



Ciculink Utbildningsmaterial

Verktygslåda



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.
Project Number: 2018-1-SE01-KA202-039132



Gästrike
Återvinnare

Qstpeuropa

innovADE
LEADERSHIP IN INNOVATION



Innehåll

Innehåll.....	2
Introduktion till Circulink-projektet	4
Fallstudier: Varför och Hur	5
Förslag till kursimplementering	7
Circulink eLearning Platform och Collaborative Area	9
Moment 1	11
Social Innovation	11
1 - Introduktion till Social Innovation.....	16
2- Utforma och genomföra social innovation "verktyg".	17
3- Strategier för hur man ska hantera utmaningar och stödja en social innovativ idé.....	19
4- Mätning av social innovation påverkan	20
5- Hållbar affärsmodell Canvas - Social Innovation.....	21
MOMENT 2	25
Samarbetsledning.....	25
1 – Cirkulär ekonomi och samarbete	32
2- Linjär ekonomi vs cirkulär ekonomi	34
3- ReSOLVE ramverket	36
4 - Mot cirkulär ekonomi.....	38
Hållbar affärsmodell Canvas: URSA fallstudie.....	40
Moment 3	42
Mångfaldshantering.....	42
1 - Hur man gör små och medelstora företag mer diversifierade	47
2- Utmaningar för mångfaldshantering och hur man kan övervinna dem	48
3- Vad du behöver veta om genomförandet av mångfaldshantering.....	49
4- Utvärdering av strategier för mångfaldshantering	53
5- Hållbar Affärsmodell Canvas - Mångfaldshantering	56
Moment 4	60
Social Ekonomi	60
1- Störande designmetod i social cirkel ekonomi	63
2- The 5 whys	64
3- Hur kan vi	66
4- Bygga ett team	67
Moment 5	69

Företagens sociala ansvar CSR	69
1- Introduktion till CSR	72
2- Att titta på olika företags hemsidor och se hur de arbetar med CSR och hur de använder det i sin marknadsföring.....	73
3 - Att vara eller inte vara cirkulär?.....	74
4- Utveckla en cirkulär strategi för CSR i (ett) ditt företag.....	75
Hållbar Affärsmodell Canvas - Sista övningen.....	77
Hållbar affärsmodell Canvas Guidning frågor per enhet.....	78



Introduktion till Circulink-projektet

Circulink – projektet "Samarbetsstrategier för att koppla samman initiativ för den cirkulära ekonomin" syftar till att öka medvetenheten bland små och medelstora företag, icke-statliga organisationer, samhällsorganisationer och företag, om fördelarna med cirkulära affärsmodeller. För att stödja nya aktörer i cirkulär ekonomisk verksamhet kommer projektet dessutom att stödja små och medelstora företag, icke-statliga organisationer och grupper som redan ägnar sig åt den cirkulära ekonomin för att utveckla sina möjligheter, färdigheter och förståelse för cirkulära affärsmodeller.

Cirkulära affärsmodeller (CBM:s) står i kontrast till traditionella linjära affärsmodeller som genererar överskott av avfallsprodukter och inte återanvänder dessa produkter vid tillverkning av nya varor. CBM:s är kopplade till den cirkulära ekonomin eftersom denna form av affärsmodell strävar efter att använda mindre material och resurser i produktion. Tillhandahållande av varor och tjänster till globala konsumenter, att kunna förlänga livslängden för befintliga produkter och varor genom att återanvända och återinvestera dessa varor i tillverkningsprocessen. Att minska det globala avfall som produceras av industrin samt minska koldioxidutsläppen från tillverkning och produktionen som i sin tur kan spara pengar till företag av alla storlekar och skalor i processen.

Circulinks-projektet syftar till att stödja individer, samhällsgrupper och små och medelstora företag att delta i den cirkulära ekonomins verksamhet, i syfte att öka den sociala medvetenheten på lokal nivå i varje deltagande land. Circulink levereras av ett team av fem partnerorganisationer från Sverige, Cypern, Irland, Portugal och Spanien.

Projektet Circulink kommer att producera olika utbildningsmaterial som kommer att stödja små och medelstora företag och aktörer inom den cirkulära ekonomin för att förbättra sina kunskaper om CBM:s så att de kan utveckla dessa mer hållbara affärsmetoder. Projektgruppen kommer också att arbeta för att skapa en yrkesutbildning så att företag kan få stöd för att tillhandahålla denna riktade utbildning om den cirkulära ekonomin.

Genom detta projekt kommer deltagande partnerorganisationer att utveckla ett blandat utbildningspaket för företagsutbildare, små och medelstora företag och företagare inom den cirkulära ekonomin, stödja samarbete och nätverk mellan aktörer inom den cirkulära ekonomin, små och medelstora företag, yrkesutbildningsleverantörer, utbildningsinstitutioner och andra intressenter inom sektorn. Circulink Utbildningsmaterial Verktöglåda är den andra av utbildningsresultaten som producerats för Circulink-projektet.

Verktöglådan Circulink Training Materials Toolbox

Utbildningen är en verktöglåda för utbildare, den är strukturerad i en uppsättning praktiska övningar, som kompletterar den teoretiska ramen som ges på IO1 - Circulink - Collaboration Management Manual, med lätt tillämplig gruppdynamik, speciellt designade praktiska övningar. Dessa övningar valdes ut från ett brett spektrum av innovativa pedagogiska metoder. Dessa har provats i praktiken för att kunna passa den tilltänkta målgruppen. Fokus varit på att utnyttja deltagarnas egna erfarenheter och arbeta med kritiskt tänkande. Valet av metoder och övningar gjordes med tanke på Circulinks målgrupper:

☐ Yrkesutbildningsutbildare som kommer att genomföra inlärningskursen till elever som kommer att bli involverade och ska ta initiativ i framtidens cirkulära ekonomi.

☐ Nyckelaktörer i den cirkulära ekonomin och företrädare för små och medelstora företag som är intresserade av att delta i cirkulär ekonomi eller att genomföra/anpassa en cirkulär affärsmodell för sina företag.

Följande uppsättning praktiska övningar behandlar de fem utbildningsmoment som identifierats i den första utbildningsdelen:

☐ Moment 1 - Social innovation

☐ Moment 2- Samverkan (CEN/TS 16555-5 Europeisk innovationsledning standard för samverkanshantering)

☐ Moment 3 - Mångfaldshantering

☐ Moment 4 - Social ekonomi

☐ Moment 5 - Företagens sociala ansvar (CSR)

Varje moment börjar med minst en fallstudie från området Cirkulär ekonomi, som illustrerar motivet för momentet. Det ingår också 8 praktiska övningar (offline och online) per moment. Dessa kommer att hjälpa utbildarna att genomföra Circulink utbildning på ett mer engagerande och intressant sätt och hjälpa deltagarna att bättre förstå den praktiska strategin för den cirkulära ekonomin under varje utbildningsmoment. Utbudet av metoder som valts ut för att utforma dessa praktiska övningar tar hänsyn till synkrona och asynkrona inlärningsmetoder, utforskar och använder de erfarenheter som finns i gruppen så att det blir en mer komplett och omfattande inläringssituation. Detta med tanke på olika typer av lärande och den kompetens som finns i gruppen. Varje övning kommer att driva deltagarna att genomföra en slutlig hållbar affärsmodell Canvas (SBMC) med utgångspunkt av den erfarenhet de fått under varje delmoment.

Fallstudier: Varför och Hur

- Det är allmänt accepterat att den största delen av deltagarna spelar en passiv roll när det gäller aktivt deltagande. Även om det finns en allmän enighet bland forskarsamhället om att de deltagare som visar högre grad av intresse och aktivitet också visar mer framgångsrika läranderesultat. Fallstudier, som undervisningsmetodik, har potential att öka deltagarnas intresse och lärande i utbildningssituationen. Införandet av denna metod ger deltagarna, i detta specifika fall, studier av miljöproblem och/eller hållbara företag, genom studier av verkliga fall och i en konstruktiv inlärningsmiljö. Användningen av denna metod förbättrar deltagarnas lärande, inte bara för att skapa högre intressenivåer utan också på grund av att genomförandet av själva metoden i grunden stimulerar effektivare lärande, det vill

säga absorberat lärande snarare än memorerat lärande. I vårt fall kommer denna metod att kunna koppla den teoretiska metoden för varje utbildningsmoment till verkliga fall i den cirkulära ekonomin skapa ett sammanhang. Att utnyttja deltagarnas erfarenheter och/eller deras företags resultat, där egna exempel av projekt eller arbetsmetoder som kan användas och där det kan skapas berättelser om framgångar/ förbättringsmöjligheter utifrån erfarenheter.

Hur når man det?

- ☐ Anpassa ordförrådet till deltagarna
- ☐ Använd praktiska exempel och forma arbetsgrupper.
- ☐ Ta upp situationer som deltagarna kan relatera till.
- ☐ Identifiera möjligheter: håll uppe flera möjligheter och tillåt flera synpunkter när de väcks och analyseras
- ☐ Väcka reflektionsfrågor
- ☐ Experimentera med "negativa modeller": vad som aldrig ska göras
- ☐ Fastställa en tidsfrist för diskussionerna
- ☐ Styr diskussioner och debatterna
- ☐ Fokus på beteenden som ska utvecklas/förändras
- ☐ Be om slutsatser
- ☐ Extrahera och systematisera slutsatser om utbildningsinnehåll

Vilket form?

- ☐ Förbered en text baserad på verkliga fakta – använd/anpassa de föreslagna fallstudierna
- ☐ Dela resultaten från R&D-projekt – använd/anpassa det föreslagna fallstudierna
- ☐ Visa en dokumentär eller kort video (du kan använda det som föreslås i fallstudierna)
- ☐ Dela nyheter från en tidnings- och/eller mediewebbplats
- ☐

Hållbar affärsmodell Canvas (SBMC)

Circulink-utbildningen fokuserar på att slå samman social innovation och arbetslivet och försöker att öka medvetenheten om fördelarna för små och medelstora företag att lära sig om cirkulär ekonomi och Hållbara affärsmodeller med hjälp av ett utbildningspaket byggt för företagsutbildare, små och medelstora företag och CE-entreprenörer. SBMC är en viktig del av Circulink-utbildningen eftersom denna modell stöder utvecklingen av en idé till en livskraftig affärsmodell. Den följer en helhetssyn på relationer inom och utanför verksamheten. Förutom de ekonomiska kriterierna fokuserar den hållbara delen på verksamhetens miljömässiga och sociala konsekvenser. Den syftar till att maximera positiva effekter och undvika negativa effekter på samhället och naturen. Därför integreras hållbarhet i kärnverksamheten från designfasen. Visualiseringen i modellen främjar samstämmigheten i konceptet och förtydligar vikten av arbetet med CE bland deltagarna. Modellen stödjer vidare kommunikation med tredje part och möjliggör förberedelser för en solid affärsplan. I slutet av utbildningen syftar det till att Circulink deltagarna kan fylla sina egna SBC, planera för detta i sitt företag eller främja CE förändringar / strategier i det egna företaget. Så, varför detta tillvägagångssätt?

Trots det ökande antalet CE initiativ och företag inom EUROPEISKA-unionen är många av dem dömda att misslyckas, i brist på synlighet (och medvetenhet) och i slutändan brist på samarbete och en hållbar affärsstrategi. Den nya och öppna miljön för CE-initiativ ger dock en stor chans till utveckling, men samtidigt är många av dessa initiativ isolerade från varandra. Innovationsintegrering skulle kunna bidra till att stärka deras framgång t.ex. genom relevanta strategier och möjligheter att dela idéer med kollegor, bättre information och skapande av mer know-how.

Systematiskt samarbete är fortfarande en av de mest utmanande uppgifter och det krävs skicklighet för att behärska det. Det är mycket viktigt att de olika aktörerna – utbildningsanordnarna, små och medelstora företag, CE-aktörer, det civila samhället, statliga institutioner - får information om sociala innovationer som ger utrymme för mer CE-initiativ och samsarbetsdimensioner och vara skickliga på att utnyttja detta på ett harmoniserat och systematiskt sätt som involverar och skapar möjliga bidragsgivare för att ytterligare CE - initiativ.

Förslag till kursimplementering

Du kan starta din Circulink-utbildningspaket genom att använda "**Learning Outcomes Matrix**" som finns på **IO1 – Circulink Collaborative Management Manual**. Kompetensmatrisen, uppdelad i kunskap, kompetens och attityder (Autonomi och Ansvar), kommer att vägleda utbildare, deltagare och arbetsgivare för att bedöma vilka som kommer att bli de förväntade resultaten av att göra Circulink-utbildningen. I slutet av varje moment hittar du också avsnitten "**Guidance Notes for Tutors**". Där kan du hitta förslag på hur du genomför varje utbildningsmoment, varaktighet, material som krävs och även ledtrådar för bedömning och utvärdering.

Ciculink utbildning är lämplig att genomföras i tre olika inlärningsmetoder:

1. I klassen är det synkron inläring
2. On-line, är det asynkron inläring (e-lärande) @ **Ciculink e-Learning Platform & Collaborative Area**
3. Blandat lärande, sessioner i klassen och on-line (självstudier)

On-lineövningar finns på Circulink OER eLearning-plattformen¹. Det här dokumentet sammanställer endast praktiska övningar i grupp. Varje övning som presenteras i denna verktygslåda introducerar också de inlärningsmål, utbildningsmetoder som används och förslag på genomförande och/eller variationer i övningen. De flesta praktiska övningar används diskussionsmetodik. Varför?

Med hjälp av diskussioner som primär undervisningsmetod kan du stimulera kritiskt tänkande bland dina deltagare. När du upprättar en rapport med dina deltagare, kan du visa att du uppskattar deras bidrag och samtidigt att du utmanar dem att tänka djupare och att de formulerar sina idéer tydligare. Vanliga frågor som oavsett om du eller deltagarna ställer dessa är ett sätt att mäta lärande och utforska kursens nyckelbegrepp på djupet. Kort sagt,

¹ Please follow the link: <https://www.ciculink.eu/en/digital-learning-platform/collaboration-manual> and select each learning unit to access the dedicated online activities.

gruppdiskussioner omfattar både utbildare och deltagare för att definiera problemet och söka möjliga lösningar. Diskussionsmetod beskrivs också som en konstruktiv process som involverar lyssnande, tänkande, liksom deltagarnas förmåga att sätta ord på sina tankar. Du kan ta med en objektiv fråga, främja en liten gruppdiskussion, att vitalisera sessionen, eller göra en diskussion till en fallstudie, be dina deltagare att göra egna iakttagelser, genom att läsa teoretiska texter eller göra en praktisk forskning för att få diskussionerna mer givande. Glöm inte att:

Leda:

1. Ange syftet med diskussionen;
2. Förklara tydligt syftet med diskussionen så att du kan styra diskussionen (om det behövs);
3. Be tysta gruppmedlemmar att tala;
4. Var objektiv;
5. Sammanfatta diskussionen.

Observera:

6. Hur ställer dina deltagare kritiska kommentarer?
7. Hur ställer de frågor?
8. Hur håller de inte med eller stöder argument?
9. Hur agerar de för att avbryta, ställa en fråga eller göra ett avslut?

Om du vill gå vidare med gruppdiskussionsmetoden med dina deltagare är ett bra sätt att få dem att ta plats på scenen. Interaktion, oberoende och erfarenhetsbaserat lärande visar sig alla vara viktiga för vuxna, medan förtroende är nödvändigt för att säkerställa den idealiska inlärningsmiljön. Rollspel har varit en gemensam utbildningsmetod bland militära grenar, beredskapsgrupper och företag där snabbt beslutsfattande värderas högt. Så varför inte i en värld av (CE) företagsutbildning? Rollspel ger en säker miljö för att stöta på olika scenarier för första gången, vilket skapar förtroende för gruppmedlemmar som kan hjälpa dem i sina dagliga roller. Under de senaste åren verkar det rollspel har införlivats oftare i företagsutbildningar och i läroplaner för högre studier och det av goda skäl. Här är några tips om hur man tillämpar det:

10. Använd faktiska platser: Det bästa rollspelet är så realistiskt som möjligt. Placera deltagarna på de fysiska platser där de skulle uppleva de scenarier du försöker replikera eller åtminstone simulera bästa möjliga miljö.
11. Spela in ditt rollspel: Videoinspelning av eleverna i rollspelsscenarioer är ett värdefullt undervisningsverktyg. Det gör det möjligt för människor att se sig själva och sina styrkor och svagheter, som kan vara ganska kraftfull. Det gör det också möjligt för dem (och du) att "spela in" förbättring som ger upphov till diskussioner och framsteg.
12. Imitera verkliga scenarier: detta är kanske en av de enklaste formerna av rollspel. En pitch-presentation stimulera till exempel ett Shark Tank scenario
13. Bjud in konsulter/expert: för att få en autentisk rollspelsupplevelse.

Med tanke på Circulink-projektet och dess slutanvändare är en simulering av en presentation av företagsplanen ett bra sätt att engagera deltagarna i processen genom att samtidigt stimulera kommunikationskompetenser, tidsplanering, syntesförmågor, fokus eller lagarbete. Med tanke på den bakgrunden – berättande - och rollspelsstrategier – kan deltagarna simulera en pitchpresentation till övriga deltagare - till exempel en *Shark Tank* aktivitet. En Shark Tank är en panel av beslutsfattare som kommer att bidra till att prioritera den uppsättning idéer

som deltagarna föreslår för att lösa för ett affärsproblem, i detta sammanhang, ett cirkulärt företags (CB) problem. Detta scenario används i situationer där flera idéer produceras, men det finns begränsad tid att presentera dem. De beslutsfattare som sitter framför den som presenterar sin idé ställer frågor och bedömer idén Denna Shark Tank aktivitet är ett bra sätt att avsluta Circulink Utbildningen för att sammanfatta alla resultat och att presentera en cirkulär affärsidé, med hjälp av SBMC och baserat på de fem utbildningsmomenten. Under detta rollspel byter deltagarna roller, mellan panelmedlem och de som ska framföra sin idé; å ena sidan får deltagarna analysera och ställa frågor, och å andra sidan presenterar/berättar sin CB-idé för kollegorna och utbildningsledaren. På nästa sida hittar du flera övningar och mallar som hjälper eleverna att planera sin SBMC och utvärdera presentationer.

Ciculink eLearning Platform och Collaborative Area

The **Ciculink Digital**² Learning Platform kommer att ligga till grund för det individuella/ e-lärande utbildningsdelen. Detta är en Open Educational Resource (OER), så ingen registrering behövs för att gå med i online-kursen. Online Learning Area omfattar det teoretiska innehållet under **IO1 - Circulink Collaborative Management Manual**, visas i en interaktiv och engagerande layout.



Under varje enhet kan ni hitta en kort video-teaser som sammanfattar vad enheten är och de viktigaste målen under. Nu är ni redo att "starta kursen". Progressionen görs genom att följa det teoretiska innehållet. I slutet av varje enhet kan vi hitta onlineövningarna – "Aktiviteter" – och "Ytterligare resurser" relaterade till enhetsämnena.

SOCIAL INNOVATION



Start Course



² English version available at: <https://www.ciculink.eu/en/digital-learning-platform/collaboration-manual>

Tillsammans med eLearning Platform, ett **cirkulärt samarbetsområde** finns också Circulinks webbplats. Detta syftar till att kartlägga de cirkulära initiativen i partnerländerna, nämligen belysande fallstudier från varje kursmoment, att kartlägga intressenternas cirkulära initiativ, tillgängliga för att delta i cirkulära initiativ – som Repair Cafés, Fab Labs eller andra popup-evenemang – eller små och medelstora företag som vill hitta "cirkulära partner" för vidare samarbete och/eller utbyta erfarenheter. Alla är fria att lämna in sitt eget gröna initiativ! Detta samarbete är ett verktyg för att främja den europeiska plattformen för den **cirkulära ekonomin**,³uppmåna alla användare att också registrera sina goda metoder, kontakter eller studier inom det cirkulära området och utnyttja den europeiska dimensionen. I slutändan är det cirkulära samarbetsområdet en stor resurs för den cirkulära ekonomin, som berikar Circulink - utbildningen och deltagarnas kurserfarenhet.

Lycka till!

³ Available at: <https://circulareconomy.europa.eu/platform/>

Moment 1

Social Innovation



VEM: Case Study - Fairphone

VAR: Amsterdam, Netherlands

NÄR 2010

VAD: Ett rörelse/socialt företag för rättvisare elektronik



Case Study



Initiativet

Majoriteten av konsumenterna saknar information om hur deras produkter tillverkas, inklusive var materialet kommer ifrån och hur de tillverkas. Till exempel innehåller en smartphone cirka 40 olika mineraler som kommer från hela världen.

Värdefulla mineraler som tenn, tantal, volfram och guld, har pekats ut som särskilt problematiska. I vissa fall har gruvdrift och handel med dessa så kallade "konfliktmineraler" bidragit till att finansiera rebellgrupper och därmed stödjade konflikter och andra negativa effekter, inklusive kränkningar av miljön och de mänskliga rättigheterna, föroreningar, farliga arbetsvillkor och barnarbete.

Därför började Fairphone 2010 som en kampanj för att öka medvetenheten om användningen av konfliktmineraler i hemelektronik. Sex år senare blev det ett socialt företag och har släppt två smartphones med mer än 150.000 Fairphone ägare i sin rörelse.

Tidsram

2010, startade som en medvetenhetskampanj om konfliktmineraler och sedan 2013 är det ett oberoende smartphone producerande företag.

Fokusområden

Fairphone seeks to create positive changes in four key areas:



Mining

Fairphone sources conflict-free tin and tantalum from mines in the Democratic Republic of Congo.



Design

Fairphone is designed for longevity by being durable and containing parts that can easily be replaced by the user if something breaks.



Manufacturing

Fairphone is establishing collaborative, mutually beneficial and transparent relationships with manufacturers who are willing to invest in employee well-being.



Life cycle

Fairphone sells spare parts and offers repair tutorials to help make the phone useful for as long as possible.

Source: <https://unfccc.int/climate-action/momentum-for-change/ict-solutions/fairphone>



Kärngrupp och externa deltagare

Fairphone började 2010 av Bas Van Abel, som en kampanj för att öka medvetenheten om användningen av konfliktmineraler i hemelektronik. På deras kontor i Amsterdam finns det mer än 70 anställda. Dessutom har mer än 150.000 Fairphone ägare anslutit sig till rörelsen.

Finansiering

Företaget sökte upp investerare i linje med sina sociala och miljömässiga ambitioner. Pymwymic Impact Investera Cooperative och DOEN deltar i denna investering. Under 2019 säkrades dessutom 7 miljoner euro i finansiering, med en tidigare gräsrotsfinansiering på 2,5 miljoner euro och ytterligare 13 miljoner euro i skuldfinansiering. Denna investering erhöles efter att företaget hade producerat över 150 000 Fairphones sedan 2013.

Resultat

Fairphone motivation för att hitta transparenta källor till konfliktmineraler sträcker sig långt bortom sin egen smartphone och sociala innovation. Företaget vill bana väg för resten av elektronikindustrin att visa att spårbara mineralinköp verkligen är möjligt. Fairphone arbetar för att skapa ett annat tankesätt bland tillverkare, leverantörer och konsumenter för att fortsätta att öka medvetenheten om de frågor som rör elektronikproduktion och öka acceptansen av inköp från högriskområden på ett ansvarsfullt sätt. Det internationella erkännandet kom med FN:s Momentum for Change Award 2015 och International Business Cooperation Award vid European Business Awards for the Environment 2016-17.

Ursprung

Utan tidigare erfarenhet inom mobilindustrin hade Van Abel, en industridesigner, inte för avsikt att producera en funktionell, kommersiell smartphone; Hans mål var helt enkelt att öka den nederländska allmänhetens medvetenhet om sambandet mellan mobiltelefoner och mineraler som bryts i samband med en bitter inbördeskonflikt i Demokratiska republiken Kongo.

Beslut om fokus

Kampanjen gick snart över i en samverkan mellan Van Abel och allmänheten för att göra en prototypdesign. Inom sex månader efter att Fairphone bildats hade sociala medvetna konsumenter förbeställt telefonen genom publika finansieringsinitiativ.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

Fairphone visar att företag kan göra en vinst samtidigt som sociala och miljömässiga värden först.

1. Vad var nyckeln till framgången för Fairphone?

Målet är att producera och sälja 150.000 Fairphones per år och expandera till andra länder utanför Europa. Genom att visa att det finns en marknad och efterfrågan på etiska produkter kan Fairphone motivera hela branschen att förnya sig socialt och agera mer ansvarsfullt.

2. Finns det möjligheter för andra sektorer med anknytning till miljö- och etiska frågor?
3. Hur kan du ta itu med ekonomiska utmaningar som finansiering och höga produktionskostnader?

MER INFORMATION

Website: www.fairphone.com

Contacts: <https://support.fairphone.com/hc/en-us/requests/new>





Case Study

Workforce First (WFF)

VEM: Arbetskraft Först, The Other Ones Foundation

VAR: Austin, Texas, USA

NÄR: 2018

VAD: An alternative employment program for homeless people.

Initiativ

Hemlöshet har plågat tusentals människors liv enbart i USA. Enligt en rapport från US Department of Housing and Urban Development årliga hemlösa bedömning, från och med 2018, fanns det cirka 553,000 hemlösa i landet. Att inte ha ett stabilt hem kommer med massor av uppenbara nackdelar för sådana människor som är i desperat behov av en inkomst. Med de flesta arbetsgivare som kräver att deras anställda att ge en permanent adress, de hemlösa ofta befinner sig fast i en ond cirkel som de inte kan fly från.

Tidsram

I oktober 2018 lanserade The Other Ones Foundation ett nytt program som heter Workforce First-programmet, där de hemlösa fick i uppdrag att rengöra de gröna regionerna i Austin, vilket minskar pansarhanteringen.

Fokusområden

Programmet identifierar berättigade arbetstagare genom en kombination av partnerorganisationer och gatuuppsökande verksamhet. Det enda kravet att gå med i arbetskraften i första programmet är att en individ upplever eller har upplevt hemlöshet, är över 18, och att de kan hamna i ny hemlöshet. De erbjuder transport, lunch och lön i slutet av varje arbetsdag. Anställningsprocessen effektiviseras genom att ta bort alla traditionella hinder för att komma igång på ett jobb. Genom att undanröja dessa hinder, och öppna tillgång till arbete, hoppas stiftelsen att ta ett steg i att återfå förtroende och bygga gemenskap med människor som kan ha blivit opålitliga eller rädda för samhället och dess system.



KÄRNGRUPP & EXTERNA DELTAGARE

The Other Ones Foundation föddes ur en multi-byrå/arbetsgrupp som försöker hitta innovativa lösningar på Austin's Downtown hemlöskris. För närvarande finns det 14 anställda i organisationen och många fler volontärer.

Finansiering och resultat hittills

The Other Ones Foundation (Too Found) bidrar till att skapa sysselsättningsmöjligheter genom att undanröja de hinder hemlösa vanligtvis står inför under normala omständigheter såsom kravet på en permanent adress. På knappt ett år har WFF betalat ut över \$ 100,000 i förvärvsinkomst till personer som upplever hemlöshet och fattigdom, och 24 av hemlösa har flyttat in i stabila bostäder!

Stiftelsens intäkter kommer från privata donationer och offentliga finansieringsprogram.

Ursprung

I oktober 2018 har Workforce First-programmet (WFF) inrättats. Att veta att inkomsten är avgörande för att hitta bostäder stabilitet, ville organisationen erbjuda hemlösa människor möjlighet att tjäna en inkomst under dagen medan härbärgena inte var i drift.

Beslut om fokus

WFF erbjuder hemlösa (som annars skulle vara utanför) möjlighet att få ett dagsarbete. Världighet och egenmakt för arbete, och den inkomst det medför, tjänar som en stor språngbräda för att få hemlösa till en väg för ett mer meningsfullt liv.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

Ett framgångsrikt exempel på sociomiljö (hemlöshet, fattigdom, integrering av utsatta människor i samhället, miljö kvalitet) bidrag till lokalsamhällena. Framgången för Workforce First-programmet i Austin, Texas, har mobiliserat andra icke-statliga organisationer att anta programmet i andra områden och städer runt om i hela landet.

Anställningsprocessen effektiviseras genom att ta bort alla traditionella hinder för att komma igång på ett jobb. Genom att undanröja dessa hinder, och öppna tillgång till arbete, hoppas stiftelsen att ta ett steg i att återfå förtroende och bygga gemenskap med människor som kan ha blivit opålitliga eller rädda för samhället och dess system.

1. Hur kan du ta itu med praktiska och ekonomiska utmaningar i liknande fall?
2. Vilka är fördelarna för samhället från sådana program?

MER INFORMATION

Website: <http://toofound.org/>

Contacts: Max Moscoe – Community Engagement Coordinator at max@toofound.org



THE OTHER ONES
FOUNDATION

AKTIVITETSNAMN	1 - Introduktion till Social Innovation								
LÄRANDE MÅL	Lär dig vad som är social innovation och socialt företagande Identifiera ett socialt problem - möjlighet Skilja mellan de olika typerna av sociala problem Analysera fallstudier av sociala innovativa företag								
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Problembaserat lärande Brainstorming Gruppdiskussioner								
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 20 minuter för att införa ämnet "Introduktion till social innovation" med hela gruppen och sedan återspegla detta i små grupper. (3/4 personer) 25 minuter för att analysera fallstudier och diskutera problemen, hur de närmar sig dem, lösningar och intressenter i små grupper och att dela resultaten från den lilla gruppen med alla. 15 minuter identifiera aktuella sociala problem och diskutera lösningar								
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer.								
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor, bärbara datorer och projektor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)								
BESKRIVNING	Låt eleverna presentera sig och be dem tänka på ett socialt problem för samhället (t.ex. trafik, avfall, mat, hälsovård, arbetslöshet) för vilka de kan fastställa orsakerna, innovativa lösningar och åtgärder. Diskutera och beskriva orsaker, intressenter och lösning/åtgärder för att övertyga de andra deltagarna, och genom dem, de potentiella aktieägarna, om att göra utvecklingen i samhället mot ansvarsfull innovation. 1. Ledaren informerar om social innovation och vad ett socialt problem är. (5 minuter) 2. Ledaren visar exempel och fallstudier av sociala innovativa företag. (5 minuter) 3. Deltagarna i små grupper kommer att försöka göra en lista över så många sociala problem från sina länder/samhällen och fylla i följande tabell. (10 minuter) <table><tr><th>Sociala Problem</th><th>Positionen just nu</th><th>Åtgärder för lösning</th></tr><tr><td>Könsdiskriminering</td><td>Lagar som inte genomförs korrekt</td><td>Offentliggöra regler och öka medvetenheten.</td></tr></table>			Sociala Problem	Positionen just nu	Åtgärder för lösning	Könsdiskriminering	Lagar som inte genomförs korrekt	Offentliggöra regler och öka medvetenheten.
Sociala Problem	Positionen just nu	Åtgärder för lösning							
Könsdiskriminering	Lagar som inte genomförs korrekt	Offentliggöra regler och öka medvetenheten.							

	1. Be deltagarna att kartlägga de intressenter som måste involveras och debattera i små grupper om resultaten. (25 minuter) 2. Be deltagarna att presentera det sociala problemet, de viktigaste intressenterna och de möjliga lösningarna för alla deltagare. De sociala frågorna och lösningarna kommer då att diskuteras tillsammans med de andra grupperna. För den här uppgiften kommer de att använda blädderblock för att reflektera över de föreslagna åtgärderna. (15 minuter)
GENOMFÖRANDEFÖRSLAG	Ledaren måste förbereda sig för måtta på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar 3. Vridning/komplikationsfaktor
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

AKTIVITETS NAMN	2-Utforma och genomföra social innovation "verktyg".
LÄRANDE MÅL	1. Identifiera det problem du vill lösa och din målgrupp. 2. Förstå vikten av prototyper och lotsning 3. Genomförandestadiet och relevanta aspekter 4. Så här skalar du upp en produkt, tjänst eller modell.
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Problembaserat lärande Brainstorming Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 10 minuter att införa ämnet med hela gruppen och sedan att återspegla det i små grupper. (3/4 personer) 15 minuter för att diskutera probleminentifiering, målgrupp och prototyper. 20 minuter för att presentera och diskutera genomförandeskedet och relevanta aspekter 10 minuter brainstorma och diskussion om skalning upp metoder 5 minuter för "wrap up" och sammanfattning.
GROUP SIZE	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer.

SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	Låt deltagarna presentera sig och diskutera med dem om eventuella utmaningar som kan ställas inför under genomförandet av deras idé (eller tillämpningen av den inom en viss sektor). Diskutera med dem om möjligheter och lösningar. 1. Ledaren presenterar exempel på sociala problem och den relevanta målgruppen. (10 minuter) • Inse vilket problem du vill lösa • Identifiera din målgrupp • Använd ide tekniker för att hitta den bästa idén • Organisera din idé i en logisk kontur 2. Ledaren gör en introduktion till prototyper och lotsning - Presenterar Fairphone som en prototyp och WFF som ett pilotprogram (10 minuter) 3. Ledaren presenterar och diskuterar genomförandestadiet och relevanta aspekter (10 minuter): 1. Genomförandeplan – Affärsplan, 2. Milstolpar 3. Risker-hinder 4. Ledaren kommer att göra en presentation (metoder - t.ex. sociala medier marknadsföring) om hur man skala upp en produkt, tjänst eller modell. Praktikanterna kommer att ha en diskussion om hur metoden ska tillämpas. (10 minuter) 5. Deltagarna kommer att presentera i grupper alla 4 steg (Problem, Pilot, Affärsplan, skala-upp). (20 minuter)
GENOMFÖRANDEFÖRSLAG	Ledaren måste förbereda sig för att förstå sig på gruppdynamiken, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar 3. Vridning/komplikationsfaktor

NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.
-------------------------------	---

AKTIVITETSNAMN	<i>3-Strategier för hur man ska hantera utmaningar och stödja en social innovativ idé</i>
LÄRANDE MÅL	Identifiera gemensamma utmaningar (finansiella, praktiska) av idéer för social innovation - projekt Analysera fallstudier och deras utmaningar, möjligheter och lösningar Presentera relevanta sätt att ta itu med ekonomiska utmaningar (finansiering, gräsrotsfinansiering, nätverksarbete, samarbetshantering och smarta lån)
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Problembaserat lärande Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 20 minuter för att identifiera utmaningar med hela gruppen och sedan återspegla det i små grupper. (3/4 personer) 20 minuter för att presentera Mini-scenariot. 15 minuter för att presentera sätt att ta itu med ekonomiska utmaningar och diskussion • 5 minuter för "wrap up" och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer.
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
Beskrivning	Låt eleverna presentera sig och diskutera med dem om eventuella utmaningar som kan ställas inför under genomförandet av deras idé (eller tillämpningen av den inom en viss sektor). Diskutera med dem om möjligheter och lösningar. 1. Ledaren presenterar de gemensamma utmaningar som kan uppstå inom området för social innovation. (10 minuter) 2. Ledaren visar exempel - fallstudier av framgångsrika idéer - projekt och analysera risker, strategier för att lösa praktiska utmaningar. (10 minuter) 3. Deltagarna kommer att få ett Mini Scenario: "Presentera sin idé för en grupp investerare". Anta att du inte kan ansöka om resultat på statliga program. Du bör tänka på din affärsplan och en alternativ hållbarhetsmodell för ditt företag. (20 minuter)

	4. Ledaren kommer att presentera flera olika möjligheter att se hur de finansiella svårigheterna kan lösas. (20 minuter)
GENOMFÖRANDEFÖRSLAG	Ledaren måste förbereda sig för måtta på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar 3. Vridning/komplikationsfaktor
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

AKTIVITETSNAMN	4-Mätning av social påverkan (social innovation)	
LÄRANDE MÅL	1. Vilka är de sociala konsekvenserna? 2. Impact Measurement (bestämma hur du mäter de sociala effekterna av din tjänst / produkt) 3. Hur mäter vi sociala effekter (konventionella och digitala sätt)?	
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Problembaserat lärande Scenariobaserat lärande	
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 15 minuter för att presentera begreppet social påverkan och sätt en åtgärd. 15 minuter att presentera fallstudier med hög social påverkan och skala-upp metoder. Diskussion med gruppen. 25 minuter för att presentera Mini-scenariot. koncernbaserad 3–4. 5 minuter för ”wrap up” och sammanfattning.	
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer.	
INSTÄLLNING (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)	
BESKRIVNING	Låt deltagarna presentera sig och diskutera med dem om eventuella utmaningar som kan ställas inför under genomförandet av deras idé (eller tillämpningen av den inom en viss sektor). Diskutera med dem om möjligheter och lösningar.	

	1. Ledaren gör en introduktion till vad som är en social inverkan och hur man mäter det. (15 minuter) 2. Ledaren visar exempel - fallstudier med hög social påverkan i samhällen eller över hela världen. (10 minuter) 3. Deltagarna kommer att få ett Mini Scenario: Din produkt / tjänst verkar få ett högt svar från din målgrupp / samhället! Hur mäter man dess sociala effekter? Hur ska du skala upp det? Presentera 3 gemensamma sätt och 3 digitala sätt att skala upp idén (25 minuter) 4. Ledaren kommer att diskutera med den totala gruppen om scenariot (10 minuter)
GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig för att utnyttja gruppdynamiken, med beaktande av: 1. Deltagarna kommer att använda resurserna följande resurser "Collaboration Manual" https://www.circulink.eu/en/digital-learning-platform/collaboration-manual 2. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 3. Möjliga lösningar 4. Vridning/komplikationsfaktor
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

AKTIVITETSNAMN	<i>5-Hållbar affärsmodell Canvas - Social Innovation</i>
LÄRANDE MÅL	Att utveckla idén om social innovation och dess utmaningar med faktiska frågor Att förstå olika faktorer i samband med genomförandet av social påverkan
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Problembaserat lärande Scenariobaserad Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 5 minuter för ledaren att presentera Sustainable Business Model Canvas och dess elva element 5 minuter för deltagarna att läsa det korta scenariot 25 minuter för att diskutera och utveckla idéer i grupper 20 minuter för att presentera den första versionen av duken till gruppen och få feedback

GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer.
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	1. Ledaren startar uppgiften genom att förklara vad Sustainable Business Model Canvas är och vilka element den innehåller. 2. Ledaren presenterar det korta scenariot och delar upp deltagarna i små – fyra till fem grupper. Deltagarna läser scenariot och utvecklar idén om en strategi för mångfaldshantering baserad på mallen Hållbar affärsmodellcanvas. Scenariot: Staden du bor i har riktigt låga procentsatser av återvinningsgrad. Miljöproblemet när det gäller avfall/återvinning är betydande och de lokala myndigheterna kan inte erbjuda en nyckellösning på problemet av olika skäl. Du kom på en innovativ idé om att samla återvinningsbart avfall från samhället (hus för hus). Dessutom hittade du några skickliga personer som vill engagera sig i denna service-idé du har. Du är verkligen entusiastisk över det, och du vill börja tillämpningen av din idé så snart som möjligt. 3. När alla grupper är redo, presenterar de sina idéer. I gruppdiskussionen sedan ger praktikanterna varandra feedback. Om du vill anpassa arbetsmallen Affärsmodell för behovet av den här aktiviteten bör ledaren rikta deltagarna så att de besvarar följande frågor om specifika avsnitt i canvasmallen:
GENOMFÖRANDE	1) Värde Proposition: a. Vilka problem kommer du att möta under tillämpningen av din idé? b. Vad är syftet med ditt sociala innovationsföretag? c. Vilka specifika behov behöver du för att tillfredsställa? 2) Viktiga aktiviteter: a. Vilka viktiga aktiviteter kräver din strategi?

b. Vilka utmaningar du kommer att ställas inför när ni introducerar era tjänster när det gäller de lokala myndigheterna och de medborgare som inte är välinformerade?

c. Hur ska du ta itu med dessa utmaningar?

3) Viktiga partner:

a. Vilka är de viktigaste partnerna inom och utanför ditt organisationsföretag?

b. Hur kan dina partner stödja dig när det gäller att ta itu med utmaningarna?

c. Vilka kunskaper och resurser kan dina interna och externa partner ge dig?

4) Viktiga resurser:

a. Vilka viktiga resurser behöver du presentera för din organisation?

b. Vilken nödvändig kunskap du behöver för att tillämpa din tjänst

5) Kundrelationer:

a. Vilken typ av relationer med dina kunder måste du upprätta?

b. Vilka är dina kunders behov i förhållande till dina tjänster?

c. Hur ska du mäta dina kunders tillfredsställelse?

6) Kundsegment:

a. Vilka är dina kunder i förhållande till dina tjänster?

7) Kanaler:

a. Hur ska vi distribuera och marknadsföra dina tjänster

8) Kostnadsstruktur:

a. Vilka är de mest kritiska kostnaderna för dina tjänster?

b. Vilka nyckelresurser är dyrast?

c. Vilka viktiga aktiviteter är dyrast?

9) Intäktsströmmar:

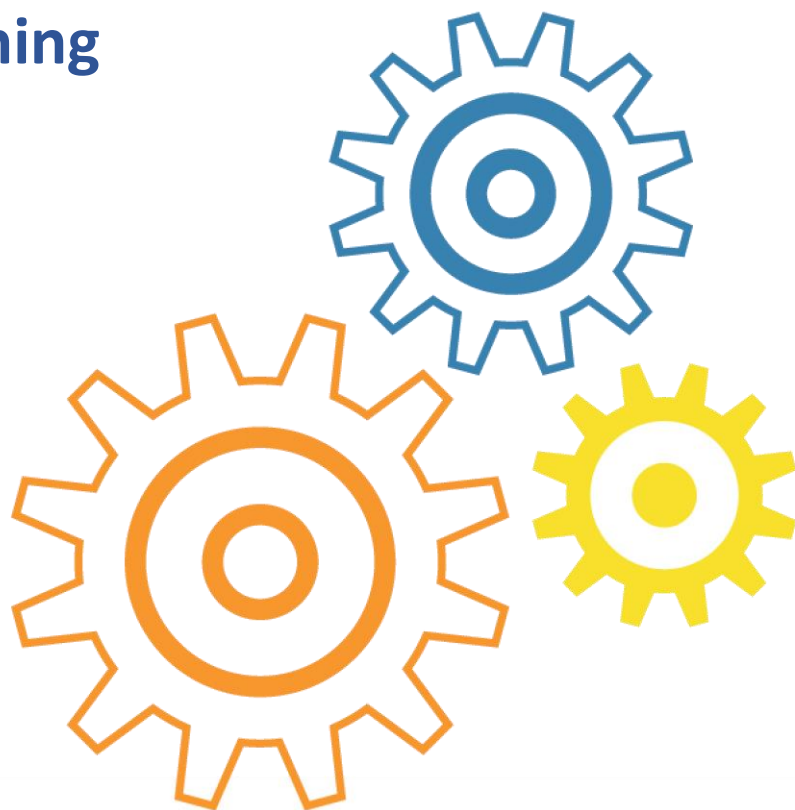
a. Vad kan vara de kortsiktiga och långsiktiga intäkterna från dina tjänster?

10) Ekonomiska sociala kostnader:

	a. Vilka sociala kostnader kan vara relaterade till att införa dina tjänster? 11) Ekonomiska sociala förmåner: a. Vilka sociala förmåner kan vara relaterade till att införa dina tjänster? b. Vem kommer att dra nytta av resultaten av dina tjänster? Ledaren bör vägleda deltagarna att gruppera elementen i hållbar affärsmodellen i följande ordning: 1) Value Proposition - Kundrelationer - Kanaler - Kundsegment 2) Viktiga partner - Viktiga aktiviteter - Viktiga resurser 3) Kostnadsstruktur - Intäktsströmmar 4) Eko-sociala kostnader - Eko-sociala förmåner
NIVÅER & VARIATION	Ledaren kan använda, som grund för den här aktiviteten, det angivna scenariot eller något annat scenario som han eller hon finner relevant. I en annan variant av aktiviteten kan alla grupper arbeta med olika scenarier. För mer avancerade grupper kan ledaren föreslå att de idéer som utvecklats i canvasen ska införlivas i en affärsplan. Mer specifika uppgifter – inklusive milstolpar, specifika metoder för finansiering och kommunikation kommer att behövas. Om möjligt kan ledaren be deltagarna att arbeta med exemplen på sina egna organisationer.

MOMENT 2

Samarbetsledning



Alentejo Circular-projektet utvecklades av ISQ & Évora-universitetet i Alentejos region, Portugal. Den ägde rum mellan den 1 november 2016 och den 1 november 2018 med huvudmålet att främja den cirkulära ekonomin inom Alentejos jordbruks- och agroindustriella sektorer.



Case Study



**ALENTEJO
CIRCULAR**

Initiativ

Huvudsyftet med projektet "Alentejo Circular" var att öka medvetenheten och mobilisera Alentejos jordbrukslivsmedelssektorer att anta den cirkulära ekonomin, som syftar till att skapa värde för företagen, och därmed för regionen, genom att överföra kunskap om de bästa praxis och teknik för effektiv resursanvändning och avfallsvärdering. Projektet utvecklades inom vin-, olivolje- och grisodlingssektorerna på grund av deras nuvarande och växande betydelse för den regionala ekonomiska och miljömässiga hållbarheten.

Tidsram

Projektet startade den första november med ett tvåårigt arbete och involverade sju viktiga åtgärder. Det började med en analys av den senaste tekniken inom vin-, olivolje- och grisodlingssektorerna följt av benchmarking av bästa praxis inom den cirkulära ekonomin och identifiering av möjligheter att genomföra den cirkulära ekonomin inom de sektorer som avses. Nästa åtgärd kombinerade flera offentliga sessioner för att informera och göra det möjligt för intressenterna till den cirkulära ekonomin, inklusive nätverksverksamhet mellan företag och forskarsamhället. I slutet av projektet utvecklades en web 2.0-baserad plattform för att främja antagandet av cirkulär ekonomi med en samlingspunkt i den industriella symbiosen. De två sista åtgärderna var projektkommunikation och spridning samt förvaltning respektive utvärdering.

Fokusområde

Huvudfokus för projektet var att mobilisera de ekonomiska aktörerna för övergången till en modell för cirkulär ekonomi, för vilken det var nödvändigt för att bedöma den nuvarande statusen när det gäller den ekonomiska modellen i bruk, identifiera bästa praxis, analysera möjligheter och hinder, informera och lyssna på intressenterna och främja kommunikation och kunskapsutbyte mellan alla berörda delar. För att stimulera övergången från den mest använda linjeekonomiska modellen till en mer hållbar cirkulär modell betonades metoder som effektiv användning av råvaror, vatten och huvudfokus för projektet var att mobilisera de ekonomiska aktörerna för övergången till en modell för cirkulär ekonomi, för vilken det var nödvändigt för att bedöma den nuvarande statusen när det gäller den ekonomiska modellen i bruk, identifiera bästa praxis, analysera möjligheter och hinder, informera och lyssna på intressenterna och främja kommunikation och kunskapsutbyte mellan alla berörda delar. För att stimulera övergången från den mest använda linjeekonomiska modellen till en mer hållbar cirkulär modell betonades metoder som effektiv användning av råvaror, vatten och energi, avfallsåtervinning, och möjligheterna till att få till en ny produkt.



KÄRNGRUPP & EXTERNA DELTAGARE

Alentejo Circular projektet var initierat av ISQ i partnerskap med Évora universitetet.

Finansiering

The Alentejo Circular project var finansierat av Alentejo 2020 programmet.

EU finansierat genom FEDER täckte 85% av den totala kostnaden om 346,000 €.

Resultat hittills

Genom tekniska besök på plats och bibliografisk forskning genomfördes en aktuell diagnos av den cirkulära ekonomin i de tilltänkta regionala industrierna, liksom bedömningen av bästa praxis inom den cirkulära ekonomin, på nationell och internationell nivå. Resurserna och avfallet kännetecknades och kvantifierades för att förbättra kunskapen om återvinningscykler med en förteckning över bästa praxis som prioriterades för de regionala intressenterna att vidta åtgärder för att stödja övergången till ett cirkulärt Modell.

Genom flera offentliga sessioner inom hela territoriet och en web 2.0-baserad plattform ökade samspelet mellan intressenter, inklusive företag, offentliga myndigheter och forskarsamhället, vilket resulterade i gemensamma erfarenheter och kunskaper om alternativ användning av resurser och därmed reglera villkoren för utveckling av framtida synergier.

Ursprung

I en värld med ökad brist på resurser är det absolut nödvändigt att främja övergången till en mer cirkulär ekonomi, som ses som en alternativ affärsmodell för att främja konkurrenskraften, samtidigt minska råvaru- och energins konsumtion och beroende.

Beslut om fokus

För Alentejo arbetet beslutades att omfatta de mest relevanta sektorerna inom regionen livsmedelsindustrin. Medan olivoljesektorn utgör 76 % av de som arbetar inom olivindustrin är Alentejo också den näst största vinproducerande regionen i Portugal med 18 procent av den nationella produktionen. Grisuppfödningen valdes ut som en snabbt växande sektor i Alentejo har redan 45% av Portugal totala grisflock.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

Som ett resultat av denna studie var det möjligt att dra slutsatsen att bästa tillgängliga praxis inom dessa sektorer, såsom smart jordbruk och användning av förnybar energi redan används i hela regionen, men dessa metoder genomförs endast av ett begränsat antal av de regionala företagen. Dessa bästa praxis spreds till intressenterna genom offentliga sessioner, tekniska artiklar, nätverkssessioner och internet.

Olika industriella symbiosmetoder identifierades genom benchmarkinganalysen. Som exempel identifierades fallet med två företag från olika sektorer i samma industripark som delar mänskliga resurser, anläggningar och know how eller, i ett annat fall, värdebildning av biprodukter från en grisodlingsindustri genom dess användning som gödningsmedel till grödor.

Den 2,0-baserade samarbetsplattformen hade liten eller ingen aktivitet av intressenterna.

I vissa fall noterades det att åtgärder för den cirkulära ekonomin inte antogs på grund av bristande intresse för ledningen och/eller brist på information. Vissa företag var för stängda på sitt dagliga arbete för att kunna hitta andra företag. Flera hinder identifierades genom intressenternas kontakt över hela projektet och förslag gavs för att överträffa och omvandla hindren till möjligheter till den cirkulära ekonomin.

MER INFORMATION

Website: <http://alentejocircular.uevora.pt/>

2.0 collaborative platform:

<https://plataforma.alentejocircular.uevora.pt/login>

Core team: <https://www.isq.pt/EN/> & <https://www.uevora.pt/>



Maestri-projektet utvecklades mellan 1 september, 2015 och 31 augusti 2019 av ett team på 14 partners. Huvudsyftet är att göra det möjligt för tillverkningsindustrin att leverera prisvärda varor och tjänster som tillgodoser människors behov och förbättrar livskvaliteten, samtidigt som de successivt genomför smartare och finare avvägningar mellan företag och hållbarhet Aspekter.



Case Study



Initiativet

Maestri-projektet syftar till att främja hållbarheten i de europeiska tillverknings- och processindustrin genom att tillhandahålla ett ledningssystem i form av en flexibel och skalbar plattform och genom vägledning om genomförandet av en innovativ strategi, Total effektivitetsram.

Tidsram

Under en period av fyra år levererade projektet exploaterbara resultat som samlats in i tekniska output (inklusive miljöinnovativa produkter, processer och tjänster som är skräddarsydda för industriella slutanvändare) och lösningar (som inbegriper en kombination av tekniska, ekonomiska, lagstiftande och politiska lösningar).

Fokusområden

Projektets huvudfokus kan beskrivas genom följande fyra mål:

- Översyn av den nuvarande kunskapen och praxisen för industriell symbios.
- Bygga ett bibliotek med fallstudier och en databas med öppen källkod.
- Utveckla, testa och förfina verktyg för att stödja industriell symbios;
- Skapa en guide för utövare att engagera sig i industriell symbios.

KÄRNGRUPP & EXTERNA DELTAGARE

Projektet har utvecklats av följande partner: ISQ; LÄNKAR; Inegi; ATB; Fraunhofer PASSFORM; Universitetet i Cambridge; Lean Enterprise Institute of Polska; SINERGIE; IZNAB; Mikroprocessador; MCG sinne för metall; GLN Plast; J.W. Ostendorf; OAS och Worlée.

Finansiering

Maestri-projektet har fått finansiering från Europeiska unionens forsknings- och innovationsprogram Horisont 2020.

Resultat hittills

- Toolkit för industriell symbios - Utvecklad inom MAESTRI-projektet, ger en uppsättning verktyg och metoder för att hjälpa företag att få värde från bortkastade resurser och bidrar till MAESTRI mål att främja hållbarheten i den europeiska tillverknings- och processindustrin.
- Användarhandbok för att engagera sig i industriell symbios, kopplad till Verktöglådan för industriell symbios (T4IS)
- Library of Industrial Symbiosis fallstudier och länkade utbyten - Databasen som innehåller biblioteket för industriella symbiosfallstudier och länkade utbyten har utvecklats som en del av den verksamhet som utförs av Centrum för industriell hållbarhet, Universitetet i Cambridge

Tekniska material nedladdningsbara från:

<https://maestri-spire.eu/downloads/technical-materials/>

Ursprung/fokus

Processindustrin utgör den främsta delen av tillverkningsbasen, cirka 20 % av den totala europeiska tillverkningsindustrin, som omfattar mer än 450 000 enskilda företag (EU-27), sysselsättning på omkring 6,8 miljoner medborgare och mer över 1 600 miljarder euro i omsättning. Processindustrin är också till stor del beroende av resursimport från internationella marknader som hämmar industrins tillgång till globalt omsatta råvaror, på grund av den ökade politiska instabiliteten i många regioner i världen. Dessutom har den europeiska industrin också stått för mer än en fjärdedel av den totala energiförbrukningen under 2010 i Europa med en betydande del av den som används inom processindustrin. Detta innebär både en möjlighet och ansvar för denna sektors bidrag till de europeiska samhällenas hållbarhetsutmaningar, eftersom det är absolut nödvändigt att drastiskt minska miljöpåverkan och öka konkurrenskraften och göra produktionen systemeffektiv genom att "göra mer med mindre". För att framgångsrikt genomföra hållbarhet inom tillverknings- och processindustrin krävs dock ett holistiskt, flerdimensionellt och systematiskt tillvägagångssätt.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

De nuvarande största luckorna när det gäller ett effektivt genomförande av energi- och resursförvaltningen är: Tekniska/tekniska luckor, tekniska/ Brister i förvaltningen och organisatoriska luckor. I enlighet med dessa luckor utvecklade MAESTRI en innovativ och integrerad plattform som kombinerar helhetsbedömningsverktyg, ett nytt ledningssystem och ett innovativt tillvägagångssätt för industriell symbioser.

This layout is adapted from ELLEN MACARTHUR FOUNDATION – Case Studies. 2019

LÄS MER

Website: <https://maestri-spire.eu/>

Contact: <https://maestri-spire.eu/contact/>



URSA-projektet utvecklades av EDIA i ett samarbete med ISQ. Projektet ägde rum i Alentejos region, Portugal, mellan maj, 2018 och november 2018.



Case Study

URSA: Alqueva by-products recirculation units

Initiativet

Ursa-projektet syftar till att ta itu med problemet med den låga halten av organiskt material i de bevattnade jordbruksmarker som förvaltas av Empreendimento de Fins Múltiplos de Alqueva (EFMA). Olika lösningar kan tillämpas för att öka markens organiska material, men för att uppnå snabba, mätbara och hållbara resultat inom EFMA:s moderna och intensiva jordbruk är den mest tillämpliga lösningen att lägga till organiska gödningsmedel. För att uppnå denna lösning syftar projektet till att skapa och utveckla ett nätverk av komposteringsanläggningar för att producera ekologiska gödningsmedel med tillgängliga jordbruksbiprodukter. Att ge vingar till den cirkulära ekonomin konceptet, lokala jordbrukare kommer att leverera sina biprodukter och i gengäld ta organiska gödningsmedel för att använda på sina jordbruksmarker.

Tidsram

Projektet inleddes i maj 2018 med en tidsfrist på sex månader och omfattade de kommande sex nyckelåtgärderna: 1) Utveckling av specifikationer och insamlingskanaler för den första/experimentella URSA-installationen; 2) Genomförande av faciliteten. 3) Utveckling av försöksprocesser och övervakningsplan, identifiering av marknödvändigheter, experimentella tester samt kompost och biprodukter karakterisering; 4) Befruktningsplan; 5) Projektkommunikation och spridning. 6) Projektledning och utvärdering.

Fokusområden

URSA-projektets fokus är att genomföra en tolvenhetskonstellation och sedan, som helhet, lösa markens låga organiska innehåll och de korrelerade frågor som påverkar EFMA:s miljöprestanda. Denna prestation utgör en kompromiss som bygger på resurseffektivitet, mark- och vattenskydd och värdeminskning av jordbruksändamål som bidrar till att påskynda övergången till cirkulär ekonomi.



URSA

KÄRNGRUPP & EXTERNA DELTAGARE

URSA-projektet främjades av EDIA (Empresa de Desenvolvimento e Infraestruturas do Alqueva) i ett samarbete med ISQ.

Finansiering

Projektet var delfinansierat av Fundo Ambiental.

Resultat hittills

Projektet skapade den första komposteringsenheten med det slutliga målet för en 12-enhetskonstellation för att uppnå:

- Upprustning av marken som ett kvalitetsstöd för jordbruket och som en filtreringsbarriär.
- Effektiv användning av vatten och näringsämnen, minska de globala behoven.
- Minskning av tillämpningen av mineralgödselmedel och ökad lönsamhet inom jordbruket.
- Större jordsammanhållning, med mindre sårbarhet för erosion och ökenspridning.
- Konservativ cirkulär användning av ekologiska produkter som produceras i EFMA.
- Bättre vattenkvalitet och mindre känslighet för invasiva vattenarter.
- Främjande av jordliv, växthälsa och fertilitet;
- Kolbindning i jord, i motsats till förbränning, med minskning av växthusgaser.

Ursprung

År utan bevarande jordbruk leder till en kritisk nivå av mark organiskt material med en direkt negativ inverkan på färskvattenresurser, jordbruk och ekosystem som helhet. Det var nödvändigt att hitta en lösning för att mildra de negativa effekterna av det låga organiska innehållet i nivå med en lösning för att skapa en hållbar destination för den enorma mängd biprodukter med ursprung i regionen.

Beslut om fokus

Projektet skapades för att lösa frågan om låg organiskt material i EFMA-området inflytande. För att utveckla en lösning identifierade initiativtagarna fokusområden som:

- Jordegenskaper.
- Tillgängliga biprodukter;
- Komposteringsprocessen.
- Information och engagemang från jordbrukare.
- Komposteringsenheten dynamisk.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

Som ett resultat av denna studie var det möjligt att dra slutsatsen att det är angeläget att ändra jordbruksförfarandena för att återvinna, förbättra och upprätthålla en sund jord och ett ekosystem. Den lokala jordbrukarens feedback var mycket uppmuntrande med ett stort intresse för den värdefulla destinationen för sina biprodukter och att använda det organiska gödselmedlet i sina egna grödor på grund av förståelsen av de tillhörande fördelarna.

Det finns fortfarande en lång väg att gå för att gå vidare med de befintliga hindren och sprida de identifierade miljömässiga och ekonomiska fördelarna.

LÄS MER

Website: <https://www.edia.pt/ursa/index.html>

Contact: <https://www.edia.pt/en/>

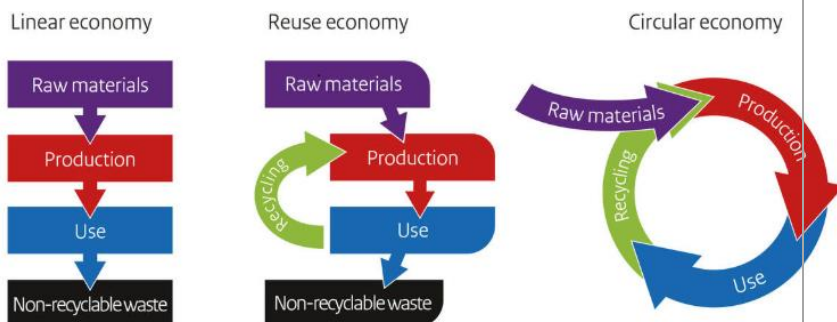


AKTIVITETSNAMN	1 – Cirkulär ekonomi och samarbete
TYP AV VERKSAMHET	Aktivitet i grupp
LÄRANDE MÅL	Relatera samarbete och innovation Relatera internt samarbete och samarbetskultur Illustrera konceptet för den cirkulära ekonomin Visa fördelarna med cirkulära affärsmodeller Debatt Den Cirkulära ekonomins praxis
UTBILDNINGSMETOD(ER)	PBL (Problembaserad inläring) Scenariobaserad inläring Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 15 minuter för att dela Alentejo Circular fallstudie och ämnet "Collaboration Management" med hela gruppen, och att ta upp ett specifikt problem i klassrummet; 15 minuter att diskutera i små grupper och att dela diskussionen och lära av den lilla gruppen med alla; 15 minuter för att diskutera den ökade hypotetiska komplikationen i små grupper och att dela diskussionen och lära av den lilla gruppen med alla; 15 minuter för slutlig diskussion, avsluta och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör beakta antalet deltagare (måste förberedas före workshopen) Bilaga "ALENTEJO CIRKULÄR" WEB 2.0 PLATTFORM" "ALENTEJO CIRKULÄR" WEB 2.0 PLATTFORM " (PT) https://plataforma.alentejocircular.uevora.pt/login
BESKRIVNING	1. Ledaren ger ett allmänt perspektiv på konceptet för cirkulär ekonomi genom Alentejo Circular fallstudie, introducerar "Collaboration Management" ämne och väcker ett specifikt problem i samband med ämnet en samarbetskultur i en cirkulär verksamhet Sammanhang. Tränaren kan använda nedanstående exempel: <i>Den tidigare nämnda 2,0 baserade samarbetsplattform utvecklades och utbredd genom intressenterna genom offentliga sessioner var, de har visat sig mycket intresserade, med hjälp av uttryck som "Detta är vad jag behöver för att värdera mina biprodukter! Eller "Utmärkt initiativ för att främja den cirkulära</i>

	<i>ekonomin bland jordbrukarna!" Trots den goda feedbacken märktes ingen relevant aktivitet på plattformen.</i> 1. Ledaren ger exempel på några av de viktigaste faktorerna som tenderar att avgöra framgångsfaktorerna i en cirkulär affärsmodell. Till exempel chefer har ofta att ta itu med dag för dag verksamhet och inte hitta tid att spendera med nya affärsidéer. Begreppen "Samarbete och dess fördelar", "Innovation" och "Typer av samarbete" kommer att integreras. 2. Deltagarna i små grupper kommer att försöka peka på problemets kärna, ge svar och möjliga lösningar. För den här uppgiften kommer de att använda blädderblock för att reflektera över de föreslagna åtgärderna. 3. Ledaren kan störa för att hjälpa till genom att dynamisera och moderera debatten, först mellan den lilla gruppen (uppmärksamma vad som diskuteras i var och en av grupperna) och sedan gå med i undergrupperna, alla tillsammans. Grupperna kommer att förklara/redovisa för de andra deltagarna sina resultat och slutsatser. 4. Ledaren lägger sedan till en twist, en hypotetisk komplikation eller svårighetsgrad faktor. Till exempel business as usual: <i>"Verksamheten är redan framgångsrik som den är, varför förändras?"</i> Ledaren kommer att införa vissa fördelar med en cirkulär affärsmodell. 1. Arbetet kommer att fortsätta i små grupper för att genomföra situationen. Teamlösningarna kommer sedan att diskuteras tillsammans med de andra grupperna. Ledaren kommer att moderera utformningen av en gemensam, slutlig handlingsplan. (Viktiga punkter och steg)
CONCERNS AND IMPLEMENTATION SUGGESTIONS	Ledaren måste förbereda sig på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar 3. Vridning/komplikationsfaktor

NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.
-------------------------------	---

AKTIVITETSNAMN	<i>2-Linjär ekonomi vs cirkulär ekonomi</i>
LÄRANDE MÅL	Exempel på och fördelar med den cirkulära ekonomins verksamhet Kontrast linjära vs cirkulära modeller Redogöra för de allmänna stegen mot en cirkulär ekonomi Identifiera lämplig partner för att samarbeta Definiera stängda och öppna innovations principer
UTBILDNINGSMETOD(E R)	PBL (Problembaserad inläring) Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 10 minuter att dela en video från Alentejo Circular fallstudie 10 minuter för att, i en öppen diskussion, identifiera de olika delarna i den cirkulära ekonomins praxis som finns i videon och att införa "linjär kontra cirkulär ekonomi" 10 minuter till i små grupper identifiera de åtgärder som krävs för att genomföra metoder för cirkulär ekonomi ur högsta förvaltningssynpunkt 15 minuter för att dela diskussionsresultaten med alla med ingångar från ledaren 15 minuter för slutlig diskussion, avsluta och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, videoprojektor, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste beredas före workshopen)
BESKRIVNING	1. Ledaren spelar en video från Alentejo Circular fallstudie när det gäller vinsektorn, skapar en öppen diskussion om att identifiera cirkulär ekonomins praxis och introducerar "linjär kontra cirkulär ekonomi". Ledaren kan använda följande avsnitt: • Linjär ekonomi • Återanvända ekonomin • Cirkulär ekonomi



1. Ledaren förklarar några av fördelarna med den identifierade cirkulära ekonomins praxis.
2. Ledaren väcker ett specifikt problem:

"Om den cirkulära ekonomins modell är mer ekonomisk och miljömässigt hållbar, varför är inte alla använder det?"

2.1 Därefter föreslår ledaren till deltagarna, i små grupper, att identifiera stegen för att ändra från en linjär till en cirkulär ekonomimodell, inom sitt eget företag/affärsidé.

3. Ledaren kan stötta för att hjälpa deltagarna genom att dynamisera och moderera debatten, först mellan den lilla gruppen (uppmärksamma vad som diskuteras i var och en av grupperna) och sedan gå med i undergrupperna. Grupperna kommer att förklara för de andra deltagarna sina resultat och slutsatser. Presentationen kommer att ge en uppfattning om de många existerande hypoteser för den cirkulär ekonomins praxis.
4. Ledaren ger exempel på några av de viktigaste allmänna stegen att följa när du implementerar en cirkulär affärsmodell. Till exempel:

- Samarbeta med externa intressenter
 - Ge konsekvent och stark support för högsta ledningen
 - Förklara konceptet och kommunicera visionen
- Identifiera specifika ambitioner och utveckla en hållbar affärsmodell / Business Case
- Utbilda dina anställda
 - Engagera och stärka affärsenheter
 - Börja med processinnovation, följt av produkt- och affärsmodellinnovation
 - Samarbeta med externa partners
 - Definiera KPI:er runt affärsfallet
 - Gör gott och prata om det

	Begreppen "Industriell symbios", "lämplig partner att samarbeta" och "stängda och öppna innovations principer" kommer att integreras. Ledaren tar anteckningar om stegen på blädderblock och modererar utformningen av en gemensam, slutlig handlingsplan. (Viktiga punkter och steg)
GENOMFÖRANDE	Tränaren måste förbereda sig för måtta på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar 3. Vridning/komplikationsfaktor
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt. Tränaren kan också införa metoden "visuell underlättande", så att eleverna i små grupper diagram stegen för att ändra från en linjär till en cirkulär ekonomimodell och presentera sina idéer för den större gruppen på ett engagerande och skisserat sätt.

AKTIVITETSNAMN	<i>3-ReSOLVE ramverket</i>
LÄRANDE MÅL	Tolka återlösningssramen Matcha URSA god praxis med ReSOLVE åtgärdsområden Hur man går mot den cirkulära ekonomin
UTBILDNINGSMETOD(E R)	Gruppdiskussioner Mikroinläring PBL (pbl)
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 10 minuter för tränaren att ge en förklaring om ReSOLVE ram. 10 minuter för praktikanterna att identifiera tre praktiska exempel på varje sex åtgärdsområden från ReSOLVE. 15 minuter till varje grupp förklara för de andra deltagarna sina resultat. 15 minuter för ledaren att ge en förklaring av URSA fallstudie och utföra en brainstorming att hitta åtgärder som kan identifieras i fallstudien. 10 minuter för slutlig diskussion, avsluta och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Bärbara datorer/tabletter för online-forskning. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste beredas före workshopen)
BESKRIVNING	1. Ledaren börjar med att ge en översikt över resolve-ramverket som utvecklats av Ellen MacArthur Foundation

och dess sex åtgärdsområden för att gå mot en cirkulär ekonomi:

REGENERATE 	• Shift to renewable energy and materials • Reclaim, retain, and restore health of ecosystems • Return recovered biological resources to the biosphere
SHARE 	• Share assets (eg cars, rooms, appliances) • Reuse/secondhand • Prolong life through maintenance, design for durability, upgradability etc
OPTIMISE 	• Increase performance/efficiency of product • Remove waste in production and supply chain • Leverage big data, automation, remote sensing and steering
LOOP 	• Remanufacture products or components • Recycle materials • Digest anaerobically • Extract biochemicals from organic waste
VIRTUALISE 	• Dematerialise directly (eg books, CDs, DVDs, travel) • Dematerialise indirectly (eg online shopping)
EXCHANGE 	• Replace old with advanced non-renewable materials • Apply new technologies (eg 3D printing) • Choose new product/service (eg multimodal transport)

Källa: [Ellen Macarthur Foundation](#)

1. Deltagarna i små grupper kommer att försöka identifiera tre praktiska exempel på varje sex åtgärdsområden.
2. Tränaren kommer då att få alla undergrupper tillsammans och varje team kommer att förklara för de andra deltagarna sina exempel.
3. Ledaren kommer då att ge en förklaring av URSA fallstudie och i brainstorming alla klassen kommer att hitta åtgärder som kan identifieras i fallstudien. Som ett exempel:
 1. AVKASTNING återvinna biologiska resurser till biosfären genom att undvika biprodukter som skall brännas och istället förvandla den till organiska gödningsmedel och genom grov kompostering återanvända den till jorden och till grödorna.
 2. NYTTJA TILLGÅNGAR – Genom användning av gemensamma faciliteter för lagring av biprodukter och dela utrustning för att tillämpa komposten;
 3. OPTIMERA: Avlägsna avfall/effektivitet – Genom värdestegring av avfallet och att förhindra näringsförlust.
 4. LOOP - Återvinn näringsämnen genom kompostering

FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE

Ledaren måste förbereda sig på gruppdynamiken innan, med beaktande av:

1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga)
2. Möjliga lösningar
3. Vridning/komplikationsfaktor

NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.
-------------------------------	---

AKTIVITETSNAMN	<i>4 - Mot cirkulär ekonomi</i>
LÄRANDE MÅL	Utveckla principerna för hållbar affärsmodell CANVAS
UTBILDNINGSMETOD(ER)	PBL (pbl) Mikroinläring Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek) 15 minuter till varje deltagare se på de industriella symbiosmetoder som identifierats i den tidigare online-övningen. 5 minuter för ledaren att ge ett allmänt perspektiv på hållbar affärsmodell CANVAS. 20 minuter för deltagarna att genomföra en CANVAS mall för URSA fallstudie. 10 minuter till varje grupp att förklara för de andra deltagarna sina slutsatser / åsikter om CANVAS övning. 10 minuter för slutlig diskussion, avsluta och sammanfatta.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, ark för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör beakta antalet deltagare (måste förberedas före workshopen). URSA fallstudie och SBMC mall.
BESKRIVNING	1. Ledaren börjar med att ge ett allmänt perspektiv på Hållbar Affärsmodell CANVAS. 2. Deltagarna, i små grupper, kommer att försöka genomföra en CANVAS mall för URSA fallstudie. 3. Ledaren kan stötta för att hjälpa till genom att dynamisera och moderera debatten, först i den lilla gruppen (uppmärksamma vad som diskuteras i var och en av grupperna) och sedan alla tillsammans. Grupperna kommer att förklara för de andra deltagarna sina resultat och slutsatser. 1. Ledaren kan distribuera en löst SBMC för URSA Case Study, som ett exempel, för jämförelse.
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig på gruppdynamiken innan, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar - Vridning/komplikation facto
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.



Istället för att ha hela klassen arbetar med samma fallstudie, hälften av grupperna kan arbeta på ALENTEJO Cirkulär fallstudie också.

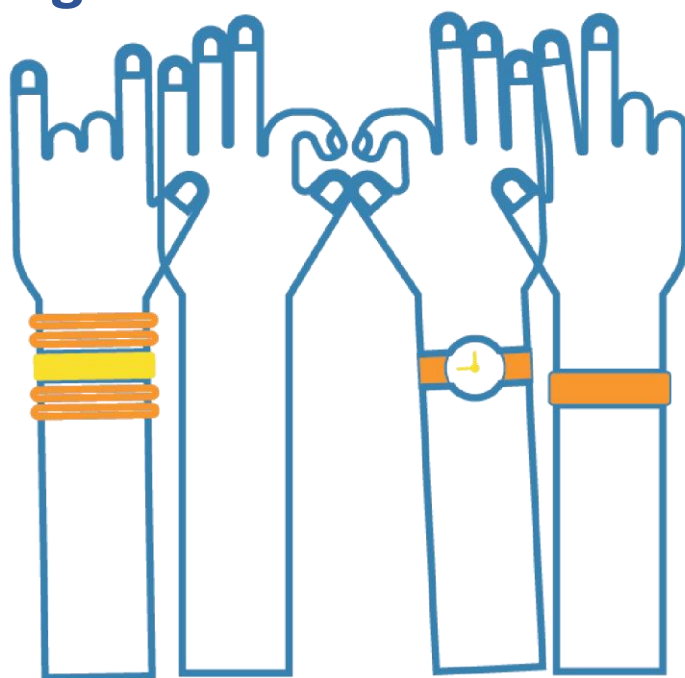
		Utformad för:	Designad av:	Datum:	Version:
Hållbar affärsmodell Canvas: URSA fallstudie					
Viktiga partner	Viktiga aktiviteter	Förslag på värden	Kundrelationer	Kundsegment	
- Jordbruksindustrisektorn (kommer att tillhandahålla biprodukter) - Lokala jordbrukare (slutanvändare, kommer att förvärva och tillämpa komposten på EFMA:s jordbruksmark)	- Mottagning och hämtning av biprodukter - Leverans/utbyte av kompost - Jordorganiskt material ökar - Hantering av komposteringsenheter	- Jordbrukarna kommer dra nytta av gödselkompost till lågt pris (kulturkvalitet och ökad fertilitet) - Bättre jordmotståndskraft och inte utsätts för erosion. - Tillräcklig lösning för tillgängliga biprodukter inom den agro-industrin. - Förbättrad näringseffektivitet	- Processen bygger på en win-win-lösning som involverar EDIA (URSA management), agro-industrin och jordbrukare (slutanvändare) - URSA behöver jordbruksindustrin och jordbrukarna (slutanvändarna) för att tillhandahålla biprodukter och förvärva/tillämpa kompost - Agro-industrin och jordbrukare (slutanvändare) behöver URSA som en lösning för att ta emot / värdera sina biprodukter och att ha en låg kostnad kvalitets gödselmedel	- Agro-industrin (som leverantörer av biprodukter) - Jordbrukare (slut-användare)	
	Viktiga resurser		Kanaler		
	- Symbiotiska förhållandet mellan agrara-industrin, kompostering enhet förvaltning och jordbrukare (slutanvändare) - Leveranskanaler för biprodukter - Personalstyrkan för komposteringsenheter		- Webbplats - Offentliga evenemang - Sociala nätverk och media - Bondens föreningar		
Kostnadsstruktur		Intäktsstruktur			
- Driftskostnader för kompostenheter (personalresurser, el, bränsle, utrustning) - Upprätta och underhålla insamlings- och distributionskanalerna		- Sälja organiska gödningsmedel - Betala för att ta emot biprodukter			
Miljösociala kostnader		Ekonomiska sociala förmåner			
- Inga relevanta miljösociala kostnader identifierades - Vattnet kan återanvändas från vattnet som frigörs från komposteringsprocessen - I samband med komposteringsenhetens verksamhet (logistik, dieselutrustning)		- Mat av bättre kvalitet (mer ekologiska, mindre kemikalier) - Bättre inkomster för jordbrukarna - Bättre jord- och luft- och vattenkvalitet			

Based on: www.businessmodelgeneration.com

Case Study

Moment 3

Mångfaldshantering





Case Study

Dublin Bus

VEM Dublin Bus

VAR: Irland

NÄR: September 2017

VAD: Progressive Workplace Gender Transition Policy & Guidelines

Initiativet

Som svar på förändringarna i irländsk lag från 2015, som gav vuxna medborgare befogenhet att själv deklarerar och ändra sitt kön, beslutade Dublin Bus att införa en politik för **mångfald, jämlikhet och icke-diskriminering**. Denna nya strategi inkluderade att utveckla rekommendationer om hur man skapar en arbetsmiljö baserad på **öppenhet, acceptans och tolerans för anställda som övergår**. Företaget utvecklade specifika riktlinjer och riktar sig till medlemmar på alla nivåer i företagets hierarki – anställda, chefer och personalavdelningen, med fokus främst på **att bygga upp medvetenheten om könsövergång samt presentera nya normer, värderingar och regler**.

Dublin Bus är det primära transportföretaget i Dublin City och omgivningarna. Som ledare inom sin filial är de fast beslutna att stödja mångfald och delaktighet bland sin arbetskraft. Genom sitt engagemang för orsaken syftar företaget till att främja mångfalden på arbetsplatsen och bevisa att företag, oavsett vilken bransch de är verksamma i, framgångsrikt kan införliva en diversifierad och jämlikhetspolitik i sin praxis.

Tidsram

Dublin Bus Workplace Gender Transition Policy and Guidelines utarbetades och infördes 2017 och har sedan dess verkat.

Fokusområden

Dublin Bus ägnar stor uppmärksamhet **åt införandet av anställda som kämpar med sin sexuella identitet**. Att vara medveten om gemensamma kontroverser i samband med denna allvarliga sociala fråga, beslutade företaget att bidra till att främja dialog och förståelse för transfrågor på arbetsplatsen. "Vi är fast beslutna att hantera en arbetsplats som integrerar, drar nytta av och uppnår jämlikhet för våra olika medarbetare, samt att främja en inkluderande arbetsplats som hyllar och stöder mångfald", säger Ray Coyne vd för Dublin Bus.



CORE TEAM & EXTERNAL PARTICIPANTS

Mångfaldspolitiken i Dublin Bus utvecklades av Employee Development and Equality Executive i samråd med TENI – Transgender Equality Network Ireland. Företaget samlade också in feedback från sina anställda.

Utmaningar

En av de viktigaste utmaningarna när man införde mångfaldspolitiken i Dublin Bus var att det fanns lite kunskap och expertis när det gäller att införa politik av detta slag i Irland.

Fördelar

Som en av de mest omedelbara fördelarna med den nya strategin indikerade Dublin Bus den ökade medvetenheten om könsövergången. Detta var effektivt för att skapa en mer stödjande arbetsmiljö, vilket i sin tur resulterade i bättre nivåer av kvarhållande i arbetskraften, högre medarbetarengagemang och bättre resultat för att locka till sig nya talanger.

Resultat hittills

Ett av huvudmålen med att införa en mångfaldspolitik i Dublin Bus var att öka medvetenheten och uppmuntra till diskussioner om transfrågor i organisationen och dess miljö. Sedan företaget införde denna nya jämställdhetsstrategi **fick företaget bred feedback från sina anställda i alla skeden, och från allmänheten, liksom andra organisationer som söker efter riktlinjer och råd i samband med genomförandet av en mångfaldspolitik.** Dessutom har Dublin Bus beviljats nationella utmärkelser inom området Diversity Management.

Ursprung och steg

Dublin Bus Workplace Gender Transition Policy and Guidelines utvecklades som svar på lagen om erkännande av könserkännande som undertecknades i irländsk lag 2015 och till rapporter om trakasserier på arbetsplatsen mot transpersoner.

Som ett första steg i genomförandet av mångfaldspolitiken beslutade organisationen att samråda med riktlinjerna i samarbete med ledningsgruppen för att ge en möjlighet till dialog med HR-avdelningen. Policyn kommunicerades sedan till all personal via olika kommunikationskanaler som e-post, interna affischer, nyhetsbrev, broschyrer och Dublin Bus webbplats. Senare marknadsfördes policyn genom företagets sociala medier för att nå externa kunder och allmänheten.

För att ge stöd till de anställda som planerar sin övergång inrättade Dublin Bus ett kontor för mångfald och inkludering, där personalen kan söka nödvändig information. Dessutom tillhandahåller företaget en kostnadsfri och konfidentiell rådgivningstjänst och erbjuder ett personalstödprogram till alla sina anställda.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

1. Vilka är de steg som ledarna för Dublin Bus åtog sig för att få mångfaldsstrategin att agera? Vad tycker du om den processen? Skulle du föreslå några ändringar? Tror du att det skulle vara möjligt att införa en liknande strategi för mångfaldshantering till ditt tema? Vilka åtgärder måste du vidta? Vad kan vara fördelen med att införa en mångfaldspolitik för din organisation?
2. Vad var nyckeln till framgången för den mångfaldspolitik som Dublin Bus införde?
3. Tror du att ditt tema för SME skulle möta liknande utmaningar? Hur skulle du hantera dem?

LÄS MER

Website: <https://www.dublinbus.ie>

Kontakt: Ray Coyne, CEO of Dublin Bus





Case Study

Electricity Supply Board (ESB)

VEM: Electricity Supply Board (ESB)

VAR: Irland

NÄR: Framtagen 2014 och introducerad 2015

VAD: Managing Successful Parenting Transitions Programme

Initiativet

Electricity Supply Board (ESB) grundades 1927 och är ledande irländsk elleverantör. Det ägs till majoritet av den irländska regeringen. Som ett starkt, diversifierat verktyg verkar ESB tvärs över elmarknaden: från produktion, genom överföring och distribution till leverans.

År 2015 införde ESB sin mångfaldspolitik som syftar till att **stödja föräldrar som återvänder till arbetslivet**. Programmet för framgångsrika föräldraövergångar var ett svar på behovet av att uppnå en mer **könsbalanserad arbetskraft**. Resultaten av rapporterna (WEF) visade att trots höga prestationer av unga flickor på skolor och universitet i Irland, deras representation på arbetsmarknaden, särskilt över trettio års ålder, är relativt låg. ESB förstod att en av de dominerande faktorerna är kvinnors roll i barnuppfostran. Företaget beslutade att utveckla program som kommer att stödja de flesta av alla sina kvinnliga anställda som återvänder från mammaledigheten, för att kunna upprätthålla en bra balans mellan arbete och deras familjeliv och vara redo att möta de utmaningar som rör att återvända till arbetsplatsen.

Tidsram

Programmet **Managing Successful Parenting Transitions** lotsades ursprungligen 2014 och introducerades i företagets vardagspraxis 2015. Det förlängdes senare för nya ansvariga, linjechefer och HR.

Fokusområden

ESB har riktat sitt fokus på att stödja anställda som återvänder från mamma- eller pappaledighet. Särskilt koncentrera sig på **kvinnlig personal, vars övergång till föräldraskap kan relateras till olika hinder i yrkeslivet** - karriär avstannande, bias bland kollegor, försämring av professionella relationer etcetera Dessutom fokuserar ESB på att attrahera, behålla och utveckla kvinnliga talanger bland sin arbetskraft.



KÄRNGRUPP & EXTERNA DELTAGARE

EBS ledningsgrupp efter samråd med anställda som återvänder från mamma-/pappaledighet beslutat att stödja dem i att övervinna utmaningar i samband med att återvända till arbetsplatsen.

Utmaningar

Samtidigt som ESB införde sin mångfaldspolitik stod inför en nödvändighet för att **flytta den traditionella modellen för att övergå till föräldraskap för arbetande kvinnor** i Irland. Förändringen måste införas i personalens tillvägagångssätt i allmänhet, men också nya föräldrar själva.

Fördelar

ESB insåg att medarbetarnas arbetseffektivitet och tillfredsställelse starkt motiveras av deras förmåga att upprätthålla balansen mellan arbete och privatliv. De lyckades eliminera, några av de negativa faktorer som rör återgång till arbete som, rädsla för att sättas i en annan roll, nödvändighet för att konkurrera om positionen med ersättning, eller rädsla för att arbetet inte har utförts, som används som kan bidra till att minska i prestanda efter återkomsten. Företaget uppnådde en jämn arbetskraft på ett jämställdhetsperspektiv, vilket ledde till bättre förebyggande åtgärder från att förlora talanger.

Resultat hittills

ESB lyckades skapa en föräldravänlig arbetsmiljö som ger stöd till kvinnor som kombinerar familj och arbetsliv. ESB:s program för framgångsrika föräldraledighet har vunnit nationella utmärkelser på området mångfald och inkludering.

Ursprung och steg

ESB införde sin mångfaldspolitik som en lösning för könsobalanserad arbetskraft och märkte att kvinnliga anställda slutar sitt arbete när de bildar familj. Dessutom märkte företaget svårigheter för vissa anställda som återvänder från mamma- eller pappaledighet för att återanpassa sig till arbetsmiljön.

ESB beslutade att införa ett program som gör det möjligt för personalen att vara ansluten till företaget under ledighet. Inledningsvis var initiativet endast riktat till kvinnor, men snart utvidgades det till nyblivna fäder, linjechefer, HR-avdelning och föräldrar till barn i åldern ett till fem år. Programmet omfattar utbildningsseminarier som tar upp frågor som är nödvändiga när de lämnar och återvänder från ledighet. Coachingen bygger på förstahandserfarenheter av kamrater. Dessutom beslutade ESB att införa en utbildning för chefer och HR för att skapa ett bredare och mer långsiktigt perspektiv på mamma-/pappaledighet och lära dem hur de kan stödja sin återvändande personal. ESB beslutade att införa en stegvis återgång till arbetet efter ledigheten. och erbjöd online utbildning för att säkerställa att de når alla intresserade anställda.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

1. Varför mångfaldspolitik riktad till nya föräldrar är viktig på arbetsplatsen? Finns det ett behov av sådant stöd i ditt små och medelstora företag?
2. Vilka är de fördelar som jämställdhetsarbetskraft medför för EBS? Kan ditt tema för hållbar och medelstora företag dra nytta av den ökande mångfalden i arbetskraften? Vilka områden som kräver mer mångfald kan du känna igen i ditt tema?
3. Hur ser processen med att genomföra mångfaldspolitiken för organisationen? Vilka nivåer i organisationen ägnade sig åt att införa mångfaldspolitik i EBS? Vem bör delta i denna process i ditt tema?

LÄS MER

Website: <https://www.esb.ie>

Kontakt: Sean Murphy, Public Affairs Manager in EBS

T: +353 1 676 5831



AKTIVITETSNAMN	1 - Hur man gör små och medelstora företag mer diversifierade
LÄRANDE MÅL	För att bättre förstå innebörden av mångfald för företag och anställda Att upptäcka lösningar på hur små och medelstora företag blir mer diversifierade
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Design tänkande
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 55 minuter (beroende på gruppens storlek) 10 minuter för att diskutera vad mångfald innebär för arbetsgivare och arbetstagare och varför behöver de det 10 minuter för att diskutera resultaten av diskussionen 15 min till "brainstorma" möjliga lösningar på problemet 10 minuter för att föreslå prototypen av en av de lösningarna 10 minuter för att presentera resultaten
GRUPPSTORLEK	Ett 20-tal personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Pennor och markörer post-det anteckningar, papper att göra anteckningar. Allt material bör beakta antalet deltagare (måste förberedas före workshopen).
BESKRIVNING	1. Ledaren börjar verksamheten genom att kort förklara vad designtänkande är och vilket tillvägagångssätt som används i denna övning är. Ledaren beskriver inom kort faserna av designtänkande och diskuterar deras mål. Ledaren delar upp deltagarna i små grupper på fyra eller fem personer. (Valfritt antal grupper är godtagbara om praktikanterna kan bekvämt arbeta i klassrummet.) Ledaren presenterar ämnen för diskussion - <i>Vad mångfald innebär ur ett företags och en anställds perspektiv. Varför behöver företag och anställda mångfaldshantering?</i> Ledaren ger alla grupper skrivmaterial att göra anteckningar. 2. När diskussionen är klar ber ledaren alla grupper att presentera och jämföra resultaten. Nu sammanfattar ledaren kortfattat diskussionen betonar de resultat som visar fördelarna med mångfald. Ledaren bör understryka att mångfaldshantering inte bara gäller HR utan också till innovationer och idéer som utvecklats i organisationer. 3. När deltagarna väl har förstått både arbetsgivares och anställdas behov i fråga om mångfaldshantering ger utbildaren deltagarna ett problem att analysera: <i>Hur kan små och medelstora företag bli mer diversifierade?</i> (Definiera) 4. Deltagarna får möjlighet att "brainstorma" möjliga lösningar i de små grupperna. De kan använda post-it lappar och papper för kartläggning sina förslag. 5. Slutligen ber ledaren alla grupper att utvärdera sina förslag och välja en för del av förslagen. Deltagarnas uppgift är att skapa en enkel handlingsplan för

	genomförandet av denna lösning i praktiken. När alla grupper är klara kommer de att presentera sina nominerade lösningar och diskutera den planerade testprocessen. (Prototyping/Testing)
FÖRSLAG GENOMFÖRANDE	TILL Ledaren måste aktivt stödja deltagarna i alla faser av verksamheten, särskilt genom att ge exempel och säkerställa en positiv dynamik i de små gruppdiskussionerna.
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt. Ledaren bör se till att deltagarna till följd av verksamheten kommer att få förståelse för mångfaldshantering, inte bara i förhållande till HR utan också av organisationers innovationsförmåga.

AKTIVITETS NAMN	<i>2 - Utmaningar för mångfaldshantering och hur man kan övervinna dem</i>
LÄRANDE MÅL	För att bättre förstå utmaningar i samband med att införa mångfaldshantering Att upptäcka tillgängliga lösningar på hur man kan övervinna de utmaningar som
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Brainstorming, Mind mapping
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 50 minuter 10 minuter för att brainstorma de möjliga utmaningar som organisationer som inför mångfaldshantering står inför. 10 minuter att presentera idéer, visa genom en mind map och ge feedback till andra grupper. 20 minuter för att "brainstorma" möjliga sätt att hantera utmaningarna. 10 minuter att presentera idéer och sammanfatta brainstorming session.
GRUPPSTORLEK	Ett 20-tal personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Pennor och markörer post-it anteckningar, papper att göra anteckningar. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste beredas före workshopen).
BESKRIVNING	1. Ledaren börjar verksamheten genom att presentera ämnet för brainstorming - <i>vilka utmaningar möter organisationer samtidigt som de ska införa mångfaldsförvaltning och hur kan de övervinna dem?</i> Sedan delar ledaren deltagarna i små grupper på 4 till 5 personer och ber varje grupp att "brainstorma" sin förståelse av utmaningar som kan mötas. Tränaren ber några av grupperna att koncentrera sig på utmaningar i samband med mångfaldshantering som ett HR-koncept, d.v.s. ledaren ber alla grupper att skriva sina idéer på post-it lappar. Ledaren bör se till att avdelningen för HR

	och innovationsutmaningar kommer att synas (till exempel genom att använda olika färger i post-it lappar eller pennor). 2. När alla grupper är redo bör deltagarna presentera sina idéer och hålla dem till pappersarket som kommer att ligga till grund för en Mind Map. Ledaren bör uppmuntra deltagarna att granska, ge en kort feedback till motsatta grupper och lägga till nya idéer som de kan komma med. 3. När alla deltagare är bekanta med utmaningarna, ber ledaren deltagarna att "brainstorma" möjliga lösningar för att hantera dem. Ledaren bör fråga grupper som var ansvariga för att lista utmaningar relaterade till mångfalden av mänskliga resurser, "brainstorma" lösningar för innovation organisation, och motsatsen. Ledaren bör uppmuntra deltagarna att leta efter lösningar som kan vara tillämpliga för mer än en utmaning. 4. När alla grupper är redo, bör de presentera sina förslag och hålla dem på Mind Map, ansluten till respektive utmaningar. 5. Ledaren bör slutföra och avsluta brainstorming sessionen genom att sammanfatta och tacka praktikanterna för deras deltagande.
FÖRSLAG GENOMFÖRANDE	TILL Ledaren måste aktivt stödja deltagarna i alla faser av verksamheten, särskilt genom att ge exempel och säkerställa en dynamisk diskussion i de små grupperna. Ledaren bör observera om alla medlemmar i små grupper aktivt deltar i brainstorming idéerna. Han eller hon bör leda diskussionerna och se till att åsikterna och idéerna delas på ett respektfullt och inkluderande sätt.
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

AKTIVITETSNAMN	<i>3 - Vad du behöver veta om genomförandet av mångfaldshantering</i>
LÄRANDE MÅL	Att förstå behoven i samband med mångfaldshantering ur ett arbetsgivar- och anställdperspektiv Att förstå vilken kunskap och resurser som behövs för att införa mångfaldshantering. Att känna empati med medarbetarnas behov och förväntningar i förhållande till mångfaldshantering i organisationen. Att undersöka deltagarnas nuvarande kunskaps- och inlärningsbehov i samband med genomförandet av mångfaldshanteringen
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Scenariobaserat lärande, Zero draft metoden

TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 45 minuter 10 minuter för deltagarna att läsa scenariot 20 minuter för att fylla i mallen Zero draft 10 minuter att presentera och diskutera resultaten 5 minuter för ledaren att sammanfatta verksamheten
GRUPPSTORLEK	Individuell aktivitet med delar av gruppdiskussion
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Pennor och markörer, mallen för aktiviteten Zero draft. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen).
BESKRIVNING	1. I början av aktiviteten presenterar ledaren ett kort scenario: <i>Du är chef för White And Black, som är en organisation som verkar inom textilindustrin. Företaget är beläget i Irland, men ett betydande antal av dina anställda kommer från olika länder i Östeuropa och Asien. Ni märkte, att på grund av kulturella, nationella och religiösa skillnader påverkas de anställdas arbetseffektivitet starkt. Dessutom uppstår spänningarna mellan individer baserade på gruppens mångfald från tid till annan. Du bestämde dig för att införa mångfaldshantering. Till att börja med att skapa ett Zero draft som kommer att ligga till grund för dina ytterligare åtgärder. *</i> 2. När alla deltagare är bekanta med scenariot, distribuerar ledaren mallen för Zero Draft verksamheten och instruerar deltagarna, att deras roll är att fylla i de angivna avsnitten i mallen med tanke på perspektivet av chefen samt en arbetsgivare för White And Black företaget. 3. När alla deltagare är redo bör de lägga fram sina svar och diskutera vad de kanske vill lära sig om mångfaldshantering. 4. För att sammanfatta verksamheten bör ledaren betona att Zero draft syftar till att kontrollera det aktuella kunskapsstadiet i ämnet och upptäcka inlärningsbehoven, och deltagarna bör inte vara oroliga om det ser "rörligt ut".
FÖRSLAG GENOMFÖRANDE TILL	Ledaren måste aktivt stödja deltagarna i alla faser av verksamheten genom att ge exempel och säkerställa deras aktiva deltagande i diskussionen. Tränaren måste justera om det behövs och skriva ut en kopia av Zero Draft-aktiviteten till varje deltagare Zero Draft-verksamheten kan tillämpas på alla ämnen som rör mångfaldshantering för att hjälpa deltagarna att förstå vad deras

	nuvarande kunskapsnivå är en förståelse för en fråga och vad mer de behöver lära sig.
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt. Ledaren kan använda alla korta scenario eller fallstudier som bakgrund för aktiviteten. Nedan presenterade ytterligare alternativ för att hantera återanvändning av överblivna textilier i modeorienterad verksamhet. <i>Du är chef för BeYourself, som är en organisation som verkar inom modebranschen. Företaget är beläget i Irland, och det samarbetar med olika shoppingkedjor och klädbutiker i landet. Den nya företagspolicyn är att omvandla sin verksamhet till riktning mot den cirkulära ekonomin. Ett av de största problemen som identifierats är mängden textilavfall som produceras. Det finns tre huvudsakliga källor till textilavfall i BeYourself: (1) överproduktion – endast cirka 50 procent av de tillverkade kläderna säljs till det rekommenderade detaljhandelspriset, ytterligare 30 procent går i försäljning och 20 procent förblir osålda; 2. Avfall före konsumentavfall – sämre kvalitetsplagg som inte når butikerna; (3) Avfall efter konsument – utslitna, skadade eller oönskade kläder som returneras direkt eller via detaljhandelsdistributionscentraler. Du bestämde dig för att engagera dina produktions- och marknadsföringsteam i en mångfaldsstrategi som syftar till att hantera de tre typerna av avfall. Skapa en Zero Draft-modell som ska ligga till grund för dina ytterligare åtgärder. *</i>

*The data and information used in this scenario are not authentic, they were invented by the author

Zero Draft

Scenario för aktiviteten

*Du är chef för WhiteAndBlack, som är en organisation som verkar inom textilindustrin. Företaget är beläget i Irland, men det stora antalet av dina anställda kommer från olika länder i Östeuropa och Asien. Ni märkte, att på grund av kulturella, nationella och religiösa skillnader anställdas arbetseffektivitet påverkas starkt. Dessutom uppstår spänningarna mellan individer baserade på lagets mångfald från tid till annan. Du bestämde dig för att införa mångfaldshantering. Skapa ett nollutkast som ska vara en bas för dina ytterligare åtgärder. **

*De data och den information som används i det här scenariot är inte äkta, de uppfanns av författaren

Skriv ner allt du för närvarande vet om att införa mångfaldshantering till organisation.	
Skriv ner vad du <i>behöver</i> eller <i>vill</i> veta om att införa mångfaldshantering till organisation, men vet för närvarande inte.	
Dela upp detta avsnitt i två grupper – en grupp skriver ur en arbetsgivares och den andra ur en anställds perspektiv.	
Fundera över varför ämnet mångfaldshantering är viktigt.	
Lägg till allt annat som oroar dig om processen för genomförandet av mångfaldshantering.	

--

AKTIVITETSNAMN	4 - Utvärdering av strategier för mångfaldshantering
LÄRANDE MÅL	Att utvärdera strategier för mångfaldshantering ur ett perspektiv av användbarhet och tillämplighet Att öka medvetenheten om god och dålig praxis inom mångfaldshantering Att utforma en handlingsplan för genomförandet av mångfaldshantering
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Scenariobaserad inläring, brainstorming, sortering av kort
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 45 minuter (beroende på gruppens storlek) 5 minuter för att läsa det korta scenariot 10 minuter för att "brainstorma" möjliga lösningar på hur OneTwoThree företaget kan lösa sina problem 20 minuter för att utvärdera de föreslagna lösningarna och utarbeta en kort handlingsplan för genomförandet av mångfaldsstrategin i OneTwoThree 10 minuter för att presentera resultat för gruppen
GRUPPSTORLEK	Ett 20-tal personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Pennor och markörer, post-det anteckningar, kopia av prioritet för genomförande Matrix för varje grupp. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste beredas före workshopen).
BESKRIVNING	1. För att starta aktiviteten presenterar ledaren ett kort scenario: <i>Företaget OneTwoThree är verksamt inom området hållbara livsmedelsförpackningar på landsbygden i Nederländerna. Företaget anställer 30 anställda, de flesta av dem är människor i tjugo- och trettioårsåldern. Förra året införde företaget en mångfaldspolitik som syftade till att öppna OneTwoThree-arbetsplatsen för äldre arbetstagare. Som ett resultat av införda förändringar anställdes tio anställda över femtio år. I början var samarbetet mellan yngre och äldre arbetstagare bra, men med tiden började problem och spänningar dyka upp. Konflikter var främst relaterade till olika metoder för arbete och olika kommunikationsstilar bland anställda i olika åldersgrupper. Som svar på rapporter om minskningar av arbetsprestationen beslutade chefen för OneTwoThree att avskeda fem av de äldre anställda som kämpade med att anpassa sig till arbetsförhållanden. Detta beslut hade en negativ inverkan på företagets image och kostade det en förlust av affärspartners. *</i> 1. När alla deltagare är bekanta med det korta scenariot delar ledaren upp dem i små fyra till fem mindre grupper.

	Deltagarna bör sedan diskutera vilka misstag som gjordes och vad som skulle kunna vara mer lämpliga lösningar för att hantera det problem som OneTwoThree stod inför. 2. När alla grupper är klara ber ledaren dem att utvärdera sina föreslagna lösningar i två kategorier: 1. Användbarhet – till vad som framhårdar lösningen på verksamhetens och dess anställdas behov 2. Tillämplighet – vilka är utmaningarna och hindren för genomförandet Syftet med denna verksamhet är att utvärdera prioriteringen av genomförandet av olika lösningar. Ledaren ger deltagarna mallen för prioritet för genomförande Matrix och ber dem att sätta sina post-it lappar under de korrekta rubrikerna. 1. När alla föreslagna lösningar har satts in i mallen för matrisen, bör deltagarna besluta om handlingsplanen för att korrigera mångfaldsstrategi för företaget. De bör välja vilka lösningar som kommer att genomföras först och vilka åtgärder som kommer att vara stegen för att introducera dem. Ledaren bör stödja denna process genom att dra till sig deras uppmärksamhet till viktiga punkter och steg som beskrivs i IO1 Circulink Manual.
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren får använda det angivna scenariot eller någon annan fallstudie som är relaterad till ämnet för verksamheten och ger deltagarna möjlighet att utvärdera åtgärder för mångfaldshantering.
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

*De data och den information som används i det här scenariot är inte äkta, de uppfanns av författaren



AKTIVITETSNAMN	5 - Hållbar Affärsmodell Canvas - Mångfaldshantering
LÄRANDE MÅL	Att utveckla idén om mångfaldshantering till en livskraftig affärsverksamhet. För att bättre förstå olika faktorer i samband med genomförandet av mångfaldshantering. Att förstå de positiva och negativa konsekvenserna av mångfaldshantering.
UTBILDNINGSMETOD(ER)	PBL (pbl) Rollspel Gruppdiskussioner
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 45 minuter (beroende på gruppens storlek) 5 minuter för ledaren att presentera Sustainable Business Model Canvas och dess elva element 5 minuter för deltagarna att läsa det korta scenariot 20 minuter för att diskutera och utveckla idéer i grupper 15 minuter för att presentera den första versionen av Canvas BM till gruppen och få feedback
GRUPPSTORLEK	Ett 20-tal personer; undergrupperna bör inte vara mer än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Pennor och markörer lägger upp anteckningar, papper för att göra anteckningar, mallen Hållbar affärsmodellcanvas. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen).
BESKRIVNING	1. Ledaren startar verkstaden genom att förklara vad Sustainable Business Model Canvas är och vilka element den innehåller. 2. Ledaren presenterar för deltagarna det korta scenariot och delar upp dem i små – fyra till fem-undergrupper. Deltagarna läser scenariot och utvecklar idén om en strategi för mångfaldshantering baserad på mallen Hållbar affärsmodellcanvas. The scenario: <i>Du har befordrats på en position som chef för Make-It-Your-Way ett företag som verkar inom second-hand möbler, renovering och redesign i Dublin. Organisationen har 28 anställda från 11 länder. Åldersintervallet i företaget är mycket bred, den yngsta medarbetaren är 18 år och den äldsta 57 år gammal. Dessutom kännetecknas de anställda av mycket olika arbetsstilar och tankemönster relaterade till deras kulturella och samhälleliga bakgrund.</i> <i>Företaget är stolt över sin mångfald och anser att det är dess största tillgång. Det finns dock flera utmaningar relaterade till det. För att nämna några påverkar stereotyperna om olika nationaliteter personliga relationer mellan de anställda.</i>

	<i>Konflikterna i samband med känslor av överlägsenhet och okunnighet om vissa nationaliteter mot andra är en daglig verklighet i Make-It-Your-Way. Kulturella skillnader manifesterar sig i missförstånd i icke-verbal kommunikation (t.ex. gester) och olika attityder till arbete – till exempel tendens att förhålla en stor grupp arbetstagare omorganiserar grupp-projekten. Dessutom stärker olika kommunikationsstilar för yngre och äldre medarbetare, dessutom genom dålig engelsk kompetens hos några av arbetarna, negativt påverkar kunskap och kompetensöverföring.</i> <i>Ditt jobb, som ny chef, är att identifiera de viktigaste problemen med Make-It-Your-Way företaget, och utforma en strategimångfald förvaltning som kan bidra till att omvandla dem till styrkor och fördelar med en diversifierad arbetskraft. *</i> 3. När alla grupper är redo, presenterar de sina idéer. I gruppdiskussionen ger deltagarna varandra feedback.
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Om du vill anpassa arbetsmallen Affärsmodell för behovet av den här aktiviteten bör ledaren få deltagarna för att besvara följande frågor i samband med specifika avsnitt i canvasmallen: - Värde Proposition: - Vilket problem kommer vi att ta itu med i vår mångfaldsstrategi? - Vad är syftet med vår mångfaldsstrategi? - Vilka behov tillgodoser vi? - Viktiga aktiviteter: - Vilka viktiga aktiviteter kräver vår mångfaldsstrategi? - Vilka utmaningar kan vi möta när vi inför vår mångfaldsstrategi? - Hur ska vi ta itu med utmaningarna? - Viktiga partner: - Vilka är våra viktigaste partner i förhållande till vår mångfaldsstrategi inom och utanför organisationen? - Hur kan våra partner stödja oss när det gäller att ta itu med de utmaningar vi står inför? - Vilka kunskaper och resurser kan våra interna och externa partner förse oss med? - Viktiga resurser: - Vilka nyckelresurser behöver vi för att införa vår mångfaldsstrategi? - Vilka viktiga kunskaper behöver vi för att införa vår mångfaldsstrategi? - Kundrelationer: - Vilken typ av relationer med våra kunder har vi nu – hur vill vi ändra på det?

	1. Vilka är våra kunders behov i förhållande till vår mångfaldsstrategi? 2. Kundsegment: 1. Vilka är våra kunder i relation till vår mångfaldsstrategi? 3. Kanaler: 1. Hur ska vi fördela och främja vår mångfaldsstrategi inom och utanför organisationen? 4. Kostnadsstruktur: 1. Vilka är de viktigaste kostnaderna för vår mångfaldsstrategi? 2. Vilka nyckelresurser är dyrast? 3. Vilka nyckelaktiviteter är dyrast? 5. Intäktsströmmar: 1. Vilka kan vara de kortsiktiga och långsiktiga fördelarna med vår mångfaldsstrategi? 6. Ekonomiska kostnader: 1. Vilka sociala kostnader kan relateras till införandet av vår mångfaldsstrategi? 7. Ekonomiska sociala förmåner: 1. Vilka sociala fördelar kan relateras till införandet av vår mångfaldsstrategi? 2. Vem kommer att dra nytta av resultaten av vår mångfaldsstrategi? Ledaren bör vägleda deltagarna att gruppera elementen i den hållbar affärsmodellen i följande ordning: 1. Värde proposition – Kundrelationer – Kanaler – Kundsegment 2. Nyckelpartner – Nyckelaktiviteter – Nyckelresurser 3. Kostnadsstruktur – intäktsströmmar 4. Eco-social Costa - Eko-sociala fördelar Ledaren måste aktivt stödja deltagarna i alla faser av verksamheten, särskilt genom att dynamisera diskussionen. Ledaren bör betona att den hållbara affärsmodellens moduler är ett stöd för genomförandet av idén till ett företag. Det kan fungera som ett kontrollerande verktyg för strategiska beslut.
LEVELS & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt. Ledaren kan använda som grund för den här aktiviteten, det angivna scenariot eller något annat scenario som han eller hon finner relevant.

Du har befordrats på en befattning som chef för NewPackages-företaget som verkar inom området hållbara förpackning. Ditt mål är att omdefiniera förpackningsindustrin genom att skapa material som sugrör, gjorda av hållbart råvaror och träsidoströmmar, mikroplastfria och helt biologiskt nedbrytbara.

Företagets produkt kan användas som förpackning för allt från kosmetika till livsmedel till presentförpackningar med mera. Den har alla fördelar med plast, men det bryts ned helt och lämnar inga spår när det är borta.

Trots erbjudet värde står företaget inför flera utmaningar relaterade till det. För att nämna några, är företaget söker efter en investerare eller som skulle vara intresserade av att stödja utvecklingen av idén. Marknadsföringsstrategin är inte tillräckligt effektiv och det är svårt att anskaffa nya intressenter och partner.

*Ditt jobb, som ny chef, är att identifiera de viktigaste problemen för MakeItYourWay företag, och en designmångfald förvaltningsstrategi som kan bidra till att öka innovation i marknadsföringsstrategi och hjälpa intresset av nya intressenter och partners. **

I en annan variant av aktiviteten kan alla undergrupper arbeta med olika scenarier.

För mer avancerade grupper kan ledaren föreslå att de idéer som utvecklats i modellen ska införlivas i en affärsplan. Mer specifika uppgifter – inklusive milstolpar, detaljerade planer för finansiering och kommunikation kommer att behövas. Om möjligt kan ledaren be deltagarna att arbeta med exemplen på sina egna organisationer.

*De data och den information som används i det här scenariot är inte äkta, de uppfanns av författaren

Moment 4

Social Ekonomi





Case Study

flip&flip

VEM: flip&flip

VAR: Fuentes de Ebro - Spain

NÄR: 2016

VAD: Hållbar design

Initiativet

År 2016 observerade två unga designers från Fuentes de Ebro, en liten stad nära Zaragoza, Spanien, världen med ett visst missnöje. Vid universitetet hade vi hört att det uppskattas att 80% av den inverkan som orsakas av en produkt till planeten sker i designprocessen. Så som skapare av produkter, kände vi oss ansvariga för den oroande framtiden för vår planet och vi tänkte, om vi vänder allt? Vad i det ögonblicket verkade galet var den född av Flip & Flip.

Tidsram

Vi började undersöka och insåg att inom vårt område, Aragon, logistiksektorn var mycket utvecklad och det fanns många företag som producerade presenningar av lastbilar och solskydd. Resterna från produktionsprocessen hamnar på en deponi. Detta material var i perfekt skick, men det kasserades eftersom det inte är användbart för deras huvudsakliga syfte för vilket det hade skapats.

I december 2016 lanserade vi vårt varumärke och började sälja vår första försäljning. Steg för steg, med entusiasm och ansträngning.

Fokusområden

ÅTERVINNING Vi letar efter material att spara: Den återvunna lastbilen presenning är en PVC presenning återhämtat sig från rester kvar från produktionsprocessen av tält, lastbilar och andra applikationer. (Aragons företag).

DESIGN Vi designar unika produkter.

HANDGJORD Vi gör handgjorda produkter i vår ateljé i Spanien.



KÄRNGRUPP & EXTERNA DELTAGARE

Två unga designers från Fuentes de Ebro, en liten stad nära Zaragoza, Spanien. Slutligen, i en liten stad i Alicante, **träffade vi Pepe och Reme, hantverkare med 30 års kärlek till sitt arbete**, som vågade med det och hjälpte oss att bygga denna stora familj.

Resultat hittills

Väskor är din hållbara vän i staden. Handgjorda i Spanien med lastbildelar presenningar och solskydd. Vattentät och mycket starka. Varje modell är en begränsad upplaga. Var snabb.

Nu finns Flip & Flip produkter på gatorna i 12 länder och är tydligt identifierbara. De kan köpas i sin webbutik och genom vissa specialiserade butiker.

Från början var vi tydliga med att Flip & Flip är mycket mer än en produkt, **det är ett koncept för återanvänder kasserade material av branschen för att utforma nya unika, funktionella och attraktiva produkter.** Under denna premiss har nya produkter dykt upp och det finns fortfarande många fler framöver. Sökandet efter nya material att spara och nya produkter att utvecklas med dem är en kontinuerlig process av den dagliga dagen för företaget.

Ursprung

Allt föddes 2014, från ett karriärfinalprojekt: "Material har ett eget liv, jag upptäckte det när jag var studerade Industrial Design. Ett år senare, i en begagnad butik, slogs jag av mängden avfall som genereras av människor. Jag upptäckte att dessa material var värdelösa för deras huvudsakliga funktion, men om du öppnade ditt sinne och tittade på dem med olika ögon, kan de vara användbara för att uppfylla nya funktioner.

Beslut om fokus

Vad kan vi göra med det här? Dessa presenningar hade 3 huvudfunktioner: vattentätresistent, hållbara och en historia bakom som gjorde dem unika. Och vi tänkte: det är perfekt för en vattentät, styrka och unik ryggsäck. På den tiden fanns det antingen mycket funktionella ryggsäckar men inte estetiska, eller ryggsäckar med en mycket noggrann estetisk men med en inte särskilt bra funktionalitet. Som ett resultat föddes **START** ryggsäcken, en ryggsäck med den perfekta balansen mellan funktion och estetik och av allt detta kunna undvika konsumtion av nya resurser på planeten.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

– Vår utmaning är att fortsätta växa genom design och hållbarhet. **Vänd på allt för att rädda vår planet.** Detta har precis börjat!"

Vi **genererar mycket avfall varje dag**, men om problemet är i **branschen**, blir det större. Därför bestämde vi oss för att inrikta våra ansträngningar på att hjälpa till att lösa detta **problem** i branschen. Vårt team söker ständigt **efter nya möjligheter att återvinna material som kastats bort** av industrin och satt skapa nya produkter med dem. På så sätt hjälper vi företag att hantera sitt avfall och å andra sidan ger vi materialet ett andra liv. **Fråga dig själv "Varför". Vänd ditt liv.**

Var kan du hitta andra luckor i andra områden?

Hur ska du ta itu med problemet?

LÄS MER

<https://www.flipandflip.comFORMATION>

Website: www.flipandflip.com

Kontakt: welcome@flipandflip.com



AKTIVITETSNAMN	<i>1 - Störande designmetod i social cirkel ekonomi</i>
LÄRANDE MÅL	Medvetenhet om vad samhällsekonomi är Att få kreativa kompetenser för att utveckla och integrera frågor av denna typ av initiativ i den social ekonomin i verksamhet/organisation i ett lokalt sammanhang. Att kunna anpassa verkliga situationer till ett lärande. Att syntetisera olika idéer till ett formellt handlingsförslag.
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Designa tänkande för att skapa aktiverade metoder för att påverka planeten och människorna positivt. Denna metod ger en lösningsbaserad metod för att lösa problem.
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 80 minuter (beroende på gruppens storlek) kommer vi att ta gå genom 5 steg. 10 minuter att dela problemet med hela gruppen och diskutera det i små grupper. Att förstå de involverade mänskliga behoven. 10 minuter att dela med sig av diskussionen och lärandet från den lilla gruppen med alla. Rama in och definiera problemet på mänskligt centrerat sätt. 25 minuter för att införa en ytterligare fråga i det delade problemet som komplicerar frågan ytterligare vilket kräver mer diskussion. Skapa många idéer i olika sessioner. 25 minuter att diskutera i små grupper och att dela diskussionen och lärandet från den lilla gruppen med alla. Utveckla en lösning på problemet. 10 minuter för slutlig diskussion, sammanfattning och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	Högst 12 personer, undergrupperna får inte vara mer än tre personer.
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, papper för anteckningar, pennor. Allt material ska tas till hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	Ledarentar upp ett specifikt problem relaterat till ämnet vad som är den sociala cirkel ekonomin i affärssammanhang. Ledaren kan arbeta med en specifik utmaning eller använda exemplet nedan: "Kläder och textilier som vi bortskaffar är en del av vårt stadsavfall, vilket kan betyda ungefär 3% av det totala avfallet som genereras av medborgarna. Denna textilrest begravs i stora "behållare" under jord. I Spanien konsumeras mellan 8 och 9 kilo kläder per invånare och år. Det uppskattas att cirka 390 000 TN textilavfall genereras per år i hela landet " 1. Ledaren ger exempel på några av de viktigaste faktorerna som tenderar att bestämma problemlösningen. Till exempel måste textilavfall ofta hantera behovet av att förbättra effektivt återanvändningen av avfall mellan olika lokala aktörer i samhället. 2. Deltagarna i de små grupperna kommer att försöka som en fråga som pekar på problemets kärna, ge svar och möjliga

	lösningar på konflikten. För denna uppgift kommer de att använda blädderblock för att reflektera över de föreslagna åtgärderna.2. Ledaren kan hjälpa genom att dynamisera och moderera debatten, först mellan den lilla gruppen (uppmärksamma vad som diskuteras i var och en av grupperna) och sedan involvera alla tillsammans. Grupperna kommer att förklara för de andra deltagarna deras resultat och slutsatser. 3. Ledaren lägger sedan till en vridning, en hypotetisk komplikation eller svårighetsfaktor. Till exempel tidstryck: <i>"Verksamheten har just vunnit en ny företagskund som vill att företaget ska genomföra integrerad marknadsföring, reklam och försäljningskampanj. Verkställande direktören påminde Maria om att det var nödvändigt för verksamheten att leverera det kontraktet framgångsrikt och Maria måste hitta en lösning för att förbättra kommunikationen mellan lagen så snart som möjligt."</i> 1. Arbetet kommer att fortsätta i små grupper för att ta sig an situationen. Gruppens lösningar diskuteras sedan tillsammans med de andra grupperna. Ledaren kommer att moderera utformningen av en gemensam, slutlig handlingsplan. (Viktiga punkter och steg).
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig för moderering av gruppdynamiken, med hänsyn till: - YouTube-videopresentation; https://www.disruptdesign.co/blog/key-thinkers-in-the-development-of-applied-systems-thinking - Möjliga lösningar. Mallar. - Vridning / komplikationsfaktor
LEVELS & VARIATION	Se till att anpassa övningen till den lokala och interna situationen om möjligt. Se till att närma dig känsliga ämnen med bestämdhet.

AKTIVITETS NAMN	2 – De 5 varför
LÄRANDE MÅL	Denna enkla forskningsmetod hjälper dig att avslöja de djupa motiv och antaganden som ligger till grund för en organisations mål i den sociala cirkulära ekonomin. • Att medvetenhet om principerna för den cirkulära ekonomin med det sociala företaget, att upptäcka de rätta förutsättningarna för att främja innovation och kreativitet, för en värld med lokala lösningar.

UTBILDNINGSMETOD(ER)	Forskningsmetod
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 25 minuter 5 minuter för att dela problemet med hela gruppen och diskutera det i par. 5 minuter att komma ihåg att du inte ställer en horisontell fråga, (dvs "Varför får du en bra skörd i år?") du går för djupt (dvs "Varför kunde du inte köpa gödselmedel du behövde?"). Ge exempel. 5 minuter att diskutera i par och att dela upp diskussionen och skriv ner vad du hör, med särskild uppmärksamhet åt stunder när det känns som du har flyttat en nivå djupare att förstå varför personen gör vad hon/han gör. 5 minuter för slutlig diskussion, kom ihåg att du kanske inte kommer till kärnan förrän den fjärde eller femte "Varför." Avslut och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	12 personer, som arbetar i par, en är intervjuaren och den andra är entreprenören.
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Papper och pennor
BESKRIVNING	De fem "varför" är en fantastisk metod att använda för att komma till kärnan i en persons tro och motiv. Visst, du kan känna dig som en fyra-åring frågar "varför" varje gång en person svarar på din tidigare fråga, men om du håller fast vid det, och ge den person du intervjuar tid, utrymme och tillstånd att verkligen gå djupt, du kommer sannolikt att sluta med några viktiga insikter. 1. Ledaren tar upp en specifik fråga som rör ämnet social cirkulär ekonomi i ett lokalt affärssammanhang. Ledaren kan arbeta med en specifik fråga. <i>"Vet du vad begreppet social cirkulär ekonomi?" eller "Hur var din skörd i år?"</i> Sedan, genom att fråga varför fem gånger kommer du till några viktiga svar på komplicerade problem. Detta kan vara en bra metod för att använda om du försöker komma åt de mänskliga och känslomässiga rötterna till ett problem.
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig för måtta på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: Flera frågor om begreppet och principer för social ekonomi
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

AKTIVITETSNAMN	3 - Hur kan vi
LÄRANDE MÅL	Att förstå hur man effektivt kan ta samman initiativ är för våra utmaningar att lösa problem. Att upptäcka olika initiativ kopplade till den sociala cirkulära ekonomin för nätverk i ditt lokala sammanhang. För att kunna möta varandra i en inlärningspraktik Att syntetisera en rad olika idéer i ett formellt förslag till åtgärder.
UTBILDNINGS METODER	PBL (Problembaserat lärande), experimentell-inlärnning
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 60 minuter (beroende på gruppens storlek). 10 minuter för att dela problemet med hela gruppen och diskutera det i små grupper. 20 minuter för att dela söka länkade initiativ med ditt ämne och lära av den lilla gruppen med alla. 20 minuter för att dela forskningen med hela gruppen. 10 minuter för slutlig diskussion, avslut och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara fler än fyra personer.
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, papper för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	Varje problem är en möjlighet att träffa människor som har samma intressen att lösa problem / eller att lära av dem. Genom att utforma din utmaning som en "hur kan vi" fråga, kommer du att ställa dig upp för en innovativ lösning. "Hur kan vi" fråga sig för att omvandla dessa utmaningar till möjligheter att hitta initiativ kopplade till den sociala cirkulära ekonomin att behöva arbeta med samma utmaningar. Vi använder formatet "How Might We" eftersom det tyder på att en lösning är möjlig och eftersom de ger dig chansen att svara på dem på olika sätt i samband med att söka efter ett annat initiativ. En korrekt inramad "Hur kan vi" inte föreslår en särskild lösning men ger dig den perfekta ramen för innovativt tänkande och för att leta efter nätverk. Målet är att hitta möjligheter till samband med dessa initiativ, så om dina insikter tyder på flera "Hur kan vi" frågor som är bra. 1. Ledaren visar en YouTube-video med ett exempel på några av de viktigaste faktorerna som tenderar att avgöra utmaningen i ämnet. Ledaren kommer att fortsätta genom att titta på delar i sociala cirkulära ekonomiska initiativ och deras utmaningar. Försök omformulera frågor genom att lägga till "Hur kan vi" i

	början. Till exempel att delekonomin inom kulturområdet. 2. Deltagarna delas in i små grupper som ska försöka finna frågan om hur vi kan hitta på kärnan i problemet och hitta och koppla till andra initiativ för att hitta möjliga lösningar på vår utmaning. För den här uppgiften använder de blädderblock för att reflektera över de föreslagna åtgärderna. 3. Ledaren kan hjälpa till genom att dynamisera och moderera debatten, först i den lilla gruppen (uppmärksamma vad som diskuteras i var och en av grupperna) och sedan gå med i undergrupperna, alla tillsammans. Grupperna kommer att förklara för de andra deltagarna sina resultat och slutsatser. 4. Slutligen, se till att din "Hur kan vi är" inte är för bred. Det är en knepig process men en bra läroprocess. Hur kan vi ge er båda en smal nog ram för att låta dig veta var du ska börja din Brainstorm, men också tillräckligt bred för att ge dig utrymme att utforska vilda idéer. Arbetet kommer att fortsätta i små grupper för att genomföra uppgiften. Gruppens lösningar kommer sedan att diskuteras tillsammans med de andra grupperna. Ledaren kommer att moderera utformningen av en gemensam, slutlig handlingsplan. (Viktiga punkter och steg).
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: 1. YouTube-video som förklarar metoden (www.designkit.org/methods/3) - Förbered flera utmaningar.
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.
AKTIVITETSNAMN	<i>4 - Bygga ett team</i>
LÄRANDE MÅL	För att förstå hur man effektivt mänskliga nätverk kan fungera Så här upptäcker du olika strategier för nätverksbyggande För att kunna anpassa verkliga situationer till en inlärningspraxis Att syntetisera en rad olika idéer från ett formellt förslag till en åtgärd
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Experiential learning

TID/ VARAKTIGHET	• 15 minuter; Först, bedöma hur många gruppmedlemmar du behöver, personalens tillgänglighet och när projektet ska starta och avslutas. • 15 minuter; Titta på kärnmedlemmarna i ditt team och bestämma vad de är bra på och vad de inte är så bra på. • 20 minuter; Finns det en tydlig teknisk förmåga som du behöver men inte för närvarande har, kanske en maskiningenjör, en grafisk formgivare, en skicklig författare? Kom ihåg att du alltid kan lägga till en gruppmedlem under en kortare tid när deras färdigheter är viktigast.
GRUPPSTORLEK	Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara fler än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, papper för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	Ledaren bör ge en idé att starta ett socialt företag - <i>Vilken typ av människor bör vara i teamen för att nå framgång?</i> Du kan sätta tre affärsdesigners att arbeta på ett nytt socialt företag, men om du kastar en grafisk formgivare, en journalist, eller en industriell designer i mixen, du kommer att få nya sätt att tänka till ditt lag. Det är smart att ha en föraning om vilken typ av talang ditt lag kommer att behöva, om du designar ett socialt företag, en affärsdesigner är förmodligen en bra insats, men du kommer inte att få oväntade lösningar med ett förväntat team. Grupperna presenterar sitt team och motiverar rollerna inom den sociala ekonomin verksamheten. En sammanfattning ger förklaring av resultaten.
ORO OCHFÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig för måtta på gruppdynamiken tidigare, med beaktande av: 1. Kommunikationsexempel (bra och dåliga) 2. Möjliga lösningar 3. Vridning/komplikationsfaktor
NIVÅER & VARIATION	För att anpassa övningen till den lokala, interna situationen om möjligt. Se till att närma sig känsliga ämnen på ett bestämt sätt.

Moment 5

Företagens sociala ansvar CSR



VEM: IKEA

VAR: Världsomspännande

NÄR: Första September 2015

VAD: CSR strategi- Återvunnen bomull



Case Study



Initiativet

IKEA arbetar hårt med CSR i alla avseenden, men en som betyder både mycket för miljön, producenterna och konsumenterna är valet att bara använda bomull som produceras på ett hållbart sätt.

Tidsram

Sedan den första september 2015 kommer all bomull Ikea använder för IKEA-produkter från mer hållbara källor. Detta innebär att bomullen antingen återvinns eller odlas med mindre vatten, kemiskt gödningsmedel och bekämpningsmedel.

Fokusområden

Bomull är en av våra viktigaste råvaror. Du hittar den i många produkter, från soffor och kuddar till lakan och madrasser. Att arbeta med bomull innebär i själva verket att när man odlar bomull på konventionellt sätt ofta är skadligt för miljön och de inblandade människorna. IKEA har gjort ett åtagande att endast använda bomull odlas på ett ansvarsfullt sätt i sina produkter, till förmån för sina kunder och planeten.

Återvinning

IKEA använder återvunnen bomull i sina produkter. 17% är idag återvunnen bomull.

Mindre resurser

Bomullen de använder i produkterna behöver mindre vatten och mindre kemikalier. 77% är vad IKEA kallar bättre bomull.



IKEA

IKEA är en av de största tillverkarna i världen som säljer möbler, kök etc. De arbetar på många sätt med CSR.

1. Endast återvunnen plast i IKEA 2030
2. Utfasning av engångsplast
3. långsiktigt mål är att allt trä kommer från mer hållbara källor, definierade som återvunnet eller FSC® certifierat trä, senast 2020.
4. LED-lampor

Resultat hittills

Det är mycket viktigt att stora företag med stort inflytande på kunder och kunders beteende arbetar med CE och försöker hitta nya lösningar även om deras främsta mål är att sälja saker till människor.

För oss som kunder måste vi ställa frågor, skicka signaler till de stora företag som vi är medvetna om så de stora företagen bättre lever upp till sina/våra förväntningar.

Ursprung

IKEA har alltid arbetat med att minimera och göra färre transporter men nu är också fokus på att följa upp sina leverantörer för att säkra både den sociala, mänskliga aspekten men också hur de använder resurser.

Beslut om fokus

Ett stort företag har stora influenser på marknaden. Om du vill ändra värdekedjor och verkligen få material återvinnas det måste vara ett stort företag som kräver det eller en regering att stifta lagar för mängden återvunnet material i produkter.

REFLEKTIONS- OCH DISKUSSIONSPUNKTER

Vad är vår utmaning? Hur kan vi som kund driva de stora företagen till mer hållbarhet? Vilken är den främsta utlösaren för de större företagen att gå mot cirkulär ekonomi?

Är köp av nya saker framtiden eller kan även stora företag ta tillbaka utslitna objekt och omforma och uppgradera dem eller är det en sektor för små företag? Kan det finnas ett samarbete mellan de stora företagen och de små i dessa frågor?

Vad sägs om att skapa nya cirkulära trender mot kunden?

Hur kan vi köpa mindre och med bättre kvalitet?

Website: www.ikea.se

LÄS MER:

https://www.ikea.com/se/sv/files/pdf/7e/58/7e58334c/ikea-sustainability-strategy_people-and-planet-positive.pdf



AKTIVITETSNAMN	<i>1 - Introduktion till CSR</i>
LÄRANDE MÅL	Att förstå vad CSR betyder Jag förstå vilka värden som finns för företag inom CSR Att göra en sammanfattning av de viktigaste värdena du kan hitta i en film om CSR.
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Diskussion Grupparbete
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 45 minuter (beroende på praktikant) 10 minuter för att titta på CSR-videon. https://www.youtube.com/watch?v=EONkGtNU_9w 10 minuter för diskussion av videon 15 minuter för att identifiera och göra en sammanfattning av de viktigaste värdena för ett företag som använder CSR. 10 minuter för diskussion om fallstudien.
GRUPPSTORLEK	Grupp med 10–20 personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Hårdvara, programvara och internetåtkomst för att visa video och markörer, blädderblock, affischer pennor.
BESKRIVNING	Övningen börjar med en video om CSR Diskussion om videon i grupper. Ge exempel på ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet i sina organisationer. Ledaren kan ta en i taget eller alla tillsammans. Ledaren kommer att göra en sammanfattning av förslagen från gruppen och försöka få dem att hitta andra exempel. Det finns många ord som kommer upp och det är bra att göra dessa tydliga för gruppen Riskhantering Finansiella bedrägerier Moraliska metoder Värdehanteringssystem Hur företag tjänar en vinst? Försörjningskedjor Uppförandekod Green Wash Workshopen kan avslutas genom att titta på fallstudien (exemplet är IKEA men kan vara vilket annat företag som helst) och diskutera hur IKEA vidtar åtgärder för att vara mer hållbara i ett CSR-perspektiv
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Tränaren måste vara tillgänglig för att klargöra alla frågor / tvivel från deltagarna.
NIVÅER & VARIATION	N.A

AKTIVITETSNAMN	<i>2 - Att titta på olika företags hemsidor och se hur de arbetar med CSR och hur de använder det i sin marknadsföring</i>
LÄRANDE MÅL	1. Att undersöka hur olika företag runt om i världen arbetar med CSR. 2. För att diskutera det olika och gemensamma sättet företagen använder CSR. 3. Att diskutera ordet "Green Wash", vad står det för, hur kan det bli ett problem, varför används det, kan du hitta ett företag som använder detta.
UTBILDNINGSMETOD(ER)	59. Microlearning
TIME/ DURATION	1. Total varaktighet: 75 minuter (beroende på gruppens storlek) 2. 5 minuter för att informera om arbetet 3. 20 minuter att gå ut på internet och hitta olika företag och deras CSR arbete. Deltagarna skriver ner sina tankar. 4. 20 minuter att diskutera i små grupper. 5. 10 minuter att sammanfatta i hela gruppen. 6. 2–5 minuter för att diskutera ordet "Green Wash". 7. 10 minuters diskussion i små grupper om "Green Wash" 60. 5 minuter för slutlig diskussion och sammanfattning.
GRUPPSTORLEK	61. Högst 10 personer; undergrupperna bör inte vara fler än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, papper för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BEZKRIVNING	1. Ledaren introducerar arbetet och informerar om de frågor som deltagarna ska söka efter och uppmuntra dem att titta på både stora och små företag. 2. I diskussionen försöka få dem att se hur företag använder CSR på i det dagliga arbetet, på lång sikt, att bygga ett varumärke, etc. 3. Gör anteckningar på blädderblock så att hela gruppen har tillgång till den gemensamma informationen. 4. Gör en kort introduktion av "Green Wash". 5. I gruppdiskussionen försöker få deltagarna att hitta sätt att upptäcka "Green Wash".
FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig på gruppdynamiken innan, med beaktande av: 1. Tillgång till datorer och Internet 2. Dynamiska grupper - Ta ut exempel om gruppen inte hittar bra exempel

AKTIVITETSNAMN	3 - Att vara eller inte vara cirkulär?
LÄRANDE MÅL	Kartläggning av cirkulära innovationer i ditt land. Analysera trender inom innovativa områden. Att få en medvetenhet av cirkulära innovativa initiativ.
UTBILDNINGSMETOD(ER)	Gruppdiskussioner • Debatt, shark tank
TID/ VARAKTIGHET	Total varaktighet: 75 minuter 5 minuter för att informera om arbetet och dagordningen för övningen. 20 minuter att arbeta i par för att hitta de bästa innovativa exemplen både produkter och tjänster. 15 minuter att presentera resultaten och diskutera i små grupper. 10 minuter för att sammanfatta exemplen från grupperna. 5 minuters information om hur man arbetar i en "sharktank". 5 minuter att titta på ett exempel (YouTube) av ett avsnitt om "sharktank" från TV. 5 minuter per grupp för att vara i en "sharktank" scenario. • 10 minuter för att sammanfatta övningen och sammanfatta diskussionerna.
GRUPPSTORLEK	• Högst 20 personer; undergrupperna bör inte vara mer än 5 personer, endast 4 grupper i uppdrag "sharktank".
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Datorer, whiteboard, markörer, papper för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	1. Ledaren introducerar övningen och delar in i grupper. 2. Hitta och anteckna uppgifter om de bästa innovativa exempel- denna övning görs individuellt. Försök att hitta exempel inom olika områden – produkter och tjänster. 3. Presentation i de mindre grupperna. Vilka är de stora innovationer som har lett till verkliga förändringar när vi talar om CE? Vilken typ av innovation eller service kommer att ta ledningen i morgon? Gör en lista över de bästa förslagen med sina fördelar och nackdelar. Hur lätt är det att omvandla en tjänst/produkt till en mer cirkulär produkt/tjänst? 4. Grupperna kommer att skriva ner alla exempel på en whiteboard eller blädderblock 5. Ledaren informerar deltagarna om hur man arbetar i en "sharktank". 6. Kortfilm från ett klipp från "sharktank" exempel. 7. En grupp i taget har 5 minuter vardera att sälja in sina bästa exempel framför en jury. Alla praktikanter kommer att vara både i "sharktank" och i juryn. I varje grupp kommer det att finnas två personer i juryn och två personer i "sharktank". 8. Att summera och reflektera över övningen Länk: https://www.youtube.com/results?search_query=shark+tank+example

FÖRSLAG TILL GENOMFÖRANDE	Ledaren måste förbereda sig för gruppdynamiken med hänsyn till om det finns en tyst grupp. Var beredd och ha en lista över frågor som är ifyllda i förväg.
NIVÅER OCH VARIATION	Anpassning för att göra "sharktank" scenario i bara mindre grupper. Gör kortare filmer för att presentera gruppernas arbete om praktikanterna vill arbeta med sociala medier istället.

AKTIVITETS NAMN	<i>4 - Utveckla en cirkulär strategi för CSR i (ett) ditt företag</i>
LÄRANDE MÅL	1. Att förstå hur man utvecklar en cirkulär strategi för CSR i ett företag 2. För att diskutera hur du kan arbeta i ett företag med CSR 3. För att kunna anpassa verkliga situationer till en inlärningspraxis 4. Att syntetisera en rad olika idéer i ett formellt förslag till åtgärder
UTBILDNINGSMETOD(ER)	PBL (Problembaserat lärande), experimentell inläring
TID/ VARAKTIGHET	1. Total varaktighet: 75 minuter (beroende på gruppens storlek) 2. 20 minuter för att dela problemet med hela gruppen och diskutera det i små grupper. 3. 10 minuter för att dela diskussionen och lära av den lilla gruppen med alla deltagare. 4. 5 minuter för att införa en ytterligare fråga i det gemensamma problemet som komplicerar frågan och kräver ytterligare diskussion. 5. 25 minuter att diskutera i små grupper och sedan redovisa diskussionen i den större gruppen 5. 15 minuter för slutlig diskussion, sammanfattning och avslutning
GRUPPSTORLEK	6. Högst 10 personer; undergrupperna bör inte vara fler än fem personer
SETUP (MILJÖ) & NÖDVÄNDIGA VERKTYG	Blädderblock, markörer, papper för att göra anteckningar, pennor. Allt material bör ta hänsyn till antalet deltagare (måste förberedas före workshopen)
BESKRIVNING	1. Ledaren tar upp ett specifikt problem i samband med ämnet utveckling av CSR i ett affärssammanhang. Ledaren kan arbeta med en specifik utmaning enligt deltagarnas och deras företags erfarenhet och kunskap eller använda nedanstående exempel: <i>"Richard är ny i ledningen av företaget. Han har erfarenhet av att arbeta med en cirkulär ekonomi och CSR från sitt tidigare jobb. Företaget han nu arbetar för är inom transportsektorn och</i>

	<i>ledningen i det nya företaget har ingen eller liten erfarenhet av att arbeta med CE och CSR. Ditt jobb är att:</i> <i>1. Hur kommer han att införa och ta itu med CE och CSR till ledningen, så de blir intresserade?</i> <i>2. Vilka är de viktigaste faktorerna för honom att lyckas?</i> <i>3. Om du var Richard vilka frågor i CSR skulle vara mest lämpligt för ett företag inom transportsektorn? Varför tror du att dessa frågor är de viktigaste / bästa / av mest värde?</i> Ledaren kan ge några exempel på nyckelfaktorer om det behövs. Det kan vara ett företagsexempel eller en video från ett företag. Då kommer deltagarna i små grupper att försöka ge exempel på hur Richard ska agera, peka på problem och svårigheter som han måste hantera. Deltagarna måste ha frihet att ge svar och möjliga lösningar på problem för att nå ett resultat. För den här uppgiften använder de blädderblock för att reflektera över de föreslagna åtgärderna. Ledaren kan avbryta för att hjälpa till genom att dynamisera och moderera debatten, först mellan den lilla gruppen (uppmärksamma vad som diskuteras i var och en av grupperna) och sedan alla tillsammans. Grupperna kommer att förklara för de andra deltagarna sina resultat och slutsatser. Ledaren kan om det behövs lägga till en twist, en hypotetisk komplikation eller svårighetsgrad faktor. Till exempel: <i>" Det finns en ny förordning för hantering av personlig information och allt fokus från ledningen går till detta område....."</i> - Arbetet kommer att fortsätta i små grupper för att genomföra situationen. Gruppens lösningar kommer sedan att diskuteras tillsammans med de andra grupperna. Ledaren kommer att moderera utformningen av en gemensam, slutlig handlingsplan. (Viktiga punkter och steg)
IMPLEMENTATION SUGGESTIONS	Ledaren måste förbereda sig på gruppdynamiken innan, med beaktande av: - Exempel (bra och dåliga) - Möjliga lösningar - Vrid-/komplikationsfaktorer

Hållbar Affärsmodell Canvas - Sista övningen

Nästa sidor presenterar dig SBMC fylld med drivna frågor från alla Circulink-enheter. Deltagarna kan följa riktlinjerna för att producera en SBMC anpassad till sin egen verksamhet eller en cirkulär affärsidé.

I slutet av utbildningen, som en sista övning, kan praktikanter presentera sina egna SBC för publiken i en pitchpresentation (eller med hjälp av en Shark Tank scenario):

Varje pitchdäck bör:

1. Presentera uppdraget: tydligt definiera problemet ditt företag kommer att lösa.
2. Presentera lösningen: tydligt definiera den lösning ditt företag kommer att presentera.
3. Presentera CBM: tydligt definiera de mått som validerar ditt företag.
4. Presentera samarbetsstrategin: Definiera vilka dina nyckelgruppsmedlemmar är och deras referenser.

Märkningen

SI – Social Innovation

CM – Collaboration Management

DM – Diversity Management

SE – Social Economy

CSR – Corporate Social Responsibility

Hållbar affärsmodell Canvas Guidning frågor per enhet

Designad för:

Circulink Training

Designad av:

Circulink Partnership

Datum:

December 2019

Version:

Slutlig

Viktiga partner



SI

1. Vilka är de viktigaste partnererna inom och utanför ditt organisationsföretag?
2. Hur kan dina partner stödja dig när det gäller att ta itu med utmaningarna?
3. Vilka kunskaper och resurser kan dina interna och externa partner ge dig?

CM

4. Vilka är de viktigaste partnererna du kan samarbeta med?
5. Vilka är deras nyckelkompetenser?
6. Vad är mervärdet av att samarbeta med dessa partner?

DM

Viktiga aktiviteter



SI

1. Vilka viktiga aktiviteter kräver din strategi?
2. Vilka utmaningar kommer ni att ställas inför när ni introducerar era tjänster när det gäller de lokala myndigheterna och de medborgare som inte är välinformerade?
3. Hur ska du ta itu med dessa utmaningar?

CM

4. Vilka viktiga aktiviteter kan du föra till din organisation från att tillämpa en samarbetsstrategi?
5. Vilka utmaningar kommer du att möta att förbättra en samarbetskultur inom din organisation (interna och externa)?

DM

Värde Förslag



SI

1. Vilka problem kommer du att möta när du använder din idé?
2. Vad är syftet med ditt sociala innovationsföretag?
3. Vilka specifika behov behöver du för att tillfredsställa?

CM

4. Vilka specifika behov behöver vi för att tillfredsställa inom vårt företag att vi kan fullgöra en intern samarbetsstrategi?
5. Vilka specifika behov kommer du att tillgodose genom att införa en samarbetsstrategi (intern och extern)?

Kund Relationer



SI

1. Vilken typ av relationer med dina kunder måste du upprätta?
2. Vilka är dina kunders behov i förhållande till dina tjänster?
3. Hur ska du mäta dina kunders tillfredsställelse?

CM

4. Vilken typ av relationsverktyg har du med dina kunder?
5. Kan du lyckas ha någon typ av samarbete med dina kunder? (Ex. Genom att involvera lokala gemenskaper)

DM

6. Vilken typ av relationer med våra kunder har vi nu – hur vill vi ändra på det?

Kundsegment



SI

1. Vilka är dina kunder i förhållande till dina tjänster?

CM

2. Kan du nå nya kunder / marknader genom att tillämpa en CM strategi? Hur?

DM

3. Vilka är våra kunder i relation till vår mångfaldsstrategi?

SE

4. Hur gör man varje kund unik?
5. Hur kan du få kontakt med dina kunder känslomässigt?
6. Hur skapar man en väg av öppenhet och integritet?
7. Exempel: Individualisering av lösningar, ger ett värde åt mänsklig relation, förtroende

CSR

- Vem är dina kunder i förhållande till din CSR strategi?

7. Vilka är dina viktigaste partners i förhållande till vår mångfaldsstrategi inom och utanför organisationen?

1. Hur kan dina partner stödja oss när det gäller att ta itu med de utmaningar vi står inför?

2. Vilka kunskaper och resurser kan dina interna och externa partners förse oss med?

SE

3. Vilka är dina viktigaste partner i förhållande till vår sociala ekonomi inom och utanför organisationen?

4. Hur kan dina partner stödja oss när det gäller att ta itu med de utmaningar vi står inför?

5. Vilka kunskaper och resurser kan dina interna och externa partners förse oss med?

6. *Exempel:*
Samarbetsnätverk, lokalsamhällen, lokala myndigheter

CSR

6. Vilket problem kommer du att ta itu med i din mångfaldsstrategi?

1. Vad är syftet med din mångfaldsstrategi?

2. Vilka behov tillfredsställer du?

SE

3. Vilka viktiga aktiviteter kräver din sociala ekonomi?

4. Vilka utmaningar kan du möta när du inför din strategi för social ekonomi?

5. Hur ska du ta itu med utmaningarna?

6. *Exempel; Lobby, optimera prestanda, produktdesign*

CSR

7. Vilka viktiga aktiviteter kräver din CSR-strategi?

8. Vilka utmaningar kan du möta när du introducerar vår CRS-strategi?

9. Varför har du dessa utmaningar?

- Hur ska du ta itu med utmaningarna och rangordna dem?

1. Vad är mervärdet av att införa en samarbetsstrategi (till min organisation /klienter)?

DM

2. Vilket problem kommer du att ta itu med i din mångfaldsstrategi?

3. Vad är syftet med din mångfaldsstrategi?

4. Vilka behov tillfredsställer du?

SE

5. Hur omvandlaförfaranden för företaget i god praxis?

6. Hur man etablerar goda relationer med andra företag i miljön?

7. Hur man skapar en gemenskap och sociala nätverk för att dela idéer

8. *Exempel: Optimera resurser, skapa synergier, skapa en känsla av grupp*

CSR

9. Vilket problem kommer du att ta itu med i din CSR strategi?

1. Vilka är våra kunders behov i förhållande till vår mångfaldsstrategi?

2. Hur ska vi mäta våra kunders tillfredsställelse?

SE

3. Vilken typ av relationer med dina kunder måste du ha nu - behöver du ändra och om hur ska du ändra det? Vilka är dina kunders behov i förhållande till din CSR-strategi?

4. Hur ska du mäta dina kunders tillfredsställelse? Måste du ändra undersökningen?

CSR

5. Vilken typ av relationer med dina kunder måste du ha nu - behöver du ändra och om hur ska du ändra det? Vilka är dina kunders behov i förhållande till din CSR-strategi?

- Hur ska du mäta dina kunders tillfredsställelse? Behöver du förändra undersökningen?

- Kan du nå ett nytt segment eller nya kunder om ni använder CSR?

1. Vilka är dina nyckelpartners i förhållande till din CSR strategi inom och utanför organisationen?
 2. Hur kan dina partner stödja dig när det gäller att ta itu med de utmaningar du står inför?
 3. Vilka kunskaper och resurser kan dina interna och externa partner förse dig med?
- Hur kan du göra dina partners både inom och utanför intresserade av

Viktiga resurser



SI

1. Vilka viktiga resurser behöver du presentera för din organisation?
2. Vilken nödvändig kunskap du behöver för att söka din tjänst?

CM

3. Vilka viktiga resurser kan vi uppnå genom att införa en CM-strategi?

DM

4. Vilka nyckelresurser behöver vi för att införa vår mångfaldsstrategi?
5. Vilka viktiga kunskaper behöver vi för att införa vår mångfaldsstrategi?

SE

1. Öppenhet, Information, Kunskap om sammanhanget, Anpassning, Integritet

CSR

2. Vilka viktiga resurser behöver du för att presentera din CSR-strategi?
3. Vilken viktig kunskap behöver du för att

1. Vilka är dina mål för din CSR strategi?

- Vilka behov måste du tillfredsställa?

Kanaler



SI

1. Hur ska vi distribuera och marknadsföra dina tjänster?

CM

2. Kan vi förbättra våra distributionskanaler genom en samarbetsstrategi? Hur?

DM

3. Hur ska vi fördela och främja vår mångfaldsstrategi inom och utanför organisationen?

SE

4. Ansikte mot ansikte, sociala nätverk, samhällen, teknikgränssnitt (SMS, post, webbsidor ...)

CSR

- Hur ska du distribuera och marknadsföra din CSR-strategi inom och utanför organisationen?

presentera din CSR strategi?

4. Hur är nyckelpersonerna i ditt företag som du måste ha på din sida?

Kostnadsstruktur



SI

- Vilka är de mest kritiska kostnaderna för dina tjänster?
- Vilka nyckelresurser är dyrast?
- Vilka nyckelaktiviteter är dyrast?

CM

- Vilka kostnader kan vi minska genom att införa en CM-strategi? Hur?

DM

- Vilka är de viktigaste kostnaderna för vår mångfaldsstrategi?
- Vilka nyckelresurser är dyrast?
- Vilka nyckelaktiviteter är dyrast?

SE

- Definiera affärsmodellen (Det beror på vilken typ av företag)
- Beslut: Tillgängliga resurser; Studie av befattningar: omdefiniering av arbetstillfällen; Fas av ändringar och arrangemang. Definition av nya förfaranden. Genomförandet av de nya förfarandena.
- Övriga kostnader: Allmänna kostnader; Konsultarvoden

CSR

- Vilka är de viktigaste kostnaderna för din CSR strategi?
- Vilka nyckelresurser är dyrast?

Intäktsströmmar / Struktur



SI

- Vad kan vara de kortsiktiga och långsiktiga intäkterna från dina tjänster?

CM

- Vilka kan vara de kortsiktiga och långsiktiga fördelarna med att tillämpa en CM-strategi på vår organisation?
- Vilka intäkter kan vi uppnå genom att tillämpa en CM-strategi?

DM

- Vilka kan vara de kortsiktiga och långsiktiga fördelarna med vår mångfaldsstrategi?

SE

- Hur vinst beror på utformningen av modellen (Det beror på vilken typ av business)?
- Hur definierar du måttet för intäkterna?
- Hur kan vi minska kostnaderna och öka vinsten?
- Kundlojalitet

CSR

- Vad kan vara de kortsiktiga och långsiktiga fördelarna med din CSR-hantering?

Miljösociala kostnader



SI

- Vilka sociala kostnader kan vara relaterade till att införa dina tjänster?

CM

- Vilka ekologiska och sociala kostnader kan relateras genom att införa en CM-strategi? Vad är förhållandet kostnad jämfört med fördelar?

DM

- Vilka sociala kostnader kan relateras till införandet av vår mångfaldsstrategi?

SE

- Vilka sociala kostnader kan vara relaterade till att vi inför vår sociala ekonomi i våra tjänster?

CSR

- Vilka sociala kostnader kan vara relaterade till att införa din CSR strategi?

Ekonomiska sociala förmåner



SI

- Vilka sociala förmåner kan vara relaterade till att införa dina tjänster?
- Vem kommer att dra nytta av resultaten av dina tjänster?

CM

- Vilka ekologiska och sociala fördelar kan relateras genom att införa en CM-strategi? Vad är förhållandet kostnad jämfört med fördelar?

DM

- Vilka sociala fördelar kan relateras till införandet av vår mångfaldsstrategi?
- Vem kommer att dra nytta av resultaten av vår mångfaldsstrategi?

SE

- Vem kommer att gynnas av att införa social ekonomi i våra tjänster/produkter?
- Vilka sociala fördelar kan vara relaterade till att införa social ekonomi i våra tjänster/produkter?

CSR

- Vilka sociala fördelar kan vara relaterade till att införa din CSR-hantering?
- Vem kommer att dra nytta av resultaten av din CSR strategi?

Based on: www.businessmodelgeneration.com

Label: SI – Social Innovation CM – Collaboration Management DM – Diversity Management SE – Social Economy CSR – Corporate Social Responsibility