

Fremtidens iværksættere tænker socialt

Sociale iværksættere er ikke tilfredse med bare at tjene penge. De vil også tjene mennesker, for det er vigtigt, at en aktivitet også er en succes ud fra en social eller miljømæssig målstok.

AF ANNETTE K. NIELSEN

Hvis det stod til virksomhedsrådgiver Tania Ellis burde der være meget mere fokus på sociale iværksættere i Danmark. Verden er måske blevet mindre, siger hun, men de samfundsmæssige udfordringer er blevet større.

"Sociale iværksættere ser typisk samfundsmæssige problemer og menneskers behov som en platform for idéudvikling. Det kan være at skabe jobs til svage ledige, indkvartering til hjemløse, nye børnepasningsformer eller grønne teknologiske løsninger. Deres primære fokus er at skabe social værdi, og profit er kun et middel til at fremme et socialt formål."

Den danske it-virksomhed Specialisterne er et godt eksempel. Den har skabt arbejdspladser for en gruppe udsatte, der har svært ved at komme ind på arbejdsmarkedet, nemlig personer med autismespektrum-forstyrrelser.

"Som mange sociale iværksættere har virksomheden brudt med vanetænkningen. De ser ikke på denne gruppe som socialt handicappede, men udnytter deres særlige sans for detaljer, logisk tankegang og vedholdenhed til at løse krævende it-opgaver. Specialisterne tjener penge på markedsvilkår, og har et samtidig et socialt sigte," siger Tania Ellis.

For en social iværksætter har penge kun værdi, hvis der kommer en social effekt ud af indtjeningen.

Konceptet bag Grameen Bank, der var pioner inden for mikrolån, er et andet eksempel på innovativ social iværksætteri. Her drevet af grundlæggeren Muhammad Yunus' ønske om fattigdomsbekæmpelse i Bangladesh. Yunus vendte etableret bankpraksis på hovedet og viste, at der var et forretningsperspektiv i at låne meget små beløb til fattige, så de selv kunne løfte sig ud af fattigdom.

"Mikrolån er netop ikke velgørenhed, men forretnings, hvor låntager betaler renter og udlåner stiller krav," siger Tania Ellis. Nu eksisterer der mikrolånbanker over hele verden.

Fremtidens forretningsmodeller

Den største forskel på en traditionel vækstiværksætter og en social iværksætter er, at for en social iværksætter har penge kun værdi, hvis der kommer en social effekt ud af indtjeningen:

"Derfor ser man ofte, at de geninvesterer deres profit i samfundet eller virksomheden, så der kan skabes endnu mere social værdi. Succes måler de ikke kun på den økonomiske bundlinje, men også den sociale eller miljømæssige," siger Tania Ellis. Efter hendes opfattelse baner socialøkonomiske iværksættere simpelthen vejen for fremtidens forretningsmodeller, hvor man både tjener mennesker og tjener penge.

I dag presser flere og flere forbrugere og medarbejdere på for at få virksomheder til at indarbejde samfundsansvarlighed i deres forretningsstrategi. Det er ikke nok at tjene penge, det skal også ske på en ordentlig måde. Tania Ellis har tidligere været leder i det private erhvervsliv, og bygget bro mellem menneskers behov og forrettningens behov. Hun oplevede netop, hvordan medarbejdernes behov begyndte at ændre sig.

"På et tidspunkt var det ikke nok at tilbyde folk mere i løn. De efterlyste værdier og forståelse, personlig udvikling og meningsfyldt arbejde. De spurgte, 'Hvorfor skal jeg lave det her?' Traditionelle virksomheder kan bestemt lære noget af de sociale iværksætteres værdibaserede arbejde."

For at fremme deres sociale formål er sociale iværksættere nemlig gode til at inddrage deres interessenter. Medarbejdere, brugere og borgerne tages med på råd i forhold til udviklingen af nye produkter, løsninger og ydelser. Buzzordet for det er 'brugerdrevet innovation', netop noget alle samfundsaktø-



Forbrugere og medarbejdere presser i stigende grad på for at få virksomhederne til at indarbejde samfundsansvarlighed, siger Tania Ellis.

rer ønsker at blive bedre til, siger Tania Ellis. Endvidere er sociale iværksættere gode til at indgå tværsektoriale partnerskaber for at opnå deres mål. Det er også en strategi den private og offentlige sektor anerkender som vigtig for at få succes.

Socialøkonomiske iværksættere har længe fløjet under radaren i Danmark, men der er tegn på at denne tendens er ved at vende. På erhvervsakademier tager studerende initiativer til studenterorganisationer, der fokuserer på, hvordan forretningsværktøjer kan bruges til at fremme et godt formål, fortæller Tania Ellis. For nogle måneder siden åbnede Socialøkonomisk Formidlingscenter med støtte fra satspuljemidler. Centerets formål er netop at udbrede kendskabet til denne form for iværksætteri.

"Det er udtryk for en begyndende anerkendelse fra politisk side om, at der ligger et kæmpe potentiale i dette felt, og at det skal indfries."

Tania Ellis har skrevet bogen "De nye pionerer" om sociale innovatører, der skaber vækst, værdi og en bedre verden (JP Forlag, 2006). Hun arbejder blandt andet med formidling og rådgivning inden for social iværksætteri og løser opgaver for bl.a. tilknyttet Socialøkonomisk Formidlingscenter.



Tania Ellis på Iværk08

På Iværksættermessen taler Tania Ellis om: Hvem er de sociale entreprenører? Hvilke principper arbejder de efter? Hvad kan vi lære af dem? Og hvordan kan du komme i gang, hvis du har en socialøkonomisk virksomhedsidé? Hør om de gode eksempler, tidens business trends, og Socialøkonomisk Formidlingscenter, når Tania Ellis fortæller om de nye pionerer indenfor CSR og socialøkonomi.

www.taniaellis.dk
www.socialokonomi.dk