får forløb på ungdomsskoler for at forberede dem til praktik i Coop-butikker.

Der er også programmer for autister, der hjælper dem med at få arbejde i Coop-butikker efter at have gennemgået træningsforløb.

### Eksempel på indsatser

Projektet "Coop Crew" er et banebrydende samarbejde mellem ungdomsskoler og Coop, støttet af Den A. P. Møllerske Støttefond.



*I Aarhus er der som noget nyt indgået samarbejde mellem ungdomsskolen og de boligsociale områder i Århus Vest om at lave et Coop Crew forløb.*

<https://coopcrew.dk/nyheder/>



Målet er at hjælpe unge med at få fritidsjob og samtidig styrke deres kompetencer, uddannelsesforbindelser og forebygge risikoadfærd. Unge gennemgår træningsforløb i Coop-butikker og opnår grundlæggende arbejdskompetencer. Selv dem, der ikke finder straks beskæftigelse, oplever personlig vækst.

Over 28 ungdomsskoler i hele Danmark deltager, og op mod 3.000 unge forventes at deltage, hvoraf mindst 1.500 forventes at få fritidsjob i Coop-butikker eller andre steder. Dette projekt repræsenterer en unik alliance mellem uddannelse og erhvervsliv for at skabe positive forandringer for unge.



I efteråret 2022 havde over 900 unge været med i Coop Crew på landsplan. Læs mere om deres oplevelser her:

<https://coopcrew.dk/ny-publikation-ungefortaellinger/>

### Udfordring

Coops udfordring handler om at forstå de særlige behov, nogle medarbejdere har. Coop vil gerne have mange forskellige typer mennesker ind på arbejdsmarkedet, men de ved ikke altid nok om de problemer, som nogle mennesker har, når de ikke er en del af arbejdsmarkedet.

Samtidig skal Coop passe på, at der altid er nok dygtige medarbejdere i butikken til at hjælpe og støtte de medarbejdere, der har brug for det.

### Forventninger til Business2Community

Coop vil gerne finde måder, hvorpå boligområder og butikker kan arbejde sammen for at forbedre lokalsamfundet.

De vil gerne bidrage til at samarbejde med borgergrupper, virksomheder og foreninger for at finde ud af, hvad lokalsamfundet ønsker. Coop ønsker at fokusere på at invitere til samarbejde og finde løsninger sammen med lokalsamfundet.



# LEGO

LEGO er en dansk legetøjsproducent kendt for sine farverige klodser. Firmaet fokuserer på kreativitet og læring gennem leg.

## Formål med sociale indsatser

LEGO Gruppen har en vision om at blive 'a Global Force for Learning through Play'. Deres fokus er på at fremme børns udvikling gennem leg, det vil sige udvikling af en lang række færdigheder såsom samarbejde, kritisk tænkning, kreativitet, problemløsning m.v. Færdigheder, som er centrale for børns trivsel i en foranderlig verden.

LEGO Gruppen har et socialt ansvarlighedsteam med 50 medarbejdere på globalt plan, som har til formål at skabe en meningsfuld forskel for børn i de lokalsamfund, hvor LEGO Gruppen er til stede med fabrikker, kontorer og butikker. Dette opnås gennem en nøje overvejelse af lokalsamfundets udfordringer og behov og hvordan de kan gøre en konkret indvirkning.

## Fokusgruppe

Teamets primære målgruppe er børn i alderen fra 0-13 år og især udsatte grupper i ovennævnte lokalsamfund. De fokuserer på at forstå børnenes behov og skabe programmer og projekter, der kan hjælpe med at opfylde disse behov og fremme deres trivsel.

## Businessmodel (Strategi / budget)

LEGO Gruppen giver deres medarbejdere mulighed for at deltage i frivilligt arbejde. Hver medarbejder hos LEGO Gruppen har to dage til frivilligt arbejde om året, hvor de kan vælge at deltage i forskellige projekter, såsom besøg på asylcentre eller arbejde på børnehospitaler.

Det sociale ansvarlighedsteams budget til programmer og projekter varierer mellem fabrikker og områder og afhænger af en kombination af hensyn til lokalsamfundets behov og forretningens interesser. Der er en prioritering af midler for at sikre, at LEGO Gruppen fokuserer deres indsats for derigennem at skabe den største mulige forskel for børn.

## Eksempel på indsatser

Det sociale ansvarlighedsteam har udviklet en række programmer og projekter for at levere på deres formål.

Programmerne spænder vidt fra globale programmer som Build the Change, hvor børn engageres og bruger deres kreativitet til at udtrykke og løse de problemer, verden står over for igennem brug af LEGO klodser og andre kreative materialer til mindre og mere lokale indsatser og partnerskaber til fordel for udsatte børn samt fokus på børns sikkerhed og rettigheder på tværs af LEGO Gruppen.



## Udfordring

En af de opgaver som det social ansvarlighedsteam netop nu står overfor, er at fokusere de sociale indsatser på tværs af LEGO Gruppen. Dette indebærer at samle alle positive kræfter og projekter og koordinere dem, så de arbejder i samme retning og med en klar målsætning for herigennem at gøre en større positiv forskel for børn, medarbejdere, lokalsamfund m.fl.

## Forventninger til Business2Community

Det sociale ansvarlighedsteam ser potentiel værdi i at anvende et værktøj, der kan

lette samarbejde mellem forskellige interessenter og bidrage til at definere og forfølge fælles mål.

Et værktøj som Business 2Community vil kunne hjælpe med at lette processen med at samle forskellige mennesker omkring bordet og arbejde sammen mod fælles mål.

Dette er især relevant for teamets engagement i at samarbejde med forskellige organisationer og samfundsgrupper for at gøre en positiv indvirkning på lokalsamfundene, hvor de opererer.





Volvo Cars er en svensk bilfabrikant der både fremstiller personbiler, lastbiler, busser og entreprenørmaskiner.

### Formål med sociale indsatser

Volvo har som formål at engagere sig mere i deres hjemby, Gothenburg, og adressere de udfordringer, samfundet står over for. Dette engagement blev udløst for tre år siden, da byen oplevede en stigning i bandedrelateret kriminalitet, som påvirkede både Volvo og samfundet som helhed.

Volvo involverer sig i byudvikling, som en aktiv indsats for at forbedre situationen i samarbejde med byen og andre interessenter. Deres engagement dreves ikke kun af problemerne i disse områder, men også af mulighederne i deres "kompetencepool". Dette var den klare forretningsmæssige årsag bag deres deltagelse i byudviklingen.

### Fokusgruppe

Projektet har udvidet sin rækkevidde til at omfatte børn i forskellige aldersgrupper, herunder børnehavebørn og elever op til tredje klasse. Dette understreger betydningen af at tage fat på samfundsmæssige udfordringer tidligt i børns liv og forberede dem til en bedre fremtid.

### Businessmodel (Strategi / budget)

Volvo samarbejder med byens boligorganisationer og en privat ejendomsudviklingsvirksomhed for at tackle udfordringer inden for skole, fritid, arbejde og byudvikling.

Der er et klart budget for disse aktiviteter, og samarbejdspartnerne bidrager årligt med midler til projektet. Strategien er at forbedre uddannelsesmuligheder og beskæftigelse samt at gøre området mere attraktivt for beboere og potentielle besøgende.

### Eksempel på indsatser

For to år siden begyndte Volvo i partnerskab med et byudviklingsprojekt i Tynnered. Projektet har en femårig plan med det formål at transformere Tynnered fra et sårbart nabolag til en eftertragtet destination.

Inden for rammerne af deres initiativer inkluderer projektgruppen aktiviteter i skoletiden, fritidsaktiviteter og jobmuligheder. For eksempel tilbyder Volvo sommerjob til ottendeklasses elever for at øge beskæftigelsesmulighederne.

Der er også en særlig indsats for at fremme uddannelse og tekniske fag, med specifik opmærksomhed på at involvere piger i disse områder. Partnerskabet bag Destination Tynnered har inspireret andre organisationer til også at tage lignende udfordringer op i Göteborgs udsatte områder, hvilket viser, at Tynnered er på rette vej.

### Udfordring

Skoleinitiativer og uddannelse udgør nogle af de største udfordringer, især med hensyn til sprogbarrierer og mangel på forældreopbakning. En anden udfordring, som Volvo står over for, er at matche frivillige med passende aktiviteter og håndtere de administrative aspekter af frivilligt arbejde.



### Forventninger til Business2Community

Volvo ser et potentiale i at slutte projektet med en fælles kommunikationsplatform for social ansvarlighed. Platformen ville give virksomheder og organisationer mulighed for at dele deres data og erfaringer i forhold til deres samfundsindsatser og drage fordel af den fælles viden.

Platformen ville agere som et fællesskab i sig selv, hvor brugere kan se, hvordan forskellige projekter fungerer, lære af hinanden og trække på bedste praksis fra lignende projekter i andre lande. Den internationale dimension er afgørende, da store virksomheder, der arbejder globalt, kan drage fordel af at sammenligne, tilpasse og overføre succesfulde tiltag mellem forskellige steder.

En sådan platform kunne hjælpe med at standardisere og certificere sociale ansvarlighedsinitiativer på samme måde som LEED-certificering for bæredygtighed.

Dette gør det lettere at måle, sammenligne og kommunikere indsatsernes effekt og skaber et incitament for organisationer at forfølge social ansvarlighed på en struktureret og pålidelig måde.

Det ultimative mål med en sådan platform er at skabe et fællesskab af organisationer og virksomheder, der arbejder mod fælles mål og deler viden for at forbedre deres samfundsindsats og opnå en positiv indvirkning i samfundene, hvor de opererer.





# IKEA

**IKEA er en svensk møbelgigant kendt for sine selvsamlingsløsninger og en effektiv produktion, og for at gøre hjemmeindretning tilgængelig for mange mennesker.**

## Formål med sociale indsatser

IKEA, som global frontløber inden for boligindretning, lægger betydelig vægt på sin rolle i lokale samfund. Virksomhedens strategi for bæredygtighed og socialt ansvar er kernen i dens tilgang til at fremme positiv forandring på lokalt niveau.

Denne strategi adresserer tre centrale udfordringer: klimaforandringer, uhensigtsmæssigt forbrug og ulighed. For at tackle disse problemer har IKEA vedtaget en tredelt tilgang, der omfatter miljømæssig bæredygtighed, sund livsstil og social velfærd. I forbindelse til vores projekt har Ikea også en nabolagsstrategi.

## Fokusgruppe

Formålet er at tilbyde komfort og en følelse af tilhørsforhold, især for dem, der midlertidigt mangler et hjem, som for eksempel kvinder og børn, der forlader krisecentre for ofre for vold i hjemmet og nyankomne flygtninge, med fokus på at skabe komfortable og hjemlige rum i centre som Center Sandholm.

## Businessmodel (Strategi/budget)

Meget af ansvaret ligger hos butikkerne selv. De har hver især deres egne planer for lokalt engagement, som naturligvis er forankret i vores nationale (og globale) strategi.

Det er op til dem at sikre de nødvendige ressourcer og planlægge alle praktiske aspekter af gennemførelsen af et initiativ (uanset om det er i butikken eller en frivillig aktivitet). Derfor har nogle butikker helt klart et stærkere fokus end andre, simpelthen på grund af personalets engagement, etablerede forbindelser eller erfaringer, som forstærker de positive resultater osv.

## Eksempel på indsatser

Røde Kors og IKEA går sammen om at hjælpe voldsudsatte kvinder og deres børn videre gennem projektet 'Fra Bolig til Hjem'. Kvinderne får hjælp til at skabe et hjem, der skal danne rammerne om en tryk og bedre hverdag. Frivillige arkitekter støtter kvinderne i hjemskabelsen og kvinderne får mulighed for at få gavekort til interiør på op til 10.000 kr.

## Udfordring

IKEA ønsker at have en større social rolle i butikkernes lokalsamfund og dens potentiale til at fungere som mere end blot en butik, men som et socialt knudepunkt. Målet er at udnytte IKEAs udstillinger og rumindretninger til at skabe meningsfulde fællesskabsområder.

## Forventninger til Business2Community

Det vil være interessant at teste redskabet i sammenhæng af butikken på Dybbølsbro Station, og se redskabet kan hjælpe teamet med at forankre butikken involvering i området.

# Andre gode eksempler

## Arkil

Arkil er en dansk entreprenørvirksomhed, der samarbejder med Himmerland om at undervise udskolingsbørn én gang om året.

Formålet er at inspirere børnene til alternative karriereveje ud over gymnasiet ved at vise dem, hvad Arkil arbejder med.



## FYC

Fitnesscenteret på Frederiksberg tilbyder enkel morgenmad til dem, der kommer til tidlig træning. De, der skal på arbejde, tager noget med i hånden, mens de, der ofte er lidt ældre og ikke længere arbejder, bliver hængende og spiser morgenmad sammen med en kammerat.



## AKF, Kernen i Brøndby

AKF har bygget et kvarterhuset, Kernen, i et udviklingsområde i Kirkebjerg i Brøndbyvester.

Formålet med kvarterhuset er at igangsætte, opbygge og drive lokale sociale relationer og fællesskaber mellem naboer og på den måde gøre området til et mere attraktivt sted at bo lang tid før området er færdigudviklet.

AKF blev stiftet af en række af danske fagforeninger og har derfor altid haft målsætning om at tage et socialt ansvar

De kan dog udfordrende at stille samme krav til deres erhvervslejemål.



Brøndby, Kulturhus til alle

## Discover - Call center

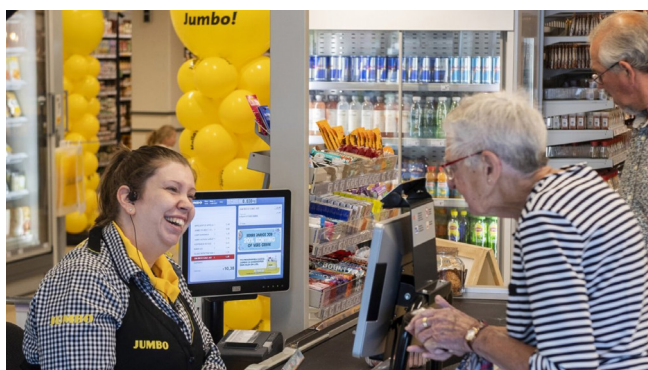
Mange virksomheder siger, at de vil skabe flere muligheder for sorte amerikanere, men én virksomhed gør noget konkret ved det. Discover åbner et callcenter og skaber 1.000 jobs på Chicagos South Side.

"Vi besluttede, at det, vi kunne gøre, var at bringe gode jobs til et område på South Side, der ikke har haft disse muligheder,"

*Discover CEO*

## Jumbo, Holland

Den hollandske supermarkeds kæde Jumbo har indført langsommere kasseområder kaldet "chat checkout" i over 100 butikker.



Lignende koncepter kan også findes i amerikanske supermarkeder, da detailhandlere søger at nå en aldrende befolkning.

## Boghallen JP/Politikens Hus

Boghallen styrker den sociale sammenhængskraft i lokalsamfundet ved at bringe mennesker og bøger sammen.

De afholder arrangementer, hvor forfattere fortæller om deres bøger. Arrangementerne er åbne for butikkens publikum og er gratis. Butikken er indrettet med trapper, der fungerer som tribuner, hvor folk kan sidde, lytte og se på forfatteren.



# BID

## Business improvement district

En måde at arbejde med Socialt ansvar i det omgivende samfund er via et BID - 'business improvement district'.

Business Improvement District (BID) er en samarbejdsbaseret indsats, hvor lokale forretningsdrivende og ejendomssejere sammen arbejder for at styrke og forny deres bydel. Selvom BIDs bygger videre på kommunale ydelser, er de ikke en erstatning for disse.

Finansieringen sker hovedsageligt gennem et fast bidrag fra områdets ejere og lejere, suppleret af offentlige bidrag og erhvervs-sponsorater.

BIDs drives som non-profit, hvor eventuelle overskud geninvesteres lokalt, hvilket kan bidrage til værdistigning på ejendomme og positiv opmærksomhed om området.

Deltagere inkluderer primært ejendomssejere, men også kommunen, detailhandel og lokale borgere kan have en interesse.

Kritik har været rettet mod BIDs for at koncentrere beslutningskraft og for mulige ekstra omkostninger for mindre virksomheder, der kan opleve højere lejepriser på grund af forbedringerne.

*Kilde: Business Improvement Districts - BID (realdania.dk)*

Gode eksempler på bydele, som er blevet løftet af forretningslivet, er Jægersborggade og Værnedamsvej/Tullinsgade i København.

Du kan bl.a. blive klogere på BID i denne publikation:



### RÅD TIL ANDRE BIDS:

- Samarbejd med lokale organisationer, virksomheder og myndigheder for at opnå fælles mål.
- Vær grundig med forberedelse. Undervurder ikke den tid, det tager, at komme godt fra start.
- Brug autentiske vidnesbyrd fra de involverede til at styrke kommunikationen.
- Definér og kommuniker formålet tidligt for at sikre, at de stemmer overens med brugernes behov.
- Gør det let og simpelt at deltage og bidrage

# Steds- fortællinger

## Fællesskabsby Ringsted

I Fællesskabsby Ringsted vil man gøre det nemmere for alle voksne at finde ind i byens fællesskaber. Byens fællesskaber, aktiviteter, foreninger og sociale tilbud er samlet, så man lettere kan finde et fællesskab til dig selv eller en anden.

Det gør det enkelt for indbyggere at finde det fællesskab, der passer til dem eller en bekendt.

## Fortællinger

“Der var også en ældre dame, som søgte et fællesskab for personer med hendes sygdom, hvor jeg bad Fællesskabsguiderne om at finde ud af, hvad der fandtes af muligheder i Ringsted. Så sendte de en liste med mulige fællesskaber til mig. Hun har i dag fundet et fællesskab at være en del af.”

*Eva Schandorf, Praktiserende læge hos Lægehuset Dagmar*

“Vi plejer at sige, at vi fungerer som en form for psykolog for mange af vores kunder. Som frisør har man mange faste kunder, og dem får man efterhånden en tæt relation til”

*Anne Grethe, JB Hairdesign*

“Jeg kunne se, at kvinderne havde behov for et samlingssted, og der var mange, der gav udtryk for, at det var noget, de ville. Det er vigtigt for dem.”

*Ejer af Sønderpark Syklub*

## Værktøjskassen

Projektet fremhæver tre centrale tjenester:

- **Kontakt Fællesskabsguiden:** Få gode råd og vejledning til aktiviteter og fællesskaber i Ringsted.
- **Søg blandt byens fællesskaber:** Søg på lokale fællesskaber, foreninger eller tilbud, der passer til dig, eller én du kender.
- **Find nye venner på Boblberg:** På platformen Boblberg er der andre, der søger fællesskaber. Opret en profil og find nye venner og bekendte.

## Relevans til Business2Community:

Vi har fundet inspiration i Ringsted Kommunes måde at binde de lokale fællesskaber sammen på, så de bliver tilgængelige for alle.

På deres hjemmeside findes adskillige eksempler på, hvordan små, lokale virksomheder kan styrke den sociale sammenhængskraft og relationerne i lokalsamfundet.



### **Spritten i Aalborg, en levende bydel**

I de kommende år omdannes Spritten til en helt ny bydel, der i høj grad vil være præget af kulturarv, kunst, arkitektur og byliv.

Involverende aktør A.Enggaard, lokale virksomheder, kunstnere, bydelsforeninger og almene boligorganisationen Himmerland. Sociale indsatser Socialt fokuserede initiativer inkluderer Sprittens 'kinder æg'-konceptet, der tilbyder kreative rum, en café, studierum, og afslappende mødesteder som et signal til at bylivet i området er i gang. Socialt fokuserede initiativer inkluderer Sprittens 'kinder æg' med kreative rum, café, og studierum.

### **Formål med de sociale indsatser**

Sociale tiltag i området sigter mod at skabe et tidligt byliv og tætte fællesskaber blandt beboere gennem kunst, kultur og samlingssteder. Alt starter allerede i udviklingsperioden. Dette bidrager til målsætningen om at fremme diversitet og integration samt gøre områderne attraktive for nye beboere. Efter transformationen vil området fremstå som en unik 'by i byen', med sin egen identitet og stemning.

### **Succeshistorier**

Et centralt lokale på 1200 kvm, der senere skal huse dagligvarebutikker, er midlertidigt omdannet til et kreativt mødested. To lokale kunstnere har lejet stedet og udvider det til yderligere 14 kunstnere, hvilket skaber et kunstnerisk hub. Derudover er 200 kvm indrettet som et studierum med genbrugsmøbler, åbent for alle, hvor folk kan sidde og arbejde uden købsforpligtelse. Dette rum

bruges også til møder af kunstnerne. En del af lokalerne er lejet ud til et bageri og café, der tilbyder brød og kaffe. En del fælleslokaler er betalt via bylivsforeningen, som for eksempel arrangementer som yoga, fællesspisning og juledekoration, der bidrager til at skabe et dynamisk fællesskab.

Når området er fuldt udbygget, vil den særlige stemning forblive. De unge kunstnere skal udvikle deres evner til at tjene penge og etablere små selvstændige forretninger. Senere vil et stort kunstværk blive tilføjet, og kunstnerne får mulighed for at arbejde sammen med internationale kunstnere, forudsat at de kan betale husleje.

### **Udfordringer**

Et udfordringsområde er, at indtil nu primært mindre virksomheder har været involveret i skabelsen af nabolag, fordi de bidrager aktivt til bylivet og lokale fællesskaber. Større virksomheder som advokatkontorer eller banker er derimod ikke inkluderet. Disse virksomheder lukker ofte omkring kl. 16.00, netop når fællesskabsaktiviteterne begynder, hvilket gør det vanskeligt for dem at engagere sig i sociale arrangementer om eftermiddagen og aftenen. Enggaard ser virksomhedernes rolle primært som drivkræfter for bylivet, og derfor giver det ikke mening at inddrage de store, hvis de ikke kan deltage eller yde et bidrag.

### **Forventninger til Business2Community**

B2C-redskab kan byde ind med strategier for inddragelse af større virksomheder i bydelens social værdi, som er udover byliv.

## **Kalundborg, tradition for offentlig-privat samarbejde**

Kalundborg huser nogle af landets største energi- og procesindustrier. Der er tale om meget store industrianlæg af international betydning. Halvdelen af verdens samlede insulinproduktion foregår her, og Kalundborg er med årene blevet et epicenter for biotekindustrien.

I mere end 50 år har offentlige og private virksomheder i byen samarbejdet om at udvikle verdens første industrisymbiose med cirkulær tilgang til produktion.

De store industrivirksomheder samarbejder om at dele overskuddet af energi, vand og restmaterialer med hinanden til gavn for klima, miljø og økonomi. Offentlige og private virksomheder er simpelthen forbundet, så en virksomheds overskud af noget, giver værdi i en anden.

### **Involverende aktører**

Samarbejdet har haft stor betydning for den lokale udvikling på flere måder. I starten af 10'erne forudså man, at manglen på kvalificeret arbejdskraft kunne blive en udfordring i takt med biotekindustriens hastige vækst. Der var behov for en mere helhedsorienteret tilgang og nye partnerskaber.

Novo Nordisk og Kalundborg Kommune indledte et projektsamarbejde, der skulle indsamle data og kortlægge udfordringerne, så man på den baggrund kunne identificere, hvor der var behov særlige indsatser for at sikre et bæredygtigt lokalsamfund.

Udover kortlægningen bidrog projektet også med at få indhentet forslag og ideer fra borgere, foreninger mfl., der gav deres bud på, hvad der skulle gøres for at håndtere de kortlagte udfordringer. Disse input blev indarbejdet i Kommunalbestyrelsens strategi for kommunens udvikling.

## **Sociale Indsatser**

Det oprindelige fokus i samarbejdet var at tiltrække kvalificeret arbejdskraft til byen, men det udviklede sig hurtigt til en mere omfattende vision om at forbedre byen og kommunen som helhed.

Det blev tydeligt, at for at gøre Kalundborg mere attraktiv, måtte byen tilbyde mere end blot jobmuligheder. Der skulle skabes et levende og bæredygtigt bymiljø, som kunne imødekomme behovene for både studie-, arbejds- og familieliv.

For at opnå dette blev der lagt vægt på at tiltrække videregående uddannelser, udvikle byrum, etablere nye boliger og understøtte lokale fællesskaber. Der blev indledt tværsektorielle samarbejder og indgået partnerskabsaftaler med lokale, regionale og nationale aktører.

### **Formål med de sociale indsatser**

Fra primært at rette blikket mod rekruttering af kvalificeret arbejdskraft blev fokus udvidet til også at handle om at få skabt en attraktiv by og en kommune, hvor mennesker ikke bare pendler til for at arbejde, men også ønsker at uddanne sig, bo og leve.

Kalundborg har udviklet sig til et model eksempel på, hvordan et strategisk partnerskab mellem offentlige og private aktører kan fremme en holistisk byudvikling, til gavn for både nuværende og fremtidige borgere.

På rekordtid er det lykkedes at skabe mulighed for bl.a. at tage en videregående uddannelse i Kalundborg.

Kommunens bosætningsteam samarbejder med virksomhederne om at hjælpe tilflyttere med at falde godt til.



# Terminologi

Der er mange fagtermer, når man arbejder med socaillt ansvar. I dialogredskabet til Business2Community er der især fire begreber, du vil støde på.

## Social sammenhængskraft

Redskabets målsætning er at styrke den sociale sammenhængskraft i lokalområdet. Social sammenhængskraft er den kraft, der binder lokalsamfundet sammen og er en vigtig forudsætning for dannelsen af lokalsamfund med fælles værdier, identitet og sociale relationer.

Forskning viser, at det, at være en del af et lokalsamfund med høj social sammenhængskraft, kan have flere positive effekter på beboerne. Det skaber intern loyalitet og solidaritet, reducerer ensomhed, styrker social mobilitet, øger følelsen af formål i livet og giver generelt folk en følelse af tilhørsforhold og fælles identitet.



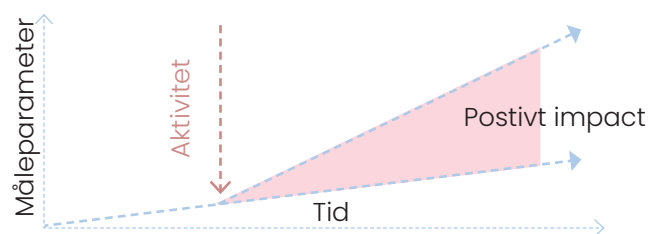
## Stedsbaseret impact investering

Stedsbaseret impact investing henviser til impact investeringer, der er fokuseret på én bestemt by eller region.

Business2Community fokuserer på at skabe positive sociale ændringer inden for et specifikt geografisk område – de lokalområder, hvor virksomheden opererer.

Virksomhedernes involvering i lokalområdet adskiller sig fra filantropi, idet virksomhederne forventer at inkludere både sociale mål og en forventning om økonomisk afkast.

*Kilde: Place-based impact investing: the case of Social Impact Fund Rotterdam, 2019*



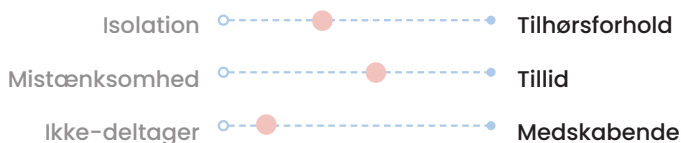
Impact er, når en organisation får noget til at ændre sig. En impact kan være positiv eller negativ, og det kan være med vilje eller ved et uheld.

*Kilde: Impact Management Norms | Impact Frontiers*

### Målbare indikatorer

For at øge den sociale sammenhængskraft i lokalområdet, har redskabet tre målbare indikatorer:

- **Tilhørsforhold** (versus isolation) - oplevelse af ejerskab, stolthed og identifikation til lokalområdet.
- **Tillid** (versus mistænksomhed) - oplevelse af tillid til fremmede.
- **Medskabende** (versus ikke-deltager) - have muligheden for at involvere sig socialt og organisatorisk.



Indikatorerne kommer fra Sundhedsstyrelsens mentale helbredsskala, som er et værktøj, der bruges til at vurdere en persons mentale sundhedstilstand. Skalaen omfatter spørgsmål, der dækker forskellige aspekter af mental trivsel.

Formålet med skalaen er at identificere mentale sundhedsproblemer tidligt. Skalaen anvendes både i kliniske sammenhænge og til forskningsformål for at forbedre folkesundheden.

De valgte indikatorer er afgørende elementer, i forhold til både at fremme mental sundhed og understøtte social sammenhængskraft. socialt og organisatorisk.

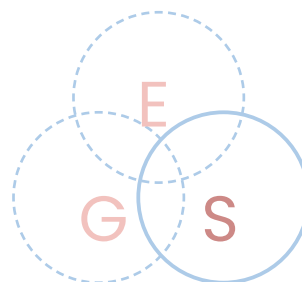
*Danskernes sundhed, 2023*  
[https://www.sdu.dk/da/sif/rapporter/2024/danskernes\\_sundhed\\_2023](https://www.sdu.dk/da/sif/rapporter/2024/danskernes_sundhed_2023)

### Fælles socialt ansvar = 'S'et i ESG

Business2Community fokuserer på standarderne S3 og S4 i "S'et" inden for ESG-rammen, som omfatter berørte samfund (S3) og slutbrugere (S4).

Måling af partnerskabets indsatser gennem et spørgeskema vil dokumentere, om de har fremmet social sammenhængskraft baseret på brugernes oplevelse af indikatorerne, og hvordan oplevelsen ændrer sig over tid. Disse tal kan bruges til ESG-rapporten.

Måling af indikatorerne skal være præcis og kræver erfaring med at stille de rigtige spørgsmål. I, samarbejdspartnerne, kan drøfte, om det giver mening at måle sammen eller hver for sig.



ESG står for Environmental, Social, and Governance, og det bruges til at evaluere de tre centrale faktorer i målingen af bæredygtighed og etisk impact af en investering i en virksomhed eller forretning.

# Øvrige begreber

Fra litteraturgennemgangen og flere interviews med eksperter inden for impact investering blev vi introduceret til en række faglige begreber. Hvis du skal til at kaste dig ud i en ny rolle med fokus på socialt ansvar, kan de være gode at kende til.

## Impact investering

Impact investering henviser til investeringer i virksomheder, organisationer og fonde med det eksplicite formål at skabe sociale og miljømæssige resultater sammen med økonomisk afkast.

### Collaborative place-based impact investing:

“Focuses on coordinating efforts and leveraging capital from across the community to enable different stakeholders to become part of a larger community-driven, purposefully-designed investment collaborative.”

Kilde: Investing Together Emerging Approaches in Collaborative Place-Based Impact Investing, 2018

## Output => outcome

Outputs refererer til de nødvendige skridt og processer, en organisation eller virksomhed iværksætter for at nå et mål eller en milepæl.

Outcomes beskriver de væsentlige resultater af en virksomheds eller organisations outputs og om disse resultater har en positiv indvirkning på lang- eller kortsigtede mål.

Kilde: Outputs vs. Outcomes: What's the Difference?, 2022



Output:

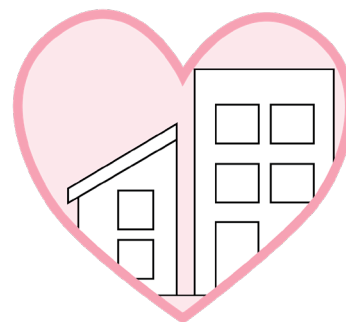


Outcome:

## Social værdi

Social værdi er den værdi, interessenter oplever gennem ændringer i deres liv. Noget, men ikke alt af denne værdi, afspejles i markedspriser.

*Kilde: Principles of Social Value, Social Value International, 2021*



### Social impact:

- isolating and measuring direct cause-and-effect relationships between a specific set of activities and outcomes.
- social impact is fixed. It is concerned with providing a snapshot of a point in time and measuring what happened and to whom it happened.
- social impact is about reducing complexity.



### Social value:

- cumulative in its core. It is about weaving together a holistic view of what difference has been made to society as a whole.
- Social value is about context. [...] allows us to see beyond distinct events to give us a richer, deeper understanding of not just what happened to whom, but also why it happened and the implications of this.
- Social value is about embracing complexity.

## Ecosystems for impact

Grundlaget, der gør det muligt mere og mere at samarbejde på tværs af forskellige områder og føre an i indsatsen for at investere i de lokalsamfund, som er kernen i deres arbejde. Disse initiativer skaber bedre og mere samordnede muligheder for at investere i lokalområdets sociale forhold.

*Kilde: Place-Based Impact Investing Ecosystems: Building a Collaboration to Boost Your Effectiveness, 2019*

## Measuring + managing

"Målelig" refererer til evnen til at kvantificere og spore en investerings ikke-finansielle afkast i tillæg til dens finansielle præstation.

*Kilde: Investing Together Emerging Approaches in Collaborative Place-Based Impact Investing, 2018*

Impact management er processen med at identificere de positive og negative påvirkninger, som en virksomhed har på mennesker og planeten, og derefter reducere de negative og øge de positive.

*Kilde: Impact Management Norms | Impact Frontiers*

## KPI

KPI står for 'Key Performance Indicator' og er en kvantificerbar målestok, som virksomheder bruger til at evaluere præstationer mod deres strategiske mål.

KPI'erne hjælper virksomheden med at måle succesen af forskellige aktiviteter og kan være specifikke for finansielle resultater, marketingeffektivitet, produktionskvalitet mv.

*Kilde: KPI Meaning, Examples, Calculation & Dashboard Tutorial - Optimize Smart*

## Taxonomi

"EU-taksonomien, som er EU's klassifikationssystem for bæredygtige aktiviteter, er trådt i kraft i januar 2022. Den stiller krav om rapportering allerede for 2021 for de største virksomheder, men vil allerede nu også have stor betydning for en stor del af dansk erhvervsliv. De største virksomheder kigger nemlig på deres værdikæde og stiller krav til deres leverandører og samarbejdspartnere."

*Kilde: Hvad er EU's taksonomi?, PWC, 2020*

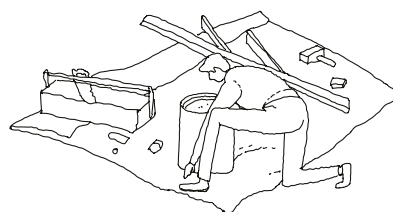
## Social taxonomi

Traditionelle måder at finansiere social velfærd på, såsom offentlige udgifter til social sikkerhed er nødvendige. Ekspertter og beslutningstagere erkender dog også, at private investeringer har en rolle at spille.

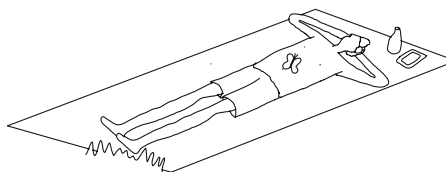
I praksis betyder det, at investorer bør forhindre enhver form for social 'skade' ved at insistere på, at virksomheder implementerer systemer til at sikre, at menneskerettigheder overholdes.

Det vil sige, at investorer bør hjælpe med en bedre tilvejebringelsen af basale varer og tjenester, især for sårbare mennesker og grupper.

Kilde: *Final Report on Social Taxonomy, 2022*



Decent work  
(including for value-chain workers)



Adequate living standards and  
wellbeing for end-users



Inclusive and sustainable  
communities and societies.

# Dialog- redskaber

Der findes efterhånden mange dialogredskaber i spændingsfeltet mellem brugerinvolvering, bæredygtighed og byudvikling. Her et par eksempler, som har været til inspiration for udviklingen af Business-2Community.



# AlmenNet

## Dialog- og prioriteringsværktøj

### Formål

Formålet med udviklingen af dialog- og prioriteringsværktøjet er at udbrede forståelsen for bæredygtighed i det almene byggeri.

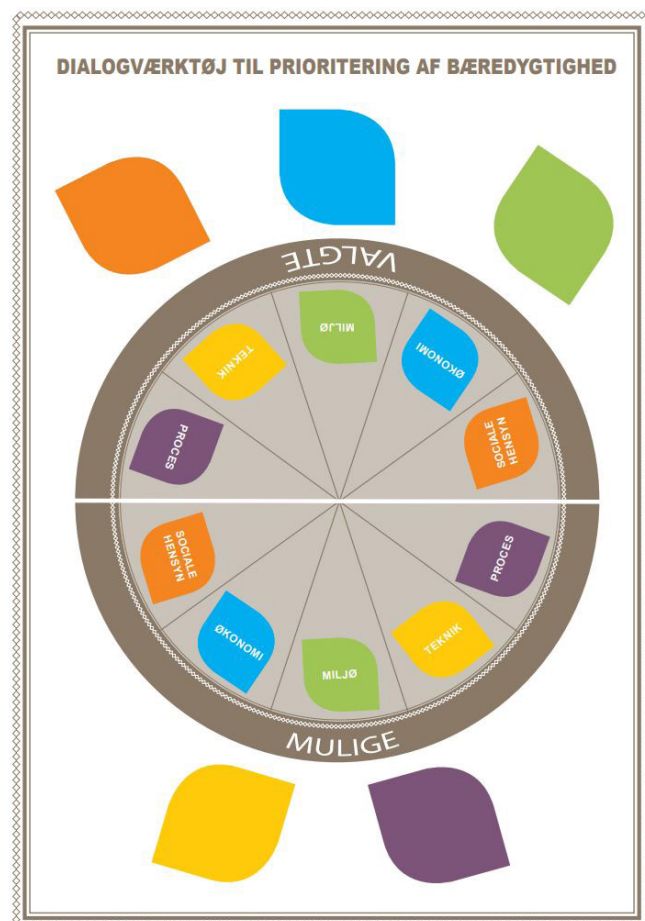
Erfaringer med anvendelse af det danske DGNB system for bæredygtige boliger, der er udviklet af Dansk Green Building Council i 2014, har vist, at DGNB systemet er velegnet til anvendelse på alment byggeri, men at indholdet er svært tilgængeligt for personer, der ikke er specialiseret i DGNB systemet.

Erfaringer med dialog om bæredygtighed i almene boligorganisationer har endvidere vist, at dialogen om bæredygtighed tager udgangspunkt i projektlederens og eventuelt bygherrerådgiverens viden om bæredygtigt byggeri, der varierer meget fra person til person.

Derfor udviklede man et værktøj, der sikrer et fælles grundlæggende vidensniveau om bæredygtighed hos projektledere, bygherrerådgivere og beboerdemokrater i den almene sektor.

### Dialog- og prioriteringsværktøjet vil altså:

- Konkretisere bæredygtighedsbegrebet ved at oversætte DGNB systemet til spørgsmål, der kan forstås af personer uden forhåndskendskab til bæredygtigt byggeri eller DGNB systemet
- Muliggøre en inddragende dialogproces og sikre en prioritering af bæredygtighedsmaal for byggeprojekter i den almene sektor
- Muliggøre kommunikation af projektets målsætninger for byggeriets bæredygtighed og prioritering af disse



<https://www.almennet.dk/udviklingsprojekter/a-e/dialog-og-prioriteringsvaerktoej-for-baeredygtigt-byggeri/>



# BYSTART

## Urban Power & Concito

BYSTART er en platform til tidlig inddragelse af bæredygtighedsinitiativer i udviklingsprojekter lang tid før der kommer konkrete byggerier på tegnebrættet. Ligesom AlemnNets dialogværktøj tager det udgangspunkt i DGNB.

Ved at bruge BYSTART som grundlag for udviklings- og byggeprocessen bliver det lettere at tale om og skabe overblik over de mange forskellige bæredygtighedsfaktorer, der bør tages stilling til i de tidlige faser af et udviklingsprojekt.

<https://bystart.dk/>

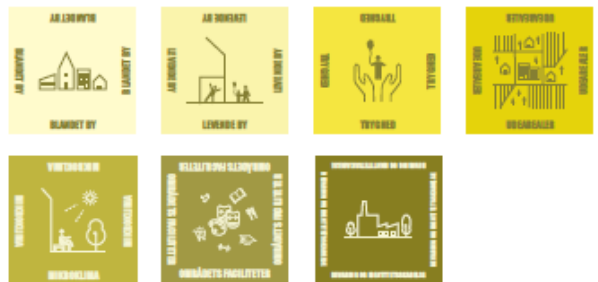


Spilleplade

### 1. Demokrati



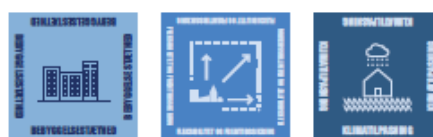
### 2. Byliv & Mangfoldighed



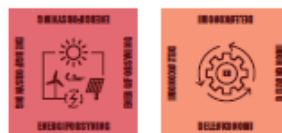
### 3. Mobilitet



### 4. Byggeri & Omfang



### 5. Ressourcer & Forsyning



### 6. Natur & Miljø



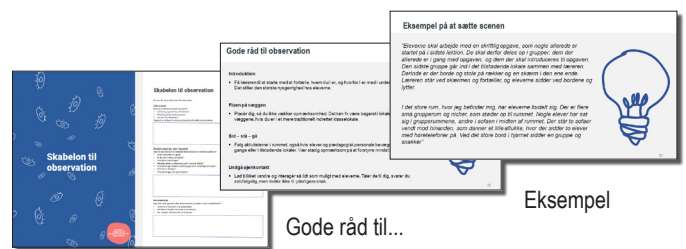
# Bygherre-foreningens

## evalueringværktøj til skolebyggeri

Bygherreforeningen har udviklet et værktøj til både eksisterende byggeri og nybyggeri.

For at hjælpe landets bygherrer på vej mod en evalueringkultur, har de udviklet et simpelt værktøj i tre trin til evaluering af skolebyggeri.

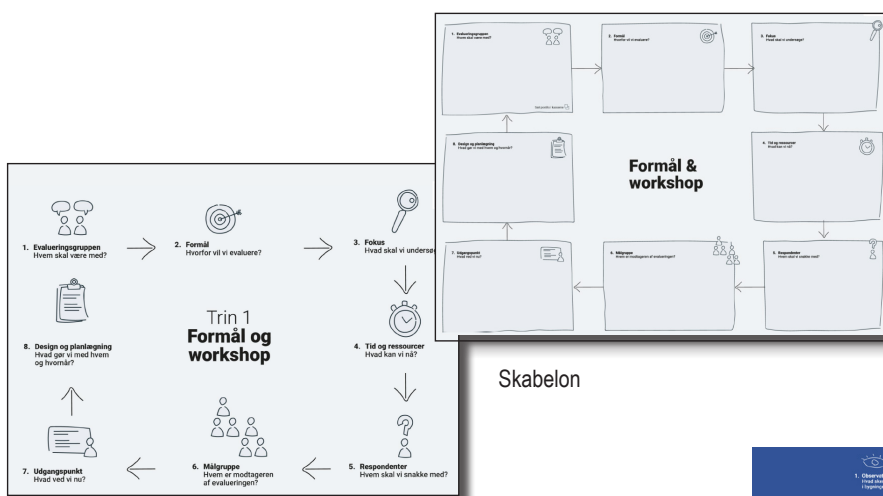
I dette evalueringværktøj får du -med udgangspunkt i skolebyggeri - en konkret metode til at evaluere på et byggeri efter det er taget i brug.



Skabelon

Gode råd til...

Eksempel



Skabelon



Skabelon

Evalueringen kan pege på behov for justeringer på 3 niveauer

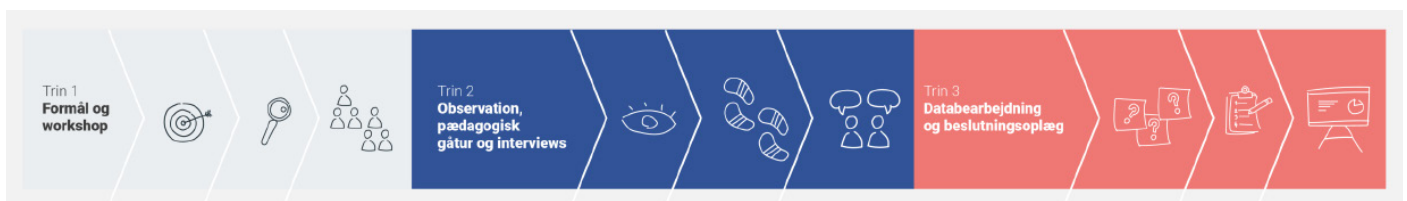
1. Adfærd og organisering
2. Løst inventar
3. Bygningsfysiske forandringer

3 niveauer



Proces

Forklaring



# Neighborhood Activation Study

## NYC, Studio Gang, 2017

Kriminalprævention gennem fællesskabsdesign og problemløsning.

Neighborhood Activation er et initiativ til at fremme offentlig sikkerhed gennem fællesskabsengagement og design.

Med udgangspunkt i Brownsville i Brooklyn og Morrisania i Bronx, involverer projektet beboere og bestyrelsesmedlemmer i et samarbejde om at identificere design- og programløsninger, der forbedrer nabolagets sikkerhed, stabilitet og sammenhængskraft.

<https://studiogang.com/projects/neighborhood-activation-study/>



Kortlægning af kvaliteter, behov og potentialer

Seks trin af naboskabsaktiveringstilgang:



①

**Find Opportunity in Places with Need**



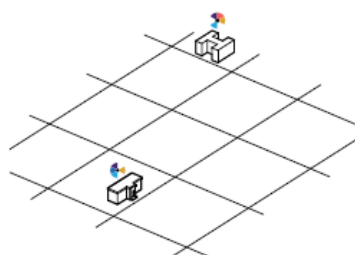
②

**Listen and Learn**



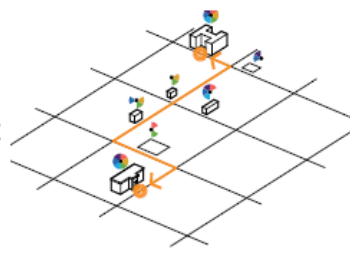
③

**Discover Points of Convergence**



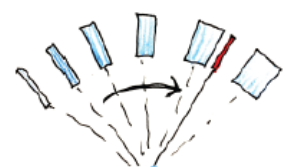
④

**Start With What's There**



⑤

**Strengthen, Combine, and Connect**



⑥

**Measure Impact**

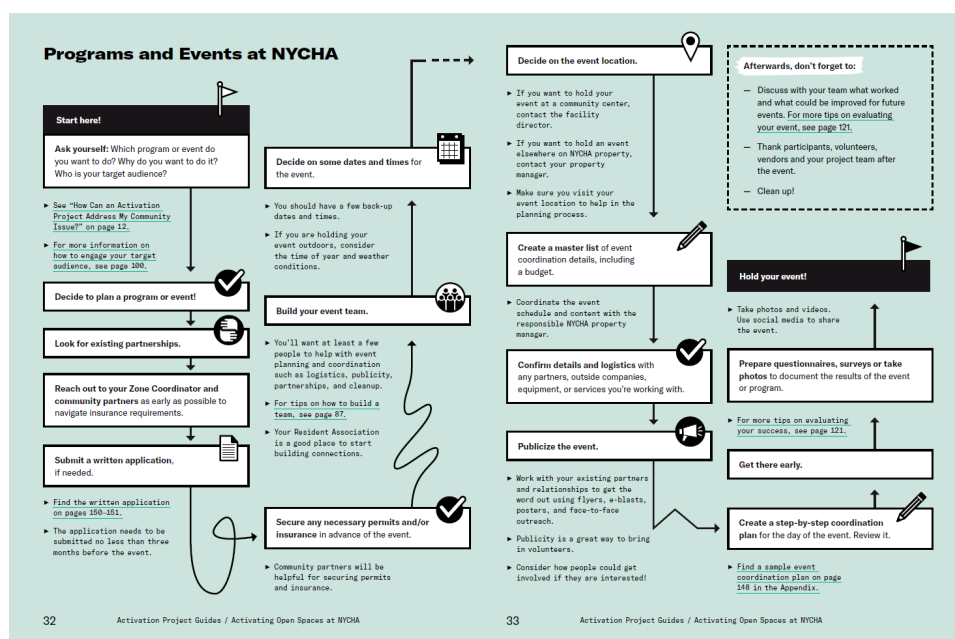
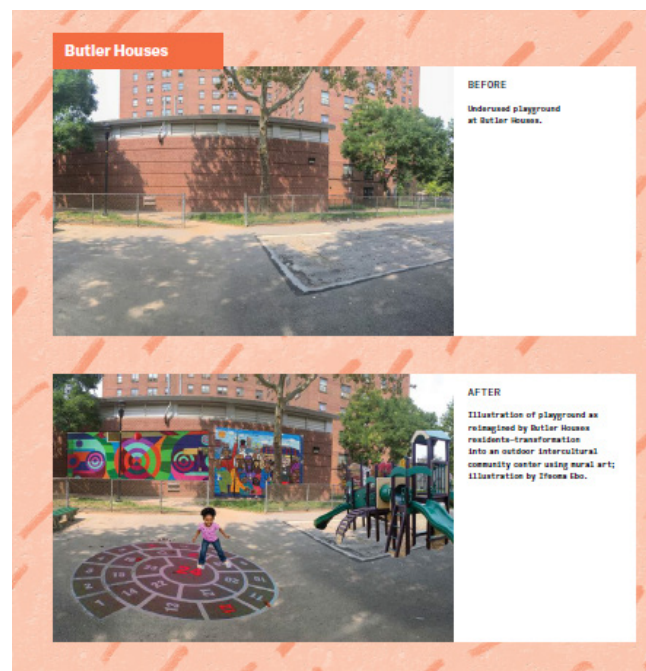
# Save places, active places

## En 'Community håndbog' til transformation af offentlige rum i dit nabolag.

Neighborhood Activation Playbook er en vejledning til New Yorks bysamfund til at aktivere offentlige rum, forbedre sikkerheden og øge trivlsen.

Den tilbyder værktøjer til beboere og organisationer til at transformere offentlige rum gennem ændringer i det byggede miljø, programmer, begivenheder og politikker.

Deres definition af "Neighborhood Activation" er en koordineret indsats fra offentlige instanser i partnerskab med lokalsamfund.



Procesdiagram. Dette illustrerer, hvordan kommunikation med beboerdemokratiet kan se ud, og hvilken rolle virksomheden kan spille i boligafdelingen.



# Litteratur

## og andre henvisninger

### Reglerne:

- Final Report on Social Taxonomy, EU
- What is the EU Social Taxonomy? Read Key Takeaways, Celsia

### Impact-investering:

- Det forstår vi ved social impact, Den Sociale Kapitalfond
- The Investor's Guide to Impact, 2021
- Uklart marked for impact-investering eksploderer, LinkedIn
- What You Need to Know about Impact Investing, The GIIN
- Social-Impact Efforts That Create Real Value, 2020
- There's a better way for companies to generate social impact, 2021
- Beyond Social Impact to Social Value, Dom Potter, 2012

### Social impact/værdi

- The Principles of Social Value, SVUK
- Social Value and Design of the Built Environment, SVUK
- Social-Impact Efforts That Create Real Value, 2020
- There's a better way for companies to generate social impact, 2021
- Beyond Social Impact to Social Value, Dom Potter, 2012

### Social kapital:

- Fostering Social Connection Through the Built Environment: Considerations for Research, Policy, and Practice
- From built environment to health inequalities: An explanatory framework based on evidence

### Inspiration til slutprodukt:

- Save places, active places, NYC, 2021
- Neighborhood Activation Study, NYC, 2027
- Evalueringsværktøj: Hvordan sikrer vi den gode foranalyse 2023

### Place-based impact:

- Reflecting on Collective Impact for Place-Based Social Change, 2021
- Impact Management Norms, Impact Frontiers
- Place-Based Impact Investing Practitioner Briefs  
<https://www.urban.org/research/publication/place-based-impact-investing-practitioner-briefs>
- Place-Based Impact Investing, Three Briefs for Practitioners | Mission Investors Exchange
- Place-Based Impact Investing Ecosystems, Building a Collaboration to Boost Your Effectiveness
- Mapping and Assessing Local Capacities and Opportunities for Place-Based Impact Investing
- Collaborative Place-Based Impact Investing Models: Deploying Capital on the Ground Together
- Investing Together Emerging Approaches in Collaborative Place-Based Impact Investing
- Philadelphia grows a regional (and national) impact investing market  
<https://chamberphl.com/2019/03/philadelphia-grows-a-regional-and-national-impact-investing-market/>
- Place-based impact investing: the case of Social Impact Fund Rotterdam, 2019
- [impactmanagementplatform.org](http://impactmanagementplatform.org)

### Værktøjer:

- Actionable Impact Management (AIM)
- Conceptual Framework for Impact Accounting, The International Foundation for Valuing Impacts (IFVI)
- The Quality of Life Framework, QOLF
- A Guide for Delivering Social Value on Built Environment Projects

# Vi har talt med

Tanja Christabel	Nortec
Thomas Andersson	Volvo Cars
Emma Watson	Volvo Cars
Sanne Urbak Rasmussen	IBM
Tobias Simonsen	Coop
Diana Ringe Krogh	Lego
Susanne Boesen	Kalundborg Kommune
Hanne Kræen	A. Enggaard A/S
Thomas Nejland	Københavns Kommune
Lennart Lajboschitz	Folkehuset Absalon
Jannik Tharben Buchholz	Den Sociale Kapitalfond
Lars Strand	KAB
Søren-Emil Schütt	AKB København
Frank Rudolph	Himmerland Boligforening
Camilla Bjerre Damgaard	Den Sociale Investeringsfond
Vivienne King	The Good Economy, UK
Andy Smith	The Good Economy, UK
Sarah Forster	The Good Economy, UK
Monica Keaney	IKEA Denmark (tidl.)
René Hald	Arkil
Susanne Ørnbo	Artelia Group
Jann Aune	AKF



[www.almennet.dk](http://www.almennet.dk)