

Indsatser, der styrker samarbejder med lokal og varig effekt



”Lokale samarbejder, der giver et positivt aftryk”

Skab værdi gennem stærke samarbejder med aktører i nærområdet og øg jeres forankring, synlighed og netværk, til gavn for virksomheden, kunder og lokale interessenter

Indsatser, der styrker samarbejder med lokal og varig effekt

På de kommende sider får du inspiration til, hvordan din organisation kan skabe og styrke samarbejder, så de har en lokal og varig effekt. Du kan både få inspiration fra virksomhedscases og få konkrete værktøjer til, hvordan du selv kommer i gang.

Scroll videre for at gennemgå materialet kronologisk eller tryk på pilene herunder for at gå direkte til virksomhedscases eller anvisninger og værktøjer.

Virksomhedscases

Sådan arbejder andre virksomheder med området



MESSE C engagerer sig med den lokale afdeling af organisationen headspace side 20

Marienlyst Strandhotel styrker fokus på strandkanten og havet gennem events med lokale madaktører, foreninger og leverandører side 21

MESSE C påtager sig rollen som facilitator af den demokratiske samtale i Fredericia side 23

Gå til cases →

Det kan du selv gøre

Kom i gang med inkluderende rekruttering, trivsel og fastholdelse



Identificér lokale aktører og skab værdifulde samarbejder med dit lokalområde side 25

Bliv mere værd for lokalsamfundet ved at stille dine rammer til rådighed for lokale Side 27

Styrk de nære relationer og sammenhængskraft ved at bruge lokale leverandører side 28

Giv medarbejderne mulighed for fælles projekter og aktiviteter og styrk samtidig deres engagement i lokale frivilligtiltag side 29

Gå til anvisninger og værktøjer →

MESSE C engagerer sig med den lokale afdeling af organisationen headspace

Hvad går indsatsen ud på?

Som et led i ambitionen for at skabe værdi for det fredericianske lokalsamfund, har MESSE C igangsat et samarbejde med organisationen [Headspace](#), der arbejder med at rådgive børn og unge mennesker om dagligdagens problemstillinger. Efter at have identificeret headspace som lokal aktør i Fredericia, indledte MESSE C en dialog med en repræsentant fra organisationen, hvor muligheder for samarbejde og behov blev drøftet. MESSE C ønsker at stille faciliteter og kompetencer til rådighed, både for organisationen headspace, men også de personer, som gør brug af rådgivningen. Samarbejdet tager udgangspunkt i de behov og ønsker som headspace' unge brugere efterspørger. Dette kan relatere sig til alt fra en buddy-ordning, praktikplads, eller blot benyttelse af MesseC's fysiske rammer til gruppemøder.

Hvad er formålet og motivationen bag indsatsen?

Samarbejdet med headspace udsprang dels af et ønske om, at MESSE C ønskede at åbne sig op mod Fredericia og blive en mere integreret del af livet i byen. Samtidig er formålet at udbrede mulighederne for at unge, som på den ene eller anden måde har brug for hjælp, kan bruge MESSE C's faciliteter.

Hvilke barrierer er de stødt på?

For MESSE C har tiden været den primære barriere. At opbygge et samarbejde med en ny organisation kræver, at der bliver opbygget tillid mellem parterne, hvilket tager tid. Derfor ligger der fortsat et arbejde i at finde frem til konkrete aktiviteter, hvor der kan skabes et kontinuerligt værdifuldt samarbejde mellem parterne

Hvilke læringer har de opnået?

Det tager tid at opbygge et tillidsfuldt samarbejde, og MESSE C har erfaret, at det i høj grad kræver at man er lyttende over for de behov, som samarbejdspartneren ønsker dækket. Dette indebærer f.eks., at man ikke altid præsenterer færdige forslag og løsninger i den indledende dialog, fordi samarbejde først kan opstå, når der findes et kendskab til hinandens kerneværdier og -kompetencer.

Hvilken værdi har indsatsen skabt, og hvilken værdi forventes den at skabe fremadrettet?

Organisationen headspace har allerede afholdt flere møder i MESSE C, hvilket skaber grobund for at lære hinandens kompetencer og behov at kende. Derudover forventes det at headspace i fremtiden vil benytte MESSE C til aktiviteter, de ikke har mulighed for i egne lokaler, samt bruge MESSE C som partner, f.eks. ved introduktion af unge til arbejdsmarkedet.

Info om virksomheden

Virksomhedsnavn:	Fonden MESSE C
Virksomhedstype:	Konference, event og messecenter
Lokation:	Fredericia
Antal ansatte:	44 årsværk

Virksomhedens bedste råd

"Afsæt den nødvendige tid til at etablere samarbejdet. Lyt og vær åben over for de ønsker og behov som samarbejdspartneren fremlægger"

- MESSE C

Marienlyst Strandhotel styrker fokus på strandkanten og havet gennem events med lokale madaktører, foreninger og leverandører

Hvad går indsatsen ud på?

Marienlyst Strandhotel har arbejdet med at kortlægge relevante samarbejdsmuligheder blandt lokale aktører. Samtidig har hotellet undersøgt, hvilke mærkedage inden for S'et (i ESG), der matcher deres værdisæt samt ambitioner, og som kan inspirere dem til nye tiltag, arrangementer og kampagner både internt og eksternt.

Hvad er formålet og motivationen bag indsatsen?

Marienlyst Strandhotel har allerede arbejdet en del med sociale indsatser, derfor står de allerede stærkt på medarbejderdelen. Hotellet havde dog et ønske om at gøre mere for lokalområdet, have flere gode samarbejder med aktører i lokalområdet og bakke op om vigtige sociale og miljømæssige tematikker.

Hvilke barrierer er de stødt på?

Selvom Marienlyst Strandhotel har store ambitioner, så er de også en virksomhed, der er i drift hele året rundt i alle døgnets timer. Arbejdet med at kortlægge mulige samarbejdspartnere, indgå samarbejder og bygge meningsfulde arrangementer tager tid. Hotellet har derfor haft stort fokus på at respektere de forskellige faggrupper og samarbejdspartneres tid og hverdag. Det vigtigste er, at de kan skabe værdi på den lange bane.

Hvilke læringer har de opnået?

Marienlyst Strandhotel har fået viden om, hvad der rykker sig på den sociale dagsorden lokalt og nationalt, og dermed fået inspiration til, hvordan de kan arbejde med området i praksis. Desuden har hotellet fået inspiration til, hvilke samarbejdspartnere, de kan indgå lokale samarbejder med.

Hvilken værdi har indsatsen skabt, og hvilken værdi forventes den at skabe fremadrettet?

Hotellet har fået et værdifuldt overblik over, hvor de kan sætte ind både nu og fremadrettet. Det har inspireret arbejdet i hele den svenske hotelkæde ESS Group, så der nu er udarbejdet en kalender med mærkedage for hele koncernen, der bruges i både Sverige og Danmark, og planlægger events med fokus på strandkanten og havet, hvor lokale madaktører, foreninger, med flere kan inddrages.

De har desuden styrket dialogen med det lokale erhvervsliv gennem kommunen og GoGreen.

Info om virksomheden

Virksomhedsnavn:	Marienlyst Strandhotel
Virksomhedstype:	Leisure- og businesshotel
Lokation:	Helsingør, Sjælland
Antal ansatte:	400+ ansatte

Virksomhedens bedste råd

"Det er vigtigt at være åbne for nye muligheder og at have det lange lys på, da alle aktører skal have tid til at komme med på vognen. Vi er flere, der er afhængige af hinanden, så man skal være tålmodig."

- Marienlyst Strandhotel

Lav dit eget årshjul for mærkedage

Værdien i et årshjul for mærkedage

- Et årshjul for mærkedage kan give ny inspiration til meningsfulde arrangementer og sætte struktur på både jeres mere formåls- og værdidrevne indsatser, samt hvordan og hvornår I kommunikerer om dem.
- Desuden kan det også hjælpe jer med at bakke op om eksisterende, vigtige sociale agendaer og gå sammen med andre om en fælles indsats for en særlig social dagsorden.
- Det kan også være, at din organisation har nogle særlige værdier, formål eller fokusområder som en mærkedag kan være med til at tydeliggøre og sætte ekstra fokus på.

Her kan du finde inspiration til mærkedage

- Når du skal identificere relevante mærkedage, kan du kigge i retning af FN's internationale mærkedage, lokale mærkedage eller markeringer, eller nationale mærkedage.
- Se FN's liste [her](#).
- Undersøg om din kommune har en eventkalender- se eksempelvis Helsingør Kommunes kalender [her](#) - måske din kommune har det samme?
- Måske har din branche, lokalområde eller kommune også sine egne temauger eller mærkedage, der er værd at være en del af og gøre opmærksom på, lave en kampagne om eller arrangement i forbindelse med.

Gode formater til et årshjul

Samarbejd med din marketing eller kommunikationsafdeling og undersøg om de allerede har en plan, drejebog eller årshjul for kommende kommunikation eller arrangementer.

Hvis du ikke har et årshjul findes der mange versioner, programmer og skabeloner at hente inspiration fra på nettet:

- [Canva](#)
- [Notion](#) / [Gantt diagram](#)
- [Miro](#)



Relevante sociale mærkedage

Det kan være mærkedage på tværs af tematikker. Hvis du vil sætte fokus på den sociale agenda, kan du markere mærkedage med fokus på:

- Diversitet og inklusion
- LGBTQ+ rettigheder
- Menneskerettigheder
- Trivselsugen eller Mental Health Day
- Motionsuge
- Kvindernes Internationale Kampdag

MESSE C påtager sig rollen som facilitator af den demokratiske samtale i Fredericia

Hvad går indsatsen ud på?

MESSE C har i samarbejde med den lokale avis og lokale politikere igangsat en indsats for at understøtte den demokratiske samtale i Fredericia. Ved at udnytte de fysiske rammer som MESSE C besidder, har virksomheden skabt et naturligt mødested for borgere i Fredericia, så der kan afholdes politiske debatter og samtaler mellem borgere og lokale politikere. Helt konkret skal der fremadrettet afholdes politiske debatmøder i forbindelse med folketingsvalget, hvor MESSE C's ageren som platform og brobygger for dialog mellem politikere og borgere aktiveres. Ambitionen er at MESSE C kontinuerligt vil sikre, at borgerne i Fredericia bliver hørt, f.eks. gennem yderligere debatter eller borgergruppemøder.

Hvad er formålet og motivationen bag indsatsen?

Under kommunalvalget i 2025 lagde MESSE C hus til et anderledes valgmode, som fik rigtig god respons fra deltagerne, hvilket afledte en efterspørgsel på fortsat afholdelse af møder, for at fastholde lokalsamfundets demokrati og sammenhængskraft. Derfor ønsker MESSE C at være et moderne forsamlingshus, hvor alle borgere kan blive hørt - som en fejring af demokratiet

Hvilke barrierer er de stødt på?

En væsentlig udfordring har været fastlæggelsen af det rigtige format for den demokratiske samtale. Folketingsvalget i 2026 blev udskrevet midt i denne proces, hvilket satte pres på planlægningen og afviklingen af konkrete arrangementer.

Hvilke læringer har de opnået?

For MESSE C har det været afgørende at have gode relationer i lokalområdet, og en positiv stemning omkring indsatsen, hvilket har bidraget til at indsatsen er lykkedes. Derfor fremhæver de også vigtigheden af at igangsætte en dialog med deres samarbejdspartnere tidligt i processen.

Hvilken værdi har indsatsen skabt, og hvilken værdi forventes den at skabe fremadrettet?

MESSE C har planer om at afholde arrangementer i den kommende valgperiode, og har samtidig aftalt med samarbejdspartnerne at fortsætte rollen som facilitator for den demokratiske samtale efter Folketingsvalget i 2026 (dog i et roligere tempo). Dette skal bidrage til at sikre at borgere kan blive hørt i hele valgperioden.

Info om virksomheden

Virksomhedsnavn:	Fonden MESSE C
Virksomhedstype:	Konference, event og messecenter
Lokation:	Fredericia
Antal ansatte:	44 årsværk

Virksomhedens bedste råd

"Indled dialogen med samarbejdspartnere i god tid, og afstem jeres mål internt, for at skabe en klar ramme for, hvad der skal være en del af jeres indsats"

- MESSE C

Kom i gang med samarbejder med lokal og varig effekt

På de kommende sider finder du konkrete værktøjer og anvisninger, der hjælper jer med at omsætte inspiration til praksis.

Du kan enten scrolle videre eller trykke på en af de fire kasser herunder for at gå direkte til et indsatsområde. Under hvert område kan du få indblik i, hvordan du kommer i gang, og hvad du kan opnå ved at arbejde målrettet



Identificér lokale aktører og skab værdifulde samarbejder med dit lokalområde



Bliv mere værd for lokalsamfundet ved at stille dine rammer til rådighed for lokale aktører



Styrk de nære relationer og sammenhængskraft ved at bruge lokale leverandører



Giv medarbejderne mulighed for fælles projekter og aktiviteter og styrk samtidig deres engagement i lokale frivilligtiltag



© Mathias Brandt

Identificér lokale aktører og skab værdifulde samarbejder med dit lokalområde

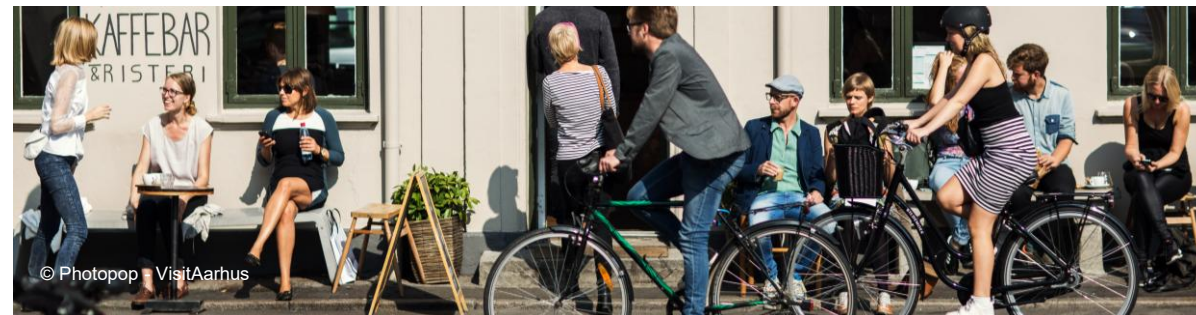
Som organisation er du en del af et lokalsamfund med foreninger, uddannelsesinstitutioner og virksomheder. Men det er ikke altid tydeligt, hvem der findes lokalt, og hvad de arbejder med. Ved at kortlægge lokale aktører kan du få overblik over muligheder for nye samarbejder og skabe initiativer, der bidrager positivt til lokalområdet.

Fordele ved at identificere lokale aktører

Når du kortlægger relevante samarbejdspartnere, får du indblik i, hvilke organisationer, foreninger og virksomheder, som kan understøtte dine forretningsmål, sociale indsatser eller rekrutteringsbehov. Samtidig giver det en bedre forståelse for hinandens interesser, fokusområder og muligheder for samarbejde. Det kan føre til løsninger og partnerskaber, der gavner både dig, dine gæster og lokalsamfundet.

Det kan du få ud af indsatsen

- Stærkere omdømme i lokalsamfundet
- Bedre adgang til kompetencer og netværk
- Styrket samarbejde mellem lokalt forenings- og erhvervsliv
- Et mere attraktivt lokalområde for møde- og erhvervsturismegæster.



Sådan kommer du i gang

- 1) Afgræns din kortlægning geografisk – er det inden for samme postnummer, kommune, region eller noget helt fjerde?
- 2) Gå på opdagelse eller ræk ud i forskellige lokale facebook-grupper, netværk eller kommunens hjemmeside for at samle en bred liste af lokale foreninger, virksomheder eller netværk. Få inspiration fra fremgangsmåden på næste side.
- 3) Inddrag eventuelt dine kollegaer og undersøg om de selv er medlemmer eller kender til lokale foreninger eller grupper.
- 4) Vurder hvilke foreninger eller grupper, der er mest relevante i et samarbejde. Lav et scorings- eller vurderingssystem med en skala fra 1-5, til at vurdere samarbejdsmuligheden ud fra:
 - Match mellem værdier og formål
 - Match mellem udfordringer og løsninger
 - Samspillet mellem ressourcer og kompetencer
 - Andet, måske du har et område der er særligt vigtigt i forbindelse med samarbejder.
- 5) Gå i dialog med de mest relevante for at forstå deres behov, ambitioner og hvordan et gensidigt samarbejde kunne se ud. Måske leder det til en ny leverandør, et nyt arrangement, fælles ambition eller mødeformat til jeres kunder.

Lav din egen kortlægning af lokale aktører

Værdien i en kortlægning

En kortlægning af lokalsamfundets aktører gør det muligt at identificere relevante foreninger, organisationer eller grupper i nærområdet, som du kan skabe et meningsfuldt samarbejde med.

Gode processer for en kortlægning

Når du skal lave en kortlægning, kan du følge de fem faser skitseret på siden her. Det indebærer en identifikationsfase, et relevanstjek, en behovsafdækning og idéudvikling, en prioritering og til sidst implementering.

På de næste sider kan du finde vejledende spørgsmål og opmærksomhedspunkter til hver fase, så du let kan komme i gang med din egen kortlægning.

Gode formater til en kortlægning

Kortlægningen kan du samle i det filformat eller program, der passer dig og dine kompetencer. Har du adgang til Office-pakken, kan Microsoft Lists, Loop eller Excel være oplagte programmer at bygge din kortlægning op i. De giver hver især mulighed for at strukturere data og information, og samarbejde i realtid.

Identifikation: Saml en bred liste af lokale foreninger, organisationer eller grupper, som kunne være relevante at samarbejde med.

- Hvilke organisationer arbejder med målgrupper, formål eller indsatser, der overlapper med vores?
- Hvilke aktører i området har relevans ift. samfundsværdi, lokal forankring eller social effekt?

Relevans: Vurder hvilke aktører, der er mest relevante for social værdiskabelse i et potentielt samarbejde eller størst strategisk relevans

- Hvor godt matcher aktørens formål vores virksomheds værdier?
- Hvilke ressourcer eller kompetencer kan vi bidrage med til aktøren?

Behovsafdækning & idéudvikling: Indled dialog med udvalgte aktører for at forstå deres behov, udfordringer og muligheder for samarbejde, og indgå i samtale omkring hvordan samarbejdet kan skabe social værdi.

- Hvor ser du det største behov for støtte, opbakning eller samarbejde?
- Hvor ser du muligheder for, at vi kan skabe værdi sammen?

Prioritering: Vælg hvilke aktører, man vil prioritere at indlede samarbejde med

- Hvilke partnerskaber ville skabe størst social værdi?
- Hvem er nemmest at engagere i første omgang?
- Hvor er mulighederne for gensidig værdiskabelse størst?

Implementering: Dokumentér aftaler, roller og opfølgning, så samarbejdet skaber social og forretningsmæssig værdi for begge parter.

- Hvem er ansvarlig for opfølgning og koordinering hos hver part?
- Hvordan måler vi succes – både for samarbejdet og målgruppen?

Bliv mere værd for lokalsamfundet ved at stille dine rammer til rådighed for lokale aktører

Lokale idræts- og kulturforeninger, borgergrupper og frivillige organisationer spiller en vigtig rolle i dit lokalsamfund. Samtidig har mange af dem løbende behov for steder at mødes. Måske har du perioder eller ugedage, hvor møde- og konferencelokalerne står tomme. Ved at stille dem til rådighed for lokale organisationer kan du skabe værdi for både fællesskaberne og dit lokalsamfund.

Fordele ved at stille dine lokaler til rådighed

Ved at åbne dine faciliteter for lokale aktører, støtter du initiativer og fællesskaber i lokalområdet. Det kan styrke dit omdømme som en engageret aktør i lokalsamfundet og samtidig være med til at sprede kendskabet til jer. Derudover kan lavsæsoner blive en mulighed for at skabe aktivitet på lokationen året rundt, uden at det forstyrrer de primære opgaver.

Det kan du få ud af indsatsen

- Styrket lokal synlighed og omdømme
- Tættere relationer til lokale aktører
- Støtte til lokale fællesskaber og initiativer
- Gør lavsæsoner til en ny forretningsmulighed



© Mads Tolstrup

Sådan kommer du i gang

- 1) Afklar hvilke rammer eller ressourcer der kan stilles til rådighed for lokalområdet. Dette kan være alt fra:
 - Lokaler
 - Udearealer
 - IT-udstyr,
 - Tilgængelighed af medarbejdere, der kan give adgang til jeres rammer.
- 2) Identificer tidspunkter på året, måneden eller ugen, hvor dine rammer eller ressourcer er ledige og kan stilles til rådighed.
- 3) Fastlæg regler og principper for "lån" af jeres faciliteter, for at skabe en gnidningsfri aftale med potentielle brugere fra start.
- 4) Kommunikér direkte til lokalområdet om, hvad du kan tilbyde. Det kan være i lokale grupper på sociale medier, på skoler, biblioteket eller andre kulturinstitutioner. Ofte har foreninger eller lokale grupper ikke overvejet mulighederne tæt på dem.

Styrk de nære relationer og sammenhængskraft ved at bruge lokale leverandører

Som organisation og destination er du en del af det lokalsamfund, du arbejder i. Valget af leverandører handler derfor ikke kun om pris og logistik, men også om relationer og lokal værdiskabelse. Ved at prioritere lokale leverandører, kan du styrke samarbejdet i og den fælles udvikling af destinationen.

Fordele ved at arbejde med lokale leverandører

Samarbejdet med lokale producenter og serviceudbydere skaber kortere afstand og giver bedre muligheder for dialog, fleksibilitet, gennemsigtighed og kan reducere sårbarheden i leverancer. Samtidig bidrager du til den lokale fortælling og sammenhængskraft, og sender samtidig et tydeligt signal om engagement i destinationens udvikling. Fordele der også kan mærkes i kvaliteten af dit samlede produkt og værditilbud til kunder og gæster.

Det kan du få ud af indsatsen

- Styrket lokal økonomi og sammenhængskraft
- Tættere samarbejder og større fleksibilitet
- Mere autentiske oplevelser for gæster og deltagere



■ Sådan kommer du i gang

- 1) Kortlæg dine nuværende leverandører på tværs af forretningsaktiviteter; rengøring, indretning, fødevarer, services, med flere. Det kan du for eksempel gøre i Microsoft Excel.
- 2) Identificér områder, hvor lokale alternativer kan bringes i spil uden at gå på kompromis med kvalitet eller kapacitet. Måske finder du 1-3 kategorier, der er oplagte.
- 3) Gå på opdagelse efter lokale aktører, måske fra en tidligere kortlægning, eller ved at række ud til lokale erhvervshuse, netværk eller blandt dine kollegaer.
- 4) Saml en liste over lokale fødevarerproducenter, teknikleverandører, kulturinstitutioner, kunsthåndværkere, uddannelsesinstitutioner og lignende. Passer de til de kategorier du kortlagde muligheder inden for i punkt 2?
- 5) Undersøg muligheden for partnerskaber blandt de kortlagte lokale aktører. Tænk samarbejdet strategisk og langsigtet, fremfor enkeltstående indkøb. Faste aftaler og fælles udviklingsprojekter skaber større stabilitet og muligheder end ad hoc-løsninger.

Giv medarbejderne mulighed for fælles projekter og aktiviteter og styrk samtidig deres engagement i lokale frivilligtiltag

Medarbejderdrevne fællesskaber spiller en stor rolle for trivsel, engagement og lokal tilknytning. Når medarbejdere selv tager initiativ til netværk, sociale aktiviteter eller frivilligt arbejde, skaber det ejerskab og stolthed. Det gælder uanset, om initiativet handler om at blive del af en lokal sportsforening, et lokalt netværk for tosprogede eller ved at være frivillig i lokale organisationer eller dagsordener i arbejdstiden.

Fordele ved medarbejderdrevne fællesskaber

Arbejdet med medarbejderdrevne fællesskaber styrker medarbejdernes trivsel og sammenhold på tværs af afdelinger. Medarbejderne får mulighed for at engagere sig, påvirke beslutninger og understøtte din organisations sociale ansvar gennem lokal frivillighed og engagement. På den måde styrkes både den interne kultur og relation til lokalsamfundet.

Det kan du få ud af indsatsen

- Styrket trivsel og sammenhold
- Øget medarbejdertilfredshed og ejerskab
- Synlig og konkret samfundsværdi i lokalområdet
- Styrket tiltrækningskraft og omdømme som arbejdsgiver



■ Sådan kommer du i gang

- 1) Skab en tydelig ramme for den måde de medarbejderdrevne fællesskaber prioriteres ved at facilitere en intern platform, hvor idéer kan deles og udvikles, afsætte mindre budgetter eller tid. Det kan være:
 - En fast dag om måneden eller året til en frivillig indsats
 - Eller et fast antal timer på året, der selv kan tilrettelægges
- 2) Gør det nemt for medarbejderne at engagere sig i frivillige aktiviteter i lokalområdet ved at indgå partnerskaber med relevante lokale foreninger, kulturaktører eller sociale organisationer.
- 3) Registrér hvilke fællesskaber medarbejderne deltager i, hvor mange timer og hvilke indsatser der kommer ud af det, så du har det fulde overblik til senere kommunikation og evaluering.
- 4) Anerkend og synliggør engagementet gennem kommunikation, både internt og eksternt, så indsatsen bliver en naturlig del af den fælles kultur og fortælling.
- 5) Når et fællesskab er iværksat er det en fordel løbende at evaluere, hvordan og hvorvidt det skaber værdi for medarbejdere og lokalsamfund. Justér eventuelt derefter.