

Øivind Løvmoen
Nils Johan Refne Mathisen
Ole Rolstad

Bærekraft i norsk industri: En casestudie om bruk av bærekraftsrapportering hos Øveraasen AS

Bacheloroppgave i Økonomi, ledelse og bærekraft
Veileder: Oda Ellingsen
Mai 2022

Øivind Løvmoen
Nils Johan Refne Mathisen
Ole Rolstad

Bærekraft i norsk industri: En casestudie om bruk av bærekraftsrapportering hos Øveraasen AS

Bacheloroppgave i Økonomi, ledelse og bærekraft
Veileder: Oda Ellingsen
Mai 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for økonomi
Institutt for industriell økonomi og teknologiledelse



Kunnskap for en bedre verden

Sammendrag

Tittel:	Bærekraft i norsk industri: En casestudie om bruk av bærekraftsrapportering hos Øveraasen AS	Dato: 16.05.2022
Deltakere:	Øivind Løvmoen	
	Nils Johan Refne Mathisen	
	Ole Rolstad	
Veileder:	Oda Ellingsen	
Oppdragsgiver:	Øveraasen AS	
Nøkkelord:	Bærekraft, Bærekraftsrapportering, SMB, GRI, Grønnvasking	
Antall sider/ord: 42/ 15 097	Antall vedlegg: 2	Publiseringsavtale inngått: Ja
<p>Temaet for denne bacheloroppgaven er bærekraft i norsk industri. Innenfor dette tema har oppgaven siktet seg nærmere inn på bærekraftsrapportering hos Øveraasen AS. Denne oppgaven baserer seg på en casestudie gjennom et semistrukturert intervju. Formålet med oppgaven er å undersøke hvilke muligheter og utfordringer det kan gi å utarbeide en bærekraftsrapport for Øveraasen AS.</p> <p>I teorien belyses relevant teori som blant annet bærekraftsbegrepet og FNs 17 bærekraftsmål. I kapittelet ble også dagens lovgivning rundt rapporteringskrav samt gjort rede for forskjellige rapporteringsmetoder som GRI, CSRD og CDP. Resultatkapittelet presenterer et sammendrag av intervjuet med respondenten fra Øveraasen AS. Sammen med teorikapittelet vil dette være et grunnlag for analyse og diskusjonen.</p> <p>Ved å diskutere de ulike egenskapene til rapporteringsmetodene, konkluderer oppgaven med at GRI vil være det beste valget for Øveraasen AS på grunn av rammeverkets tilpasningsmuligheter og anerkjennelse. Det blir også diskutert hvordan bærekraftsrapportering kan påvirke omdømmet til Øveraasen og problematikken med grønnvasking. Noen av oppgavens viktigste funn er hvordan utarbeidelse av en bærekraftsrapport kan påvirke omdømmet til Øveraasen og relasjonen til interessentene deres. Ved hjelp av denne diskusjonen har oppgaven kommet fram til at det i dette tilfellet bør mulighetene bærekraftsrapportering bringer med seg for Øveraasen AS, være større enn ulempene knyttet til utfordringene.</p>		

Abstract

Title:	Sustainability in Norwegian industry: A case study on how Øveraasen AS utilizes sustainability reporting	Date:	16.05.2022
Participants:	Øivind Løvmoen <hr/> Nils Johan Refne Mathisen <hr/> Ole Rolstad		
Supervisor:	Oda Ellingsen		
Employer:	Øveraasen AS		
Keywords:	Sustainability, Sustainability reporting, SMEs, GRI, Greenwashing		
Number of pages/words:	42/ 15 097	Number of appendixes:	2
		Availability:	Open
<p>Sustainability in the Norwegian industry is an important topic in the world's current climate and is explored in this bachelor thesis. The thesis is restricted to the topic of sustainability reporting, and in order to answer this issue, a case study with the company Øveraasen AS was conducted. This thesis aims to take a closer look at the opportunities and challenges sustainability reporting represents for a medium-sized company like Øveraasen AS.</p> <p>At the centre of this thesis, we find the definition of sustainability and the UN's Sustainable Development Goals. Relevant legislations related to sustainability reporting, reporting standards, GRI, CSRD and CDP are also explored. In order to give the reader a better perspective of the company Øveraasen AS, the thesis presents the results of a semi-structured interview as several short reports on the most important topics.</p> <p>We conclude that GRI is the most suitable reporting method for Øveraasen AS due to its international recognition and adaptability. Furthermore, the effect of sustainability reporting on Øveraasen AS' reputation is explored, highlighting among other factors the issues and challenges related to greenwashing. Øveraasen AS' reputation concerning its most important stakeholders is also discussed, in addition to the opportunities these findings bring. To conclude, the opportunities sustainability reporting brings outweigh the challenges.</p>			

Forord

Etter tre litt spesielle år preget av koronapandemien, nærmer dette bachelorstudiet seg slutten. Disse tre årene har gått svært fort og har både vært utfordrende og lærerike, og vi går ut av studiet med en rekke gode minner og mange nye venner.

Vi ønsker å starte med å takke hverandre for et godt samarbeid gjennom alle tre årene og da spesielt arbeidet med denne bacheloroppgaven. Selv om vi til tider har vært litt uenige om ulike temaer har vi kommet oss gjennom diskusjonene på en god måte, noe vi tror har ført til en bedre oppgave, og at vi vokst som personer.

Den neste vi ønsker å takke er Øveraasen AS for deres samarbeid og da spesielt en stor takk til Mille Øveraasen som har gjort denne oppgaven mulig ved å stille opp som samarbeidspartner, både gjennom intervju, omvisning og på e-post.

Vi ønsker også å takke veilederen vår Oda Ellingsen for hjelp og innspill underveis i prosessen. Også takk til emneansvarlig Anne Grethe Syversen for å alltid stille opp hvis det er noe vi lurere på.

Gjøvik, 16.05.22

Øivind Løvmoen

Nils Johan Refne Mathisen

Ole Rolstad

Øivind Løvmoen

Nils Johan Refne Mathisen

Ole Rolstad

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	1
1.1	Bakgrunn for valg av tema	1
1.2	Formål og problemstilling	2
1.3	Om Øveraasen AS	2
1.4	Avgrensning og definisjoner	3
1.5	Oppsummering og videre oppbygging av oppgaven.....	3
2	Teori	4
2.1	Hva er bærekraft?	4
2.1.1	Klima og miljømessig bærekraft	4
2.1.2	Økonomisk bærekraft	5
2.1.3	Sosial bærekraft.....	5
2.2	FNs 17 bærekraftsmål.....	5
2.3	Rapporteringskrav	6
2.4	Rapporteringsmetoder	7
2.4.1	GRI – Global Reporting Initiative.....	7
2.4.2	CSRD	8
2.4.3	CDP-rapportering	9
2.4.4	ISO sertifisering	9
2.4.5	Oversikt over rapporteringsmetoder.....	9
2.5	EU – taksonomien	10
2.6	Omdømme	11
3	Metode	12
3.1	Valg av metode	12
3.2	Forskningsdesign	13
3.2.1	Hvordan gjennomføre en casestudie	13
3.3	Datainnsamling og intervjumetode.....	14
3.4	Relabilitet og validitet	15
3.5	Styrker og svakheter med metodevalg.....	16
3.6	Etikk	17
4	Resultater	18
5	Analyse og diskusjon	22
5.1	Tolkning av begrepet bærekraft.....	22

5.2	Hvorfor rapportere?	23
5.3	Rapporteringsmetode	25
5.3.1	GRI eller en annen rapporteringsmetode?	26
5.4	Interessenter	27
5.4.1	Kunder	27
5.4.2	Bank – grønne bedriftslån	28
5.5	Omdømme	28
5.6	Problematikken ved rapportering	30
5.6.1	Grønnvasking	30
5.6.2	Utfordringer knyttet til formulering av en bærekraftsrapport	32
5.6.3	Økonomi	33
5.6.4	Integrert rapportering	34
6	Avslutning	35
6.1	Oppsummering og konklusjon	35
6.2	Hva kunne blitt gjort annerledes	37
6.3	Videre forskning	37
7	Referanser	39

Figurliste

Figur 1.1 Verdens første snøplog til bil.....	2
Figur 1.2 Øveraasens største brøytemaskin.....	2
Figur 2.1 FNs bærekraftsmål.....	6
Figur 2.2 GRI-standardene	7
Figur 2.3 Egenskapene til rapporteringsmetodene	10
Figur 5.1 De tre dimensjonene av bærekraft	23

1 Innledning

Innledningen vil ta for seg valg av tema, formålet med oppgaven og oppgavens problemstilling. Deretter vil innledningen fortelle kort om historien til Øveraasen AS, før den gjør rede for noen begreper og forkortelser og hvordan oppgaven vil bli avgrenset. Til slutt vil innledningen gi en oversikt over oppgavens oppbygging.

1.1 Bakgrunn for valg av tema

De siste årene har det blitt satt større og større krav til hvordan selskaper driftes. Det blir ikke lenger sett på som godt nok at en bedrift bare er opptatt av å tjene penger. I dag stilles det krav til at selskapene tar hensyn til arbeidsforhold, sosiale forhold og ikke minst miljø og klima. Dette har ført til mange bedrifter de siste årene har begynt med ikke-finansiell rapportering, som i dag er bedre kjent som bærekraftsrapportering.

Bærekraftsrapportering blir mer og mer relevant for alle bedrifter. En bærekraftsrapport brukes til å dokumentere hvilket arbeid en bedrift gjør for bærekraftig utvikling. Per i dag er det kun de store børsnoterte bedriftene som er pålagt å utarbeide bærekraftsrapport (Regnskapsloven, 1998), men det kan hende at små og mellomstore bedrifter også blir pålagt dette etterhvert.

Da vi så igjennom de forskjellige temaene som ble fremført for klassen i november 2021 var det et tema som fanget vår interesse, dette var «Bærekraft i norsk industri». For oss vekket dette temaet litt ekstra interesse på grunn av en samtale vi hadde med Mille Øveraasen under en næringslivsdag ved NTNU i Gjøvik. Under denne samtalen nevnte Mille hvordan hun gjerne ville hjelpe oss med bacheloroppgaven hvis det kom en oppgave innenfor bærekraft.

Bakgrunnen for at vi ville skrive om dette temaet er fordi alle tre på gruppen har stor tro på at bærekraft og bærekraftsrapportering vil komme til å bli enda mer sentralt de kommende årene. Ved å jobbe med dette temaet og tilegne oss mer kunnskap, er dette relevant kunnskap som er etterspurt på arbeidsmarkedet. Siden det enda ikke er pålagt for små og mellomstore bedrifter å utarbeide bærekraftsrapport så vi det interessant å finne ut hvilken effekt det har å utarbeide dette før det kan bli pålagt.

Majoriteten av norske bedrifter er små og mellomstore bedrifter. Vi synes derfor at det var interessant å finne ut hvilke utfall det gir for en bedrift som jobber i et globalt marked, ved å gi ut bærekraftsrapport før de er pålagt og hvilke konsekvenser det kan få om de ikke gjør dette.

1.2 Formål og problemstilling

Siden både kunder, leverandører og andre interessenter stadig blir mer opptatt av hvordan en bedrift forholder seg til bærekraft, vil formålet med denne oppgaven være å se på hvordan Øveraasen AS forholder seg til bærekraft. Oppgaven vil derfor ta for seg temaet bærekraftsrapportering, ved å analysere og diskutere hvordan en mellomstor bedrift som Øveraasen AS kan benytte seg av slik rapportering for å vise hvordan de jobber med bærekraft. For å avgrense oppgaven vil den fokusere på muligheter og utfordringer som vil kunne forekomme for Øveraasen når de utarbeider sin første bærekraftsrapport i 2022. Dette har resultert i problemstillingen:

«Hvilke muligheter og utfordringer representerer bærekraftsrapportering for en mellomstor bedrift som Øveraasen AS?»

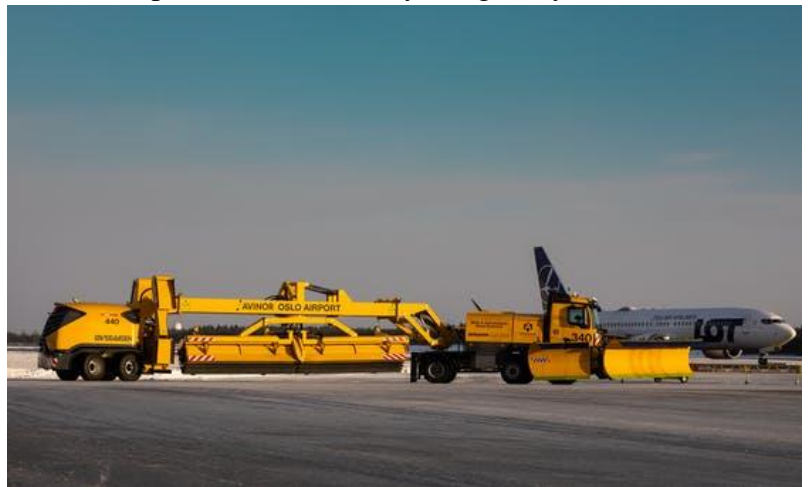
For å svare på problemstillingen vil oppgaven benytte seg av resultater fra et intervju og relevant teori for å diskutere ulike muligheter og utfordringer knyttet til bærekraftsrapportering, før dette resulterer i en konklusjon som kan være til nytte for Øveraasen AS og andre sammenlignbare bedrifter.

1.3 Om Øveraasen AS

Øveraasen AS er en gammel familiebedrift som holder til på Gjøvik. Familiebedriften ble grunnlagt i 1908 av Hans og Even Øveraasen, på dette tidspunktet var bedriften en motorprodusent og het Øveraasen Motorfabrikk A/S. Fokuset til Øveraasen endret seg utover på 1920-tallet, og i 1923 ble verdens første snøplog for bil bygget hos bedriften fra Gjøvik. Siden den gang har Øveraasen AS produsert blant annet «Tryggmotoren», og siden 1950-tallet har de utviklet seg til en av verdens ledende produsenter av snøryddingsutstyr



*Figur 1.1 Verdens første snøplog til bil
Denne snøploen ble laget av Øveraasen i 1923,
og var verdens første snøplog montert på bil
(Øveraasen AS, 2021a).*



*Figur 1.2 Øveraasens største brøytemaskin
Bildet viser hvor mye Øveraasen har utviklet seg på litt under 100 år,
sammenlignet med figur 1.1. Maskinen på bildet er en RS 600 Performance
Line (Øveraasen AS, 2021b).*

(Øveraasen AS, 2021a). I takt med endringen av markedsfokus har også driften av Øveraasen endret seg i løpet av årene. I starten var de en bedrift som gjorde all produksjon «in-house», mens i dag har driften gått over til å være en form for logistikkbedrift. Det vil si at så godt som alle deler blir laget av underleverandører, før maskinene blir sammenstilt i fabrikk på Gjøvik. I dag er det tredje og fjerde generasjon i Øveraasen-familien som driver selskapet, med Thor Arve Øveraasen som daglig leder. Øveraasen holder i dag til på Kirkeby, et lite stykke utenfor Gjøvik sentrum, og har 77 ansatte (Proff.no, 2022).

1.4 Avgrensning og definisjoner

I denne oppgaven vil fokuset hovedsakelig være hvordan en bærekraftsrapport påvirker en mellomstor bedrift som Øveraasen AS. Dette innebærer at oppgaven vil se på muligheter og utfordringer med bærekraftsrapportering. Oppgaven vil også belyse rapporteringsmetoden Øveraasen har valgt å bruke, og diskutere om denne er den beste rapporteringsmetoden. For å kunne svare på problemstillingen vil oppgaven bygge på en casestudie av Øveraasen AS for å få et innblikk i hvordan bedriften jobber med bærekraft i dag.

Grønnvasking – «Grønnvasking er en form for misledende markedsføring der et produkt eller en virksomhet fremstilles som mer miljøvennlig enn det som faktisk er tilfelle.» (Stiftelsen Miljøfyrtårn, 2021, avsnitt 2).

Interessenter – «En interessent defineres som de individer eller grupper som en organisasjon er avhengig av for å nå sine mål.» (Freeman, 1984, som sitert i Erichsen, Solberg og Stiklestad, 2018, s. 272)

SMB – Forkortelse for små og mellomstore bedrifter. En bedrift regnes som liten dersom den har mellom 1-20 ansatte, mens mellomstorebedrifter har mellom 21-100 ansatte (NHO, 2022).

1.5 Oppsummering og videre oppbygging av oppgaven

Innledningen har tatt for seg bakgrunnen til valg av tema, formålet med oppgaven og kort om oppgavens samarbeidsbedrift Øveraasen AS. Videre vil oppgaven belyse teori som er sentral for å best mulig kunne diskutere problemstillingen og metoden som er benyttet vil belyses. Deretter vil resultatene fra casestudien av Øveraasen AS presenteres, disse vil videre bli analysert og diskutert i kapittel 5. Avslutningsvis vil problemstillingen besvares i form av en konklusjon og legge til rette for mulige fremtidige undersøkelser.

2 Teori

I dette kapittelet vil det redegjøres for relevant teori for oppgaven. Dette innebærer teori om ulike temaer som vil være relevante for å diskutere resultatene mot slutten av oppgaven.

Teorikapittelet vil redegjøre for begrepet bærekraft, FNs bærekraftsmål og belyse hvilken lovgiving som foreligger ikke-finansiell rapportering. Teorien vil også presentere ulike metoder for bærekraftsrapportering og gi en oversikt som sammenlikner noen av de mest relevante rapporteringsmetodene opp mot hverandre.

2.1 Hva er bærekraft?

FN benytter rapporten «Vår felles framtid» fra 1987 sin definisjon av bærekraft; «En utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjonen skal gå dekket sine behov.» (FN-sambandet, 2021). Bærekraft er et uttrykk som har eksistert i mange år, men er kommet frem i lyset de siste årene ettersom erkjennelsen av at verden må endres har blitt tydeligere. For at verden kan bli mer bærekraftig må vi ha en bærekraftig utvikling som handler om å ta vare på jorda og behovene til mennesker som lever i dag slik at også fremtidige generasjoner også har samme muligheter som vår generasjon.

Bærekraft består av tre dimensjoner. Klima og miljø, sosiale forhold og økonomi og eierstyring. En betegnelse på disse tre dimensjonene blir kalt den triple bunnlinjen. Den triple bunnlinjen kommer fra boken «Cannibals with forks» som er skrevet av Stainlaw Lec og John Elkington i 1998 (Carson og Skauge, 2019, s. 134). I denne boken snakker John Elkington om at bedrifter ikke bare har ansvar for å gå i overskudd og utkonkurrere konkurrentene. Han mener at bedrifter også burde ta ansvar i samfunnet og for klimaproblemene som i stor grad har oppstått i senere tid.

Når en benytter seg av bærekraftsrapportering kommer en ofte borti begrepet ESG. ESG er en forkortelse for «Environmental, Social and Governance» (Noreda Norge, 2022). På norsk kan dette sees på som de tre dimensjonene av bærekraft; klima og miljø, sosiale forhold og økonomi og eierstyring.

2.1.1 Klima og miljømessig bærekraft

I de siste årene har det blitt registrert økt global oppvarming. Dette kommer for det meste av at kull, olje og gass blir brent hvor CO₂ slippes ut i atmosfæren og at jorda varmes opp i rekordfart grunnet drivhuseffekten (Natuvernforbundet, 2019). Konsekvenser ved global oppvarming og andre klimaendringer kan blant annet være oftere og kraftigere ekstremvær,

smelting av innlandsis, noe som vil føre til høyere havnivå, forsurening av vann, trusler mot biomangfoldet og andre alvorlige konsekvenser (FN-sambandet, 2021). Per i dag hadde vi trengt 3,6 jordkloder dersom alle verdens innbyggere hadde hatt samme forbruk som en gjennomsnittlig norsk innbygger. Generelt handler denne dimensjonen om å gjøre så lite skade som mulig på jordkloden.

Parisavtalen er en internasjonal klimaavtale med mål å kutte klimautslippene slik at ikke kloden varmer seg mye mer enn den har blitt nå. Målet er at det ikke skal bli varmere enn 2 grader, og helst ikke mer enn 1,5 grader (Regjeringen, 2021). Denne avtalen er en langsiktig avtale der målet er at kloden skal være klimanøytral i andre halvdel av dette århundre. Norge forpliktet seg til dette målet i 2021. Norge sitt mål er å redusere utslippet sitt med 50-55% innen 2030.

2.1.2 Økonomisk bærekraft

Den økonomiske dimensjonen av bærekraft omhandler å sørge for økonomisk sikkerhet i fremtiden (FN-sambandet, 2021). Dimensjonen økonomi står nært med den sosiale og miljømessige dimensjonen hvor de med eventuelt overskudd kan bruke denne profitten til å forbedre de to andre dimensjonene. For eksempel ved å investere i mer miljøvennlige maskiner og utstyr eller kunne bidra med penger til samfunn der det er nødvendig.

2.1.3 Sosial bærekraft

Denne dimensjonen handler det om hvilken virkning bedriften har på sine omgivelser. Målet for bedriftene er at de skal utøve aktiviteter slik at det er til det beste for menneskene i og utenfor bedriften (Carson og Skauge, 2019). I den sosiale dimensjonen handler det om at alle mennesker i verden skal få lik mulighet for blant annet utdanning, arbeid og godt helsetilbud. I flere land har ikke kvinner den samme retten til utdanning som i de nordiske landene. God utdanning er et av målene FN har lagt vekt på for å forbedre og jevne ut likestillingen (FN-sambandet, 2021). Under denne dimensjonen er likestilling et tema det jobbes mot for å få en jevnere fordeling av rettigheter uavhengig av kjønn.

2.2 FNs 17 bærekraftsmål

I år 2000 vedtok FN tusenårsmålene for å prøve å løse problemer verden sto ovenfor. Disse 8 målene gikk ut på å sikre blant annet utdanning for alle, styrke kvinners rettigheter og redusere barnedødeligheten. Noen av disse 8 målene ble nådd, men ikke alle (FN-sambandet, 2015). I 2015 kom FN ut med 17 nye mål som blir kalt bærekraftsmålene. De 17 målene består av 169 delmål som gjør at målene kan bli noe lettere å følge opp ved de mindre

delmålene. Planen er at disse målene skal være fullført innen 2030 (FN-sambandet, 2022). Det er vanskelig for bedrifter å kunne konsentrere seg om alle disse målene, derfor er det vanlig å velge seg ut noen mål som de vil jobbe med.

2.3 Rapporteringskrav



Figur 2.1 FNs bærekraftsmål
Figuren viser en oversikt over FNs 17 bærekraftsmål (Regjeringen, 2020)

Bærekraftsrapportering har tidligere blitt definert som «ikke-finansiell» rapportering og har i de senere årene fått mer oppmerksomhet. Ved å gi ut en bærekraftsrapport vil det bli mer åpent for interessentene hvordan bedrifter deltar i den bærekraftige utviklingen der skyggesidene blir vanskelig å skjule.

Regnskapsloven §3-3 a og c belyser ulike krav til rapportering av ikke-finansielle forhold i et stort selskaps årsberetning. En del av regnskapsloven §3-3c lyder «Store foretak skal utarbeide en redegjørelse om samfunnsansvar som minst omhandler miljø, sosiale forhold, arbeidsmiljø, likestilling og ikke-diskriminering, overholdelse av menneskerettigheter og bekjempelse av korrupsjon og bestikkelser» (Regnskapsloven, 1998). Loven viser til hvordan kun store foretak er pålagt å utarbeide denne redegjørelsen og dermed hvordan alle andre foretak ikke er pålagt. Loven dekker også et minimumskrav til hvilken informasjon som skal inngå i rapporteringen.

Lovteksten omtaler ingen konkrete krav til hvordan denne rapporteringen skal gjennomføres, men det finnes flere rammeverk som en bedrift kan velge å følge. Noen kjente rammeverk er

GRI, CSRD og CDP. Med bakgrunn av dette står foretakene fritt til å velge rammeverk for gjennomføringen. De forskjellige rapporteringsrammeverkene vil redegjøres i kapittel 2.4.

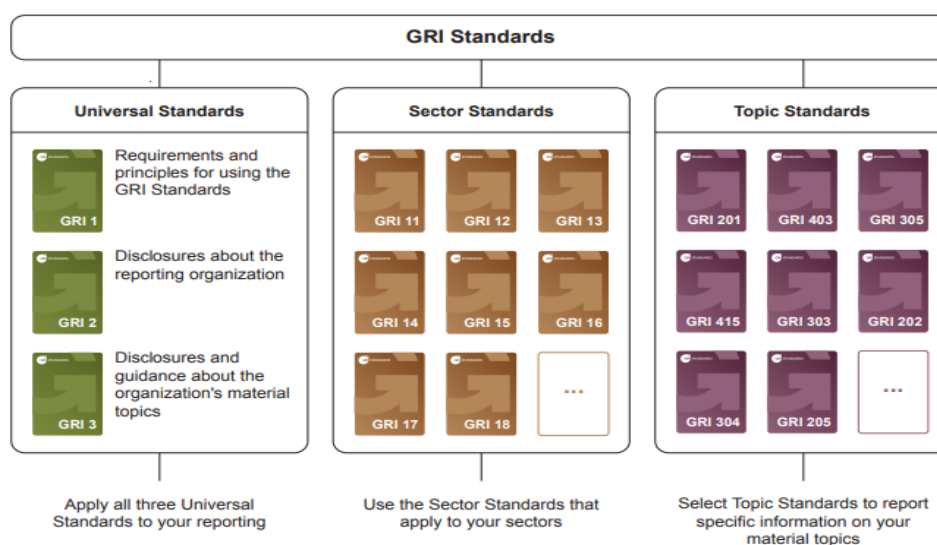
2.4 Rapporteringsmetoder

2.4.1 GRI – Global Reporting Initiative

De siste årene har det blitt mer og mer aktuelt å drive med rapportering av bærekraftige tiltak og endringer hos bedrifter i både Norge og utlandet. Dette blir ofte gjort etter en standard som blir kalt GRI-rapportering. GRI eller Global Reporting Initiative ble stiftet i 1997 som en konsekvens av et stort oljesøl utenfor kysten av Alaska i 1989 (GRI, 2021b). Målet med grunnleggelsen av GRI var å danne et rammeverk for å få selskaper til å følge ansvarlige miljømessige prinsipper. Dette rammeverket ble senere utvidet til å også omhandle sosiale, økonomiske og statlige problemstillinger. Det første GRI-rammeverket ble publisert i 2000, og siden da har rammeverket blitt oppdatert med jevne mellomrom. I løpet av årene har GRI – rammeverkene blitt mer og mer anerkjent. Dette har ført til at GRI i 2016 gikk fra å gi ut rammeverk til å sette den globale standarden for rapportering av bærekraft, nemlig GRI – standarden.

GRI er en organisasjon med mål om å hjelpe bedrifter ta ansvar for sin virksomhets påvirkning. GRI setter globale standarder for hvordan bedrifter skal gjennomføre bærekraftsrapportering og disse standardene deles videre opp i underkategorier; Universal standards, Sector standards og Topic standards (GRI, 2022).

Forklaring av figur:



Figur 2.2 GRI-standardene
Oversikt over GRIs tre hovedkategorier, Universal standards, Sector standards og Topic standards. (GRI, 2022)

Universal standards omhandler de GRI-standardene som gjelder for alle organisasjoner, uansett bransje og størrelse. Universal standards deles inn i GRI 1, GRI 2 og GRI 3 der GRI 1 introduserer GRI metoden og forklarer hvordan denne skal brukes av organisasjonen. GRI 2 gir en plattform for å gi relevant informasjon om organisasjonen som utfører rapporteringen. Detaljer som for eksempel bedriftens aktiviteter, lovverk og investorenes involvering kommer frem under GRI 2. GRI 3 gir veiledning på hvordan organisasjonen skal identifisere punktene de har størst påvirkning på i omgivelsene rundt seg. Videre hjelper den også med hvordan organisasjonen kan administrere denne påvirkningskraften.

Sector standards oppgir egne standarder for forskjellige bransjene. De ulike standardene som er en del av Sector standards omhandler en spesifikk bransje hver. Disse gir informasjon rundt de områdene de forskjellige bransjene generelt påvirker i størst grad. Videre går Sector standards inn på hvordan bedriftene innen de ulike bransjene kan rapportere på de tre ulike dimensjonene innen bærekraft.

Topic standards gir informasjon om spesifikke påvirkningsområder som er valgt ut av bedriften selv. Denne gruppen gir bedriften mulighet til å identifisere og rapportere ytterligere informasjon rundt temaer som bedriften er opptatt av.

2.4.2 CSRD

Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) er en ny form for bærekraftsrapportering, som ble lansert av EU-kommisjonen i april 2021 (European Commission, 2022b). Bakgrunnen for lanseringen var at kommisjonen gjennom en konsekvensutredning gjennomført av EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group) fant ut at den eksisterende rapporteringsmetoden ikke var god nok for brukerne av bærekraftsrapporter. Den gamle rapporteringsmetoden oppfylte blant annet ikke brukernes krav til bærekraftsrapporter, rapportene ble ikke relevante nok, og ga ikke noe grunnlag for sammenligning mellom bedrifter og bransjer. Noe som også gjorde rapportene mindre troverdige. Det gamle rapporteringsdirektivet var for lite konkret og komplisert, som førte til unødvendige kostnader for brukerne (Den norske Revisorforeningen, 2020). Det nye forslaget (CSRD) vil være mer oversiktlig enn det forrige og vil sette større krav til attestering og legge til rette for at antall selskaper i Europa som driver med ikke-finansiell rapportering kan øke fra omtrent 11 600 til 49 000 selskaper (European Commission, 2022b). Direktivet vil gjelde for store selskaper og selskaper som er notert på en europeisk børs. Det nye direktivet vil også legge til rette for at SMB får muligheten til å rapportere med en forenklet versjon av CSRD.

EFRAG har også inngått et samarbeid med GRI for å skape et så godt direktiv som mulig (EFRAG, 2021).

2.4.3 CDP-rapportering

CDP-rapportering går ut at en bedrift fyller ut et spørreskjema utformet av CDP, for deretter å få tilbakemeldinger på hva bedriften kan gjøre for å forbedre seg innen bærekraft.

Hovedfokuset til CDP er på klimaendringer og skog- og vannsikkerhet (CDP Europe, 2022).

Skog- og vannsikkerhet innebærer fokus på å redusere avskoging og reduisering av vannforurensing. Som et resultat av dette publiserer CDP data og informasjon som er nyttig for kundene og investorene til en bedrift.

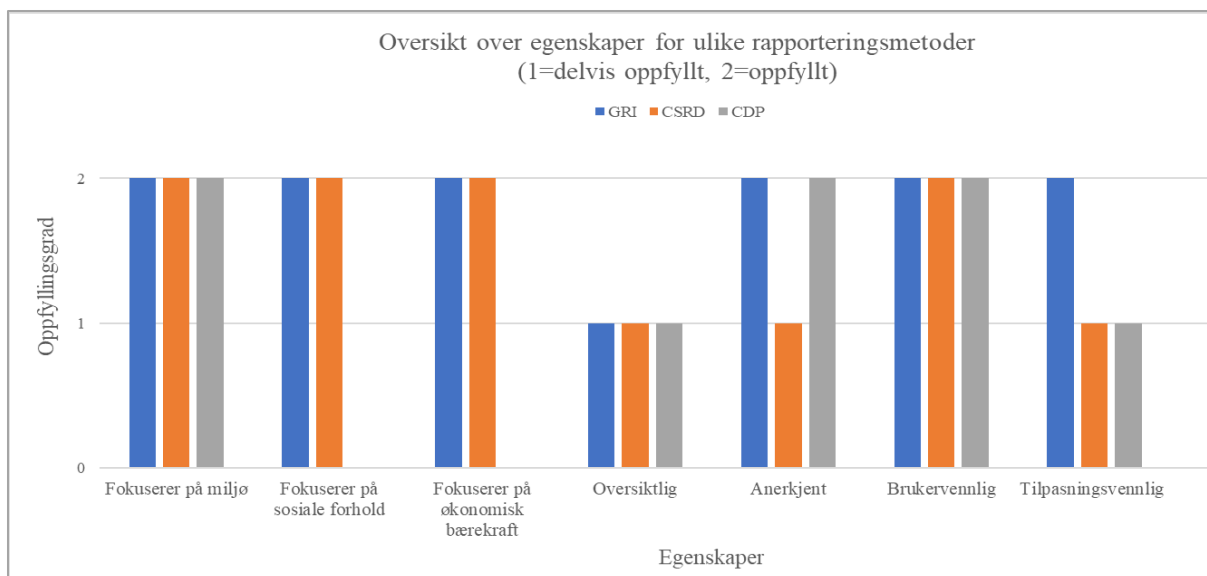
2.4.4 ISO sertifisering

International Organization for Standardization, også kalt ISO er en ikke statlig organisasjon som ble opprettet i 1947 (ISO, 2021). Siden opprettelsen på slutten av 40 – tallet har ISO drevet med utarbeidelse av ulike standarder for blant annet produktkvalitet, prosesser og miljøtiltak. I Norge er det Norsk Standard som har enerett til å godkjenne ISO-standarder i Norge (Standard Norge, 2022). Standarder som ofte blir oppfylt av produksjonsbedrifter er standarder for kvalitetsstyring (ISO9001) og miljøstyring (ISO14001)

ISO opererer i dag i 171 ulike land. I disse landene er det mer enn 1 000 000 bedrifter som er ISO 9001 sertifisert, men bare 300 000 som er ISO14001 sertifisert.

2.4.5 Oversikt over rapporteringsmetoder

For å sammenligne de ulike egenskapene til de ulike rapporteringsmetodene, presenterer oppgaven en oversikt over disse i diagrammet under. Diagrammet er basert på teorien om de ulike metodene presentert i kapittel 2.4. For å vise i hvor stor grad de ulike metodene oppfyller egenskapene blir de rangert på en skala fra 0-2, der 0 representerer at egenskapen ikke blir oppfylt, 1 representerer at egenskapen er delvis oppfylt og 2 representerer at egenskapen er oppfylt.



Figur 2.3 Egenskapene til rapporteringsmetodene

Diagrammet viser en oversikt over hvilke egenskaper til de ulike rapporteringsmetodene. I hvor stor grad metodene oppfyller egenskapene blir illustrert med verdiene 1 og 2, der 1=delvis oppfylt og 2=oppfylt.

2.5 EU – taksonomien

For å kunne sørge for at privatpersoner og selskaper kan investere i selskaper som regnes som grønne, har EU laget en taksonomi. En taksonomi kan defineres som et system som sorterer temaer eller fagfelt i ulike grupper (NHO, 2020). EU – taksonomien er et klassifikasjonssystem som hjelper til med å avgjøre om en aktivitet i en bedrift er bærekraftig eller ikke (European Commission, 2022a). Denne taksonomien ble utformet for å hjelpe selskaper og investorer hente informasjon om en investering er bærekraftig. EU-taksonomien gjelder for selskaper som er børsnotert og oppfyller to eller flere av følgende krav. Overstiger en omsetning på 20 millioner euro, har en balansesum på mer enn 40 millioner euro eller har mer enn 500 ansatte (NHO, 2020). Dokumentet ble også utformet for å skjerme investorer fra firmaer som grønnvasker og være en veileder for at selskaper skal bli mer miljøvennlige.

EU – taksonomien tredde i kraft 12. juli 2020 og fokuserer på seks ulike miljømål (European Commission, 2022a).

- 1) Begrensning av klimaendringer
- 2) Bearbeidelse av klimaendringer
- 3) Bærekraftig bruk og beskyttelse av vann og marine ressurser
- 4) Overgangen til en sirkulær økonomi
- 5) Kontroll og minskning av forurensing
- 6) Beskyttelse og gjenoppbygging av biologisk mangfold og økosystemer.

Av de 6 miljømålene tredje mål 1 og 2 første i kraft i 2021. Noe som betyr at bedrifter som oppfyller to av de tre kravene nevnt tidligere må rapportere på begrensninger og bearbeidelse av klimaendringer fra og med 1. januar 2022. Tiltak for de resterende miljømålene vil bli publisert i løpet av 2022 og tre i kraft fra og med 1. januar 2023 (European Commission, 2022a). Målet med innføring av EU taksonomien har vært at det skal bli vanskeligere for bedrifter å grønnvaske gjennom å sette tekniske og målbare kriterier for når en aktivitet er bærekraftig. Dermed kan ikke en bedrift uttale seg at de gjør noe bærekraftig uten at disse kriteriene er oppfylt.

2.6 Omdømme

Det finnes en rekke definisjoner på omdømme og hva som legges i begrepet. Erichsen, Solberg og Stiklestad (2018, s. 120) viser til hvordan Fombrun (1996) og Gotsi og Wilson (2001) ser på omdømme som interessenters forestilling eller vurdering av organisasjonen, mens Dowling (1986) deler begrepet inn i to ulike formuleringer avhengig av om oppfatningen av bedriften er basert på følelser eller bedriftens egenskaper. Som et resultat av alle definisjonene kan omdømme tolkes som hvordan en organisasjon oppfattes og hvilket bilde ulike interessenter får av organisasjonen som en følge av organisasjonens handlinger, offentlige omtaler og kunders erfaringer over tid.

Erichsen, Solberg og Stiklestad (2018) skriver at organisasjoner ofte ikke innser at omdømme er en av de viktigste ressursene deres. Dette utdyper de med at omdømme kan fungere som et beskyttende filter i dårlige tider, og som et hjelpemiddel for å blant annet skaffe seg lojale kunder, dyktige ansatte og gode relasjoner til for eksempel myndighetene. Erichsen, Solberg og Stiklestad (2018, s. 121-122) fremhever hvordan et godt omdømme er viktig med noen konkrete eksempler som at:

- Virksomheten fremstår som en attraktiv arbeidsplass
- Virksomheten oppleves som en positiv samarbeidspartner
- Et godt omdømme etablerer tillit til virksomheten
- Omdømmet fungerer som en barriere mot konkurranse, fordi det er vanskeligere å bryte positive relasjoner.

Videre forklarer de at en bedrift vil uansett hva de gjør opparbeide seg et omdømme og belyser hvordan Kotler (2013) mener at det er fire hovedmål knyttet til omdømme: bedriften bør være den foretrukne leverandøren for kunder, arbeidsgiveren de ansatte foretrekker, partneren distributørene foretrekker og den foretrukne bedriften til investorer.

3 Metode

I dette kapittelet vil det gjøres rede for hva metode er, hvilken metode for datainnsamling som er valgt og hvor pålitelig og troverdig dataen som er hentet inn er. Videre vil det redegjøres for hva forskningsdesign er, og hvilke forskningsdesign vi har brukt i denne oppgaven. Avslutningsvis vil det belyses styrker og svakheter ved oppgavens metodevalg og de etiske faktorene til oppgaven.

3.1 Valg av metode

Metode defineres som «fremgangsmåte for å løse et problem og komme frem til ny kunnskap» (Oppen, Mørk og Haus, 2020, s. 23). Metode deles opp i kvantitativ og kvalitativ metode. Den kvantitative forskningsmetoden undersøker et større utvalg, ofte i form av en spørreundersøkelse eller statistisk analyse. Forskningsmetoden benyttes for å skape en generalisering for et stort utvalg innen en gitt problemstilling. Kvalitativ metode er en undersøkelse av et mindre utvalg, vanligvis gjennom intervjuer, observasjoner og dokumentanalyser. Den kvalitative forskningsmetoden kan gi en dypere forståelse av et spørsmål eller problemstilling (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Denne forskningsmetoden passer godt for undersøkelser som stiller spørsmål med «hvordan» og «hvorfor», samtidig som den passer godt til undersøkelser med mindre etablerte teorier i litteraturen.

Det finnes mye informasjon rundt denne problemstillingen, men ikke for Øveraasen AS, siden dette er første året de har valgt å utarbeide en bærekraftsrapport. Av denne grunn er den kvalitative metoden valgt med hensikt å kunne gjennomføre en eksplorativ undersøkelse med Øveraasen AS (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Den eksplorative metoden tillater undersøkelse innen et felt uten nødvendigvis å vite hva som konkret letes etter og passer dermed godt til denne type problemstilling. Det kvalitative forskningsdesignet vil tillate større grad av innsikt gjennom intervju og vil oppnå mer informasjon som vil være sentralt i utarbeidingen av en konklusjon. Metoden vil også tillate informanten å legge til sentral informasjon og andre fortellinger som andre metoder ikke tillater.

For problemstillingen og oppgavens samarbeid med Øveraasen vil en kvantitativ undersøkelse av problemstillingen ikke være hensiktsmessig, grunnet et begrenset utvalg av tilgjengelige respondenter. Oppgaven vil også kreve dypere forståelse rundt Øveraasens drift og verdier, noe som vil være krevende å oppnå gjennom kvantitative metodeformer. Kvantitative undersøkelser er også ofte ressurskrevende og dermed ikke passende til dette prosjektet (Oppen, Mørk og Haus, 2020).

3.2 Forskningsdesign

Thagaard definerer forskningsdesign som «Hva undersøkelsen skal fokusere på, hvem som er aktuelle deltakere, hvor undersøkelsen skal utføres og hvordan den skal utføres» (2013, som sitert i Oppen, Mørk og Haus, 2020, s. 32). Forskningsdesignet må tilpasses problemstillingen slik at man oppnår det mest troverdige resultatet, dette er fordi det finnes mange forskjellige tilnærminger innen kvalitative forskningsdesign. De forskjellige tilnærmingene er for eksempel fenomenologi, etnografi og casedesign (Johannessen, Christoffersen og Tufte, 2020). Med tanke på oppgavens innsnevring i et enkelttilfelle for bedriften Øveraasen AS føler vi at en casestudie er det beste forskningsdesignet for oppgaven. Med dette designvalget er ønsket å oppnå best mulig innsikt i informasjonen som påvirker oppgavens konklusjon.

En undersøkelse med et casedesign kjennetegnes med at en henter inn mye informasjon fra få respondenter eller situasjoner over enten et kortere eller et lengre tidsrom (Yin, 2018). Videre kjennetegnes et casedesign med at informasjonen er omfattende og detaljert. En studie som er bygget opp som en casestudie kan deles inn i to ulike dimensjoner; enkeltcasestudier eller flercasestudier. Siden denne oppgaven bare vil se på en bedrift vil det i dette tilfellet bare være aktuelt å se på enkeltcasestudier. En enkeltcasestudie er en studie som bare har en analyseenhet. Det vil si at undersøkelsene bare fokuserer på for eksempel en bedrift, men at det gjøres mer detaljerte observasjoner og undersøkelser (Johannessen, Christoffersen og Tufte, 2020). Målet for denne casestudien er å få mer informasjon om bærekraftsrapportering i SMB og finne nye vinkler på hvilke muligheter og utfordringer dette kan gi for Øveraasen AS. Siden denne oppgaven er en enkeltcase som omhandler Øveraasen AS vil ikke konklusjonen kunne generaliseres. Dette vil si at undersøkelser av andre bedrifter kan få en annen konklusjon enn det som kommer frem i denne oppgaven. Selv om dette er tilfellet er det også viktig å påpeke at undersøkelsen kan ha en overføringsverdi til sammenlignbare bedrifter.

3.2.1 Hvordan gjennomføre en casestudie

Ved gjennomføring av en casestudie viser Johannessen, Christoffersen og Tufte (2020, s. 215) til at Yin (2014) deler inn gjennomføringen av en casestudie inn i fem viktige punkter:

1. Problemstilling

Problemstillingen er viktig fordi denne ofte er utgangspunktet til en studie, siden problemstillingen ofte tar opp et praktisk problem.

2. Teoretiske antagelser

De teoretiske antakelsene er antagelser forskeren gjør som en følge av å stille noen grunnleggende spørsmål. Enten basert på egne erfaringer og tanker eller på eksisterende teori. Det er disse spørsmålene som legger grunnlaget for undersøkelsen.

3. Analyseenheter

Analyseenhetene er en avgrensning som gjøres etter utformingen av problemstillingen. Analyseenhetene legger grunnlaget for hvilken type case en skal velge og valg av informanter.

4. Den logiske sammenhengen mellom data og antakelser

Den logiske sammenhengen handler om hvordan en skal analysere resultatene sine. Her beskriver Yin fire ulike metoder. Av disse er det to som passer best for denne oppgaven, «analyse basert på teoretiske antakelser» eller «beskrivende casestudie».

5. Kriterier for å tolke funnene

Dette punktet handler at en skal tolke funnene opp mot eksisterende teori. Dersom en følger Yins synspunkt vil det resultere i at en enten beholder den eksisterende teorien, modifiserer den eksisterende teorien eller bygger en helt ny teori.

Disse fem punktene har vært til inspirasjon for utformingen av denne oppgaven. Fra vi startet med å utforme problemstillingen, har Yins fem punkter hjulpet med valg av forskningsdesign og valg av datainnsamling, som blir presentert i neste avsnitt.

3.3 Datainnsamling og intervjumetode

En kvalifisert respondent er sentralt for å sikre god datainnsamling. På bakgrunn av problemstillingen og oppgavens samarbeid med Øveraasen AS er det naturlig å benytte seg av den bærekraftsansvarlige som oppgavens respondent. Vi har en respondent fra Øveraasen som vi vil komme til å intervju. Det er denne personen som har hovedansvaret for å utarbeide bedriftens bærekraftsrapport der hun representerer synet til ledelsen som også har vært med på å utarbeide deres bærekraftsstrategi. Derfor fant vi det ikke hensiktsmessig å benytte andre respondenter for å kunne besvare problemstillingen. Kontakt med respondenten oppsto på en næringslivsdag ved NTNU Gjøvik høsten 2021 og videre kontakt skjedde via e-post.

I starten av prosessen ble det vurdert om det ville være interessant for oppgaven å benytte flere respondenter fra Øveraasen AS. På grunn av oppgavens eksplorative metode om hvordan det ikke var helt konkrete ting oppgaven ønsket innhenting av, men et mer generelt bilde av

Øveraasen AS og informantens syn på problemstillingens elementer, ble det derfor konkludert med at det var nok med en respondent som representerte ledelsens syn.

Intervjuet fant sted fysisk hos Øveraasen og ble bygget opp som et semistrukturert intervju. Et semistrukturert intervju tar forankring i en intervjuguide (Vedlegg 1) og benytter spørsmålene som en form for mal, men rekkefølgen på spørsmålene og temaene er ikke fastsatt (Johannessen, Christoffersen og Tufte, 2020). Denne intervjuguiden og informasjonsskrivet ble sendt til respondenten før intervjuet slik at informanten kunne forberede seg på de forskjellige temaene. Denne intervjuformen ble valgt for å kunne sikre at alle relevante punkter ble diskutert, samtidig som det la til rette for informanten å fortelle selv om egne betraktninger og opplevelser rundt temaet. Ved å gjøre dette får intervjuet også en narrativ form. Den narrative tilnærmingen som ble brukt under intervjuet er en beretningsanalyse. Denne går ut på at informanten kommer med erfaringer og hendelser som er relevant for intervjuet (Johannessen, Christoffersen og Tufte, 2020). Med dette kunne nye punkter av relevans komme frem og skape nye synsvinkler som oppgaven kan benytte.

I vårt tilfelle hadde intervjuet en lengde på 45 minutter. Det ble utført opptak av intervjuet for å sikre at dataene ble korrekte, men også for å unngå feiltolkning av notater. Opptaket tillate oss som intervjuere å ha større fokus på oppfølgingsspørsmål til informantens svar og oppklare mulige uklarheter. Hele intervjuet ble senere transkribert for å sikre bedre oversikt over alle dataene.

3.4 Relabilitet og validitet

For å undersøke i hvilken grad innhentet data er av god kvalitet, er begrepene relabilitet og validitet sentrale. I en kvantitativ undersøkelse, for eksempel spørreskjema, vil det være lettere å få et resultat som er gyldig for en større populasjon fordi det ofte er en større andel som har svart på undersøkelsen (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Kvalitative undersøkelser gir vanligvis et dypere innblikk i den enkelte informantens oppfatning og synspunkt noe som ikke gjør dataene generaliserbare, siden det omhandler en så liten del av populasjonen. Grunnet denne forskjellen må dataene i en kvalitativ undersøkelse vurderes annerledes enn dataene i en kvantitativ undersøkelse når det kommer til relabilitet og validitet.

Relabilitet eller pålitelighet omhandler i hvilken grad de innhentede dataene er til å stole på. Med dette menes at innhenting av data er gjennomført på en troverdig måte, derunder håndtering av data og i hvilken grad disse dataene er nøyaktige (Jacobsen, 2015). Intervjuet med informanten ble gjennomført fysisk på et lukket møterom der spørsmålene ble formulert

som delvis åpne for å få frem mest mulig informasjon. Med tanke på bedriftens ønske om å få undersøkt problemstillingen og oppnå et nyttig resultat av prosjektet, kan man anta at informasjonen informantene gir er sann, selv om dette er noe som kan undersøkes i liten grad. Informanten hos Øveraasen har også hovedansvar for bærekraftsrapporteringen i bedriften noe som styrker troverdigheten til informasjonen. På bakgrunn av dette føler vi dataene i prosjektet har god reliabilitet.

Validitet eller gyldighet av undersøkelsen går ut på at det blir undersøkt det man faktisk ønsker å undersøke. For å kunne få en gyldig undersøkelse som svarer på problemstillingen er det sentralt at man henter inn data som er relevant for undersøkelsen (Jacobsen, 2015). For å kunne vurdere hvor gyldig informasjonen er og hvilken oppfatning informantene har på tema, vil det være naturlig å undersøke informantens erfaring, kunnskap og stilling. Informanten som er blitt intervjuet har 12 års erfaring i bedriften, i tillegg er informantene bærekraftsansvarlig hos Øveraasen AS. Med tanke på stillingen og hennes erfaring vil dette styrke validiteten til det som blir sagt.

I en undersøkelse uavhengig hvordan forskningsmetode som blir gjort er det umulig å unngå feil eller svakheter. Alle undersøkelser har noen svakheter knyttet til resultatet de kommer frem til. Derfor er det viktig å være klar over hvilke svakheter undersøkelsen har (Jacobsen, 2015).

3.5 Styrker og svakheter med metodevalg

Vår planlagte kvalitative metode vil være av typen fysisk intervju. Det finnes flere fordeler og ulemper ved å ha et fysisk intervju, men om man er bevisst på hvilke ulemper som kan oppstå ved et intervju kan man unngå flere feil. En fordel ved å ha et fysisk intervju er at man kan oppnå mer informasjon gjennom observasjoner og andre faktorer som ikke fremkommer i et digitalt intervju over for eksempel e-post (Oppen, Mørk og Haus, 2020). Dette kan føre til bedre forståelse mellom intervjuer og intervjuobjekt, samt gjøre det enklere å oppklare misforståelser og komme dypere inn på temaer som er aktuelt for undersøkelsen. En styrke ved å kunne ha et fysisk intervju er at man kan komme inn på interessante og relevante temaer som ikke var planlagt før intervjuet. Dette er en situasjon som ikke oppstår under et kvantitativt intervju i form av for eksempel et spørreskjema.

Metodevalget har også enkelte ulemper. Et viktig tema å snakke om er hvor intervjuet blir gjort. Hvis intervjuet gjennomføres i et lokale med mye forstyrrelser og rundt kolleger kan det hende at respondenten svarer på en annen måte enn om intervjuet hadde foregått i et lukket

område (Oppen, Mørk og Haus, 2020). I vårt tilfelle ble intervjuet fullført i Øveraasen sitt lukkede møterom. Dette tillater at informanten i større grad kan oppgi egne oppfatninger uten å føle at den må tilpasse informasjonen til omstendighetene. Derimot vil gjennomførelse av intervjuet på informantens arbeidsplass gjøre det vanskeligere å anonymisere informanten om dette skulle være aktuelt.

Det ble valgt å sende de overordnede spørsmålene på forhånd slik at informanten kunne forberede seg og komme med fyldige og dypere svar med deres oppfatning av spørsmålene (Johannessen, Christoffersen og Tufte, 2020). Fordelen med semistrukturert intervju er at man tillater informanten til å snakke fritt om sin oppfatning, samtidig som intervjuet har spørsmål og temaer som begrenser seg til temaene som er relevant for problemstillingen. Denne friheten er potensielt også en av ulempene med et semistrukturert intervju. For stor grad av frihet kan føre til at diskusjonen under intervjuet mister relevans i forhold til problemstillingen. Det er også viktig at man ikke holder intervjuet for strukturert slik at informanten ikke kan snakke og fortelle om sin oppfatning av spørsmålet som blir stilt. Som intervjuer er det viktig å få en fin balanse mellom at informanten får snakke fritt, men ikke for fritt slik at det som blir sagt ikke er av interesse for undersøkelsen.

3.6 Etikk

Før gjennomføring av intervjuet fikk respondenten tilsendt et informasjonsskriv rundt oppgavens formål, personvern, rettigheter og samtykkeerklæring (Vedlegg 2). Dette gjennomføres for å følge NSD reglementet og verne personopplysningene til informanten i prosjektet. I løpet av prosessen vil personopplysningene til informanten og annen oppgitt informasjon lagres etter NSDs reglement. Det samme vil gjelde lydopptak av intervjuet. Etter prosessen vil personopplysninger og annen informasjon slettes i samsvar med avtale med Øveraasen AS og NSDs reglement. Grunnet samarbeidet med Øveraasen AS, har vi fått tilgang til dokumenter Øveraasen ønsker skal være konfidensielle. Dette ønsket vil opprettholdes og dokumentene vil slettes etter endt prosjekt. I bakgrunn av dette mener vi at de etiske hensynene er godt ivaretatt under dette prosjektet.

4 Resultater

Dette kapittelet vil det ta for seg resultatene fra intervjuet med informanten fra Øveraasen AS. Resultatene vil bli presentert som flere små referater av de viktigste temaene som ble gjennomgått på intervjuet. Det har blitt valgt å presentere flere resultater enn det som blir benyttet i diskusjonen, for å skape en bredere forståelse av Øveraasen AS og dermed en bedre forståelse av oppgaven.

Intervjuet foregikk med Mille Øveraasen som er Marked/- og kommunikasjonsansvarlig for Øveraasen AS. Mille er oppvokst på Gjøvik kun et lite stykke unna hvor Øveraasens lokaler ligger i dag. Hun har en bachelorgrad innen International Business fra handelshøgskolen BI. Mille har jobbet i Øveraasen AS siden 2010. Siden den gang har hun også tatt etterutdanning innenfor bærekraft som konkurransefortrinn.

I dag driver Øveraasen AS hovedsakelig med en logistikkbasert produksjon. Mille forklarer dette ved at produksjonen har endret seg fra å gjøre alt «in-house» til å i større grad være avhengig av sine underleverandører. Informanten forteller videre at hun regner med at 95% av alle produktene deres ferdigstilles i lokalene på Gjøvik. På Gjøvik har også Øveraasen en egen maskinerings- og sveiseavdeling, som produserer spesialdeler i tillegg til en elektroavdeling og overflateavdelingen. Når det kommer til logistikk har Øveraasen egne ansatte som kun jobber med dette. Informanten forteller at maskinene bruker omtrent tre dager på en stasjon og skal til sammen gjennom fem stasjoner. Det vil si at lokalene på Gjøvik gjennomsnittlig bruker 15 dager på å produsere en maskin. I løpet av et år har Øveraasen AS beregnet at det omtrent kjører 5000 trailere inn og ut av portene.

Mille nevner at de har kunder i hele verden, blant annet i Europa, Amerika og Asia. 70-80% av alt de produseres til utlandet. Noen av kundene utlyser anbud for å finne leverandør. De aller fleste maskinene kan hjul-kjøres hele veien til kunden, men hovedsakelig all frakt ut i Europa, Asia og Amerika foregår med Ro-Ro fraktskip enten fra Oslo, Drammen eller lignende havner i Tyskland. I forhold til dette forteller Mille at Øveraasen er klar over at skipsfart er en miljøversting, men at de ikke har noen andre mulighet, og at de ikke er en stor nok aktør til å påvirke utvikling i skipsfarten.

Når det kommer til hvem som er potensielle kunder, oppgir Mille at hun regner med at 99% av de internasjonale kundene er flyplasser. Av mulige markeder er dette alle steder man generelt kan oppleve snø.

Selv om en tenker på flyindustrien som en miljøversting, forteller informanten at Øveraasen har inntrykket av at flyindustrien er en bransje som allikevel har veldig stort fokus på bærekraft. Mille forteller blant annet at Avinor ønsker å være klimanøytrale innen en viss tid, både utenfor og innenfor «portene». Videre sammenligner hun flyindustrien med skipsfart og forteller om hvordan de opplever at flyindustrien har et større fokus på bærekraft enn skipsfart. For eksempel gjennom utvikling av el-fly. Når det kommer til hvorfor en bærekraftsrapport vil være viktig for Øveraasen er at en slik rapport er med på å vise for eksempel Avinor og Swedavia at Øveraasen AS er en bedrift som ønsker å være med på å endre bransjen. Swedavia benytter for eksempel utelukkende biodiesel på sine kjøretøy, også de levert av Øveraasen.

Grunnet pandemien har Øveraasen AS opplevde et stort fall i salgsinntekter, noe som har ført til at flere ansatte ble sagt opp. På bakgrunn av dette er Øveraasen realister i forhold til budsjetter og resultater sammenlignet med årene før pandemien. De mener det vil ta en stund før markedet er tilbake til samme nivå som i 2019, men at dette ikke skal ha noen innvirkning på bærekraftstiltakene bedriften planlegger å gjennomføre eller allerede gjennomfører.

Når det kommer til spørsmålet om hva Øveraasen AS legger i begrepet bærekraft, er bedriften opptatt at de skal levere moderne produkter etter dagens EU standarder. De forbinder også bærekraft med at bedriften skal være innovativ, og følge med i tiden. For Øveraasen er en viktig del av hva de legger i bærekraft den sosiale delen av begrepet. Dette innebærer at de har fokus på at de sosiale forholdene til ansatte både hos underleverandører og egne avdelinger blir tatt hensyn til. Når det gjelder spesifikke krav til underleverandørene sine, forteller Mille at de i disse dager gjennomgår alle avtaler med sine underleverandører og at Øveraasen AS har som mål at de 10 viktigste/største underleverandørene deres skal signere virksomhetens etiske dokument, der fokus på de sosiale forholdene til deres ansatte ivaretas. Når det blir stilt spørsmål om hvordan Øveraasen får kontrollsjekket at forholdene i brevet blir overholdt, blir det opplyst at dette gjøres når Øveraasen gjennomfører leverandørrevisjoner. Dette innebærer at en kvalitetsansvarlig og en fra innkjøp reiser til leverandørene og sjekker at kvalitet på blant annet komponenter er tilfredsstillende. På disse revisjonene tas det også hensyn til om de sosiale forholdene blir overholdt.

Som et oppfølgingsspørsmål, blir det spurt om Øveraasen etter hvert vil sette krav til at leverandørene deres benytter seg av bærekraftsrapportering. På dette svarer Mille at de har noen leverandører med for eksempel bare 10 ansatte, og at det ikke vil være riktig å pålegge dem å drive med bærekraftsrapportering på grunn av størrelsen. Her påpeker også Mille at det

er enklere for Øveraasen å kontrollere at de små leverandørene følger kravene deres, sammenlignet med de større. De vil derfor pålegge de største leverandører sine å levere på noen av bærekraftsmålene Øveraasen AS har satt seg.

Øveraasen AS har de siste 1,5 årene jobbet mye med en bærekraftig forretningsstrategi og har som mål og ha den første rapporten på plass i juni 2022. Øveraasen har forskjøvet regnskapsår og de regner med at årsrapporten/resultatet vil være klar til i juni 2022. Øveraasen har tro på at utarbeidelsen av en bærekraftsrapport, kombinert med å være åpne rundt temaet for interessentene sine vil kunne gi flere fordeler enn ulemper. Øveraasen AS har på sikt tenkt til å fokusere på 7 av de 17 bærekraftsmålene. Mille nevner at de på grunn av ressurstilgang vil, fokusere på to av målene. Bedriften har ingen egne ansatte til å kun fokusere på bærekraftiltak. Ut ifra denne begrensingen er målet deres å være i full gang med å arbeide innenfor de syv temaene de har valgt å fokusere på innen 3 år.

Spørsmålet om Øveraasen AS føler at de ble tvunget til å bli mer bærekraftige ble derfor stilt. På det svarer informantene at de ikke ble tvunget til å bli mer bærekraftige, men fikk et lite spark bak. Bakgrunnen til dette var at dersom Øveraasen skal være en innovativ bedrift bør de også fokusere på bærekraft.

«Hvis vi skal være innovative må vi også være bærekraftig»

I forbindelse med dette fant Øveraasen ut at det å utarbeide en bærekraftsstrategi ut fra situasjonen de befant seg i for 1,5 til 2 år siden, var greit nok, men at det å implementere og utforme en ny strategi som kan vare de neste 5 årene ikke var så lett. Dette er også bakgrunnen for at Mille Øveraasen tok etterutdanningen sin i bærekraft. Som en følge av utviklingen av en bærekraftsstrategi har bedriften også endret den totale bedriftsstrategien.

«Det nytter ikke å ha en bærekraftsstrategi og en bedriftsstrategi hvis disse ikke snakker sammen. Så det vi har fått nå er en bærekraftig bedriftsstrategi»

Mille forteller at det de fokuserer mest på nå er utdanning. Øveraasen AS har planer om å starte en egen utdanning spisset mot bedriften. De har planer om å kalle denne for Øveraasen skolen. Denne utdanningen er i samarbeid med fagskolen der det er 8 fagspesifikke moduler som varer i 1-2 uker. Hele utdanningen har en varighet på (maksimalt) 16 uker. For å kunne komme inn på denne utdanningen er det et krav om at man er fagarbeider. Mille nevner at når de utdanner sine egne fagfolk på egen skole vil det være et bærekraftsmål. Mille nevner at likestilling er viktig for Øveraasen AS. Det kommer frem at dette er et mannsdominert yrke,

men de har tatt inn en lærling som er jente og ei jente som er utplassert. I tillegg er 3 av 7 i ledergruppen kvinner, noe de selv er stolte av.

Øveraasen AS har i lengre tid hatt ISO sertifisering innenfor ISO14001 og ISO9001. De vurderer også om de skal sertifisere seg innenfor ISO 37001 for antikorrupsjon. Denne sertifiseringen skal gjøre bedriften i stand til å forhindre, oppdage og håndtere korrupsjon og bestikkelser. Dette kan være viktig for en internasjonal liten virksomhet som Øveraasen, for å forhindre korrupsjon og bestikkelser, og bygge tillit og omdømme i bransjen.

Øveraasen AS har valgt å utarbeide bærekraftsrapport før de er pliktig av tre grunner. De vil bygge erfaring og få den beste strategien på plass før det eventuelt blir pålagt for SMB å utarbeide bærekraftsrapport. Den andre grunnen er at de vil unngå grønnvasking og faktisk forbedre seg igjennom en rapport som de kan legge frem for sine interessenter. Mille tror at det ikke vil bli pålagt for SMB å utarbeide bærekraftsrapporter før 2030 siden verden har mye annet å ta tak i før dette. Med tanke på pandemien og andre hendelser i verden tenker Mille at bærekraft har blitt delvis nedprioritert de siste årene, noe som hun tenker vil utsette når myndighetene begynner å kreve bærekraftsrapporter fra SMB. Bærekraftsrapporten har som mål å treffe interessentene deres som for eksempel banken og kundene. De nevner at de har god dialog med banken om hvor de er i deres bærekraftige utvikling og hvor de skal.

Øveraasen AS har valgt å bruke GRI som rapporteringsmetode. Mille nevner at det er flere rapporter som er spesialtilpasset for Norge og Skandinavia, men de har valgt å bruke GRI fordi det er en internasjonal standard som mange kjenner til. En annen grunn til at de har valgt GRI er fordi markedet deres er internasjonalt der 70-80% av det de selger går til utlandet og derfor er det naturlig å velge en internasjonal standard. Her legger hun også til at GRI er et naturlig valg i forhold til europeiske modeller da de også har kunder utenfor det europeiske kontinent.

Siden det er første året de har valgt å utarbeide en bærekraftsrapport er det enda usikker hvor mye de skal legge til i bærekraftsrapporten. Mille nevner de må være bevisste på hva de tar med, også med tanke på bedriftshemmeligheter og konkurransefortrinn som lett kan komme i feil hender. Øveraasen AS har kontakt med deres revisor der de får veiledning og bekreftelse at det de leverer er av god kvalitet. En annen viktig faktor Mille mener man må være forsiktig med når man jobber med bærekraft, er å unngå å si at man gjør mer enn bedriften klarer slik at rapporteringen ikke blir sett på som grønnvasking. Hun mener det er viktig å følge opp bærekraftsmålene de har satt og ta målene i det tempoet de klarer å gjennomføre de i.

5 Analyse og diskusjon

I denne delen av oppgaven vil resultatene fra intervjuet bli analysert og diskutert opp mot teorien fra kapittel 2. Innledningsvis vil analysen og diskusjonen ta for seg en tolkning av bærekraftbegrepet, før kapittelet tar opp hvorfor Øveraasen AS bør benytte seg av bærekraftsrapportering. Her vil det også bli gjort rede for fordeler og ulemper med rapportering. Videre i kapittelet vil det bli tatt opp hvilken rapporteringsmetode Øveraasen bør velge. Deretter vil det bli diskutert hvordan bærekraftsrapportering påvirker omdømmet til Øveraasen, før det avslutningsvis vil bli sett på problematikken med rapportering. Siden Øveraasen AS allerede har bestemt seg for å utarbeide en bærekraftsrapport, har oppgaven valgt å se bort fra mulighetene og utfordringene bedriften kunne møtt dersom de hadde valgt å ikke utarbeide en bærekraftsrapport.

5.1 Tolkning av begrepet bærekraft

Bærekraft er et vidt begrep, og kan tolkes forskjellig av ulike mennesker. Brundtland-rapporten belyste bærekraftig utvikling for første gang i 1987, noe som resulterte i definisjonen «En utvikling som imøtekommer dagens behov uten å ødelegge mulighetene for at kommende generasjoner skal få dekket sine behov.» (FN-sambandet, 2021). Problemet med denne definisjonen er at den ikke presiserer at bærekraftbegrepet blir delt inn i tre ulike dimensjoner, klima og miljømessig bærekraft, økonomisk-bærekraft og sosiale forhold.

For å kunne si noe om hvordan bærekraftsrapportering vil være til hjelp eller ikke for Øveraasen vil det være viktig å diskutere hvordan en tolker begrepet bærekraft. En bærekraftsrapport vil nemlig ha veldig ulik betydning avhengig av hvordan leseren tolker bærekraftbegrepet. Fagbladet Bistandsaktuelt utgitt av Norad belyser hvordan mange bare forbinder bærekraft med klima og miljø (Bistandsaktuelt, 2020). Dersom leseren av en bærekraftsrapport tolker at bærekraft bare handler om klima og miljø, kan dette føre til at rapporteringen kan oppfattes som grønnvasking dersom det blir fokusert på andre tiltak enn bare klimatiltak. Dersom en tolker bærekraft ved hjelp av de tre dimensjonene eller ESG, vil en tolke en bærekraftsrapport på en mer presis måte. Dersom en er klar over de tre dimensjonene i bærekraft kan dette også tyde på en større forståelse om hvordan for eksempel ulike bærekraftsmål henger sammen. Hvordan bærekraftsmålene henger sammen illustreres på en god måte i figur 5.1, som viser at den økonomiske dimensjonen legger grunnlaget for videre arbeid med sosiale og miljømessige forhold. Når det kommer til målgruppen for

bærekraftsrapporten til Øveraasen AS vil dette hovedsakelig være kunder og banker. Det vil derfor være naturlig å forutsette at disse har en viss kjennskap til bærekraftbegrepet og ESG.



Figur 5.1 De tre dimensjonene av bærekraft
Illustrasjonen fordeler FNs bærekraftsmål inn i de tre dimensjonene av bærekraft, og viser hvordan sosiale og miljømessige forhold er avhengig av økonomiske forhold (Bistandsaktuelt, 2020)

5.2 Hvorfor rapportere?

Når det kommer til hvorfor det er interessant å utvikle en bærekraftsrapport for en bedrift vil dette være avhengig av hva slags type bedrift det er snakk om. Det kan for eksempel tenkes at behovet til en liten lokal butikk vil være forskjellig i forhold til en større produksjonsbedrift slik som Øveraasen. En kan forestille seg en liten lokal butikk med tre til fire ansatte. For en slik butikk kan kostnadene forbundet med utformingen av en bærekraftsrapport virke større i forhold til en mellomstor bedrift på grunn av ulik tilgang på ressurser, dette kan være i form av både tid og penger. Dessuten er det ikke sikkert en liten lokal butikk vil få så mye ut av en bærekraftsrapport, fordi de ikke har muligheten til å gjennomføre like mange tiltak som en produksjonsbedrift og har heller ikke like mange interessenter å svare til. Siden små butikker ikke nødvendigvis får så mye ut av bærekraftsrapportering vil problemstillingen diskutere mellomstore bedrifter, slik som oppgavens samarbeidspartner Øveraasen AS.

Informanten nevner hvordan hun tror det tidligst vil bli pålagt å utarbeide rapporter for SMB fra og med 2030. For kun noen år siden ville nok dette synet vært annerledes, men på grunn av korona-pandemien og konflikter som krigen i Ukraina, tror hun følgene av dette vil ta bort

noe av fokuset på bærekraft i tiden fremover. Angående dette viser Den norske Revisorforeningen til hvordan EU direktivet har foreslått at SMB bedrifter skal bli omfattet av rapporteringskravet fra 2026. (Den norske Revisorforeningen, 2022). Finansdepartementet jobber for tiden med å utrede hva som skal til for at de mindre selskapene skal være forberedt når de blir pålagt rapportering. Denne utredningen har mål om å resultere i en forenklet standard for de mindre bedriftene.

Informanten forteller at Øveraasen AS har valgt å begynne med bærekraftsrapportering før dette eventuelt blir lovpålagt. For Øveraasen som har en innovativ forretningsstrategi og bevisst ønsker å ligge foran sine konkurrenter i utviklingen, vil det være naturlig å benytte seg av rapportering før den eventuelle påleggningen. Bedriftens innovative tankegang har direkte sammenheng med den bærekraftige utviklingen, og en rapportering på denne fremgangen vil være sentralt for Øveraasen å få frem til sine interessenter. Dette understrekes også av informantens uttalelse om at bærekraftsrapportering kan bli sett på som et premiss for å henge med i markedets utvikling;

«Hvis vi skal være innovative må vi også være bærekraftig»

Videre ønsker Øveraasen AS å skaffe seg erfaring om hvordan de systematisk kan utarbeide en rapport. Anskaffelsen av erfaring bør gi gode muligheter for å utvikle en effektiv metode for fremtidige rapporter og sikre at innholdet blir relevant i årene fremover. I forbindelse med dette vil også Øveraasens erfaringer med rapportering til ISO være et hjelpemiddel som kan øke kvaliteten på bærekraftsrapporten.

Videre forteller informanten om hvordan et av hovedmålene med rapporteringen er å benytte den som et utgangspunkt for hvordan Øveraasen kan forbedre egen virksomhet.

Rapporteringen forenkler prosessen med å sette seg konkrete mål og hjelpe med å finne veien til å nå disse målene. De har sagt at de i begynnelsen vil konsentrere seg om to mål (nummer fire og ni) til å begynne med og etter hvert jobbe med flere mål. Slik kan de klare å holde det de lover uten at de kan bli sett på som en bedrift som grønnvasker.

Rapporteringen har som nevnt mange ønskede utfall som anskaffelse av erfaring, hjelp til videre progresjon og forsterkning av bedriftens innovative posisjon. Flere relevante temaer som hvordan unngå anklager om grønnvasking og bygging av omdømme vil diskuteres i egne punkter senere i oppgaven, siden disse punktene er sentrale for å kunne belyse mulighetene og utfordringene bærekraftsrapportering representerer for Øveraasen.

5.3 Rapporteringsmetode

Ved valg av rapporteringsmetode er det flere faktorer som må tas hensyn til. Hvilke marked bedriften leverer til, hvor detaljerte rapport de ønsker å gi ut og hvem som skal lese rapporten er eksempler på slike faktorer. I intervjuet opplyste respondenten at Øveraasen AS kommer til å benytte seg av GRI-metoden når de skal utforme bærekraftsrapporten sin. Dette begrunnet de med at GRI-metoden er en internasjonal anerkjent rapporteringsmetode, og siden 70-80% av kundene deres er internasjonale var dette et naturlig valg for dem. Selv om Øveraasen har bestemt seg for å benytte GRI-metoden, er det ikke sikkert denne metoden egner seg best for bedriften. For å avgjøre dette vil oppgaven se på fordelene og ulempene med GRI-rapportering.

En kan først begynne med å se på ulempene ved GRI-rapportering. GRI-standarden er en anerkjent internasjonal rapporteringsmetode, og har en oversiktlig inndeling av hvordan den skal brukes (GRI, 2022). Til tross for dette er rammeverket bygget opp av flere ulike dokumenter avhengig av hva en skal rapportere på (GRI, 2021a). Dette kan føre til at en går seg bort i oversikten over for eksempel Topic standards. Noe som igjen kan føre til at arbeidet med GRI-standarden blir tidskrevende og komplisert. Dersom bedriften bruker for mye tid på å forstå og skrive bærekraftsrapporten vil dette være en ulempe. Dette er fordi for mye bruk av tid på rapportering fører til mindre tid til selve tiltakene (UN Global compact Norway, 2020). I et slikt tilfelle kan bærekraftsrapporten oppfattes som et forsøk på grønnvasking istedenfor å være en redegjørelse for hva bedriften prøver å oppnå med bærekraftstiltakene sine.

Å benytte seg av GRI-rammeverket for å utforme en bærekraftsrapport vil også føre med seg en del fordeler. Den første og kanskje største fordel vil være at utformingen av en bærekraftsrapport viser at bedriften er opptatt av miljøet og samfunnet og viser at den setter av ressurser for å gjøre driften deres mer bærekraftig. Ved å benytte seg av GRI-rapportering gir dette rapporten en ekstra dimensjon av troverdighet. Dette er fordi GRI-rammeverket er en rapporteringsmetode som er anerkjent internasjonalt. Dette er en viktig fordel for Øveraasen siden store deler av kundene deres er internasjonale. GRI-rapportering er et rammeverk som mange har hørt om, noe som igjen bidrar til å bygge troverdighet til kvaliteten på rapporten.

En annen fordel med å benytte GRI-rammeverket er at GRI hjelper brukeren med å finne de temaene i bedriften deres som er mest relevante å rapportere på. Dette gjør at en får en bærekraftsrapport som er mer presis, som igjen fører til at rapporten virker mer troverdig. En

presis rapport som viser til konkrete tiltak og hvorfor bedriften gjennomfører disse, vil også gjøre at rapporten ikke oppleves som et forsøk på grønnvasking. Ved å benytte seg av GRI-rammeverket viser også bærekraftsleder i Sparebank 1 Østlandet til at dette gjør det lettere for leserne av rapporten til å finne det de ønsker å vite (UN Global compact Norway, 2020).

5.3.1 GRI eller en annen rapporteringsmetode?

Når en bedrift skal rapportere på bærekraft har den flere ulike standarder den kan velge mellom. En av de mest anerkjente er som nevnt over GRI-rapportering. Det er også denne metoden Øveraasen har valgt å benytte seg av. Andre kjente rapporteringsmetoder er SASB, TCFD, CSRD og CDP-rapportering. SASB og TCFD er to rapporteringsmetoder som brukes som internasjonale standarder, men benytter et annet perspektiv enn GRI, CSRD og CDP. SASB og TCFD benytter et utenfra og inn perspektiv, og er mer rettet mot investorer (ERT, 2021). Det vil være vanskelig for Øveraasen å benytte et utenfra og inn perspektiv, og siden Øveraasen AS er et familieeid selskap vil ikke bedriften ta hensyn til investorer. På grunn av dette vil ikke SASB og TCFD bli diskutert nærmere i denne oppgaven.

CSRD er EUs eget rapporteringsrammeverk for store og børsnoterte bedrifter i Europa (European Commission, 2022b). Det som gjør at CSRD-rapportering kan være relevant for Øveraasen, er at dette er en standard som er spesielt utviklet for Europa. Dette rammeverket har også lagt til rette for SMB-bedrifter, ved å utvikle en egen mindre komplisert versjon av rammeverket. Dette er en fordel for Øveraasen AS siden bedriften ikke er lovpålagt å rapportere på bærekraft enda. På en annen side er CSRD utviklet i samarbeid med GRI. CSRD bygger derfor på mange av de samme punktene som GRI-rammeverket. Dersom Øveraasen skulle benyttet seg av CSRD, reiser dette spørsmålet om hvorfor de ikke bare benytter seg av GRI-rammeverket. Selv om begge metodene bygger på det samme utgangspunktet, vil GRI være et bedre valg siden dette et anerkjent rammeverk over hele verden, mens CSRD bare gjelder for Europa (European Commission, 2022b). Siden Øveraasen AS har kunder over hele verden vil det derfor være bedre å benytte seg av GRI-rammeverket.

En annen rapporteringsmetode Øveraasen kan benytte seg av er CDP. Det negative med CDP i forhold til GRI og CSRD er at CDP-rapportering ikke har like stor bredde i hva den rapporterer på. Siden CDP har fokus på miljø, vannkvalitet og avskoging vil ikke denne rapporteringsmetoden passe like godt til Øveraasen som GRI (CDP Europe, 2022). Dette er fordi bærekraftstiltakene Øveraasen AS gjennomfører tar for seg flere dimensjoner av

bærekraftbegrepet enn bare miljø. Dette understrekes gjennom for eksempel Øveraasen skolen som viser til at bedriften er opptatt av utdanning og innovasjon.

Med bakgrunn i GRI sine styrker og svakheter i forhold til CSRD og CDP vil GRI være den beste metoden for Øveraasen. I forhold til CDP dekker GRI metoden alle de nødvendige dimensjonene som store foretak i dag er lovpålagt å rapportere for. I tillegg er GRI er i motsetning til CSRD ikke utarbeidet utelukkende for Europa og passer dermed bedre for Øveraasen og deres internasjonale interessenter. Metodene bygger som nevnt også på mange av de samme punktene da GRI var en del av samarbeidet i utviklingen av CSRD (EFRAG, 2021). Alt dette tyder til at GRI er den beste metoden for en bedrift som Øveraasen som selger så stor andel til det internasjonale markedet.

5.4 Interessenter

I intervjuet kom det frem at salg til flyplasser står for den største delen av omsetningen til Øveraasen og vil derfor være bedriftens hovedinteressenter. Dette avsnittet tar for seg hvordan de kan tilfredsstille og beholde interessentene sine med tanke på bærekraft og hvorfor de har valgt å rapportere på bærekraft. Siden Øveraasen AS er et familieeid selskap uten eksterne aksjonærer vil diskusjonen se bort fra hvordan bærekraftsrapportering påvirker interessentene deres i form av aksjonærer. Øveraasen kan bli nødt til å stille tilsvarende krav til sine leverandører, som kundene gjør til Øveraasen for at de skal kunne kalle seg bærekraftige. Til tross for dette vil ikke diskusjonen ta for seg leverandører, siden disse ikke har den samme påvirkningskraften som kundene. Kapittelet vil derfor kun ta for seg kunder og bank, fordi dette er noen av Øveraasens viktigste interessenter.

5.4.1 Kunder

I de siste årene med det store fokuset på en bærekraftig utvikling har også flyindustrien satt seg mål for å bli mer bærekraftige. International Air Transport Association som er en forening for verdens flyselskaper sa i 2021 at medlemmene av deres organisasjon forpliktet seg til å ha nullutslipp innen 2050 (IATA, 2022).

Mille nevner at Avinor ønsker å være klimanøytrale innenfor og utenfor portene innen en viss tid. Øveraasen AS blir berørt av dette ved at Avinor og lignende selskaper er avhengig av bærekraftige leverandører for å kunne nå målet om nullutslipp. Å utarbeide en bærekraftsrapport gir Øveraasen muligheten til å dokumentere at de er en bærekraftig leverandør, noe som igjen senker risikoen om å tape anbudskonkurranser fordi de ikke er bærekraftige nok. Dokumentasjonen på bærekraftsarbeidet deres vil også kunne gi et

konkurransefortrinn hos de av kundene deres som ikke har satt seg bærekraftsmål enda, siden dette gjør at Øveraasen skiller seg ut fra konkurrentene. Siden Øveraasen AS hovedsakelig selger via anbud, er det ikke bare pris og kvalitet som legger kundens grunnlag for valg av leverandør. Det blir også lagt vekt på andre faktorer som bærekraft. Dette viser at det er viktig for Øveraasen og fortsette å være innovative og bærekraftige, samt dokumentere dette på en god måte.

5.4.2 Bank – grønne bedriftslån

Informanten forteller at hun ikke tror det vil få noen konsekvenser fra banken om de ikke begynner å utarbeide bærekraftsrapport slik kommunikasjonen mellom banken og Øveraasen AS er nå. Siden situasjonen Øveraasen er i nå ikke gir noen konsekvenser fra banken, kan Øveraasen AS i stedet begynne å se på mulighetene innføringen deres av bærekraftsrapportering gir. Banker har i de siste årene begynt å tilby «Grønne bedriftslån» noe som er et lån der en kan få bedre betingelser om man oppfyller kravene til banken. Banken kan innvilge grønne lån for finansiering av bærekraftige aktiviteter, altså aktiviteter som for eksempel investering i fornybar energi (DNB, 2022). For bedrifter med store lån kan renter være en stor kostnad som kan minkes om bedriften oppfyller kravene til å kunne få et grønt lån fra banken sin.

I 2021 hadde Øveraasen AS en total gjeld på 370 millioner (Proff.no, 2022). Et forsøk på å få et grønt lån i fremtiden kan gjøre Øveraasen enda mer lønnsom ved å senke finanskostnadene. Dette er fordi banken tilbyr noe lavere rente på lånet slik at de kan spare penger på finanskostnader. Øveraasen hadde i 2021 en finanskostnad på nesten 61 millioner kroner. Om Øveraasen skulle investere i nye bærekraftige løsninger og trenger et nytt lån fra banken, kunne de ha forsøkt å få et grønt bedriftslån. Her vil det å gi ut en bærekraftsrapport vil kunne gjøre det enklere å dokumentere til banken at de jobber med en bærekraftig utvikling uten å trenge å sette av mye ekstra ressurser for å oppfylle kriteriene banken setter. Norges Bank gir uttrykk for at de vil øke rentene fire ganger i 2022 og en gang i 2023 slik at styringsrenten kan bli opptil 1,75% (Tuv, 2022). Når styringsrenten øker kan finanskostnadene øke for Øveraasen, derfor kan det være en fordel å benytte seg av grønne bedriftslån slik at rentekostnadene blir lavere enn på et konvensjonelt lån.

5.5 Omdømme

Ved å undersøke de mulige effektene ved bærekraftsrapportering på Øveraasens viktigste interessenter, vil det være naturlig å undersøke hvordan en slik rapport kan påvirke

omdømmet deres. Teorien belyste hvordan omdømme kan tolkes som hvordan en organisasjon oppleves og hvilket bilde ulike interessenter får av organisasjonen som en følge av organisasjonens handlinger, offentlige omtaler og kunders erfaringer over tid. Dette fremhever viktigheten av omdømme for å kunne opprettholde et godt forhold til sine interessenter.

Som Erichsen, Solberg og Stiklestad (2018) forklarer vil alle bedrifter opparbeide seg et omdømme uansett hva de gjør. Ved å utarbeide en bærekraftsrapport er dette med på å endre omdømmet til Øveraasen. Videre blir det i teorien nevnt fire ulike hovedmål tilknyttet en bedrifts omdømme. Utarbeidelsen av en bærekraftsrapport vil være med på å påvirke bedriftens forhold til tre av disse, kundene, de ansatte og distributørene. Dette kan gjøre at Øveraasen blir den bedriften disse interessentene foretrekker. Noe som er med på å forbedre omdømmet deres. Å skape et godt omdømme er viktig for bedrifter fordi dette tiltrekker seg nye kunder og bidrar til økt lojalitet blant eksisterende kunder (Tournois, 2015). Dette er spesielt viktig for Øveraasen AS siden de opererer på et smalt og spesialisert marked. Som nevnt i teorien er også et godt omdømme med på å skape tillit til bedriften. Å skape tillit på denne måten vil være til hjelp for Øveraasen når de leter etter nye kunder.

I intervjuet kom det fram at noen av oppdragene til Øveraasen kommer ved hjelp av anbudskonkurranser. Å gi ut en bærekraftsrapport vil være en god måte å styrke omdømmet til Øveraasen AS, det er flere grunner til dette. For det første forteller utgivelsen av en bærekraftsrapport at Øveraasen er opptatt av hvordan produktene deres påvirker både miljø og sosiale forhold. En slik rapport kan også indirekte fortelle kundene at Øveraasen har en bærekraftig økonomi. Dette er fordi den økonomiske delen av bærekraft kan ses på som grunnmuren i bærekraftsarbeid (FN-sambandet, 2021). Siden Øveraasen AS ikke er lovpålagt å drive med bærekraftsrapportering enda (Regnskapsloven, 1998), vil utgivelsen av rapporten også styrke omdømmet ved å vise til at Øveraasen er en innovativ og ansvarsfull bedrift.

I intervjuet fortalte informanten om hvordan flyindustrien er opptatt av bærekraft til tross for at den blir sett på som en miljøversting. Utarbeidelsen av bærekraftsrapport kan derfor gi muligheter til å styrke omdømmet til Øveraasen som en bærekraftig bedrift og skape bedre konkurransevilkår. Dette kan igjen føre til at Øveraasen AS kan inngå flere langsiktige kundeforhold, slik som avtalen de inngikk med Avinor i 2021 (Lysengen, 2021). Et sterkt omdømme som fører til slike avtaler, vil ha store fortrinn for Øveraasen. I teorien ble det belyst hvordan et sterkt omdømme kan fungere som en barriere mot konkurrenter, siden det er vanskeligere for kunden å bryte positive relasjoner. Dette kan også knyttes til hvordan

rapporten vil belyse forbedringsområder som Øveraasen konkret arbeider mot. Hvis Øveraasen presterer å forbedre seg på disse områdene, vil dette igjen kunne gi mulighet til å styrke omdømmet til bedriften grunnet egenskapen til å sette mål og nå disse. Dette vil kunne gi mulighet for å oppnå fordelene med å bli sett på som en positiv samarbeidspartner som kundene i større grad er villig til å jobbe med.

At Øveraasen AS er tidlig ute med bærekraftsrapportering og skaper seg et godt omdømme på grunn av dette vil også kunne påvirke andre bedrifter, både innenfor samme marked og bedrifter i nærområdet. Et slikt omdømme kan gjøre Øveraasen til et forbilde, noe som igjen kan føre til at andre bedrifter tar initiativ til å begynne med bærekraftige tiltak. Dette vil være positivt for både klimaet og nærmiljøene rundt bedriftene. Ved et slikt omdømme kan Øveraasen bli assosiert som en attraktiv arbeidsplass. Dette kan gi dem muligheten til å rekruttere og beholde de best kvalifiserte ansatte, men også kunne motivere nåværende ansatte.

5.6 Problematikken ved rapportering

Informanten forteller hvordan Øveraasen ønsker å benytte rapporteringen til å unngå grønnvasking gjennom å få frem det bærekraftige arbeidet bedriften gjennomfører. Dette avsnittet av oppgaven vil derfor diskutere de ulike utfordringer som kan hindre den ønskede effekten av bærekraftsrapportering, men også hvordan god gjennomføring av rapporteringen vil kunne gi godt utbytte for Øveraasen AS.

5.6.1 Grønnvasking

Ved utarbeidelsen av rapporten vil det være helt sentralt for Øveraasen å formulere seg best mulig. For å oppnå god troverdighet hos sine interessenter må Øveraasen oppgi nok informasjon slik at det kan kontrolleres, men heller ikke oppgi for mye informasjon og risikere å avsløre konkurransefortrinn. Informanten nevner hvordan disse utfordringer vil være avgjørende for Øveraasen for at rapporten skal ha positiv innflytelse på bedriften og ikke føre til anklager eller bli sett på som grønnvasking.

For at Øveraasen AS skal kunne unngå anklager om grønnvasking er det avgjørende at de systematisk får frem deres plan om hvilke områder bedriften ønsker å fokusere på og hvor det er fremtidige forbedringsområder. Informanten fortalte at Øveraasen har valgt ut syv av FNs bærekraftsmål som fokusområde, men at det ikke er realistisk å jobbe med alle disse målene samtidig. Videre forteller hun at for Øveraasen vil det være naturlig å begynne med et par av de mest sentrale målene og gradvis arbeide inn de resterende. Dette bygger opp en realistisk

plan og vil minimere sannsynligheten for at arbeidet betraktes som grønnvasking. Dette begrunnes av Szabo og Webster (2020) som har gjennomført en undersøkelse på hvordan kunder opplever grønnvasking. Denne artikkelen belyser også hvordan kundens reaksjoner på grønnvasking avhenger av ulike grader av grønnvaskingen. Respondentene til Szabo og Webster reagerte blant annet sterkere på planlagt grønnvasking i forhold til utilsiktet grønnvasking.

Med tanke på at interessenters reaksjon på ulik grad av grønnvasking, kan et godt omdømme hjelpe med å dempe konsekvensene knyttet til grønnvasking. Dersom Øveraasen er uheldige og for eksempel bærekraftsrapporten deres i fremtiden blir oppfattet som et forsøk på grønnvasking, kan et godt omdømme hjelpe. Opparbeidelsen av et godt omdømme fra tidligere år kan skjermes for noen av konsekvensene forbundet med dette og bidra til å rette opp en slik feil fortere, enn dersom de hadde hatt et dårlig omdømme.

Anklager om grønnvasking kan påvirke bedriften på flere måter, men svekket troverdighet og omdømme er de to mest sentrale punktene. Anne Eitrem publiserte 9. juni 2021 en anklage om hvordan Nortura SA hadde bedrevet alvorlig grønnvasking i deres markedsføring (Eitrem, 2021). Dette viser hvordan en sak av grønnvasking direkte påvirker omdømmet til bedriften som feilmarkedsførte, men også hvordan dette potensielt svekket tilliten til andre bedrifter med bærekraft i kjernen av sin forretningsmodell.

Ved å se på eksempelet om Nortura kan en forutsette hvordan en anklage om grønnvasking kan påvirke Øveraasen. Dette kan en gjøre ved å se på paralleller mellom Nortura og Øveraasen AS, til tross for at de er to veldig ulike bedrifter. Både Nortura og Øveraasen selger fra bedrift til bedrift. Øveraasen driver med salg fra bedrift til bedrift og på et veldig spesialisert marked kan en anklage om at bedriften driver med grønnvasking få store konsekvenser. Siden Øveraasen AS leverer maskiner som er veldig spesialiserte vil de potensielle kundene deres fort få med seg om Øveraasen blir anklaget for grønnvasking. Siden flyplasser stadig har blitt mer opptatt av bærekraft, kan en slik anklage og syn på Øveraasen føre til at flyplasser og andre kunder velger bort Øveraasen som en potensiell leverandør. Dette vil også føre til mindre tillit fra eksisterende kunder, og et dårligere rykte. Det er viktig å kommentere at en situasjon som dette kan oppstå uten at Øveraasen driver med grønnvasking, som for eksempel en følge av en uklar bærekraftsrapport. Dette viser igjen viktigheten av god formulering slik at tiltakene de gjør ikke oppfattes som grønnvasking.

EU-taksonomien er en måte investorer og andre interessenter kan kontrollere om en bedrift driver på en bærekraftig måte. Selv om taksonomien er utviklet for børsnoterte selskaper, vil den fortsatt være et godt hjelpemiddel for Øveraasen AS. Ved å benytte seg av EU-taksonomien kan Øveraasen få et innblikk i hvordan bedriften deres framstår for kunder og andre eksterne parter. Gjennom å benytte seg av de ulike forskriftene i EU-taksonomien kan Øveraasen AS analysere ulike deler av driften, og avgjøre om dette blir sett på som en grønn aktivitet. Å analysere driften på denne måten kan også avsløre aktiviteter som ikke kan regnes som bærekraftige. Dette er en god måte å kontrollere hvordan bedriften blir oppfattet, slik at de kan unngå misforståelser eller anklager om grønnvasking. Og er en troverdig måte å underbygge de bærekraftige tiltakene de allerede jobber med, og for å begrunne hvorfor de ønsker å gjennomføre eventuelle nye tiltak i framtiden.

Som Szabo og Webster belyser, finnes det ulike oppfatninger i forhold til ulike grader av grønnvasking. I forbindelse med dette viser Cho *et al.* (2015) til hvordan store mengder tidligere forskning belyser hvordan selskaper hovedsakelig engasjerer seg i ikke-finansiell rapportering for å sikre egen posisjon og interesser. Med bakgrunn i dette vil ikke bærekraftsrapportering nødvendigvis bli oppfattet som at en bedrift ønsker å ta sitt ansvar for å sikre mer bærekraftig virksomhet, men heller potensielt gjennomfører rapportering som et legitimeringsverktøy (Cho *et al.*, 2015). Ved å utnytte rapporteringen på en slik måte kan en bedrift potensielt implementere en grad av grønnvasking for å sikre egne interesser. Dette kan underbygges i hvordan Cho *et al.* (2015) viser til hvordan den frivillige rapporteringen ofte består av et begrenset omfang med påstander og forpliktelser istedenfor konkrete planer hvordan dette arbeides mot. Noe som kritikere mener bør svekke relevansen av bærekraftsrapportering og da spesielt for SMB som for eksempel Øveraasen som velger å gjennomføre dette frivillig. Siden frivillig rapportering potensielt kan føre til mistanker om at dette gjennomføres med intensjon om å snakke opp egen drift, og tolkes som grønnvasking.

5.6.2 utfordringer knyttet til formulering av en bærekraftsrapport

Øveraasen AS er en relativt liten bedrift på verdensbasis og opererer innen et begrenset marked. På grunn av dette vil en bærekraftsrapport kunne fungere som et virkemiddel for å skille seg ytterligere ut fra sine konkurrenter. Av samme grunn fortalte informanten også hvordan Øveraasen har vurdert å forsøke å anskaffe sertifisering mot korrupsjon (ISO 37001). Dermed vil det være sentralt med en godt formulert rapport for å kunne benytte denne som et konkurransefortrinn.

Informanten nevner også hvordan rapporten må formuleres på en måte som ikke gir bort bedriftens hemmeligheter og konkurransefortrinn. For Øveraasen som har et mål om å være en innovativ bedrift vil det være skadelig for bedriften om disse konkurransefortrinnene ble røpet i en bærekraftsrapport. Det vil derfor være viktig å finne en god balanse i mengden informasjon som kommer fram i rapporten, slik at den hverken utgir bedriftshemmeligheter eller blir oppfattet som grønnvasking. God formulering av rapporten vil derfor være avgjørende for resultatet Øveraasen ønsker å oppnå med publiseringen. Her nevner Mille hvordan bedriften har rådført seg med revisor for hvordan denne balansen skal oppnås og kommer til å få videre veiledning gjennom prosessen for å sikre god kvalitet.

Det finnes forskjellige løsninger på hvordan Øveraasen kan løse dette formuleringsproblemet, men i våre øyne vil den mest nærliggende fremgangsmåten være å fortsette rådføringen med revisor. En revisor vil ha tilgang til kunnskap rundt akkurat denne problematikken og vil raskere og mer effektivt kunne veilede bedriften. Selv om det medfører en kostnad i revisortjenester vil konsekvensene ved dårlig formulering, gjennom for eksempel å gi ut bedriftshemmeligheter eller at rapporten ses på som grønnvasking ha større innvirkning enn denne kostnaden.

5.6.3 Økonomi

Som nevnt i teorien er en bærekraftsrapport en ikke-finansiell rapporteringsmetode. Selv om ikke selve rapporten har fokus på den økonomiske delen av å drive med bærekraftstiltak vil en slik rapport indirekte føre til kostnader. For det første vil selve utviklingen av rapporten føre med seg kostnader både i form av tid og ressurser fra de ansatte og kostnader tilknyttet revisor. Grunnen til at dette er en ulempe er fordi det ikke er sikkert at bedriften vil tjene inn kostnadene og investeringene knyttet til bærekraft. I et slikt tilfelle ville det oppstå en alternativkostnad der bedriften kunne brukt disse ressursene på å for eksempel oppgradere produksjonen, noe som igjen kan føre til at bedriften får et bedre resultat.

Selv om en bærekraftig investering som ikke gir noe direkte økonomisk gevinst og blir sett på som en ulempe, kan dette også bli sett på som en fordel. Slike investeringer kan være en fordel fordi de viser at bedriften er opptatt av å ta hensyn til klima, miljø og sosiale forhold. Disse investeringene kan derimot være nødvendige selv om de ikke oppnår en synlig økonomisk gevinst. Skulle en bedrift unngå å investere og fornye seg innen bærekraft kan dette potensielt føre til tap av kunder som går til konkurrenter med fokus på bærekraft. Med tanke på det økte fokuset på temaet vil dette øke risikoen for tap av kunder. Derfor vil det

være helt sentralt for Øveraasen og følge opp målene i sin fremtidige rapport og investere i disse dersom de fortsatt ønsker å fremstå som en innovativ og bærekraftig bedrift.

Selv om respondenten nevnte at hun ikke hadde tro på at de ville tjene mer ved å gi ut en bærekraftsrapport, kan bærekraftige investeringer og utgivelsen av en bærekraftsrapport fortsatt bli sett på som en fordel. Bærekraftssatsingen og utgivelsen av rapporten kan føre til økt salg som en følge av et forbedret omdømme, dette kan begrunnes ved hjelp av en artikkel rundt viktigheten av omdømme. Tournois (2015) skriver at en bedrifts egenskaper og omdømme brukes av kunden til å redusere usikkerheten ved kjøpsbeslutningen. Resultatet av et godt omdømme kan derfor øke sannsynligheten for at kunden velger Øveraasen AS over en konkurrent. At bærekraftige investeringer kan føre til økonomisk gevinst støttes også av en undersøkelse gjort av Kantar for Sparebank 1 Østlandet. Denne undersøkelsen så på bedrifter med omsetning over 100 millioner, der 8 av 10 svarte at de mener å satse på bærekraft vil være lønnsomt (Sparebank 1 Østlandet, 2020). Til tross for dette vil resultatene av slike bærekraftige investeringer være vanskelig å måle. Det vil for eksempel være vanskelig å avgjøre om det er tiltakene eller andre faktorer som har påvirket valget til kunden.

5.6.4 Integrert rapportering

Avslutningsvis i dette delkapittelet vil det også være interessant å kort undersøke i hvilken grad ren bærekraftsrapportering vil være en egen enhet fremover eller om rapporteringen vil bli integrert i andre finansielle rapporteringsmetoder. Informanten nevnte;

«Det nytter ikke å ha en bærekraftsstrategi og en bedriftsstrategi hvis disse ikke snakker sammen. Så det vi har fått nå er en bærekraftig bedriftsstrategi»

Dette viser til hvordan Øveraasen ønsker å øke fokuset på deres bærekraftsarbeid og understreker hvordan Øveraasen mener at bærekraftsarbeid må integreres i den daglige driften. Noe som igjen fører til spørsmålet om det er overflødig med en egen bærekraftsrapport og om denne kan inkluderes i andre bedriftsrapporter? 11. september 2020 ble det annonsert at de fem internasjonale institusjonene (GRI, CDSB, CDP, IIRC og SASB) inngikk en avtale med den intensjon å utarbeide et rapporteringssystem som inneholder både finansiell og ikke-finansiell informasjon (IIRC, 2020). Denne nye formen for rapportering vil potensielt neglisjere relevansen av å utarbeide separate rapporter for de forskjellige typene informasjon og dermed fjerne fortrinnet med å rapportere om bærekraft. Dette fremstiller en potensiell endring som kan komme i nær fremtid, men per dags dato ikke er relevant.

6 Avslutning

Dette kapittelet vil starte med å gi en oppsummering av oppgaven, før den gir en konklusjon på problemstillingen. Videre vil det bli drøftet hva vi kunne gjort annerledes underveis i prosessen. Til slutt vil oppgaven belyse ulike temaer som kan være aktuelle for videre forskning av problemstillingen.

6.1 Oppsummering og konklusjon

Øveraasen AS er en familiebedrift fra Gjøvik som produserer snøryddingsmaskiner til blant annet flyplasser. Siden bærekraft har blitt satt mer og mer i fokus de siste årene, har Øveraasen bestemt at de skal gi ut en bærekraftsrapport i 2022. I den sammenhengen har denne oppgaven sett nærmere på problemstillingen:

«Hvilke muligheter og utfordringer representerer bærekraftsrapportering for en mellomstor bedrift som Øveraasen AS?»

Definisjonen av bærekraft fokuserer på at en ikke skal ødelegge mulighetene til å dekke behovene til fremtidige generasjoner. Problemet med denne definisjonen er at den ikke belyser at bærekraft består av tre dimensjoner, dette underbygges av Bistandsaktuelt som forteller om hvordan mange forbinder bærekraft med bare klima og miljø. Noe som kan påvirke oppfatningen av en bærekraftsrapport. Siden Øveraasen selger produktene sine på et smalt marked, der det er fokus på bærekraft vil det være naturlig at kundene deres har kjennskap til de tre dimensjonene.

At kundene har en viss kjennskap til bærekraft vises også i Øveraasens valg av rapporteringsmetode. Øveraasen benytter seg av GRI-rammeverket, som er en globalt anerkjent rapporteringsmetode. Dette rammeverket gir mulighet til å rapportere på de ulike dimensjonene av bærekraft og er mulig å tilpasse til hver bedrift, men kan fort oppfattes som overveldende og komplisert når en skal lære seg å bruke rammeverket. Øveraasen kunne også valgt å benytte seg av andre rapporteringsmetoder som CSRD og CDP, men disse gir ikke de samme mulighetene som GRI siden CSRD er beregnet for Europa mens CDP hovedsakelig fokuserer på miljødimensjonen av bærekraft. En kan derfor konkludere med at GRI-rammeverket er den beste metoden for Øveraasen siden den er internasjonalt anerkjent og er enklere å tilpasse bedriften.

Bærekraftsrapportering er også viktig for å vise interessentene til Øveraasen AS hvordan de jobber med bærekraft. Rapporteringen kan for eksempel påvirke kundeforhold og

lånebetingelser. Øveraasen forteller at bærekraftfokus ikke har påvirket forholdet deres til banken. Dette er en mulighet Øveraasen kan benytte seg av siden mange banker begynner å tilby grønne bedriftslån, med bedre betingelser enn vanlige lån. Fokuset på bærekraft gir også Øveraasen AS muligheten til å skille seg ut når de sender inn et anbud. Dette er spesielt viktig siden de operer på et marked som er opptatt av bærekraft.

Bærekraftsrapportering har også mulighet til å påvirke omdømmet til en bedrift. Ved å utarbeide en bærekraftsrapport er dette en mulighet for Øveraasen til å styrke sitt omdømme som en innovativ og fremtidsrettet bedrift. Dette kan også understrekes med at Øveraasen har tatt initiativ til å begynne med rapportering før det blir pålagt. utfordringer knyttet til omdømme kan være at bærekraftsrapporten til Øveraasen blir tolket som grønnvasking. For å unngå denne feiltolkningen er det viktig at Øveraasen er åpne om hvorfor de rapporterer og hva de rapporterer på. Det er også viktig at bedriften finner balansen mellom å inkludere for mye og for lite i rapporten. Dette er fordi for mye rapportering kan avsløre konkurransefortrinn, mens for lite kan oppfattes som et forsøk på grønnvasking. Sammen med grønnvasking kan blant annet økonomi bli sett på som et problem forbundet med bærekraftsrapportering. Dette er fordi en investering i bærekraft kan bli sett på som en ren kostnad siden en slik investering ikke nødvendigvis fører til inntekter til bedriften, men blir sett på som en nødvendighet for å ikke redusere sannsynligheten for tap av kunder.

Siden problemstillingen til denne oppgaven fokuserer på muligheter og utfordringer Øveraasen AS kan møte ved bruk av bærekraftsrapportering, legger ikke dette til rette for ett konkret svar, som ofte er tilfellet ved bruk av kvalitative metoder. Oppgaven har i stedet belyst problemstillingen fra flere sider. Med bakgrunn i arbeidet med problemstillingen har oppgaven satt lys på at i dette tilfellet bør mulighetene bærekraftsrapportering bringer med seg for Øveraasen AS, være større enn ulempene knyttet til utfordringene. En av de største utfordringene innebærer risikoen for mulig grønnvasking, men som oppgaven belyser finnes det flere tiltak som gjør at en kan sikre seg mot dette. For eksempel ved å bruke EU-taksonomien som et verktøy for å se at de tiltakene de gjør faktisk er bærekraftige. De største mulighetene til Øveraasen AS forbundet med bærekraftsrapportering innebærer blant annet styrking av omdømme, bedre kundeforhold og høste erfaringer knyttet til bærekraftsrapportering.

Denne oppgaven har diskutert muligheter og utfordringer knyttet til bærekraftsrapportering, og gjort rede for hvordan Øveraasen AS og andre lignende bedrifter kan benytte seg av dette. For Øveraasen sin del viser oppgaven at det er fordelaktig å benytte seg av

bærekraftsrapportering, at bærekraft ikke lenger er separat fra daglig drift og at et bærekraftig omdømme er et premiss for å være attraktiv på markedet.

6.2 Hva kunne blitt gjort annerledes

Da vi startet med prosjektet tenkte vi at det ville være passende for oppgaven å ha en respondent, noe det også har vist seg å være. Utover i prosjektet har vi allikevel drøftet om det hadde vært bedre å ha flere respondenter hos Øveraasen AS. Ved hjelp av denne drøftelsen har vi konkludert med at siden respondenten representerte ledelsen sitt syn på bærekraft ville det ikke være nødvendig å intervju flere. Dette er fordi ledelsen har vært den viktigste parten i utarbeidelsen av bedriftens bærekraftstrategi, og intervjuer med andre i ledelsen ville derfor resultert i tilnærmede like svar i intervjuet. En mulighet ville også vært å intervju andre ansatte i bedriften for å få et annet perspektiv på hvordan bærekraft oppfattes i bedriften, men på grunn av omfanget av en slik undersøkelse er dette en mulighet som legger mer opp til videre forskning på ansattes oppfatning av arbeidstakeres bærekraftsarbeid.

En annen ting vi kunne gjort annerledes hadde vært å undersøke flere bedrifter. Ved å undersøke hvordan flere bedrifter forholder seg til bærekraft og bærekraftsrapportering kunne oppgaven fått en mer generaliserbar konklusjon på problemstillingen. Denne type undersøkelse kunne belyst forskjellige syn og holdninger på bærekraftsrapportering og dermed gi større nytte for flere bedrifter, og ikke bare bedrifter med lignende virksomhet som Øveraasen AS. Eksempelvis kunne en valgt blant et utvalg bedrifter i Gjøvikregionen for å innsnevre problemstillingen til et geografisk område. Grunnet samarbeidet med Øveraasen og deres forslag til forskningsområde ble dette i liten grad vurdert.

En siste ting som kunne vært gjort annerledes med oppgaven hadde vært å formulere en problemstilling som hadde resultert i en mer konkret konklusjon. Problemstillingen i denne oppgaven gir et ganske åpent resultat, siden den ser på muligheter og utfordringer. På grunn av dette er det vanskeligere å gi en presis konklusjon, men blir i større grad en belysning av situasjonen til Øveraasen AS.

6.3 Videre forskning

Siden temaet rundt bærekraftsrapportering er i rask endring vil dette være et tema med mye muligheter for videre forskning. Denne oppgaven har blant annet belyst muligheten for at rapportering av en form potensielt kan bli lovpålagt også for ikke-store foretak og hvordan de største rapporteringsorganisasjonene stadig arbeider for å forbedre og forenkle rapporteringen. Denne utviklingen og hvordan temaet generelt er relativt nytt legger til rette for nye

spennende forskningsområder. Noen interessante forskningsområder er redegjort for nedenfor.

Bærekraftsrapportering er som nevnt tidligere noe som er blitt mer relevant de siste årene. Per i dag er det kun de store foretakene som er pålagt å rapportere om sitt bærekraftsarbeid. For SMB er ikke dette like utbredt, siden bærekraftsrapportering ikke er lovpålagt for disse bedriftene. For å forske videre på dette temaet, ville det vært interessant å se på hvilke effekter Øveraasen har opplevd som et resultat av arbeidet deres innen bærekraftsrapportering. Dersom det blir lovpålagt for SMB å drive med bærekraftsrapportering vil det også være interessant å undersøke om de bedriftene som har rapportert frivillig, vil få noen fordeler som følge av erfaringene de har opparbeidet seg. Innenfor dette området vil det også være interessant å forske på hvordan en kan gjøre det enklere for bedrifter å begå feil i forbindelse med bærekraftsrapportering som for eksempel i form av å redusere sannsynligheten for at rapporten blir sett på som grønnvasking og hvordan en unngår å gi ut bedriftshemmeligheter og konkurransefortrinn.

En interessant undersøkelse ville være å sammenligne virkningen av bærekraftsrapportering mellom to virksomheter med forskjellige kundegrupper. For eksempel å sammenligne en bedrift som Øveraasen som selger til andre bedrifter i motsetning til en SMB som selger direkte til privatpersoner. Dette vil være interessant å undersøke for å skape bedre oversikt over hvilke kundesegmenter som er mest bærekraftsbevisst og om rapporteringen vil være fordelaktig for forskjellige bedriftsmodeller.

En annen mulighet for videre forskning rundt bærekraftsrapportering hos SMB-bedrifter, vil være å gjennomføre en større kvantitativ undersøkelse der en samler inn data fra flere mellomstore bedrifter. Dette kan gi et resultat som vil kunne si noe om den samlede holdningen til bærekraft og rapportering innen en bransje. En slik undersøkelse kunne også blitt gjort på tvers av bransjer for å undersøke forskjellene i holdninger for hver bransje.

7 Referanser

Bistandsaktuelt (2020) Bærekraft er mer enn klima og miljø, *Bistandsaktuelt*, 27. oktober.

Tilgjengelig fra: <https://www.bistandsaktuelt.no/klima-og-miljo-utsyn-verden/baerekraft-er-mer-enn-klima-og-miljo/206079> (Hentet: 3. mai 2022).

Carson, S. G. og Skauge, T. (2019) *Etikk for beslutningstakere : virksomheters bærekraft og samfunnsansvar*. 2. utgave. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

CDP Europe (2022) *How to disclose as a company*. Tilgjengelig fra:

<https://www.cdp.net/en/companies-discloser/how-to-disclose-as-a-company> (Hentet: 27. april 2022).

Cho, C. H. *et al.* (2015) Organized hypocrisy, organizational façades, and sustainability reporting, *Accounting, organizations and society*, 40, s. 78-94.

<https://doi.org/10.1016/j.aos.2014.12.003>

Den norske Revisorforeningen (2020) *Bærekraftsrapportering*. Tilgjengelig fra:

<https://revisorforeningen.no/fag/baerekraft/baerekraft-for-revisor---kunnskapsportalen/baerekraftsrapportering/> (Hentet: 27. april 2022).

Den norske Revisorforeningen (2022) *Også mindre bedrifter må forholde seg til*

bærekraftsrapportering. Tilgjengelig fra: <https://www.revisorforeningen.no/fag/nyheter/ogsaa-mindre-bedrifter-ma-forholde-seg-til-baerekraftsrapportering/> (Hentet: 21. april 2022).

DNB (2022) *Grønne bedriftslån*. Tilgjengelig fra:

<https://www.dnb.no/bedrift/finansiering/bedriftslan/gronne-lan> (Hentet: 12. mai 2022).

EFRAG (2021) EFRAG & GRI landmark Statement of Cooperation. Tilgjengelig fra:

<https://www.efrag.org/Assets/Download?assetUrl=%2fsites%2fwebpublishing%2fSiteAssets%2fEFRAG%2520GRI%2520COOPERATION%2520PR.pdf&AspxAutoDetectCookieSupport=1> (Hentet: 27. april 2022).

Eitrem, A. (2021) Nortura gir oss et skrekkeksempel på grønnvasking. Tilgjengelig fra:

<https://www.nhh.no/nhh-bulletin/artikkelarkiv/2021/juni/nortura-gir-oss-et-skrekkeksempel-pa-gronnvasking/> (Hentet: 27. april 2022).

Erichsen, M., Solberg, F. og Stiklestad, T. (2018) *Ledelse i små og mellomstore virksomheter*. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.

ERT (2021) *Non-Financial reporting standards (“NFRS”)*. Tilgjengelig fra: https://ert.eu/wp-content/uploads/2021/05/ERT_Expert-paper_NFRS-FINAL.pdf (Hentet: 11. mai 2022).

European Commission (2022a) *EU taxonomy for sustainable activities*. Tilgjengelig fra: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/sustainable-finance/eu-taxonomy-sustainable-activities_en (Hentet: 9. mai 2022).

European Commission (2022b) *Corporate sustainability reporting*.

FN-sambandet (2015) *Tusenårsmålene og veien videre*. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/nyheter/Tusenaarsmaalene-og-veien-videre> (Hentet: 28. februar 2022).

FN-sambandet (2021) *Bærekraftig utvikling*. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/tema/fattigdom/baerekraftig-utvikling> (Hentet: 14. februar 2022).

FN-sambandet (2022) *FNs bærekraftsmål*. Tilgjengelig fra: <https://www.fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal> (Hentet: 28. februar 2022).

GRI (2021a) *GRI Standards English Language*. Tilgjengelig fra: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-english-language/> (Hentet: 10. april 2022).

GRI (2021b) *Our mission and history*. Tilgjengelig fra: <https://www.globalreporting.org/about-gri/mission-history/> (Hentet: 23. mars 2022).

GRI (2022) *A Short Introduction to the GRI Standards*. Tilgjengelig fra: <https://www.globalreporting.org/media/wtaf14tw/a-short-introduction-to-the-gri-standards.pdf> (Hentet: 4. april 2022).

IATA (2022) *Our Commitment to Fly Net Zero by 2050*. Tilgjengelig fra: <https://www.iata.org/en/programs/environment/flynetzero/> (Hentet: 20. april 2022).

IIRC (2020) *Statement of Intent to Work Together Towards Comprehensive Corporate Reporting*. Tilgjengelig fra: <https://www.integratedreporting.org/resource/statement-of-intent-to-work-together-towards-comprehensive-corporate-reporting/> (Hentet: 3. mai 2022).

ISO (2021) *About us*. Tilgjengelig fra: <https://www.iso.org/about-us.html> (Hentet: 27. april 2022).

Jacobsen, D. I. (2015) *Hvordan gjennomføre undersøkelser? : innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3. utg. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Johannessen, A., Christoffersen, L. og Tufte, P. A. (2020) *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. 4. utgave. Oslo: Abstrakt forlag.

Lysengen, K. (2021) Øveraasen landet storkontrakt på 400 mill: – Det betyr veldig mye for oss, *Oppland Arbeiderblad*, 8. april. Tilgjengelig fra: <https://www.oa.no/overaasen-landet-storkontrakt-pa-400-mill-det-betyr-veldig-mye-for-oss/s/5-35-1309526> (Hentet: 4. mai 2022).

Natuvernforbundet (2019) *Global oppvarming og drivhuseffekten*.

NHO (2020) *EUs taksonomi og handlingsplan for bærekraftig finans*. Tilgjengelig fra: <https://www.nho.no/tema/energi-miljo-og-klimatekster/energi-miljo-og-klimatekster/eus-taksonomi-og-handlingsplan-for-barekraftig-finans/> (Hentet: 9. mai 2022).

NHO (2022) *Fakta om små og mellomstore bedrifter (SMB)*. Tilgjengelig fra: <https://www.nho.no/tema/sma-og-mellomstore-bedrifter/energi-miljo-og-klimatekster/sma-og-mellomstore-bedrifter-smb/> (Hentet: 21. februar 2022).

Noreda Norge (2022) *ESG - hva er det og hvorfor er det viktig?* Tilgjengelig fra: <https://www.nordea.no/privat/vare-produkter/sparing-og-investering/fond/esg.html> (Hentet: 28. februar 2022).

Oppen, M., Mørk, B. E. og Haus, E. (2020) *Kvantitative og kvalitative metoder i merkantile fag : en introduksjon*. 1. utgave. Oslo: Cappelen Damm akademisk.

Proff.no (2022) *Øveraasen AS*. Tilgjengelig fra: <https://proff.no/selskap/%C3%B8veraasen-as/gj%C3%B8vik/maskiner-og-utstyr/IGATSZI10PO/> (Hentet: 28. april 2022).

Regjeringen (2020) *FNs bærekraftsmål* [Digitalt bilde]. Tilgjengelig fra: https://www.regjeringen.no/no/tema/utenrikssaker/utviklingssamarbeid/sdg_oversikt/id2505654/ (Hentet: 28. februar 2022).

Regjeringen (2021) *Klimaendringer og norsk klimapolitikk*. Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/tema/klimatekster/klimatekster/innviklingssamarbeid/innviklingssamarbeid/innviklingssamarbeid/innviklingssamarbeid/innviklingssamarbeid/id2636812/> (Hentet: 12. mai 2022).

Regnskapsloven (1998) *Lov om årsregnskap m.v.* Tilgjengelig fra: <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1998-07-17-56?q=regnskapsloven> (Hentet: 4. mai 2022).

Sparebank 1 Østlandet (2020) *7 av 10 bedrifter på Østlandet mener det er lønnsomt å fokusere på bærekraft*. Tilgjengelig fra: <https://www.sparebank1.no/nb/ostlandet/om->

[oss/nyheter/7-av-10-ostlandsbedrifter-mener-det-er-lonnsomt-a-fokusere-pa-bae.html](https://oss.nyheter/7-av-10-ostlandsbedrifter-mener-det-er-lonnsomt-a-fokusere-pa-bae.html) (Hentet: 20. april 2022).

Standard Norge (2022) *ISO-standarder*. Tilgjengelig fra: <https://www.standard.no/standardisering/iso-standarder/> (Hentet: 9. mai 2022).

Stiftelsen Miljøfyrtårn (2021) *Slik unngår du grønnvasking*. Tilgjengelig fra: <https://www.miljofyrtarn.no/slik-unngar-du-gronnvasking/> (Hentet: 28. april 2022).

Szabo, S. og Webster, J. (2020) Perceived Greenwashing: The Effects of Green Marketing on Environmental and Product Perceptions, *Journal of business ethics*, 171(4), s. 719-739. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04461-0>

Tournois, L. (2015) Does the value manufacturers (brands) create translate into enhanced reputation? A multi-sector examination of the value–satisfaction–loyalty–reputation chain, *Journal of retailing and consumer services*, 26, s. 83-96. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.05.010>

Tuv, N. (2022) *Norsk økonomi er på vei opp, men krigen i Ukraina skaper stor usikkerhet*. Tilgjengelig fra: <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/konjunkturer/statistikk/konjunkturtendensene/artikler/norsk-okonomi-er-pa-vei-opp-men-krigen-i-ukraina-skaper-stor-usikkerhet> (Hentet: 4. mai 2022).

UN Global compact Norway (2020) *Tips og råd for bærekraftsrapportering*. Tilgjengelig fra: <https://globalcompact.no/tips-og-rad-for-baerekraftsrapportering/> (Hentet: 21. april 2022).

Yin, R. K. (2018) *Case study research and applications : design and methods*. Sixth edition. Los Angeles, California: SAGE.

Øveraasen AS (2021a) *Om Øveraasen*. Tilgjengelig fra: https://overaasen.no/247/om_overaasen (Hentet: 14. april 2022).

Øveraasen AS (2021b) *RS 600 Performance Line* [Digitalt fotografi]. Tilgjengelig fra: <https://overaasen.no/484> (Hentet: 10. mai 2022).

