

Handlekraft 2021



En undersøkelse om bærekraft i handels- og tjenestenæringen

An aerial photograph of a vast, dense forest. The trees are a mix of dark green and lighter green, suggesting different species or stages of growth. In the upper right portion of the image, a thick layer of white mist or fog hangs over the forest, partially obscuring the trees and creating a sense of depth and atmosphere. The overall scene is serene and natural.

- Det 21. århundrets største utfordring er å tilfredsstille menneskers behov innenfor planetens tåleevne.

Kate Raworht
Doughnut Economics

Innhold

Sammendrag av undersøkelsen.....	5
Om Handlekraft 2021	7
Vi må fra ord til handling - men hva betyr egentlig det?	10
Trinnvis omstilling av virksomheten.....	12

Trinn 1 Ryddde i eget hus

Avfallssortering	15
Hva gjør virksomhetene innenfor avfallssortering?.....	17
Hva skjer med overskuddsvarer?	18
Energieffektivisering.....	19
Hva gjør virksomhetene for å kutte ned på energiforbruket?	20
Hvor mange virksomheter er miljøsertifisert?	22

Trinn 2 Klima - og miljøkrav til varer og leverandører

For få aktører krever mer klima- og miljøfokus.....	25
Hvor mange stiller miljøkrav når de selv gjør innkjøp?.....	26
Hva slags miljøkrav stiller virksomhetene?	27
Hvor mange stiller krav om miljøvennlig emballasje?.....	29
Virke mener: Offentlige innkjøp må gjøres grønnere	30



Handlekraft 2021

Analysebyrået Opinion har på vegne av Virke spurt nesten 650 ledere i handels- og tjenestenæringen om hva de faktisk gjør for å bli mer bærekraftige. Med en slik undersøkelse ønsker vi å gi et ærlig bilde av status for omstilling i bredden av norsk næringsliv. I denne rapporten kan du lese om svarene og innsikten fra Handlekraft 2021 - en undersøkelse om bærekraft i handels- og tjenestenæringen.

Trinn 3

Transport og logistikk

Hvordan skal vi omstille vei- og varetransporten?.....	33
Hva gjør næringen med utslipp knyttet til varetransport?.....	34
Rundbordsamtale #1: Hvordan jobber bransjene med transport og logistikk?.....	35
Hvordan skal utslipp i forbindelse med jobbreiser reduseres?	39

Trinn 4

Innovasjon og samarbeid

Samarbeid gjør virksomheter mer bærekraftige.....	43
Terskelen for samarbeid er for høy.....	45
Rundbordsamtale #2: Innovasjonsarbeid i bedrifter som står mellom mellom kunde og leverandører.....	46

Trinn 5

Sirkulære forretningsmodeller

Veien til et mer sirkulært samfunn.....	52
Hvilke sirkulære forretningsmodeller er vanligst?	53
Bærekraft gir mer lojale kunder.....	54
Bærekraft er også business.....	56
Vil flere tilby sirkulære tjenester i fremtiden?	57
Virke etterlyser samarbeid for økt sirkularitet.....	58
Hvordan jobber Virke med bærekraft?.....	60
Ditt spor.....	61
Referanser.....	62

Sammendrag av undersøkelsen

«Handlekraft 2021» er Virkes kartlegging av hvor langt virksomheter i handels- og tjenestenæringen har kommet i arbeidet med å bli mer bærekraftige og omstille seg til en sirkulær økonomi.

For mange virksomheter vil bare det å gjennomgå egen drift være et viktig steg i å bidra til et lavere miljøavtrykk. Å kildesortere og redusere energiforbruket i virksomhetens lokaler er to sentrale tiltak for en mer klima- og miljøvennlig drift. Resultatene i Handlekraft 2021 viser at flere fortsatt har en vei å gå når det gjelder å stille krav til avfallshåndtering og til å redusere energiforbruket i egne lokaler.

Når det kommer til innkjøp av varer og tjenester, må virksomheter i handels- og tjenestenæringen benytte seg mer av egen forbrukermakt. Det finnes en rekke lover og regler fra det offentlige om hvordan virksomheter kan og ikke kan operere med hensyn til klima og miljø. Utover dette har offentlige og private aktører stor

påvirkning gjennom å bruke innkjøpsmakt. Handlekraft 2021 viser at langt flere kan stille miljøkrav når de kjøper inn varer, emballasje og transporttjenester.

Et sentralt tema i undersøkelsen er sirkulære forretningsmodeller. For å muliggjøre et lavutslippssamfunn, er vi avhengige av handels- og tjenestenæringen i mye større grad enn i dag tilrettelegger for gjenbruk, vedlikehold, resirkulering og mindre avfall. Resultatene viser at virksomhetene i denne næringen ennå ikke ser de store verdiene av slike sirkulære forretningsmodeller. I dag svarer 1 av 4 virksomheter at de tilbyr utleie av produkter, men det utgjør foreløpig en liten andel av den årlige omsetningen for disse virksomhetene. På spørsmål om flere planlegger å tilby ulike sirkulære tjenester i framtiden, er det få eller ingen som ser for seg det. Av de virksomhetene som har svart at de ikke tilbyr noen sirkulære tjenester i dag, svarer 3 av 4 i undersøkelsen at det ikke er relevant for deres virksomhet.

For å lykkes med den grønne omstillingen er virksomhetene i handels- og tjenestenæringen avhengig av å finne gode

samarbeidspartnere på andre arenaer, langs egen verdikjede og på tvers av bransjer. Terskelen for å inngå nye samarbeid kan være høy for mange. Det krever både ressurser og nettverk. Av virksomhetene som inngikk samarbeid som i stor grad bidro til å gjøre virksomheten mer bærekraftig, viser undersøkelsen at det var få som hadde søkt samarbeid utenfor egen verdikjede og med kunnskapsmiljøer.

Resultatene i Handlekraft 2021 viser gjennomgående at små og mellomstore virksomheter har kommet kortere i arbeidet med å bli mer bærekraftige enn de store virksomhetene. Når vi i Handlekraft 2021 måler hva små og mellomstore virksomheter faktisk gjør av miljø og klimaarbeid, så ser vi at det er et stykke å gå og at det kreves en innsats for å få med hele bredden av norsk næringsliv.



Om Handlekraft 2021

Slik måler vi bærekraftig omstilling

I Handlekraft-undersøkelsen har vi stilt spørsmål om hva virksomhetene gjør på flere områder innen klima, miljø og sirkulær økonomi.

Spørsmålene spenner fra grunnleggende arbeid, som å sortere avfall og redusere energibruk i bygg, til samarbeid med leverandører og utvikling av nye tjenester og forretningsmodeller. Vi tror at det å starte med de helt grunnleggende tiltakene er viktig for å lykkes med større utfordringer, slik som å endre forretningsmodell. Norge har også konkrete mål og forpliktelser vi skal nå som er knyttet til mange av områdene som er undersøkt.

Undersøkelsen er ikke uttømmende på noen måte og det er første gang Virke gjennomfører en slik undersøkelse. Arbeidet har gitt oss erfaringer som vi vil ta med videre i dokumentasjon av omstillingsarbeidet i handels- og tjenestenæringen.

Vi samarbeider med ulike aktører om å supplere undersøkelsen med flere kilder, og ønsker å gjennomføre den jevnlig for å dokumentere utviklingen i en av Norges største næringer.

Selve gjennomføringen

Til sammen er 648 virksomhetsledere intervjuet per telefon i perioden juni/juli 2021. Målgruppen er et representativt utvalg av virksomheter i den norske handels- og tjenestenæringen. Resultatene er vektet på geografi, virksomhetsstørrelse og bransje, for å gi et samlet bilde på hvordan status for bærekraftsarbeidet er i næringen.

Rundbordsamtale - en refleksjonssamtale med ulike bedriftsledere om bærekraft

En bærekraftsundersøkelse forteller oss noe om arbeidet som gjøres, men det gir oss ikke hele bildet. For å få mer konkret innsikt i noen av problemstillingene Handlekraft 2021 tar opp, inviterte vi fem ledere som arbeider i fem ganske ulike virksomheter til å diskutere noen utvalgte problemstillinger. På den måten får vi et interessant innblikk i hvordan disse virksomhetene jobber med

aktuelle problemstillinger, og lederne kan utveksle erfaringer og fortelle litt om hvordan de selv jobber med bærekraft. I rapporten gjengir vi utdrag av diskusjonene og samtalene som oppsto mellom de fem lederne rundt flere spørsmål knyttet til bærekraft.

Vil du vite mer om undersøkelsen?

Undersøkelsen er en del av prosjektet «Sirkulærøkonomi i handels- og tjenestenæringen», som er et samarbeid mellom Klima- og miljødepartementet og Virke. Spørsmål og henvendelser knyttet til undersøkelsen kan rettes til Tord Dale, leder for bærekraft i Virke. E-post: tord.dale@virke.no



Torunn Tronsvang
Founder & CEO
Up Norway AS

Kurator for luksusreiser som har som mål å gi autentiske opplevelser til reisende fra hele verden som besøker Norge.



Lars Svanholm
Daglig leder
Svanholm og Vigdal gravferd AS

Begravelsesbyrå i Trondheim med en historie som går mer enn 100 år tilbake i tid.



Kjetil Grønbakken
Markeds-, kommunikasjons- og bærekraftsdirektør
Heidenreich AS

Har over 30 butikker, fra Kristiansand i sør til Alta i nord. Spesialister innen VVS, VA og varme.



Tatiana Gutierrez Eide
Head of Sustainability
Europris ASA

Lavpriskjede med bredt vareutvalg. Mer enn 300 butikker og over 400 ansatte i Norge.



Jan-Inge Ingebrigtsen
CEO
Bright Norway AS

Bright har 359 ansatte i tre land, 147 i Norge. Leverer sceneteknisk produksjon til arrangementer, underholdning og opplevelse.



Fra handlekraft til bærekraft

Vi må fra ord til handling - men hva betyr egentlig det?

Det er en litt forslitt klisjé å si at det å løse de store oppgavene og utfordringene verden står overfor starter med et enkelt spadetak. Samtidig er det som med alle klisjeer en grad av sannhet i det. Slik er det også for arbeidet med bærekraft.

Arbeidet for et levelig klima i fremtiden og for en bærekraftig forvaltning av naturressursene må starte med konkrete grep. Når FNs siste klimarapport understreker at det haster må vi prioritere tiltak som raskt kan settes i gang og som faktisk gir effekt.

En av de største farene vi gjør i arbeidet for økt bærekraft er å ta det som en selvfølge at alle vet hva de skal gjøre og hvor de skal starte. En av henvendelsene Virke oftest får knyttet til bærekraft er «om vi kan få noe hjelp til å komme i gang?». Det fikk oss til å stille oss følgende spørsmål: Hva kan vi si om hva virksomheter i handels- og tjenestenæringen faktisk gjør for å bli mer bærekraftige? Svaret var

at det ikke finnes nok gode datakilder til å si noe om dette. Å ikke vite hvor vi står i dag, er en utfordring når Storting, regjering og næringsliv daglig diskuterer hva vi skal gjøre for å lykkes med den store omstillingsjobben videre. Eller enda verre - at beslutninger om nye krav og reguleringer tas på galt grunnlag.

For å vite hvor du skal, må du først vite hvor du står.

Vi har gode datakilder for enkelte næringer, særlig sektorer som består av store virksomheter, men vi vet for lite om hva bredden av norsk næringsliv faktisk gjør. Skal vi kunne utvikle treffsikre virkemidler og innsats er vi

avhengige av å vite mer. Dette var bakgrunnen for at Virke tok initiativ til undersøkelsen «Handlekraft». Gjennom den vil vi måle - og gi et ærlig bilde - av status for omstillingsarbeidet i handels og tjenestenæringen. Handlekraft er også en del av et mer langsiktig prosjekt for å utvikle indikatorer for klimaarbeid og sirkularitet i norsk næringsliv.

Ikke overraskende viser resultatene i Handlekraft at det er et delt bilde. Mange gjør mye bra for klima og miljø, men undersøkelsen avdekker også at vi har en vei å gå: Flere må stille miljøkrav når de gjør innkjøp. Flere må jobbe med grunnleggende miljøarbeid, som sortering av avfall og reduksjon av energibruken i byggene de eier eller leier. Det er også store muligheter i økt samarbeid på tvers. Ikke bare med leverandører, men også mellom bransjer.

I motsetning til andre undersøkelser har vi her vært mindre opptatt av å måle holdninger til miljø og klima, eller tro på lønnsomhet. Vi har vært opptatt av å spørre om hva som faktisk blir gjort. Bærekraft er et enormt tema. Det samme kan klima og miljø være. Veien til omstilling går gjennom å bryte det ned i håndterbare størrelser. Alle trenger ikke å gjøre alt med en gang. Men vi trenger at alle gjør noe. Derfor advarer Virke også mot at vi tar for gitt at alle vet hvor de skal starte. Vi ønsker oss færre festtaler og presentasjoner om den store trusselen som henger over oss, og mer av det konkrete arbeidet. Litt på spøk, og litt på alvor, sier vi at verken politikere eller

næringslivsledere får dra på konferanser om bærekraft før de har sjekka om arbeidsplassen deres har en plan for avfallshåndtering og energieffektivisering.

Vi håper undersøkelsen kan gi nyttig kunnskap, enten du er en virksomhet som skal vurdere eget bærekraftsarbeid, en konsulent som skal hjelpe virksomheter i gang eller en politiker som heier på bærekraftig verdiskaping.

God lesing!



Hilsen
Tord Dale

Leder for bærekraft,
Hovedorganisasjonen Virke

Trinnvis omstilling av virksomheten

Men hva innebærer det egentlig at virksomheten skal bli mer bærekraftig? Bærekraftsarbeid i en virksomhet kan romme svært mye, alt fra likestilling og mangfold, helse og sikkerhet til avfallshåndtering. Fra myndigheter på både norsk og europeisk side er det en forventning om at arbeid med å redusere utslipp av klimagasser og med å minske miljøavtrykk blir satt høyt på agendaen i bærekraftsarbeidet. Det er denne delen av bærekraftsbegrepet «Handlekraft» adresserer.

Arbeidet med å redusere utslipp og miljøavtrykk kan skje på flere nivåer og med ulike ambisjonsnivå. Det vil også være avhengig av hva virksomheten driver med. For mange vil det å «rydde i eget hus» og gå gjennom innkjøpsavtaler være det viktigste. For andre virksomheter er det naturlig å ta et steg videre å knytte grønn omstilling tettere mot forretningsutviklingen og se på hele selskapets forretningsmodell. Blant oppstartsselskaper har vi de siste årene sett eksempler på selskaper som har rene grønne forretningsmodeller, og vi ser selskaper som bygger egne forretningsenheter med rene, bærekraftige forretningsmodeller. Noen virksomheter vil jobbe med flere områder samtidig, mens andre velger å fokusere innsatsen ett sted.



Grønn vekst

Trappen for «Grønn vekst» illustrerer de ulike trinnene hver enkelt virksomhet kan ta for å vokse, utvikle seg og samtidig ta økt hensyn til klima og miljø. Trappen kan brukes som et verktøy for å diskutere «Hva gjør vi innenfor de ulike trinnene i dag - og hva mer kan vi gjøre som en del av et omstillingsarbeid?»

Trinn 1

Rydde i eget hus

- Avfallshåndtering
- Energieffektivisering
- Miljøsertifisere virksomheten

Trinn 2

Klima- og miljøkrav til varer og leverandører

- Samarbeide med leverandører om å erstatte varer med høyt miljøavtrykk med mer miljøvennlige produkter
- Etterspørre miljøvennlige og resirkulerte produkter
- Stille miljøkrav til leverandører

Trinn 3

Transport og logistikk

- Finne alternative løsninger som reduserer eller fjerner utslipp knyttet til transport av varer
- Redusere utslipp fra jobbreiser

Trinn 4

Innovasjon og samarbeid

- Utvikle og tilby nye produkter som har lavere miljøavtrykk
- Skape markeder for mer miljøvennlige produkter
- Sikre at produkter som selges er gjenbrukbare
- Identifisere arbeidsprosesser eller samhandling med andre som kan endres for å reduserer utslipp

Trinn 5

Sirkulære forretningsmodeller

- Hele eller deler av virksomheten bygges ut ifra sirkulære prinsipper, for eksempel utleie, reparasjon eller panteordninger

Inspirert av Per Espen Stoknes sin illustrasjon av trinnene for å oppnå grønn vekst i økonomien, BI 2017

Trinn 1

Ryddde i eget hus

Hva gjør virksomheter i handels- og tjenesteenæringen for at selve driften av virksomheten skal være mer bærekraftig?



Avfallssortering

Hvor mye av avfallet i Norge kommer fra handels- og tjenestenæringen?

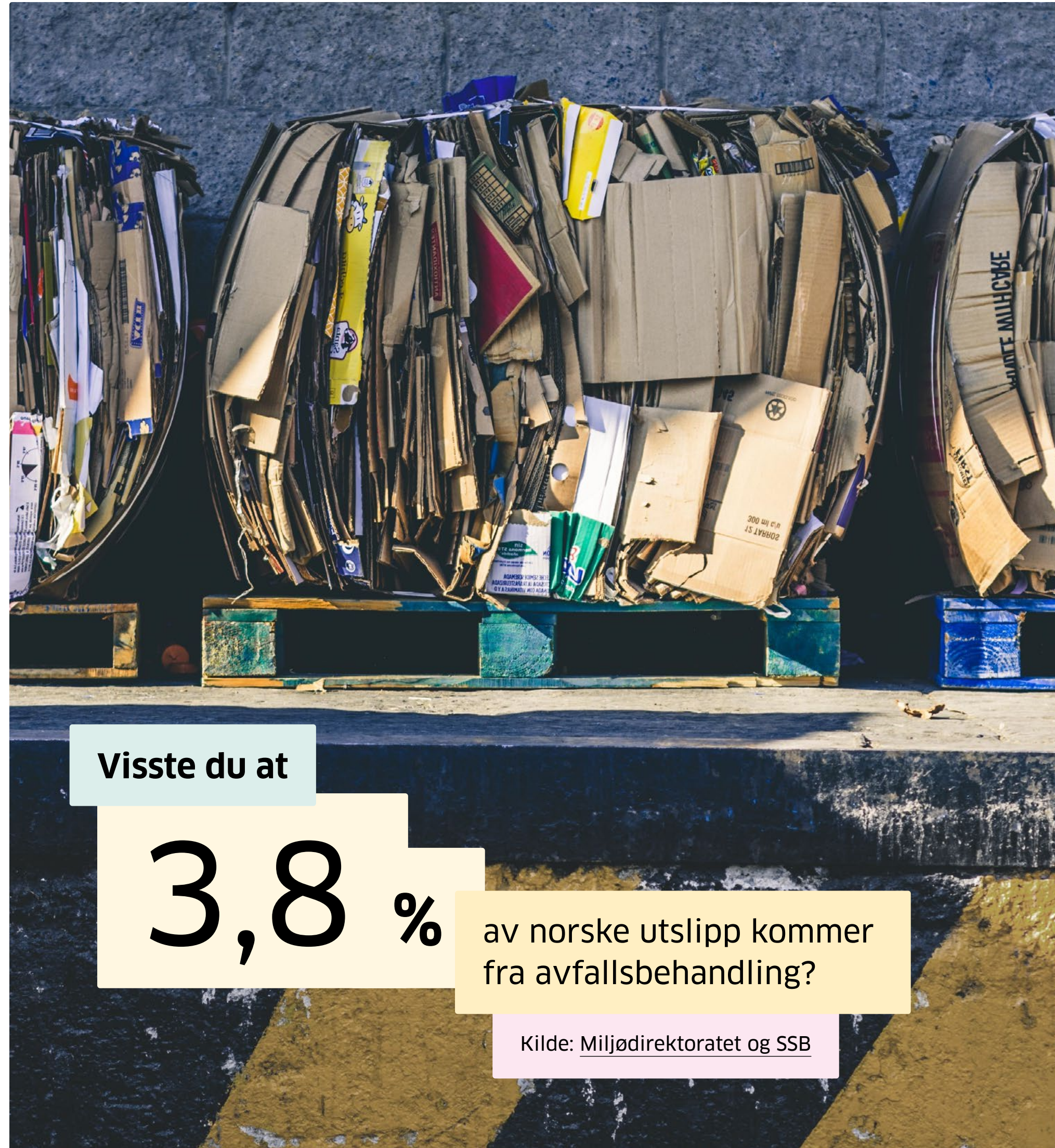
Vi reduserer klimautslipp betydelig ved å håndtere avfallet vårt riktig. Avfall kan gjenvinnes, forbrennes, og som siste utvei deponeres. At utslippene av klimagasser fra avfallssektoren har gått ned siden 90-tallet tross økning i avfallsmengdene, skyldes overgang fra deponering til forbrenning med energiutnyttelse, og at mer avfall sendes til materialgjenvinning. En viktig forutsetning som bidrar til å begrense klimagassutslipp fra avfallshåndtering, er at både næringslivet og husholdningene sørger for en god sortering som tilrettelegger for materialgjenvinning.

I 2019 kastet næringslivet og innbyggere i Norge litt over 12,2 tonn avfall (SSB - tabell 10514). Tjenesteytende næringer stod for 18 prosent av den avfallsmengden. Det var en nedgang på 14 prosent fra året før. Likevel produserer tjenestesektoren mer avfall enn industrien. Avfallsmengden fra tjenesteytende næringer har hatt en stigende trend lenge. Om fallet i 2019 er et unntak eller starten på en fallende trend gjenstår å se. I 2020 var avfallsmengden fra tjenesteytende

næringer ytterligere 32 prosent lavere enn hva det var i 2019 (SSB - tabell 07355). Mengden avfall er imidlertid tett koblet sammen med verdiskaping og 2020 var et unntaksår for store deler av sektoren. Framover er det ventet økt verdiskaping innen tjenesteytende næringer. For å gjøre tjenesteytende næringer mer sirkulære, vil det derfor være helt avgjørende å bryte sammenhengen mellom økt verdiskaping og avfallsmengde, i tillegg til å øke gjenvinningsgraden.

Tabell 1 - Avfallssortering

Næring	Andel (i prosent)	Endring 2018 - 2019 (i prosent)
Industri	15	10
Bygge- og anleggsvirksomhet	26	14
Tjenesteytende næringer	18	-14
Private husholdninger	20	1
Andre eller uspesifisert næring	20	6
Avfallsmengde totalt	100	3



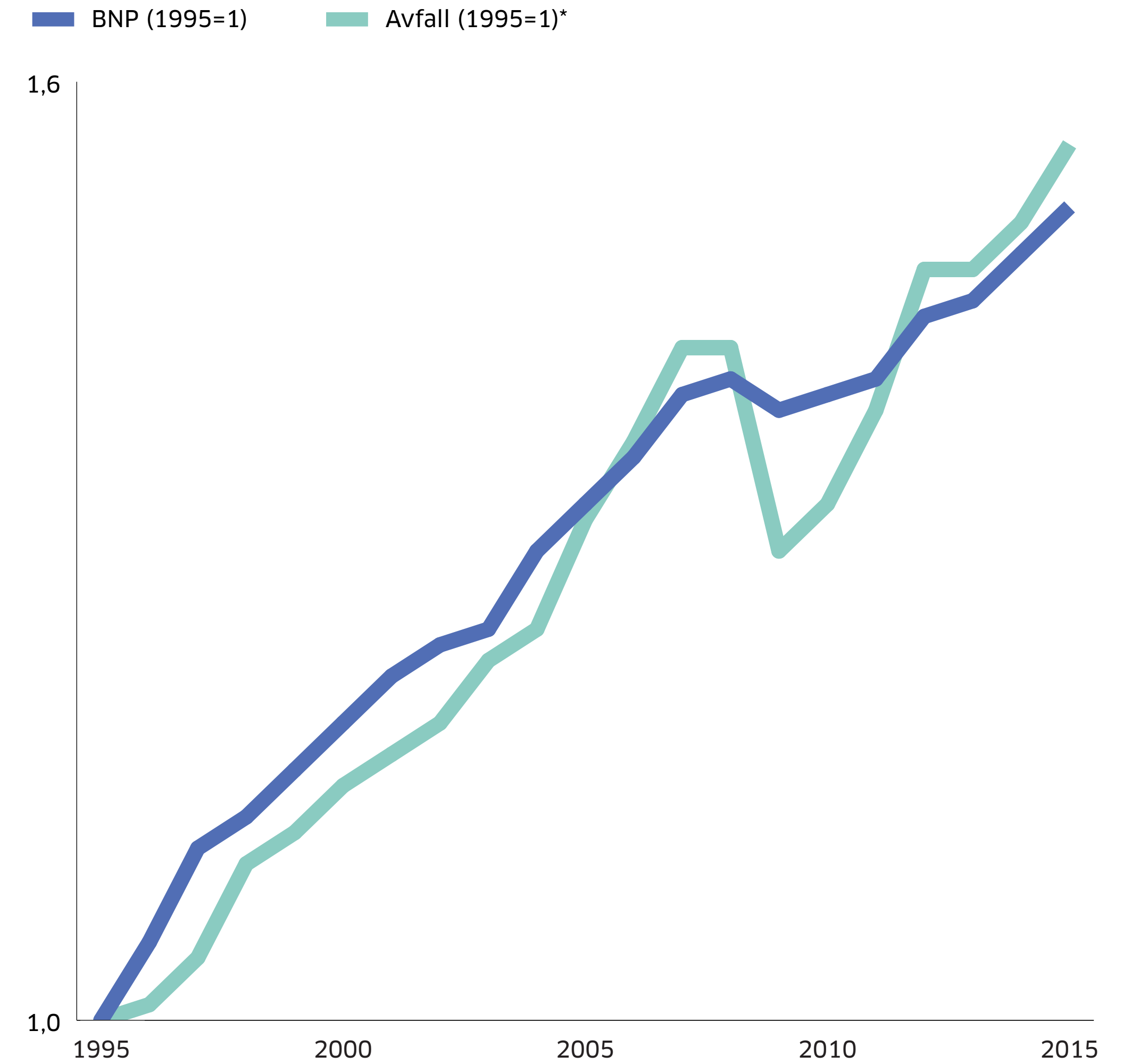
Visste du at

3,8 %

av norske utslipp kommer fra avfallsbehandling?

Kilde: Miljødirektoratet og SSB

Figur 1 - Sammenheng mellom BNP og avfallsmengde i Norge



Kilde: SSB

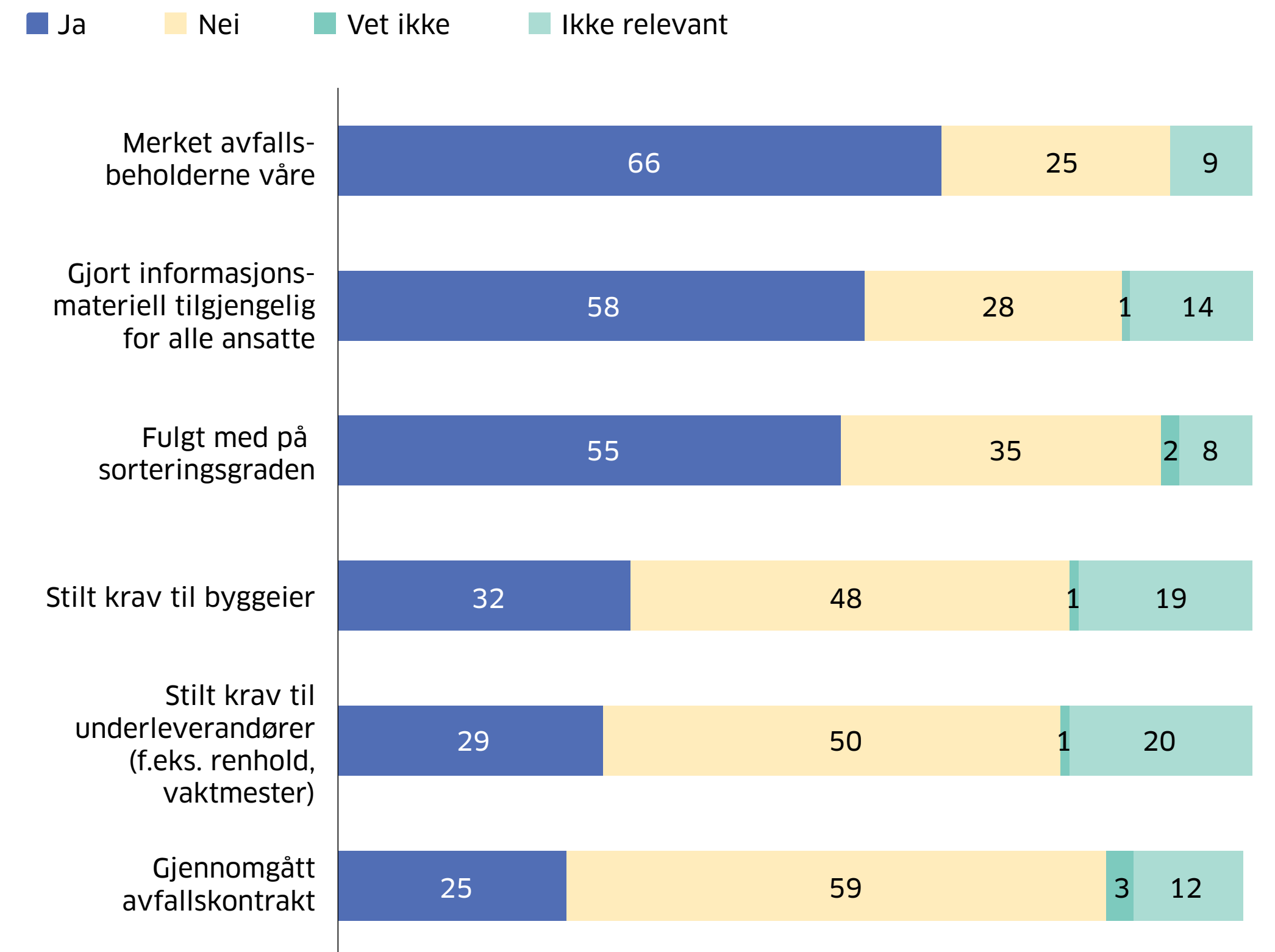
* Forurensende masser er ikke inkludert

Hva gjør virksomhetene innenfor avfallssortering?

Handlekraft 2021 viser at handels- og tjenestenæringen har mye å gå på når det gjelder å stille krav om avfallshåndtering til omgivelsene sine.

Det er et tydelig skille mellom tiltak virksomheten gjør i sin daglige håndtering av avfall og hvilke grep de har tatt når det gjelder de ytre rammene for avfallshåndtering. Undersøkelsen viser at over halvparten av virksomhetene har merket egne avfallsbeholdere, informert sine ansatte om avfallssortering og fulgt med på sorteringsgraden i virksomheten. Men virksomhetene må bli tøffere til å stille krav til byggeier og underleverandører. Kun tre av ti har stilt krav til byggeier og/eller underleverandører, mens hver fjerde har gjennomgått egen avfallskontrakt. Hvis vi ser på resultatene på bransjenivå, oppgir varehandel og overnattings- og serveringsbransjen i størst grad å ha gjennomført tiltak knyttet til avfallshåndtering. Det er også en klar positiv sammenheng mellom virksomhetsstørrelse og hvorvidt man har gjennomført noen av disse tiltakene.

Figur 2 - Har dere gjennomført noen av følgende tiltak for å sortere avfallet bedre i virksomheten (i prosent)?



N = 648

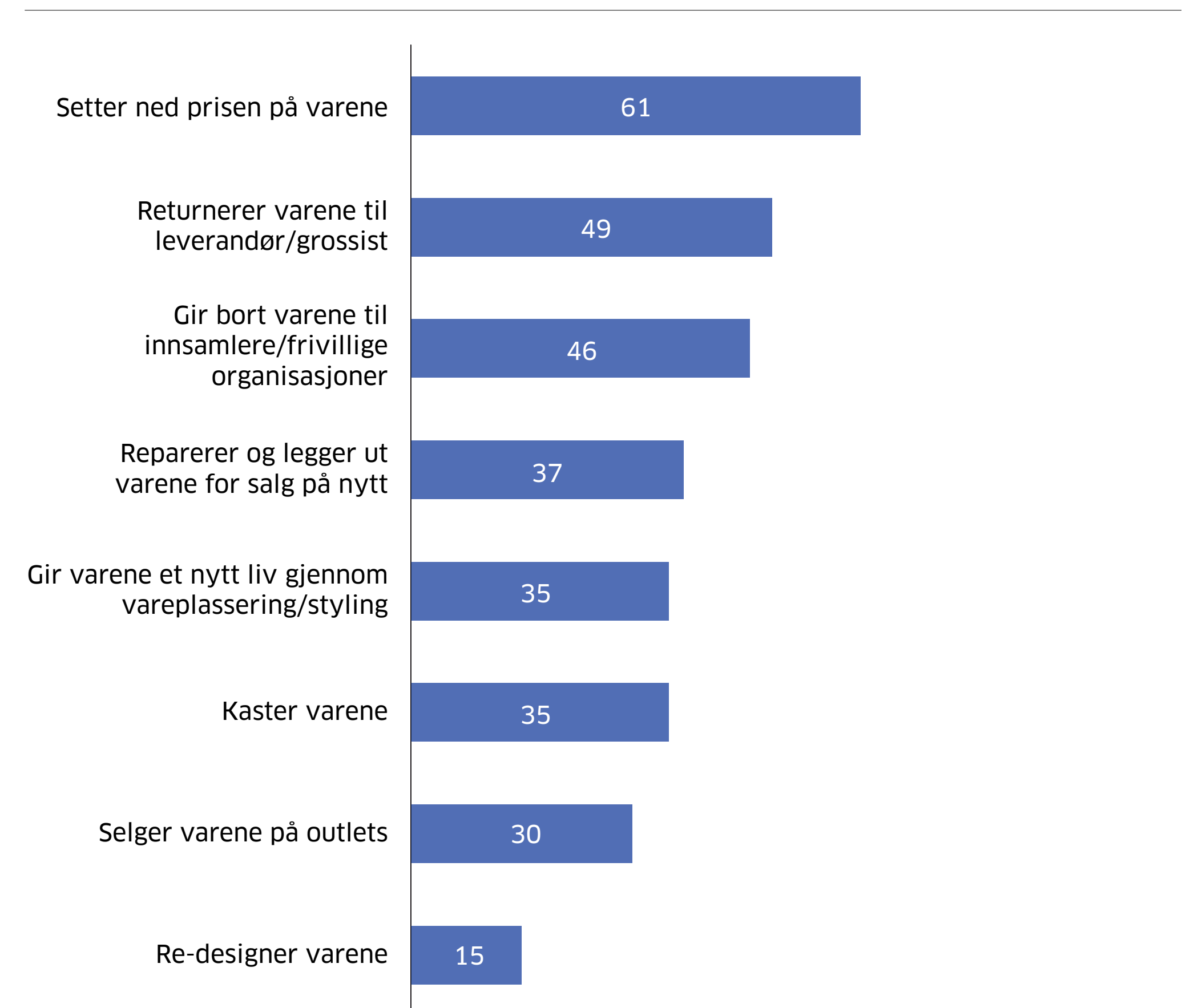
Hva skjer med overskuddsvarer?

I Handlekraft 2021 stilte vi spørsmål til hele handels- og tjenestenæringen om hva de gjør med varer de har til overs. Spørsmålet er imidlertid kun aktuelt for virksomheter som tilbyr fysiske produkter til sine kunder. I figuren har vi derfor valgt å bare inkludere de som mente spørsmålet var relevant å svare på.

Det vanligste tiltaket når virksomheter sitter igjen med retur- eller overskuddsvarer, er å sette ned prisen på varene i håp om å likevel få solgt de. Å returnere varene tilbake til leverandør eller grossist eller gi bort varene til innsamling eller frivillige organisasjoner skjer hos nesten halvparten av virksomhetene når de har retur- eller overskuddsvarer. Men det er også en del som kaster overskuddsvarer, særlig innenfor overnattings- og serveringsvirksomhet.

Noe av det som kastes er mat. Totalt står varehandel og overnattings- og serveringsvirksomhet for 22 % av alt matsvinnet i Norge (Nibio, 2019). Det vil si 90.000 tonn hvert år. Mye mat og indirekte penger går altså rett i søpla. Her ligger det et stort potensial i å bli mer bærekraftige og bruke ressursene bedre, og ikke minst kutte kostnader.

Figur 3 - Hva virksomhetene gjør med retur-/overskuddsvarer (i prosent)



Energieffektivisering

Hvordan skal vi redusere energiforbruket?

Energibruk i næringsbygg unntatt industribygg utgjør 14 % (31 TWh i 2019) av total energibruk i Norge (SINTEF, 2020). Redusert energibruk i bygningsmassen er viktig i utviklingen av framtidens energisystem og for å frigjøre elektrisitet til bruk i andre sektorer. Energien i bygg benyttes i all hovedsak til drift av tekniske systemer i bygningsmassen som ventilasjon, oppvarming, kjøling, belysning og drift av annet elektrisk utstyr.

Kontorbygg og forretningsbygg, herunder butikker og kjøpesentre, utgjør over halvparten av bygningsmassen innen kategorien næringsbygg. Det er også her vi finner mesteparten av den eldre bygningsmassen, som ble laget med lavere krav til blant annet energieffektivisering (SINTEF, 2020). I følge SINTEF sin rapport fra 2020, «Potensial- og barrierestudie - Energitjenester i bygg», er energisparepotensialet i norske næringsbygg beregnet til 16 TWh. Noe av potensialet blir utløst gjennom nybygg og rehabilitering frem

mot 2050. Men det er et gjenstående potensial på 12,5 TWh som kan utløses ved å gjennomføre ulike energieffektiviseringstiltak i eksisterende bygg, og mange av disse tiltakene er lønnsomme. De juridiske og økonomiske virkemidlene for energieffektivisering fungerer imidlertid ikke tilstrekkelig for eksisterende bygg og fører i liten grad til redusert energibruk i bygg. Det bekrefter også resultatene i Handlekraft 2021.

Visste du at

14 %

av all energibruk i Norge går til næringsbygg?

Kilde: [SINTEF, 2020](#)

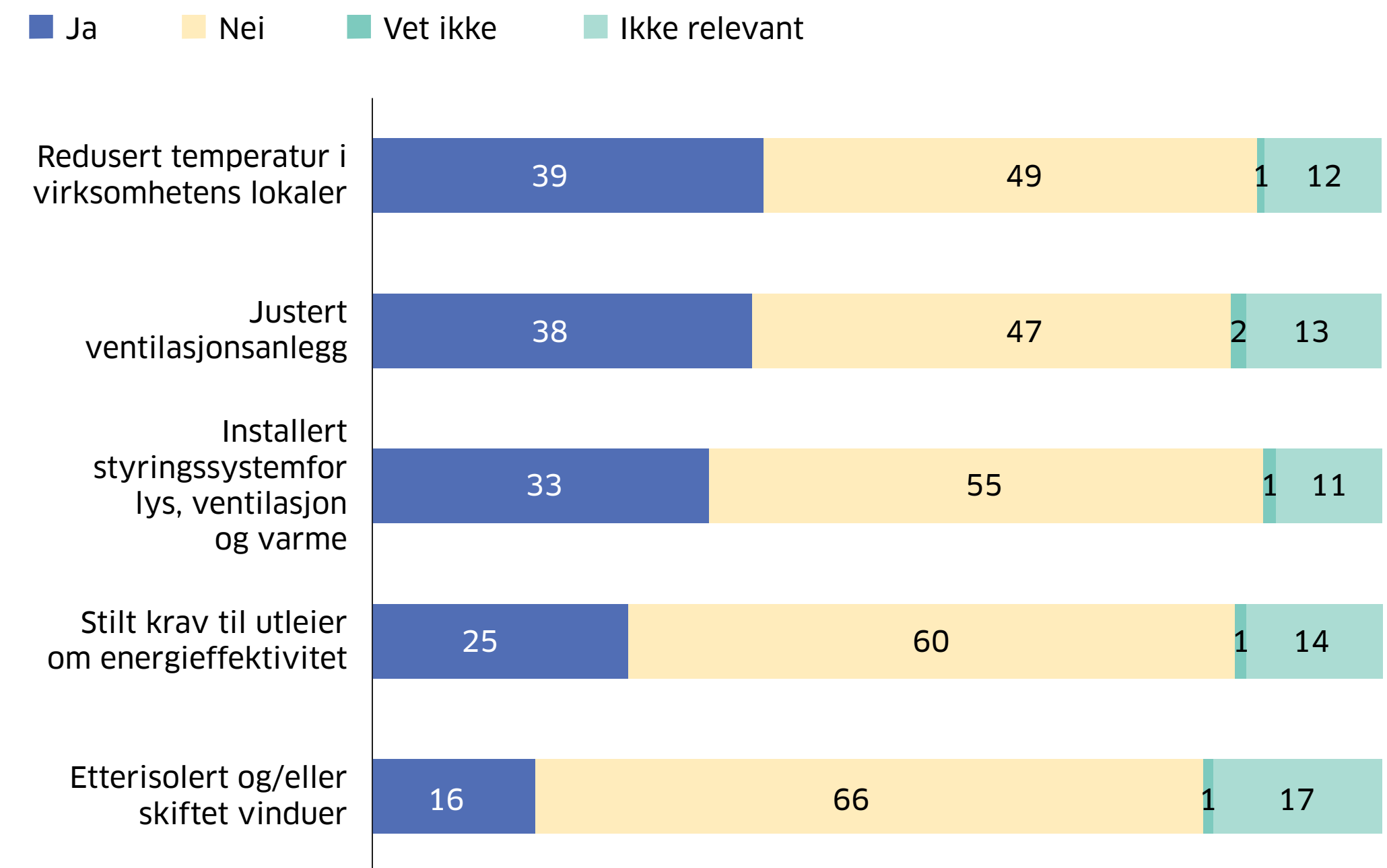
Hva gjør virksomhetene for å kutte ned på energiforbruket?

De fleste virksomhetene i handels- og tjenestenæringen har ikke gjennomført sentrale tiltak for å redusere energiforbruket i egne lokaler.

Uavhengig av om virksomheten leier eller eier eget sted, er det flere tiltak man kan gjøre i den daglige driften for å redusere energiforbruket. Resultatene fra undersøkelsen viser at tiltakene som ligger tett opp til den daglige driften er de fleste har gjennomført. Totalt 39 prosent av virksomhetene oppgir å ha redusert temperaturen i virksomhetens lokaler for å redusere energiforbruket. Omtrent like mange oppgir å ha justert ventilasjonsanlegget.

Når det kommer til tiltak som krever investeringer, har hver tredje installert styringssystem for lys og varme. Kun 16 prosent har etterisolert og/eller skiftet vinduer.

Figur 4 - Har dere gjennomført noen av følgende tiltak for å redusere energiforbruket i virksomheten (i prosent)?



N= 648



Vi trenger en handlingsplan for energieffektivisering

For å realisere potensialet som ligger i å energieffektivisere eksisterende bygg, ønsker Virke at regjeringen følger opp Stortingets vedtak om å redusere energibruken i eksisterende bygninger med 10 TWh innen 2030 med en konkret handlingsplan.

Handlingsplanen for redusert energibruk i bygninger må sees i sammenheng med den nasjonale strategien for sirkulær økonomi. Hvis ikke det sees i sammenheng, vil Norge nå 10 TWh-målet gjennom å rive for mange bygninger og bygge nye. Det vil blant annet bidra negativt til økte avfallsmengder og utslipp fra transport og produksjon av nye materialer.

En del av handlingsplanen bør inkludere at Enova utvikler økonomiske virkemidler som retter seg mot leietakere i bygninger og pedagogiske virkemidler for håndverkere, servicetekniker, vaktmestere og driftspersonalet i bygg. For å nå målet om å redusere energibruken i bygninger, er det avgjørende med bedre kompetanse blant de som sitter tettest på problemet som skal løses.

Hvor mange virksomheter er miljøsertifisert?

Forholdsvis få virksomheter i handels- og tjenestenæringen er sertifisert innenfor de tre generelle miljøsertifiseringsordningene som er listet opp i undersøkelsen. Totalt åtte prosent av virksomhetene er sertifisert som Miljøfyrtårn, fem prosent med ISO 14001 og en prosent med EMAS (se figur på neste side).

Større virksomheter oppgir i større grad at de har sertifiseringer som Miljøfyrtårn og/eller ISO 14001, sammenlignet med de mindre virksomhetene. På bransjenivå er det færrest virksomheter innen overnattings- og serveringsvirksomhet som oppgir å ha disse miljøsertifiseringene. Samtidig er det bransjen som i størst grad planlegger å sertifisere seg innen disse ordningene de neste to årene.

Blant de som ikke har noen av miljøsertifiseringene i dag, planlegger 13 prosent å sertifisere seg som Miljøfyrtårn, 7 prosent ISO 14001 og 2 prosent EMAS.

Selv om andelen virksomheter som er miljøsertifisert innen for disse tre generelle ordningene er lav, så finnes det en rekke egne bransjesertifiseringer innen miljø. Svanemerket er også en hyppig brukt ordning for å miljømerke produkter og tjenester.

Ulike miljøsertifiseringer

Miljøfyrtårn

Miljøfyrtårn er en nasjonal miljøsertifiseringsordning. For at en virksomhet skal bli et miljøfyrtårn må den oppfylle definerte miljøkriterier på styringssystem og indre- og ytre miljøaspekter. Ordningen er tilrettelagt for over 80 bransjer.

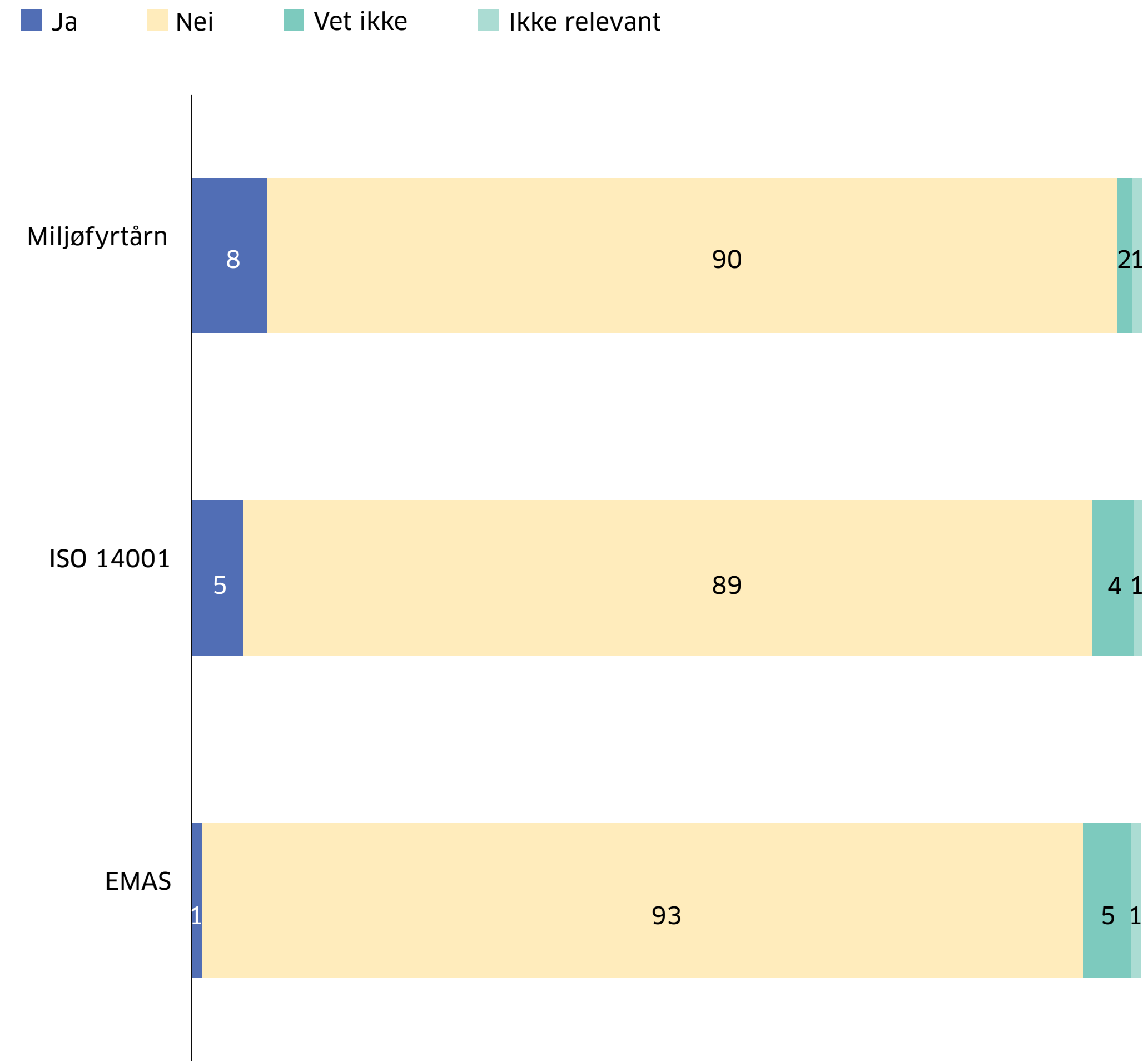
ISO 14001

ISO 14001 er en internasjonal miljøsertifiseringsordning. Den er utformet for å kunne implementeres i enhver organisasjon, uavhengig av størrelse, virksomhetstype, eierform eller antall lokaliteter en opererer på.

EMAS

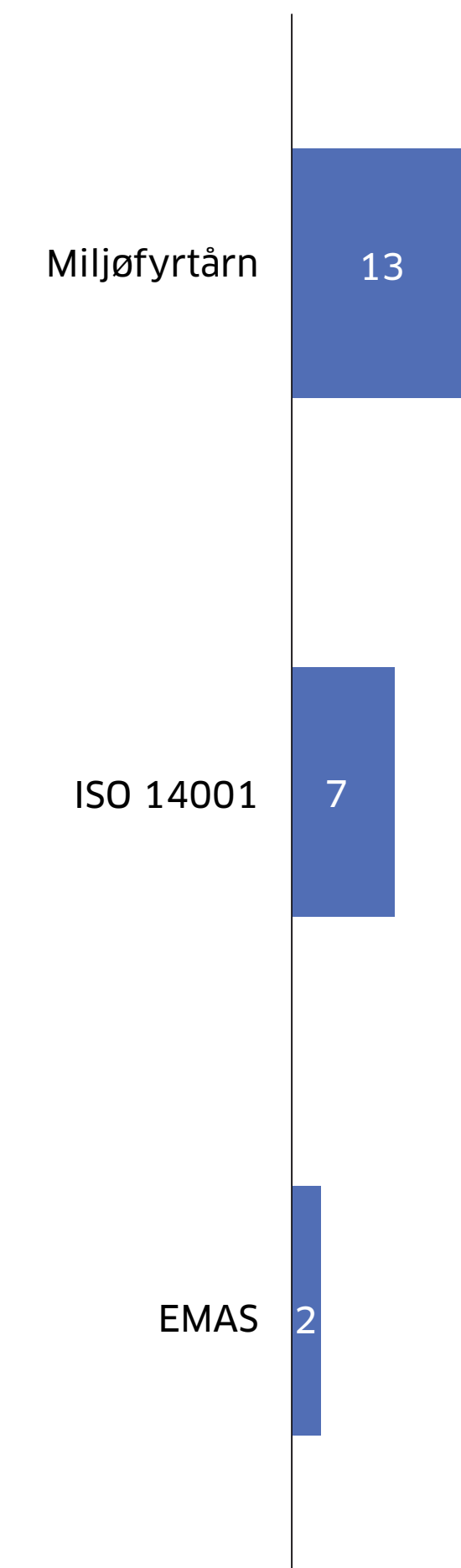
EMAS står for Eco-Management and Audit Scheme og handler om å effektivisere og forbedre miljøarbeidet i virksomheter og organisasjoner. EMAS er EUs frivillige miljøstyrings- og miljørevisjonsordning og bygger på ISO 14001.

Figur 5 - Har virksomheten din noen av følgende sertifiseringer i dag (i prosent)?



N = 648

Figur 6 - Andel som planlegger å sertifisere seg de neste to årene (i prosent)



N = 570 Filter: de som ikke er sertifisert

Trinn 2

Klima- og miljøkrav til varer og leverandører

Hvilke miljøkrav stilles til, og blir stilt av virksomheter i handels- og tjenestenæringen?



For få aktører krever mer klima- og miljøfokus

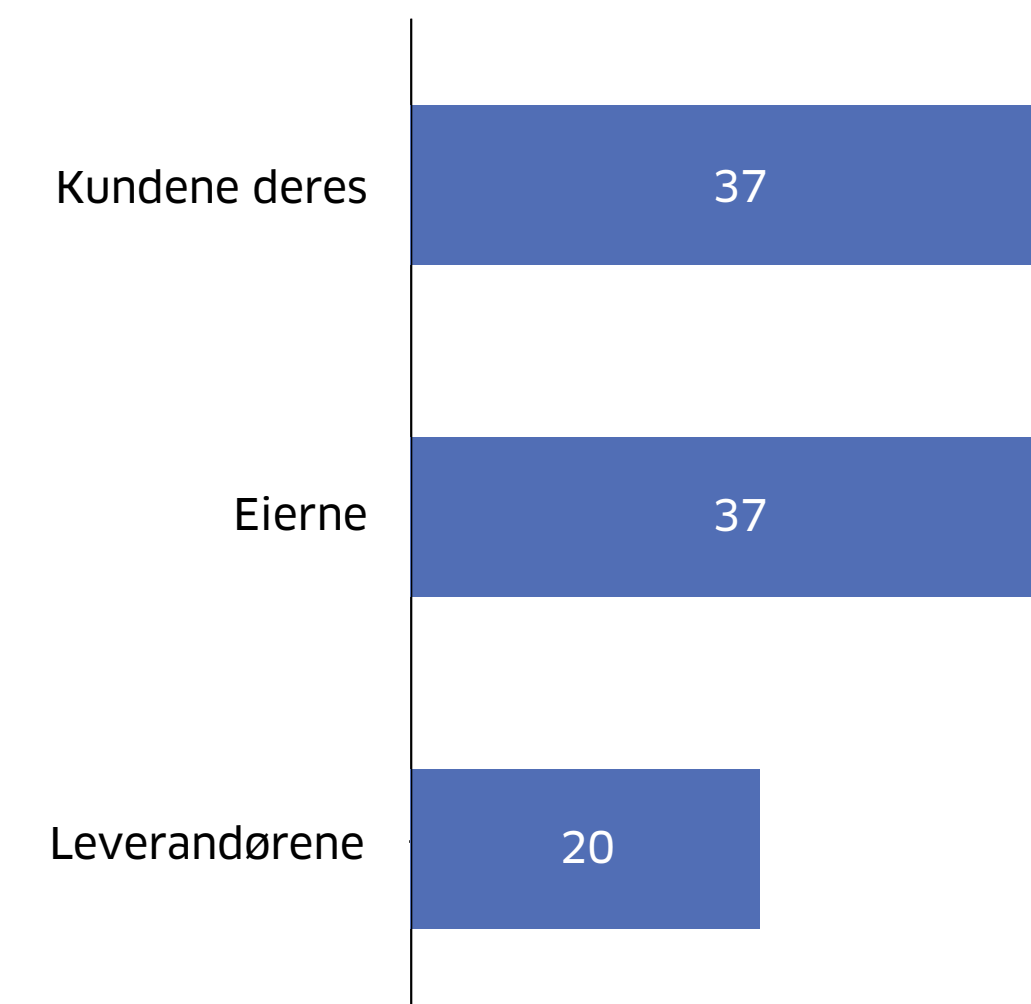
Krav om mer bærekraftige produkter og tjenester kommer både fra myndighetene, forbrukerne, eierne av virksomheten og i samhandling med andre virksomheter. Resultatene i undersøkelsen viser likevel at det er et mindretall av virksomhetene i handels- og tjenestenæringen som opplever å bli stilt miljøkrav til fra ulike aktører.

Det finnes en rekke lover og regler fra det offentlige om hvordan virksomheter kan og ikke kan operere med hensyn til klima og miljø. Utover dette har likevel offentlige og private aktører stor påvirkning og kan bidra til at virksomheter blir mer klima- og miljøvennlig ved å stille krav når de gjør innkjøp. Skal vi lykkes med å få bredden av norsk næringsliv med på et grønt skifte må innkjøp og anbud også ha en slik størrelse at små og lokale leverandører kan være med å konkurrere.

I undersøkelsen svarer nesten fire av ti virksomheter at de opplever at kundene og eierne stiller miljøkrav til virksomheten deres. Andelen som opplever at det stilles miljøkrav til dem, øker med virksomhetens størrelse – både når det gjelder krav fra kunder, eiere og leverandører.

Virksomheter innen transport og lagring oppgir i aller størst grad at de opplever miljøkrav fra kundene sine (59 %). Når det gjelder krav fra eierne og fra leverandørene, er det virksomheter innen varehandel og overnatting- og serveringsbransjen som opplever dette i størst grad.

Figur 7 - Andelen virksomheter som opplever å bli stilt miljøkrav til fra ulike aktører (i prosent)



N= 648

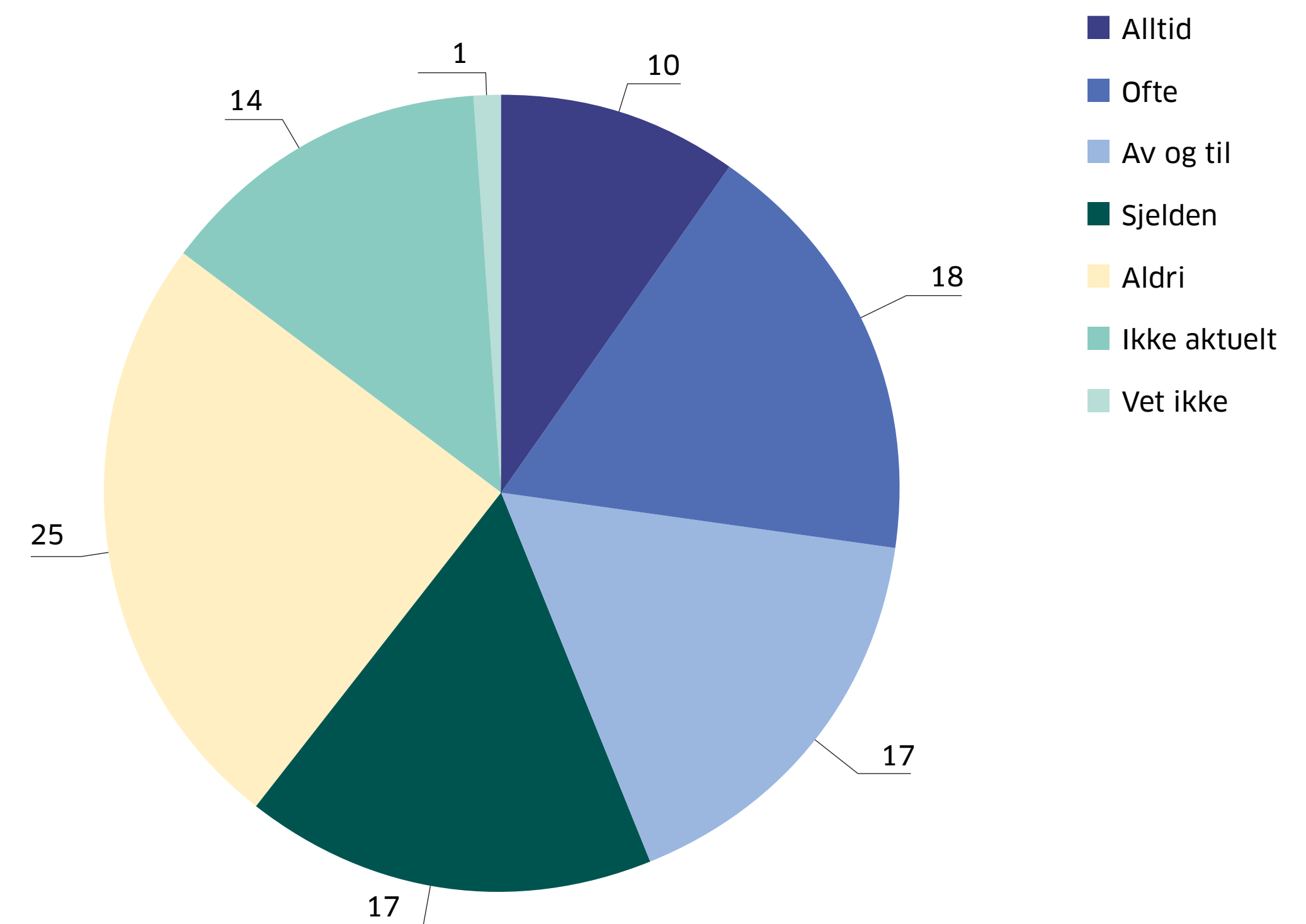
Hvor mange stiller miljøkrav når de selv gjør innkjøp?

Det snakkes mye om forbrukermakten vi som privatkunder har, men den enkelte virksomhet gjør også innkjøp. Ofte til langt større summer enn privatpersoner. Det er derfor avgjørende at virksomhetene forvalter sin forbrukermakt godt.

Totalt 28 prosent av virksomhetene oppgir at de ofte eller alltid stiller miljøkrav når de kjøper inn varer, mens hver fjerde virksomhet oppgir at de aldri stiller miljøkrav når de kjøper inn varer. Andelen som ofte eller alltid stiller miljøkrav øker med virksomhetens størrelse, og annenhver virksomhet med mer enn 20 ansatte oppgir dette (49 %), mot hver fjerde av de med 1-19 ansatte (25 %).



Figur 8 - Hvor ofte stiller din virksomhet miljøkrav når dere kjøper inn varer (i prosent)?



N= 648

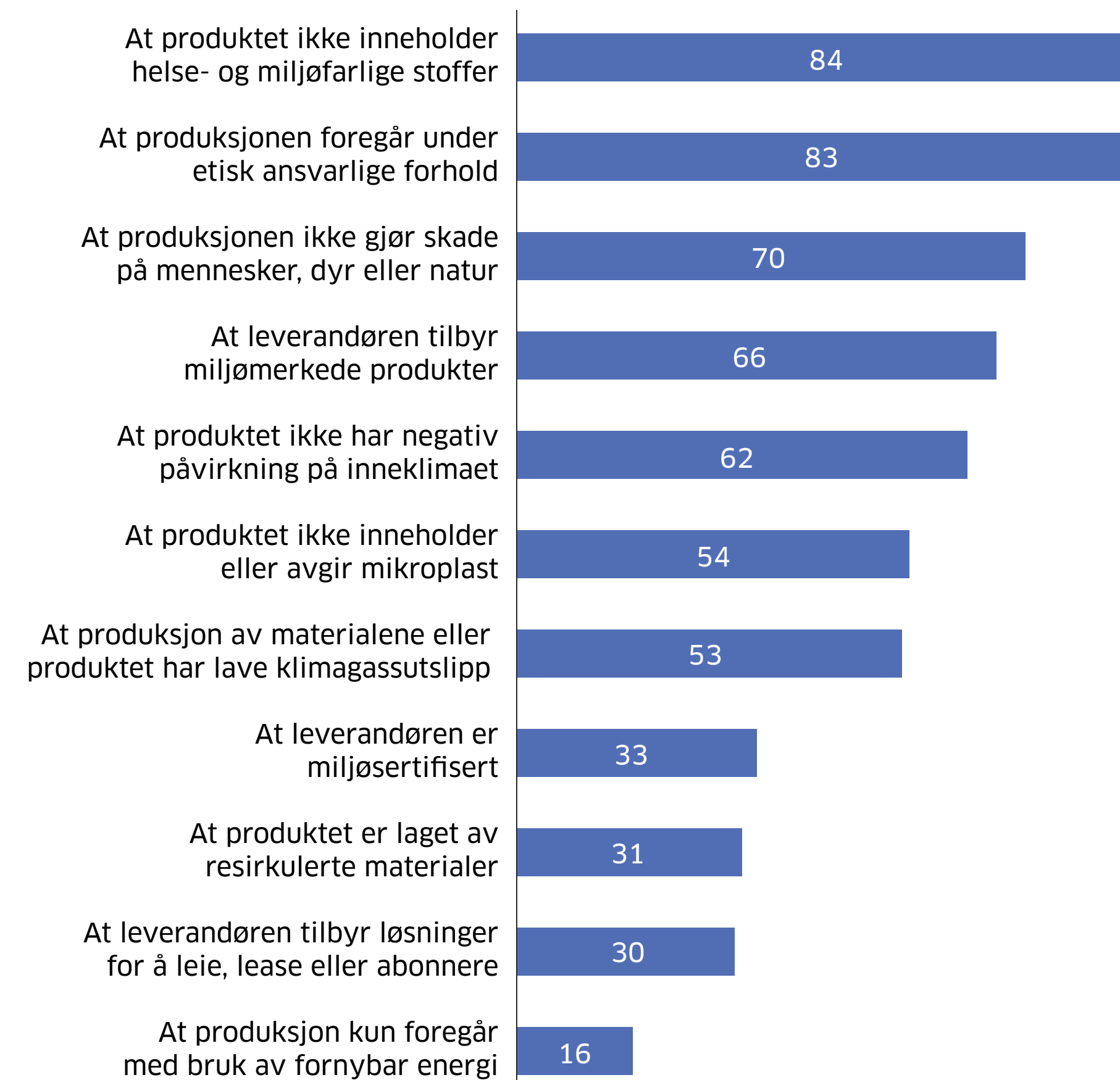
Hva slags miljøkrav stiller virksomhetene?

Regelverket for helse- og miljøskadelige stoffer er strengt, med klare grenseverdier som i stor grad er satt av EU. Det er også tydelige retningslinjer for hvilken informasjon forbrukerne har krav på å få om innhold i produkter, blant annet gjennom merkeordninger. Miljødirektoratet fører tilsyn med og gjør kontrollprøver av kjemikalier og helsefarlige stoffer i alt fra kosmetikk til leker. Utover dette, har virksomheter som innkjøper av varer mulighet til å påvirke produktene de benytter i egen drift eller selger til sine kunder.

Virksomhetene som stiller miljøkrav når de kjøper inn varer, stiller oftest krav om at produktet ikke inneholder helse- og miljøfarlige stoffer (84 %) og at produksjonen foregår under etisk ansvarlige forhold (83 %). Deretter følger krav om at produksjonen ikke gjør skade på mennesker, dyr eller natur (70 %), og at leverandøren tilbyr miljømerkede produkter (66 %) som de vanligste miljøkravene. Færrest stiller krav om at produksjonen foregår kun ved bruk av fornybar energi (16 %).

Handels- og tjenestenæringen har en viktig rolle i å sikre kjøper og forbruker produkter og tjenester som tilfredsstillende klima- og miljøkrav, men også etiske krav. Etisk handel Norge ble stiftet i 2000 av blant annet Virke. Bakgrunnen for initiativet var erkjennelsen om at handel er en viktig forutsetning for økonomisk utvikling. Men da må handel skje på en måte som sikrer anstendige arbeids- og miljøforhold i hele leverandørkjeden. I 2022 trer den nye åpenhetsloven i kraft som vil regulere dette i enda større grad. Formålet med loven er at norske selskaper skal få bedre oversikt over risikoen for brudd på menneskerettigheter i sine leverandørkjeder.

Figur 9 - Stiller dere noen av følgende miljøkrav når dere kjøper inn varer (i prosent)?



N= 288 Filter: Virksomheter som alltid, ofte eller av og til stiller miljøkrav når de kjøper inn varer



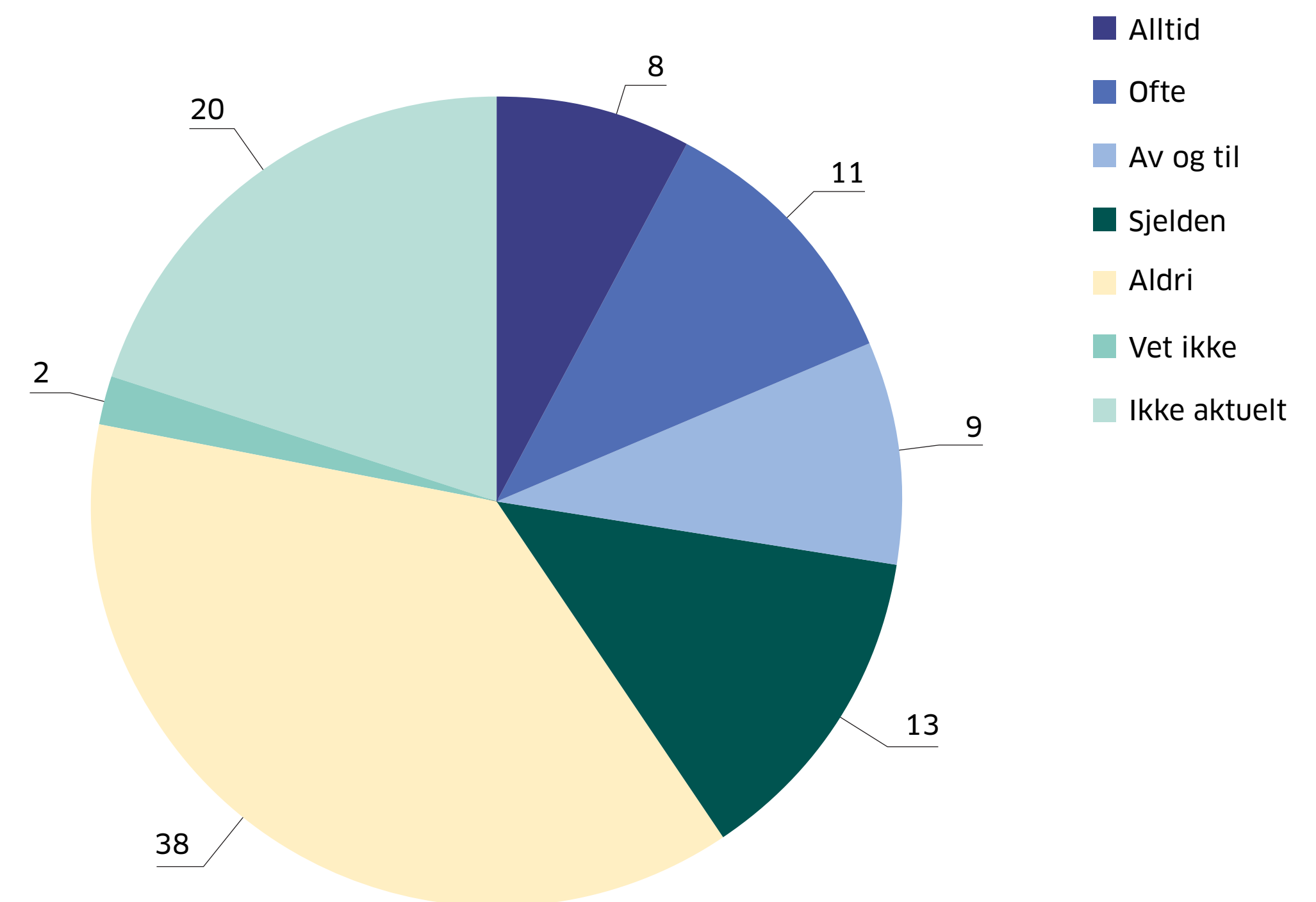
Hvor mange stiller krav om miljøvennlig emballasje?

Emballasje er i mange tilfeller helt avgjørende for å minimere skader på produkter og forlenge levetiden. Uten emballasje vil mange av varene som produseres, eller maten som dyrkes, bli skadet eller ødelagt før de når forbrukeren. Å redusere klimaavtrykket fra emballasje består derfor i hovedsak i å redusere mengden emballasje som brukes til et minimum og vri emballasjeb Bruken over til å være resirkulerbar.

Totalt 19 prosent av virksomhetene oppgir at de ofte eller alltid stiller krav til leverandørene om bruk av miljøvennlig emballasje. Ytterligere 9 prosent gjør det av og til, mens 13 prosent svarer sjelden. Nesten fire av ti sier at de aldri stiller miljøkrav til emballasjen (38 %).

Det er en tendens til at virksomheter innen overnattings- og serveringsbransjen i større grad stiller krav om miljøvennlig emballasje, hvor 45 prosent gjør dette ofte eller alltid. Andelen som ofte eller alltid stiller miljøkrav til emballasje øker også noe med virksomhetens størrelse.

Figur 10 - Hvor ofte stiller virksomheten din krav til leverandørene om bruk av miljøvennlig emballasje (i prosent)?



N= 648



Fra
Handlekraft 2021

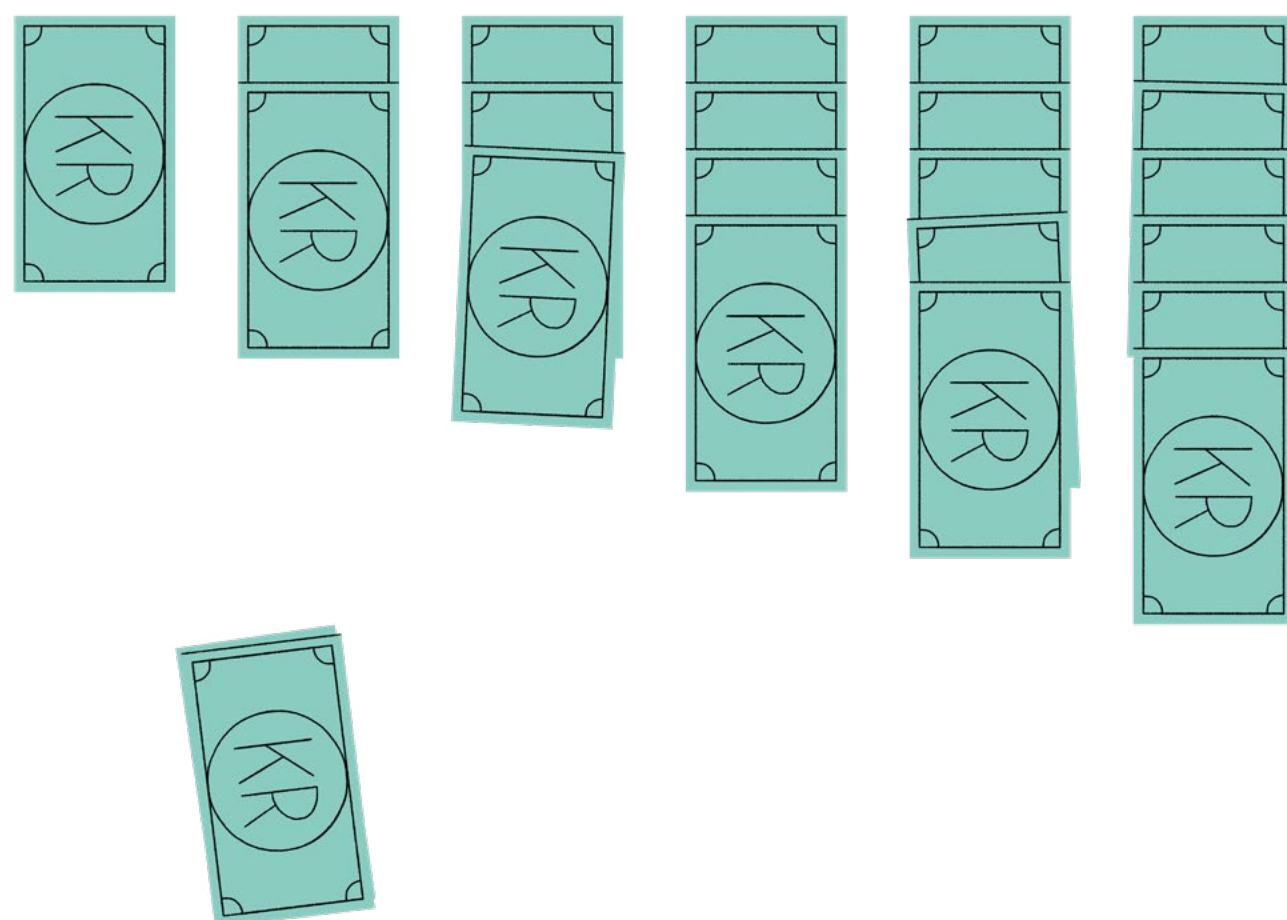
38 %

stiller aldri krav til bruk av miljøvennlig emballasje

Virke mener: Offentlige innkjøp må gjøres grønnere

Offentlig sektor kjøper inn varer, tjenester og bygge- og anleggsarbeid for om lag 520 milliarder kroner årlig (Meld. St. 22 (2018–2019)).

Mangel på forutsigbare og konsistente krav til miljø, bærekraft og grønn omstilling fra det offentlige gjør det vanskelig å få konkurransefordeler av å være grønn. For å bidra til økt lønnsomhet for virksomheter som er mer bærekraftige, mener Virke at:



- Det offentlige må gå foran med et godt eksempel og sette bærekraft foran pris i sine anskaffelser.
- Det offentlige må stille tydelige og konsistente krav som gir like konkurransevilkår og grønn konkurransekraft.
- Offentlige anskaffelser må være av en slik art og størrelse at små og mellomstore virksomheter i handels- og tjenestenæringen også har muligheten til å levere. For å lykkes med det må kompetansen knyttet til å stille miljøkrav i offentlige anskaffelser styrkes også i statlige og kommunale etater.
- Gjennom dialog med markedet om hvordan behov kan dekkes, og å fastsette krav til levedyktighet og gjenvinning, kan markedet få drahjelp for å bli mer sirkulært. Markedsaktører trenger tilgang på informasjon om krav og kompetanseheving for å sikre dette. Kompetansen og veiledningskapasiteten fra det offentlige må derfor være sterk.

Trinn 3

Transport og logistikk

For handels- og tjenestenæringen er transport av varer den største direkte utslippskilden av klimagasser. Hva gjør virksomhetene i dag for å redusere utslipp knyttet til transport av varer og mobilitet av ansatte, og hvilke planer har de framover?



Hvordan skal vi omstille vei- og varetransporten?

Myndighetene har et stort ansvar for å tilrettelegge for at utslippene i transportsektoren går ned. Virksomhetene i handels- og tjenestenæringen kan på sin side bidra med å samarbeide mer med hverandre om transport- og logistikkløsninger som kutter utslipp.

Transportsektoren står for nesten en tredjedel av alle klimagassutslippene i Norge (SSB- tabell 09288) og ambisjonen for å kutte utslipp innen transport er høy. Det er særlig utslipp fra veitrafikk som bidrar til det høye tallet og Klimakur 2030 har identifisert nettopp veitrafikk som det området med størst potensial for utslippsreduksjon fram mot 2030. Dette inkluderer to viktige mål:

- **100 % av nybilsalget skal være utslippsfritt i 2025**
- **50 % av utslippene fra transportsektoren skal kuttes innen 2030**

Omstillingen av transportsektoren vil kreve store investeringer i teknologi og infrastruktur. Virke mener at investeringer i teknologi og infrastruktur må skje i samarbeid mellom det offentlige og det private næringslivet, og at investeringer i infrastruktur for mer miljøvennlig varetransport må belønnes. Ladeinfrastrukturen må bygges betydelig ut for at det skal være mulig for transportsektoren å levere på krav til mer miljøvennlig frakt. Økt CO2-avgift må følges opp med økt støtte til utbygging av ladeinfrastruktur som møter næringslivets behov.

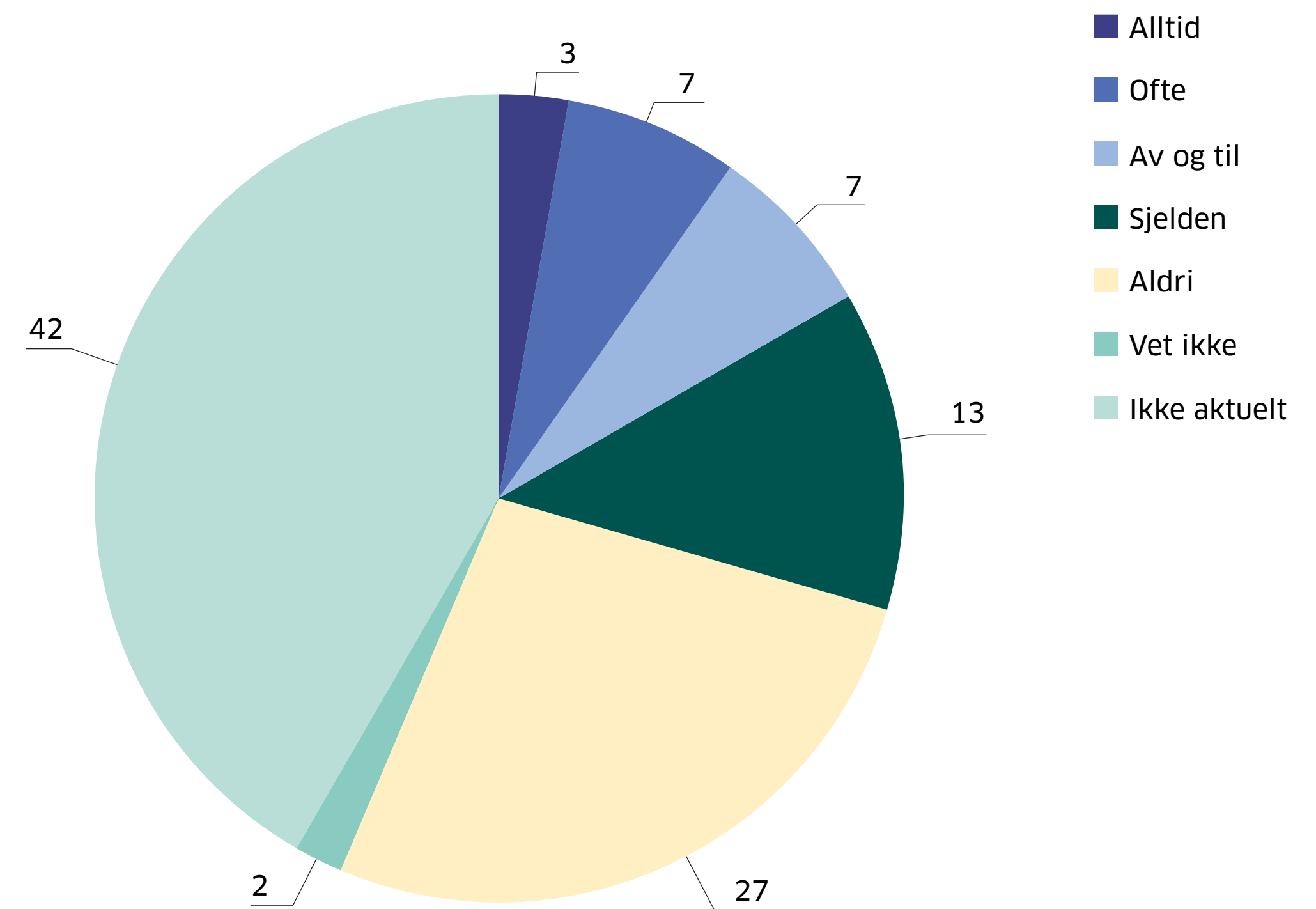
Innenfor de transportløsningene som finnes i dag er virksomhetens handlingsrom å gå i dialog med leverandørene om mulige løsninger, som transportvolum, tredjepartslogistikk og samlasting utenfor store byer. For å få til bedre samhandling, må myndighetene og partene i arbeidslivet legge til rette for bedre samarbeid på tvers av næringer og kunnskapsmiljøer, og ha en langsiktig satsing på innovasjon i handels- og tjenestenæringen.

Hva gjør næringen med utslipp knyttet til varetransport?

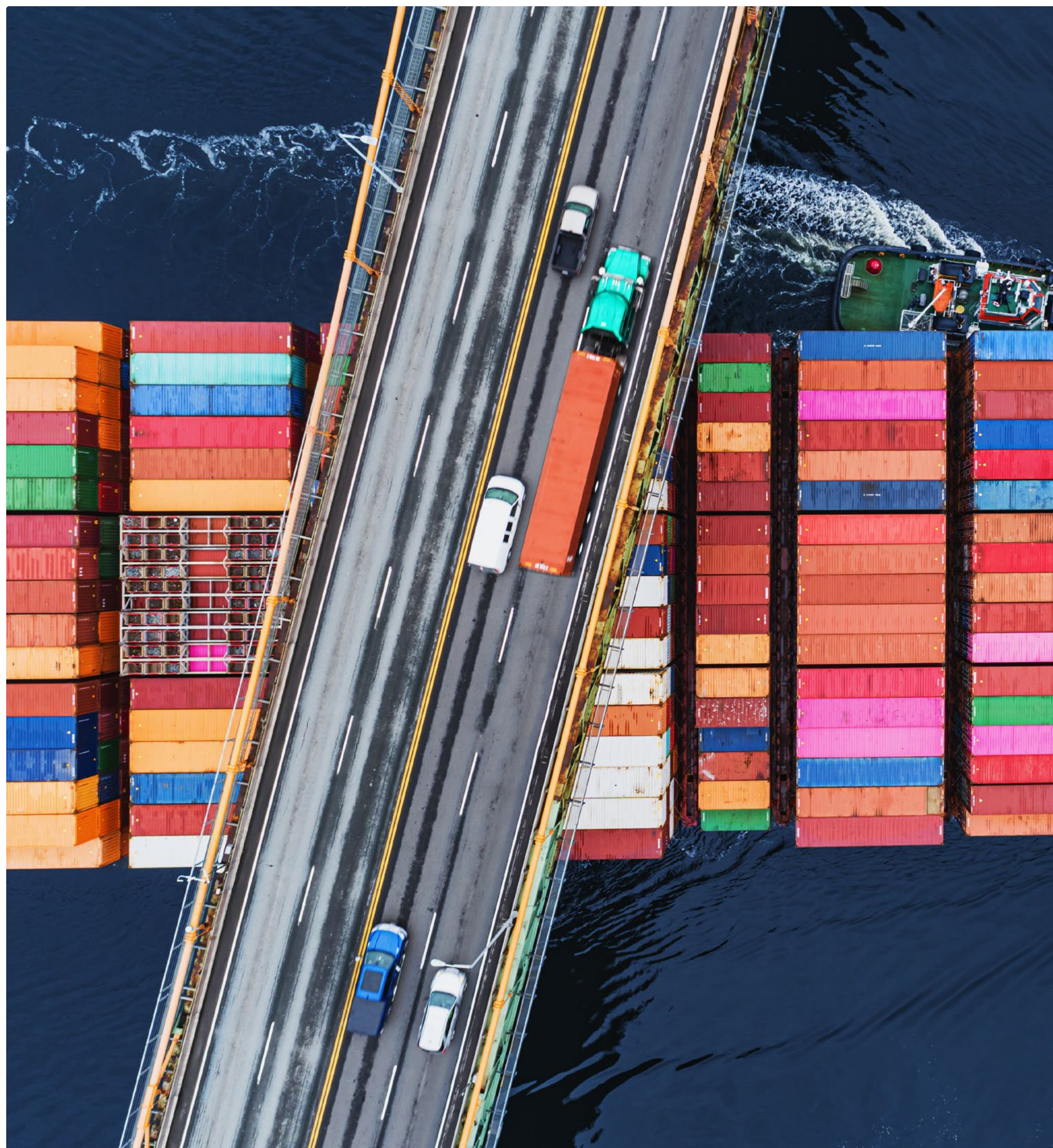
For mange små og mellomstore virksomheter er det vanskelig å stille miljøkrav som monner til varetransport. Infrastrukturen som må til er ikke på plass og virksomhetene må dermed velge blant de transportløsningene som finnes på markedet.

I undersøkelsen svarer bare 10 prosent av virksomhetene at de ofte eller alltid stiller miljøkrav når de kjøper inn transporttjenester. Mer enn hver fjerde virksomhet oppgir at de aldri stiller miljøkrav når de kjøper inn transporttjenester. Hvorvidt disse resultatene skyldes at det er vanskelig å nå fram med miljøkrav knyttet til transporttjenester fordi infrastrukturen og tilbudet foreløpig er mangelfullt, eller om det skyldes manglende prioritering eller bevissthet fra virksomhetenes side kommer ikke direkte fram av undersøkelsen. Trolig er det en kombinasjon.

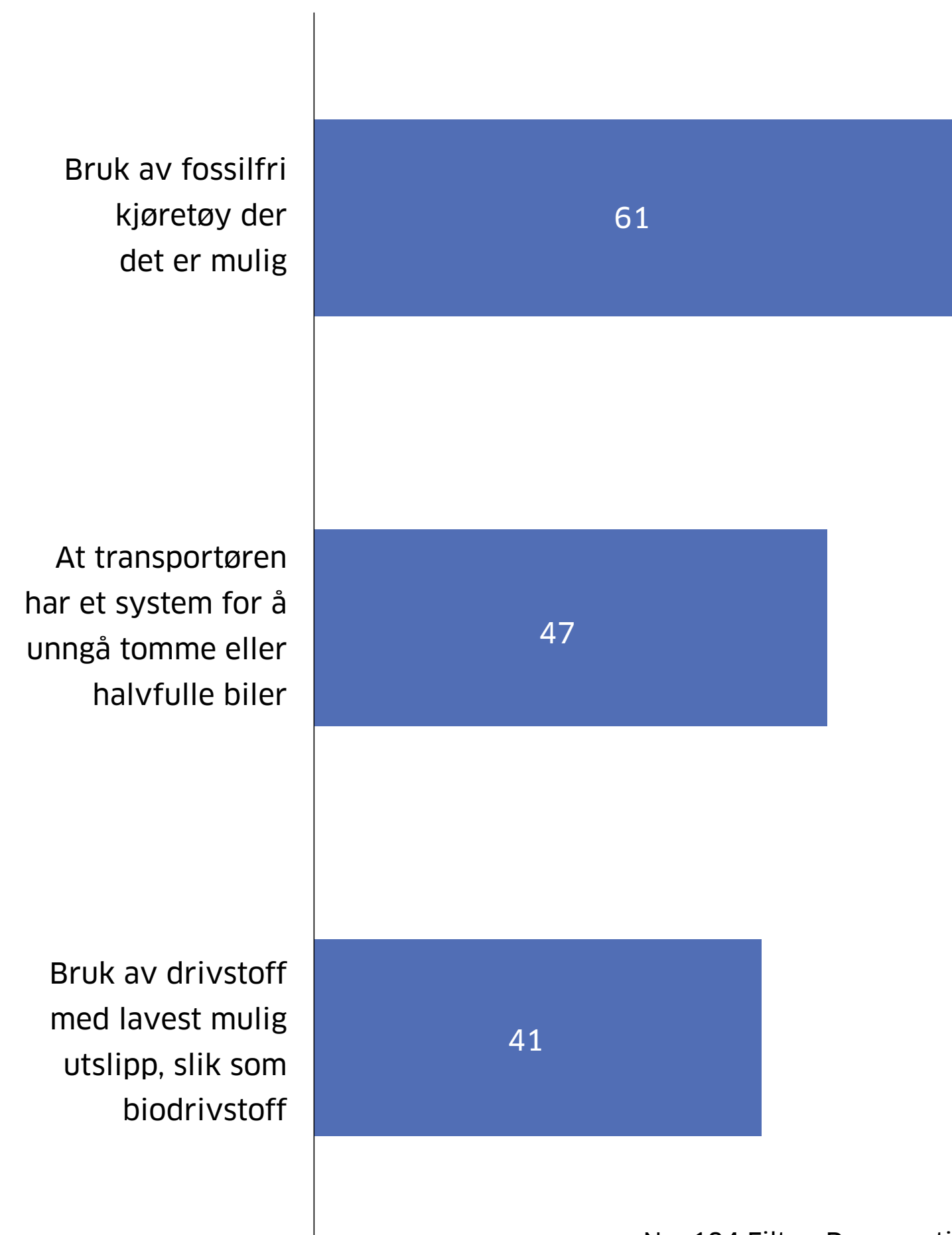
Figur 11 - Hvor ofte stiller virksomheten din miljøkrav når dere kjøper inn transporttjenester (i prosent)?



N= 648



Figur 12 - Hvilke krav stiller din virksomhet når dere kjøper inn transporttjenester (i prosent)?



N = 104 Filter: De som stiller miljøkrav av og til eller oftere

Sammenligner vi resultatet på spørsmålet om man stiller krav til transporttjenester med spørsmålet om man stiller miljøkrav ved innkjøp av varer, er andelen som aldri stiller miljøkrav til verken transporttjenester eller varer tilnærmet lik. Den store forskjellen mellom resultatet på disse to spørsmålene er andelen som svarer at spørsmålet om miljøkrav til transporttjenester ikke er aktuelt for dem. Hele 4 av 10 mener at spørsmålet om å stille miljøkrav ved transporttjenester ikke er aktuelt for dem å svare på. Det finnes svært få virksomheter som ikke får levert varer ved bruk av transporttjenester. Det er derfor nærliggende å anta at ledere i handels- og tjenestenæringen ser få muligheter til eller har lav bevissthet rundt det å påvirke og stille krav til hvordan varene blir levert.

Visste du at

32 %

av norske utslipp kommer fra transportsektoren?

Kilde: [SSB, 2020](#)



Rundbordsamtale #1

Hvordan jobber bransjene med transport og logistikk?

Torunn Tronsvang - Founder & CEO, Up Norway AS

Lars Svanholm - Daglig leder, Svanholm og Vigdal gravferd AS

Kjetil Grønbakken - Markeds-, kommunikasjons- og bærekraftsdirektør, Heidenreich AS

Tatiana Gutierrez Eide - Head of Sustainability, Europris ASA

Jan-Inge Ingebrigtsen - CEO, Bright Norway AS

- 68 prosent av utslippene våre kommer fra transport. Derfor er et av de viktigste målene å redusere utslipp fra transport. 30 prosent av det vi frakter i løpet av et år er luft - så et av områdene vi jobber med er hvordan vi fyller opp bilene bedre og bruker emballasje på en god måte? Å gå over til null- eller lavutslippsløsninger, og det å jobbe med logistikk og fyllingsgrad, ligger på topp på endringslisten hos oss. Jeg har en dyktig logistikkdirektør som sitter i min prosjektgruppe. Det er også avgjørende å ha med de riktige personene som er ansvarlige for det som skal gjøres for å kutte utslipp, sier Kjetil Grønbakken i Heidenreich.

I undersøkelsen svarer bare 1 av 10 at de ofte eller alltid etterspør lavutslippsløsninger. Mens Norge har kommet langt med elektrifisering av personbiler ligger varetransport noe etter, både tungtransport og varebiler. Mange i panelet peker på teknologi som den største barrieren for å kutte utslipp, men også regulatoriske utfordringer står i veien.

- Vi opplever en økt etterspørsel etter nullutslippstransport - men teknologien er ikke slik at vi kan levere det på alt. For eksempel: En elektrisk lastebil med kran koster 6 millioner og har en rekkevidde på 130 km, mens en vanlig diesel-lastebil koster 3 millioner. Vi gjør forsøk med biodiesel, men da er risikoen at det soter mer på motoren, og leverandøren vil ikke garantere ved en eventuell reparasjon, da de vil si at bilen ikke er lagd for biodrivstoff. Det er mange aktører som må samhandle for at dette skal gå opp, ikke minst for å få på plass ladeinfrastruktur. Det samme gjelder kunden. Vi har kunder som bestiller 3 ulike deler fra 3 ulike leverandører, dermed ender man gjerne opp med 3 lastebiler til samme adresse, forteller Kjetil i Heidenreich.

For Lars Svanholm, i Svanholm og Vigdal Gravferd, er mangelen på ladeinfrastruktur en hovedutfordring.

- Ladeinfrastrukturen møter ikke behovet vårt i dag. Vi har biler som må kunne kjøre 30-50 mil på en dag. Det er gjerne lange turer og det er ikke alltid sånn at det passer å stå i ladekø.

Kostnaden for en elbil kan også være en veldig stor investering for en typisk norsk virksomhet. Momsfritaket hjelper noe, men Lars er bekymret for hva den nye regjeringen vil foreta seg:

- En tilpasset elbil for oss koster i dag over 2 millioner. Prisen her er vesentlig høyere, og dermed møter vi samme utfordring som Heidenreich. Ingen virksomhetseiere bruker mer penger enn de må på noe som heller ikke løser behovene de har. Jeg bestilte 3 nye varebiler før jeg kom hit, det måtte bli diesel, for de går 30-50 mil daglig, og det går ikke med den ladeinfrastrukturen vi har i dag. Vi har bilene i tre år, så da blir det tre år til neste mulighet. Er ladeinfrastrukturen på plass, så er vi klare, forteller Lars Svanholm.

- Nullutslippsteknologi er en del av det å få ned utslipp, det andre er logistikk. Vi skulle gjerne brukt mer jernbane, men med den frekvensen det er på avganger så går det for sjelden. Vi er også avhengig av transport inn til en godsterminal for jernbane og ut fra denne ved ankomst, forteller Kjetil.

Virke har identifisert logistikk som et nøkkelområde for å lykkes med klimakutt og sirkulærøkonomi. Det handler både om logistikken fra leverandører og inn til virksomheten, internt i virksomheten og ut til kunde. Med nye forretningsmodeller som leie fremfor eie handler det også om retursystemer. Flere av Virkes medlemmer som har rene sirkulære forretningsmodeller beskriver logistikk-løsninger som et viktigere element for verdsetting av virksomheten enn produktene de tilbyr.

Hvordan skal utslipp i forbindelse med jobbreiser reduseres?

Det er ikke bare varer som transporteres, også ansatte i handels- og tjenestenæringen benytter seg av transport i forbindelse med jobb og bidrar til utslipp innen veitrafikk og luftfart.

Biltransport

To av fem virksomheter planlegger å redusere miljøbelastningen fra ansattes biltransport. På spørsmål om hvilke konkrete tiltak de tenker å gjennomføre for å oppnå det, svarer tre av fire at de vil oppfordre til videomøter. Litt over halvparten vil oppfordre til alternativ reisemåte og/eller færre reiser med biltransport.

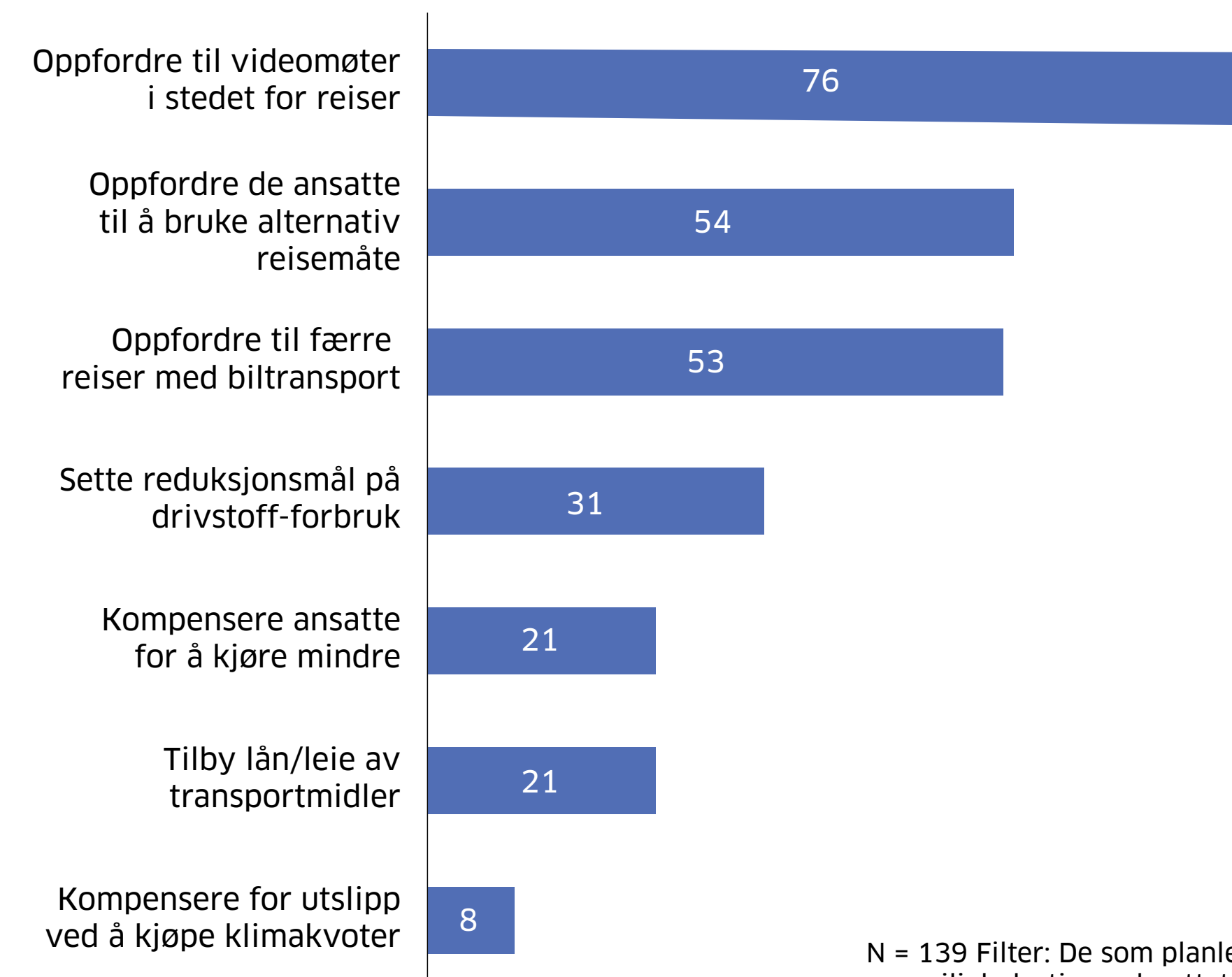


Fra
Handlekraft 2021

21 %

av virksomhetene vil redusere utslipp som kommer fra biltransport av sine ansatte.

Figur 13 - Hvilke av følgende tiltak vil dere gjennomføre for å redusere biltransport (i prosent) ?



N = 139 Filter: De som planlegger å redusere miljøbelastningen knyttet til biltransport i svært stor eller ganske stor grad

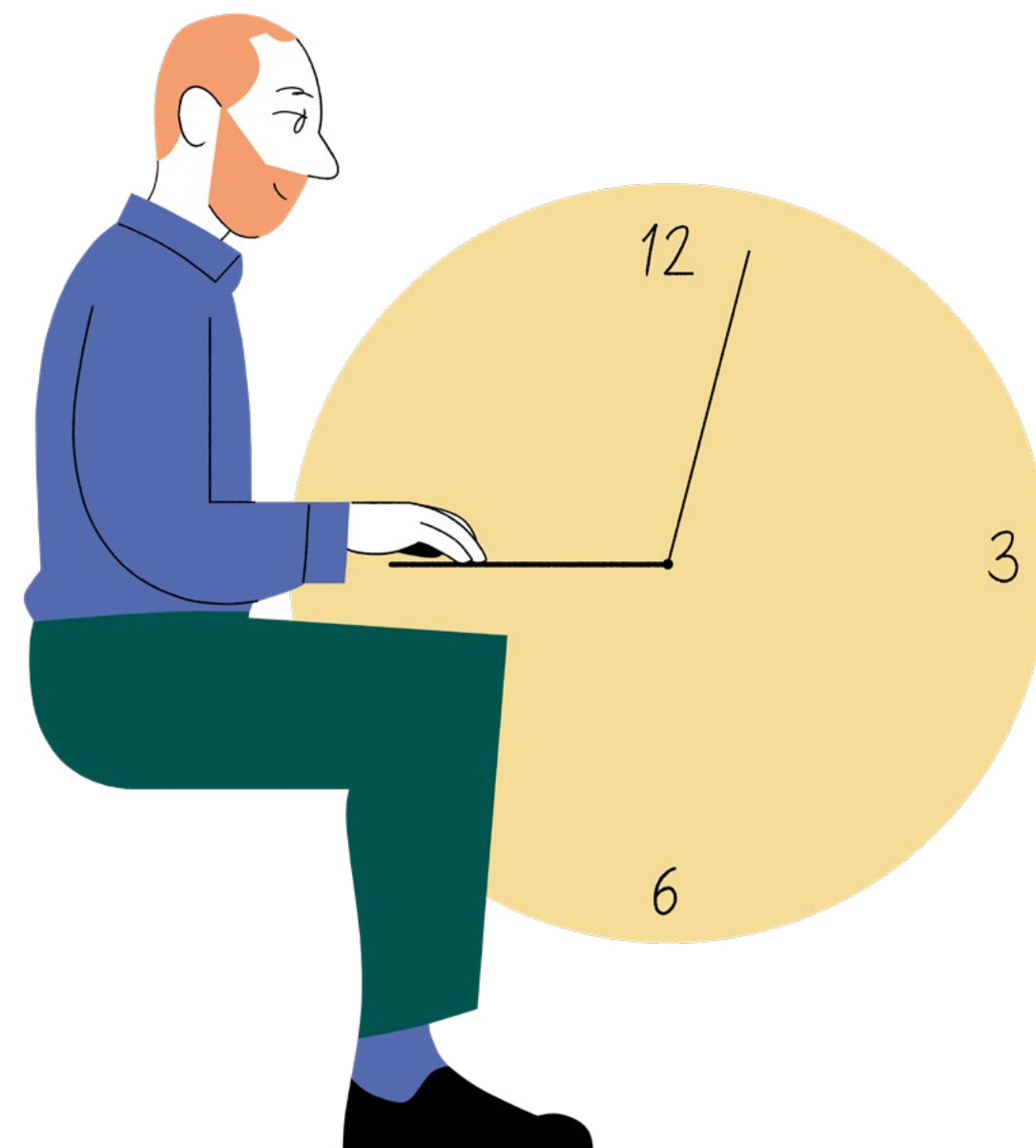
Luftfart

Klimagassutslippene fra innenriks luftfart utgjør 8 prosent av transportutslippene og 2 prosent av totalutslippet i Norge (SSB, 2019). Av bransjene i privat handels- og tjenestenæring er det andre tjenesteytende næringer, samt varehandelen, som i størst grad oppgir at de vil redusere virksomhetens miljøbelastning knyttet til flyreiser. Dette er også bransjene hvor flyreiser i størst grad er en aktuell problemstilling.

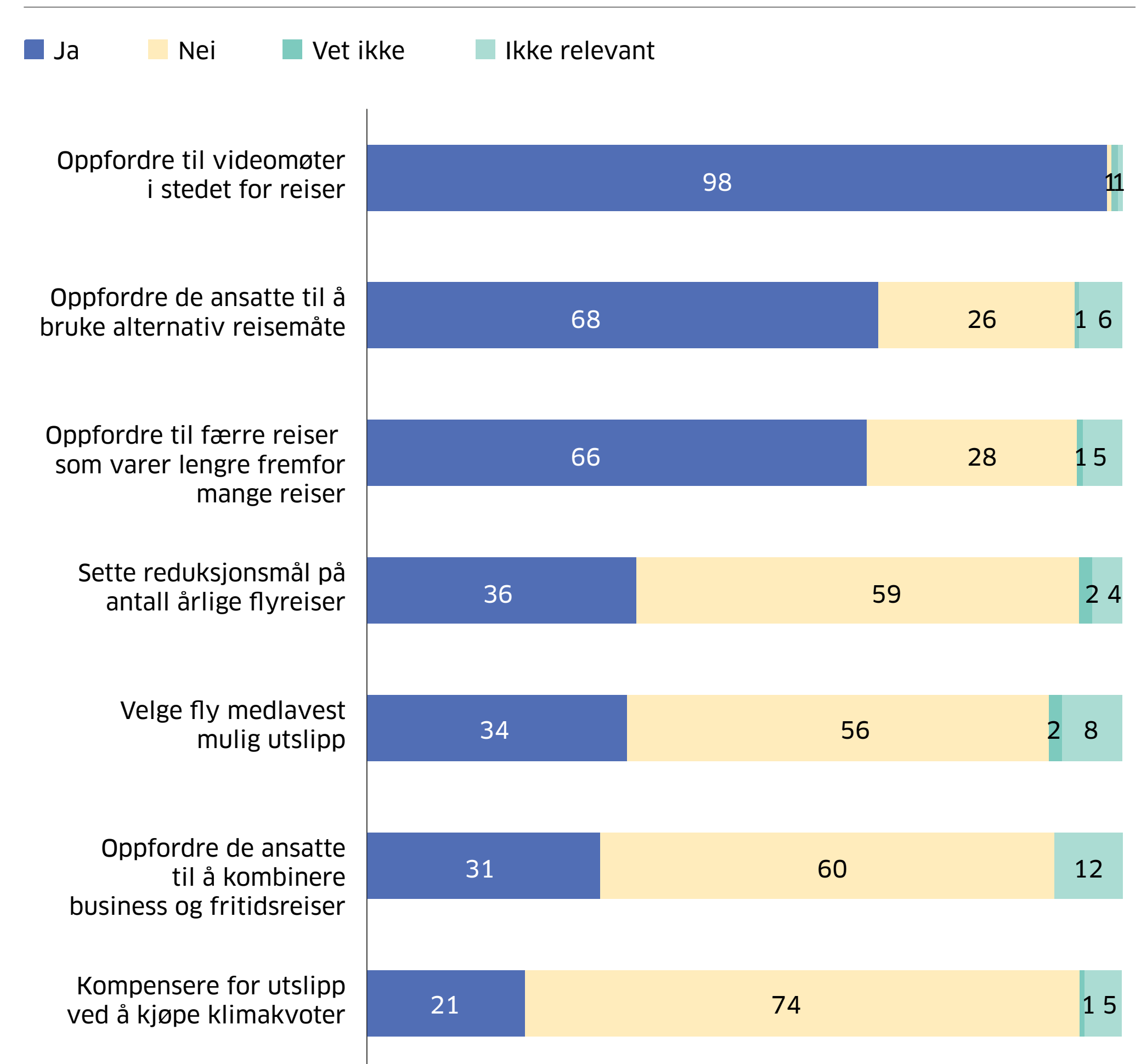
Omtrent halvparten av alle virksomhetene sier at reduksjon av miljøbelastning knyttet til flyreiser ikke er en relevant problemstilling/at de ikke har flyreiser i dag. Det gjelder i størst grad for transport og lagring, samt overnattings- og serveringsvirksomhet. Ser vi på geografisk fordeling av resultatene, er det færrest virksomheter i Midt- og Nord-Norge som planlegger å redusere virksomhetens miljøbelastning knyttet til flyreiser.



Omtrent alle virksomhetene som oppgir at de planlegger å redusere miljøbelastningen knyttet til flyreiser, sier at de vil oppfordre til videomøter i stedet for reiser. To av tre vil oppfordre ansatte til å bruke alternative reisemåter, og like mange vil oppfordre til færre, men heller mer langvarige reiser. Litt over en av tre vil sette konkrete reduksjonsmål på antall flyreiser årlig. Færrest vil kompensere antall flyreiser via kjøp av klimakvoter.



Figur 14 - Hvilke av følgende tiltak vil dere gjennomføre for å redusere flyreiser (i prosent)?



N = 113 Filter: Virksomhetene som i stor grad planlegger å redusere miljøbelastningene knyttet til flyreiser

Trinn 4

Innovasjon og samarbeid

Hvor vanlig er det for virksomhetene å samarbeide med andre og hvorvidt gjør samarbeid dem mer bærekraftige?

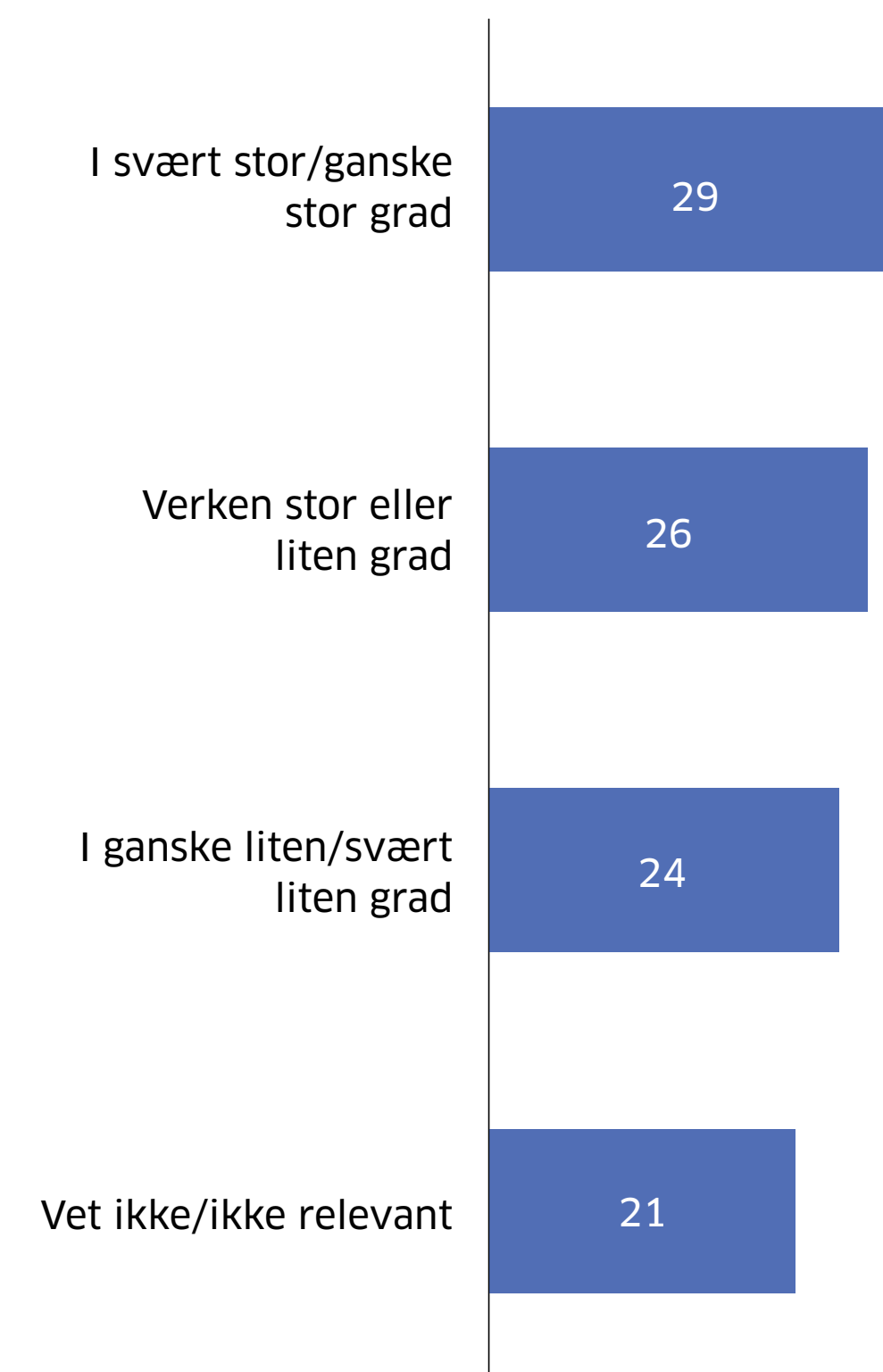


Samarbeid gjør virksomheter mer bærekraftige

I kunnskapsgrunnlaget for regjeringens sirkulærstrategi peker Deloitte på behov for økt samarbeid, ikke bare innad i verdikjeder, men på tvers av dem, som en viktig forutsetning for å lykkes med en grønn omstilling (Deloitte, 2020). De peker også på at det mangler en langsiktig satsing på forskning og innovasjon innen sirkulær økonomi som går på tvers av næringer og forskningsmiljøer. Som svar på det siste, foreslår Virke et handlingsprogram for handels- og tjenestenæringen for å øke samarbeidet.

Andelen som mener samarbeidene de har inngått det siste året har gjort virksomheten mer bærekraftig henger tett sammen med virksomhetsstørrelse viser resultatene i Handlekraft 2021. For virksomheter med 50 eller flere ansatte har samarbeidene bidratt til å gjøre virksomheten mer bærekraftig i dobbelt så mange tilfeller som for virksomheter med færre enn 5 ansatte. Bransjekategoriene varehandel og andre tjenesteytende næringer utpeker seg også i denne sammenheng ved at de i større grad har inngått samarbeid som har gjort virksomheten mer bærekraftig.

Figur 15 - I hvilken grad har samarbeidene din virksomhet har inngått det siste året bidratt til å gjøre virksomheten din mer bærekraftig (i prosent)?



N = 648



Fra
Handlekraft 2021

29 %

av virksomhetene mener samarbeidene de har inngått med leverandører det siste året har gjort virksomheten mer bærekraftig

Terskelen for samarbeid er for høy

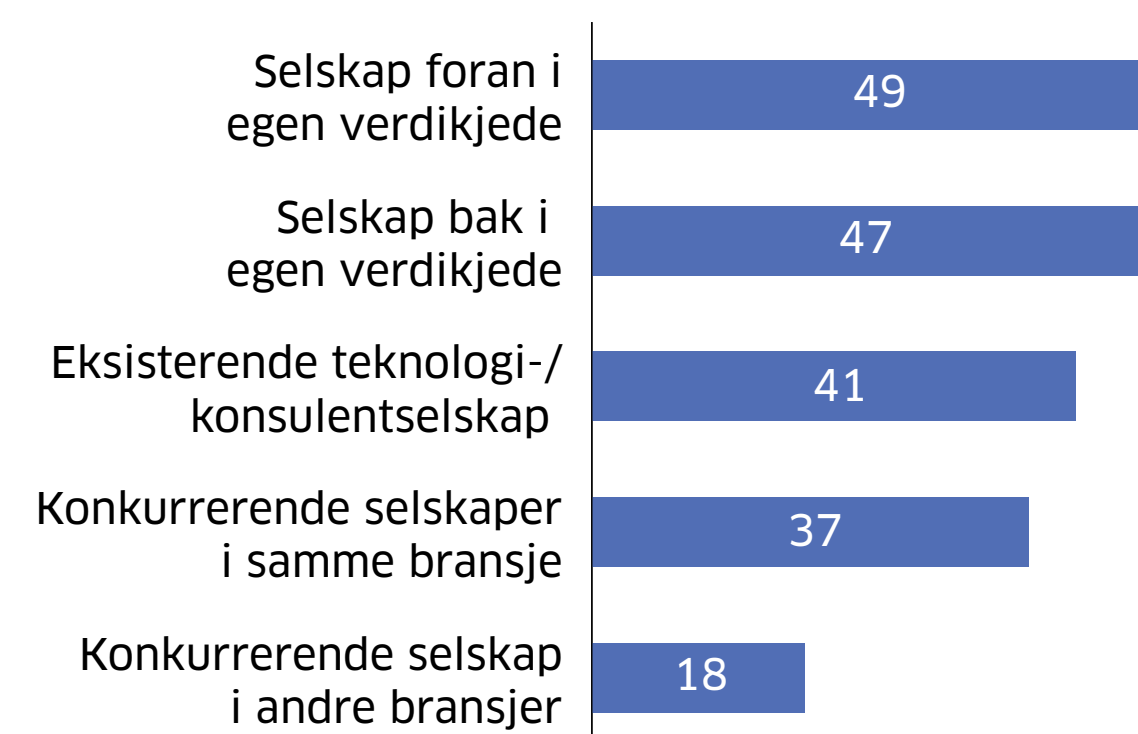
For få virksomheter i handels- og tjenestenæringen samarbeider med andre næringer, på tvers av verdikjeden og med kunnskaps- og forskningsmiljøer for å bli mer bærekraftige.

I undersøkelsen svarer et fåtall av de som har inngått samarbeid som har gjort virksomheten mer bærekraftig at de har etablert samarbeid med konkurrenter i andre bransjer. Høyest andel holder seg innenfor egen verdikjede.

Virke arbeider for at handels- og tjenestenæringen skal bli klimanøytrale i 2050. For å lykkes med den grønne omstillingen må virksomheter i handels- og tjenestenæringen finne gode samarbeidspartnere på andre arenaer, langs egen verdikjede og på tvers av bransjer. Terskelen for å inngå nye samarbeid kan være høy for mange. Det krever både ressurser og nettverk.

Hvordan får vi flere virksomheter til å samarbeide mer på tvers av næringer? Mens vi i Norge har historie og virkemidler for klynge- og samarbeidsprogrammer innen industri og eksportnæringer, ser vi mindre av disse i handels- og tjenestenæringen. Næringslivets organisasjoner, nasjonale og lokale myndigheter og kunnskapsmiljøer må bidra til arenaer der virksomheter i handels- og tjenestenæringen lettere kan utvikle etablerte samarbeid og inngå nye.

Figur X - Har dere etablert et samarbeid med noen av de følgende (i prosent)?



N = 191 Filter: De som har inngått samarbeid som i i svært stor/stor grad har bidratt til å gjøre virksomheten mer bærekraftig

Rundbordsamtale #2

Innovasjonsarbeid i bedrifter som står mellom kunde og leverandører

Torunn Tronsvang - Founder & CEO, Up Norway AS

Lars Svanholm - Daglig leder, Svanholm og Vigdal gravferd AS

Kjetil Grønbacken - Markeds-, kommunikasjons- og bærekraftsdirektør, Heidenreich AS

Tatiana Gutierrez Eide - Head of Sustainability, Europris ASA

Jan-Inge Ingebrigtsen - CEO, Bright Norway AS

Hvordan samarbeider virksomhetene med sine leverandører om bærekraft?

Og hvordan er dialogen med kundene? Paneldeltakerne blir utfordret på å dele tanker om å være virksomheter som står mellom kunden på den ene siden og leverandøren på den andre siden.

Ser endringer hos leverandører

I Europris handler en stor del av forretningen om å gjøre gode innkjøp. Med mer enn 250 butikker i hele Norge og mer enn 30 000 varelinjer er det mye som skal følges opp, også når det kommer til bærekraft. Bærekraftansvarlige Tatiana Gutierrez Eide sier at samarbeid med leverandører er avgjørende:

- Vi merker veldig godt at det skjer en utvikling hos leverandørene, men det varierer veldig. Noen er langt fremme, de kommer til oss og tilbyr grønne produkter de har, de kan ha gjort et godt kartleggingsarbeid og kan levere oversikt over miljøavtrykk eller har sertifiserte produkter. Svanemerket sender ansatte til Kina ved behov og samarbeider med konsulenter lokalt, slik at de kan få på plass sertifisering. Jeg tror de skjønner at det kommer krav og at de

vil ligge i forkant. De vet jo at det gjør det lettere for både oss og dem i neste omgang.

Bright er i en helt annen bransje enn Europris. Bright selger til andre virksomheter og dialogen med kundene går over tid. Daglig leder Jan-Inge Ingebrigtsen mener at bærekraft ikke er så annerledes fra annet utviklingsarbeid - og dermed heller ikke bør gjøres separat fra dette.

- I vår bransje, særlig innenfor belysning, har vi hatt en teknologisk utvikling der det som har vært bra for miljøet også har vært bra business. Vi har gått fra glødelampen som standard, til LED, noe som både har vært bra for kvalitet, muligheter og som gir redusert energibruk. Det er ikke «bærekraftsfolk» som har drevet frem den utviklingen, men de er kanskje nysgjerrige på om de kan levere noe på miljø i utviklingsprosessen.



- Å være først ute med et nytt produkt eller løsning gir et konkurransefortrinn. Du både setter og eier den nye standarden.

Jan-Inge Ingebrigtsen
Bright Norway AS

Hvordan skjer innovasjons- og utviklingsprosessen?

Drives utviklingen av at leverandøren kommer med nye produkter, eller er det dere som etterspør?

- Vi er ofte tettere på kundene, ser og speiler deres behov mot leverandøren. Hos oss har vi en liten utviklingsavdeling som prøver å se både fremtidige muligheter og behov, de jobber naturlig nok tett mot leverandører. Så kan det ta mange år fra skissestadiet, via prototyper, til du har noe i salg. Men når du først klarer å være i front, en som er først ute i markedet, så får du et konkurransefortrinn av det. Men du må jobbe med leverandøren, både de og vi har godt av å ha krevende kunder, forteller Jan-Inge i Bright Norway AS.

Heidenreich er europeisk eid, og på samme måte som Bright selger de i stor grad også til virksomheter. Opplever de at kunden ser på klimaavtrykket på varer og materialer når de skal pusse opp badet?

- Hvis de skal bry seg må vi nesten fortelle dem noe om det, og gi de en mulighet til å sammenligne. Derfor er noe av det vi jobber

mye med nå såkalte EPDer (Elektronisk produktdeklarasjon). EPDen gir informasjon om alt i produktet, inkludert klimaavtrykk. Da kan du ta to ulike servanter til badet ditt, sammenligne og se hva som har lavest utslipp. Klima blir et parameter kundene kan vurdere på, sammen med design og pris. Leverandørene konkurrerer i neste omgang om å være best. Så hos oss inviterer vi nå både leverandører og kunder inn for å lære om EPD, hvorfor vi må ha det og hvordan det kan brukes. Vi må ikke undervurdere at det er en hel del grunnleggende opplæringsarbeid som må skje som en del av bærekraftsarbeidet. Rørleggerne som kjøper av oss har ikke nødvendigvis noe forhold til bærekraft, og det er ikke gitt at det kommer fra kunden. Det er en liten jobb å få etterspørselen i gang, sier markeds-, kommunikasjons- og bærekraftsdirektør Kjetil Grønbacken i Heidenreich.

Tror du det vil være betalingsvilje for mer miljøvennlige baderomsprodukter?

- Ja, det tror vi det er. Vi snakker om ganske store investeringer her. Et bad pusses ikke opp så ofte, så en økt kostnad for et produkt av bedre kvalitet med bedre miljøprofil skal fordeles over svært mange år.

Sammenhengen mellom kvalitet og god miljøprofil dukker stadig opp i samtalen i panelet, hvor flere peker på at disse to ofte henger sammen og hvor betalingsvilligheten kan være høyere når noe er mer holdbart. Her peker også flere på at det offentlige må på samme måte som forbrukere være flinke til å vurdere hva de faktisk får. Kjetil i Heidenreich mener å se en positiv utvikling her:

- Jeg tror uansett det farligste for alle bransjer er å holde seg unna det som oppleves som litt ubehagelig, nytt eller fremmed og at man blir stående stille. Da løper tiden fra oss, også i gravferdsbransjen.

Lars Svanholm
Svanholm og Vigdal Gravferd

- Vi opplever at det har vært en dreining fra at pris var vektet høyest i offentlige prosjekt til at pris nå kanskje er 50 prosent, og at bærekraft, levetid og vedlikeholdskostnader tillegges mer vekt enn tidligere. Du må kanskje være miljøfyrtårnsertifisert som et minimumskrav, i tillegg må du vise hvordan du jobber med miljø knyttet til det du skal levere.

Men hva med gravferdsbransjen? Står det å velge bærekraft i det hele tatt på dagsorden i en så sårbar situasjon?

- Både ja og nei. Vi merker en generasjonsforskjell. Det kan jo også hende at avdøde var et menneske som var opptatt av akkurat disse tingene. Og vi kan ikke styre unna bare fordi vi er en bransje som jobber med noe helt spesielt. Vi ser det skjer mye rundt oss. I Sverige er det for eksempel lansert en kiste som er laget av matavfall, alt fra mais til potetskrell og pappmasje. Så ser vi at kisten lager nye utfordringer, fordi den skaper for mye avfall ved kremering. Men det er jo sånn innovasjon skjer og verden drives fremover, vi løser noen problemer og får noen nye og hele veien blir vi litt klokere. Jeg tror uansett det farligste for alle bransjer er å holde seg unna det som oppleves som litt ubehagelig, nytt eller fremmed og at man blir stående stille. Da løper tiden fra oss, sier Lars fra Svanholm og Vigdal Gravferd.



Bærekraft som default

Torunn Tronsvang og Up Norway er en av Norges første Travelife sertifiserte reiseselskaper. For Up Norway er bærekraft viktig i kundekommunikasjon:

- Vi har samarbeidet med en atferdsøkonom i utformingen av nettsidene våre. Atferdsøkonomen henter kunnskap fra både økonomifaget, som forutsetter at mennesker handler rasjonelt, og fra psykologi, som viser at mennesker kanskje ikke gjør det likevel. Det handler om å ikke bare akseptere valgene kunden gjør, men å forstå hvordan vi kan påvirke dem - altså dytte de i riktig retning, en bærekraftig retning.

- Kundene påvirker oss, vi kan påvirke dem. Jeg tror den bærekraftige reisen kan bli mer lønnsom om vi setter produktet opp riktig, sier Torunn.

Trinn 5

Sirkulære forretnings- modeller

Hvor langt har handels- og tjeneste-
næringen kommet i sirkulær
forretningsdrift?



Veien til et mer sirkulært samfunn

Hvis Norge frem mot 2050 skal bli et mer sirkulært samfunn uten at det går på bekostning av levestandarden, vil de forbrukernære næringene spille en stadig viktigere rolle.

I dag er norsk økonomi bare 2,4 prosent sirkulær (Circularity Gap Report Norway, 2020). Hadde alle i verden levd som oss nordmenn, hadde vi trengt et ressursgrunnlag tilsvarende 3,6 jordkloder. Produksjon av varer er årsaken til ca. 60 prosent av de globale klimagassutslippene.

Med de riktige virkemidlene anslås det at andelen av økonomien som er sirkulær i Norge kan økes opp mot 46 prosent. Det innebærer imidlertid at en langt større del av nordmenns forbruk må gå fra bruk-og-kast til bruk-og-gjenbruk. Sirkulær økonomi handler like mye om å bruke produkter lengre, som å gjøre det lettere å reparere, erstatte deler eller å gjenvinne.



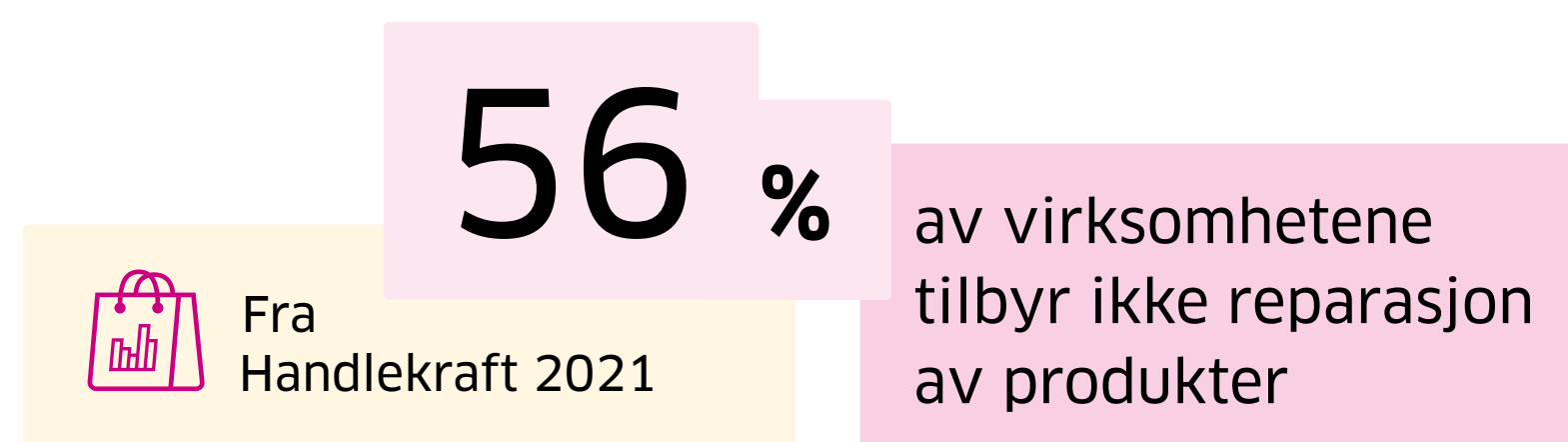
Hva er sirkulær økonomi?

En sirkulær økonomi er et prinsipp for økonomisk virksomhet for å opprettholde verdien av produkter, materialer og ressurser så lenge som mulig, ved å utnytte og gjenbruke ressursene mer effektivt. Mer effektiv bruk av ressurser er sentralt for omstilling til en lavutslippsøkonomi og avgjørende for å nå de norske klimamålene.

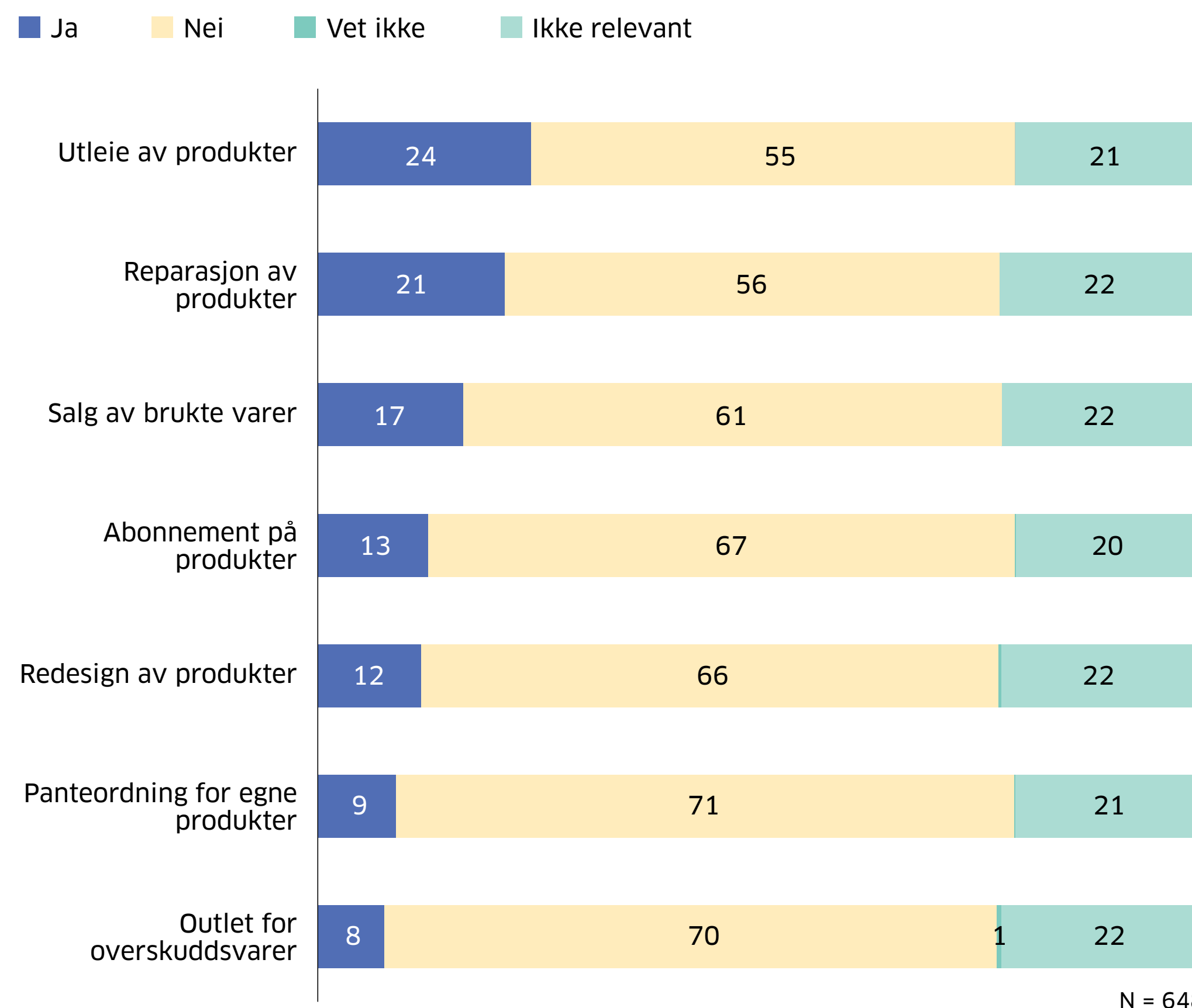
Hvilke sirkulære forretningsmodeller er vanligst?

Utleie og reparasjon av produkter er det mest vanlige blant virksomheter innen handels- og tjenestenæringen når det gjelder sirkulære forretningsmodeller, etterfulgt av salg av brukte varer. Det er ikke store bransjeforskjeller knyttet til utleie, men både reparasjon og salg av brukte varer er klart vanligst innen varehandel. Totalt sett er panteordninger og outlets for overskuddsvarer minst utbredt.

Manglende samarbeid på tvers av ulike deler av næringslivet, og mellom næringsliv, kunnskapsmiljø og myndigheter, er en av de største barrierene mot en mer sirkulær økonomi. Sirkulær økonomi henger også tett sammen med digitalisering, innovasjon og konkurranse. Utvikling av nye forretningsmodeller er avgjørende for å gjøre det enklere å formidle og selge brukte varer, reparasjonstjenester og fremme miljøvennlige valg.



Figur 16 - Tilbyr virksomheten din noen av følgende tjenester i dag (i prosent)?



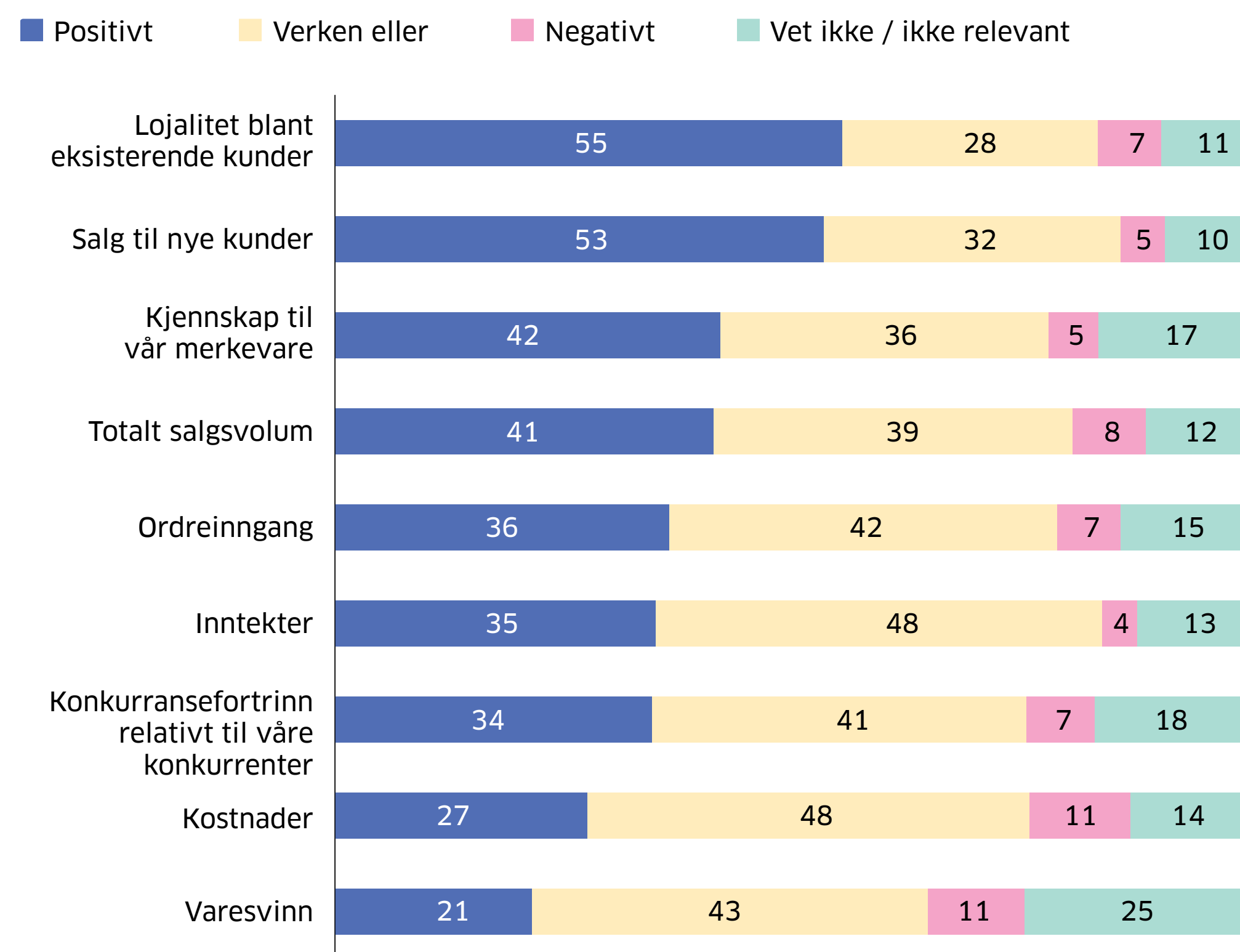
Bærekraft gir mer lojale kunder

Over halvparten av virksomhetene som tilbyr en eller flere sirkulære tjenester, oppgir at det har positiv effekt på lojaliteten blant eksisterende kunder og for salget til nye kunder. Over fire av ti oppgir også at det er positivt for kjennskapen til merkevaren deres og for det totale salgsvolumet.

Resultatene i undersøkelsen bekrefter at det er en rekke positive effekter for virksomheten å satse på bærekraftige løsninger.

Nye forretningsmodeller, med utleie, reparasjonstjenester og abonnement fremfor kjøp kan derfor også være en strategi for å styrke kunderelasjonen. Kundelojaliteten øker når kundeforholdet utvides, for eksempel med mulighet for reparasjon og mer sømløse tjenester. I lys av de positive effektene av å tilby sirkulære tjenester for virksomheten, er det trolig et uutnyttet potensial for mange virksomheter som ikke tilbyr dette i dag.

Figur 17 - Hvordan påvirker de sirkulære tjenestene følgende forhold i din virksomhet (i prosent)?



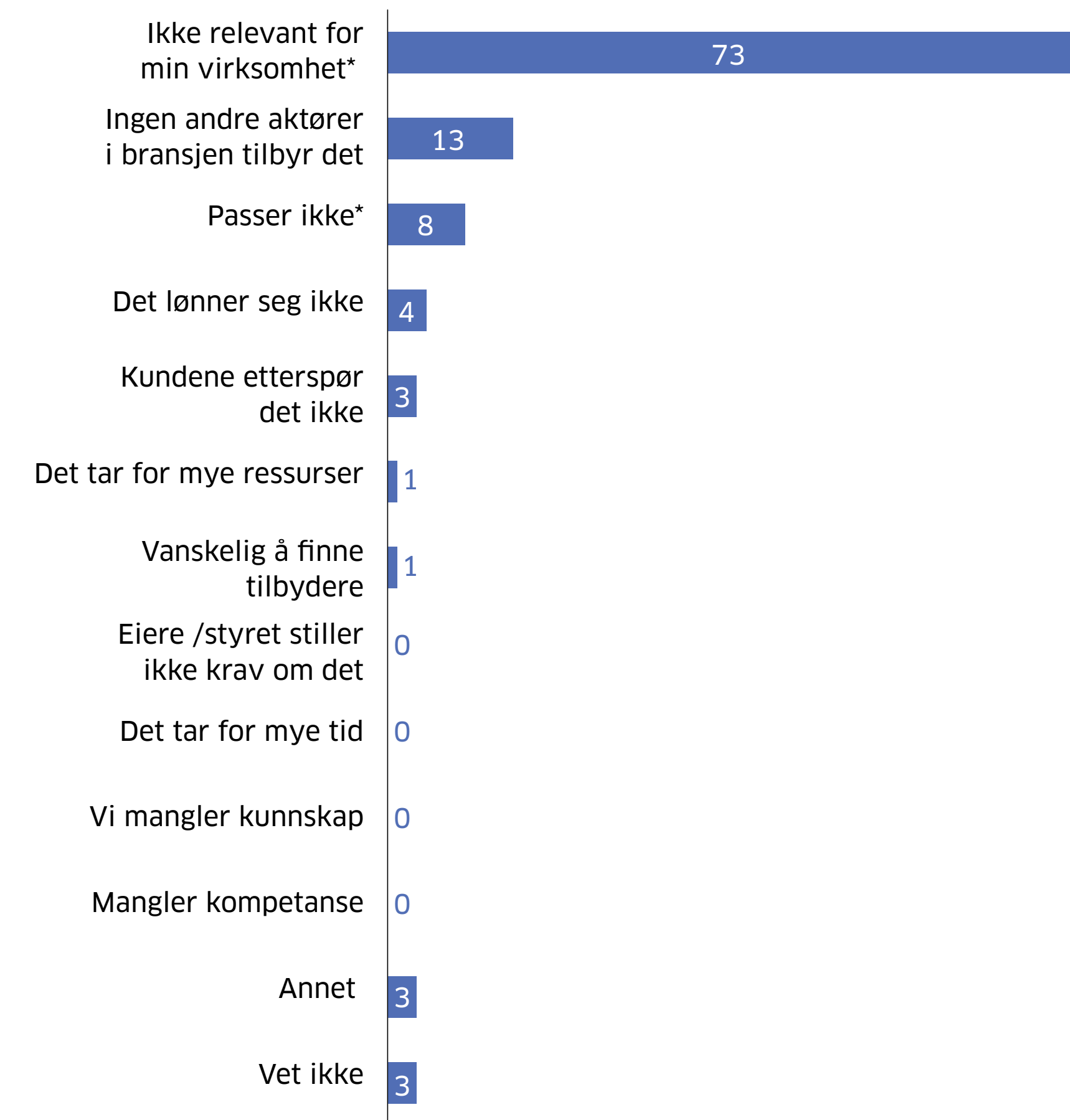
N = 319 Filter: Hvis man tilbyr noen av de sirkulære tjenestene nevnt på side 53

Hvorfor er ikke sirkulære tjenester en del av alles forretningsmodell?

Mange opplever at sirkulære forretningsmodeller er noe som ikke angår dem. Tre av fire virksomheter som ikke tilbyr sirkulære tjenester i dag, sier det skyldes at det ikke er relevant for deres virksomhet. Flere virksomheter innen andre tjenesteytende næringer og transport og lagring oppgir dette oftere enn i øvrige bransjer. Videre oppgir 8 prosent av virksomhetene at det ikke passer, fordi de er nyopprettet, har internasjonale eiere som styrer virksomheten, eller at det ikke er en del av strategien de følger. Ingen virksomheter oppgir at det skyldes mangel på kunnskap eller kompetanse.



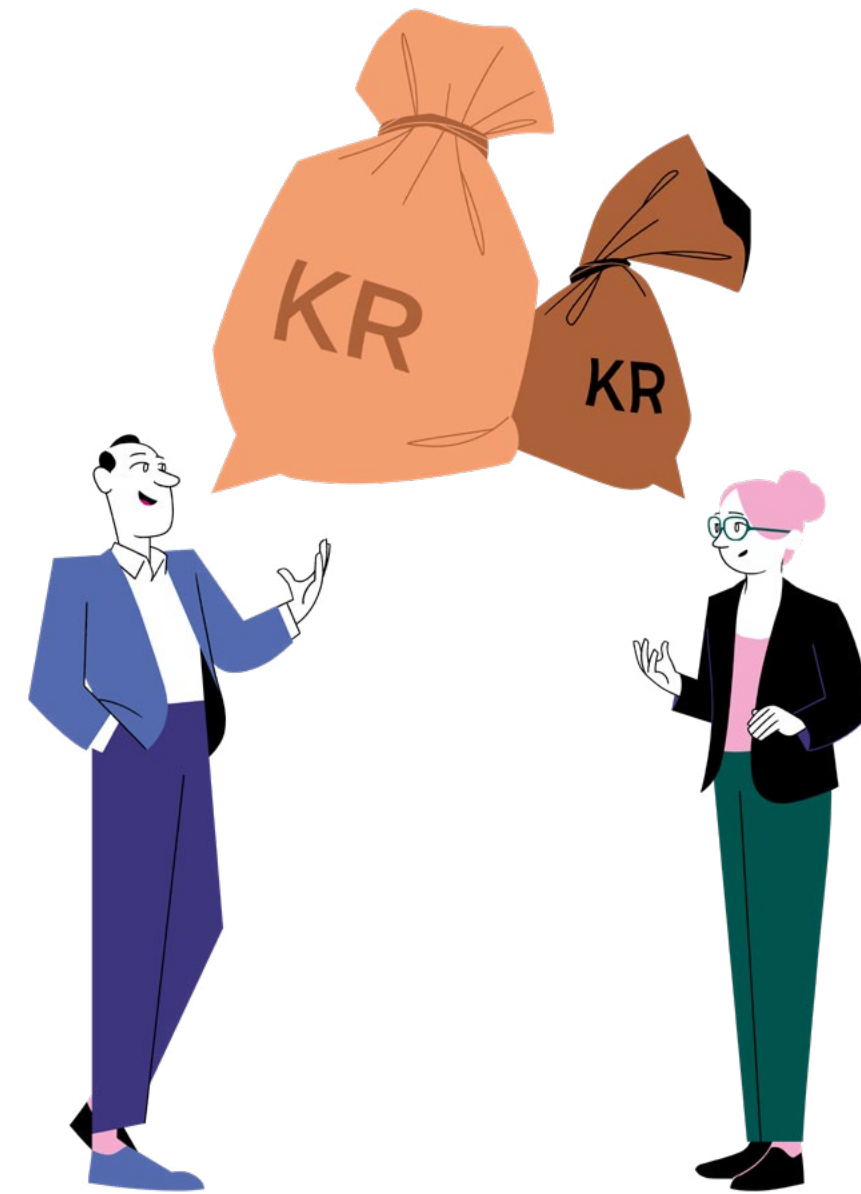
Figur 18 - Hva er årsaken til at din virksomhet ikke tilbyr sirkulære tjenester (i prosent)?



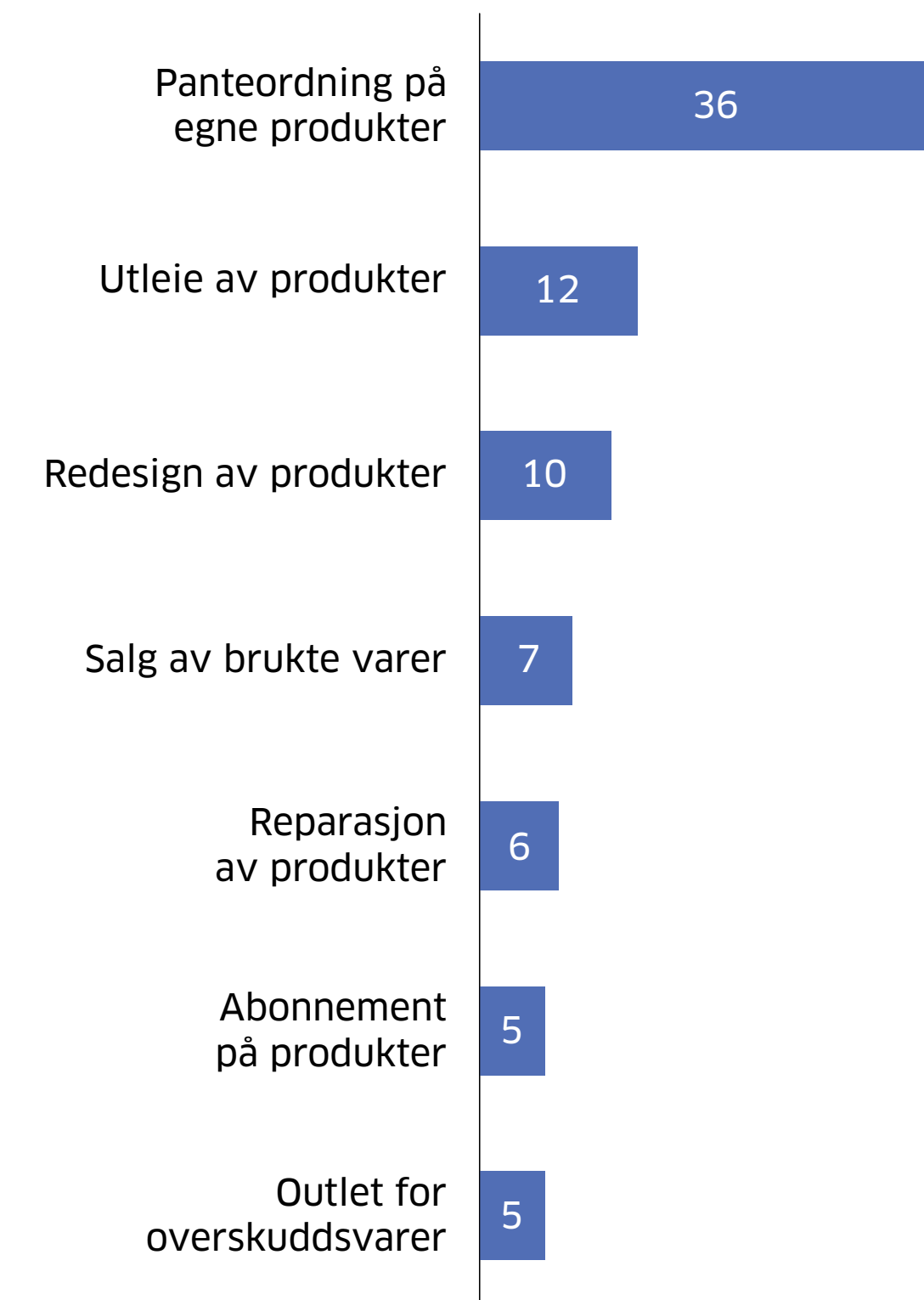
N = 190 Filter: Hvis man ikke tilbyr noen av tjeneste på forrige side
* Alternativene markert med * er kodet fra åpne svar

Bærekraft er også business

Foreløpig er andelen av årlig omsetning som kommer fra sirkulære tjenester svært lav blant virksomheter som i dag tilbyr noen av disse tjenestene. Hvordan kan grønnere forretningsmodeller bli mer lønnsomme? Det vil være en viktig utfordring å løse framover for at handels- og tjenestenæringen skal bidra til at Norge reduserer sine utslipp og når sine klimamål.



Figur 19 -Hvordan vil du anslå at deres årlige omsetning fordeler seg på følgende områder (i prosent)?



N = 44-152 Filter: Av de som oppgir at de tilbyr slike tjenester

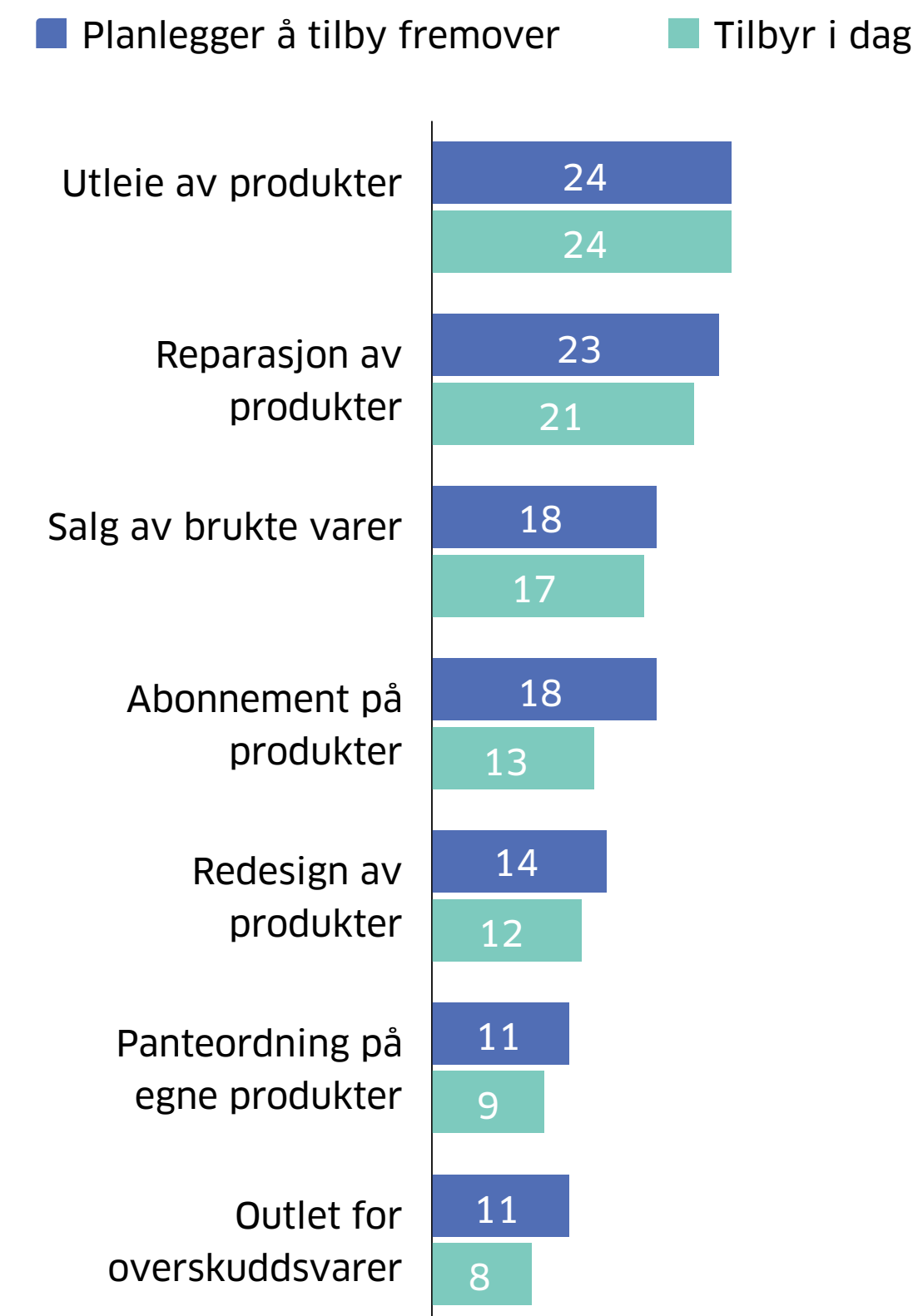
Vil flere tilby sirkulære tjenester i fremtiden?

Hvis flere av de etablerte virksomhetene skal utvikle nye forretningsområder som inkluderer sirkulære tjenester, må noe drastisk skje. Resultatene i undersøkelsen viser at det er få som ikke allerede tilbyr dette i dag, som planlegger å gjøre det i fremtiden.

Blant de sirkulære tjenestene som er mest populære i dag - utleie, reparasjon og salg av brukte varer - er det forventet ingen eller svært beskjeden økning i andel virksomheter som tilbyr dette framover.

Den sirkulære tjenesten som er forventet å øke mest sammenlignet med i dag, er abonnement på produkter. I dag tilbyr 13 % av virksomhetene abonnement på produkter. Den andelen er forventet å øke til 18 %. Økningen drives særlig av at flere virksomheter innen andre tjenesteytende næringer planlegger å satse på dette framover.

Figur 20 - Planlegger virksomheten din å tilby noen av følgende tjenester i fremtiden (i prosent)?



N = 648

Virke etterlyser samarbeid for økt sirkularitet

En mer sirkulær økonomi forutsetter mer dialog og mer samarbeid i hele verdikjeden. Så mye som 80 prosent av klima og miljøavtrykket til produkter bestemmes i designfasen. Hvordan produkter designes er også avgjørende for at de skal få lengre varighet, lettere kunne repareres eller demonteres for å gjenvinnes.

Gjennom samarbeid i innkjøpsprosessen kan virksomheter bruke innkjøpsmakt til å stille krav om økt andel resirkulert materiale eller reduksjon av unødvendig emballasje. Å følge produktet fra fabrikk og ut til kunde kan by på nye forretningsmuligheter, hvor verdiskapingen ikke bare skjer gjennom salgsprosessen, men gjennom vedlikehold, reservedeler eller tilpasning. Muligheten for verdiskaping innen sirkulære tjenester finnes for de som er villig til å utforske de.

Innkjøpere kan stille krav om økt bruk av resirkulert materiale i varer de får fra sine leverandører. Å tilby kunder tjenester som forlenger levetiden til varene de kjøper, som reparasjon eller tilpasning, kan gi verdi for både kunde og for den som selger produktet og tjenestene. Det krever at virksomheten har reservedeler og kompetansen som trengs for å tilby vedlikehold.



Løsningen er et handlingsprogram for handels- og tjenestenæringen

Klimaarbeidet i Norge har pågått over lang tid, og har siden starten av 2000-tallet hatt egne Stortingsmeldinger. Sirkulærstrategien som regjeringen la frem i 2021, er i motsetning til klimaarbeidet, den første helhetlige planen for sirkulærarbeidet i Norge. Den nye regjeringen har varslet at de vil følge opp sirkulærarbeidet med en handlingsplan – som vil være et mye mer forpliktende dokument enn en strategi. På sirkulærområdet er det, slik det har vært på klimaområdet, behov for kunnskap og data for å kunne utvikle god politikk.

Virke mener derfor at en del av handlingsplanen må være et sirkulærprogram for tjenesteytende, forbruksrelatert næring i Norge. Programmet skal bidra til å øke takten i omstillingsarbeidet, gjennom kunnskapsutvikling, og styrke samarbeidet på tvers av verdikjeder, særlig mellom næringsliv og akademia, og arbeide for å løse konkrete barrierer næringslivet møter.

Noen viktige områder vil være:

- Logistikk
- Design for sirkularitet
- Bærekraftige innkjøp og kartlegging av indirekte utslipp
- Digitalisering som verktøy for bærekraft
- Statistikk og måling av sirkularitet

Et slikt programs viktigste formål vil være å ligge i forkant av de reguleringene som kommer i EUs sirkulærstrategi. Klarer norsk næringsliv å ligge i forkant kan det bety viktige muligheter for økt verdiskaping og sysselsetting, samtidig som vi reduserer utslipp og avfall. Programmet skal også styrke samarbeidet mellom virksomheter og kunnskapsmiljøer.

Hvordan jobber Virke med bærekraft?

Virkes prioritering av bærekraft, klima og miljø speiler medlemmenes engasjement og arbeid. Vår visjon er «Sammen for en bærekraftig verdiskaping». En forutsetning for å nå visjonen er at vi lykkes med å kombinere lønnsomhet og bærekraft. Som hovedorganisasjon for rundt 25 000 norske virksomheter skal vi utfordre både medlemmer og beslutningstakere. Vi vil jobbe for at rammevilkår legger til rette for lønnsom omstilling. Virke har delt sitt bærekraftsarbeid inn i tre områder:

- Forberede medlemmene på fremtiden: Vi skal bidra med kompetanse og rådgiving, innsikt i pågående prosesser, kurs og bransjeanalyser.
- Gjennomslag og omdømme: Vi arbeider for rammevilkår som legger til rette for bærekraftig omstilling og synliggjøring av arbeidet som blir gjort i handels- og tjenestenæringen.
- Rydde i eget hus: Vi skal redusere utslipp og miljøavtrykk fra Virkes egen drift.

Stortingets klimaforlik og EUs Green Deal legger en rekke føringer for norsk næringsliv. Klimaforliket setter klare mål for klimakutt fra transportsektoren, og EU Circular Economy Action Plan kommer med en rekke direktiver som skal bidra til å redusere presset på natur, blant annet gjennom mindre bruk og kast. Det stilles større krav til rapportering, særlig fra større virksomheter. Virke holder seg oppdatert på gjeldende og kommende reguleringer for å veilede egne medlemmer.

Vi har jevnlig dialog med myndigheter og andre aktører på miljøområdet og formidler trender, teknologisk utvikling og hva som rører seg i andre land. Følg gjerne med på våre nettsider for informasjon om kurs og arrangementer, eller skriv deg opp på vår e-postliste om bærekraft.

Vil du vite mer?

Besøk oss for mer informasjon om Virkes arbeid med bærekraft og for å melde deg på nyhetsbrevet vårt.



Ditt spor mot bærekraft

Du vet du må gjøre noe på bærekraft, men vet ikke hvordan?

Ved å ta i bruk Virkes digitale verktøy kommer du i gang med bærekraftsarbeidet uten at det koster noe annet enn innsatsen.

Sluttresultatet er en skreddersydd bærekraftplan for din virksomhet. Med den står du godt rustet i møte med fremtiden.

Les mer og kom i gang! www.virke.no/dittspor

 **DITT SPOR**

Verktøyet er utviklet med støtte fra Klima- og miljødepartementet.



Referanser

Circularity Gap Report Norway, 2020.
<https://www.circularity-gap.world/norway>

Deloitte 2020. Kunnskapsgrunnlag for nasjonal strategi for sirkulær økonomi. Delutredning 1 – Potensial for økt sirkularitet.
https://www.regjeringen.no/contentassets/7ca1a81f57cc4611a193570e80c4dafd/deloitte_kunnskapsgrunnlag-sirkular-okonomi_potensialer.pdf

Meld. St. 22 (2018–2019)
<https://www.regjeringen.no/contentassets/2d7006f67c374cbdab5d4d6ba7198ebd/no/pdfs/stm201820190022000dddpdfs.pdf>

Nasjonal transportplan 2022–2033 (NTP), Meld. St. 20 (2020–2021).
<https://www.regjeringen.no/contentassets/fab417af0b8e4b5694591450f7dc6969/no/pdfs/stm202020210020000dddpdfs.pdf>

Nibio, 2019.
<https://www.miljodirektoratet.no/globalassets/publikasjoner/m1495/m1495.pdf>

SINTEF 2020. Potensial- og barrierestudie: Energitjenester i næringsbygg.
<https://hdl.handle.net/11250/2754143>

SSB, 2019.
<https://www.ssb.no/natur-og-miljo/artikler-og-publikasjoner/transport-star-for-30-prosent-av-klimautslippene-i-norge>

VIRKE

virke.no