

# THE SOCIAL BUSINESS CLUB®

Minikonferencen afholdes af TANIA ELLIS – The Social Business Company®

## Tid, sted, pris

**Tid:** Tirsdag d. 2. december 2014 kl. 13.00-17.30

**Sted:** KPH, Enghavevej 80, 2450 København N  
([www.kph-projects.dk](http://www.kph-projects.dk))

## Deltagerpris (ekskl. moms):

Ikke-medlemmer: 950 kr.

Premium Club medlemmer: inkl. i medlemskab

Basic Club medlemmer: 650 kr.

Starts-ups & Students: 250 kr.

## Tilmelding på:

[www.amiando.com/theartofsocialbusiness](http://www.amiando.com/theartofsocialbusiness)

## Minikonferencen er for dig som fx:

- Arbejder med kommunikation og samfundsansvar (CSR)
- Driver en virksomhed med grønne eller sociale mål
- Ønsker konkret inspiration og idéer til egen praksis
- Vil have indblik i andres praktiske erfaringer
- Har lyst til at møde og netværke med andre med interesse i dette felt

*The Social Business Club er et inspirations- og netværksforum for professionelle med interesse i innovative og bæredygtige (erhvervs)praktikker, der skaber økonomisk og social værdi.*

*Basismedlemskabet er gratis, og giver dig bl.a. adgang til et online netværk af over 1600 medlemmer fra hele verden med samme interesser som dig.*

Gratis tilmelding på [www.thesocialbusinessclub.com](http://www.thesocialbusinessclub.com)

## Minikonference:

# The Art of Sustainable Communication

## - Sådan kommunikerer du dine CSR-budskaber visuelt



Hvordan kan du fortælle dine CSR-historier med billeder frem for ord? Det vil du få en masse praktiske eksempler på ved vores minikonference, hvor vi stiller skarpt på, hvordan virksomheder kan bruge kunst, design og andre former for visuel formidling til deres arbejde med bæredygtighed og samfundsansvar.

Du vil blandt andet møde den grønne hotelkæde, som bruger bæredygtig visual merchandising som en central del af sin kommunikation og branding; den sociale non-profit

festival, som bruger æstetisk kapital i form af musik, kunst og billedkampagner til at understøtte sit samfundengagement; den multinationale medicinalvirksomhed, som blandt andet bruger infographics og spil i sin CSR-formidling.

Udover indlæg vil der være en lille udstilling med praktiske eksempler på forskellige former for visuel kommunikation, og undervejs vil du også få rig mulighed for at diskutere, netværke og udveksle ideer til, hvordan du selv kan komme godt i gang med visuel CSR-kommunikation.

## Program



### Gør en forskel med billeder

Hvordan kan design, kunst og visuel formidling bruges til at fremme samfundsgavnligt formål? Hvordan bruger virksomheder visuel formidling til at kommunikere deres CSR-historier og andre bæredygtige budskaber? Et overblik over globale trends og cases.

**Tania Ellis, specialrådgiver og direktør, The Social Business Company**



### Når æstetik og etik går hånd i hånd

Når gæster besøger Guldsmeden Hotels er de ikke i tvivl om, at både æstetik, bæredygtighed og etik er i højsædet. For den grønne hotelkæde bruger visual merchandising og andre former for visuel kommunikation til formidling af sine værdier. Hvilken effekt skaber denne form for kommunikation?

**Kirsten Aggersborg, Communications & PR Manager, Guldsmeden Hotels**



### Kunsten at skabe samfundengagement gennem billeder

Synligt, Sjovt og Symbolsk. Hos Roskilde Festival benytter man disse tre kommunikationsprincipper for sine bæredygtighedsbudskaber. Hør og se hvordan de bliver bragt i spil til at skabe engagerende grønne holdningskampagner, intern CSR-kommunikation og effektive bæredygtighedsprojekter.

**Christina Bilde, Kommunikationschef, Roskilde Festival**



### Fra CSR-rapportering til CSR-involvering – hvordan?

Videor, infographics og spil er blot nogle af de måder den internationale CSR-duks, Novo Nordisk, får rapporteret og kommunikeret sit samfundengagement til omverdenen. Hvilke gode og dårlige erfaringer har virksomheden med visuel kommunikation, og hvad kan vi lære af dem?

**Camilla Crone Jensen, Corporate Sustainability, Novo Nordisk**