

Fly og Bi



Partnerskab mellem Bybi og Københavns Lufthavne (CPH) giver omtale, der går verden rundt. Via bierne får CPH en indikator for luftkvaliteten, mens Bybi får adgang til 70.000 potentielle daglige kunder, da honningprodukterne sælges i lufthavnens shoppingcenter.

På et fredet græsareal mod Øresund i udkanten af Københavns Lufthavns arealer står 10 bistader med godt 400.000 bier, som CPH har købt af Bybi.

Det er Bybi, der har sat bistaderne op. Deres medarbejdere står for pasning af bierne og sørger for produktion af honning. Den honning, der laves, køber Fine Food butikkerne i lufthavnen, og herfra sælges den videre til de mange passagerer. Fine Food sælger både lufthavnens egen honning, honning fra andre bydele i København og Bybis øvrige honningprodukter som bolsjer, gaveæsker og øl.

Partnerskabet mellem Københavns lufthavn og Bybi startede i foråret 2014. CPH betaler 30.000 kr. om året for leje og pasning af bistaderne, og Bybi leverer ud over de indbydende honningprodukter en rapport til CPH, hvori der f.eks. informeres om antallet af bier og mængden af den lokale honning, der er blevet produceret. Oplysninger som CPH bruger i sin kommunikation til omverdenen.

For Bybi er etablering af partnerskaber en grundlæggende del af deres forretningsmodel. Omkring 25 % af foreningens finansiering kommer fra partnerskaber med virksomheder, mens ca. 60 % kommer fra salg af honningprodukterne og 15 % fra samarbejder med skoler, boligområder og sociale projekter. Bybi modtager ikke nogen form for offentlig støtte, og det overskud, der måtte være, geninvesteres i det sociale og miljømæssige arbejde.

Grundlægger og direktør af Bybi, Oliver Maxwell, har en klar opfattelse af, hvad der kendetegner et godt partnerskab: ”Et partnerskab skal være gensidigt, formaliseret og forpligtende. Det er noget, vi skaber mellem organisationer og ikke mellem private personer, så det er ikke mellem mig og en person fra lufthavnen, det er mellem Bybi og lufthavnen. Og det er noget, der er baseret på et reelt behov, så det er ikke noget, vi gør for sjov. Det er noget, vi gør for at forstærke begge organisationer. Det handler om at se muligheder og faktisk at kunne give hinanden mere end partneren forventer.”

Sammen skabes større synlighed

Partnerskabet mellem Bybi og CPH er netop erkendelsen af, at man kan meget mere sammen: ”Der er vitterligt en gensidighed og en anerkendelse af, at vi kan mere sammen, end vi vil kunne hver for sig. Bybi har brug for os – og vi har brug for Bybi”, fastslår kommunikationsdirektør i Københavns Lufthavn Henrik Peter Jørgensen.

Samtidig er der en klar rollefordeling. Bybi passer bistaderne, inkluderer socialt udsatte borgere og laver de lokale honningprodukter, mens CPH stiller nogle fysiske rammer og muligheder til rådighed, sammen med et omfattende kommunikationsapparat og et flow af 70.000 daglige passagerer.

Honning-branding er international

Et meget synligt resultat af samarbejdet er den positive presseomtale og de fælles muligheder for at ’brande’ sig på det sociale og miljømæssige område. Historien om partnerskabet mellem Bybi og Københavns lufthavn er gået verden rundt og har været bragt i både The New York Times, The Guardian, BBC samt flymagasiner fra diverse luftfartselskaber.

Med de indbydende honningprodukter får CPH endvidere mulighed for at give passagerne en lille bid af lufthavnen med hjem. De rejsende får mulighed for at ”smage på lufthavnen”, hvilket mange passagerer tilsyneladende sætter pris på, da honningen sælger godt. I lufthavnens shoppingcenter er der generelt efterspørgsel på danske og nordiske specialiteter, og salget af de lokale honningprodukter passer glimrende til butikkernes ønske om at tilbyde kunderne ”local flavour”. Honningprodukterne gør sig godt på hylden ved siden af Nordsølaks, danske buttercookies, rugbrød, ost, hotdogs og leverpostej.

Udover at matche lufthavnens produktsortiment, passer partnerskabet med Bybi også godt til CPHs sociale og miljømæssige profil. I CPH har man længe arbejdet med virksomhedens samfundsansvar (CSR), man har tilsluttet sig Global Compact, der er FN’s initiativ for samfundsansvar, og man beskriver årligt, hvordan CSR-arbejdet skrider frem, og hvordan lufthavnen kan skabe ansvarlig vækst under hensyn til mennesker, miljø og klima.

Henrik Peter Jørgensen, fortæller: ”Vi ser ikke CSR som mange gjorde i første generation, hvor man sørger for, at man har styr på nogle ting - og så holder en festtale engang i mellem. Vi prøver at gøre det modsatte ved at integrere alle de områder i lufthavnen, hvor social ansvarlighed har en relevans, i både ledelsesansvaret og i KPI strukturen. Det gør vi, fordi vi tror på, at vi på den måde når et meget større resultat. Vi skammer os heller ikke over, at vores ansvarlighedsarbejde rent faktisk er en fordel for vores bundlinje.”

Et lille middel til en større fortælling

Det kan dog være vanskeligt at forklare et abstrakt begreb som virksomheders samfundsansvar for lufthavnens kunder og øvrige interessenter. Og her kan de små honningglas måske være et skridt på vejen. ”CSR kan være en vanskelig ting at forklare - især til passagerer i en lufthavn. Hvad er det egentligt for noget? Der står et kæmpe fly lige herude, der skal på vingerne – CSR hvad er dét så for noget? Da er det nemmere, når der kommer et håndgribeligt produkt ud af det, så kan man sige: ”Jamen CSR, det kan også være dét her”. På den måde kan man kommunikere noget komplekst gennem en ret simpel historie.”

Og historien om de små bier er absolut ikke tilfældigt valg. Bier er en synlig indikator for, om luften er god, og netop luftkvalitet er naturligvis et væsentligt fokusområde for CPH. Miljøafdelingen kan således bruge bierne og deres honning som indikator på luftkvalitet og biodiversitet.

Oliver Maxwell forklarer: ”Bier er meget lugtsensitive, så de undgår forurenede blomster. Hvert bistade har vagtbier, der afviser trækbier, der har været i kontakt med urenheder.” Så når bierne har det godt, er luftmiljøet også godt. Desuden testes honningen hvert år af fødevarestyrelsen og kvaliteten er i top. Honningen er et 100 % naturligt produkt, og der bruges ingen tilsætningsstoffer, antibiotika, pesticider eller kemikalier i produktionen.

Partnerskabet giver også CPH værdi internt i virksomheden. Henrik Peter Jørgensen fortæller: ”Når vi gør noget helt konkret i forhold til miljø, omverden og socialt udsatte, bidrager det også til de værdier, vi har i virksomheden, i særdeleshed stoltheden.” Mange af de ansatte har set artikler og Facebookopslag om partnerskabet, og synes rigtigt godt om projektet. ”Som en ansvarlig virksomhed er det vigtigt at signalere, at vi ikke udelukkende er en økonomisk forretning, men vi har også fokus på sociale og miljømæssige bundlinjer: at nogle mennesker, der ellers ikke ville være beskæftiget, får jobs. Selv har vi folk på særlige vilkår ansat, som ikke ville kunne varetage et normalt job. Derfor er vi også interesseret i at samarbejde med nogen, der har samme grundtanke”, fortsætter Henrik Peter Jørgensen.

Og for Bybi er der ligeledes stor værdi at hente i partnerskabet. Oliver Maxwell beretter: ”Vi får plads til bier, vi får adgang til netværk, vi får nye kunder, nye produkter, vi får sparring, vi får hjælp til logistiske ting, eksponering, penge selvfølgelig, adgang til deres samarbejdspartnere og så er det en sindssygt god historie. ”

Ved lufthavnens 90 års jubilæum i foråret 2015 var Bybis produkter en væsentlig del af catering, og her blev historien om partnerskabet fortalt til de mange tilstedeværende interessenter, der også fik mulighed for at smage på varerne.

Når man som mindre socialøkonomisk virksomhed får etableret et partnerskab med en stor respekteret virksomhed som Københavns Lufthavn, kan det også være med til at tiltrække nye partnervirksomheder. ”Partnerskabet med Lufthavnen viser, det er seriøst, det er fashionabelt, det afspejler vores egen professionalisme, og det er en økonomisk mulighed, men også en form for social mulighed”, lyder det fra Oliver Maxwell.

Bæredygtig produktion er vejen frem

Industriel produktion forbindes ofte med store fabrikker, maskiner, osende skorstene, dumpning af farligt affald og ringe hensyntagen til miljø og natur. Men sådan behøver det ikke at være. Oliver Maxwell beskriver en helt anden måde at producere på: ”Vi tror på at skabe en produktionsindustri, der beriger mere end den belaster. Vi vil gerne producere noget i byen, som skaber bedre muligheder for mennesker fra forskellige sociale lag. Og hvor processen i sig selv forbedrer miljøet.”

Selve aktiviteten, hvor bybierne indsamler nektar fra byens blomster, forbedrer således miljøet samtidig med at det skaber nye muligheder for mennesker, bier og planter. Og hos Bybi er missionen klar. Man vil skabe nye produkter, som har en stærk lokal forankring, beriger mennesker og miljø, og som er baseret på partnerskaber på tværs, især mellem private virksomheder og sociale organisationer. Netop honningproduktionen er kendetegnet ved at inddrage hele lokalsamfundet: ”Dem der har have, dem der passer bier, dem der er glade for blomster, dem der er glade for frugt og grøntsager og alle dem der sætter pris på en rigere, smukkere og grønnere by”, fortæller Oliver Maxwell.

Udover at skabe værdi for Københavns Lufthavn og Bybi, skaber partnerskabet dermed også en betydelig samfundsmæssig værdi. Både i form af en rigere flora og fauna og i form af beskæftigelse til socialt udsatte: ”For hver bistade vi har, skabes der en arbejdsopgave, som vi prøver at sørge for kommer ud til dem, der er på kanten af arbejdsmarkedet. Vi er ikke et beskæftigelsesprojekt, men vi vil gerne gøre alt, hvad vi kan, for at skabe muligheder for nogle mennesker, som er på

kanten af arbejdsmarkedet. Vi tager ikke nogen penge (fra kommunen) for at afprøve dem. Det er vi ikke interesserede i. Men jo større vi er som virksomhed – jo flere muligheder har vi. Og jo flere vi kan ansætte, jo flere ting kan vi gøre”, lyder det fra Oliver Maxwell.

Inden for de næste 3 år har Bybi ambitioner om at forhøje den samlede honningproduktion fra 5 til 50 tons, mens omsætningen skal forøges fra de nuværende 3 mio. til 10 mio. kr. Også Københavns Lufthavn har ambitiøse målsætninger for vækst og ruster sig til at kunne håndtere 40 mio. passagerer inden for de næste par årtier.

Så der bliver uden tvivl travlhed i luftrummet over Kastrup i mange år fremover, og partnerskabet mellem Bybi og CPH vil skabe nye muligheder for mennesker, forbedre miljøet, og give passagerne mulighed for at få en lille bid af lufthavnen med hjem.

Og skulle nogen være i tvivl om bierne som sikkerhedsrisiko, så udgør Bybis flyvende ”arbejdere” ikke en risiko for flytrafikken.

Fakta om Bybi:

Københavns Bybi Forening startede i 2010 med at etablere en bæredygtig byhonning industri med forankring i lokalsamfundene. Manden bag, Oliver Maxwell, ville skabe en produktionsindustri der kunne berige samfundet mere end det belastede. Bybi producerer honning og andre produkter med honning som f.eks. bolsjer, øl, is og honninghjerter. Bifamilierne står rundt omkring på byens tage og grønne områder og ved de mange virksomheder, Bybi har indgået partnerskab med.

Bybi giver nye muligheder for udsatte borgere og samarbejder bl.a. med Aktivitetscentret Sundholm, der producerer rammer og trugstader til bistaderne på centrets snedkerværksted. Derudover har foreningen, bl.a. sammen med Dansk Røde Kors og almene boligorganisationer, oplært udsatte grupper i biavl, honningproduktion, produktsalg og undervisning. Hjemløse, langtidsledige, asylansøgere og andre udsatte grupper er løbende blevet involveret i Bybis arbejde.

Sekretariatet tæller fem ansatte og tre assistenter på Sundholmsvej i København. Derudover hjælper frivillige og en professionel bestyrelse foreningen i deres arbejde.

Bybi samarbejder, udover CPH, med 50 private og offentlige virksomheder og har stor erfaring med partnerskaber. F.eks. har restaurant Noma gennem flere sæsoner bagt æbleskiver med bilarver fra Bybi, mens Bella Center har fået udviklet deres egen honningøl til Bella Sky hotellets bar.

Fakta om Københavns Lufthavn og CPH:

Hver dag kommer 70.000 rejsende i gennem Københavns Lufthavn. På de travleste rejsedage letter og lander op mod 800 fly fra lufthavnen, og det gennemsnitlige antal daglige start og landinger nærmer sig 700. Alene i 2014 havde lufthavnen mere end 25 mio. passagerer, hvilket gør den til Skandinaviens største og et af Nordeuropas væsentligste trafikknudepunkter – og flere passagerer kommer til.

I disse år investerer CPH op mod 1 milliard kroner årligt i udbygninger og vedligehold, så man i fremtiden vil kunne håndtere 40 millioner passagerer årligt. Vækst i Københavns Lufthavn er vigtig, da hver flyrute skaber øget tilgængelighed, vækst og arbejdspladser i hele Danmark.

I Københavns Lufthavn arbejder 23.000 medarbejdere, hvilket gør det til en af Danmarks største arbejdspladser. Medarbejderne er ansat i omkring 700 forskellige virksomheder som f.eks. flyselskaber, handlingselskaber, der er ansvarlige for håndtering af passagerer, bagage og fragt, samt butikker og restauranter i lufthavnens shoppingcenter. Selv har CPH over 2.000 medarbejdere, hvoraf størstedelen er ansat i security, trafik og rengøring.

I 2015 fejrede Københavns Lufthavn 90 års jubilæum.

Socialøkonomiske virksomheder

Socialøkonomiske virksomheder (SØV) fungerer på almindelige markedsvilkår, men virksomhedens primære formål har samfundsgavnlig karakter.

Formålet med driften har et socialt, beskæftigelses-, sundheds-, miljømæssigt eller kulturelt sigte, og SØV fremmer desuden et aktivt medborgerskab i lokalområdet.

SØV sælger altså varer og tjenester samtidig med, at de skaber en positiv social forandring for samfundet i form af fx et mere rummeligt arbejdsmarked eller et grønnere miljø.

De er ofte begyndt med støtte fra det offentlige og/ eller fonde, men skal være i stand til at finansiere sig selv efter en startfase for at kunne kalde sig for en socialøkonomisk virksomhed.

Du kan læse mere om socialøkonomiske virksomheder på:
www.socialvirksomhed.dk