

MASTEROPPGAVE

Emnekode:
BE335E

Navn på kandidat:
Marius A. Moe

H.I. Giørtz Sønner AS tar ansvaret for
miljøet lokalt og sentralt!

MBA Økologisk Økonomi

Dato:20.05.2016

Totalt antall sider: 66

Sammendrag

I denne oppgaven har jeg valgt å fokusere på min egen arbeidsplass der jeg har fokusert på bedriften sitt bidrag til miljøet og samfunnet. Jeg har fokusert på bedriften sitt arbeid fra starten i miljøarbeidet frem til i dag.

Firmaet jeg jobber i har stor påvirkning på miljøet ved sitt arbeid i form av mengden avfall vi produserer og slipper ut, og hadde ikke bedriften selv tatt i et tak ville ikke man ha bidratt til å redusere sitt fotavtrykk i samfunnet. Jeg har videre i oppgaven gjort rede for H.I.Giørtz Sønner AS (HIG) og deres virkninger på samfunnet lokalt og nasjonalt der jeg har sett på utfordringene som har vært og fortsatt er for å klare å gjennomføre tiltak innad i organisasjonen. Og jeg mener denne oppgaven gir en god vinkling på problemet næringsdrivende kan ha ved å bruke ekstra tid og penger for å jobbe mot en tankegang som omhandler økologisk økonomi.

Jeg kommer til å bruke teori og modeller som er en del av den økologiske økonomien der kretsløpøkonomien og bunnlinjene har fått god innpass. Dette for å vise til hvor viktig kunnskapen og forståelsen for arbeidet er og sette alt sammen i system for å få alle til å jobbe i samme retning mot å nå felles mål. Jeg prøver å skille mellom de forskjellige bunnlinjene og vise til hvordan bedriften har løst sitt arbeid og om de er innenfor tankegangen på økologisk økonomi og bærekraftig utvikling eller ikke.

I tillegg til å beskrive teorien innenfor kretsløp og bunnlinjene har jeg gått noe mer i dybden på hva det betyr å ta samfunnsansvar og hvordan ledelsen bør være organisert. Og jeg går også noe inn på tre forskjellige grupper som viser til befolkningen i Norge sin påvirkning på miljøet; herunder utslipp, avfall og forbruk.

Det er valgt ut fire forskjellige aktører som har en form for tilknytting til hverandre ved å enten være en del av hverandre eller har et tett samarbeid i forhold til leveranse av løsninger til hverandre for at den ene eller andre skal kunne fungere. Bedriftene og personene som er utvalgt har ledende funksjoner på sitt område og skal være godt stilt til å god oversikt og kontroll på arbeidet på dette området innenfor deres fagfelt. Samtlige har bidratt i form av et kvalitativt intervju og informasjonen videre er brukt i oppgaveoppbyggingen. Har også måttet supplert i ettertid fra deres nettsider informasjon om selve firmaet.

Jeg har etter beste evne prøvd å finne ut om hvorfor de mener arbeidet som gjøres er så viktig å gjennomføre og jobbet etter å finne fellesnevnerne på utfordringer alle har. Føler jeg konkluderer med å finne utfordringen i forhold til arbeidet med å få flere til å ta ansvar og hva som kreves for å la dette skje.

Forord

Denne oppgaven og prosessen har vært lang og lærerik og jeg vil gjerne takke flere av dem som har hjulpet meg på veien i denne oppgaven.

Takk til bedriftene og personene som har stilt opp i oppgaven min. Hadde jeg ikke fått den informasjonen jeg fikk fra dere ville ikke denne oppgaven hatt samme tyngde som den har i dag. Jeg må også rette en ekstra takk til arbeidsplassen min som har gitt meg lov til å bruke materialer for å underbygge mine funn.

Ønsker å takke faglærerne mine ved senter for Økologisk Økonomi som har hatt god opplæring og engasjement i faget sitt i første del av utdanningen.

Må også få takke klassen som jeg har lært mye nytt ifra etter at jeg startet på kurset som jeg fortsatt har kontakt med og kan spørre om råd ved behov.

Takk for hjelpen!

Innhold

Oversikt: figurer og tabeller	7
Innledning.....	8
Aktualisering	8
Formål	9
Problemstilling	10
Avgrensing	10
Teori	11
Økologisk økonomi og Kretsløpsøkonomi	11
Bunnlinjene	13
Samfunnsansvar	14
Ledelsen	16
Miljøpåvirkninger fra Norge	17
Utslipp	17
Avfall.....	17
Forbruk	18
Metode.....	20
Forskningsdesign.....	20
Metodologi	21
Datainnhentingsmetode	22
Utvalg	23
Analysen.....	24
Kategorier, fordeling og sammenheng	24
Validitet.....	25
Vurdering	26
Analyse.....	27
Presentasjoner.....	27
Knut Aaland og ASKO – Konsernet (respondent).....	27
Per Harald Aarseth og Scania – Samarbeidspartneren (informant).	32
Egil Giørtz, Torbjørn Krogen og H.I.Giørtz Sønner AS – Regionslageret (respondenter)	37
Leon Aurdal og Sula kommune – lokalsamfunnet (informant)	41
Drøfting	45
Hvordan påvirker vi?.....	45
2008-2014.....	46
2015-2020.....	49
Hjelpemiddel	51
Samarbeid og utfordringer	52
Leiing	52
Ansvar	53
Kostnader	53
Hvordan bidra?.....	55
Konklusjon	57
Svar på problemstillingen.....	57
Refleksjoner og videre studier.....	58
Litteraturliste	59
Nettside.....	60
Vedlegg	61
Vedlegg 1 – Intervjuguide.....	61
Vedlegg 2 – Eksempel på intervju	63

Knut Aaland og ASKO	63
---------------------------	----

Oversikt: figurer og tabeller

Figur 1 Kretsløpøkonomi	12
Figur 2 Den tredelte bunnlinjen:	14
Figur 3 CO2 fordelt på kilder i Norge	17
Figur 4 Avfall og gjenvinning Norge 1995 - 2013.....	18
Figur 5 Forbruksoversikt per husholdning for Norge i 2012	19
Tabell 1 Oversikt på tiltak med mål, frist og gjennomført for HIG fra 2008 - 2014 _____	47
Tabell 2 Energiforbruk hig pr.m2 fra 2008 - 2014 _____	48
Tabell 3 Forbruksendring energi 2008 – 2014. _____	48
Tabell 4 Utslipp kg Co2 pr. M3 transportert _____	50

Innledning

Aktualisering

Næringslivet opererer i hovedsak med et ønske; å være en del av markedet som skaper eller produserer tjenester og produkter for å styrke bedriftens navn, posisjon og økonomi nasjonalt og internasjonalt. Dette ønsket er med på å gi arbeid til mange mennesker i verden samtidig som det skaper en konkurranse mellom bedrifter. Konkurranse er positivt i form av ny kunnskap, teknologi og utvikling, men også negativt i form av korrupsjon, forurensing og dårlige arbeidsforhold. Noen aktører i næringslivet tar mer ansvar enn andre og viser vilje og interesse for å bedre trendene som utvikler seg globalt; store mengder utslipp på grunn av «bruk og kast mentaliteten», nye metoder for å utvinne råmaterialer og en truende økonomi som har store svingninger på markedet. NorgesGruppen (NG) er en bedrift som arbeider for å øke den økonomiske gevinsten som en del av denne virksomheten finner vi Engros virksomheten ASKO og H.I.Giørtz Sønner AS (HIG) som lever av å forsyne forbrukere i Norge med mat og husholdningsprodukter (detaljhandel). Mat er en nødvendighet som vi mennesker ikke kan komme oss unna og de store Grossistene som Coop, Rema og NorgesGruppen utvikler og utvider sitt sortiment og leveranseområde årlig for å kapre kundene fra hverandre og kan til tider driver skittent spill for å skvise ut andre konkurrenter.

Grossistnæringen er med på å forsyne Norge med mat og her er det store penger å hente. NorgesGruppen hadde i 2015 en driftsinntekt på nærmere 76 milliarder NOK og med det store verdier som man ikke ønsker å gi tapt til konkurrentene. Det krever en utvikling og variasjon i tilbudet til forbrukerne på varer som er lett tilgjengelig for de som bor i byer og på landet. Man har i den senere tid sett at forbrukerne blir mye mer bevisst på hva det er de kjøper, hvor den billigste maten selges og om innholdet stemmer overens med det som informeres ut til kundene. Her har flere organ vist interesse i den senere tiden på å kontrollere næringens feilmerking av varer og en mye tettere oppfølging fra leverandør, grossist og butikk. For å kunne levere over hele Norge og samtidig være konkurransedyktig stiller det store utfordringer til logistikken, herunder markedsføring, lagerfasiliteter, transport fra leverandører og videre ut til kundene. Denne logistikken har et tydelig fotavtrykk på miljøet som NG, ASKO og HIG ønsker å bidra til å redusere sine utslipp til miljøet.

Formål

Jeg har valgt dette temaet på bakgrunn av at jeg i dag jobber hos H.I.GIØRTZ SØNNER AS (HIG) som er delvis eid av ASKO. Bedriften har en del utfordringer rettet mot miljøet. Min jobb som Kvalitetsleder er å ha kontroll på kvaliteten, HMS arbeid, Security og miljø. Det betyr at jeg skal utvikle bedriften til å levere sikker mat ut til kundene samtidig som vi forbedrer vår leveringspresisjon, tar vare på miljøet, har en sikker arbeidsplass å gå til og er konkurransedyktig sammenlignet med aktører i distriktet. Jeg har jobbet hos HIG i overkant av ett år og ser allerede nå hvor mye bra som blir gjort for å redusere våre utslipp og hvordan vi utvikler oss som leverandør. Det er kontinuerlig jobbing der det er mengder med utfordringer lokalt, men også sentralt med regjering, storting og andre etater som kommer med nye føringer og retningslinjer som til tider er umulig å oppnå. Til tider lurer man på hvorfor ASKO og HIG orker å engasjere seg på dette området når man ser hvor enkelt det kan gjøres ved å kjøpe seg klimakvoter for å holde seg innenfor det som er «lovlig». Dette bekymrer meg litt med tanke på hvor langt en bedrift er villig til å gå før man finner ut at det ikke fører noen vei videre. For en bedrift kan ikke stå alene med å innføre forskjellige tiltak eller utbedre sine metoder. Det å være miljøbevisst har ikke en økonomisk gevinst over tid, og et miljøfokus kan gi bedriften så store problemer at store deler av det arbeidet som har blitt gjort går tapt. Regjeringen må inn på banen og legge til rette for de som ønsker å bedre sitt arbeid opp mot miljøet og med det så mener jeg at avgifter må fjernes, båttrafikk, jernbane og veinett må utbedres slik at distribusjonen fortsetter med en positiv utvikling slik som ASKO/HIG har startet. I tillegg bør kanskje Standarder som ISO 14001 være krav til alle som har en form for virksomhet som påfører miljøet mer skade enn nødvendig.

HIG har vært inne i en planleggingsfase for hva bedriften skal gjøre for å bedre og utvikle sine miljøplaner og med det kartlegge hvilke tiltak som er fornuftig å jobbe med frem mot 2020. Med det som forutsetning er det fire områder som skiller seg ut til videre arbeid i kartleggingen; energi, utslipp av CO₂, avfallshåndtering og lokal påvirkning på miljøet. I tillegg til disse fire områdene håper jeg at denne oppgaven kan synliggjøre noen av utfordringene bedriftene har uten særlig støtte fra staten, hvilke kostnader det medfører miljøtsatsing og hvordan dette vanskeliggjør arbeidet med å skape en miljøbevisst bedrift.

Problemstilling

Hvordan arbeider H.I. GIØRTZ SØNNER AS med å forbedre og utvikle sitt miljøarbeid?

- Hvor store miljøutslipp påfører vi i dag?
- Hvilken påvirkningskraft har HIG til lokalsamfunnet?
- Hvordan vil effekten bli på de nye tiltakene?
- Hvor viktig er dette arbeidet?

Avgrensing

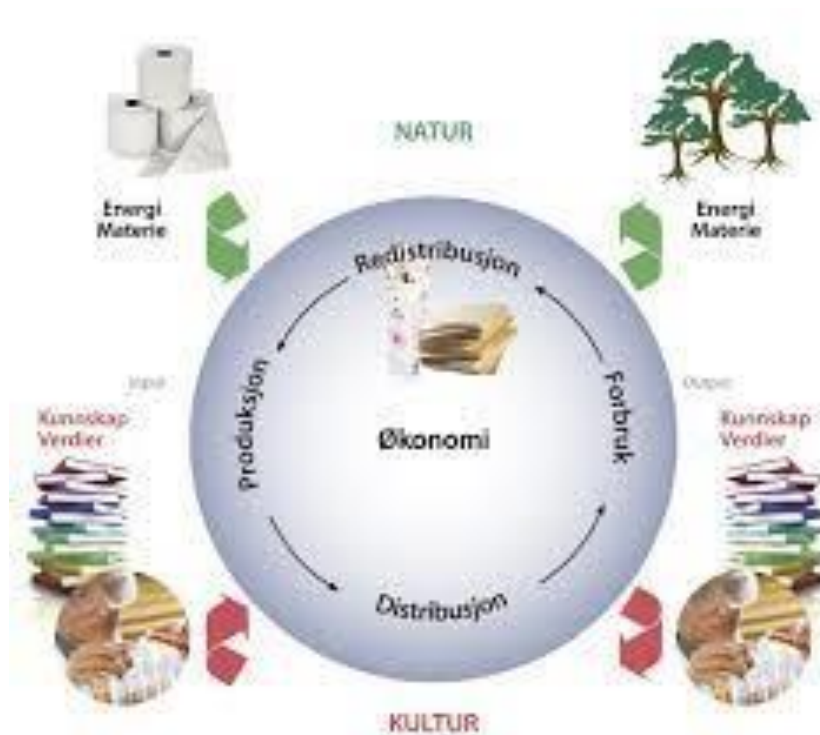
Hvordan ASKO og HIG arbeider med å utvikle sitt miljøarbeid kan svares vidt, men med de fire forskningsspørsmålene snevres oppgaven inn og oppgaven konkretiseres bedre. Med lokalsamfunnet ønsker jeg å fokusere på miljøtiltak som finnes i nærkommunene i Møre og Romsdal som HIG leverer varer til i dag og hvilke ansvar HIG har overfor dette spørsmålet. Jeg kommer ikke til å se på utfordringer knyttet til sentral påvirkning utover de nasjonale direktivene vi har å forholde oss til. I denne oppgaven ønsker jeg derimot å studere problematikk rundt det økonomiske-, kulturelle- og naturansvaret organisasjonen har overfor samfunnet lokalt og nasjonalt. HIG er en av Sunnmøres største bedrifter, og er med det en synlig bedrift som mindre aktører ser opp til. Jeg har derfor kontaktet ledelsen, samarbeidspartnere, nøkkelpersonell i ASKO og kommunen som HIG er knyttet til i undersøkelsen.

Teori

Økologisk økonomi og Kretsløpsøkonomi

Økologisk økonomi bygger på kjennskap til naturen og at de økologiske sammenhengene er livsgrunnlaget vårt. I dagens økonomisystem er utfordringene basert på evig vekst, noe det ikke er mulig å gjennomføre når kloden er konstant og naturressursene ikke har tid til å bli fornyet. Fortsetter bruken av naturens råvarer i samme tempo, vil det etter hvert bli mangel på naturlige verdier, og det bør ikke gå på bekostning av økonomiske verdier. Økologisk økonomi bidrar til en forståelse av hvordan økologi og bærekraftig utvikling henger sammen slik at det er mulig å være i forkant av miljøproblemene og redusere den økende bruken av naturens ressurser.

Tyskland hadde manglende ressurstilgang og mengder av avfall oppsto fra befolkningen. Det gav de tyske politikerne og næringslivet muligheten til å tenke annerledes og kretsløpsøkonomien tankegang kom mer til rette. Konseptet baserer seg på redistribusjon av allerede utviklede produkter og tjenester. Med det mener vi gjenbruk, gjenvinning og energiutvinning av ressursene slik at de blir utnyttet maksimalt. En slik maksimalutnyttelse kan vises ved at bedrifters utslipp kan bli andres råvarer. På denne måten senker man forbruket på fornybare- og ikke fornybare naturressurser samtidig som man minker avfallsutslipp i naturen. For at kretsløpsøkonomien skal fungere i praksis, må bedriftene som en del av et stort nettverk ikke bare fokusere på egen økonomisk vinning og konkurranse. De må også fokusere på å få et mer helhetlig bilde av verden og hvordan miljøet i større grad kan spares. Lykkes bedriftene med dette, vil de kunne bidra til å skape en bærekraftig utvikling.



Figur 1 Kretsløpsøkonomi

Tre faktorer danner et godt utgangspunkt for å hjelpe bedriftene med å etablere en slik tankegang. Den første er lovpålagte endringer som enten staten eller bedriftene selv pålegger seg. Hvordan bedriften velger å håndtere denne utfordringen er vanskelig å styre, men å tenke mer kreativt og finne nye løsninger for å bedre sin virksomhet er viktige momenter i denne sammenhengen. Den andre faktoren er etablering av et marked. For at bedriftene skal endre virksomhet må det skapes et marked for næringslivet slik at de får spillerom og muligheten til å utvikle økonomiske og brukervennlige produkter. Den tredje faktoren er etikk og etiske retningslinjer knyttet til bruk av ressurser. Om konsumentene, markedet, ikke tar stilling til problemet vil ikke utviklingen få fotfeste (Ingebrigtsen og Jakobsen 2007).

Det er utviklet en modell for å eksemplifisere tankegangen rundt kretsløpsøkonomi og den viser en praktisk framstilling av forståelsen av økologisk økonomi. Naturens økosystem er modellens forbilde, og målet er å utnytte all nødvendig ressurs maksimalt. Kretsløpsmodellen skal fungere på samme måte som naturens kretsløp. En produsert vare skal som i naturen ha et livsløp der det aldri blir omgjort til avfall, men ha en nytte til produktet er gjenbrukt eller fornyet. Det vil gi oss ny kunnskap om hvordan produkter skal utvikles samtidig som materien benyttes i en mye større grad opp mot nødvendighet og ikke hva som er ønskelig.

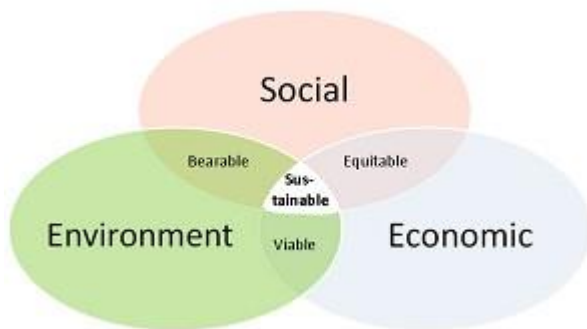
Bunnlinjene

Begrepet *den tredelte bunnlinjen* brukes i sammenheng mellom økonomi, miljø og sosialt ansvar for å undersøke bedriftenes ønske til å opparbeide seg en troverdig, åpen og langsiktig profil. Lønnsom drift skal være forenelig med effekter til miljøet og det sosiale, og minimere negative konsekvenser. Tidligere var den økonomiske profitten viktigst, og slik er det nok mange steder fremdeles. Tankegangen har likevel omsider endret seg og den tredelte bunnlinjen har blitt mer innrullert i bedriftenes tankegang.

Den økonomiske og tradisjonelle bunnlinjen skal vise til resultat opp mot virksomhetens aktiviteter der det økonomiske aspektet er en viktig grunnpilar for at virksomheten kan drifte videre og utvikle nye ideer og metoder for sin aktivitet. I vår verden er det enten en privat eller offentlig virksomhet som ikke kan basere seg på å gå i underskudd over lengre tid og har behov for økonomisk gevinst for stadig drift.

Den sosiale bunnlinjen beskriver virksomhetens påvirkninger på sine interessenter eller konsumenter sosialt. Det omfatter gjerne informasjon om de ansattes lønn og arbeidsforhold, hvordan helse, miljø og sikkerheten (HMS) følges opp og hvordan fordelingen er mellom kjønn og etnisk bakgrunn blant de ansatte og i ledelsen. Er virksomheten lagt til utlandet bør informasjon om minstelønn, barnearbeid og korrupsjon vektlegges.

Den siste og tredje bunnlinjen handler om rapportering og forståelse av virksomhetens innvirkning på miljøet (luft, bakke, vann og økosystem). Det innbefatter gjerne forbruk av råvare, energi og ressurser. I tillegg fremvises det informasjon om transport og produksjonsutslipp til vann og luft, og hvordan virksomheten behandler avfall og om noe er av miljøfarlig karakter. Rapportering fra bedriftene gir en fornemmelse om hvor mye utslipp som genereres og påvirker miljøet og kontrollere innsatsen til bedriftene for hvordan de ønsker å bedre situasjonen i samfunnet (Olsen og Syse 2013, Nystad 2014).



Figur 2 Den tredelte bunnlinjen: De fire små klammene inni viser utholdelig (sosial/miljø), rettferdig (sosial/økonomi), levedyktig (miljø/økonomi) og bærekraftig (midtpunktet). Bærekraften menes da en utvikling som muliggjør den økonomiske aktiviteten samtidig

Poenget med figuren er å illustrere at vi ønsker en utvikling som kan være rettferdig, levedyktig og utholdelig og med det få en bærekraftig verden. Er det ikke samspill mellom disse dimensjonene, vil ikke verden være bæredyktig og vi er med på å minske mulighetene til de neste generasjonene. Det er derfor viktig at næringslivet tar ansvar for å redusere denne faren (Olsen og Syse 2013, Nystad 2014).

Samfunnsansvar

Ordet ansvarlig brukes ofte i forretningsetikken når vi snakker om et nærings- og forretningsliv som tar etikken på alvor. Begrepet ansvar er ganske vidt og komplisert, men enkelt oversatt betyr det å ta eller ha ansvar for noe, og stå til rette for det som har blitt gjort og kunne svare for hvorfor det ble gjort slik (Olsen og Syse 2013).

Videre ser man på hva bedriftenes samfunnsansvar eller Corporate Social Responsibility (CSR – begrepet) kan være, og her er det forskjellig fra land til land hvordan de definerer ordet. Den grunnleggende betydningen er at bedriftenes valg og handlinger må kunne forsvares på en eller annen måte, og i dette tilfellet er det samfunnet rundt som blir påvirket av valg bedriften tar (Olsen og Syse 2013:95).

På en annen måte kan man se på samfunnsansvaret som et mål for å utvikle bedriftens kunnskap og endre interessen om å bidra med en bærekraftig utvikling i naturen. Tidligere var det ikke like mange lover og regler om at bedriftene skulle ha et bærekraftig ansvar, og man baserte seg på frivillighet i bedriften for å ta vare på samfunnet rundt seg. Nå forventer og krever man i større grad at næringsvirksomheten følger og forholder seg til lovene og direktivene som er gjeldende i de landene man opererer i slik at de lokale, regionale og globale økosystemene blir tatt vare på.

Utviklingen er heldigvis at bedriftene tar mer og mer ansvar i samfunnet, og dette kan ha flere årsaker. Den mest åpenlyse er økt kunnskap om hva bedriftenes virke gjør med omgivelsene rundt seg. Denne informasjonen om bedriftenes virksomhet når raskt ut gjennom media og kan gi en negativ omtale og videre et økonomisk tap. Bedriftenes samarbeidspartnere og kunder føler at de må ta mer ansvar i samfunnet og det tvinger delvis bedriftene til å gjøre det samme (Nystad 2014).

For at næringslivet skal kunne hjelpes med utviklingen samarbeider nasjonene seg imellom og har utarbeidet flere standarder innenfor internasjonalt samarbeid og handel. Denne organisasjonen kalles International Organization for Standardization (ISO) og i Norge heter det «Norsk Standard» som arbeider med standardiseringsbyråer i utlandet. En av standardene som er utviklet er ISO 26000 som skal gi bedriftene veiledning på hvordan samfunnsansvar kan implementeres.

ISO 26000 definerer samfunnsansvaret slik:

Ansvar en organisasjon har for virkningene som dens beslutninger og handlinger har på samfunnet og omgivelsene, og som utøves gjennom gjennomiktig og etisk atferd som

- *bidrar til bærekraftig utvikling, også med hensyn til helse og miljø;*
- *er i overensstemmelse med relevante lover og i samsvar med internasjonale normer for god forretningsdrift;*
- *tar hensyn til forventninger til og behov hos dem som berøres (interessenter); og*
- *er integrert gjennom hele organisasjonen og praktisert overfor dens forbindelser (NS-ISO 26000: 4).*

Teksten kan tydes deretter at bedriften uansett hva de måtte velge har et samfunnsansvar som ikke skal baseres på frivillighet, men som en forventning til å ta ansvar for sine handlinger. ISO – standarden utgjør ikke et lovverk, men flere nasjoner benytter seg av standardene og implementerer disse inn i sine egne lover og direktiver. Det er her viktig å merke seg at ISO 26000 ikke bare forholder seg til næringslivet, men også andre former for organisasjoner; frivillige organisasjoner og offentlige organer og virksomheter som har aktiviteter der man berører samfunnet rundt seg i en eller annen grad og må følge samme regelverk som organiserte bedrifter må gjøre. For å være sikrere på at samfunnsansvaret blir tatt på alvor fra de forskjellige organisasjonene, er viljen i tillegg til kunnskapen viktig å få integrert innad i organisasjonen - både i de langsiktige og daglige samfunns- og miljømessige forholdene.

Det er dessuten helt nødvendig å kjenne til hvilke etiske normer og verdier som er gjeldende i markedet bedriftene opererer i. Dette vil føre til økt bevissthet for bedriftens posisjon i samfunnet (Olsen og Syse 2013, Nystad 2014).

Ledelsen

I bedriften vil ansvaret oftest være fordelt mellom interne og eksterne aktører. Interne aktører vil være styret, avdelingsledere og arbeidstakere og eksterne aktører vil være myndighetene og eierne av selskapet. Alle som jobber innenfor næringslivet har en eller annen form for ansvar for sine handlinger. Noen tar litt mer ansvar enn andre og gir ofte positive virkninger til samfunnet.

Imidlertid finnes det bedrifter som ikke har like god organisasjonsstruktur, og disse vil sannsynligvis påvirke samfunnet mer negativt enn de velstrukturerte bedriftene. Problemet kan være mangel på fordeling av arbeidsoppgavene og dermed ansvarsfraskrivelse på de forskjellige arbeidsstasjonene. Bedriftens eiere sitter på hovedansvaret og skal være med å bestemme hvordan strukturen skal bygges opp for å ha en best mulig fordeling av oppgavene lenger ned i virksomheten, og hvem som skal gjøre det. Det gir bedriften bedre kontroll og ansvaret fordeles bedre utover blant de ansatte. Det kan likevel være vanskelig å definere skikkelig hvem som har eierskapet til en bedrift i dag. Produksjonen av varene kan befinne seg i et annet land enn der ledelsen og eieren har sitt hovedsete. Det kan være flere eiere i et firma og firmaene eies ofte av flere land samtidig.

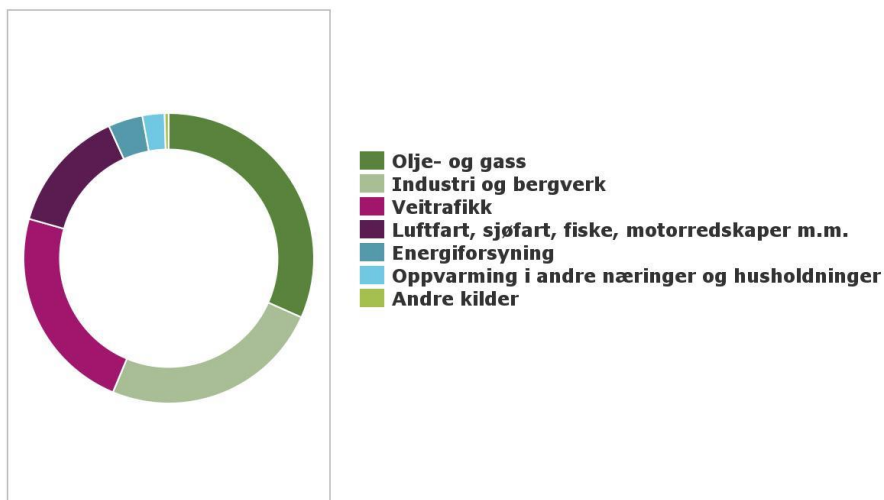
Selv om det er en eller flere eiere, vil det som oftest sitte en leder som har en form for ansvar for at bedriften fungerer. Påvirkningen eierne har kan være mange, og i samsvar med de som skal styre bedriften kan man komme fram til hvilke langsiktige og strategiske hensyn bedriften skal fokusere på. Dette vil være med på å gi mindre miljømessige og sosiale problemer så vel som dårlig selskapsstyring som er med på å true lønnsomheten på sikt. Dette menes ofte som ESG-spørsmål («Environmental, Social and Governance issues»). God selskapsstyring (good corporate governance) er med på å sikre eiendelene og investeringene i selskapet, er viktig for flesteparten av eierne, men det vil også ha en positiv innvirkning på de ansatte og samfunnet (Olsen og Syse 2013).

Miljøpåvirkninger fra Norge

Utslipp

Disse tre områdene hører man mye om i forhold til å bidra for en sunnere klode å leve på og være sikker på at de neste generasjonene har noe å leve på og av. Vi er storforbrukere av råvarer jorden gir oss, men det viser seg at utviklingen som har vært frem til nå og fortsatt er i utvikling vil påføre naturen og dens beboere utfordringer om noe ikke gjøres. Co2 er regnet som en av de viktigste klimagassene i Norge og Globalt. Dette fordi gassen er menneskeskapt og i omtrent alt vi gjør i dag slipper vi ut Co2 som er med på en stadig endring i klimaet; og det er ikke på en positiv måte. Norge har et totalutslipp på over 80 prosent i forhold til sine utslipp som er mye for et land som har store ressurser i vannkraften. Det synes mest ved forbrenning av oljeprodukter, gass og kull som Norge har gjort seg avhengig av etter over 40 års produksjon i Nordsjøen, men også fordi vi bor i et land som krever veldig mye transport på grunn av den geografiske oppbyggingen.

Utslipp av CO2 fordelt på kilde



Kilde: Statistisk sentralbyrå (SSB) NLOD

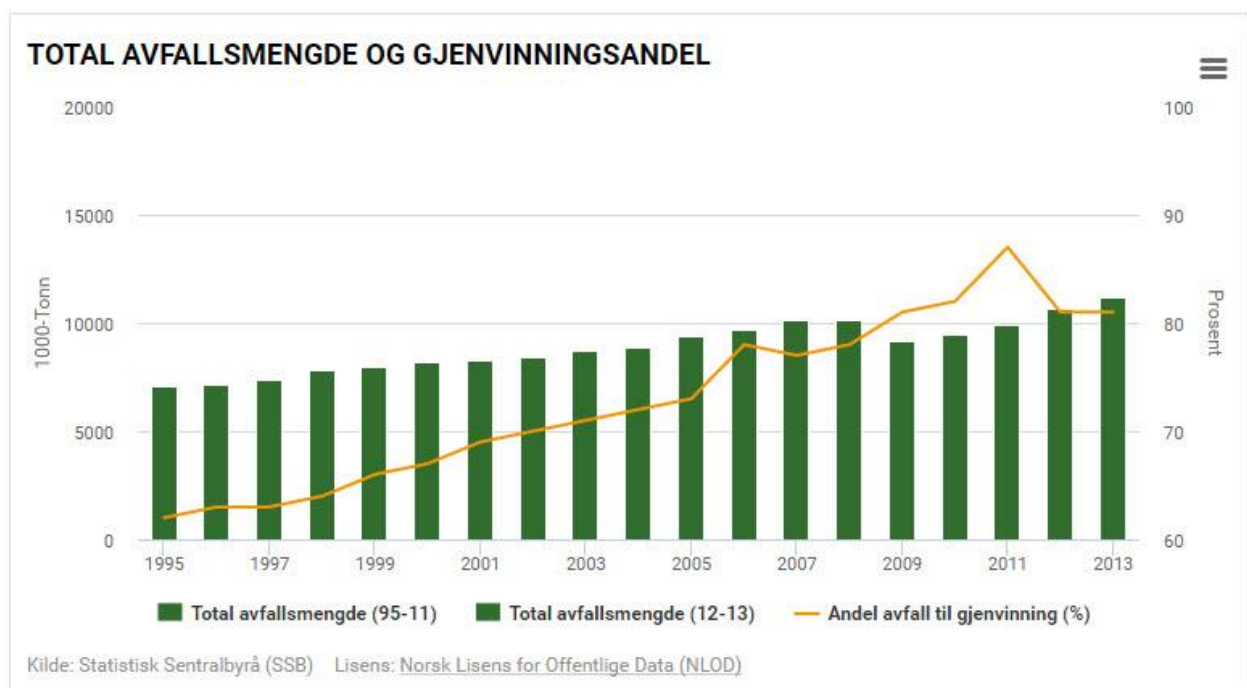
Figur 3 CO2 fordelt på kilder i Norge

Avfall

Norge har som alle andre land store mengder avfall og har økt i mengde de siste trede årene. Tidligere var det store fyllinger i flere kommuner der alt avfallet uten sortering ble kastet, men har i mye større grad den siste tiden blitt kildesortert. Både hos industrien og husholdningen. Det største avfallet kommer fra industrien, men har hatt en reduksjon de siste årene og har nesten blitt tatt igjen av husholdningene. Det kan forklares ved at kjøpekraften har vært sterk de siste årene og tilbud fra markedet mer og mer har ført til en mer bruk og kast

tankegang i staden for bruk og gjenbruk. Norges befolkning og næringsmiddelindustri er allikevel flinke til å kildesortere og det har mye med at kommunene blir stilt krav til å gi sine beboere muligheter til å avhende sitt avfall og med det komme opp med løsninger innad i kommunegrensene eller ha interkommunale løsninger. Næringsdrivende har eget ansvar på å avhende sitt avfall og flere av avfallstypene får man betalt for å bli kvitt istedenfor å måtte betale for å kvitte seg med det. Det betyr at flere aktører har startet opp; kommunale som private firma for å få tak i de ressursene som ligger i avfallet. Plast kan gjenbrukes til plastsekker. Melkekartonger til ny papp og metall til nye gjenstander.

I tillegg til avfall som man får betalt for er det enkelte materialer som det er farlig å ikke ha kontroll på som staten pålegger alle å levere inn igjen for forsvarlig avhending. Her er Norge i førersetet der hele 97 prosent av farlig avfall som forbrukes levere inn igjen til rette instanser for videre handtering (Avfall, 2015).

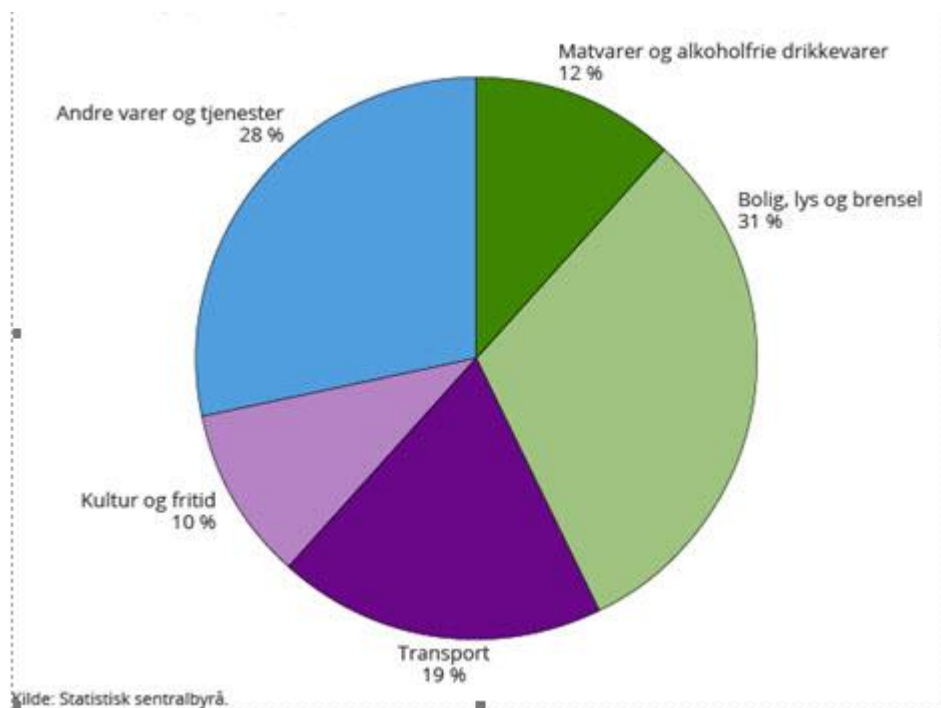


Figur 4 Avfall og gjenvinning Norge 1995 - 2013

Forbruk

Et land som har god inntekt og fri tilgang på all nymotens varianter fører til et økt forbruk utover det som er behøvelig. I snitt brukte de private husholdningene 436 000 kroner på varer og tjenester i 2012. Der bolig, lys og brensel er forbrukstoppene i private hjem. Veksten har redusert seg noe de siste årene, men har fortsatt vekst. Det er skilnader på hvor man har bosatt seg i landet og distriktene har større utgifter på transport enn de som bor mer sentralt, men der brukes det mer på bolig, hus og brensel. Billigere å bo i distriktene, men større avstander og

krever mer pendling og flere kjøretøy per husstand enn i tettere strøk. Inntektene er med på å styre mye av hva som forbrukes per husstand, men i snitt viser det seg at folk flest bruker mer og mer på levevilkår, mat og fritidsaktiviteter. Inntekten per innbygger har gått opp og kostnadene på varene har gått ned, det samme gjelder for avgifter, renter og andre kostnader som var vanskeligere å betjene tidligere år. Det betyr at vi kjøper mer og bruker mer enn før og med det har et økende forbruk som vises igjen til avfallet vi produserer samt utslippene vi påfører naturen vår år etter år.



Figur 5 Forbruksoversikt per husholdning for Norge i 2012

Metode

Hvorfor jeg har valgt dette temaet ønsker jeg å forklare litt grundigere ved å se på min arbeidssituasjon. Som tidligere nevnt, har det seg slik at jeg i dag jobber i organisasjonen som jeg skal forske på.

Jeg føler at denne oppgaven kan angripes fra flere vinkler og at flere metoder kan benyttes. Ved å lese Dag Ingvar Jacobsens metodebok fra 2013, *Hvordan gjennomføre undersøkelser, opplag 2*, har jeg satt meg inn i hvordan de forskjellige metodene kan brukes i en undersøkelse. Metodevalgene jeg har tatt begrunnes i de neste punktene, og metodeteorien gir forhåpentligvis et godt grunnlag for forskningen knyttet problemstillingen min.

Forskningsdesign

For å finne svar på problemstillingen må man tenke over hvordan denne kan angripes og bygges opp slik at resultatet er mest mulig nøyaktig og pålitelig. For å komme frem til et svar man kan stole på er pålitelig, finnes det flere typer metoder og verktøy å nyttiggjøre seg av. Hva man velger metodene ut i fra og om den metoden som velges er riktig, blir ofte en diskusjon mellom forskerne under og etter arbeidet av oppgaven. Valgene må med det begrunnes best mulig i oppgaven slik at resultatet også kan forsvares. I denne oppgaven er det utfordringer en bedrift har ved forurensing og arbeid med å bedre dette, samt vise ansvar til samfunnet lokalt, men også globalt. Jeg ønsker å sette søkelys på en del momenter bedriften har tatt høyde for og funnet viktige og videre forske på hva som bør gjøres for å utvikle seg enda mer.

Først må oppgaven bestemmes på bakgrunn av om det skal vær en *beskrivende, forklarende eller prediksjonsoppgave*. For å skille disse tre, har en beskrivende oppgave et ønske om å få bedre innsikt i hvordan et fenomen ser ut. Forklarende oppgaver baserer seg på hvordan fenomenet oppsto, mens prediksjonsoppgaver forsøker å forutse et fenomen som vil hende i fremtiden. I tilknytting til en av disse retningene kan en forskers syn og ønske i saken være med på å hjelpe forskningsmetoden. Ett av disse er; Hvordan samle inn data om virkeligheten? Denne metoden tar for seg forskjellige løsninger på hvordan man kan finne informasjon om problemet og med det også i større grad bestemme om det skal være en beskrivende, forklarende eller predikerende framstilling.

I min stilling har jeg en overordnet oversikt over hvordan gjennomførelsen og planen vil være fra sentralt hold med konkrete mål. Prosessen videre har vært å tilegne meg en del faktaopplysninger før jeg begynner innsamlingen av empiri, men ikke mer enn at det hjelper meg med å starte forskningen. Det kan fort sammenlignes med en induktiv strategi for datainnsamling, men det er ikke det som er ønskelig for videre arbeid av oppgaven.

Mitt fokus vil være en mer kvalitativ undersøkelse av enkeltpersoner i og utenfor bedriften. Denne typen undersøkelse kalles «ord eller tall» metoden som baseres seg på hvilken informasjon som hentes inn. Tall eller kvantitativ metode skal bidra til å samle inn større mengder med tall ved hjelp av instrumenter gir oss nyttig informasjon. Et slikt instrument er spørreundersøkelse og sammen med statistiske teknikker kan man hente ut veldig presise oppfatninger til en mengde mennesker gitt at undersøker har kontroll og kunnskap om å definere gode spørsmål. Ord eller kvalitativ metode baserer seg på observasjon av personer på hva de gjør, sier og lar dem snakke med egne ord. Intervju er et verktøy for kvalitativ undersøkelse som i større grad gir realistiske funn ved at personen selv får forklare sin opplevelse av saken og hvordan han eller hun tolker de forskjellige innspillene for å ta en avgjørelse. Derfor vil en kvalitativ undersøkelse være mer egnet i denne oppgaven enn kvantitativ på grunn av mitt ønske om å kontakte personer som er delaktige i arbeidet med å forbedre HIG og ASKO sin påvirkning til miljøet.

Metodologi

Undersøkelsen vil fokusere på et stort område, men jeg har valgt å intensivere forskningen rundt HIG sitt valg om å jobbe med miljøutfordringene sammen med ASKO og hvilke tiltak som har blitt gjort og gjennomføres i den neste perioden. Intensiveringen og dypdykkingen er med på å få fram en mer helhetlig forståelse på arbeidet som blir gjort fram til i dag og med det hvilken kontekst undersøkelsesenesenhetens inngår i.

Innenfor denne forskningen vil man kunne benytte seg av to typer studier. Studiene deles i case-studier og små-N-studier. Forskjellen er at den første egner seg best til å skaffe til veie informasjon om hvordan samspillet er mellom en kontekst og en hendelse. Den andre studien egner seg best når man ønsker å innhente flest mulig nyanser eller få svar fra flere sider i en sak. I denne oppgaven kunne jeg valgt å benytte meg av begge teknikkene, men jeg tror det vil være mest hensiktsmessig å gjennomføre en case-studie på grunn av den aktuelle problemstillingen som skal undersøkes. En små-N-studie tar i større grad seg av flere steder

eller situasjoner som utgjør ett fenomen. Beslutningen om at ASKO i 2008 bestemte seg for å ta miljøet på alvor vil være å kalle denne hendelsen for en case.

Videre har jeg et ønske om å innhente informasjon fra personer som var med å utarbeide en plan for HIG sin miljøsatsing som fortsatt er delaktig i planleggingen og gjennomføring, men som jeg har tatt ansvaret ved å komme med råd og vurderinger på området. På den måten vil jeg få en dypere forståelse av opplegget og synspunkt fra personer som ikke hadde noen form for innvirkning på avgjørelsen om å satse på miljøet, men har likevel jobbet med å utvikle dette i bedriften og fortsatt er delaktig i prosessen i dag.

Etter flere avklaringer på oppgavens oppbygging, ser jeg tendenser til at denne oppgaven vil få et forklarende (kausal) design, og bli en oppgave som avdekker sammenhenger mellom situasjoner som ofte antas å ha en forklaring der man får en virkning på grunn av årsaken. I denne oppgaven vil virkningen være kostnader, forurensing og samfunnsansvaret HIG tar på seg, på grunn av bedriftens arbeidsmetode.

Datainnhentingsmetode

Som nevnt tidligere, ønsker jeg å benytte meg av en kvalitativ metode fordi jeg tror den egner seg bedre under forskningen knyttet til problemstillingen enn en kvantitativ metode.

Kvalitativ metode vil forhåpentligvis få frem hvordan utviklingen har vært og hvilke utfordringer som har blitt møtt på veien og som ennå ikke er løst. Den kvalitative metoden vil være forskningsintervju med ulike mennesker, og jeg vil bruke dette som primærdata i oppgaven. Intervjuene vil gjennomføres på enkeltpersoner og ikke som grupper. Bakgrunnen til dette er at jeg ikke ønsker at intervjuobjekt skal la seg bli påvirket av andre personer og med det la være å svare på spørsmålene. I tillegg er det relativt få informanter som skal intervjues. Jeg er interessert i hver enkelt sine synspunkt og å fokusere intervjuet på hvordan de har deltatt i HIG sin miljøsatsing og hvilken påvirkningskraft de hadde og har i dag.

Selve intervjuet vil gjennomføres sammen med person eller over telefon. Intervjuene som gjennomføres er av få, men vide spørsmål og jeg vil kreve en videre utgreiing på de områdene jeg ønsker å undersøke. Spørsmålene skal være åpne for intervjuobjektet slik at han kan svare bredt, men intervjuet skal gjennomføres med en «rød tråd». Dikterer jeg mange spørsmål vil det muligens ikke gi like gode svar mot slutten som i starten av intervjuet.

Intervjuet i seg selv blir en dialog der vi diskuterer rundt problemstillingen, og der jeg om mulig kommer med noen ekstraspørsmål som dukker opp underveis. I forkant av alle intervjuene vil jeg snakke med og forklarer hensikten slik at det ikke kommer noen overraskelser på intervjuobjektet og gir de muligheten til å velge om de ønsker å delta i intervjuet eller ikke. Ved å være åpen om temaet tror jeg det er lettere å svare ærlig på spørsmålene siden personene har hatt mulighet til å forberede seg noe. Det kan også være en risiko å la personene forberede seg slik at de i forkant kan bestemme seg for hvilke tema som vil være mindre aktuelle å svare på enn andre.

Etter det første intervjuet vil jeg sette meg ned og se på spørsmål og svar for å finne ut om det jeg lurte på i forkant var det jeg fikk svar på og om det er oppdikkende spørsmål jeg vil undersøke nærmere i ettertid av intervjuet. Med det kan intervjuet endres og forbedres til neste person og om nødvendig kan jeg intervjuer førstemann på nytt. Andre ytre faktorer (telefon, kollegaer eller plassering) kan også være med å ødelegge et intervju og nye intervju må gjennomføres. Om intervjuet skal gjennomføres på nytt eller fortsette fra sist gang får bli en avklaring mellom undersøger og den undersøkte på et senere tidspunkt.

For å underbygge intervjuene og gi en bedre forklaring på funnene vil jeg i tillegg til primærdataen benytte meg av informasjon fra sekundærdata. Sekundærdata er opplysninger fra andre kilder som vil være innhentet for andre formål og være behjelpelig med å finne svar på spørsmål man ikke finner i egen data eller styrke egne spørsmål ved innhenting av primærdata. Sekundærdataen jeg vil benytte meg av er i hovedsak tilgjengelig dokumentasjon fra egen bedrift og resultat fra 2008 fram til april 2016. Dette vil også gjelde for HIG sine målsettinger for denne perioden.

Utvalg

Intervjuobjektene vil være 5 personer. Jeg ser for meg intervjuobjekt fra hver av de nevnte aktørene: ledelsen og samarbeidspartnere for HIG, nøkkelpersonell i ASKO og kommunal arbeidsgiver. Her vil intervjuobjektene deles i to kategorier; informant og respondenter. Informant er en person som ikke var delaktig i beslutningsprosessen ved å være minimalt delaktig i selve startfasen for miljøarbeidet for HIG. Respondent er i motsatt tilfelle en person som har god kjennskap og hadde direkte tilknytting til avgjørelsen.

Videre i prosessen ønsker jeg å dele opp de som skal intervjues i mindre undergrupper. To grupper for respondentene og en gruppe for informantene. Respondentene deles slik at de viktigste personene er gruppe en og de som var mindre viktig i prosessen tilhører gruppe to. Gruppe tre blir informantene. Hvorfor jeg ønsker denne grupperingen kommer av ønsket om å innhente informasjon fra personer som ikke var like delaktige i prosessen og tilegne meg en mye bedre helhetsforståelse på problemet og samtidig ha muligheten til å utbedre intervjuene underveis slik at de jeg anser som viktigst i prosessen får reflekterte og informative spørsmål.

Sekundærdataen er det ikke så mange muligheter å velge mellom. Det vil være kjente dokumenter fra HIG og ASKO, og vil være pålitelige på grunn av tilgangen. Det jeg vil fokusere på her, er resultatet fra oppstart og hvordan det videre engasjementet har vært fram til nå. Bruke kjent data som viser til reelle endringer i bedriften samt resultatbevistheten frem til neste gitte målsetting i 2020.

Analysen

Intervjuformen er basert på kvalitative intervju og med det en dialog der enkelte notater ble skrevet ned underveis. I ettertid ble jobben å reinskrive intervjuet og sende dette tilbake til godkjenning fra objektet slik at jeg ikke skrev noe som ikke har blitt sagt. Jeg har valgt å ikke bruke noen som helst hjelpemiddel for å ta opp eller filme intervjuene og har rett i etterkant av intervjuet gått igjennom og renskrevet samtalen som fortsatt lå friskt i minne. En bekreftelse i ettertid fra respondent har jeg vurdert i denne oppgaven som god nok. Det kan stilles spørsmål om validiteten til dette er god nok i forhold til at jeg lar respondent gå igjennom intervju og korrigere teksten, men de endringene har jeg i ettertid sammenlignet med originalen og det har ikke vært noe informasjon som har blitt slettet, det har i større grad blitt tilføyd mer informasjon.

Kategorier, fordeling og sammenheng

Videre arbeid blir å finne ut hvilken type analysemetode som skal benyttes for å få en god nok forståelse på hva hver enkelt har sagt og trekke ut den viktigste informasjonen fra intervjuene. Man ville kanskje tru at hele intervjuet ville bli brukt, men det viktige er å få frem nyttig informasjon utfra intervjuene. På bakgrunn av de som intervjues vil man forhåpentligvis finne et eller flere områder som i felleskap er utfordringer for alle parter og som vil være med på å gi både detaljert og helhetlig oversikt i hva som undersøkes. Jeg tenker at selve analyseringen baserer seg på en innholdsanalyse fordi det er innholdet i det respondent sier jeg er interessert

i og ikke selve oppførselen til personen selv om det også er viktig i forhold til validitet. Innholdsanalysen vil hjelpe meg til å finne fram til relevante kategorier og fylle disse kategoriene med innhold (Jacobsen 2005). For å finne disse kategoriene er det flere måter å gjøre dette på, men ser man på spørsmålene jeg har stilt mine respondenter er det mer naturlig å bruke disse spørsmålene for å finne kategoriene. Videre konkretiseres disse med å bestemme hvor mange kategorier man skal ha, hva de skal inneholde og fordele de forskjellige intervjuene mot de forskjellige kategoriene. Det jeg mener ved å fordele intervjuene er ikke å sette hele intervjuet av person A i en kategori. Det vil være flere deler som respondent har svart på som fordeler seg utover de kategoriene jeg har valgt som essensielle og med det se hva de har svart innenfor det samme emnet. Det gir meg muligheten til å analysere videre og med det binde de forskjellige svarene sammen eller finne forskjellige synspunkt opp mot hverandre.

Validitet

Det er viktig å frem at en oppgave utformes av en person som allerede i starten har dannet seg et lite bilde på hva det er man vil finne svar på. Man har med det gjort seg opp en mening i forkant og kan i søken etter å finne svar og analysere disse bli noe påvirket av sine valg. I tillegg til sine egne tanker om hva jeg mener og vet om saken er det også viktig å få frem tre områder i forhold til valg av data undervegs. I den kvalitative verden går dette på at vi er sikre på at dataen som er samlet inn er innenfor det vi ønsker å undersøke (bekreftbarhet). At funnene vi har er overførbare og kan brukes i andre sammenhenger. Dataene som er samlet inn kan stoles på og er troverdige både for meg og alle andre som leser oppgaven.

Jeg ser det slik at denne oppgaven kan tolkes på forskjellige måter og de valgene jeg har tatt i forhold til å velge «riktige» spørsmål og fordele disse i kategorier er basert på det jeg tror er de rette områdene å undersøke.

For lesere av oppgaven er det viktig at resultatene som kommer frem er troverdige og at metodene som har blitt brukt til forskningen er forståelige slik at man ser hvorfor de forskjellige konklusjonene er fattet. I tillegg til resultatene og metodene som brukes er det viktig for meg å få frem hvorfor jeg har valgt de forskjellige intervjuobjektene. Jeg vært åpen om hvor disse er funnet, hvordan de har blitt intervjuet, hvordan dataen har blitt samlet inn og hvorfor jeg til sist trakk ut funn som jeg mente ville gi gode drøftinger og svar på problemstillingen.

Til slutt må jeg minne på at selve metodeteorien som er valgt er hentet fra Dag Ingvar Jacobsens metodebok fra 2013, *Hvordan gjennomføre undersøkelser, opplag 2*. Ved å kun basere min oppgave ved bruk av hans tolkning på metodearbeidet og ikke ha med noen andre teorier baserer jeg min analysering og forståelse på hans metodikk. Derfor finner dere ikke noen kildehenvisninger i teksten utover starten på oppgava og i dette avsnittet. Oppgaven kunne selvsagt bli noe bedre ved å bruke flere teorier og ikke baserte alt på en kilde, men jeg mener denne løsningen er god nok i oppgaven.

Vurdering

Det er veldig mye informasjon som kan hentes ut i denne oppgaven og jeg kunne vinklet den forskjellig basert på teori og hvem jeg ønsket å intervju samt hvilken type metode som har blitt brukt. Grossist- virksomheten er svær og er ikke et enkelt fenomen som berører Norge. Dette er et globalt virke som sysselsetter mange og bruker veldig mye ressurser for å nå ut til forbruker. Ved å være så heldig å jobbe i en av de største på sitt område i Norge og få undersøke de hvordan det jobbes med miljøet og utvikling, kan man senere benytte seg av samme oppsett og undersøke andre lignende virksomheter for å se hvilket resultat det gir. For å ha gjort oppgaven enda mer spennende kunne jeg ha undersøkt konkurrenter som ikke har det samme fokuset. Jeg valgte å ikke ta med dette denne gangen fordi det ville ha endret oppgavens art, men ved en senere anledning er det mulig å trekke ut funn fra denne oppgaven og sammenligne det opp mot aktører som ikke har det samme miljøfokus og kanskje få en enda bedre oversikt på hvorfor enkelte velger å gjøre mer enn andre. Det kan også ha blitt noe problematisk å undersøkt disse bedriftene som ikke satser like fult ut på miljø, for det kunne virket som jeg hadde vært ute etter å «svartmale» deres form for drift og med det ikke fått noe positivt ut av oppgaven. ASKO og HIG som satser mer på miljøet ville kommet mye bedre ut og vil ha mer igjen for å bli med i denne undersøkelsen enn for eksempel Rema (Reitan-gruppen) og Coop kjeden. Det betyr ikke at bedriftene som undersøkes kun vil ha positiv omtale, men de vil komme mye bedre ut av undersøkelsen enn de nevnte konkurrentene.

Analyse

I denne delen vil jeg gå igjennom de kvalitative intervjuene hver for seg og presentere og diskutere det jeg har funnet i undersøkelsene. Jeg kommer til å ta for meg respondentene en etter en for å få en bedre oversikt over deres synspunkter og samtidig komme med opplysninger om selve organisasjonen for deretter bruke informasjonen i drøftingen.

Presentasjoner

Knut Aaland og ASKO – Konsernet (respondent)

Knut Aaland er Direktør innenfor kvalitet og miljø for ASKO og har med det et ansvar for å kontrollere og følge opp samtlige regionslager (RL) innenfor de krav som er satt for kvalitetssikringen (matvaresikkerhet) og miljøarbeid. I tillegg er Knut en av frontpersonene i ASKO sin miljøatsing og har vært med fra starten av når ASKO i 2004 så smått begynte sitt arbeid med å bli en foregangsbedrift som fokuserte på miljø.

ASKO er en del av NorgesGruppen som har sitt utspring fra Joh.Johannson i 1866 og er i dag landets største engrosvirksomhet med leveranser over hele Norge.

Bedriften beskriver seg selv slik på sine hjemmesider;

ASKO er Norges største grossist, og leverer dagligvarer til NorgesGruppens kjeder. ASKO er også en betydelig leverandør til storhusholdnings- og servicehandelsmarkedet. ASKO sørger for mat på spisebordet, vi har det som trengs.

Videre informasjon om selskapet viser til en virksomhet som har mange arbeidere i systemet og mange forskjellige løsninger som krever både plass, kunnskap og kompetanse.

ASKO har 3.300 ansatte og i 2015 omsatte vi for over 55 milliarder kroner. ASKO omfatter 13 regionale ASKO-selskap, sentrallager og samlastingsterminal på Vestby i Akershus, samt 8 Storcash. Storcash er Norges største cash & carry grossist for næringsdrivende. ASKO NORGE AS er morselskapet til de regionale ASKO-selskapene, og samtidig det regionale ASKO-selskapet i Oslo/Akershus. Med 600 lastebiler på veien hver dag er ASKO en av Norges største transportbedrifter.

Jeg har ved flere anledninger møtt Knut siden han er en form for sjef på det området jeg jobber som hos HIG og vi har ved flere anledninger snakket om miljø-satsing og sikkerheten til våre kunder basert på det vi leverer. Alle ASKO selskap har en Kvalitetsleder som samles et par ganger i året der vi diskuterer områder Knut har hovedansvaret over. Kvalitetslederen rundt omkring i selskapene har ikke lik arbeidsinstruks. Enkelte har flere oppgaver enn andre, slik som meg siden vi ikke er så stor som de andre ASKO- lagrene.

Hvorfor ASKO har den satsingen på miljø i dag kan man kanskje takke Knut for nå han solgte inn og startet bearbeidingen av ledelsen i ASKO. Knut jobbet da som Kvalitet- og miljøsjef og var ivrig etter å se på alternative løsninger til å levere varene ut til kunden. Det var etter samtale med en av transportsjefene de kom inn på tanken med å effektivisere og se på alternative løsninger for å opprettholde sin posisjon i markedet. Miljøfokus hadde samtidig begynt å få mer plass i media og nye direktiver fra staten og EU gjorde at dette var et område som ASKO måtte henge seg på for å ikke bli hengende etter og utkonkurrert av de andre grossistbedriftene.

«Det ble lagt ned et godt stykke forarbeid for å starte bearbeidingen av Torbjørn og resten av ledelsen for å få de til å forstå at miljø var et viktig satsingsområde i fremtiden og ville være med på å bidra til at ASKO og NG stilte sterkere mot deres konkurrenter. I dag er jeg med å bidrar og jobber tett med samarbeidspartnere for å finne nye måter å redusere vårt fotavtrykk, men ledelsen er 100% inne i tankegangen og det er de som er pågangsdrivere til å fortsette satsingen og virkelig tror miljø er noe som må satses på. Ikke bare økonomisk vekst, men også være med å bidra til å utvikle vår måte å jobbe på, på en miljøbevisst metode.» (Knut Aaland, ASKO)

Det viser til at ASKO gjennom de siste ti årene har endret sitt fokus der en av de tre hovedambisjonene til å drive butikk på er miljø

1. Norges mest kundeorienterte og effektive logistikkpartner
2. Konkurransedyktig håndtering av hele varestrømmen
3. **Bærekraftig – klimanøytral**

«Miljø-satsingen er vesentlig i forhold til konkurrentene våre der vi er i førersetet og man ser i dag et økt fokus hos kunder og forbruker at miljø er noe som fokuseres mye på.» (Knut Aaland, ASKO)

Det kan virke som at det kun er et ønske om å være i forkant og øke sin konkurransevne for å vinne nye kunder fra de andre. Det er viktig å få med seg at denne endringen ikke bare skal være økonomisk gevinst til sin bedrift, men de er faktisk villig til å gå vekk ifra den «enkle» måten å tjene penger på og vil bidra til å øke sin forståelse på hva som finnes og hvordan man kan bidra til å utvikle det som er og redusere sitt fotavtrykk i samfunnet. Ikke bare ved å redusere sine utslipp, men å gi noe tilbake til samfunnet lokalt og nasjonalt samt utvikle dagens teknologi til at flere kan benytte seg av den. Det er i tråd med hva økologisk økonomi handler om.

«I starten var det ingen teknologiske løsninger til å bidra til et bedre miljø. Det fantes ikke gode systemer eller svar på hva vi måtte gjøre. Det var mer et arbeid der vi fant på egne tiltak og stilte krav til våre leverandører på å finne løsninger som bedret vårt miljøarbeid. Spesielt Scania fikk kjenne dette på kroppen med at vi nå stilte krav til å komme med nye varianter som reduserte våre utslipp. Ikke bare EURO standarder, men også alternative drivstoffløsninger som reduserte Co2 og NOx forurensingen.» (Knut Aaland, ASKO)

Slik oppfattes det over flere linjer der det ikke er kompetente nok løsninger eller vilje til å bruke penger for å redusere sine utslipp. Det er mange som vil være med på dette, men slik som kostnadsrammene er i dag i forhold til vanlig drift og miljødrift er det mer kostbart å jobbe med den siste varianten. Ikke alt er like kostbart der enkle endringer er med på å redusere bedriftens kostnader og man faktisk kan tjene penger på det i staden. Avfallssortering er en enkel endring som ikke krever så mye mer enn oppfølging og plan på gjennomføring. Rydde i eget hus som Knut kaller det og eget avfall er stort i ASKO og kildesortering innad i bygningene er med på å redusere restavfallet og bidrar til at de forskjellige avfallstypene blir gjenbrukt i større grad og er med på å redusere bruken av nytt råmateriale. For å få dette til å fungere best mulig blant alle selskapene på ledelsen ISO 14001 som er et styringsverktøy for å sikre kvalitet og forbedring i alle ledd i organisasjonen og blir årlig kontrollert av eksterne revisjoner. ASKO er også sertifisert innenfor ISO 22000 som er et kvalitetssystem for næringsmidler og enkelte selskap har også blitt sertifisert innenfor OHSAS 18001 (HMS). Disse verktøyene finner man inn som et av de tre hjelpemidlene en bedrift kan bruke for å få et bedre fokus på kretsløpsøkonomien.

For videre satsing og hjelp fra de som styrer landet krever det en del hårete mål og ikke minst vilje til å gjennomføre endringer. ASKO har dette med å bli klimanøytral og kun bruke fornybart drivstoff innen 2020.

«Viktig å presisere at å være klimanøytral betyr for vår del at vi skal være netto selvforsynt på energi innen 2020. Når det gjelder drivstoff betyr ikke dette 0- utslipp, men det er bruk av alternativ drivstoff som har mye lavere utslipp enn det fossile drivstoff har. 0- utslipp er målet på sikt, men i dag finnes det ikke løsninger eller god nok infrastruktur til å få dette gjennomført»
(Knut Aaland, ASKO)

Når man tenker på infrastruktur og støtten fra politikerne viser det seg at den ikke er god nok og vilje fra politikerne til å satse på miljø ikke er stor nok. Man kan synse om deler av viljen ligger til at vi er storleverandør av fossilt brennstoff, men det bør allikevel ikke være grunn nok til å satse på alternative løsninger. Avgifter, infrastruktur, alternative transportmuligheter, veinett, målsettinger, egne krav og differensiering er områder Knut mener politikerne bør konkretisere bedre for å bidra til at flere satser på miljø.

«Engasjementet i samfunnet er for lite i dag og forbrukere burde i mye større grad få vite hva det er de egentlig kjøper. Ikke bare innhold på varen, men også selve produksjonen og varens bevegelser. La oss si du har tre varianter i butikkhyllene som har samme forbruksområde. Det er en billigvariant som kun har ønske om å være billig å produsere og ikke fokuserer på noe annet enn matvaresikkerheten. Den andre varianten er noe dyrere og har bedre kvalitet i seg og er kanskje noe mer fokusert på selve produksjonen og innhold. Den siste varen er kanskje den dyreste, men der vil all informasjon om varens miljøfotavtrykk også vises og den bør helst være et lokalt produkt, i det minste nasjonalt. På den måten kan forbruker velge mellom å bidra til å kjøpe et produkt som har minimal påvirkning på miljøet i forhold til et annet. Det betyr at kunden og forbruker sette fokus på hva som er inni bilen og ikke bare hvordan den kommer frem til matbordet.» (Knut Aaland, ASKO)

Det viser til at ASKO ikke bare gjør dette for å tjene sin virksomhet best, men de ser på helheten i deres virke og hva det påfører samfunnet. Det er en viktig faktor for å bidra til et økt fokus og er med det med på å informere flest mulig slik at de også kan bidra og stille kritiske spørsmål til aktører som ikke har samme arbeidsmetode og politikere som ikke støtter oppunder med å

differensiere arbeidet og hjelper de som satser med å videreutvikle seg til å bli enda bedre og ha flere løsninger å spille på.

Fakta

- Stort konsern
- Landsdekkende
- Grossistvirksomhet
- Over 150 års erfaring
- Kundeorientert
- Politiske utfordringer
- Samarbeid med tverrfaglige aktører
- Ledelsen i førersetet

Motiv

- Konkurransen
- Samfunnsansvar
- Teknologisk utvikling
- Fotavtrykk
- Drar lasset sammen

Per Harald Aarseth og Scania – Samarbeidspartneren (informant).

Per Harald er Distriktssjef for Norsk Scania i Ålesund og har jobbet i Scania store deler av arbeidslivet sitt. De siste ti årene har han sittet som distriktssjef der han på sitt område har ansvaret for å følge opp sitt område i forhold til drift- og personalansvar. Scanias lokaler i Ålesund er lokalisert på Digernes ca. 20 km fra Ålesund og ligger sentralt i forhold til gjennomgangstrafikk fra Trondheim til Bergen og ut til distriktene. Arbeidsoppgavene og anlegget til Scania Ålesund beskrives på deres nettsider slik:

Anlegget er topp moderne med 9 spor fra 24 til 30 meters lengde, og bredde fra 6 til 8,4 meter. Bygget har 4 prefabrikerte graver fra Balzer på 28 meters lengde, 2 av gravene er spesialtilpasset reparasjoner og laserkontroller. Grav 4 er spesialtilpasset EU-kontroll, og har også EU-standard.

Forøvrig har miljøstandard, effektivitet og logistikk vært en rød tråd gjennom hele planleggings- og byggeprosessen.

- I tillegg til våre dyktige mekanikere på de tradisjonelle kjerneområdene Scania-lastebiler, hengere og diverse påbygg, har vi spesialister på renovasjonsaggregat, ADR-kjøretøy og buss. Tre team bestående av personer med lang erfaring og bred kompetanse kjører to skift med åpningstid fra 7.30-21.00 mandag til fredag.

- Dette gir oss mulighet til å betjene så vel lokale som drop-in-kunder. Må noen vente, tilbys sjåførene leilighet med soverom og dusj, ventekrok med TV og egen internettlinje. Får kunder lyst på noe godt å spise, stiller Scania kantina til rådighet med retter til en fornuftig pris

Selve Scania Norge som distriktene ligger under har denne informasjonen:

NORSK SCANIA AS ER I DAG ET HELEID DATTERSELSKAP AV DET INTERNASJONALE SVENSKE KONSERNET SCANIA CV AB.

Scanias virksomhet er salg av Scania lastebiler, busser, motorer og deler, samt salg av servicetjenester gjennom landsdekkende forhandlere og kontraktsverksteder. Scania-organisasjonen består av ca. 1000 ansatte, fordelt på 46 anlegg og servicepunkter spredt over hele Norge.

Det viser til en bedrift som også her er utstrekkt over hele Norge, men har også rotfeste utover de norske landegrensene. Scania leverer varer over hele verden i dag og er godt organisert i alle verdens hjørner med Scania Group og har en fartstid på 125 år i bransjen. Med så lang fartstid har de opparbeidet seg et rykte og har god erfaring for å levere lokalt og globalt og påser å være i førersetet når det gjelder teknologi og utvikling. Hvorfor Scania er valgt som intervjuobjekt i denne sammenheng er at de er en av våre hovedsamarbeidspartnere utover varehandelen. Scania er ASKO og HIG sin billeverandør og har ansvaret for å forsyne alle våre regionslager med moderne kjøretøy, utvikle disse og ikke minst ta vare på det som allerede er i drift. Når over 600 kjøretøy er på vegen fra ASKO der 20 av disse tilhører HIG tilsier det at vi er en storaktør som Scania ikke ønsker å miste som kunde.

Siden ASKO og HIG har et så stort fokus på miljø er det rett og rimelig å få et lite innblikk i hva Scania ser på dette problemet.

«Norsk Scania setter krav til egne anlegg og hvordan disse driftes. Det er utvikling av egne bygg og påse at disse er godt isolert, gjenbraker varme, smarte lysløsninger og sorterer eget avfall. Det er viktig for å redusere driftskostnadene, men det er også med på å hjelpe alle våre ansatte til å bli mer bevisst på hva som må gjøres for å ikke skape farlige situasjoner. Vi i på verkstedet har en del mer farlig avfall enn andre selskap, så det er viktig å kjenne til hva som skal gjøres for å avhende dette riktig. I tillegg ser man hele tiden på kostnader i driften og i dag finnes det flere og flere løsninger som er med på å redusere dette og hvorfor skal man da ikke benytte seg av de mulighetene. I tillegg til å være bevisst og redusere egne kostnader er det viktig med forståelse fra alle ledd i organisasjonen vår og det klarer vi med å være ISO sertifisert innenfor 14001 samt egen standard; DOS – Dealer Operating Standard (Scania sine krav på hva verkstedet minimum må inneholde og fungere).» (Per Harald Aarseth, Scania)

Hjelpeverktøy ser vi er viktig i flere typer bedrifter og for at man skal klare å gjennomføre dette må ledelsen og den ansatte på gulvet være med å dra i samme retning. Føringer fra toppen som klarer å «selge» inn hvorfor dette er viktig å samtidig skape en form for konkurranse mellom de forskjellige anleggene er viktig for at satsingen på miljøarbeidet er mulig å gjennomføre.

Utover egne føringer vil det også være krav til utvikling på varene Scania produserer, som i hovedsak er kjøretøy, og for ASKO og HIG sin del distribusjonsbiler (kort- og langtransport). Det er nasjonale direktiv, men også EU- direktiv og stadig krever at produsentene reduserer utslippene fra kjøretøyene som brukes.

«Vi har egne pålagte standarder, men det finnes også EU- direktiver i forhold til bilenes standarder. Det er her vi har de forskjellige EURO- klassene, og siste versjon som kom ut var EURO 6 der alle nye kjøretøy fra og med 1. januar 2014 skulle være denne modellen. Det er selvfølgelig ikke slik at alle EURO 5 klassene skulle kondemneres og måtte byttes til EURO 6, men alle NYE kjøretøy som ble kjøpt av transportører skulle ha EURO 6 standarden. Enkelt forklart er denne modellen 8 ganger renere enn en EURO 5 klasse og har samme ytelse eller bedre. En ting er det viktig å få frem, det er at dette gjelder oss i EU/EØS. Det produseres fortsatt lavere EURO modeller i andre kontinent lik Argentina, Sudan, Kina og så videre. Det er fordi mange av landene utenfor Europa ikke har kommet like langt i utviklingen av de tekniske løsningene. Tenker her på verksted og servicen de nye kjøretøyene krever og infrastrukturen som drivstoff eller deler som er tilgjengelig. En EURO 6 i Nigeria hadde ikke kunnet kjøre der nede over en lengre tid på grunn av deres teknologiske hemninger, men allikevel trenger kjøretøy for å få samfunnet til å fungere. Det blir derfor litt vanskelig å si at alle skal ha like føringer når grunnlaget for å klare det ikke er likt, derfor er det viktig at vi som har denne teknologien og muligheten går foran og videreutvikler systemene og i ettertid hjelpe de som ikke har samme forutsetning til å klare det.» (Per Harald Aarseth, Scania)

HIG og ASKO har kapital og kan satse på miljø, men ikke bare derfor. Det forventes av samfunnet kan man si, både lokalt, nasjonalt og globalt at de som har muligheten må bane vei for de som ikke har samme forutsetningen. Økonomien er med på å bidra til at man kan gjøre en innsats og være med på å redusere sitt forbruk på fossile råvarer og bruke tid og penger til å finne alternative løsninger som ikke bare kan benyttes i I- land, men også U- land.

«HIG og ASKO er i en egen liga når det gjelder nytenking og pilotprosjekt. Hele tiden vil de ha nye og alternative løsninger som er med på å redusere sitt utslipp. Det går ikke bare på å kjøpe nye modeller, men å tenke helhet. Utnytte skapene på bilene bedre. Alternative drivstofftyper. Kjøreopplæring til egne sjåførere og kjøretøy som har 0- utslipp (EL og Hydrogen). Det er ikke bare med på å bedre miljøet, men vil også være med å redusere driftskostnadene på enkelte områder. Ikke alle løsningene, men en del av de. Hadde ikke HIG og ASKO gått foran ville ikke de andre transportørene kommet etter heller. Dere er best i klassen og det er selvfølgelig noe de andre vil være i staden.» (Per Harald Aarseth, Scania)

Det ser ut til at det er viktig å jobbe med alternative løsninger samtidig og ha muligheten til å velge mellom flere goder, og ikke bare finne et område å jobbe mot. Mener med det at det ikke alltid er det første og beste som gjelder, men at det lar seg gjøre å velge alternative løsninger for hva som er best der vårt virke jobber. Nærdistribusjon bør se mer på EL- og hybridløsninger, men det vil ikke være like aktuelt på plasser det kreves mer av rutene. Alternative drivstofftyper har plusser og minuser også. Noen gir dårligere kraft til kjøretøyene (Kwh) og andre inneholder sporer av for eksempel palmeolje som bidrar til avskoging av regnskogen i Sør Amerika. Her må kanskje statene mer inn å sette forutsetninger og mål for hva som gjelder og bidra til at man kan satse på miljø.

«Å satse på det med å være bærekraftig i Norge er ikke enkelt. For det første koster det mer og de fleste bedriftene jobber med å overleve og bruke ekstra kapital på noe som ikke er tjenlig for selve bedriften kan være vanskeligere å gjennomføre. Spesielt for de små bedriftene i distriktene som ikke har like god forsyning på råvarene som kreves eller kunder som i like stor grad fokuserer på dette området.» (Per Harald Aarseth, Scania)

Det er vanskelig å komme på banen og problematisk å satse når forutsetningene ikke ligger til rette verken i distriktene eller nasjonalt. Heldigvis er det noen som satser fordi og er med på å bidra til utviklingen.

«Helhetsoversikten og en god plan savner jeg fra politikerne. For det virker ikke som de ser problemene med å stase på å redusere vårt fotavtrykk, ei heller viljen til å bidra. Tenker her på veistandarden og infrastrukturen vi har. Virker mer som politikerne vil sikre egne posisjoner og «please» de rundt seg for å kunne bli gjenvalgt eller ha et OK rykte når de fratrer fra talerstolen. Når kunnskapen heller ikke er god nok blir det helt klart vanskelig for oss og dere som ønsker å stase å få gjennomslag. Bruer skal bygges for å få en ferjefri E39, men jeg mener at man heller bør bygge ut fergekaiene og ha flere avganger. Hviletid kreves i transportbransjen og det gjelder også for det private. Det er godt å ta en pause på 30 minutter når du skal kjøre Ålesund – Bergen. Heldigvis jobbes det noe med miljøet og vi ser i eget fylke flere krav i anbudsrundene for offentlig trafikk. Det er en start, men det kreves mye mer i et land som Norge.» (Per Harald Aarseth, Scania)

Fakta

- *Global*
- *125 år*
- *Kundeorientert*
- *Utvikling*
- *Allsidighet*
- *Engasjement fra ledelsen*
- *Ønsker mer fra politikerne*

Motiv

- Kunden
- Best i verden
- Bidra utover landegrensene
- Teknologisk vinning

Egil Giørtz, Torbjørn Krogen og H.I.Giørtz Sønner AS – Regionslageret (respondenter)

Egil Giørtz er i dag Administrerende direktør i HIG og er 5. generasjon Giørtz som driver bedriften. Tidligere jobbet han for ASKO Norge, men tok over ansvaret etter sin far i 1998 og har arbeidet her siden. Grossistselskapet er deleid av ASKO, men familiebedriften er hovedaksjonærer slik at HIG står noe på siden i forhold til alle de andre Regionslagrene ASKO har i sitt virke. Torbjørn Krogen er driftssjef og har siden 2011 innehatt denne stillingen der han råd gir og vurderer NorgesGruppen og ASKO sine føringer på å bedre miljøet. Egil og Torbjørn har blitt intervjuet hver for seg, men har sammenfattet begge intervjuene til en siden de samarbeider mye sammen på dette området. HIG sine lokaler er plassert på Sula og beskriver seg selv slik på sine nettsider.

Vi leverer varer til dagligvarebutikker, storkjøkken og servicemarkedet i området fra Nordfjorden i sør til Romsdalsfjorden i nord. Vår målsetning er 100 % leveringsandel til våre kunder. Pr. i dag kan vi tilby våre kunder ca. 32 000 ulike produkter.

Vårt lager er nå på ca. 18 000 kvm fordelt på tørrvarelager samt tempererte soner til frukt, kjøll og fryste produkter. Ved utgangen av 2014 var vi ca. 150 ansatte fordelt på 125 årsverk som har full fokus på å sette KUNDEN I FOKUS.

Vår målsetting er å ha fornøyde kunder gjennom å være à jour hver dag, levere riktig vare med riktig kvantum og til riktig tid.

Budsjettert omsetning for 2016 er 2,900 mrd. kr.

Siden HIG er en del av ASKO konsernet kan man beskrive samarbeidet ganske så likt Norge sitt forhold til EU. HIG er en del av ASKO, men bestemmer mye selv hva som gjøres internt samtidig som vi bidrar og deltar i ASKO sine målsettinger og leveransaområder. Siden bedriften er noe på siden er det muligheter til å velge vekk eller vente noe lengre før man gjennomfører ønskelige tiltak fra toppledelsen i NorgesGruppen (NG) og ASKO.

«Det er viktig at ASKO og NG satser på den måten de gjør i forhold til miljøet, men det er ikke alltid like enkelt å få gjennomført i de mindre bedriftene. Det lønner seg å ha litt is i magen for å se om de løsningene som kommer faktisk fungerer for deretter bli med. Der er vi privilegerte som har muligheten til å bestemme selv hva vi ønsker å bli med på og ikke. Målet

er selvfølgelig å bidra til å nå målene frem til 2020, men å kaste penger ut av vinduet før man kjenner til resultatet er helt klart en faktor å ha i vurderingene våre. Noe må vi selvfølgelig bare delta på siden vi er en del av ASKO konsernet der det ikke bare er regionslagerne som endres. Innhenting av avfall fra butikkene er noe alle må gjøre på bakgrunn av samarbeidet med våre kunder som går via NG og ikke HIG.» (Torbjørn Krogen, HIG)

Det kan være utfordrende å være en del av noe og ikke få bestemme selv hva som skal gjøres. Det gjelder ikke for HIG der inkludering og innrullering er viktig for å få best resultat av endringer og igangsettinger.

«Skal man hele tiden satse og prøve nye løsninger for å nå de overordna målene kan det fort bli litt utfordringer utover kostnadene dette medfører og endringene som kreves. Det er ikke bare å gå inn i en produksjon å si at nå gjør vi det slik. Den operative driften er viktig å ha med seg i prosjekteringen og mye av det som skal være med på å redusere våre utslipp påfører andre ekstraarbeid. Krever man endringer på kjøretøyene med flere sjekkpunkter og oppdrag vil selvfølgelig sjåføren stille seg kritisk til dette. Det vil ta mer tid og en allerede sprengt arbeidstid krever kanskje store omlegginger for at små endringer faktisk skal kunne fungere.» (Torbjørn Krogen, HIG)

Det er ikke like enkelt å få gjennomslag eller gjennomføre tiltak på miljø heller fordi det går utover den operative driften. Det finnes metoder for å gjøre det noe enklere å implementere endringer og vise til hvorfor endringer blir iverksatt fra ledelsen ut i produksjonen. Her er styringssystemer enkle verktøy til å vise de ansatte hva vi gjør for å miljøet.

«Det er mange alternative sertifiseringer som kan benyttes, men nå har HIG valgt ISO 14001 som et hjelpemiddel og det er med på å strukturere og stille krav til kontinuerlig forbedring innenfor miljøarbeidet. Ikke bare utslipp og avfall, men også miljø sikkerheten på eget anlegg. Tenker her på kjemikalier, lekkasjer fra parkeringsområder, forurensing til vann og visuell oversikt på eget forbruk. Det er et godt hjelpemiddel som ikke bare vi i ledelsen benytter, men også mellomledere og ansatte får tilgang til for å se effekten på det som blir gjort og får en bedre forståelse på hvorfor satsingen er så stor på miljøarbeidet. Hadde ikke det vært noen standard ville vi selvfølgelig fortsatt satset, men det ville gått mer i rykk og napp i forhold til tiltak og endringer.» (Egil Giørtz, HIG)

Dette er et hjelpemiddel som ikke er satt som noe krav fra regjeringen eller andre at næringsdrivende skal gjennomføre. Heller ikke andre godkjenninger som miljøfyrtårn eller grønn punkt sertifikat. Det er av fri vilje og helt klart tidkrevende for bedrifter som gjennomfører slike tiltak. Når det gjelder staten og sine innspill eller føringer er det lite som er konkret og bestemt på hva som kreves. Forskrifter og enkelte direktiver foreligger, men det ermer et ansvar kommunene må etterleve og kontrollere.

Det er lite vi hører fra regjeringen/Stortinget på hva som rører seg av avtaler og løsninger. Avtaler blir underskrevet på tvers av landegrenser som har intensjon om å endre menneskene sin miljøpåvirkning. Etter avtalen har det vært helt stille og ingen tiltak er blitt iverksatt i Norge som vi vet om. Kommer for det meste noen smådrypp fra media der enkelte politikere nå vil satse på bilfrie byer eller økte avgifter på fossile råstoffer. Det er ingen handlingsplaner eller overordna plan på hva landet tenker å gjennomføre de neste 5/10/20-årene. Det må foreligge flere intensivordninger som formidles og gir næringsdrivende som ønsker å satse reduksjon i form av skatt, avgifter eller at differansen mellom fossilt og miljøvennlig alternativ dekkes. I distriktene må kommunen og fylket legge til rette for å utvide og utvikle egne bygg og anlegg utover de rammene som er gitt i lov.» (Egil Giørtz, HIG)

«Det burde for lengst komme et krav om at Statoil i større grad forsket på alternativ drivstoff. Ikke bare utvinning av nye områder for gass og olje, men finner opp nye måter å kjøre en bil fra destinasjon A til B. Tenk å øremerke en del av Statoil og Statkraft sine inntekter til ren forskning; en såkalt EnergiHub eller BrenselHub for å tenke alternativt. Et hårete mål om å bli verdensledende innenfor forskning på disse to områdene og med det også skaffet alternativ inntekt til Staten.» (Torbjørn Krogen, HIG)

Det finnes helt klart muligheter og man må tenke utenfor boksen og samtidig tørre å satse litt for å komme frem til nye løsninger. NG, ASKO og HIG gjør dette med å presse sine leverandører som Scania med å finne nye, bedre og alternative løsninger. Noe de også har klart de siste 10 årene. Ikke bare er det næringen det bør stilles krav til. Det er mange andre aktører som også må bidra, ikke minst privathusholdningen.

«Fokuset er for snevert og det ligger for det meste i at landet har for dårlige veier. Veiene er gode nok og det bør i mye større grad se på smarte løsninger som tilpasser seg utviklingen. Tenk smarte byer og bygg der det ikke kreves trafikk eller støtte på samme måte vi har i dag.

Bygge opp nye områder med en mer strømlinjeformet struktur som gir beboere og arbeidere en enklere hverdag. Vet ikke hvordan, men det er slik vi må tenke. Større veger gir flere biler og mer kø, enkelt å greit. Bedre kollektiv og transportstøtte vil redusere behovet for fossilt drivstoff og heller satse mer på energi vi i Norge enkelt kan produsere. Thorium er en ubenyttet ressurs og klarer man å bruke denne til å produsere energi ville det helt klart vært med på å redusere all utvinning av gass og olje. (Torbjørn Krogen, HIG)

Bygg- og anlegg er et fokusområde som vi kan jobbe mye mer med i forhold til utforming, men det er kanskje nok å benytte seg mer av de lokale leverandørene i staden for å hente råvarer utover egne landegrenser. I tillegg kastes det for mye mat som heller kunne blitt brukt til noe annet. Det betyr at vi kjøper mer enn vi forbruker og det som er til overs må kunne utnyttes i større grad enn det gjøres i dag. Egne ansatte må man fokusere på der det ikke bare er bedriftene som skal reduserer sine utslipp. Det vil tilslutt ikke være mer vi kan gjøre og da er det viktig å dele sin informasjon og begynne å kreve enda mer fra våre kunder og samarbeidspartnere og hjelpe disse til å gå i samme retning. Kanskje vi kan gå så langt som å be alle våre ansatte skal være klimanøytrale?» (Egil Giørtz, HIG)

Fakta

- Lokal
- 125 år
- KUNDEN I FOKUS
- Økonomi
- Ledelsen delaktig
- Opplæring egne
- Politikere ikke tilstede

Motiv

- Konkurransefortrinn
- Forståelse og engasjement
- Utvikling
- Differanse

Leon Aurdal og Sula kommune – lokalsamfunnet (informant)

Leon Aurdal er Sula sin rådmann og har siden oktober 2012 innehatt denne stillingen.

Arbeidet er ganske så videt og det er mange han skal ha ansvar overfor i kommunen.

Rådmannen er administrativ leder for kommunen og valgt inn av kommunestyret. Rådmannen har ansvaret for alle som er tilsett i kommunen og tilsvarer rundt 600 personer.

Hovedoppgavene er å ta vare på disse, samt utrede, iverksette og kontrollere alt det kommunestyret bestemmer seg for å gjennomføre. Leon jobber tett med sine ansatte og flere er med på å ta ansvar for driften av selve kommunen med kommunalsjefer, avdelingsjefer med fler.

Når det gjelder Sula kommune beskriver dem seg selv på sine nettsider slik:

Sula kommune har 8651 (pr. 1.jan 2014) innbyggjarar. Øya Sula ligg sør for Ålesund, og det tek ca. 35 min med bil mellom kommunesenteret Langevåg og Ålesund sentrum. Vegsundbrua er tilknyttinga til fastlandet. To av dei viktigaste ferjesambanda i fylket vårt, Solavågen - Festøya som er ein del av kyststamvegen mellom Stavanger og Trondheim, og ferjesambandet Sulasund - Hareid, som er trafikkåra mot ytre del av Sunnmøre, - Hareid, Ulsteinvik. Sula ligg med andre ord sentralt til i sunnmørsregionen.

Sula er den yngste kommunen i Møre og Romsdal, etablert 1. januar 1977. Med sine 58 km² er den også ein av dei minste, men samtidig ein av dei dei mest folketette med sine 130 innbyggjarar per km².

Mål og strategi

Visjon for Sula kommune

Sula skal vere den leiande kultur- og friluftskommunen i Ålesundsregionen, med aktive innbyggjarar som opplever samkjensle og identitet.

Visjon for kommuneorganisasjonen

Kommuneforvaltninga skal vere ein fleksibel og endringsvillig organisasjon som skal arbeide for tryggleik, trivsel og tilhøyre for alle innbyggjarane i kommunen.

En liten kommune med god inntekt pr. innbygger. Et kjapt søk viser til at det i 2015 var en inntekt etter skatt, median (kr) blant alle husholdningene i kommunen på Kr 536 000,- (SSB, 2015) som tyder på god snittøkonomi blant husstandene. Det er stor aktivitet med mange sterke bedrifter som Fiskerstrand og Vegsund Verft. Sunnmøres største grossist (HIG) og

flere fiskeolje produsenter ligger innenfor grensene. I tillegg er det mange andre små/store aktører samt landemerket Devoldfabrikken som tiltrekker seg langveisfarende turister for å handle og se på den tidligere tekstilfabrikken.

Når det gjelder selve kommunestrukturen og deres satsingsområde er det helt klart kultur, landskap og en god plass for folket å leve i. Mange små tettsteder og tett bebyggelse gir beboerne til å utfolde seg på mange områder og en sterkt arbeidsmarked gir også god trygghet blant beboerne. Hvordan er imidlertid kommunens arbeid mot å ta vare på miljøet i deres område, men også utover deres område?

«Vi har en miljø- og klimaplan i kommunen som ble vedtatt noen år tilbake der vi prøver å etterleve denne. Det er imidlertid noe vanskeligere å gjennomføre all teori i praksis. Prøver hele tiden å se etter løsninger, men kostnader og drift må hele tiden settes opp mot hverandre og da er kanskje miljøarbeidet det som «syndes» mest mot i forhold til hva som velges. Dokumentet er årlig oppe til gjennomgang i de forskjellige avdelingene som en kontroll for å se om vi er innenfor eller ikke, samt justere noe om det foreligger nye tildelinger. Dokumentet er levende og er et hjelpeverktøy for oss i administrasjonen.» (Leon Aurdal, Sula)

Det foreligger et verktøy og et hjelpemiddel for å tenke på eget fotavtrykk. Og da vil man kanskje tenke seg til at det stilles noen krav til beboere og næringsdrivende også slik at det er enklere for kommunen å fokusere på dette området. Det blir imidlertid et satsingsområde, krav og innvirkninger som kan være både positive og negative for kommunen.

«Kommunen vedtok en strategisk næringsplan i 2015 og med det legge mer til rette for næringslivet og bidra til videre utvikling i kommunen. Det gikk mest på å legge til rette for nye næringsdrivende, bruk av arealområder, samferdselsutviklingen og næringsfondet. Når det gjelder krav i forhold til miljø stiller vi dessverre ikke så mye her og det er kanskje litt dumt. Ønsker helt klart et fokus på dette området og vi ser og hører nasjonalt og globalt utviklingen. Kommunen prøver selv å samarbeide for et bedre kollektivtilbud, for vi flytter mer på oss og det trengs med det et bedre tilbud. Andre utfordringer det jobbes med er trafikksikkerheten og all tungtrafikken som rører seg i vår kommune. Det er mange uoversiktlige kryss, og de jobber vi med for å finne gode løsninger og redusere tidsbruken transportnæringen bruker på dette området. Vi stiller selvfølgelig krav i forhold til forskrifter og direktiver som er pålagt oss via staten, men utover det er det kanskje mest samarbeidet

med verfta og deres utslipp i fjorden vi har hatt mest fokus på de senere årene.» (Leon Aurdal, Sula)

Det er for det meste direktiver og forskrifter som styrer hva kommunen velger å pålegge de næringsdrivende. Hva er grunnen til at det ikke er mer som blir gjort for å redusere og bidra til at miljøet tas mer vare på?

«Det er viktig å få fram problemet og sette det mer på dagsorden. Tenker at vi kanskje legger opp til at det deles mer imellom de næringsdrivende og gir tips og råd i forhold til hva som fungerer og hva som ikke fungerer. For vår egen del har det oftest vært egen organisasjon og forbedringer vi kunne gjort for å bedre vårt fotavtrykk, men et fora som samler flere og deler av sine erfaringer er helt klart muligheter for. Utover det er ikke vi i kommunen de beste til å gi svar på hva som lønner seg og det er heller ikke flust av midler for å støtte oppunder de som ønsker å satse på området. Ingenting av det som gis til kommunene årlig er øremerket for miljøformål. Det henvises til at vi skal holde oss innenfor lover og forskrifter, men noen overordna intensjonsplan på hva vi skal oppnå eller jobbe mot finnes ikke. Det finnes løsninger som ENOVA og kommunalt næringsfond, men det er begrensa hvor mye man kan få på disse områdene og i tillegg kreves det mye arbeid i forkant, under og etter. Det gjør det hele mer vanskelig og mindre interessant» (Leon Aurdal, Sula)

Det er ønskelig å arbeide og legge til rette for å redusere og gjøre folk mer bevisst på hva som finnes av løsninger, men på Sunnmøre føles det noe vanskeligere ut enn andre steder.

«Sunnmøringer er ikke enkle å ha med å gjøre når det gjelder endringer og merarbeid som ikke gir ekstra gevinst. Miljøet kan virke som et merarbeid fordi det koster mer. Det ligger i ryggmargen til oss Sunnmøringer at det må ha en viss gevinst for at vi skal satse og bruke tid på miljøarbeidet. Kan hende det har endret seg noe i det siste når vi ser de maritime virksomhetene satser på «Grønne skip», men vi er vel noe mer forsiktig og skal være sikre før vi setter i gang.» Leon Aurdal, Sula)

Informasjon, vilje og støtte er noe som trengs for å få flere til å bidra i satsingen på et bedre miljø. Vi er enige om at det er en utfordring og at det foreligger alt for få føringer utover de

enkle områdene som er veldig synlige. Tenker at viljen blir større om tilskuddene blir bedre og informasjonen og kravene synliggjøres bedre.

Fakta

- Robust
- Lokal
- Liten
- Satser internt
- Ønsker å vite mer
- Sunnmøringer

Motiv

- Skape kontakt
- Læring
- Øke tilbudene
- God standard

Drøfting

I denne delen vil jeg nå prøve å besvare problemstillingen gitt i starten av oppgaven sammen med brukt teori og metode. Målet er å belyse H.I.GIØRTZ SØNNER AS (HIG) sitt miljøfokus der jeg ser på hva som har blitt gjort, gjøres og hvilken effekt og påvirkning HIG har utover egen virksomhet. I starten av drøftingen vil det bli lagt frem en del oppnådde resultat fra oppstarten til miljøarbeid. Denne kunne muligens stått i teorikapitlet, men jeg mener å ha pekt på noen områder underveis i fremstilling under som knyttes opp mot økologisk økonomi sin tankegang.

Hvordan påvirker vi?

HIG har gjort mye forskjellig for å bedre sitt miljøarbeid fra oppstarten til i dag. Videre har HIG jobbet for å bedre de områdene man ikke hadde god nok kontroll eller kunnskap til å gjennomføre i startfasen. Det hele startet rundt 2004 når «bearbeidingen» av ledelsen i NorgesGruppen og ASKO tok til selv om det hadde vært oppe til tema tidligere på hva som kan gjøres fra vårt ståsted. Man begynte å sondere terrenget på hva som kunne gjøres, men slik jeg har forstått det var ikke det en enkel sak. Teknologien var ikke utbredt skikkelig på området og man måtte i større grad finne på løsninger selv for å ta ansvar. Det fantes selvfølgelig løsninger på enkelte områder og temaet var ikke helt nytt i forhold til arbeidet med miljø. Helt tilbake til antikkens tid kan vi spore menneskets oppfatning av naturen. Spesielt Aristoteles brukte naturen som et forbilde og hjelpemiddel for å forstå hvordan alt hang sammen. Gjennom årenes løp fikk man en annen type oppfatning av naturen og brukte den deretter og fra industriens oppstandelse (opplysningstiden) har man i stor grad brukt naturen som et middel for å utvide, utbedre og endre egen levestandard. Det man prøver med Økologisk økonomi er å finne metoder for å jobbe sammen med naturen og skape et harmonisk samspill (Jakobsen og Nystad, 2013)

Tilbake til ASKO sin satsing var det å finne egne veier å gå og et av de første tiltakene var å få en oversikt på hva man forbrukte og kunne gjøre noe med selv. Det var viktig å innhente data for å se hvordan situasjonen var og hele tiden kunne måle endringene ved implementering av nye hjelpemiddel. KING (kildesortering i NorgesGruppen) var et av de første områdene det ble tatt tak i der man visste det var store mengder avfall innenfor egne vegger. Ikke bare regionslagrene (RL), men også alle kundegruppene til NG ble implementert i denne tankegangen. Hele virket var storforbruker av plast og papp som kom til overs fra eget lager ved mottak, lagring og forsendelse av varer. Disse materialene kunne samles sammen og

videresendes til anlegg som gjenbrakte pappen til nye varianter og plasten ble smeltet om til granulater som for eksempel kan gå til fleece og plastposer. Det betydde at avskogingen ville reduseres og mindre olje gikk til utvinning av plast. Det er denne måten man ønsker å tenke på i forhold til Økologisk Økonomi og dens kretsløp der den enes output er den andres input (Ingebrigtsen og Jakobsen, 2007).

2008-2014

Implementeringen av KING ble gjennomført i 2005 – 2007 der HIG var en del av prosessen og var delaktig i å bedre sine avfallsrutiner med å bruke noe mer tid på å sortere og samle sammen før det ble videresendt til større anlegg for nyvinning. Det var bygging av nettverk på tvers av næringsvirksomheter for best mulig utnyttelse av materialene som nå var til overs. Etter innkjøringen av KING begynte man å se mer på det med å danne seg langsiktige mål og det ble vedtatt at hvert enkelt selskap skulle lage seg et miljøprogram for en gitt periode. Den første perioden var fra 2008 – 2014 med følgende målsettinger og oppnåelser.

Tiltak	Mål	Når	Gj.ført
Vurder implementering av Entro EOS loggen	Bedre energistyring	2012	2012
Ny isolasjon tak (2000m2)	32.432 kWh	2011	2011
Nytt belysningsanlegg	220.000 kWh	2011	2011
Nytt energieffektivt fryseanlegg m/gjenvinning	365.000 kWh	2012	2013
Justert utebelysning	uavklart	2012	2012
Montere lufteporter	uavklart	2012	
Tilstedeværelsessensor på kontorer etc	uavklart	2010	2010
Tiltak	Mål	Når	Gj.ført
Ruteoptimalisering (SPIDER)	+5% effektivitet	2012	i prosess
Måling av fyllingsgrad	+5% effektivitet	2012	i prosess
Vurder overgang til alternative driftstoff	ikke mulig pr.2014	2013	2014
Vurder kryogen aggregat	ikke mulig pr.2014	2013	2014
Opplæring i ECO-drive for sjåførene	+3% effektivitet	2012	2013
Innfør flåtestyring og overvåkning ECO drive	+3% effektivitet	2013	2014
Forbud mot tomgangskjøring	uavklart	2011	2011
Opprett loggføring forbruk kuldemedier	-	2013	x
Tiltak	Mål	Når	Gj.ført
Stenge septiktanker og tilkobling offentlig avløp	Ingen lekkasjer	2011	2011
Vurder behov for fettutskillere	ihht forskrifter	2013	x
Etabler vaskehall og oljeutskiller	ihht forskrifter	2012	2012
Installer vannmåler på miljøstasjon	Forbrukskontroll	2012	x
Anskaff absorbasjonsmateriale for oljesøl	ihht forskrifter	2012	2012
Etabler verksted med oljeutskiller	ihht forskrifter	2013	2014
Gjennomfør risikovurdering utslipp spylerveske	ihht forskrifter	2013	2013
Tiltak	Mål	Når	Gj.ført
Kontroll av skraphandler ifh miljøkrav	Etterlevelse	2012	x
Kildesortering papir	uavklart	2010	2010
Etablering av eget område for farlig avfall	Risikoreduksjon	2012	2012
Rutine for miljøkartlegging ved riving innføres	100% gj.ført	2012	2012
Tiltak	Mål	Når	Gj.ført
Oversikt over kjemikaliebruk lagret elektronisk	100%	2012	2012
Datablad for kjemikalier lagret i perm	100%	2011	2011
Datablad på uttakssted/brukersted	100%	2011	2011
Kontroll på vaskemidler ifh miljøvennlighet	Substitusjonsplikten	2011	2012
Rutine for miljøkartlegging ved nybygg innføres	100% gj.ført	2012	2012

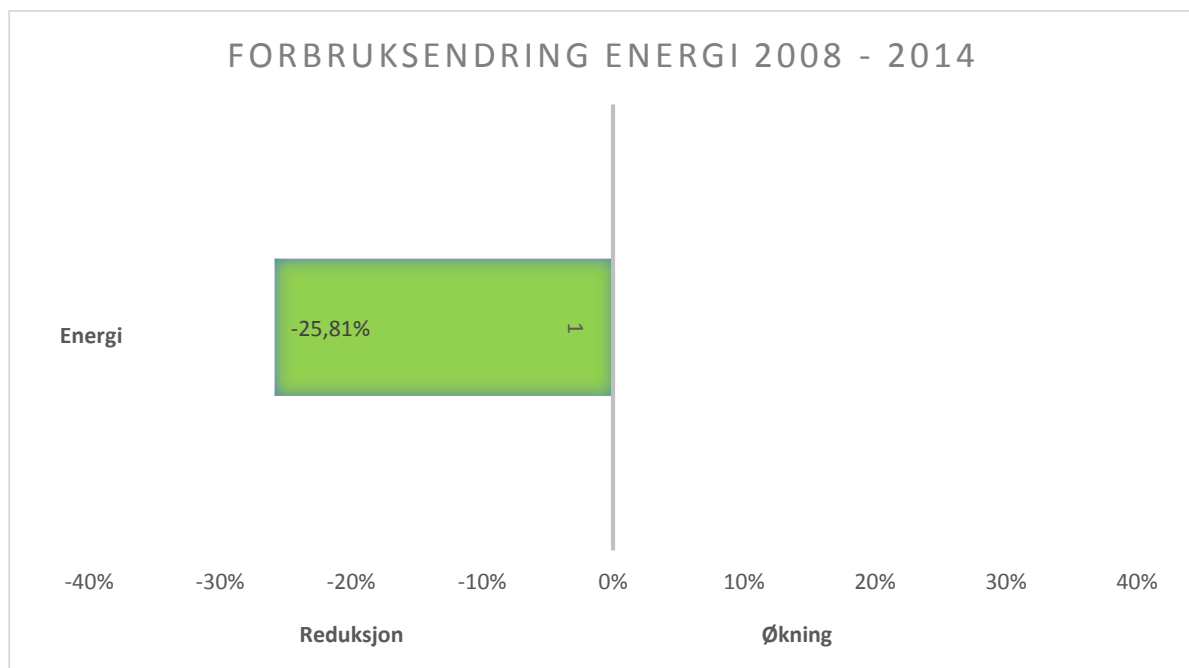
Tabell 1 Oversikt på tiltak med mål, frist og gjennomført for HIG fra 2008 - 2014

Oversikten ovenfor, forteller noe om områdene det fokuseres på med en formening på bedriftens tilstand og status. De fem områdene er; energiforbruk, utslipp til luft, utslipp til vann og grunn, avfall og kjemikalieoversikt.

Som et eksempel vil jeg vise frem energiutviklingen til HIG der de gikk fra å ikke ha noe stort fokus til å fokusere på det og etablere tiltak.

M2	20000	20000	18000	18000	14000	14000	14000
Periode	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Januar	13	15	15	15	21	16	
Februar	25	29	32	29	39	35	
Mars	37	45	48	44	59	56	
April	49	60	63	58	78	74	
Mai	61	74	77	72	97	91	
Juni	73	87	92	86	115	105	
Juli	86	100	106	101	135	119	
August	99	113	117	116	156	134	
September	112	126	131	131	174	148	
Oktober	124	139	146	146	192	162	
November	136	152	161	161	210	176	
Desember	149	165	178	175	230	192	201

Tabell 2 Energiforbruk hig pr.m2 fra 2008 - 2014



Tabell 3 Forbruksendring energi 2008 – 2014.

Ca. 26 % reduserte HIG sitt energiforbruk de første seks årene, men som det vises i [Tabell 1](#) var det ikke før i 2010 man hadde fått gjennomført første endring. Med endringene på disse fire årene så man tydelig at dette også hadde en gevinst i form av reduserte energikostnader og man sparte ca. 400 000 kr (fast strømpris på 0,6 kr) årlig på de forskjellige tiltakene. Selv om disse tallene har en positiv fremtoning i innsparte penger er det en del kostnader i investeringer som ligger bak og totalt sett må det over flere år være en forbedring i forbruket før man tjener dette inn igjen. I verste tilfelle kan det være at man går i null for effekten vil med årene stabilisere seg og nye investeringer må inn for å redusere på nytt.

På dette området ser man viljen i å være med å bidra til å redusere sitt fotavtrykk og bevege seg mot en løsning som kan rettes mot tankegangen til bunnlinjene der samspillet er viktig for å oppnå best resultat. Det jobbes ikke bare med å finne løsninger som gir økonomisk fortjeneste, men det fokuseres også på hvordan endringene har innvirkning på miljøet og viser til engasjementet til å bidra for samfunnet for å begrense sitt forbruk i forhold til hva det var.

2015-2020

Nå er det snakk om vegen videre frem til 2020 og hvilke tiltak man ser for seg blir viktige.

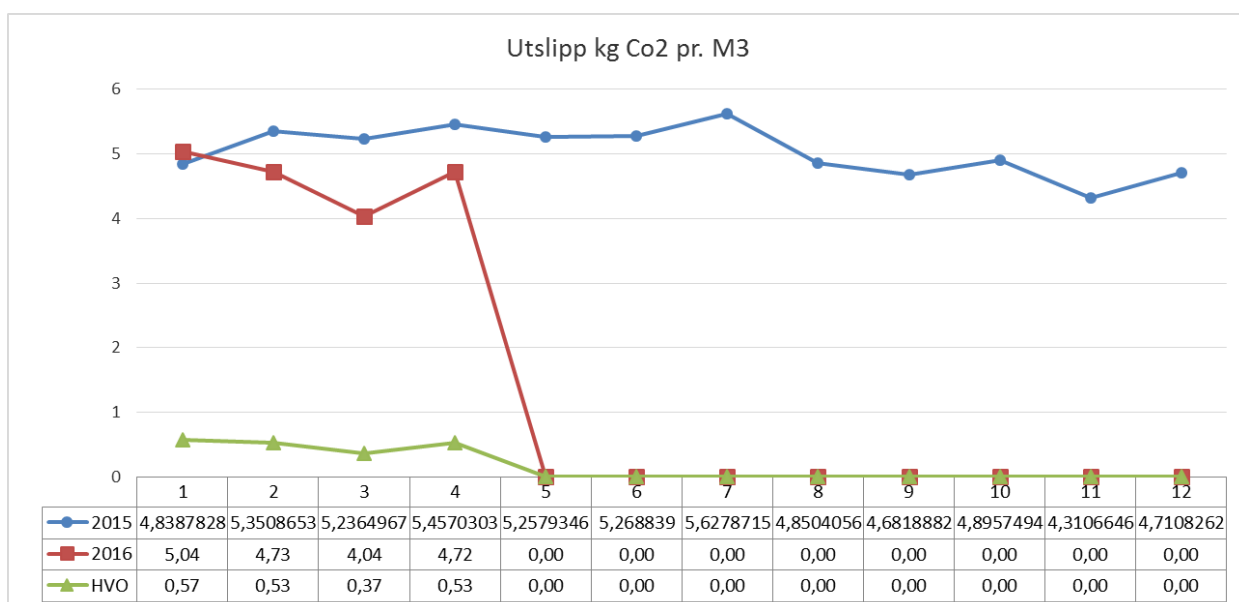
«Ledelsen er 100% inne i tankegangen og det er de som er pågangsdrivere til å fortsette satsingen og virkelig tror miljø er noe som må satses på. Ikke bare økonomisk vekst, men også være med å bidra til å utvikle vår måte å jobbe på, på en miljøbevisst metode.» (Knut Aaland, ASKO)

Det forteller noe om engasjementet i arbeidet som legges til grunn for at HIG og ASKO skal bidra til et bedre samfunn og være en frontfigur for andre bedrifter og samtidig stille krav til sine samarbeidspartnere med å bidra til utviklingen. Når man i den første perioden var litt usikre på hva man skulle gjøre og bidra med har det i senere perioder kommet mange nye alternativ å satse på i forhold til teknologi og smarte løsninger. KING ble på mange måter regnet som startskuddet for HIG og ASKO sin miljøratsing og det ble jobbet videre på dette området for å se hva man kunne gjøre for å utvikle denne. Det ble allerede i 2011 satt i gang pilotprosjekt for KING II der man i tillegg til eget avfall nå skulle se på hvordan kundene kunne bli kvitt eget avfall samt øke avfallstypene. Man var allerede ute hos kundene og leverte varene så det burde i grunnen ikke være noe problem å ta med seg alt avfallet i egen bil som enten var tom eller hadde få leveranser igjen. I tillegg til å ta med seg alt av europaller, halvpaller, pant, EL- artikler, isopor, plast (mjuk, hard, poser) og papp ville man slippe at renovasjonsbilene som kjørte ut å hente dette. Det førte til en enstrøms leveranse der HIG sine kjøretøy første leverte varer til kunden for så ta med seg avfall tilbake (restavfall og matavfall blir ikke tatt med pga. matvaresikkerheten) og kjørte dette tilbake til eget lager for videre sortering og avhending og henting. Bilene ble fylt opp begge veier som gir en bedre utnyttelsesgrad av kjøretøyene og redusert Co2 utslipp.

De overordna målene som er gitt for selskapene inne 2020 er å være klimanøytral, ha en kildesorteringsgrad på 95 % eller høyere, samt ha 100 % fornybart drivstoff på egne og

innleide biler. Disse tre målsettingene virker å være veldig hårete, men det er viktig å få frem at HIG skal jobbe mot å være netto selvforsynt for strøm sammen med resten av ASKO selskapene innen 2020. Det betyr at ASKO Rogaland kan stå for 80 % av strømforsyningen og de resterende selskapene produserer 20 %. Man ønsker allikevel at alle selskapene bidrar med mer enn dette og har i tillegg satt et delmål der alle selskap skal redusere strømforbruket med ytterligere 20 % innen 2020. Fornybart drivstoff må ikke blandes med 0- utslipp av Co2, NOx (nitrogenoksid) og PM (particulate matter – svevestøv). Det ønskelige er å bruke alternative typer drivstoff som ikke er fra vanlig oljevirkosomhet. Altså gjenbruk av allerede brukte råvarer og dette er i tråd med bedriftens ønske om å være bærekraftig.

For å illustrere noe bedre hva det betyr å satse på fornybart drivstoff legger jeg ved tabellen som viser HIG sitt sine utslipp etter å ha fraktet varer ut til kunden og hentet returavfall inn igjen.



Tabell 4 Utslipp kg Co2 pr. M3 transportert

Det tabellen viser er omtrentlig utslipp Co2 i kg pr kubikk transportert. Blå linje viser 2015 transporten, rød for 2016 ut april og grønn viser hvordan utslippet ville sett ut om man kunne hadde brukt HVO (hydrogenerert vegetabilsk olje). HVO er biodiesel basert på vegetabiliske oljer eller animalsk fett (slakteavfall) som under prosesseringen tilføres hydrogen. I hovedsak reduserer denne dieselvarianten utslippet av Co2 med ca. 75% som er en vesentlig andel i forhold til vanlig brennstoff. Når man tenker at HIG og ASKO innehar 600 lastebiler i drift og har som mål å få alle sine kjøretøy over på fornybar drivstoff sier det noe om satsingsområdet og hvor god utviklingen for næringen har vært siden oppstarten.

Det er viktig å få frem at ikke alle typer alternative drivstoffer er bedre enn fossilt brennstoff. HVO har flere varianter der den ene varianten utvinnes av restavfall for palmeolje.

Palmeoljen er kjent for å være en stor utfordring når det gjelder avskoging av regnskogene i Sør-Amerika og Indonesia. Denne avskogingen påvirker miljøet med enorme mengder utslipp av Co2 og det medfører også store endringer av de klimatiske forholdene. Når HIG og ASKO velger hvilken type HVO de skal bruke krever vi at den er fri for palmeolje og er produsert av avfall som ikke påvirker andre miljøaspekter.

Hjelpemiddel

Tilsynelatende virker det som HIG og ASKO har hatt et godt fokus for å bidra til å utnytte allerede etablerte ressurser eller finne løsninger for å maksimere de ressursene som allerede var i bruk. Og man så vel tidlig nytten etter å ha startet dette arbeidet at noe mer trengtes for å ha en utvikling i organisasjonen. Ting ble satt mer i perspektiv og det ble innført standarder for å bli enda mer klar over hva som måtte gjøres.

Standardene viser til en av tankegangene overfor bunnlinjene i økologisk økonomi der man i større grad rapporterer og setter ting i system.

«Det er mange alternative sertifiseringer som kan benyttes, men nå har HIG valgt ISO 14001 som et hjelpemiddel og det er med på å strukturere og stille krav til kontinuerlig forbedring innenfor miljøarbeidet.» «Det er et godt hjelpemiddel som ikke bare vi i ledelsen benytter, men også mellomledere og ansatte får tilgang til for å se effekten på det som blir gjort og får en bedre forståelse på hvorfor satsingen er så stor på miljøarbeidet.» (Egil Giørtz, HIG)

«I tillegg til å være bevist og redusere egne kostnader er det viktig med forståelse fra alle ledd i organisasjonen vår og det klarer vi med å være ISO sertifisert innenfor 14001 samt egen standard; DOS – Dealer Operating Standard (Scania sine krav på hva verkstedet minimum må inneholde og fungere).» (Per Harald Aarseth, Scania)

Forståelsen HIG og vår samarbeidspartner Scania har vist til ved å implementere ISO 14001 (sertifisering av miljøsystemer) gir alle i virksomheten en mye bedre oversikt på hva som gjøres. I tillegg krever det strukturert arbeid med en kontinuerlig utvikling. Det er ikke et pålagt direktiv, men noe man selv velger å gjennomføre for å få en bedre helhetsforståelse på

hva vi gjør og hvorfor vi gjør det. Sertifiseringen er også med på å øke vår posisjon i markedet ved å vise våre kunder og forbrukere at det systematisk jobber med å finne gode og alternative løsninger i forhold til drift. Konkurranseskraften sertifiseringen gir oss i markedet er helt klart en bonus for å ville jobbe mer med satsingen og HIG er også blitt sertifisert innenfor matvaresikkerhet (ISO 22000) og HMS (OHSAS 18001).

Samarbeid og utfordringer

Jeg har nå vist litt til hva HIG har gjort i sitt arbeid med å forbedre sitt bidrag til miljøet og det er helt klart mye bra som har blitt gjort, men det er fortsatt en vei å gå videre. Satsingen krever sitt og det er helt klart kostbart å satse på miljøet og det krever samarbeidsvilje på tvers av avdelinger samt støtte fra samarbeidspartnere.

Leiing

«Det er viktig at ASKO og NG satser på den måten de gjør i forhold til miljøet, men det er ikke alltid like enkelt å få gjennomført i de mindre bedriftene. Det lønner seg å ha litt is i magen for å se om de løsningene som kommer faktisk fungerer for deretter bli med. Der er vi privilegerte som har muligheten til å bestemme selv hva vi ønsker å bli med på og ikke.»
(Torbjørn Krogen, HIG).

HIG som bedrift har en godt utarbeidet organisasjon og en engasjert ledelsen i ASKO og NG som er villige til å være med på å delta i miljøsatsingen, bidra til å redusere utslipp og øke kunnskapen. Ved å være en så velorganisert bedrift viser vi til seriøsitet og ansvar overfor vårt arbeid som går utover det med å være økonomisk robust. Det vier også dyktighet i å ta kloke valg ved avgjørelser som man ikke alltid er enige i. Rettet mot miljøarbeidet mener jeg det er viktig å ha noe is i magen lik det Torbjørn sier og ikke hele tiden blir med på den neste løsningen som dukker opp. Selv om ASKO og NG utreder og kommer med gjennomtenkte planer er det ikke alltid den teoretiske planen fungerer i praksis. Lederen og organisasjonen må ta seg tid til å analysere de nye løsningene som ønskes iverksatt og se dette mer opp mot egen drift på et operativt nivå. Det kan tenkes at endringene påvirker de ansatte på en mer negativ måte enn det konsernet hadde sett for seg og ledergruppen sin kunnskap til sine egne og den operative driften har stor innvirkning på sluttresultatet. Det hjelper lite å øke miljøgevinsten når arbeidsmiljøet skades og løsningene som var ment som gode har fått en negativ konsekvens for resten av produksjonen. God selskapsstyring bidrar til å sikre

bedriften utover kun å basere seg på enkelte områder, men hele tiden har et helhetsbilde på hva som må gjøres for å bedre hverdagen til de ansatte.

Kunnskapen til de ansatte og forståelsen for hvorfor endringene gjøres er viktig å ha med seg uansett hva man velger å gjøre. Det er ofte vanskelig å få satt i gang endringer blant arbeiderne når det man har gjort de siste fem årene og tilsynelatende fungerer bra plutselig skal endres av noen fra konsernet. Heldigvis for HIG, ASKO og NG er alle aksjonærer og fasiliteter stasjonert i Norge og man slipper å forholde seg til utenlandske aktører. Det tror jeg ville ført til mye mer ovenfra og ned ledelse der resultat og investeringer i større grad måtte forsvares. Den egenrådigheten vi har gjør at selv enkle endringer kan vurderes grundigere og eventuelt rådføre seg med personer som skal gjennomføre og iverksette endringene. Jeg tenker at denne typen arbeid er med på å gi HIG et positivt renommé overfor lokalsamfunnet der de ser på oss som en dyktig, seriøs og stabil bedrift som tørr å satse, men også viser ansvar overfor egne handlinger.

Ansvar

Kostnader

Ønsket er å bidra til en bærekraftig utvikling med et samspill mellom rettferdighet, levedyktighet og er utholdelig. Spiller ikke disse dimensjonene på lag er det vanskelig å fortsatt ha et fokus om å være bærekraftig. Dette gjelder selvfølgelig HIG og de har i stor grad bidratt til et bedre miljø. Men hvor langt skal man strekke seg i forhold til å ta ansvar?

Tenker her på levedyktigheten til bedriften, og den økonomiske veksten for å overleve og videre investere. Det har seg slik at miljøatsingen ikke er kostnadsfritt og flere av respondentene sier det samme om tilskudd fra staten; redusere utgiftene eller få etterbetalt differansen på tiltak.

«Å satse på det med å være bærekraftig i Norge er ikke enkelt. For det første koster det mer og de fleste bedriftene jobber med å overleve og bruke ekstra kapital på noe som ikke er tjenlig for selve bedriften kan være vanskeligere å gjennomføre. Spesielt for de små bedriftene i distriktene som ikke har like god forsyning på råvarene som kreves eller kunder som i like stor grad fokuserer på dette området.» (Per Harald Aarseth, Scania)

«Ingenting av det som gis til kommunene årlig er øremerket for miljøformål. Det henvises til at vi skal holde oss innenfor lover og forskrifter, men noen overordna intensjonsplan på hva vi skal oppnå eller jobbe mot finnes ikke. Det finnes løsninger som ENOVA og kommunalt næringsfond, men det er begrensa hvor mye man kan få på disse områdene og i tillegg kreves det mye arbeid i forkant, under og etter. Det gjør det hele mer vanskelig og mindre interessant» (Leon Aurdal, Sula)

«Det må foreligge flere intensivordninger som formidles og gir næringsdrivende som ønsker å satse reduksjon i form av skatt, avgifter eller at differansen mellom fossilt og miljøvennlig alternativ dekkes. I distriktene må kommunen og fylket legge til rette for å utvide og utvikle egne bygg og anlegg utover de rammene som er gitt i lov.» (Egil Giørtz, HIG)

Det finnes ingen målretta planer eller intensjonsplaner for å satse videre og det gjør det vanskelig å satse på noe som koster en del mer enn «vanlig» drift. For mindre bedrifter er det helt klar vanskelig å satse utover nisjebedrifter som har økologisk mat eller økosturisme som overordna plan. For HIG er det vanskelig å endre hele sin strategi til å drive 100 % miljøvennlig og i tillegg leve av det. Det er meget essensielt overfor tankegangen i økologisk økonomi at man har en vedvarende drift og økonomi som går i pluss eller er lik null etter alle planlagte investeringer er vedlagt. Staten må komme mer på banen og legge til rette for at vi kan ta mer ansvar lokalt, men da må staten ta et mye større ansvar nasjonalt!

Det underskrives ofte intensjonsavtaler mellom verdens statsoverhoder, og senest i desember 2015 ble en miljøavtale i Paris underskrevet for å gjelde alle rettslige globale land. Det hjelper lite om denne informasjonen blir værende på regjeringen sine hjemmesider og hva Norge nå har forpliktet seg til å gjennomføre. Om det ikke kommer noen handlingsplaner utover de forskrifter og lover som gjelder i dag er det vanskelig å fortsette sitt ønske om å bidra. Næringslivet tar i et tak og politikerne virker kun villig til å «sole seg i glansen» når åpningene skal offentliggjøres lik solcelleparken på ASKO Øst. Lokalpolitikere samt utvalgte fra Miljødepartementet inviterte seg selv til åpningen, men hadde vært imot deler av anlegget og ilegger investeringene urimelige avgifter for drift. Strøm som produseres skal gå via statlig nett og selges tilbake til forbruker lik kjøpesummen, men med en økt kostnad i forhold til nettleien. Satt på spissen viser dette liten vilje til å støtte oppunder de som ønsker å satse på miljøarbeidet om det ikke tjener staten selv.

Kommunene som de forskjellige bedriftene tilhører bør også bidra mer. Om det ikke er finansieringshjelp bør det tilrettelegges for å utvikle og forbedre infrastrukturen og om mulig bistå med kunnskap eller interesse for arbeidet som blir gjort. Premiering eller innslag i aviser er enkle områder for å gi anerkjennelse til de som satser og det vil forhåpentligvis også påvirke kunder og forbrukere til å velge HIG og deres samarbeidspartnere som leverandør, ikke konkurrentene.

Hvordan bidra?

Hvordan kan vi bidra til at folk bryr seg mer om hva vi gjør med kloden vår og hva vi kan gjøre for å redusere egne utslipp? Når en så stor bedrift som HIG har bestemt seg for å satse er det viktig å informere andre, selge seg selv og kreve mer fra sine egne og kundene, mener jeg. Når man innehar en så sterk posisjon er det mange som lytter og vil følge det samme eksempelet. For en bedrift som kan holde det gående i 125 år har gjort noe riktig gjennom tidene.

Ta vare på sine egne er helt klart en viktig faktor i å overleve og kunne satse videre. Det å ha en trygg arbeidsstokk som kjenner til selve virksomheten og deres verdier og kan være med å markedsføre dette på privaten. Ikke bare det med at man føler seg ivaretatt, men er opplyst og at ledelsen viser engasjement overfor hele driften. Det må også stilles krav til de ansatte om å bidra i de endringene som skal gjennomføres. Ikke like lett og på Sunnmøre der selve folkeslaget er noe ekstra skeptisk til endringer.

«Sunnmøringer er ikke enkle å ha med å gjøre når det gjelder endringer og merarbeid som ikke gir ekstra gevinst. Miljøet kan virke som et merarbeid fordi det koster mer. Det ligger i ryggmargen til oss Sunnmøringer at det må ha en viss gevinst for at vi skal satse og bruke tid på miljøarbeidet.» (Leon Aurdal, Sula)

Informasjon ut til kunde og forbruker for deretter stille krav er om mulig en vei å gå. For det er ikke mange som helt vet hvor langt det har gått i forhold til menneskenes påvirkning på naturen. Media tar opp problemet i visse perioder, men etter noen reportasjer virker det som området har blitt dekket nok i nyhetene for en periode. Det å informere forbruker litt mer om hele varestrømmen til produktet og gi de noen valg er også en mulighet man kan vurdere fremover. Både Torbjørn i HIG og Knut i ASKO nevner dette som et større fokusområde der man tar hele varestrømmen til produktet. Ikke bare ser på hva produktet inneholder, men ser

på selve produktet sin ferd fra første råstoff og helt ut til forbruker. En informasjon om hvor mye produktet har påvirket naturen i sin ferdigstilling i forhold til Co2 utslipp, bruk av råvarer og om disse er fornybare eller ikke. Denne helhetsoversikten vil gi konsumentene en helt annen form for innsikt i hva det er bilene vi kjører rundt på inneholder og ikke bare hvor mye den har forbrukt av Co2. Informasjonen vil muligens bidra til at flere tar tak i samfunnsansvaret med å forbruke mindre og gjenbruke mer. Denne tankegangen vil være med å hjelpe de neste generasjonene på Sunnmøre, i Norge og i verden med å skape et trygt og stabilt liv i mange flere år.

Konklusjon

Svar på problemstillingen

Problemstillingen var da som følger:

- Hvordan arbeider H.I. Giørtz Sønner AS med å forbedre og utvikle sitt miljøarbeid?

Etter å ha gjennomgått studien mener jeg at bedriften jeg jobber i sammen med ASKO og NG viser velvilje til å jobbe strukturert og være i front for utviklingen på miljø. Det finnes helt klart utfordringer ved å satse på den måten HIG gjør, men det er nok veien å gå for å vise de andre hva som må til for at flere skal bidra. De største bedriftene må gå foran som et godt eksempel og finne løsninger som fungerer og heller la de mindre aktørene benytte seg av det i ettertid.

Arbeidet med å være miljøbevisst har helt klart positiv gevinst for de som vil satse med et konkurransefortrinn overfor konkurrentene og en kunnskap om å drifte alternativt som faktisk i mange tilfeller er med på å redusere bedriftens kostnader. Men det skal sies at satsingen har sine utfordringer og mye av det ligger i informasjonen ut til de som ikke har det samme fokuset, samt skaffe den støtten som trengs for videre satsing. De offentlige legger ikke til rette for at det skal satses og når det i tillegg er vanskelig å få redusert kostnadene på sine investeringer og nye- tiltak vil det til slutt nå et metningspunkt fra ildsjelene. Utgiftene vil bli for store og man må om ikke slutte, men eventuelt redusere satsingen til det akseptable.

Dra lasset sammen og ha en felles forståelse innad i organisasjonen virker å være en viktig faktor for å lykkes. Er ikke hele organisasjonen enig i hva som skal gjennomføres og har ønske om å gjøre de endringene som spilles inn vil ikke resultatet bli slik man har håpt på. Rådføring internt i avdelingene og øke hverandres kunnskap om hvorfor man velger å endre og bidra er viktig for at flere kan bidra utover sin egen arbeidsplass. Kunnskapen vil øke de ansattes sin bevissthet på klimautfordringene vi har i verden i dag og være delaktig i markedsføringen av egen bedrift. Systemer som er synlige og kan måles er gode kjelder til å få de ansatte til å lære mer og gjør arbeidet lettere ved å ha god orden og struktur.

Under har jeg listet opp noen av motivene som jeg fant i undersøkelsen:

- Læring
- Knytte kontakter
- Konkurransen
- Utvikling
- Kunden
- Være best
- Ansvar
- Drar lasset sammen

Motivene viser til et ønske og forståelse om hva vi må gjøre for å bli bedre og hva det vil gi oss ved å satse på miljøarbeidet.

Refleksjoner og videre studier

Jeg synes prosessen i å utvikle denne oppgaven har vært interessant og jeg har fått en mye bedre forståelse på hvorfor ting har blitt gjennomført innad i bedriften, men også hvilke utfordringer det har vært. Jeg har kommet i kontakt med personer utover egen drift og vil senere holde kontakten med disse for å jobbe videre med de utfordringene vi har i vår daglige drift og kanskje komme med løsninger som kan brukes operativt og bidra til at flere vil satse på miljøarbeidet sitt.

Det er helt klart mange områder jeg ikke har klart å dekke fult ut og selve forskningen kunne ha blitt gjort annerledes. Med det tenker jeg at det hadde vært interessant å gjennomføre en kvantitativ undersøkelse på egne ansatte og eventuelt bestemte kundegrupper for å se hvor god kjennskap de har til arbeidet HIG og ASKO gjør. Kanskje hadde man fått anledning til å vise alle mulighetene som finnes ved å satse på miljø og få kundegrupper til å bli mer bevisst på hva de kjøper.

Intervju av konkurrenter på lokalt og nasjonalt nivå hadde også vært interessant å få et innblikk, men da måtte nok problemstillingen og oppgavens oppbygging endret karakter for å få gode nok svar. Også politikere med ansvar og myndighet ville ha vært interessant å forsket noe mer på. For det er for sløvt og lite målrettet det staten bidrar med. Hva skal til og hvordan kan vi få politikerne til å satse mer på miljø?

Litteraturliste

Ingebrigtsen, Stig og Jakobsen, Ove (2007): *Circulation Economics*. Bern: Peter Lang AG

Jacobsen, Dag Ingvar (2005): *Hvordan gjennomføre undersøkelse 2.opplag*. Kristiansand: Høyskoleforlaget

NS-ISO (2010): *Veiledning om samfunnsansvar*. Oslo: Norsk Standard

Nystad, Øystein (2014): *Miljø- og samfunnsansvarlig bedriftsledelse*. Handelshøgskolen i Bodø

Olsen, Jørn Bue og Syse, Henrik (2013): *Næringslivsetikk og samfunnsansvar*. Bergen: Fagbokforlaget

Jakobsen, Ove og Nystad, Øystein (2013): *Studiehefte til Industriell Økologi*. Handelshøgskolen i Bodø.

Statistisk Sentralbyrå (17.12.2013) Forbruksundersøkelse, 2012. SSB.no
<https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/statistikker/fbu> [Hentet 17.05.2016]

Miljødirektoratet (18.12.2015) Avfall. Miljostatus.no
<http://www.miljostatus.no/Tema/Avfall/> [Hentet 17.05.2016]

Miljødirektoratet (02.11.2015) Utslipp av Co2 i Norge. Miljostatus.no
<http://www.miljostatus.no/Tema/Avfall/> [Hentet 17.05.2016]

Miljødirektoratet ved Hambro, Ellen (03.05.2016) Årsrapport for Miljødirektoratet 2015.
<http://www.miljodirektoratet.no/no/Publikasjoner/2016/Mai-2016/Arsrapport-for-Miljodirektoratet-2015/> [Hentet 17.05.2016]

Statistisk Sentralbyrå (18.12.2015) Tabell: 06944: Inntekt etter skatt, etter husholdningstype. Antall husholdninger og median (K) (B).
<https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/saveselections.asp> [Hentet 19.05.16]

Nettside

ASKO (2016) [hentet 16.05.2016]

1. www.asko.no
2. <http://asko.no/om-asko/>
3. <http://asko.no/om-asko/miljosatsing/>

Scania (2016) [hentet 16.05.2016]

1. www.scania.no
2. <http://www.scania.no/om-scania/scania-i-norge/>
3. <http://www.scania.no/om-scania/scania-i-norge/kjerneverdier/>
4. <http://www.scania.no/lastebil/miljo/>
5. <http://www.scania.no/om-scania/pressemeldinger/aalesund-aapnet.aspx>

H.I.Giørtz Sønner AS (2016) [hentet 16.05.2016]

1. <http://www.higiortz.no/>
2. <http://www.higiortz.no/Om>
3. <http://asko.no/kontakt-oss/hi-giortz-sonner-as/>

Sula kommune (2016) [hentet 19.05.2016]

1. <https://www.sula.kommune.no/>
2. <https://www.sula.kommune.no/om-sula/kort-om-sula/>
3. <http://www.sula.kommune.no/artikkel.aspx?MIId1=102&AIId=101&back=1&MIId2=107>
4. <https://www.ssb.no/statistikkbanken/SelectVarVal/saveselections.asp>

Vedlegg

Vedlegg 1 – Intervjuguide

Spørsmål til Egil Giørtz, Torbjørn Krogen og Knut Aaland

1. Først kan du fortelle litt om den jobben du har i dag har hatt.
2. Hva var din rolle ved igangsettinga av miljøsatsinga hos ASKO/HIG?
3. Hvor stor innflytelse hadde du i startfasen og er det noen områder du er mer stolt over å ha fått gjennomslag på enn andre?
4. Hvor viktig synes du ASKO/HIG sin miljøsatsing er?
5. Hva var den største utfordringen ved oppstart og hva er den største utfordringen i dag?
6. Hvor viktig er ISO 14001 sertifiseringen for miljøfokus til ASKO/HIG. Utdyp?
7. Hvordan ser du for deg utviklinga vil være etter 2020 og hva bør være satsingsområdet fram til da og etter?
8. Hva bør vi kreve fra Stortinget/regjeringa for at flere skal bidra i miljøet?
9. Hva er det du savner i dagens samfunn ift. miljøet?
10. Hvem bør vi samarbeide med utover ASKO/HIG og hvorfor?
11. Hvor lenge kan vi holde på som vi gjør i dag? Hva må gjøres for at utviklingen skal fortsette?

Spørsmål til Per Harald Aarseth

1. Litt bakgrunnsinformasjon om deg selv
2. Kan du fortelle litt om Norsk Scania og hva de jobber med i forhold til bærekraftig utvikling.
3. HIG sine kjøretøy er basert på distribusjon. Hvor mye utslipp av Co2 og NOx har våre biler i forhold til andre varianter (anlegg, langtransport)?
4. Alternativ drivstoff:
 - a. Hva fungerer?
 - b. Hva fungerer ikke?
 - c. Hva er satsingsområdene fremover?
5. HVO er det de fleste satser mot, men denne inneholder PFAD som er rester av palmeolje. Vet du noe om produsenter som ikke har dette?
6. Hvor lett er det å som bedrift i Norge å jobbe mot å være bærekraftig
 - a. Nasjonalt
 - b. Lokalt

7. Bør politikerne komme mer på banen og legge til rette for de som ønsker å satse på miljøutviklingen? Hva bør endres?
8. Hvor engasjert, eller hvor mye vet dere som jobber her om miljøarbeidet til Scania?

Spørsmål til Leon Aurdal – rådmann Sula kommune

1. Hvilken funksjon og arbeidsoppgaver har du for Sula?
2. Hvordan er fokuset på miljøet i deres kommune og finnes det noen handlingsplaner på dette?
 - a. Sist revidert, omtalt og kontrollert?
 - i. Kom gjerne med noen eksempel på tiltak som har blitt gjort den senere tiden og hvordan dette følges opp.
3. Hva forventer Sula kommune bedriftene gjør for å redusere sitt fotavtrykk?
4. Bærekraftig utvikling, hva tenker du om dette?
5. Hva ser kommunen for seg er de største utfordringene på miljø fremover
6. Bedrifter som satser på miljø/bærekraftig utvikling. Har de noen muligheter til å få hjelp fra dere på dette?
 - a. Er det lett å satse på dette området?
 - b. Hvem kan satse?
7. Hva tenker du om regjeringen og sine tilskudd til å forbedre den bærekraftige utviklingen?
 - a. Er det noen områder som legger kjepper for hjulene til de som ønsker å satse?
8. Kjenner dere til HIG/ASKO sin satsing på miljø?

Vedlegg 2 – Eksempel på intervju

Knut Aaland og ASKO

Knut Aaland er ansatt i da som Direktør innenfor kvalitet og miljø i ASKO. Med det har han ansvaret for å kontrollere og følge opp matvaresikkerheten i ASKO samt jobbe med tiltak for å bedre miljøutslippet innenfor eget bransje. Knut har jobbet hos ASKO i over femten år og har knyttet god kompetanse innenfor eget fagfelt og bidratt stort til ASKO sin miljøsatsing og kontroll på kvaliteten.

1. Hva var din rolle ved igangsettinga av miljøsatsinga hos ASKO/HIG?
 - a. Det var rundt 2004 ASKO startet sitt miljøfokus og på denne tiden satt jeg som Kvalitet- og miljøsjef. Rollen jeg hadde ved igangsettinga var bearbeide direktøren for ASKO for å få han til å forstå at miljø var veien å gå for å kunne konkurrere mot de andre aktørene i fremtiden.

2. Hvor stor innflytelse hadde du i startfasen og er det noen områder du er mer stolt over å ha fått gjennomslag på enn andre?
 - a. I startfasen ble det lagt ned et godt stykke arbeid sammen med samarbeidspartnere. Det var i grunnen en samtale med transportsjef der det ble lagt frem noen tall på hvor mye utslipp ASKO påførte samfunnet og med det startet man prosessen med å finne løsninger og muligheter for å redusere egne utslipp. Hadde nok stor innflytelse i startfasen siden jeg og noen til begynte å jobbe med dette før vi solgte det inn for ledelsen.
 - b. Mest stolt over at ledelsen har tatt over ansvaret og er selv pådriver til å utvikle og finne alternative løsninger til å drive sin virksomhet. Nå er ledelsen 100 % inne og har et stort engasjement i å redusere sitt fotavtrykk.

3. Hvor viktig synes du ASKO/HIG sin miljøsatsing er?
 - a. Miljøsatsingen til ASKO er en av tre hovedambisjoner og er med det et av de viktigste områdene i ASKO sin måte å drive butikk på.
 - i. Norges mest kundeorienterte og effektive logistikkpartner
 - ii. Konkurransedyktig håndtering av hele varestrømmen
 - iii. Bærekraftig – klimanøytral

- b. Miljøsatsingen er vesentlig i forhold til konkurrentene våre der vi er i førerretet og man ser i dag et økt fokus hos kunder og forbruker at miljø er noe som fokuseres mye på.
4. Hva var den største utfordringen ved oppstart og hva er den største utfordringen i dag?
- a. Starten
 - i. I starten var det å finne gode teknologiske løsninger for å bli bedre på miljø. Det fantes få eller ingen løsninger nasjonalt eller globalt som var banebrytende i forhold til å redusere våre utslipp. Vi måtte i grunnen finne på egne tiltak og et grundig arbeid ble lagt til grunn for å se hva som kunne gjøres. Herunder sortering i eget hus. Energibesparelse og forbruk av fossil drivstoff. Det var vi som stresset Scania og ba de komme opp med løsninger og ikke Scania som kom med løsninger som vi inkluderte i vårt virke.
 - b. I dag
 - i. I dag er det kostnadsnivået som er den største utfordringen. For å satse på miljø må man nesten forvente å bruke mer kapital enn man ikke ønsker å satse på miljø. Drivstoff, energi, styringssystem og tid er noe av det som koster mer og her bør det komme en liten endring.
5. Hvor viktig er ISO 14001 sertifiseringen for miljøfokus til ASKO/HIG. Utdyp?
- a. 14001 er ingen oppskrift som sier gjør det slik eller slik. Det er et hjelpemiddel for å sette ting i system og et styringsverktøy for å strukturere det arbeidet som gjøres. Ha kontroll på eget bord og med det utvikle og informere egne ansatte på hva vi har og hva vi gjør. Det stilles ikke bare krav til ledelsen, men alle andre i virket må forstå hva som gjøres og gå i samme retning. Så det er et viktig verktøy for å ha kontroll i papirene og ikke minst vise overfor våre kunder at vi satser på miljø og inkluderer hele varestrømmen.
6. Hvordan ser du for deg utviklinga vil være etter 2020 og hva bør være satsingsområdet fram til da og etter?
- a. Fram til 2020 er det sagt at vi skal være bærekraftig og klimanøytral. For å presisere så mener vi med det at ASKO skal være 100 % netto selvforsynt på energi. Det betyr at vi skal produsere like mye som vi bruker. Når det gjelder

bruk av fornybart drivstoff skal denne også ligge på 100 %, men vi vil ikke ha 0- utslipp. Det får vi ikke før alt godset går på strøm, hydrogen eller andre løsninger som ikke har noen form for Co2/NOx forurensing.

- b. Etter 2020 må vi fortsette å jobbe med å finne ytterligere løsninger på å redusere vårt forbruk og med det optimalisere transportsystemet. Det er store investeringer fram til 2020, så perioden etterpå vil gå mye på innkjøring, forbedring og små justeringer for å bedre våre allerede gjorte tiltak.

7. Hva bør vi kreve fra Stortinget/regjeringa for at flere skal bidra i miljøet?

- a. Avgiftsregimet bør justeres noe og de som satser på miljø bør få reduserte avgifter.
- b. Tilrettelegging for infrastruktur for drivstoff
- c. Konkretisere mål og planer fram til 2030 på hva bransjen må/bør satse på.
- d. Satse på bedring av veinett og alternative transportmuligheter.
- e. Fastsette egne konkrete mål på hva regjeringen vil gjøre. I dag finnes det ingen tydelige og konkrete mål på hva som skal gjøres. Kun enkle planer på hva vi har av utslipp og hva som forventes. Satte man et konkret mål som at alle bedrifter skulle redusere sine Co2 utslipp med 20 % ville det hjulpet mye for dagens utslipp. Også enkle mål på kortere perioder
- f. Begynner å stille krav til egne offentlige innkjøp. Se Forsvaret, bygninger, posten, sjukehus, kommunene med flere. For de fleste store endringene skjer via det offentlige.
- g. Differensiering – bedrifter som satser får tilbake fra staten merforbruket de bruker på sin miljöatsing.

8. Hva er det du savner i dagens samfunn ift. miljøet?

- a. Savner at det er flere som viser engasjement og tar ansvar
- b. Stiller krav til forbruker. Vil vite mer om produktet og at fotavtrykket på det som forbruker kjøper også blir synlig og ikke bare fra produsent og leverandører. Det betyr at forbruker og kunde ser mer på hva som ligger i bilen og ikke hva den forbruker.
- c. Øke sporbarheten til samtlige produkter for å se hvordan de blir produsert. Har det i dag, men fortsatt ikke godt nok utover selve produktet.

9. Hvem bør vi samarbeide med utover ASKO/HIG og hvorfor?
 - a. I dag samarbeider vi med Cero, posten, Scania, Matsentralen (kasting av mat), gjenvinningsfirma, det er et bransjesamarbeid med å fjerne luft i emballeringene, SPAR International og ENØK. Hvem vi kan samarbeide med videre er vanskelig å si siden det er vi som er først ute på det meste og de fleste ser på hva vi gjør og ikke motsatt.

10. Hvor lenge kan vi holde på som vi gjør i dag? Hva må gjøres for at utviklingen skal fortsette?
 - a. Når teknologi og alle løsninger er gjennomført så må vi se på investeringer. Investere i utlandet og bidra til at andre deltar i utviklingen og benytter seg av teknologiske løsninger ASKO har vært med på å utvikle og teste.