



Handelshøyskolen BI

MAN 51932 Bærekraft i praksis

Term paper 60% - W

Predefinert informasjon

Startdato:	09-03-2022 09:00	Termin:	202210
Sluttdato:	10-06-2022 12:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	P		
Flowkode:	202210 11720 IN02 W P		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Anny Margerethe Bratterud, Åse Kjelsbøl Huse

Informasjon fra deltaker

Tittel *:	Boligmappa
Navn på veileder *:	Caroline Ditleu Simonsen

**Inneholder besvarelsen
konfidensielt
materiale?:** Nei

**Kan besvarelsen
offentliggjøres?:** Ja

Gruppe

Gruppenavn: (Anonymisert)
Gruppenummer: 30
**Andre medlemmer i
gruppen:**

SAMMENDRAG	2
INNLEDNING	3
KORT OM SELSKAPET	4
1. BOLIGMAPPA.....	4
2. HVORFOR ER BOLIGMAPPA ETT INTERESSANT CASE?	5
METODE OG ANALYSE	6
1. FORANKRING.....	7
2. KARTLEGGING.....	8
2.1 <i>De tre dimensjonene for bærekraftig utvikling i Boligmappa i 2022</i>	10
2.2 <i>Hvilke mål bør Boligmappa ha for bærekraft de neste årene?</i>	12
3. TESTING	13
4. LANSERING.....	13
5. IMPLEMENTERING.....	14
6. RAPPORTERING	15
OPPSUMMERING	16
LITTERATURLISTE	17
VEDLEGG 1 – INTERVJUGUIDE QUESTBACK	18

Sammendrag

I denne oppgaven undersøker vi hvordan Boligmappa kan formalisere sitt arbeid med bærekraft og legge en plan for fremtidig forbedring av de allerede igangsatte tiltakene. Vi har ved hjelp av kvalitativ spørreundersøkelse og analyse kartlagt dagens status, og utfra det kommer vi med forslag til hvordan de kan ta bærekraftsarbeidet videre innenfor de tre dimensjonene økonomi, sosiale- og miljøforhold.

Spørreundersøkelsen ga oss funn som bekrefter at de allerede, uten å ha satt bærekraft tydelig på agendaen, har kommet godt i gang på flere ulike områder. Våre funn bekrefter at de ansatte ønsker å delta i arbeidet og at en god forankring i ledelsen allerede er etablert.

Vi kommer videre med forslag til hvordan de skal involvere alle interessentene og hva de må gjøre for å fremstå som en ansvarlig bedrift som tar bærekraft på alvor og skaper en attraktiv arbeidsplass for de ansatte.

Vi synliggjør hvordan satsing på bærekraft i Boligmappa kan være en drivkraft for innovasjon, effektivitet og varig forretningsverdi.

Innledning

Alle selskaper vil møte spørsmålet om hvordan virksomheten jobber med bærekraft. Det gjelder i kontakt med for eksempel banker, leverandører, kunder, ansatte og offentlige myndigheter. Bedriftene med en klar plan/strategi, har her et stort fortrinn. Bærekraftsmålene bør være tett integrert i bedriftens tankesett og DNA, og ikke som en tilleggsaktivitet.

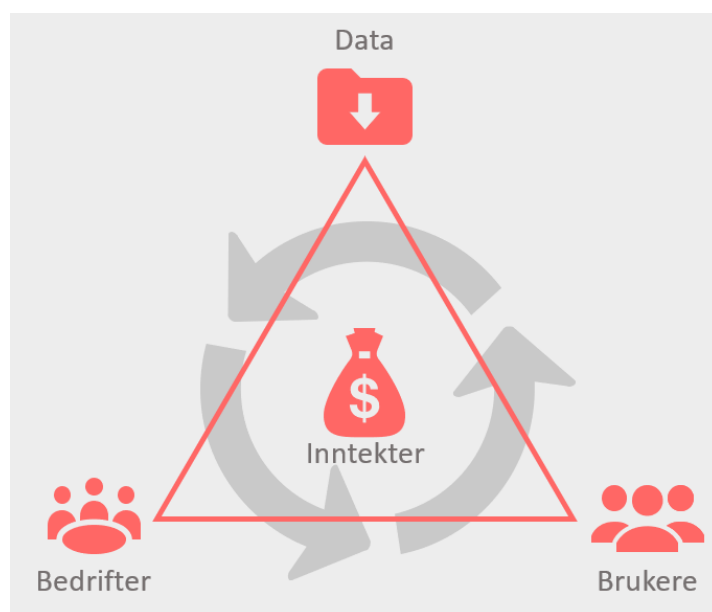
FNs 17 bærekraftsmål er en felles global plan med ulike mål, som bør nås innen 2030. Bærekraftig utvikling består av de tre dimensjonene; miljø, økonomi og sosiale forhold. Det er sammensetningen og relasjonen mellom disse tre som avgjør om man fokuserer på bærekraft. I en verden i rask endring, er det forretningsmessig taktisk og nødvendig å være forberedt, samt tenke strategisk og forholde seg til endringer som skjer rundt oss. Bærekraft bør være en del av Boligmappas konkurransekraft- og fortrinn i fremtiden.

Strategi handler om å være annerledes, samt skape seg en posisjon som er unik og vanskelig å kopiere og dermed opparbeide et konkurransefortrinn for bedriften. Europakommisjonens handlingsplan for sirkulær økonomi (EU, 2020) kommer med råd om hvordan vi skal endre produksjonsmåter, forbruksmønstre og vise vei mot en mer klimanøytral økonomi. Produkter blir utviklet til bedre holdbarhet, gjøres enklere å reparere, gjenbruke og resirkulere. På denne måten tvinges selskaper til å tenke nytt og innovativt. De tvinges altså til å fokusere og arbeide i grensesnittet mellom bærekraft og innovasjon, og finne løsninger som fører til enda høyere verdiskapning og mer bærekraftige produkter og tjenester. Det er nettopp derfor vi ønsker å lage en plan, slik at Boligmappa som i dag jobber med digitalisering og verdiskapning rundt eiendom blir mer bevisst sitt CO2 fotavtrykk, og begynner å jobbe målrettet mot mer bærekraftige produkter og tjenester.

Kort om selskapet

1. Boligmappa

Boligmappa ble startet som et bransjeinitiativ for å sikre en uavhengig og nøytral plattform for dokumentasjon på tvers av bygg- og anleggsbransjen. Boligmappa ble etablert for cirka 10 år siden, og er boligens servicehefte, og samler data og dokumentasjon om alle bygg og boliger i Norge på ett sted. Plattformen består på den ene siden av håndverksbedrifter som produserer dokumentasjon om arbeid utført på boliger og bygg, og på den andre siden av eiere av boliger og bygg som får tilgang på dokumentasjonen. Informasjonen er tilgjengelig for eiere av bygget, og er koblet til eiendomsregisteret. All data og dokumentasjon som registreres av nåværende boligeier blir ved et salg, automatisk overført til ny eier. I dag er det opprettet boligmapper på over 1,9 millioner hus, hytter og leiligheter, i tillegg til mange næringsbygg og kommunale bygg. Nesten 500 000 boligeiere i Norge har registrert seg på tjenesten. Boligmappas forretningsmodell er basert på årlige lisenser til bedriftene. Det er gratis for eiere av bygg og boliger å benytte Boligmappa.



Figur: Inntektsmodell i Boligmappa

For å bli en allmenntilgjengelig plattform og oppnå nettverkseffekter, må Boligmappa ha flest mulig bedrifter, brukere og data. Samtidig må de ha en bærekraftig inntektsmodell for videre drift og vekst.

2. Hvorfor er Boligmappa ett interessant case?

I en verden hvor naturressursene er en knapphet, står byggenæringen for hele 40 prosent av det globale material- og energibruket. 1. januar 2022 kom en ny avhendingslov som gjør salg av eiendom vanskeligere hvis man har utført arbeid på egen bolig uten nødvendige godkjenninger. Kravet til dokumentasjon for bolig ble derfor viktigere enn tidligere, og dette representerer en verdi for både selger og kjøper. For å bli oppfattet som en seriøs aktør innenfor byggenæringen må man i tillegg til å ha dokumentasjonen i orden, ha fokus på bærekraftig utvikling for å tiltrekke seg de ønskede kundene og ikke minst bli oppfattet som et pålitelig og ansvarlig selskap.

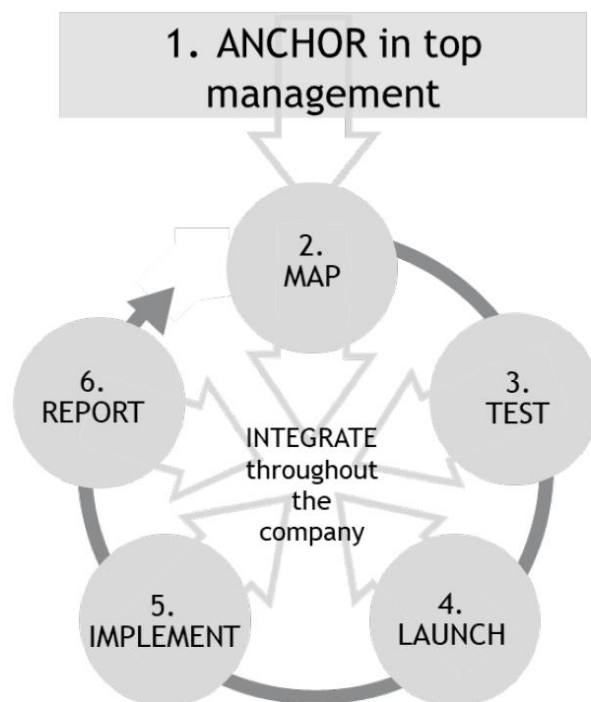
Forskning viser at bærekraft og bedriftsstrategi kan la seg kombinere, og at virksomheters arbeid med samfunnsansvar kan engasjere og motivere ansatte, tiltrekke kompetanse samt bidra til økt salg og investeringer, (Ditlev-Simonsen, 2018)

Vi vil i denne oppgaven fokusere på de to første trinnene i 6-trinns modellen, Sustainability strategy model, (Ditlev-Simonsen, 2022, kap 7). De resterende trinnene skisserer vi på overordnet nivå, og gir råd til hvordan den videre prosessen kan legges opp for å nå målet om en bærekraftig bedrift. Arbeid med bærekraft er en sirkulær prosess og trenger kontinuerlig fornyelse og oppdatering.

Metode og analyse

Ved hjelp av teori og kvalitativ analyse, vil vi legge frem en plan for hvordan arbeid med bærekraft kan gjøres i praksis i Boligmappa. Den teoretiske tilnærmingen i oppgaven vil være forankret gjennom Sustainability strategy model, kap. 7, (Ditlev-Simonsen, 2022).

Vi gjennomførte en kvalitativ innsamling av data blant alle de ansatte i selskapet for å kartlegge status og involvere de i det videre arbeidet med bærekraft. Til dette benyttet vi et strukturert spørreskjema i Questback, se vedlegg 1.



Figur: Sustainability strategy model

Produktet Boligmappa er i seg selv bærekraftig, da det hindrer svart arbeid, korrupsjon og medfører et mindre bruk av materialer ved at det pusses opp på en bærekraft måte som igjen føyer seg godt inn i den sirkulære økonomien.

Virksomheten fremstår som “en god samfunnsborger”, og har stor grad av åpenhet om sine aktiviteter og misjon.

Vi anser de ansatte som en viktig interessent, og startet derfor med deres svar og tilbakemeldinger i vår kartlegging. Boligmappa har en hel del direkte og indirekte positive aspekter på bærekraftsmålene, og det ligger i deres visjon og strategi å fremme disse.

1. Forankring

Første steg på veien for å lykkes med bærekraftsarbeid i en bedrift er forankring i ledelsen, og gjerne i bedriftens styre. Bærekraft må være integrert i hele bedriften, (Ditlev-Simonsen, 2022, s. 151).

Første initiativ til bærekraftig samfunnsansvar kommer ofte fra enkeltpersoner i bedriften. Hvem denne personen er, dens interesse og engasjement, oppholdssted i selskapet, avdeling, påvirkningskraft, ansvar og så videre vil ha stor innvirkning på hvordan selskapet som helhet faktisk nærmer seg bærekraft, (Ditlev-Simonsen, 2010). Kravet til kompetanse i styrerommet øker med bedriftens størrelse. Mange bedriftsstyrer mangler nok i dag riktig kompetanse på dette området. Det anbefales derfor å tenke kompetanse på bærekraft ved valg av styremedlemmer. Dette vil være avgjørende for å lykkes med å ta arbeidet med bærekraft inn i styrerommet og videre i bedriften.

I vår kvalitative kartlegging av de ansatte, spurte vi hvilke mål de mente at Boligmappa burde prioritere fremover. Våre funn bekrefter følgende teori: "Forskning viser at ansatte ønsker å være mer involvert i bærekraftsprosessen enn de faktisk er" (Ditlev-Simonsen, 2013).

For å lede en samfunnsansvarlig bedrift på best mulig måte kreves det, ifølge Ditlev-Simonsen, at lederen er lydhør, er en rollemodell og oppfører seg troverdig. "Gjennom mer eksplisitt å konsentrere seg om hensyn til samfunnet utenfor bedriften og oppføre seg troverdig kan vi utvide allerede eksisterende ledelsesteorier. Dette vil etter min mening være mer funksjonelt enn å videreutvikle det autentiske ledelseskonseptet, som er for uklart, og som ifra et mer ekstremt hold kan forstås som å være selvdestruktivt for bedrifter." (Ditlev-Simonsen, 2009).

Bærekraft kan bli bedre forankret i Boligmappas formål og visjon i dag, og dette bekreftes også av våre informanter.

2. Kartlegging

Målet med kartleggingsfasen er å få en oversikt over dagens situasjon via kartlegging av sosiale, økonomiske og miljømessige påvirkninger, og definere hvilke områder innenfor bærekraft som bedriften bør ta tak i. Vi har utført en vesentlighetsanalyse, knyttet opp mot FNs bærekraftsmål, som er et verktøy for å kartlegge hva som er viktig for en bedrift og interessentene (Ditlev-Simonsen 2022, s. 153). FNs 17 bærekraftsmål fungerer som en sjekklister for å kartlegge dagens situasjon, muligheter og utfordringer for Boligmappa. Vi har vurdert hva som gir selskapet en økt verdi tilbake i forhold til for eksempel omdømme, kompetanse, referanser, oppdrag, kundetilfredshet, risikoreduksjon, stolthet og engasjement. Noen av disse 17 målene vil være mer relevante enn andre, og nedenfor har vi valgt de målene som er mest nærliggende i selskapets kjerneaktivitet, og prioritert de som gir størst effekt for interessentene.

Bærekraftsmål 5: Ligestilling mellom kjønnene

Boligmappa jobber aktivt for å sikre ligestilling mellom kjønn ved rekruttering, samt ivareta en mangfoldig organisasjonskultur. Dette har resultert i at de har økt kvinneandelen til hele 42% i et IT-marked som har en bransjegjennomsnitt på 30%.

Bærekraftsmål 8: Anstendig arbeid og økonomisk vekst.

For å utrydde fattigdom og bekjempe ulikhet i verden, må alle ha en inntekt. For at det skal kunne skje må vi skape en rettferdig økonomisk vekst og nye arbeidsplasser. Det betyr at vi må inkludere alle i arbeidsmarkedet, sørge for fast og trygt arbeidsliv, legge til rette og få flere kvinner med minoritetsbakgrunn i arbeid og redusere uformelt og svart arbeid. Boligmappa ønsker å forhindre svart arbeid som tidligere har vært ganske vanlig i byggebransjen, og jobber med system som tilrettelegger for en sirkulær økonomi, særlig innen bygningsbransjen som regulerer mye rundt fast eiendom.

Arbeidsmiljøloven definerer spillereglene for arbeidsmiljøet i Norge og Boligmappa ønsker å tilby tilsvarende gode forhold for alle i bedriften. Boligmappa har flere ansatte på Sri Lanka. Forholdene på Sri Lanka er definert i samarbeid med en seriøs og markedsledende leverandør. De ansatte på Sri Lanka må signere og etterleve etiske retningslinjer og rutiner rundt antikorrupsjon. Funn fra spørreundersøkelsen viser at ansatte er opptatt av at Boligmappa skal oppfylle bærekraftmålet om anstendig arbeid. Vi anser dette som et viktig fokusområde. Dersom det avdekkes negative arbeidsforhold på Sri Lanka, er den potensielle negative konsekvensen for Boligmappa stor. En av informantene sier: “Anstendig arbeid som er et av bærekraftsmålene, bygger opp under Boligmappas visjon om å forhindre sort arbeid. Slaget står nok ikke i Norge når det kommer til anstendig arbeid i verden, men et av verdens rikeste og lykkeligste land bør gå foran som et godt eksempel og vise vei”.

Bærekraftsmål 9: Industriell innovasjon og infrastruktur

Boligmappa jobber med innovative løsninger som digitaliserer og automatiserer den papirbaserte dokumentflyten i dag. Dette er et område der utviklingen i samfunnet skjer raskt, og bør være et prioritert område for Boligmappa videre for å sikre deres posisjon i markedet. Konseptet er å skape verdiforslag på unike datasett om norske eiendommer, noe som gjør det lettere for alle parter å oppnå en mer energieffektiv, gjenbrukbar og bærekraftig bygningsmasse.

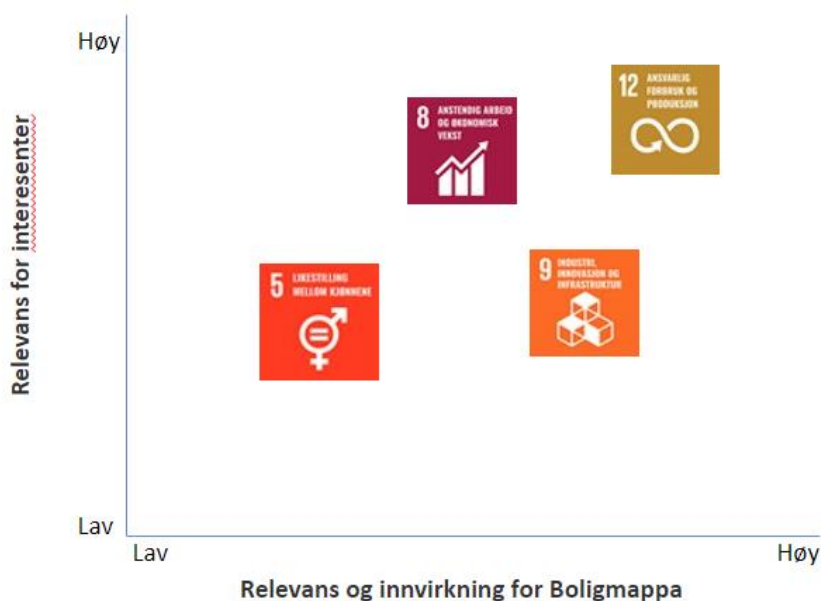
Bærekraftsmål 12: Ansvarlig forbruk og produksjon

Boligmappa bidrar til å sikre bærekraftig bruk av materialer og utvikling av bygg ved å ivareta og lagre data og dokumentasjon. Bedriften jobber for å sikre langtidslagring av informasjon slik at den fortsetter å være relevant også i fremtiden. Boligmappa ønsker å tilrettelegge for en sirkulær økonomi og gjenvinning, ved å samle nok data om den Nordiske bygningsmassen.

Produktene de leverer/selger kan bidra til å sikre bærekraftig bruk av materialer og utvikling av bygg ved å ivareta data og dokumentasjon. De har nylig fått godkjent og finansiert et innovasjonsprosjekt av Forskningsrådet, med begrunnelse i at Boligmappa leverer på flere av FNs bærekraftsmål.

For folk flest er bolig ofte den største investeringen, og tre av fire husholdninger i Norge eier sin egen bolig (SSB, 2021). Boligmappa bidrar med innsikt som veileder og hjelper privatpersoner med å ta bærekraftige og økonomiske sunne beslutninger. De har gode forutsetninger til å påvirke boligeiere og tilrettelegge for byggebransjen til å tenke mer gjenbruk. Byggebransjen genererer ekstremt mye avfall, ifølge tall fra SSB som viser over to millioner tonn avfall i 2020 (SSB, 2021). Besøker man en gjenvinningsstasjon i dag, kan man se at mye av dette avfallet er helt brukbare produkter, som kan gjenbrukes andre steder.

De målene og bærekraftsproblemene som scorer høyt på både «Relevans for interessenter» og «Relevans og innvirkning for Boligmappa», og dermed befinner seg i hjørnet øverst til høyre, bør være fokusområder for selskapet.



Figur: Vesentlighetsanalyse Boligmappa

2.1 De tre dimensjonene for bærekraftig utvikling i Boligmappa i 2022

Bærekraftig utvikling består av tre dimensjoner; økonomi, sosiale forhold og miljøforhold. Disse henger uløselig sammen, og må alle være ivaretatt for å oppnå bærekraft. Boligmappa gjør allerede mye i dag innenfor sine nøkkelområder for

miljømessig og sosial påvirkning innenfor bærekraftsmålene, men deres utfordring er å synliggjøre dette arbeidet både internt og eksternt.

Økonomi: Boligmappa jobber med automatisering og forenkling av prosesser for å forhindre svart arbeid. Deres bruk av konsulenter i Sri Lanka som gir selskapet lavere utviklingskostnader, bidrar igjen til å gi arbeid til mennesker i fattige land som igjen minsker gapet mellom fattige og rike.

Sosiale forhold: Boligmappa følger arbeidsmiljøloven. I tillegg har de samarbeid med en norsk ansvarlig leverandør når det gjelder sine utviklere i Sri Lanka.

Miljøforhold: Boligmappa er en del av et større konsern (Sikri Holding AS) som stiller strenge krav til sine leverandører gjennom egne innkjøpsretningslinjer knyttet til miljø. Konsernet tilrettelegger for sirkulær økonomi for et mer bærekraftig forbruk ved at fokuset flyttes fra å kjøpe nytt til i større grad å ta vare på tingene man har; dele, leie, oppgradere og reparere. Policyen inkluderer viktigheten av å redusere materielt forbruk gjennom anskaffelser, ved blant annet å fremme behovsvurderinger, og å prioritere produkter som har komponenter av gjenvunnet materiale, lang levetid, garantiordninger, reparasjonsmuligheter, returordninger og gjenvinnbarhet. Konsernet skal gjennom informasjon, holdningsskapende arbeid og inkludering bidra til å styrke miljøbevisstheten blant de ansatte.

Boligmappa leier lokaler i et moderne og nyrenovert lokale sammen med resten av konsernet i Oslo. Bygget er energimerket, og de ha gode rutiner når det gjelder avfallshåndtering, strømforbruk etc. Selskapet har lite reisevirksomhet, da alle ansatte i Norge har kontor i Oslo, og mange fysiske møter er erstattet av digitale løsninger. De ansatte benytter miljøvennlig transport som tog eller t-bane. Kontoret har en kantine med en kjøttfri dag i uken, og bruker hovedsakelig plantebaserte ingredienser. De benytter miljøvennlig kopipapir, automatisk dimming av lyset på kontor/møterom i arealer som ikke benyttes. Bedriften har høy score på medarbeiderundersøkelser og utvikler et bærekraftig produkt som oppfordrer kunder og leverandører til også å fokusere på bærekraft.

2.2 Hvilke mål bør Boligmappa ha for bærekraft de neste årene?

Målet for Boligmappa bør være å forbedre sosiale forhold, miljøproblemer og økonomisk ulikhet og på den måten skape bærekraftig utvikling. Vi foreslår følgende mål for Boligmappa de neste to årene:

Kompetanseheving

De ansatte bør få opplæring i å tenke bærekraft slik at dette blir en integrert del av arbeidet, de ansvarliggjøres og får dermed et eierskap. De bør være kjent med alle bærekraftsmålene, og ikke minst ha kunnskap om hva selskapet gjør innenfor de ulike bærekraftsmålene. For at de ansatte skal tilegne seg denne kunnskapen, kreves det en strukturert innsats for kompetansebygging og kunnskapsoverføring.

Innovasjon

Den oppvoksende generasjon Z vil være mer miljøbevisste som kunder og som potensielle arbeidstakere. Ny miljøvennlig teknologi vil være etterspurt, og det vil være strenge krav til resirkulering. Positivt miljøomdømme vil derfor være helt avgjørende for å lykkes i fremtiden.

Markedsføring

For å synliggjøre at arbeidet med bærekraft er lønnsomt for selskapet og dens bunnlinje bør man bruke media aktivt. Bærekraft må være en del av merkevarebyggingen til selskapet. I dagens løsning er det privatmarkedet som har størst nytte, så man bør vurdere å effektivisere og innovere på dagens plattform og utvide den til å gjelde også B2B (Business to Business) markedet.

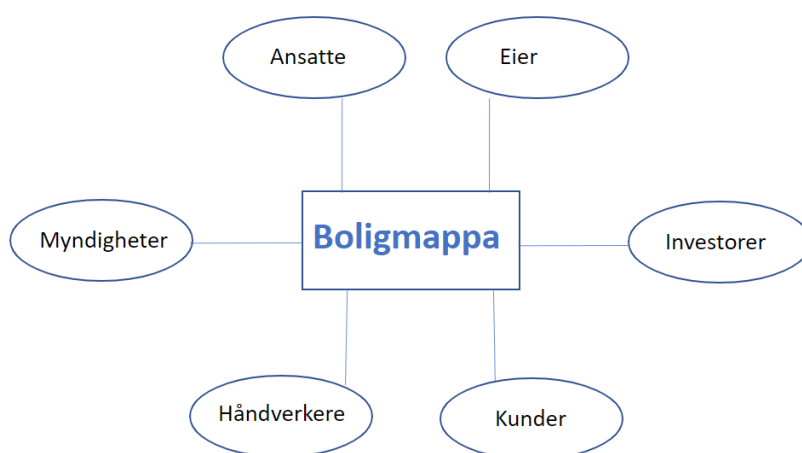
Rapportering

Det bør innføres bærekraftsrapportering for alle leverandørene Boligmappa benytter. Alle kurs, presentasjoner og Webinarer bør inneholde sekvenser der man fokuserer på bærekraft. De må fortsette å bygge opp en rik databank om norske bygninger, og bruke de til å lage et bilde over tilstanden av den Norske bygningsmassen, på et enda mer detaljert nivå. Disse dataene kommer til å bli svært ettertraktet på sikt, og utgjøre et konkurransefortrinn for Boligmappa.

3. *Testing*

Interessentene er avgjørende for bedrifter, og deres relevans er åpenbar, (Ditlev-Simonsen, 2022). Suksessen til strategien er mer sannsynlig hvis den er testet på interessentene på forhånd før lansering. Både de interne og eksterne interessentene må her hensyntas.

Boligmappa har mange ulike interessenter, se figur nedenfor, som for eksempel styret/eiere, ansatte, leverandører og kunder. Boligmappa har solide og nøytrale eiere som Sikri, Ambita, Nelfo, Rørentreprenørene og Elektroforeningen.



Figur: Interessentanalyse Boligmappa

Forskning viser at ansatte ønsker å være mer involvert i bærekraftsprosessen enn de faktisk er (Ditlev-Simonsen, 2013). Å engasjere ansatte og be om tilbakemeldinger fra dem ved for eksempel å spørre hvilke av bærekraftsmålene de mener er relevante for jobben deres, kan være nyttig for selskapet, i tillegg til å få nye ansatte ombord.

4. *Lansering*

Lanseringsprosessen, som gjør planen og ansvaret kjent blant sentrale interessenter som eiere, investorer, ansatte, leverandører, kunder og så videre, er like viktig som planen (Ditlev-Simonsen, 2013). Det er mange mulige kommunikasjonskanaler som Intranett, hjemmesider, E-læringsprogram, sosiale

medier, Webinarer, interne og eksterne presentasjoner, årsrapporter, reklamebannere og profileringsprodukter. Inkludering av bærekraftsmål i gjeldende insentivmodeller har også vist seg å ha god effekt, spesielt ovenfor de ansatte. Dette kan være mål knyttet til det å reise mer miljøvennlig.

5. *Implementering*

Implementeringsprosessen skal sikre at de prioriterte og fastsatte målene i strategien blir realisert og fulgt opp. Ansvar for å følge opp målene må dokumenteres. Hvordan de skal kommuniseres, ansvarsfordeling og hvordan man kan rapportere på status fremkommer i tabellen under.

Mottaker	Hva skal kommuniseres	Hvorfor?	Hvordan kommunisere?	Når skal de kommuniseres?	Hvem har ansvaret?
Eiere	Status	Grunnlag for beslutninger	Foredrag	Styremøter, årsrapporter	Bærekrafts-ansvarlig
Ledelse	Lovendringer, status	Grunnlag for beslutninger	Foredrag, intranett rapporter	Ledermøter, business reviews	Bærekrafts-ansvarlig
Nyansatte	Bærekraftsmålene og hvordan man jobber med dem	Utdanning i Bærekraft	E-læring, intranett	Ved ansettelse	Nærmeste leder
Ansatte	Bærekraftsmålene og hvordan man jobber med dem	Utdanning i Bærekraft	E-læring, intranett, møter	Kvartalsvis e-læring	Nærmeste leder
Kunder	Polycys, gjeldende bærekrafts mål	Ansvarliggjøring i forhold til målene	Markedsinfo og hjemmesider	Ved tilbud og andre forretningsforespørsler	Bærekrafts-ansvarlig, markeds-ansvarlig
Leverandører	Polycys, gjeldende bærekrafts mål	Ansvarliggjøring i forhold til målene	Markedsinfo og hjemmesider	Ved tilbud og andre forretningsforespørsler	Bærekrafts-ansvarlig, markeds-ansvarlig

Det er kanskje ikke realistisk å forvente at alle bærekraftsmålene man har valgt ut blir oppfylt, og det kan også hende at de målene som var i opprinnelige plan ikke var de mest optimale/viktige eller at de var for kort- eller langsiktige. Det er derimot viktig at man lærer av feil, evaluerer tiltakene for å avdekke avvik og tar dem med i neste revisjon, og at man har et system for å rapportere disse avvikene.

En slik tilrettelegging for åpenhet viser at Boligmappa faktisk har integrert bærekraft i driften og mener noe med det.

6. Rapportering

Konsernet som eier Boligmappa, blir notert på Oslo Børs fra sommeren 2022. Fra og med regnskapsåret 2022 vil konsernet måtte rapportere på arbeidet med bærekraft i tråd med anbefalinger fra Oslo Børs sin veiledning om rapportering av samfunnsansvar, det vil si i henhold til den internasjonale rapporteringsstandardene GRI (Global Reporting Initiative).

Det er viktig å initiere rapporteringsrutiner nå, og det er flere årsaker til dette. Kundene er i økende grad miljøbevisste, og markedene vil dermed forandre seg. Det kommer nye reguleringer og økte avgifter som vil kreve omstilling til det grønne skiftet. Hvis man ikke adresserer disse risikoene, kan omsetning og inntjening bli kraftig redusert fremover. Omstillingsprosesser tar tid, og det er derfor viktig å sette i gang så raskt som mulig.

Bærekraftsrapportering vil kunne gi mest verdi for Boligmappa hvis den fokuserer på de bærekraftsutfordringene som er mest vesentlige for dem og interessentene. Beste praksis innebærer at bærekraftsrapportering ikke er frakoblet virksomheten som et eget felt eller kommunikasjonsøvelse, men heller er en integrert del av virksomhetsstyringen. En slik tilnærming vil involvere store deler av virksomheten med hensyn til utfordringene som er relevante for deres funksjon. Vi må sikre at rapporteringen blir mest mulig verdiskapende både for Boligmappa og dens interessenter. En tillitsvekkende og troverdig rapportering bør inneholde fordelaktige og ufordelaktige resultater, og presenteres i et format som gir interessentene mulighet til å se positive og negative trender i resultatoppnåelse fra år til år.

Oppsummering

Vår kartlegging viser at Boligmappa undervurderer sitt eget arbeid innenfor bærekraftsområdet. Mye er allerede på plass, og det er viktig å lage en plan og implementere videre arbeid.

Våre funn viser at de har flere bærekraftige tiltak innenfor FNs bærekraftsmål 5, 8, 9 og 12 og at Boligmappa har jobbet en del på det miljømessige og sosiale planet. Dette arbeidet må imidlertid struktureres og organiseres videre for å nå målet om å bli en bærekraftig bedrift.

Boligmappa som er en del av et større konsern, bør ha en gruppe som jobber tett med bærekraftsansvarlig for hele konsernet. Da vil det være enklere å standardisere, gjenbruke og lage felles rutiner på de områdene det er mulig. De har samme eiere, og mange av de samme interessentene som de andre selskapene i konsernet.

Det er fortsatt et stort potensial for å styrke og systematisere arbeidet med bærekraft for Boligmappa, og neste steg blir nå å iverksette de konkrete tiltakene som er foreslått i kapittel 2.2 innen kompetanse, innovasjon, markedsføring og rapportering.

Litteraturliste

SSB, (2021). Avfall fra byggeaktivitet

<https://www.ssb.no/natur-og-miljo/avfall/statistikk/avfall-fra-byggeaktivitet>

Ditlev-Simonsen, C D (2009) - “*Fordrer det noe spesielt å lede en samfunnsansvarlig bedrift*”, *Magna-Econas tidsskrift for økonomi og ledelse*. Fordrer det noe spesielt å lede en samfunnsansvarlig bedrift? - Magma

Ditlev-Simonsen, C. a. B. B. (2013). “*CSR and Employee Motivation. In CSR & Beyond: A Nordic Perspective*”

Ditlev-Simonsen (2018) - “*Samfunnsansvar lønnsomt hvis det blir gjort riktig*”
Samfunnsansvar lønnsomt hvis det blir gjort riktig - ledernytt.no

Ditlev-Simonsen, C D (2022) “*A Guide to Sustainability Corporate Responsibility*”

EU. (2020). *Circular Economy Action Plan - for a cleaner and more competitive Europe*.

FN-Sambandet (2022) *FNs bærekraftsmål*

<https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal>

Freeman, R. Edward (2010) - *Strategic Management – A stakeholder approach*

Vedlegg 1 – intervjuguide Questback

- Kjenner du til FNs bærekraftsmål?
- Hva betyr bærekraftig utvikling for deg?
- Kjenner du til hvordan Boligmappa jobber med bærekraftig utvikling?
- Hvis ja – hvordan har du vært involvert i arbeidet med bærekraft og hvilke konkrete oppgaver har du vært med på?
- Hva er det Boligmappa bør prioritere innen bærekraft?
- Hvilke er de viktigste interessentene i forhold til Boligmappas arbeid med bærekraft? Eks. kunder og leverandører m.m
- Hva kan være lønnsomt for Boligmappa å satse på innen bærekraft?
- Hva gjør konkurrentene knyttet til bærekraft?
- Hva kan du personlig gjøre for å gjøre Boligmappa mer bærekraftig?