

# BØRSEN.

## Unge vil sætte social innovation på dagsordenen

To studerende med international erfaring står bag Dansic og en stor konference om social innovation, som de mener, er alt for længe om at få fat i dansk studie- og erhvervsliv. Inspirationen har de blandt andet hentet på Harvard og under studier i New York

af Pia Lykke

### Social innovation

Den 8. marts kulminerer mere end ét års arbejde for Steffen Thybo Møller, specialestuderende ved Statskundskab på Københavns Universitet, og hans ven og samarbejdspartner Lasse Zobel, der læser jura.

Den dag slår de sammen med 60 frivillige studerende dørene op til en stor konference om social innovation, når Dansic (Danish Social Innovation Club) byder velkommen til sit første store arrangement. Det ser Steffen Thybo frem til, for han mener, vi er forbløffende langt bagud på området i Danmark:

Jeg tror, at vi alle, især i min generation, har behov for at se mening i det, vi laver, og at de sociale udfordringer kan mobilisere mange flere mennesker. Det ideologiske slag, The End of History, er udkæmpet. For os handler det om at finde en mening med tingene samtidig med, at vi står med en finanskrisen. Det er enormt motiverende, at vi her har en bevægelse med en masse eksempler på, at virksomheder kan bygge nye partnerskaber, der både kan gøre en varig forskel og løbe rundt, forklarer Steffen Thybo Møller.

Inspirationen til Dansic har han blandt andet hentet under sit ophold på Harvard i 2010, hvor han var frivillig medhjælper ved The Social Enterprise Conference, som drives af 150 studerende og tiltrækker omkring 1500 deltagere. I år finder konferencen sted for 13. gang.

Konferencen kom faktisk på Forbes Magazines liste over de 12 bedste konferencer for CEO's, bemærker Steffen Thybo Møller.

Han studerede ved Harvard Kennedy School, med hjælp fra Kronprins Frederiks legat, og tog kurser på Harvard Business School. Medstifter af Dansic, Lasse Zobel, læste på New York University School of Law.

### Mindblowing

Han var til en lignende konference, og for os begge var det mindblowing at opleve hvor stor energi, der var på det her område, på tværs af sektorer, både i forretningslivet men også blandt studerende, non-profit organisationer og offentlige instanser. Alle var fuldstændig fokuserede på de sociale udfordringer, fortæller Steffen Thybo Møller.

I fællesskab begyndte de to at undersøge, om der var lignende initiativer i det danske studiemiljø og nåede frem til, at det langt fra var tilfældet.

Siden har de arbejdet sammen om at skabe en tilsvarende konference på dansk jord og i sidste år stiftede de Dansic, som drives af 60 frivillige fra vidt forskellige studier, som er nøje udvalgt. Dels har de via et ansøgningsskema gjort rede for deres motivation og ambitioner, dels har stifterne sikret sig mangfoldighed i gruppen. På konferencen tillader de kun 300 deltagere at komme ind på CBS, der lægger lokaler til arrangementet.

Vores forventning er, at de deltagende studerende får inspiration til at arbejde med social innovation gennem de eksempler, der bliver præsenteret på konferencen, hvor de vil høre om, hvordan man kan koble social værdi med kommerciel værdi, forklarer Steffen Thybo Møller.

Budskabet fra Dansic til studerende, der overvejer at starte en virksomhed, og til

[Børsen](#)

27.01.2012

Sektion: Executive

Side 8 | 787 ord

Artikel-id: e312d143

**W** [Link til artikel](#)

det etablerede erhvervsliv er, at det kan betale sig gøre det til en integreret del af forretningsmodellen at løse et socialt problem frem for at fokusere på perifere CSR-projekter.

Social innovation handler om at udnytte virksomhedens kernekompetencer og gøre det til en integreret del af en triple bottom line, hvor man fokuserer på, at virksomheden godt kan være økonomisk bæredygtig og profitabel, samtidig med at man løser et samfundsproblem. Og der er altså stor forskel på at støtte en skole i Kina en gang om året eller markedsføre sig via den årlige landsindsamling og på at gøre det til sin kerneforretning at løse et samfundsproblem, forklarer Steffen Thybo Møller.

### Eksempler

Som eksempler på virksomheder, der har med held har taget udfordringen op, nævner han Specialisterne, et konsulenthus der har stor succes med at beskæftige medarbejdere med autisme.

Et andet eksempel er den danske virksomhed Vestergaard Frandsen, der har det som sin mission at skabe en sundere planet via sygdomsbekæmpelse, og som blandt andet fokuserer på at løse malariaproblemet i Afrika. Vestergaard Frandsens forretningsmodel er internationalt anerkendt, vi hører bare ikke om den herhjemme. En anden virksomhed, hvis navn vækker større genkendelighed i udlandet end i Danmark, er Dalberg, et strategisk rådgivningsfirma, som arbejder på at højne levestandarden i udviklingslandene og adressere de globale udfordringer.

Den største kø på Harvard, når det handler om job- og rekrutteringsmesser, er hos Dalberg, som vil forbedre forholdene i udviklingslandene. Virksomheden har kontor i København, men al rekruttering foregår i udlandet, fortæller Steffen Thybo Møller.

Generelt forundres han over, at det er på steder som Cambridge og Harvard og ikke via de danske universiteter, man skal stifte bekendtskab med de danske initiativer.

Jeg tror, det handler en del om, at de danske universiteter kører på en meget gammeldags facon. Mens man arbejder med social innovation på de store internationale businessskoler, er det business as usual herhjemme, siger han.

pily@borsen.dk

### Billedtekst:

Social innovation handler om at udnytte virksomhedens kernekompetencer og gøre det til en integreret del af en triple bottom line Steffen Thybo Møller  
Steffen Thybo Møller står sammen med Lasse Zobel bag Danish Social Innovation Club, Dansic, som holder konferencen om social innovation den 8. marts. Foto: Jonas Pryner Andersen

[Klik her for at åbne originalartiklen](#)

### Alt materiale i Infomedia er ophavsretligt beskyttet.

Kunden må ikke sælge, videregive, distribuere, gengive eller mangfoldiggøre materiale fra Infomedia uden særlig og skriftlig aftale med Infomedia. Overført (downloadet) materiale skal slettes efter anvendelsen og må ikke indlægges i informationsgenfindingsystemer, som for eksempel elektroniske postsystemer, databaser, fælles netværk eller lignende.

### Videreformidling

Kunden må foretage videreformidling (ved videreformidling forstås kopiering, distribution via elektronisk post, tilrådighedsstillelse i databaser, på netværk eller lignende) af modtagne overskrift- og indledningsformater inden for kundens egen virksomhed. Al anden videreformidling af materiale fra Infomedia skal aftales skriftligt med Infomedia.