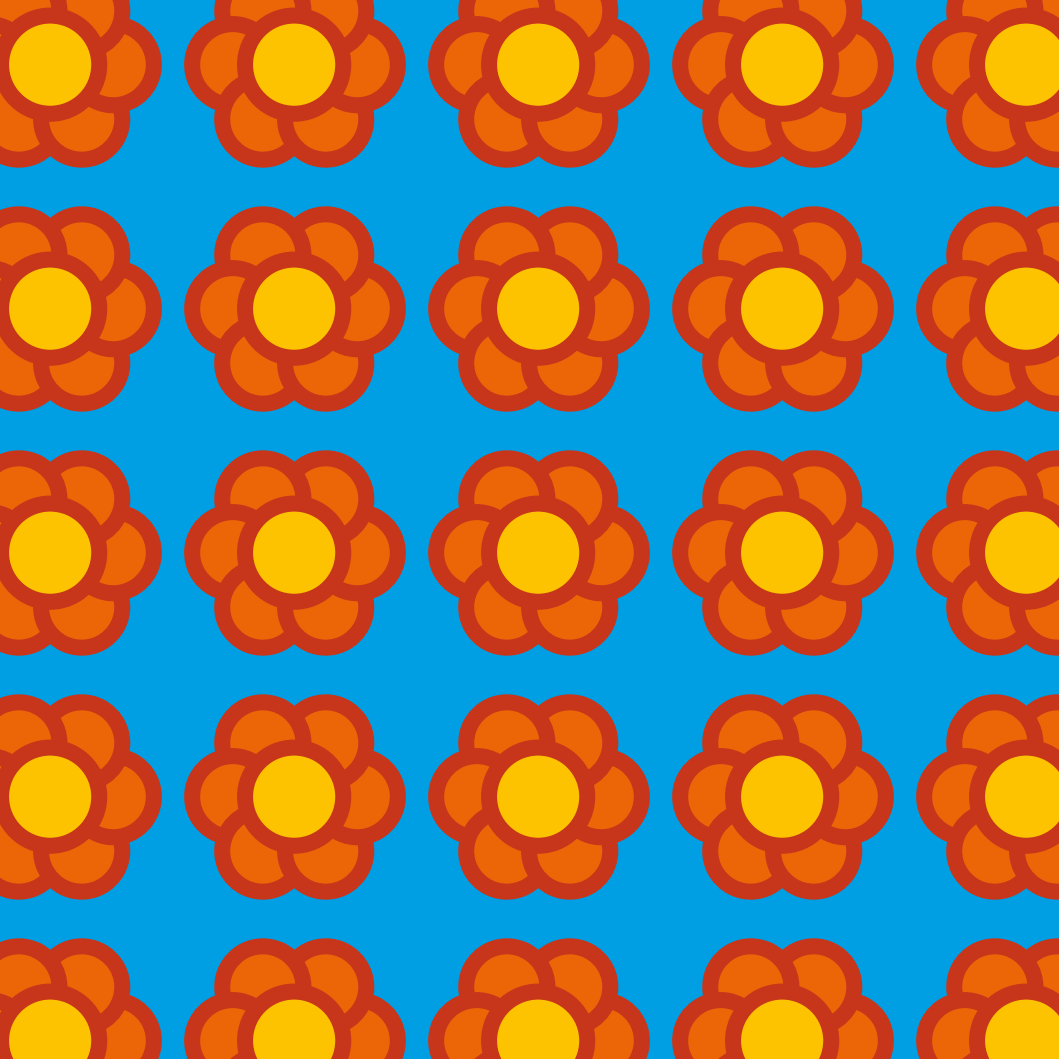


# På lika villkor

WinWinMalmö - här möts föreningsliv och  
näringsliv för att skapa framtidens Malmö



**winwin** MALMÖ



**WinWinMalmö främjar  
gemensamt ansvar för  
Malmö's framtida samhälls-  
utveckling genom samverkan  
mellan frivilliga, privata och  
offentliga aktörer**

Innehållsförteckning	sidorna
WinWinMalmö	5-13
Så här går det till	14-19
Våra erfarenheter	20-38
Frågor och svar	37-38

**Vi är en marknadsplats  
där föreningsliv &  
näringsliv utvecklar lokala  
sektorsöverskridande  
samarbeten för ett socialt,  
ekonomiskt och ekologiskt  
hållbart Malmö.**

**Att fysiskt mötas med målet att hitta samarbeten, ger inte bara en vinst för den enskilde utan bidrar till en fortsatt utveckling som stärker framtidens Malmö och regionens attraktionskraft.**



erbjud något



sök något



winwin







## *Design mot kommunikation*

**Ilector Utbildning** ger utbildning i design.

**United sisters** berättar om designutbildningen i sitt nyhetsbrev.

## *Bröd mot konferenslokaler*

**Sigvants Bageri** levererar bröd till Immanuelskyrkans Vänskapsvecka.

**Immanuelskyrkan** lånar ut kyrkans konferenslokaler.

## *Föreläsning mot brainstorming*

**ABOB** håller en inspirationsföreläsning kring entreprenörskap. **Malmö Uppfinnar-förening** anordnar brainstorming kring konkreta problem.

## *Säkerhetstagg mot nätverk*

**Scantags** sponsrar med säkerhetstaggar. **HISO Handikappidrottens Samarbetsorganisation** öppnar sitt nätverk för informationsspridning till sina partners.

Erbjud &  
sök något



**Erbjud &  
sök något**



**Många framgångsrika företag har det gemensamt att de är utåtriktade. Dessa företag söker ständigt nya former för att öka sin innovationsförmåga. WinWin är en sådan kanal.**

## Så går det till

Det enda som  
inte är tillåtet  
är regelrätta  
pengabidrag



*winwin* MALMÖ

WinWin är en mötesplats  
där deltagare från  
föreningsliv och näringsliv  
träffas under en kväll  
och skriver kontrakt  
på stående fot.

*Överenskommelse*

## Så går det till

Det handlar om att få tillgång till varandras kontakter och nätverk till tjänster & produkter. Eller att kunna ta del av annorlunda och intressanta kompetenser.



Att vara öppen för nya  
perspektiv, nya kontakt-  
vägar i staden eller något  
som man inte vet i förväg.  
Vi lovar oväntade möten!

A man with a dark complexion, wearing a dark brown vertically striped button-down shirt, is seated at a table covered with a yellow cloth. He is looking down at a white document on the table with a pained or stressed expression, his mouth slightly open. He is holding a red pen in his right hand, positioned over the document. The background is a bright, out-of-focus indoor setting.

**Erbjud &  
sök något**



## Våra erfarenheter



**WinWin-processen kan ses som en blomma. Centralt finns vision & strategi som ska ge nya frön. Med kronbladen når vi ut, blir synliga, inspirerar och attraherar till nya möten.**

# Så blir vi framgångsrika

Vår vision är att vara med att bygga ett socialt, ekonomiskt och ekologiskt hållbart samhälle. För att blomman ska kunna utvecklas till sin fulla potential är det av yttersta vikt att vi redan tidigt och under hela processen har, och behåller, engagemanget hos alla parter.



## Viktigt med gemensamt ägarskap

Ett gemensamt ägarskap från start till mål är den avgörande framgångsfaktorn för att bli en lokal marknadsplats som gör skillnad. Vid tillsättning av den arbetande organisationen är det viktigt med en bred representation, så att alla i förlängningen blir talespersoner i sin egen sektor. Viktigt är att alla som är med, verkligen avsätter tid och kraft, och inte bara ser det som ett ambassadörskap.

WinWin-processen innehåller följande "kronblad".

- 1. Kommunikation**
- 2. Goda exempel**
- 3. Rekrytering**
- 4. Deltagarnas förberedelser**
- 5. Genomförande**
- 6. Uppföljning**

### 1. Kommunikation

**Personliga kontakter** Personliga möten och nätverk samt nätverksmöten är viktiga. WinWin har sin utgångspunkt i och bygger vidare på personliga nätverk.

**Den egna hemsidan** Intressanta och lättillgängliga texter som lockar till att vara med på ett WinWin-evenemang. Viktigt att det finns anmälningsformulär och att de som anmält sig omgående blir synliga på hemsidan – för att attrahera andra deltagare. Använd svarsmail direkt från systemet (eller svara via personligt mail).

En uppdaterad hemsida blir ett nätverksnav för deltagare att hålla sig a-jour med samt att kolla upp potentiella samarbetspartners.

**Sociala medier** Skapa en Facebook-sida. Sociala medier är bra för att puffa nyheter, styra in på hemsidan, synliggöra när nya deltagare anmält sig. Vår erfarenhet är att många ”engagerade medborgare” håller koll på vad som händer och de kan sprida information vidare i sina egna nätverk.

**Pressmeddelande** Viktigt är att driva synlighet i press för att skapa kännedom, att synas för potentiella deltagare och att signalera att mötesplatsen är viktig. En lärdom från Malmö är att det fanns ett stort intresse från journalister och att den uppmärksamhet vi fick skapade intresse hos andra aktörer i staden.

**Kontakt  
ger kontrakt**



**Det av yttersta vikt att vi redan tidigt och under hela processen har, och behåller engagemanget hos alla parter.**

**En betydande framgångsfaktor är att involvera de olika parterna tidigt i processen.**

# Våra erfarenheter

## 2. Goda exempel

**WinWin-stories** Bra att aktivt använda storytelling som verktyg för att förstå potentialen i att samverka på ett nytt sätt. Viktigt att kommunicera inspirerande exempel som kan förflytta tanken och inspirera till nya handlingsmönster. Exempel: Berätta om ett lyckat samarbete. Berätta om intressanta deltagare. Berätta om nyttan för staden. Berätta om oväntade samarbeten och resultat.

**Tips** En film som producerades första året i Malmö har varit ett mycket värdefullt verktyg för att förklara och exemplifiera.

## 3. Rekrytering

Viktigt att tänka på vid rekrytering är att ha samma antal företag som föreningar. Det blir ett signalvärde att båda parter är lika mycket värda. Också bra, om möjligt, att ha minst två deltagare från varje företag/organisation och att de har mandat att agera.

Gör en tydlig lansering av marknadsplatsen med ett startdatum för när man kan anmäla sig. Puffa för lanseringen både på hemsidan och med utskick i olika sociala medier, både WinWins egna och andra personliga nätverk.

**Kommunikation** tänk brett och i nya banor. Ha ett personligt tilltal "what's in it for me" till varje potentiell deltagare.

**Resurser** Viktigt att rekrytering inte är ett en-mans-ansvar. Alla medarrangörer plus WinWin-organisationen representerar och bidrar till att rekrytera deltagare.

**Ambassadörer** Utse ambassadörer med stora nätverk och som kan agera med kraft i sina egna nätverk. De blir också informationsbärare tillbaka till WinWin-organisationen.

**Kanaler** Hemsidan, mässor och nätverksmöten, nyhetsbrev (egna och andras), ambassadörernas egna nätverk, hemsidan plus Facebook-sidan

**Marknadsmaterial** Broschyrer, roll-ups, digitala kedjebrev

**Informationsmöte** Anordna informationsmöten gemensamt för näringsliv och föreningar. Beskriv processen, värdet, tankesättet/mind-setet och nyttan. Det blir ett värdefullt nätverkande i sig självt.

**Tips** **Många föreningar i Malmö knöt värdefulla och nya kontakter med varandra vid första informationsmötet. Även deltagare från olika sektorer hittade samverkansfrön direkt vid infomötet.**

## 4. Deltagarnas förberedelser

**Puffa kontinuerligt för vikten av förberedelser.** WinWin kan mer liknas vid en process än att bara vara själva nätverksmötet på kvällen. Viktigt är att skapa nyfikenhet och underlätta kontaktskapande redan före träffen. Deltagarna får ut betydligt

## Våra erfarenheter

mer av evenemanget om de är rejält förberedda.

**Anmälan** Redan vid bekräftad anmälan puffas för vikten av förberedelser, inbjudan till förberedande arbetsmöten etc

**Hemsidan** Kort beskrivning av erbjudande och sök samt kontaktuppgifter till samtliga anmälda.

**E-mail** Några dagar före evenemanget sammanställs listor med alla sök och erbjudanden som skickas ut till samtliga deltagare.

**Resurser** Gör den egna organisationen, ambassadörerna och lotsarna delaktiga i deltagarnas förberedande diskussions- och arbetsmöten.

**Förberedande arbetsmöten** Arbetsmöten blir värdefulla nätverksnoder i sig, här skapas de första värdeadderande kontakterna, här kan man prova sig fram i samverkansupplägg och här kan man inspireras av andras sätt att presentera sig. Det är bra då det ofta är svårt, men viktigt, för deltagarna att tänka i nya banor. Därför inspirera med annorlunda och nytänkande perspektiv, vänd på resonemang. Låta deltagarna hjälpa varandra genom att ställa frågor.

Målsättningen med dessa möten är att skapa engagemang och att vidareutveckla, konkretisera och vässa deltagarnas sök och erbjudanden.

### 5. Genomförande

För att det verkligen ska bli några innovativa och effektiva timmar behöver det praktiska vara på plats. När det kommer till själva evenemanget kan följande vara värt att planera i minsta detalj.

**Lokal** Det behövs bra plats för mingel och rörelse i rummet och även god akustik är viktigt. Placera ut ståbord till cirka halva deltagarantalet. Man ska kunna röra sig fritt i rummet och därför är det ej tillåtet att ha med sig eget skrymmande reklammaterial som roll-ups och montermaterial.

**Material som delas ut** Mapp med kontaktlistor, listor med samtliga deltagares sök och erbjudande, tomma kontrakt att fylla, övrigt inspirationsmaterial samt "9 steg för en lyckad överenskommelse". Namnbrickor i olika färger, en färg för företag och en för föreningar.

**Volontärer/resurser i lokalen** Vårdar och värdinnor ansvarar för att före mötet sammanställa det material som ska delas ut till deltagarna. Att under evenemanget ta emot deltagarna, dela ut material, vägleda i lokalen, samt ha hand om garderob. Någon värd/värdinna blir support till sekretariatet och några behövs för att assistera dokumentationsansvariga.

**Lotsar** Har ansvar för att hjälpa/lotsa/matcha deltagare, vara sparringpartner för att utveckla kreativa samarbeten, agera



**Erbjud &  
sök något**



## Våra erfarenheter

”mötesmatchare” och hjälpa deltagare att skapa kontakt genom att lyssna och matcha företag och föreningar som kan tänkas ha nytta av att möta varandra.

Det är bra om lotsarna även deltar i förberedande arbetsmöten, allt för att skapa kontakt med deltagande företag och föreningar så att de kan vara proaktiva.

**Sekretariatet** När parterna är överens om hur de vill samarbeta skrivs en överenskommelse som sedan registreras av sekretariatet. Som inspiration för andra deltagare presenteras avtalen på en storbildskärm. Även specifika frågor och slutformuleringar hjälper sekretariatet till med. WinWin-sekretariatet spelar därför en central roll. Panelen består av representanter för de olika parterna dvs staden, föreningslivet och näringslivet.

**Dokumentationsansvarig** För att dokumentera kvällen och därtill samla material till WinWin-stories involvera fotograf, filmare etc

**Tips i Malmö har vi framgångsrikt streamat evenemanget i realtid**

## 6. Uppföljning

Dagarna efter görs en uppföljning med fokus på:

**Det operativa** Genomförandet av förberedelser och kvällen. Exempel på frågor: Hur fick du information om WinWin?



Fick du den hjälp och stöttning du behövde inför marknadsplatsen? Önskemål om annan stöttning? Var det lätt att skapa kontakt under kvällen? Var WinWin-lotsarna en tillgång? Slöt ni kontrakt? Hur många?

**Det strategiska** Det långsiktiga arbetet. Exempel: Har du fått ny, värdefull kunskap om en annan sektor? Har du fått uppslag till nya sätt att samarbeta? Är WinWin en värdefull mötesplats? Känns det angeläget och attraktivt för dig att hitta samverkan över sektorsgränserna?

**Gör en uppföljning efter 6 månader med fokus på:**

**Samarbetet** Vad har hänt i samarbetet? Vad har varit lätt? Vad har varit svårt? Uppföljningen blir en påminnelse och ger ny energi till samverkan, lyfter fram överenskommelsen igen om den fallit i glömska eller blivit nedprioriterad. Den tjänar också till att synliggöra för WinWin-organisationen vilket stöd deltagarna kan tänkas behöva för att genomföra överenskommelsen och synliggör strukturella hinder som är värdefulla att sätta ljuset på. Uppföljningen blir också en bra kanal att fånga upp värdefulla exempel och historier att berätta vidare.



A photograph of a woman wearing a beige hijab and a light green sweater, smiling and looking towards a man in a red shirt who is seen from the side. They appear to be in a conversation. A green circular graphic with a scalloped edge is overlaid on the image, containing the text 'Erbjud & sök något'.

**Erbjud &  
sök något**

**Det som skiljer WinWin från andra mötesplatser är att vi går till konkret handling och avtal innan alla skiljs åt. När företag och förening ses därefter – är det för att börja samverka.**

## Kort om WinWin-modellen

### **Var kommer modellen ifrån?**

Det svenska Winwin-konceptet bygger på den tyska Marktplatz-metoden. En metod som utvecklades i Holland och sedan med stor framgång genomförts i stor skala i Tyskland. Sammanlagt har man genomfört fler än 250 mötesplatser i fler än 90 tyska städer.

### **Har modellen fungerat?**

En tysk nationell enkätundersökning

bland involverade visar att metoden stärker det sociala kapitalet, bygger nya partnerskap, skapar winwin-situationer samt stärker organisationernas möjligheter till samhälleligt engagemang och förverkligande av sina idéer.

### **Var hittar jag mer information?**

[www.social-marketplace-international.org](http://www.social-marketplace-international.org)

## Kort om WinWinMalmö

### **Vem kan vara med på**

### **WinWinMalmö?**

WinWinMalmö finns till för företag och föreningar/ideella organisationer som har verksamhet i Malmö och som är intresserade av att hitta partners för samverkan.

### **Vilken slags samverkan handlar det om?**

Varje part ska bjuda den andra på något man har, det kan handla om resurser, kontakter eller kompeten-

ser som den andra parten har nytta av. Pengatransaktioner är ej tillåtna. WinWinMalmö är inte en säljarena för tjänster eller produkter utan WinWinMalmö finns till för den som vill hitta nya intressanta relationer som berikar den egna organisationen.

### **Kostar det något att delta?**

Deltagande är kostnadsfritt.

### **Var anmäler jag mig?**

På [www.winwinmalmo.se](http://www.winwinmalmo.se)

# Frågor & svar

## **Vad behöver man göra i förväg?**

Man ska ha definierat sitt erbjudande och sitt behov, det vill säga det man söker och man ska ha läst igenom publicerade deltagarlistor

## **Finns det hjälp för att definiera det man erbjuder och det man söker?**

WinWin arrangerar inför årsevene-

manget öppna arbetsmöten.

## **Vad händer under kvällen?**

Man ses under kontaktskapande former. När man under kvällen hittat någon eller några deltagare från "den andra" sektorn och beslutat sig för att samverka, skriver man avtal på plats.

## **Kort om WinWins utvecklingspotential**

### **Är en årlig mötesplats den enda varianten?**

Vi ser en potential till att ha flera mötesplatser per år.

### **Kan man ha olika fokus för dessa träffar?**

Möjlighet finns att ha mer tema-styrda marknadsplatser som skulle kunna handla om ungdomsarbetslöshet, folkhälsa, skolfrågor etc.

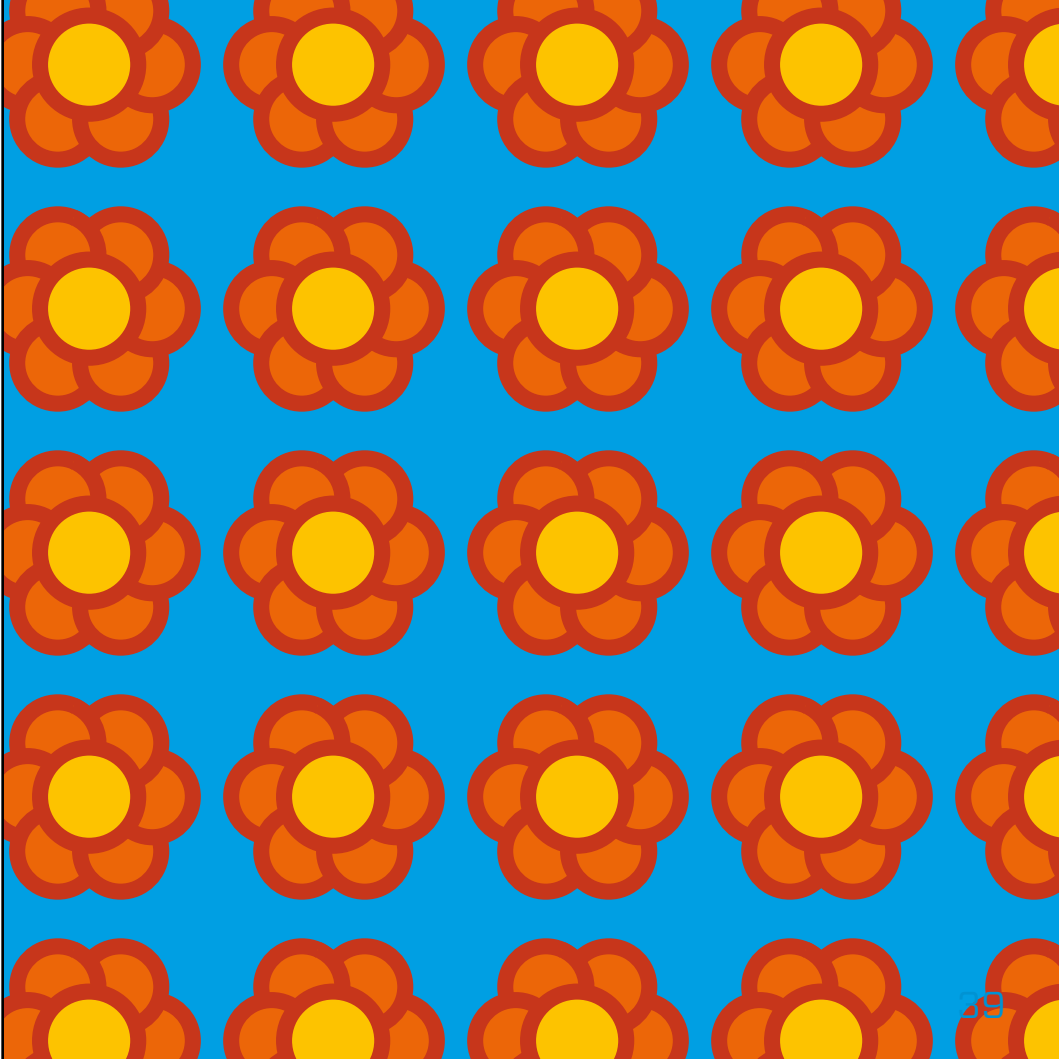
### **Är den fysiska mötesplatsen**

### **grunden för WinWin?**

Som vi ser det finns det möjlighet att utveckla digitala arenor för kontaktskapande.

### **Måste man vara företag eller förening för att delta.**

Möjlighet finns att ha deltagare från tre sektorer på marknadsplatsen – även deltagare från verksamhet i offentlig sektor. Exempel på detta finns både i Danmark och Norge.



Under de två inledande åren har WinWinMalmö drivits som ett projekt i partnerskap mellan Malmö stad, Malmö Företagsgrupper, MISO/MIP (paraplyorganisation för föreningslivet i Malmö). Arbetet finansierades av Malmö stad och Europeiska regionala utvecklingsfonden. Från hösten 2013 drivs arbetet av den ideella föreningen WinWin.

Har du nya idéer eller frågor kontakta oss gärna.  
Facebook: winwinmalmo  
E-mail: kontakt@winwinmalmo.se  
www.winwinmalmo.se



*En investering för framtiden*



EUROPEISKA  
UNIONEN  
Europeiska  
regionala  
utvecklingsfonden

