

Socialt entreprenørskab: Innovation der redder verden



Den gode, innovative idé kan hjælpe mange mennesker, og den kan også være grundlaget for en forretning. Men hvad kommer først – pengene eller det gode formål?

AF JESPER KONGSKOV OLSEN

Kan man tjene penge på en idé, der samtidig tjener et godt formål? Selvfølgelig kan man det, siger Tania Ellis, der er forfatter til en ny bog om socialt entreprenørskab – et begreb og en tendens på vej frem. Den sociale entreprenør har først og fremmest en social mission. Men forretningsaspektet følger ofte lige efter.

»Socialt entreprenørskab handler først og fremmest om at tjene mennesker, sociale entreprenører har en social mission. De vil løse samfundsproblemer og prøver på innovativ vis at møde menneskers uudannede behov på nye måder. Men mange finder ud af, at det er en stor fordel at være økonomisk selvstående, fordi det giver den større frihed,« siger Tania Ellis.

Den sociale mission skal forstås i meget bred forstand og dækker også miljø-mæssige problemer, der søges løst af private initiativer, og iværksættere, der starter projekter, som udvikler sig til virksomheder.

Et oplagt og verdenskendt eksempel på en social entreprenør er nobelprismodtageren Muhammed Yunus, økonomiprofessoren fra Bangladesh, der stiftede Grameen Bank. Han er manden bag mikrokrediten, som hjælper fattige til at komme ud af fattigdommen ved at skabe sig et økonomisk grundlag til selv at blive iværksættere.

Geninvestorer

»For Yunus er det jo ikke den økonomiske profit, der driver værket. Han geninvesterer midlerne i bankforretningen. Og det er kendetegnet for mange sociale entreprenører. De geninvesterer deres økonomiske overskud for at understøtte deres sociale formål. Der er dog også

andre, der kun geninvesterer en vis andel,« siger Tania Ellis, hvis bog »De nye pionerer« er den første herhjemme, der sætter fokus på socialt entreprenørskab.

Der er i det hele taget mange nuancer og forskelle, når man taler socialt entreprenørskab. Der findes ikke en endegyldig definition af, hvad socialt entreprenørskab er. Det handler ikke bare om at åbne et nyt børnehjem. Der skal nye løsninger – innovation – til.

Tania Ellis nævner biotekvirksomheden Aresa som et dansk eksempel på en social entreprenør. Virksomhedens omdrejningspunkt er en lille plante, der kan afsløre, om der ligger ueksploderede landminer i jorden. Aresa hentede sidste år 55 mio. kr. ved en børsnotering på den alternative markedsplass First North og er på vej til at realisere målet om profitabel vækst fra 2008. Virksomheden blev på World Economic Forum i Davos for nylig fremhævet som global, teknologisk pioner.

Et andet eksempel er den danske, familieejede virksomhed Vestergaard Frandsen, der står bag flere produkter, der kan redde liv i den tredje verden – blandt andet et vandfiltrerings-sugerør og et myggenet, der dræber malariamyg.

»Man kan finde dem inden for alle brancher. For sociale entreprenører er det kendetegnende, at det kommer indefra. Der er mange forskellige beæggrunde til at gå i gang, men de er generelt villige til at arbejde mere langsigtet end en almindelig business-entreprenør, da den økonomiske gevinst ikke kommer i første række. Den kan højst blive sidestillet med den sociale mission,« siger Tania Ellis.

Der er inde for de sidste 10-15 år sket en voldsom vækst i nonprofit-sektoren, og her finder man mange sociale entreprenører. Det er en af flere indikatorer på, at

Det er ikke nødhjælp

AF JESPER KONGSKOV OLSEN

Selv om virksomheden Vestergaard Frandsens produkter kan betyde forskellen på liv og død for fattige i den tredje verden, er det ikke et nødhjælpsprojekt. Det er først og fremmest forretning – men strategien og produktpaletten øger motivationen mærkbart, lyder det fra adm. direktør Mikkel Vestergaard Frandsen.

»Vores forretning handler om »doing business and doing good.« Men business kommer altid først. Det humane er ikke noget tilfældigt vedhæng. Det er en bevidst strategi, vi har lavet ud fra FN's udviklingsmål, der blandt andet handler om at forbedre miljøet og sænke bør-

nedødeligheden,« siger han og er dermed ikke enig med Tania Ellis om, hvad der kommer først: Forretningen eller det gode formål, når man taler om denne type entreprenørskab.

»Man kan vel godt sige, at vi viser, at det ene ikke udelukker det andet. Men hvis økonomien kom i anden række, kunne vi lige så godt overrække nøglerne til Røde Kors. Der er masser af problemer i verden, der råber på mere entreprenørskab. Det er bare at smøge ærmerne op og komme i gang,« siger han om potentialet for socialt entreprenørskab.

Virksomheden laver blandt andet et myggenet præpareret med kemikalier, der stopper myggens evne til at flyve og der-

med overføre malaria. Over en million mennesker dør af malaria om året – primært i Afrika syd for Sahara og primært børn. Det er målgruppen.

Rent drikkevand

Et andet produkt er det såkaldte lifestraw, et 25 cm. langt sugerør med et avanceret filter, der renses vandet. Det kan øge mange fattiges adgang til rent drikkevand. Filteret gør det muligt at drikke af selv den mest forurenede flod eller vandhul eksempelvis.

Familiefirmaet producerede ind til midt i halvfemserne erhvervsbeklædning til det skandinaviske marked. Men Mikkel Vestergaard Frandsen ville no-

get andet, efter han som 19-årig havde været i Afrika og sælge biler.

»Da jeg kom hjem til familievirksomheden, ville jeg helst arbejde med Afrika. Så aftalen med min far blev på det tidspunkt, at jeg fik et skrivebord i hjørnet, hvor jeg kunne sidde og arbejde med tekstiler til Afrika. Det var i 1993. I slutningen af 1994 ville min far også være med til den del, der var noget sjovere,« siger Mikkel Vestergaard Frandsen.

I dag er firmaet blandt verdens førende inden for de nævnte produkter, der er med til at redde menneskeliv i den tredje verden.

»Selv om det forretningsmæssige kommer først, er vores fo-

kus klart med til at øge motivationen. Det hører jeg da fra mine medarbejdere. For mit eget vedkommende har det også klart en betydning. Der skal mere end penge til at arbejde så meget, som jeg gør. Først og fremmest er det pisseskægt. Man bliver en del af en dagsorden, som man virkelig kan være stolt af,« siger Mikkel Vestergaard Frandsen.

Virksomheden har i dag hovedkontor i Schweiz, hvor mange af beslutningerne om det globale sundhedsområde tages. Vestergaard Frandsen indgår mange partnerskaber med de store nødhjælpsorganisationer som f.eks. FN og Røde Kors.

jesper.kongskov@borsen.dk

det er et vækstfelt, lyder det fra Tania Ellis.

Flere med socialt islæt

I 2003 undersøgte det internationale forskningskon-sortium Global Entrepreneurship Monitor (GEM) udbredelsen af socialt entreprenørskab i Storbritan-

nien. Undersøgelsen viste at flere var involveret i socialt entreprenørskab end i traditionel business-entreprenørskab. Et par år efter i 2005 undersøgte det britiske handelsministerium også udbredelsen af socialt entreprenørskab i landet. Her fremgik det, at virksomheder med et socialt eller mil-

jømæssigt formål, som geninvesterer deres overskud for at fremme disse formål, står bag en samlet omsætning på 190 mia. kr. om året og beskæftiger cirka 800.000 mennesker i Storbritannien.

»Det er ikke noget lille ubetydeligt område. Der går mange sociale entreprenø-

rer rundt omkring. De er bare ikke klar over, at de er det. Så den offentlige iværksætterrådgivning skal også tunes ind på dette felt. Det vil have stor betydning at udvide iværksætterbegrebet, som herhjemme i stadigt sti-

gende omfang drejer sig om økonomiske vækstiværksættere. Og det er et problem, fordi de sociale entreprenører ikke nødvendigvis har fokus på vækst i form af omsætning og antal ansatte. De bidrager først og fremmest

med at skabe værdi til samfundet, og resultatet kan endda få meget stor betydning for mange mennesker og dermed også samfundsøkonomien,« siger Ellis

jesper.kongskov@borsen.dk

Vi søger Franchisepartnere i Danmark for

Ulla Popken er et modefirma med stor international succes, som driver 300 franchise og egne filialer, samt postordre og online shops.

Som enestående udbyder af Damemode i størrelserne 42 – 60 har Ulla Popken allerede i dag et stort og tilfreds kundekreds i Tyskland, Østrig, Schweiz, Holland, Belgien, Luxemburg, Frankrig, Storbritannien, Polen, Ungarn, Grækenland, Kuwait og Katar.

Ulla Popken tilbyder:

- Et internationalt testet franchise koncept med kompetent rådgivning
- 10 eksklusive kollektioner om året
- Beskyttet salgsområde
- Markeds- og salgsservice

Er du blevet interesseret?

Har du erfaring fra detailhandel samt modebranchen, og besidder du den nødvendige drive der skal til, for at være selvstændig erhvervsdrivende i et internationalt franchisekoncept. Er høj service og kundepleje en helt naturlig del af dine kompetencer, og kan du identificere dig med Ulla Popken's koncept og målgruppe kan Ulla Popken være den rigtige partner for dig.

For yderligere information kontakt Adam Jarolics på 6015 2518.

Ansøgninger mærket "Ulla Popken" sendes til PS4 Franchisepartner eller pr mail til AJ@PS4.dk, indeholdende alle relevante informationer.




Ung mode fra størrelse 42

Region Hovedstaden Koncernindkøb

4 Indkøbskonsulenter

Strategisk indkøb for 5 milliarder kroner



Sammen med dine 17 kolleger får du ansvaret for Region Hovedstadens strategiske indkøb; samarbejdet med brugerne i det enkelte udbud, styring af udbudsforretning, indgåelse af indkøbsaftaler og leverandøropfølgning i et af Danmarks største indkøbskontorer med et indkøbspotentiale på omkring 5 milliarder kroner.

Du bliver ansat i Koncernindkøb, der udover strategisk indkøb også har en udviklings- og analysefunktion og sektion til operationelt indkøb, så der i alt er omkring 40 ansatte.

Dine opgaver

De tre af stillingerne er faste, og den fjerde er et vikariat på 8 måneder. Alle stillinger er inden for strategisk indkøb af generelle og hospitalsspecifikke forbrugsvarer, tjenesteydelser samt generelt og hospitalsspecifikt udstyr.

Du skal i samarbejde med brugerrepræsentanter fra hospitalerne sikre, at varen specificeres, afdække markedet for varen, gennemføre udbud, indgå aftale samt medvirke ved efterfølgende leverandøropfølgning.

Du vil indgå i et mindre team på 2-3 personer for hver produktgruppe, men har selvstændigt ansvar for en række produktgrupper.

Din baggrund

Vi søger både nyuddannede og erfarne indkøbere. Du skal have en relevant videregående uddannelse eller en tilsvarende erfaring med strategisk indkøb, udbudsret og aftaleindgåelse. Du arbejder struktureret og analytisk og er god til både talbehandling og til at

formulere dig skriftligt. Du er målorienteret og motiveres af at skabe besparelser (baseret på TCO-betragtninger) igennem dine indkøbsaftaler. Du er udadvendt og kan styre en proces med mange interessenter i en stor organisation, hvor du skaber respekt ved at levere kvalitet og resultater.

Vi tilbyder

Et spændende job med en stor kontaktoverflade til leverandører og regionens virksomheder. Du får mulighed for opdyrking af nye markeder og produktområder samt at påvirke processer, metoder og kultur i en nyfusioneret afdeling. Arbejdssted er midlertidigt i København og vil senere blive i Hillerød.

Lønnen er overenskomstreguleret og ligger omkring kr. 400.000 om året inkl. pension afhængig af din uddannelse og erfaring.

Ansøgningen bedes sendt til

Region Hovedstaden, Koncernindkøb Bredgade 34
Opg. E, 3. sal
1260 København K
eller pr. mail til chefsekretær Kirsten.Dahl.Hansen@regionh.dk og bedes mærket "indkøbskonsulent" henholdsvis "indkøbskonsulent/vikar".

Ansøgningsfristen

er onsdag den 7. marts 2007. Ansættelsessamtaler forventes afholdt den 12. og 13. marts 2007. Yderligere oplysninger om stillingerne kan indhentes hos koncernindkøbsschef Kirsten Jensen, tlf. 33 48 38 38.

Læs mere Region Hovedstaden på www.regionhovedstaden.dk