

# TANIA ELLIS NYHEDSBREV

Januar 2011 - Del 2

Social innovation • Greenwashing • Social media  
masterclass



Tania Ellis

## FLERE NYTÅRSFORSÆT FOR 2011

I sidste uge modtog du den første del af januar nyhedsbrevet med tips, arrangementer og anden inspiration, som kan hjælpe dig godt i gang med 2011.

I den forbindelse vil jeg gerne sige tak for den positive respons og flere input til, hvordan vi som enkeltpersoner og virksomheder kan bygge bro mellem menneskers behov og forretningsbehov, så det batter på den personlige, virksomhedens og den samfundsøkonomiske bundlinje.

Hvis du lige har tilmeldt dig nyhedsbrevet, kan du læse Del 1 af januar nyhedsbrevet [hér >>](#)

I denne anden del af januar-nyhedsbrevet følger inspiration til to nytårsforsæt mere, der skaber både økonomisk og social værdi: social innovation der tjener mennesker og penge og værdiskabende kommunikation.

I de kommende nyhedsbreve vil jeg stille skarpt på flere tendenser inden for etik, ansvarlighed, bæredygtighed og mening, så stay tuned! Indtil da, hører jeg som altid gerne fra dig, hvis du har bøger, artikler, virksomhedscases eller projekter, som kan være af interesse for læserne af dette nyhedsbrev.

Bedste hilsner  
Tania Ellis



## FORSÆT #3 – INNOVATION DER TJENER MENSKER OG PENGE

### CORPORATE SOCIAL INNOVATION (CSI) OG IDÉFAKTOR

Social innovation er nye løsninger på samfundsproblemer og innovative forbedringer af menneskers liv. Andelsbevægelsen, lovgivning, skat, terapi, forsikringer, fagforeninger, børnehaver, ledelseskoncepter og nye læringsmetoder er alle eksempler på sociale innovationer, som gennem tiden er kommet til verden for at imødegå samfundsudfordringer og nye behov.

Social innovation er ikke forbeholdt en bestemt sektor. Den findes i det offentlige, hos NGO'er og i virksomheder. I det offentlige bliver det ofte til [velfærdsinnovation](#) (mere om dette i næste nyhedsbrev). Og når nye løsninger på samfundsproblemer og nye sociale behov bliver gjort til en virksomheds kerneforretning, bliver det til [corporate social innovation \(CSI\)](#).

I december havde jeg fornøjelsen af sammen med [Vincent Hendricks](#) og [Mads Øvlisen](#) at udgøre dommerpanelet i [Idéfaktor](#) – et initiativ fra [Center for Samfundsansvar](#) under Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. Her præsenterede 56 små og mellemstore virksomheder i Region Sjælland deres idéer til nye **bæredygtige produkter**, og den bedste blev præmieret med **100.000 kroner**.

⚡ [Du kan læse mere om finalisterne og vinderen hér](#)

⚡ [Se billeder fra finalen på min Facebook-side hér](#)



## SÅDAN KAN DU KOMME I GANG MED CSI

I sidste måned udgav [The European Financial Review](#) min artikel "[Sustainable business success through corporate social innovation](#)". Heri kan du læse om virksomheder som fx Nike, CEMEX, General Electric og Unilever, der har skabt forskellige former for corporate social innovation ved at tage udgangspunkt i de principper, jeg har bygget ind i min model [The 4 Enabling C's](#) – de fire hjørnesteen for bæredygtig business.

Men CSI er ikke kun forbeholdt store multinationale virksomheder – også **små og mellemstore virksomheder** kan være med! Det kan du bl.a. finde inspiration til med Center for Samfundsansvars online-værktøj [Idekompasset](#).

Og hvis du allerede er klar til at omsætte ord til handling, kan du tilmelde dig min [strategiske CSR kick-off workshop](#), som afholdes **torsdag d. 27. januar** i København. Her får du viden og værktøjer til at udarbejde hjørnesteenene til en ny eller revitaliseret CSR-strategi, som kan blive til en del af jeres (kerne)forretning.

⇒ [Læs mere om workshoppen hér](#)



## FORSÆT #4 – VÆRDISKABENDE KOMMUNIKATION

### CSR 2.0

Én måde at skabe (corporate) social innovation er ved at inddrage og interagere med omverden i forbindelse med problemløsning og produktudvikling. Og til dette er internettet og de sociale medier (web 2.0) fremragende værktøjer. De giver mulighed for at slå to fluer med ét smæk: at kommunikere og innovere.

Det er dét, over 1000 innovatører, virksomheder og organisationer samarbejder om på [Social Innovation Exchange](#). Og det er dét, som også store kommercielle virksomheder som f.eks. Toyota har gjort ved at lægge dele af deres forskning og produktudvikling ud på [Innocentive.com](#).

Faktisk viser en ny undersøgelse fra McKinsey & Co, at virksomheder, som intensivt udnytter de sociale medier, får større markedsandele og højere omsætning. Alt dette kan du læse mere om i min seneste blogpost, "[First-movers engage, innovate and co-create with CSR 2.0](#)" og i mit blogindlæg til Center for Samfundsansvar, "[En verden af bæredygtige forretningsideer](#)".



## FÅ VÆRKTØJERNE TIL DIN EGEN SOCIALE MEDIESTRATEGI

Du kan smøge ærmerne op og gå i gang med det samme på min [social business media masterclass](#) mandag d. 31. januar. Her har jeg allieret mig med **én af Danmarks førende social media eksperter, Henriette Weber** fra [Toothless Tiger](#), som bl.a. har skrevet bogen ["Return on Involvement"](#).

Du kan læse mere om Henriettes tilgang til de sociale medier i hendes blogindlæg ["Reduce, recycle, reuse, rethink, retweet"](#). Med Henriettes social media-eksperise og min ditto inden for social business har vi skruet et program sammen, som vil give dig den nødvendige **indsigt og praktiske værktøjer** til at udarbejde din **egen sociale mediestrategi og handlingsplan** for din anvendelse af de sociale medier, så de understøtter dine samfundsansvarlige forretningsaktiviteter.

Så når dagen er omme vil du bl.a. være i stand til at:

- **Bruge** de sociale medier og ikke bare læse om dem.
- **Udvælge** sociale medier der har strategisk relevans for din virksomhed.
- **Planlægge** tidsforbrug, indhold og budskaber.
- **Brande** din virksomheds samfundsengagement.
- **Generere** kunder og salg gennem de sociale medier.
- **Måle** resultaterne af din sociale medieindsats.

🔗 [Læs mere om programmet for masterclassen hér](#)

🔗 [Tilmeld dig hér](#)



## GREENHUSHING ELLER GREENWASHING?

I mit [december nyhedsbrev](#) fortalte jeg, at mange danske virksomheder stadig halter bagefter med at kommunikere deres samfundsengagement til omverden – og derved går glip af den branding- og inspirationsværdi der følger med.

Det uddybes bl.a. i artiklen ["Samfundsansvar på listesko"](#), som fortæller om årsagerne til, at mange danske virksomheder kan beskyldes for **"greenhushing"** – at de tier med at fortælle om deres arbejde med bæredygtighed.

Andre virksomheder, som rent faktisk kommunikerer deres samfundsengagement udadtil kommer i nogle tilfælde under anklage for **"greenwashing"** – at de giver et vildledende indtryk af virksomhedens miljøprofil. Men der er ikke nødvendigvis tale om et bevidst forsøg på at vildlede. Greenwashing kan være et spørgsmål om manglende viden.

Derfor afholder [Dansk Standard](#), [InterfaceFLOR](#), [PR Partner](#) m.fl. konferencen **"Hvad kommer efter greenwash?"** fredag d. 11. februar. Formålet med konferencen er bl.a. at starte en konstruktiv diskussion om, hvordan virksomheder og organisationer **nytænker deres kommunikation**, så den både er interessant og i overensstemmelse med virksomhedens strategi. Samtidig er den et startskud til at **danne netværksgrupper** i branchespor eller andre fællesskaber.

Der er indlæg fra bl.a. EU-kommissær [Connie Hedegaard](#), [IKEA](#), [InterfaceFLOR](#), [Greenpeace](#), [Danwatch](#) og Forbrugerombudsmanden, og undertegnede er moderator på dagen.

⇒ [Læs mere og tilmelding til konferencen hér](#)



## KALENDEROVERSIGT

### [Strategisk CSR kick-off workshop](#)

27. januar 2011, København

### [Social business media masterclass](#)

31. januar 2011, København

### [Greenwash konference](#)

11. februar 2011, København

### [DJØF velfærdsinnovationskursus](#)

22-23. marts 2011, København

⇒ [Læs mere om alle arrangementer hér](#)



Nyhedsbrevet fra Tania Ellis er for alle med interesse i innovative og bæredygtige erhvervspraktikker, der skaber økonomisk og social værdi. Følg også med i seneste sociale business trends på Tania Ellis' [website](#), [blog](#), [Twitter](#) og [Facebook](#) side.

Har du bøger eller artikler du kan anbefale, kender du til projekter, konferencer, foredrag eller andet, som kan være af interesse for læserne af dette nyhedsbrev, så send gerne en mail på [te@taniaellis.com](mailto:te@taniaellis.com).

Kender du til andre, som vil kunne have glæde af nyhedsbrevet, er du velkommen til at videresende denne mail. Du kan til/afmelde dig nyhedsbrevet [hér](#).

---

[www.taniaellis.com](http://www.taniaellis.com)

---