

Business2Community

Dialogredskab til lokale virksomheder og almene boligorganisationer i partnerskab om socialt ansvar



Business2Community

Holdet bag konceptet



Business2Community er et udviklingsprojekt, der blev gennemført fra september 2023 til juni 2024 med støtte fra AlmenNet og Rambøll Fonden.

AlmenNet

AlmenNet er en udviklingsforening og spirekasse for projekter, der fremtidssikrer almene boligområder til gavn for beboere, samfundet og planeten. Gennem fælles udvikling og læring medvirker foreningen til, at de almene boliger også i fremtiden vil være attraktive på boligmarkedet og appellere til brede beboergrupper.

Neighborhood Lab

Neighborhood Lab er en innovativ urbanismepraksis, der genskaber blomstrende og attraktive nabolag, hvor beboerne elsker at bo. Neighborhood Lab designer processer, metoder og strategier, der styrker den sociale infrastruktur i de nabolag, hvor vores kunder bygger og ud-

vikler. Neighborhood Lab har været projektleder på Business2Community og vil gerne hjælpe virksomhederne og boligorganisationerne med implementering af redskabet.

KAB

KAB administrerer mere end 65.000 almene boliger i hovedstadsområdet. KAB arbejder for bedre boliger for alle, med respekt for klima, (bio)diversitet og menneskers trivsel, gerne i netværk og partnerskaber. KAB har mere end 100 års erfaring med by- og boligudvikling.

Himmerland Boligforening

Himmerland Boligforening har omkring 8.000 lejemål med 12-15.000 beboere i Aalborg, Danmarks fjerdestørste by. Beboerdemokratiet i Himmerland Boligforening bygger på nøgleordene medbestemmelse, tryghed, service og dialog. Siden 1944 har boligforeningen haft en markant indflydelse på bolig- og byudviklingen i Aalborg.



“Vi vil gerne hjælpe private virksomheder med at koordinere fælles konkrete handlinger for at styrke den sociale sammenhængskraft”



Baggrund

What's in it for me?

Den almene boligsektor

- Skaber mere liv i lokalområdet
- Øger trivslen i lokalområdet
- Aktiverer tomme lokaler og byrum
- Sammen om sociale udfordringer
- Værdifuldt input til ESG-rapport



Virksomheder

- Værdifuldt input til ESG-rapport
- Styrker forretningen & bæredygtighedsprofil
- Øger medarbejderengagement
- Forøger adgang til lokal rekruttering
- Være med til at øge trivslen

Hvad er Business2Community?

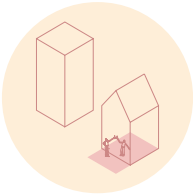
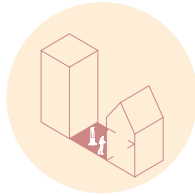
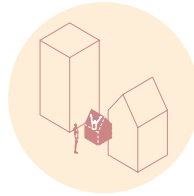
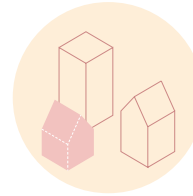
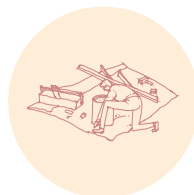
Den almene boligsektor inviterer lokale virksomheder til at indgå i et partnerskab, der sigter mod at styrke den sociale sammenhængskraft i de lokalområder, hvor virksomhederne er placeret. Business2Community er et dialogredskab, der guider begge parter trin for trin i processen.

Dette initiativ adresserer en voksende tendens, hvor mange virksomheder ønsker at tage socialt ansvar og bidrage til lokalsamfundet. Business2Community har til formål at systematisere et svar på dette og lette involveringen af private virksomheder i lokalområdet gennem effektive partnerskaber med den almene boligsektor.

Styrke det sociale

Sammen kan vi opnå større gevinster end hver for sig. Business2Community åbner dørene for nye partnerskaber mellem den almene boligsektor og private virksomheder med et klart formål: sammen kan vi styrke den sociale sammenhængskraft lokalt.

Virksomheder kan for eksempel bidrage ved at stille faciliteter til rådighed, holde lokale arrangementer, ansætte unge og voksne eller tilbyde kompetenceudvikling. Den almene boligsektor kan bidrage med kendskab til området, udleje erhvervslokaler, koordinere indsatserne og udvide kundegrundlaget eller talentpuljer. Begge samarbejdspartnere kan bruge resultaterne som meningsfuldt input til ESG-rapporten.

Sted**Stueetage****Byrum****Fælleshus****Nabobygning****Urbane indsatser****Fokus****Lokale arrangementer****Kompetenceudvikling****Beskæftigelse****Forbedre stedet****Form****Virksomhedens kerneforretning****Lokale udfordringer****Lokation****Jeres lokalsamfund**

Hvor, hvad og hvordan?

Dialogredskabet kan bruges i hele Danmark. Den almene boligorganisation kan hjælpe en privat virksomhed i nærområdet med at overveje, hvordan den med sin særlige kerneforretning og begrænsede ressourcer kan bidrage lokalt. Dette kan være i form af beskæftigelse, sociale arrangementer, kompetenceudvikling eller forbedring af lokalområdet. Boligorganisationen kan også hjælpe med at vurdere, hvor indsatserne kan foregå – i en tom stueetage, fælleshuset, ud på græsset eller hos virksomheden i nabobygningen.

For eksempel har Nortec (vaskerier) og Bo-Vest samarbejdet om at ansætte unge fra boligafdelingen Hedemarken til praktikforløb hos Nortec. Det var en boligsocial koordinator fra Bo-Vest, der hjalp med at finde de rigtige unge.

Om redskabet



Dette er et redskab, der kan bruges til at fremme og facilitere dialog mellem private virksomheder og almene boligorganisationer. Trin for trin bliver begge parter guidet gennem processen og får løbende vejledning i, hvordan de kan indgå i et effektivt og værdifuldt partnerskab.


Målgruppen for dette dialogredskab:

- Den almene boligsektor - beslutningstagere i boligorganisationerne.
- Større virksomheder - bæredygtighedschefen eller en person med ansvar for CRS, ESG eller impact. HR-afdelingen ift. rekruttering af unge.
- Mindre virksomheder - direktør eller den administrerende direktør.

Guiden er opdelt i tre dele og er designet til at være brugbar for både boligorganisationer og virksomheder:

- Del 1, 'Interne overvejelser', forbereder hver part på deres prioriteter og de ressourcer, de kan bidrage med.
- Del 2, 'Fælles rammesætning', anvendes i fælles dialog, hvor begge parter drøfter fælles socialt ansvar og indgår partnerskabsaftale.
- Del 3, 'Evaluering & effektmåling', anviser metode for evaluering og effektmåling.

For større partnerskaber anbefales det, at begge parter udfylder første del af guiden inden det indledende møde for at være godt forberedte. For mindre partnerskaber, hvor boligorganisationen kontakter virksomheden med en specifik forespørgsel om konkrete handlinger, er guiden kun relevant for boligorganisationen

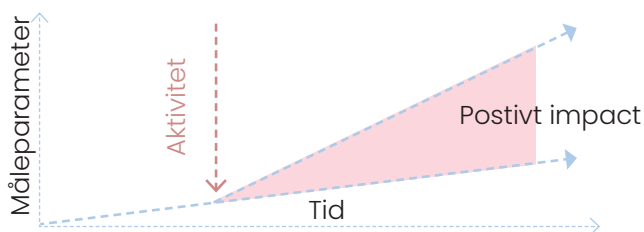


"Vi er blevet kontaktet to gange med en forespørgsel om at oprette et kontor-fællesskab i et område under udvikling. Begge gange er det mislykkedes, fordi investorerne ikke har taget højde for vores behov for at opnå profit."

Kontorfællesskab, Republikken



Sammen kan vi styrke den sociale sammenhængskraft



Lokalt engagement (og ikke filantropi)

Virksomheder, der ønsker at tage socialt ansvar, kan benytte forskellige modeller. Dette dialogredskab fokuserer på at skabe positive sociale ændringer inden for et specifikt geografisk område - de lokalområder, hvor virksomheden er placeret.

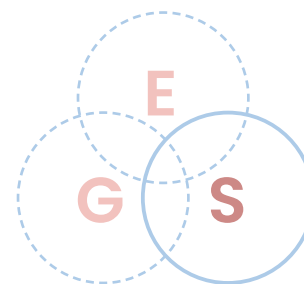
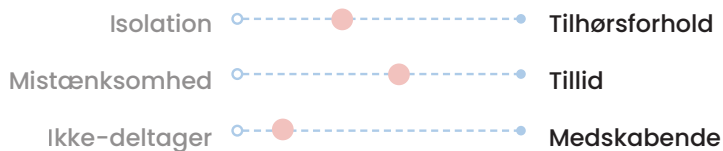
Virksomhedernes lokale engagement adskiller sig fra filantropi ved, at virksomhederne forventer at opnå både økonomisk afkast og sociale effekter.

Redskabet guider samarbejdspartnerne i at arbejde strategisk med lokalt engagement - både for at opnå de bedste lokale effekter og for at kunne dokumentere disse effekter under 'S'et i ESG-rapporten.

Hvad er 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 (se litteraturlisten på www.almennet.dk).



Målbare indikatorer

Tre indikatorer hjælper med at øge den sociale sammenhængskraft i lokalområdet:

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. Man kan supplere dem med stedsspecifikke indikatorer, som fx tryghed eller beskæftigelse.

Dokumentation - S3 + S4 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.

A photograph of two women in a laundry room. The woman on the left is wearing a denim jacket and has her hand to her head. The woman on the right is wearing a dark jacket and is looking towards the first woman. In the background, there are laundry bags, a sign that says "Fællesskabet er en vigtig del af en grønne herald", and a green oval sign on the window that says "Vi ses snart igen På gensyn".

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

Vaskerier, Nortec

NORTEC

Hvordan
kommer vi i
gang?



B2C – Dialogredskabet

Sådan indgår lokale virksomheder
og almene boligorganisationer
partnerskab om socialt ansvar

Del 1:

Interne overvejelser

Det er nødvendigt at gøre sig nogle forberedelser, inden boligorganisationen og virksomheden mødes

Egne prioriteringer

Inden I mødes, er det essentielt, at I hver især drøfter og tager stilling til jeres fokus på socialt ansvar. Foruden at fokusere på de tre indikatorer (tilhørsforhold, sociale relationer og involvering), så husk også at overveje, om der er stedsspecifikke indikatorer, der er vigtige for jer at tilføje.

Start med at overveje de nedenstående spørgsmål:

Hvilke udfordringer eller muligheder er i fokus i området?

Gennem hvilke indsatser kan partnerskabet tackle udfordringerne og opnå mulighederne?

Hvordan kan indsatserne fremme de tre indikatorer (se side 9)?

Er der andre stedsspecifikke indikatorer, der er vigtige for jer at tilføje?

Allokering af ressourcer

Det er afgørende at være bevidst og klar over de ressourcer, I kan bidrage med. For at sikre en god dialog, anbefales det, at I inden mødet med en mulig partner er klar over, hvilke ressourcer I kan tildele partnerskabet.

Dette kan fx være arbejdstimer, adgang til faciliteter eller frivilligt arbejde.

Overvej og afstem, hvilke ressourcer I kan allokere til partnerskabet
(fx faciliteter eller frivillige)



Forventninger til partnerskab

Interessen for at indgå partnerskab kan variere. Nogle boligorganisationer har tomme erhvervslejemål og søger en fast partner, der kan være med til at skabe mere liv og engagement. En virksomhed har måske interesse i at stille faciliteter til rådighed, hvor folk kan mødes og blive involveret. Et partnerskab kan således både bestå i en enkelt aktivitet eller et længerevarende samarbejde.

Afstem, om I søger et mindre eller større partnerskab og overvej, hvad jeres interesse er for at indgå i partnerskabet.

Håndskriften illustrerer, hvordan skemaet kan udfyldes. Find skabelonen på www.almennet.dk

Fem vigtigste punkter

Når I har gennemført de indledende overvejelser, har I et godt grundlag for at mødes med en partner.

Skriv de fem vigtigste punkter ned, I vil drøfte med en partner som opsamling på jeres indledende proces

1. Vi vil minimere ensomhed.

2. Vi vil øge tryghed.

3. Vi vil inspirere de unge til at tage uddannelse.

4. Vi har begrænsede ressourcer.

5.

Del 2:

Fælles rammesætning

Det er nødvendigt at blive enige om fælles prioriteringer og rammer, når boligorganisationen og virksomheden mødes

Fælles prioriteringer

Efter et grundigt forarbejde hos begge parter (virksomhed og boligorganisation), er I nu klar til at mødes og drøfte, om der er et godt match for at indgå i et partnerskab.

Dialogen starter med, at I sammen gennemgår redskabets tre indikatorer fra side 9, samt om der er stedsspecifikke indikatorer, I begge har en interesse for og vil bidrage til.

Drøft nedenstående med udgangspunkt i jeres indledende overvejelser:

- Hvilke udfordringer eller muligheder er i fokus i området?
- Hvilke konkrete tiltag kan I med fordel være fælles om for at adressere ovenstående?
- Hvilke ressourcer vil I bruge?
- Er der stedsspecifikke sociale indikatorer, I ønsker at tilføje til de tre fra side 9?
- Er der andre ressourcer, der kan inddrages (fx kommunen, helhedsplan, boligsocial, øvrige virksomheder)?

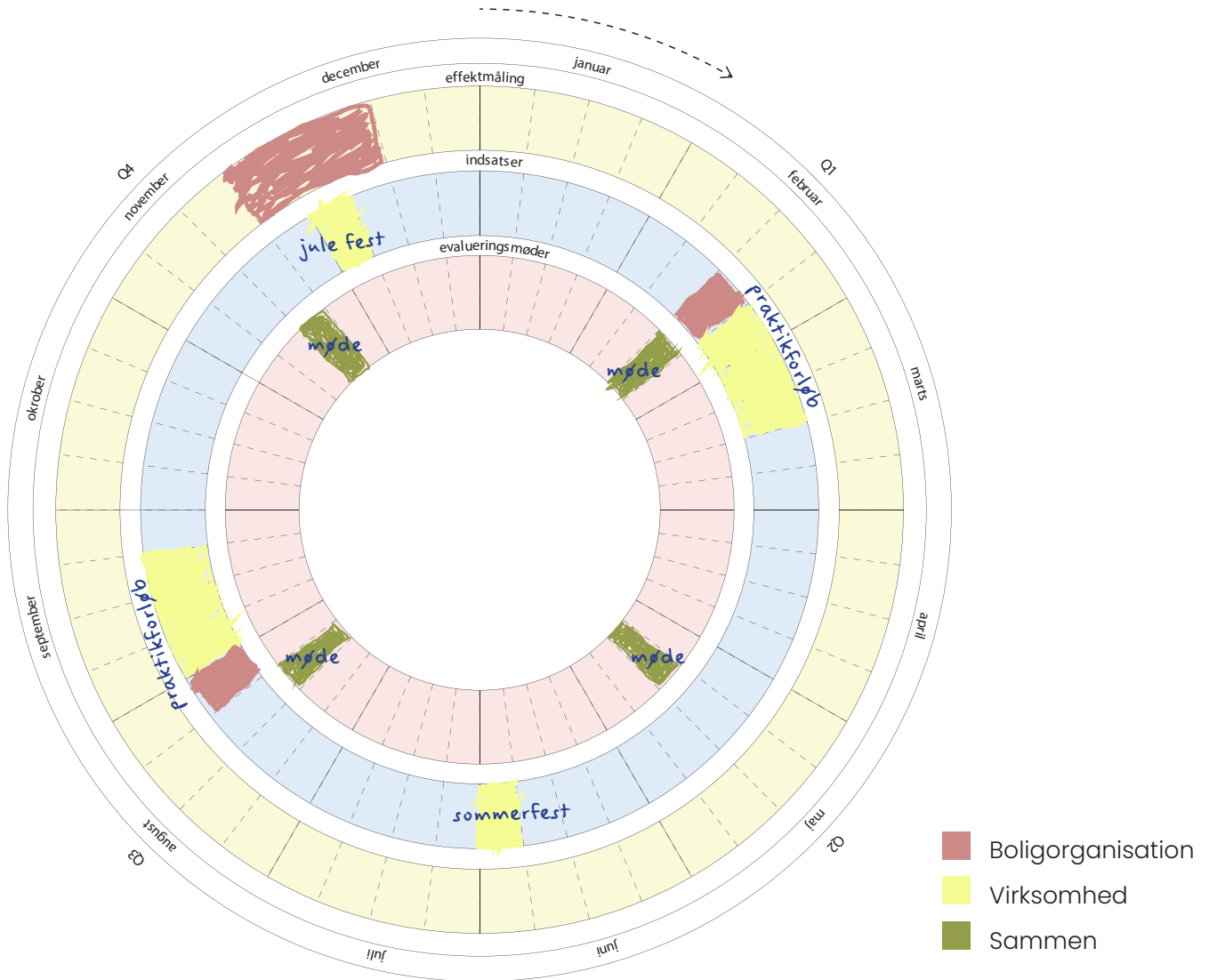
Partnerskabsrammer

Nu hvor I har præciseret det fælles sociale ansvar, I ønsker at påtage jer, er det afgørende at tage følgende punkter i betragtning og indgå en aftale for at sikre fremdrift, og at tiltagene implementeres. Boligorganisationer, der søger en virksomhed til specifikke handlinger, som fx hjælp til en sommerfest, kan fremlægge et konkret forslag til aftalen og se, om det passer virksomheden.

Partnerskabsaftalen kan inkludere følgende punkter:

- Tiltag, indsatser, events eller aktiviteter partnerskabet indeholder
- Et årshjul med tidspunkt, rolle- og ansvarsfordeling
 - Datoer for kvartalsvise evalueringsmøder
 - Omfang og tidspunkt til en årlig effektmåling

Hvis I ønsker at formalisere og strukturere rammerne kan I downloade en skabelon fra www.almennet.dk, som inspiration.



Et eksempel på årshjul. Håndskriften illustrerer, hvordan skemaet kan udfyldes.
 Find skabelonen på www.almennet.dk

Del 3: Evaluering og effektmåling

Det er vigtigt at evaluere indsatserne og måle deres effekter, efter boligorganisationen og virksomheden er gået i gang

Evalueringsmøder

Det er afgørende at evaluere de konkrete tiltag for at sikre deres effektivitet, opfyldelse af mål og skabelse af værdi for alle involverede. Evalueringen bør foretages 2-4 gange om året i form af evalueringsmøder med alle partnere. På møderne kan tiltagene drøftes og justeres, ligesom ressourcer kan omfordeles eller re-allokeres alt efter behov for at sikre langvarig succes.

Nedenstående spørgsmål kan med fordel drøftes til evalueringsmøder:

- Hvordan oplever virksomhed, boligorganisation og beboere de nye tiltag?
- Hvilke erfaringer har I gjort jer siden sidst, og skaber det grobund for ændringer?
- Skal I justere tiltagene eller re-allokere ressourcer?





Årlig effektmåling

En årlig gennemgang kan bruges til at forstå indsatsernes effekt på beboernes oplevelse af social sammenhængskraft med udgangspunkt i redskabets tre indikatorer (se side 9) og muligvis stedsspecifikke indikatorer valgt af partnerskabet. Målingen er stedsspecifik og afhænger af sammenhæng. Derfor kan en standardiseret spørgeskemaskabelon ikke tilbydes. En god måling kræver de rigtige spørgsmål og repræsentative stikprøver fra en varieret gruppe på 50-100 beboere.

Eksempler på spørgsmål kan være fiktive fortællinger:

Tilhørsforhold: "Siden COOP startede lokale madspildsmiddage, er jeg blevet mere stolt af at fortælle, hvor jeg bor". Tillid: "Siden Nortec etablerede indendørs mødesteder, har jeg fået større tillid til mine naboer".

Medskabelse: "Efter jeg deltog i IBM's IT-kursus, føler jeg, at jeg bedre kan bidrage til lokalområdet".

Svarmulighederne har fem trin fra 'Helt enig' til 'Helt uenig'. Effektmålingen beregner procentdelen af dem, der svarer de to højeste positive trin.

I, samarbejdspartnerne, kan drøfte, om målingen skal foretages sammen eller hver for sig. Virksomheder kan drage fordel af samarbejdet, da boligorganisationen har lettere adgang til beboerne og deres tillid. For de almene boligorganisationer skal disse målinger integreres med andre systemer som fx Almenkompasset.

Dokumentation og ESG

Dokumentering af de sociale effekter, der skabes med Business2Community kan bruges til ESG-rapportering – standarder S3 og S4. Herunder er et eksempel på, hvordan effekterne på social sammenhængskraft kan dokumenteres og rapporteres i ESG-rapporten:

Beboerdata fra Landsbygefonden

Boligorganisationen kan også undersøge, om lignende data kan hentes fra Beboerdata på Landsbygefondens selvbetjeningsplatform. Landsbygefonden gennemfører hvert andet år en tryghedsundersøgelse i 198 afdelinger fordelt over hele landet.



	Indikatorer	Målsætning	Baseline	År 1	År 2	Kommentar	KPI-definition
Faste indikatorer	Tilhørsforhold (versus isolation)	Min. 85%	41%	43%	...%	Kvantitativ og kvalitativ analyse	% der oplever tilhørsforhold til deres nabolag
	Tillid (versus mistænksomhed)	Min. 80%	45%	54%	...%	Kvantitativ og kvalitativ analyse	% der stoler på deres naboer
	Medskabende (versus ikke-deltager)	Min. 75%	22%	31%	...%	Kvantitativ og kvalitativ analyse	% der føler de bliver hørt og involveret i nabolaget
Øvrige indikatorer	Unge i virksomhedspraktik	Min. ...%	...%	...%	...%	Kvalitativ analyse	Antallet af unge der er i lokal virksomhedspraktik
	Tryghed	Min. ...%	...%	...%	...%	Kvalitativ analyse	% der føler sig tryk i nabolaget

Et eksempel på dokumentering af de sociale effekter. Håndskriften illustrerer eksempler på stedsspecifikke fokusområder. Find skabelonen på www.almennet.dk



Hollandsk supermarked bekæmper ensomhed ved at introducere en "Snakke-kasse", en speciel kasse for kunder, der ikke har travlt og har brug for en snak med kassedamen.

Foto: Jumbo ©

JUMBO

Holdet bag projektet

Ofri Earon, Neighborhood Lab
Sofia Matilda Hesselstrand, Neighborhood Lab
Mette Lund Norre, KAB
Rasmus Jessing, KAB
Lars Strand, KAB
Morten Haugaard Jacobsen, Himmerland Boligforening
Claus Bjørton, Himmerland Boligforening
Bjørn Hallager Askholm, AlmenNet
Niklas Jarnit, AlmenNet
Camilla Louise Kristensen, AlmenNet

Tak for bidraget

Ellen Marie Friis Johansen, Dansk Erhverv
Tony Bech, Dansk Erhverv
Karen Broberg, Center for Boligsocial Udvikling
Tanja Christabel, Nortec
Mette Mogensen, Domea.dk
Aviaja Sigsgaard, Landsbyggefonden
Sanni N. Breining, Rambøll
Morten Penthin Svendsen, Nykredit
Mette Rønnow, Plesner
Mia Felbo-Kolding, Partnerskabet Fællesskabsby
Thomas Andersson, Volvo cars

Emma Watson, Volvo cars
Sanne Urbak Rasmussen, IBM
Tobias Simonsen, Coop
Diana Ringe Krogh, Lego
Susanne Boesen, Kalundborg Kommune
Hanne Kræn, A. Enggaard A/S
Thomas Nejlund, Københavns Kommune
Lennart Lajboschitz, Folkehuset Absalon
Jannik Tharben Buchholz, Den Sociale Kapitalfond
Alex Pentin, Pentin
Andreas Holm Hansen, BL
Lars Strand, KAB
Frank Rudolph, Himmerland Boligforening
Camilla Bjerre Damgaard, Den Sociale Investeringsfond
Vivienne King, The good economy, UK
Andy Smith, The good economy, UK
Monica Keaney, tidligere fra IKEA Denmark
René Hald, Arkil
Susanne Ørnbo, Artelia Group
Rambøll Fonden

Illustrationerne i dette hæfte er udarbejdet af Neighborhood Lab. Alle rettigheder forbeholdes.

Business2Community er et udviklingsprojekt, der blev gennemført fra september 2023 til juni 2024 med støtte fra AlmenNet og Rambøll Fonden.

Formålet med Business2Community er at imødegå tendensen, hvor mange virksomheder ønsker at skabe social indvirkning, men deres engagement i lokalsamfundet er sjældent. Business2Community sigter på at lette involveringen af lokale virksomheder gennem klare partnerskaber med den almene boligsektor.

Hæftet er udarbejdet som et redskab til at facilitere dialogen mellem private virksomheder og almene boligorganisationer. Hæftet guider begge parter trin for trin gennem processen for at etablere et effektivt og værdifuldt partnerskab, der fokuserer på at styrke den sociale sammenhængskraft i lokalområdet.

Læs mere om projektet på www.almennet.dk.

