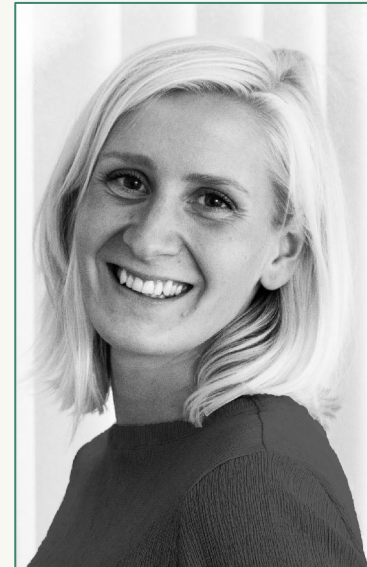


Dagsorden

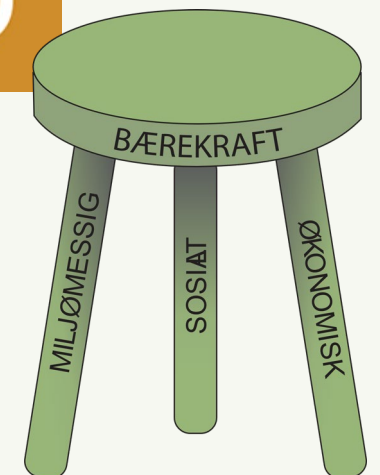
- Hva er bærekraft?
- Hvorfor bærekraft?
- Hvordan bærekraft?



Hva er bærekraft?



FNs bærekraftsmål



Hvorfor satse på bærekraft?

Hvorfor satse på bærekraft?

Hva er din bedrifts motivasjon?

*«Samfunnsansvar og bærekraft har ikke utelukkende moralsk verdi, men også en verdi gjennom å skape vekst og være **lønnsomt** for både selskapet og selskapets interessenter.»*

Agder Energi

«Bedrede lånebetingelser gjennom grønne obligasjoner, bedret omdømme, økt arbeidsgiverattraktivitet og økt gjennomslagskraft for arbeidet med rammevilkår, er potensielle direkte og indirekte effekter av sterkt bærekraftarbeid.»

Hafslund Eco

Hvorfor satse på bærekraft?

*«Som en stor statlig virksomhet er det viktig for Statnett å bidra til FNs bærekraftsmål og innfri de økende forventningene i samfunnet rundt oss. I 2019 har det vist seg at et godt **bærekraftsarbeid også lønner seg økonomisk**. Statnett vil fortsette å løfte bærekraftsarbeidet.»*

Konserndirektør i Statnett, Knut Hammerhund

*«I fjor ble vi kåret til landets mest bærekraftige strømleverandør. For oss skal bærekraft være et **konkurransefortrinn**.»*

NTE Nett

Naturen gir flotte opplevelser og er en viktig del av våre liv. Sikre de kommende generasjonene samme mulighetene til opplevelser

Kundene våre mener bærekraft er viktig. Vi skal reflektere kundenes behov

Tiltrekke nye talenter

Vårt bærekraftsarbeid kan gi ringvirkninger ved å sette et godt eksempel for andre

Hvorfor satse på bærekraft?

Vi bør jobbe med dette før vi blir tvunget til det

Vi har alle et ansvar for å bidra

Vår virksomhet legger beslag på store naturarealer, dette må gjøres på en bærekraftig måte

Bærekraft som pådriver for å finne nye og bedre teknologiske løsninger

Forventninger fra samfunnet rundt oss

ASPLAN VIAKs BÆREKRAFTSTJENESTE

1. DATAINNSAMLING

- Bli kjent med bedriften via gjennomgang av styringsdokumenter, årsrapport, eiendommer, driftsrutiner, medarbeiderundersøkelse etc.
- Identifisere interessenter, det vil si de som påvirker og påvirkes av bedriftens virke.

Eksempelvis kunder, egne medarbeider, samarbeidspartnere, leverandører og lokalsamfunn.



Utklipp fra digital workshop i Miro.

2. PEKE UT RELEVANTE BÆREKRAFTSMÅL

- Workshoper med medarbeidere, ledelsen og med representanter fra bedriftens viktigste interessenter. Workshopene gjennomføres i den digitale plattformen Miro.
- Hvilke mål er bedriften selv motivert til å jobbe med?
- Hvilke mål forventer bedriftens interessenter at dere jobber med?
- Innenfor hvilke mål kan bedriften gjøre en reell og størst mulig positiv forskjell mot et mer bærekraftig samfunn?



I dette steget gjøres det et utvalg blant FNs 17 bærekraftsmål. Antall mål avhenger av virksomhetens karakter, størrelse og ambisjoner.

3. FINNE ROBUSTE INDIKATORER

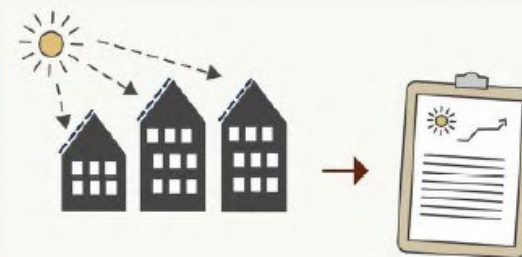
- Indikatorene gjør bærekraft målbart.
- En robust indikator er spesifikk, forståelig og målbart.
- Indikatorene må være enkle for bedriften å måle og følge opp som en del av den daglige driften.
- Eksempel på indikator: Antall kWh egenprodusert solstrøm per år.



4. RAPPORTERING OG FORBEDRING OVER TID

- Årlig rapportering viser utvikling over tid innenfor hver indikator.
- Bedriften har selv den nødvendige detaljkunnskapen om egen bransje til å iverksette nødvendige tiltak for å oppnå forbedring over tid - innenfor alle de utvalgte indikatorene.
- Asplan Viak kan bistå med analyser, tjenester og tiltak som sikrer positiv utvikling innen klima, energi, miljø, ressursbruk mm. over tid.

Eksempelvis beregning av klimafotavtrykk, ombruksanalyse, vurdering av potensial for solenergi, livsløpsanalyser for bygg og landskap, medvirkningsprosesser, BREEAM-sertifisering, utredning av blågrønn faktor, tilrettelegging for naturmangfold, grønne tak mm.



1. DATAINNSAMLING

- Bli kjent med bedriften via gjennomgang av styringsdokumenter, årsrapport, eiendommer, driftsrutiner, medarbeiderundersøkelse etc.
- Identifisere interessenter, det vil si de som påvirker og påvirkes av bedriftens virke.

Eksempelvis kunder, egne medarbeider, samarbeidspartnere, leverandører og lokalsamfunn.



Utklipp fra digital workshop i Miro.

1. Datainnsamling

Relevante bærekraftstiltak avhenger av bedriftens karakter, størrelse og ambisjoner.

Hvem er deres interessenter? Det vil si de som påvirker og påvirkes av bedriftens virke.

F.eks. kunder, egne medarbeider, samarbeidspartnere, leverandører og lokalsamfunn. Deres forventninger forplikter!

Hvordan?

2. PEKE UT RELEVANTE BÆREKRAFTSMÅL

- Workshoper med medarbeidere, ledelsen og med representanter fra bedriftens viktigste interessenter. Workshopen gjennomføres i den digitale plattformen Miro.
- Hvilke mål er bedriften selv motivert til å jobbe med?
- Hvilke mål forventer bedriftens interessenter at dere jobber med?
- Innenfor hvilke mål kan bedriften gjøre en reell og størst mulig positiv forskjell mot et mer bærekraftig samfunn?



I dette steget gjøres det et utvalg blant FNs 17 bærekraftsmål. Antall mål avhenger av virksomhetens karakter, størrelse og ambisjoner.

2. Peke ut relevante bærekraftsmål

I HVILKEN GRAD PÅVIRKER BEDRIFTENS ARBEID DETTE BÆREKRAFTSMÅLET?



3. FINNE ROBUSTE INDIKATORER

- Indikatorene gjør bærekraft målbart.
- En robust indikator er spesifikk, forståelig og målbart.
- Indikatorene må være enkle for bedriften å måle og følge opp som en del av den daglige driften.
- Eksempel på indikator:
Antall kWh egenprodusert solstrøm per år.



3. Finne robuste indikatorer

S M A R T

• Målbart

En indikator bør være et tall

• Relevant

for bedriften å jobbe med

• Spesifikk

Er det entydig hva som måles?

• Oppnåelig (Achievable)

Er målet realistisk for bedriften å få til?

• Tidsbestemt

Når skal målet være nådd?

4. RAPPORTERING OG FORBEDRING OVER TID

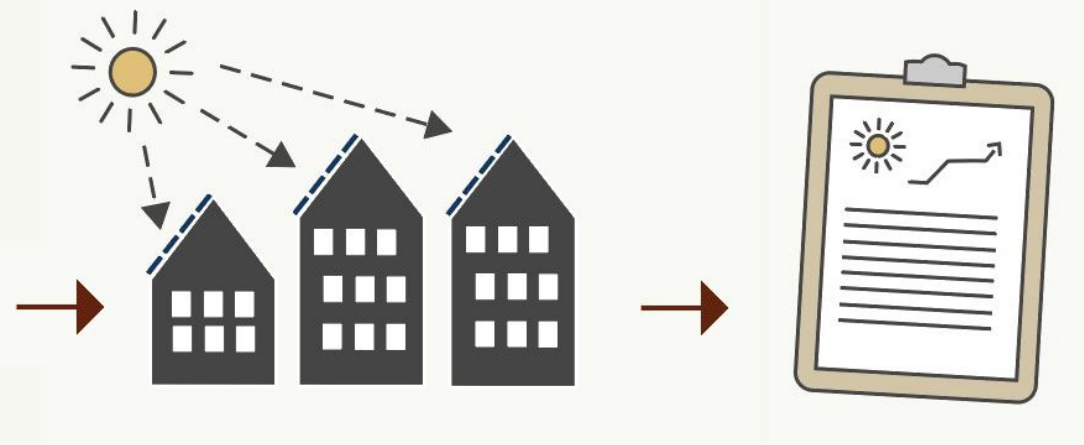
- Årlig rapportering viser utvikling over tid innenfor hver indikator.
- Bedriften har selv den nødvendige detaljkunnskapen om egen bransje til å iverksette nødvendige tiltak for å oppnå forbedring over tid - innenfor alle de utvalgte indikatorene.
- Asplan Viak kan bistå med analyser, tjenester og tiltak som sikrer positiv utvikling innen klima, energi, miljø, ressursbruk mm. over tid.

Eksempelvis beregning av klimafotavtrykk, ombruksanalyse, vurdering av potensial for solenergi, livsløpsanalyser for bygg og landskap, medvirkningsprosesser, BREEAM-sertifisering, utredning av blågrønn faktor, tilrettelegging for naturmangfold, grønne tak mm.

4. Rapportering og forbedring over tid

Eksempel på indikator:

Mengde egenprodusert solstrøm per år.
Måles i kWh.



Leif Christian Jensen

Epost: leif.jensen@asplanviak.no

Tlf: 997 43 709

Taran Aanderaa

Epost: taran.aanderaa@asplanviak.no

Tlf: 456 71 221