

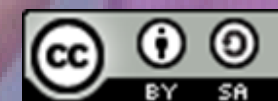


Utbildningsmoduler för grön omställning

MODUL 11:

Samhällsengagemang och inköp

Finansieras av Europeiska unionen. De synpunkter och åsikter som uttrycks är endast upphovsmannens [upphovsmännens] och utgör inte Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kulturs (EACEA) officiella ståndpunkt. Varken Europeiska unionen eller EACEA tar något ansvar för dessa.



Medfinansieras av
Europeiska unionen



Innehållet i denna modul

1

Fördelar med samhällsengagemang och lokal inköp

2

Skapa gemensamt värde

3

Fallexempel

4

Slutsatser



Huvudpunkte

- Förstå rollen av samhällsengagemang och lokala inköp i familjeföretagens gröna omställning.
- Identifiera konkreta strategier för att minska miljöpåverkan och öka lokal motståndskraft genom partnerskap med lokalsamhället.
- Analysera verkliga exempel på familjeföretag som skapar gemensamt värde genom samarbete med lokala aktörer.

Syftet med denna modul

Den här modulen syftar till att utforska hur familjeföretag kan samarbeta med sina lokalsamhällen och anskaffa material på ett ansvarsfullt sätt för att stödja sin gröna omställning.

Genom praktiska exempel och interaktiva övningar får deltagarna upptäcka hur starka relationer med lokala intressenter kan minska miljöpåverkan, öka motståndskraften och skapa gemensamt värde för både företaget och samhället.

Samhällsengagemang och lokala inköp är inte bara miljöeffektivt, utan också ekonomiskt strategiskt. Genom att samarbeta med närliggande leverantörer, skolor, institutioner och medborgare kan familjeföretag bygga förtroende, förbättra varumärkesryktet och få tillgång till nya möjligheter till samarbete och innovation på territoriell nivå.

Introduktion

Familjeföretag har alltid varit djupt förankrade i sina lokalsamhällen. I den gröna omställningen blir denna koppling en strategisk fördel: lokala inköp och samhällsengagemang stärker motståndskraften, minskar risker och bygger förtroende hos kunder och partners.

Att samarbeta med närliggande leverantörer, skolor, kommuner, föreningar eller medborgare hjälper företag att hålla sig i linje med territoriella behov och värderingar. Samtidigt skapar det möjligheter till samarbete, innovation och synlighet.



I en kontext av bräckliga globala leveranskedjor och skiftande förväntningar erbjuder investeringar i den lokala dimensionen tydliga fördelar: snabbare reaktioner, minskade utsläpp, starkare relationer och en mer autentisk varumärkesidentitet.

Hållbarhet börjar med människor, platser och ett gemensamt syfte.

Viktiga fördelar med samhällsengagemang och lokala inköp

Samhällsengagemang och lokala inköp är strategiska verktyg som hjälper familjeföretag att bygga mer motståndskraftiga och hållbara affärsmodeller. När företag investerar i sitt lokala ekosystem aktiverar de en positiv cirkel av ömsesidigt värdeskapande.

Nedan följer fyra viktiga fördelar med samhällsengagemang:



Minskning av miljöpåverkan

Mindre transporter, mindre avfall, mer cirkulära metoder.



Högre motståndskraft och tillförlitlighet

Lokala nätverk reagerar snabbare vid störningar.



Äkta varumärke och rykte

Lokal förankring stärker trovärdighet och kundlojalitet.



Starkare förtroende och transparens

Personliga relationer bygger långsiktigt samarbete.

Skapa gemensamt värde

Gemensamt värde skapas när ditt företag och ditt samhälle gynnas tillsammans. Det är inte välgörenhet, utan ett strategiskt tillvägagångssätt som stärker territoriella ekosystem, kompetens och socialt välbefinnande.

Hur kan familjeföretag skapa gemensamt värde?

Samskapa med lokala producenter

Att arbeta med designers, hantverkare och livsmedelsproducenter stärker identitet och lokal kompetens.

Delta i samhällsevenemang

Mässor och öppet hus ökar synligheten, lockar kunder och bygger upp stolthet i samhället.

Involvera skolor och elever

Projekt och praktikplatser stöder kunskapsöverföring, framtida talanger och egenmakt.

Stöd lokala initiativ

Cirkulära pilotprojekt och energigemenskaper kopplar affärspåverkan till gemensamma lokala mål.

Reflekterande aktivitet

- På vilka sätt skapar ert företag redan värde för samhället – utöver sin ekonomiska roll?
- Vilka lokala partnerskap kan hjälpa er att öka detta värde?
- Tänk på ett projekt som skulle kunna gynna både ditt företag och ditt samhälle. Vad skulle vara det första steget för att förverkliga det?



Fallexempel

Niki's Sweets - Cypern

Detta familjeägda företag, beläget i bergsbyn Agros, byggde en noll-avfallsmodell genom att återanvända fruktbiprodukter, kompostera skal och samarbeta med lokala gårdar och bearbetningsföretag. Deras samarbeten – som att leverera fruktkärnor till en lokal kosmetikaproducent – visar hur cirkulära metoder stärker både verksamheten och samhället.

Viktig lärdom: Även avlägsna familjeföretag kan skapa starka lokala partnerskap som minskar avfall och stöder territoriella ekonomier.

Satturn Holešov - Tjeckien

Detta familjeföretag samarbetar aktivt med universitet, kommuner och medborgare för att utveckla grön teknik. Deras projekt omfattar decentraliserade avloppsreningssystem, ett lokalt energisamhälle och vattenbesparande lösningar.

Viktig lärdom: Långsiktigt samarbete med olika lokala intressenter bygger motståndskraft, innovationskapacitet och allmänhetens förtroende.



Omsätt det i praktiken: värde för företag och samhälle

Mål:

Reflektera över hur ert företag kan skapa gemensamt värde genom lokalt samarbete.

Instruktioner:

Tänk på din affärsverksamhet och din lokala miljö. Besvara sedan följande frågor:

- Vilka behov eller utmaningar finns i ert lokalsamhälle som överensstämmer med era affärsvärderingar (t.ex. avfall, ungdomsarbetslöshet, osäker livsmedelsförsörjning, offentliga utrymmen)?
- Hur kan ert företag bidra till att åtgärda detta problem på ett sätt som också skapar värde för er (t.ex. nya kunder, minskade kostnader, synlighet, partnerskap)?
- Vilka skulle du behöva samarbeta med lokalt (t.ex. en skola, gård, kommun, förening)?
- Vilket är det första lilla, konkreta steget att påbörja?

Bonusutmaning:

Baserat på dina svar, utarbeta en disposition för ett litet pilotprojekt (titel, mål, förväntad nytta för ditt företag och ditt samhälle).

Slutsats

För familjeföretag är samhällsengagemang och lokala inköp viktiga pelare för hållbarhet. Att investera i lokala relationer förbättrar miljöprestanda, stärker den operativa motståndskraften och förstärker varumärkesidentiteten.

Små åtgärder – att välja en leverantör i närheten, samarbeta med en skola eller stödja ett lokalt initiativ – kan skapa positiva ringeffekter i hela ditt område.

Att skapa gemensamt värde innebär att växa tillsammans med din gemenskap.

Viktiga slutsatser:

1

Tänk lokalt: Närliggande leverantörer och partners minskar risker och stärker er hållbarhetsresa.

2

Bygg förtroende: Starka band till samhället förbättrar transparens och stöd under osäkra tider.

3

Berätta din historia: Lokala partnerskap stärker varumärkets äkthet och kopplar samman dig med kunder.

4

Skapa gemensamt värde: Engagera dig i initiativ som gynnar både ditt företag och lokala aktörer.

5

Väx tillsammans: Samhällsbaserade strategier stärker motståndskraften för hela det lokala ekosystemet.

Nästa steg

- Kartlägg dina nuvarande lokala relationer och identifiera en ny koppling att utveckla.
- Identifiera en lokal utmaning och utforska hur ditt företag kan bidra.
- Starta ett litet pilotinitiativ med en aktör i samhället och observera dess effekter.



Mer att utforska (Resurser och vidare läsning):

- OECD (2023). Grönare små och medelstora företag för hållbarhet och konkurrenskraft.
- Familjeföretag och samhällsengagemang, Family Business Research Foundation
- Hållbarhetsindikatorer för familjeföretag, Familjeföretag för hållbar utveckling
- Rahmiati F., Hållbarhet i familjeföretag genom samhällsorientering, International Journal of Family Business Practices, september 2020.
- Europeiska kommissionen (2020). En ny industristrategi för Europa.



Referenser

- Community engagement in the Transition movement: views and practices in Portuguese initiatives, Maria Fernandes-Jesus, Anabela Carvalho, Lúcia Fernandes & Sofia Bento, Local Environment, Volume 22, 2017 - Issue 12
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review.
- Engaging Community Partners to Strengthen Family Services
- Rahmiati F., Family Business Sustainability through Community Orientation, International Journal of Family Business Practices, September 2020.
- Menghwar PS, Daood A. Creating shared value: A systematic review, synthesis and integrative perspective. Int J Manag Rev. 2021; 23: 466-485. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12252>
- Crane, A., Palazzo, G., Spence, L. J., & Matten, D. (2014). Contesting the value of "Creating Shared Value." California Management Review, 56(2), 130–153. <https://doi.org/10.1525/cmr.2014.56.2.130>
- Niehm, L. S., Swinney, J. L., & Miller, N. J. (2008). Community social responsibility and its consequences for family business performance. Journal of Small Business Management, 46(3), 331–350. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00246.x>



Bli grön med SUFABU!

greensufabu.eu

RegioVision
GmbH Schwerin



**ASOCIACE MALÝCH A STŘEDNÍCH
PODNIKŮ A ŽIVNOSTNÍKŮ ČR**



**KNOW
HOUSE**



CeFEO
Centre for Family
Entrepreneurship
and Ownership



enprojects

Finansieras av Europeiska unionen. De synpunkter och åsikter som uttrycks är endast upphovsmannens [upphovsmännens] och utgör inte Europeiska unionens eller Europeiska genomförandeorganet för utbildning och kulturs (EACEA) officiella ståndpunkt. Varken Europeiska unionen eller EACEA tar något ansvar för dessa.



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**