

Samarbejdsaftale

2016 - 2018

Fra Madspild til Måltid

**Jyske Bank Koncern
Klampenborgvej 205 2800
Lyngby
CVR-nr. 17 61 66 17**

**fødevareBanken
Birkedommervej 31, 2 2450
København NV
CVR-nr. 32573371**

1. Baggrund for samarbejdet

I 2011 indledte fødevareBankens daværende direktør et mentorsamarbejde med BRFkredit. I mellemtiden er der sket forandringer i begge organisationer. I 2014 overtog Jyske Bank BRFkredit, der drives videre som selvstændigt datterselskab under Jyske Bank Koncern. I 2014 fik fødevareBanken en ny direktør. I begge organisationer har der efterfølgende været strukturændringer med fokus på nye områder.

Samarbejdet med fødevareBanken er således en videreførelse med Jyske Bank Koncern.

1.1 fødevareBanken

fødevareBanken er en non-profit og apolitisk forening fra 2009, som tackler to samfundsproblemer: madspild og madfattigdom.

fødevareBanken modtager overskudsmad fra fødevarerproducenter, landbrug, supermarkeder og grossister og fordeler det blandt organisationer, der arbejder for og med socialt udsatte.

fødevareBankens formål er:

- At bekæmpe madspild ved at indsamle og tage imod friske overskudsvarer
- At sikre ernæringsrigtig og varieret kost til socialt udsatte
- At inkludere frivillige i varetagelsen af de daglige opgaver

fødevareBankens kendetegn:

- Vi arbejder **systematisk** og i **stor skala**
- Vi har **professionelle ansatte** med fokus på **fødevarsikkerhed**
- Vi samarbejder med **frivillige** om **inklusion af særlig sårbare** i det daglige arbejde
- Vi sørger for god mad **til de mest trængte mennesker**
- Vi arbejder **for miljøet** og **minimerer CO2-spild**
- Vi **forbinder erhvervsliv, civilsamfund og det offentlige**
- Vi sætter **fokus på problematikken** i den **offentlige debat** og **skaber løsninger**

fødevareBanken har ingen faste driftsindtægter og modtager meget begrænsede offentlige tilskud. Det betyder, at fødevareBankens eksistens er helt afhængig af tilskud fra fonde, puljer, sponsorer og private bidrag.

fødevareBanken har i dag driftscentre i København og Aarhus, og har et mål om i 2018 at være landsdækkende. Dermed sikres at flere socialt udsatte får mad og samtidig mindskes belastningen af miljøet.

fødevareBanken uddeler lidt over 1,6 mio. måltider i 2016 svarende til ca. 4.400 måltider om dagen.

1.2 Jyske Bank Koncern

Koncernen har udarbejdet ny CSR-strategi. I 2016-2020 vil vi udvælge CSR-indsatser ud fra følgende:

- Vores engagement skal gøre en væsentlig forskel i de projekter, vi vælger at involvere os i.
- Vi samarbejder om CSR med vores kunder og interessenter i det felt, hvor vi i forvejen opererer professionelt.
- Vi involverer os i utraditionelle samarbejder, hvad enten det er med andre virksomheder, det offentlige eller aktører fra det civile samfund.
- Vi bidrager med de ressourcer, vi råder over i virksomheden og indgår i en proces, der kan være med til at skabe forbedringer for den enkelte, såvel som for (lokal)samfundet.

Aktiviteterne skal være tværorganisatoriske med inddragelse af medarbejderne og arbejdet skal foregå indenfor følgende områder: samfund, miljø & klima, kunder og medarbejdere.

1.3. Synergi mellem Jyske Bank Koncerns CSR-kategorier og fødevareBanken

1.3.1 Miljø & klima - Samfund

fødevareBanken løser et samfundsproblem og omfordeler velfærd (mad).

I Danmark smides der årligt ca. 700.000 tons fødevarer ud. fødevareBanken repræsenterer en bæredygtig løsning for hele fødekæden: *madproducenter, distributører, forhandlere* og de *organisationer og personer* som nyder godt af at modtage overskudsfødevarer fra fødevareBanken.

BRFkredit har aktiviteter i de almene boligområder, hvor der bor mange udsatte borgere. Derfor har virksomhedens CSR haft til formål at forsøge at forbedre vilkårene for socialt udsatte borgere i disse områder.

Gennem Jyske Bank er grundlaget for et langt bredere samarbejde muligt, dels gennem bankens (erhvervs)kunder og dels gennem Jyske Banks store kommunikationsplatform.

1.3.2 Kunder og medarbejdere

Jyske Bank Koncern kan være en bank, der har mere at byde på, ved at indgå i et samarbejde med fødevareBanken. Det kan for eksempel være gennem kommunikation til erhvervs-kunder og privatkunder, hvor der sættes fokus på ansvaret over for klima og miljø. Internt kan det være gennem involverende aktiviteter. Idet Jyske Bank i øvrigt sætter fokus på klima og miljø internt i virksomheden, kan samarbejdet med fødevareBanken give Jyske Bank muligheden for at tage et ansvar eksternt.

2. Jyske Bank Koncerns ydelser til fødevareBanken

2.1 Jyske Bank Koncern TV og COMA

JB TV skal producere 1-2 informationsfilm i løbet af samarbejdsperioden, der handler om fødevareBankens arbejde. Formål og indhold af informationsfilmene aftales parterne imellem. Det kan for eksempel være:

1. Information om afhentning og udlevering (logistikken) til erhvervslivet og modtagerorganisationerne med fokus på fødevaresikkerhed og samarbejdet med Jyske Bank Koncern.
2. Hvervning af frivillige til diverse opgaver i fødevareBanken (f.eks. drift, events og kommunikation).
3. Generel information om fødevareBanken til frivillige, private og erhvervslivet.
4. Information om modtagerorganisationerne til private og erhvervslivet.
5. Information om events og skoler (morgenmadsklubberne).

Filmene anvendes til foredrag, hjemmesider, overfor frivillige og til at hverve frivillige, indgåelse af større samarbejdsaftaler, osv.

2.2 Erhvervsnetværk

Jyske Bank Koncern benytter sit erhvervsnetværk til at informere om fødevareBanken og forsøger derigennem at udvide fødevareBankens muligheder for at et samarbejde med disse.

Formålet med erhvervsnetværket er fundraising til fordel for fødevareBanken med henblik på konsolidering og udvidelse af foreningens arbejde.

Jyske Bank Koncern opfordrer ansvarlige medarbejdere i de lokale filialer og på hovedkontorene til at støtte op om fødevareBankens arbejde.

Erhvervsnetværkets kan initiere CSR samarbejde med fødevareBanken eller søsætte spændende, skæve eller inspirerende projekter, der kan generere penge til fødevareBanken. De kan evt. indgå i en kreativ gruppe med Jyske Bank Koncerns marketingafdeling og fødevareBanken. Hovedansvaret for projektledelse, styring og koordinering ligger i Jyske Bank Koncern. Alle udgifter afholdes af Jyske Bank Koncern.

Forslag som inspiration til fundraising-formål kan læses i bilag 1.

2.3 Ekspertviden hos Jyske Bank Koncern

Jyske Bank Koncern kan stille deres medarbejders faglige viden gratis til rådighed efter fødevareBankens ønsker og behov: jurister, revision, markedsføring m.m. Det aftales nøjere parterne imellem.

2.4 Jyske Bank Koncern sørger for arbejdstøj til frivillige i fødevareBanken

T-shirts, jakker, kasketter, forklæder, m.m. Der er hvert år behov for nyt tøj i takt med udviklingen og for udskiftning af det slidte tøj. I bilag 2 findes design på tøjet. Parterne aftaler oplag og størrelser på de enkelte varer fra gang til gang.

Eksempel på samarbejdsaftale mellem forening og erhvervsvirksomhed. Bilag til bogen: Parat til private partnerskaber – inspiration til civilsamfundet. Af Lene Hjorth, Laura Auken og Malthe Lindholm. Forlaget CFSA. Center for Frivilligt Socialt Arbejde, 2022.

2.5 Jyske Banks Almennyttige Fond

Hvert år søger fødevareBanken midler fra Jyske Banks Almennyttige Fond til investering i diverse udstyr og drift. Modtager fødevareBanken midler fra Den Almennyttige Fond modregnes disse ikke i det årlige CSR beløb på xxx kr.

3. fødevareBankens ydelser

3.1 Internt og eksternt brug af fødevareBankens navn, (støtte) logo med mere

Støttelogo/banner fremsendes til Jyske Bank Koncern til anvendelse på hjemmesiderne, Facebook, Twitter, m.m.

fødevareBanken udarbejder desuden e-mail banner eller emblem til Jyske Bank Koncerns e-mail signatur til brug i samarbejdets løbetid. Herudover tilbydes særligt banner f.eks. i forbindelse med jul.

Alle materialer, hvor fødevareBanken indgår skal forhåndsgodkendes af fødevareBanken. Ligeledes skal Jyske Bank Koncern forhåndsgodkende, hvor deres logo og omtale indgår. Der kan være tale om meget korte deadlines, men som udgangspunkt minimum 48 timer. Forhåndsgodkendelserne er gældende på alle interne og eksterne medier.

3.2 Artikler

fødevareBanken leverer materiale til Jyske Bank Koncerns kommunikationsafdeling til 2-4 artikler om fødevareBankens arbejde og samarbejdet med Jyske Bank Koncern i løbet af samarbejdsperioden. Indhold og tidspunkter aftales nøjere mellem parterne og er afhængig af om artiklerne er til interne eller eksterne medier, målgruppen og formålet.

3.3 Jyske Bank Koncern eksponeres på fødevareBankens hjemmeside

Virksomheden eksponeres med logo og omtale af samarbejdet med testimonials fra Jyske Bank Koncern. Der kan linkes fra hjemmesiden i Jyske Bank Koncern til hvor samarbejdet er omtalt.

3.4 fødevareBankens nyhedsbrev til alle medarbejdere i Jyske Bank Koncern

4 gange om året sender fødevareBanken elektroniske nyhedsbreve ud. Jyske Bank Koncern kan sende et link, som kan sættes på intranettet således at medarbejderne modtager det. Dette vil skabe større kendskab og gennemsigtighed til samarbejdet og hermed en bedre ambassadør-effekt.

3.5 Foredrag af fødevareBankens fagfolk

fødevareBankens fagfolk kan afholde foredrag i Jyske Bank Koncern for medarbejdere, kunder eller særskilte CSR events. Tema og tidspunkt aftales nøjere parterne imellem. Jyske Bank Koncern afholder omkostningerne til transport og diæter for fødevareBanken samt for de respektive events.

Eksempel på samarbejdsaftale mellem forening og erhvervsvirksomhed. Bilag til bogen: Parat til private partnerskaber – inspiration til civilsamfundet. Af Lene Hjorth, Laura Auken og Malthe Lindholm. Forlaget CFSA. Center for Frivilligt Socialt Arbejde, 2022.

3.6 Presseomtale

fødevarerBanken udarbejder i samarbejde med Jyske Bank Koncerns kommunikationsafdeling presseomtaler til lokale og landsdækkende medier i forbindelse med samarbejdet, som koordineres nøjere parterne imellem. Testimonials fra Jyske Bank Koncern indgår sammen med fødevarerBanken.

3.7 Gratis medlemskab til medarbejderne i Jyske Bank Koncern

fødevarerBanken tilbyder gratis medlemskab til alle medarbejdere i 1 år. Det er helt uforpligtende at være medlem. Såfremt medlemmerne ønsker nyhedsbrev, er det muligt at tilmelde sig.

3.8 Kampagner

fødevarerBanken har et ønske om at få en fast tilbagevendende kampagne hvert efterår. Såfremt Jyske Bank Koncern ønsker at bakke op om kampagnen, aftales det nærmere mellem parterne. fødevarerBanken fremsender oplæg.

3.9 fødevarerBankens sociale medier

Samarbejdet mellem parterne og nyheder i partnerskabet lægges på Facebook.

3.10 fødevarerBanken skifter bank til Jyske Bank

For at styrke sammenholdet vil fødevarerBanken fremover benytte Jyske Bank som hovedbank. Hvornår dette skal ske aftales nøjere parterne imellem i 1. kvartal 2016.

4. Øvrige tiltag

Hvert år skal parterne sammen deltage i mindst to offentlige arrangementer, hvor virksomhederne optræder sammen og kan styrket deres kendskab eller omdømme. Det kan være: paneldiskussioner, Folkemødet på Bornholm eller andre større konferencer og arrangementer.

5. Økonomi, varighed og eksklusivitet

Jyske Bank Koncern garanterer fødevarerBanken et årligt CSR tilskud på xxxxxx kr. excl. moms som udbetales når aftalen underskrives og derefter 1. april hvert år. Derudover leverer Jyske Bank kommunikationsarbejde og adgang til erhvervsnetværk til en estimeret værdi på minimum xxxxxx kr. excl. moms årligt.

Ved udgangen af hvert kvartal afholder parterne et møde for at tilrettelægge det løbende samarbejde og for at idéudvikle.

Eksempel på samarbejdsaftale mellem forening og erhvervsvirksomhed. Bilag til bogen: Parat til private partnerskaber – inspiration til civilsamfundet. Af Lene Hjorth, Laura Auken og Malthe Lindholm. Forlaget CFSA. Center for Frivilligt Socialt Arbejde, 2022.

Det er en gensidig hensigtserklæring at samarbejdet løber i en periode af minimum 4 år.

Hvert år på den første hverdag i november måned genforhandles aftalen, med henblik på justering og optimering.

Begge parter bidrager hvert år med et "regnskab" om hvad der er opnået. fødevareBanken fremsender CSR rapport til Jyske Bank Koncern til anvendelse i den årlige CSR rapport.

Jyske Bank Koncern opnår eksklusivitet inden for banker og realkreditinstitutter. Jyske Bank Koncern samarbejder ligeledes ikke med andre aktører og organisationer, der arbejder med fødevareoverskud og madspild.

6. Forhåndsgodkendelser ved anvendelse af navn/logo

Anvendelse af alle parters navn og logo skal skriftligt forhåndsgodkendes af de respektive parter. Dette omfatter også eventuelle pressemeddelelser og andre materialer, hvor parternes navn og logo indgår og/eller omtales. Logoet må ikke bruges ud over den i kontrakten aftalte periode eller konkret godkendte sammenhænge. Deadlines kan være meget korte, men skal i hvert enkelt tilfælde angives for begge parters vedkommende.

Parterne har ret til omkostningsfrit at afvise forslag, såfremt de strider imod parternes principper, vedtægter, etiske retningslinjer og lignende.

7. Opsigelse af samarbejdet

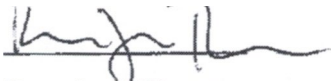
I tilfælde af væsentlige bristede forudsætninger, som indebærer at samarbejdet bliver i strid med parternes etiske retningslinjer, kan aftalen straks opsiges af begge parter.

For så vidt angår misligholdelse, gælder dansk lovgivnings almindelige regler herom. Opstår der uforudsete situationer, der kan have betydelig negativ effekt på samarbejdspartnerens respektive omdømme, kan aftales opsiges straks af begge parter.

Parterne er hver især ansvarlige for egne afholdte omkostninger frem til opsigelsestidspunktet.

Samarbejdsaftalen er fortrolig og må hverken helt eller delvist offentliggøres af parterne før, under, eller efter samarbejdets ophør.

København 08.03.2015



Karen Inger Thorsen

Direktør

fødevareBanken

Lynby 08.03.2015



Lene Hjorth

Afd. Direktør

Jyske Bank