

Hva kan jeg, som ansatt, gjøre for at min bedrift blir mindre miljøskadelig?

Av Martin Standley.

Martin Standley er programleder i Grønt Arbeidsliv.

Innlegg på seminar i Norsk Vannforening 30. januar 1992.

Svaret kan være enkelt. Du kan reise mindre, kjøpe inn mindre miljøskadelige produkter, sortere avfallet, passe på å skru av PC-en når du ikke er tilstede, reise kollektivt, eller sykle til og fra jobben, foreslå mer miljøvennlige produkter... Mulighetene er nesten uendelige. De fleste av dem er direkte ressursbesparende, og dermed lønnsomme. Spørsmålet er: hvorfor skjer det ikke? Svaret ligger nok i at du som ansatt er en del av en organisasjon, og organisasjoner endrer seg ikke så lett. Det er bakgrunnen for opprettelse av Grønt Arbeidsliv.

Men først, vil jeg gjerne ta et tilbakeblikk på miljøvern. For å være kort, må jeg for-enkle noe.

Når man begynte å ta miljøvern på alvor i 60- og 70-årene, fokuserte man på å samle opp miljøfiendtlige utslipp fra produksjonsprosesser. Myndighetene satte krav til utslipp, og det ble investert i rensing. Investeringene var dyre og driften var dyr. Fordi investeringene ikke var lønnsomme, måtte lov og forskrift anvendes for å få innført disse tiltakene.

I 80-årene ble oppmerksomheten rettet mot renere prosesser. Ved å optimere produksjonsprosessen, kunne man unngå å produsere (eller redusere mengden av) mange stoffer som måtte renses ut etterpå. Investeringene var

fremdeles store, men kunne lønne seg etterhvert på grunn av reduserte råvare-/energi behov.

I 90-årene, ser man begynnelsen av en tredje miljøbølge: Grønne organisasjoner. Mens rensing og renere prosesser virket hovedsakelig inn på produksjonsdelen av bedriften, ser vi nå på hele organisasjonen i lys av miljøeffekt. Fra forretningsvisjon til operative handlinger, fra produktutvikling til markedsføring og personal. Alle funksjoner, og alle beslutninger, må ta hensyn til miljø. det skrives mye om hvordan og hvorfor organisasjoner burde «grønnes». Det interessante er at det er ikke-naturvitere som er forfatterne, men bedriftsledere, økonomer og politikere. Hvorfor?

Disse er så opptatte av det Grønne fordi de ser en markedsendring på gang. Endringen er forankret i flere trender, som er globale, men med varierende hastighet fra land til land. (Norge ligger nok ikke i teten for tiden - kanskje fordi vi lå så langt foran i de tidligere faser).

Trendene er:

- Forbrukeren er i økende grad villig til å handle miljøvennlig, hvis hun kan.*
- Avgiftssystemene vil i økende grad straffe miljøfiendtlig atferd.*
- Forurenseren skal betale resultatet av ulovlig forurensing.*

- Grønne virksomheter rekrutterer gode medarbeidere lettere.
- Forskrifter vil gjøre det mer vanskelig, eller ulovlig, å fortsette å handle miljøfiendtlig.
- Investorer ser utviklingen, og foretrekker bedrifter som har en god framtid i lys av disse trender.

Konklusjon: markedet (både i form av kjøperne og rammebetingelsene) endrer seg. For å være konkurransedyktig, må næringslivet tilpasse seg disse endringene.

Som jeg nevnte innledningsvis, er endring ikke enkelt. Vi ser ofte truslene mye lettere enn mulighetene. Vi vil gjerne gjøre i morgen det vi gjør i dag. Vi vil vite hva vi kommer til å gjøre i morgen. Vi har bygget opp kompetanse, kunnskap, kontakter, produkter basert på dagens, og gårsdagens, virkeligheter. Vi vil ikke risikere at disse investeringer mister sin verdi. Ofte mangler vi kunnskap til å tolke den nye verden, eller til å tilpasse oss den.

Grønt Arbeidsliv er et program som har som mål å hjelpe norske virksomheter (offentlige og private) til å endre sitt adferd til et mer miljøvennlig spor. Dette skal vi gjøre på to måter:

- a) ved å utvikle, utprøve og spre metoder som virksomheter kan anvende for å opptre mindre miljøskadelig og samtidig oppnå en konkurransefortrinn,
- b) ved å identifisere hindringer i rammebetingelsene (lov, forskrift, avgift, subsidier eller lign.) som hindrer virksomheter fra å velge miljøvennlige handlingsalternativer.

For å oppnå disse mål har vi valgt noen strategier:

- vi opererer ut fra virksomhetens mål: Grønt Arbeidsliv skal bidra til

forbedret konkurransesituasjon, ikke dårlig samvittighet,

- vi fokuserer mer på organisjons/opplæringstiltak enn nye maskiner,
- vi skal bruke markeds mekanismer, heller enn forskrifter, til å hjelpe frem endring,
- vi skal vurdere samarbeid mellom virksomheter, ikke bare hver virksomhet hver for seg.

Vellykket spredning av informasjon og metoder er en kritisk suksessfaktor, slik at vi arbeider ut fra en bransjeorientert tilnærming. Så langt har vi valgt ut fire bransjer med følgende hovedfokus:

- dagligvarebransjen: produktutvalg, produktmerking, emballasje og logistikk,
- reklame: valg av materialer, volum, produktprofilering, eget forbruk og etikett,
- bygg: avfallsminimering og valg av materialer i renovasjon/påbygg av næringsbygg,
- telebransjen: reduksjon av personsamferdsel og papirflyt ved bruk av telekommunikasjon.

Det skal mye til for at en organisasjon virkelig tar hensyn til miljø. Men erfaringer viser at en vellykket satsing på miljø som konkurransefaktor er avhengig av forankring i toppledelsen. Dermed er det kanskje på tide for meg å svare på spørsmålet som jeg skulle svare på: «Hva kan du gjøre?»

Ved siden av de endringer som du kan gjennomføre selv som jeg beskrev innledningsvis, er din største oppgave å overbevise ledelsen at de burde ta inn miljø som en del av bedriftens forretningsidé, strategi og verdigrunnlag. Det vil lønne seg, for virksomheten, for deg og for oss!