

# Miljøfyrtårn

En sertifiseringsordning som viser vei?



Lise Skorstad

Masteroppgave i Studier av teknologi, kunnskap og samfunn (STS)

Institutt for tverrfaglige kulturstudier

Senter for teknologi og samfunn

NTNU

Trondheim 2015

*Illustrasjon på forside: Grønt Punkt Norge*

## RESYMÉ

Verden står ovenfor store klima- og miljøutfordringer som krever handling. FNs klimapanel slår fast at klimaets endringer i hovedsak er skapt av oss mennesker. I tillegg til at verdens befolkning øker, øker også produksjonen og forbruket per innbygger. I utviklingen mot et mer bærekraftig samfunn etterlyser regjeringen konkrete handlinger og mener at kommuner og bedrifter må komme på banen. En Miljøfyrtårn-sertifisering er et konkret tiltak som kan hjelpe bedrifter mot en mer miljøvennlig bedriftsstruktur. I dag er det rundt 4650 Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter og det ser ut til at dette tallet bare stiger. Det er blitt større fokus på miljø både blant bedrifter, kunder og leverandører, noe som gjenspeiler seg også i anbudsrunder hvor bedriftene må dokumentere sin miljøinnsats. Det å ha en form for sertifiseringsordning eller et miljøstyringssystem kan dermed være avgjørende for å overleve i et konkurransedyktig marked.

I denne oppgaven skal jeg nettopp se på hvordan Miljøfyrtårn kan være et virkemiddel for å endre bedriftenes daglige rutiner slik at det blir en reduksjon i klimautslipp, avfallsreduksjon, energieffektivisering og større fokus på miljøvennlig innkjøp. Jeg har valgt å bruke et domestiseringsperspektiv (Sørensen 2005) for å belyse hvordan Miljøfyrtårn bidrar til en bevisstgjøring av miljøproblematikken og hvordan bedriftene har tilegnet seg kunnskap og skapt egne fortolkninger av ordningen.

Å integrere et nytt verktøy inn i en bedriftsstruktur, viser seg å være både tid- og ressurskrevende. Miljøfyrtårnsertifiseringen har likevel som verktøy blitt domestisert gjennom meningsfulle praksiser for de ansatte. Vi ser at ordningen er et pedagogisk verktøy for de ansatte til å tenke videre på miljøproblematikken. Det er en fleksibel ordning som gir initiativer til å tenke nytt og skape egne tiltak og prosesser som er i tråd med bedriftens verdier. Vi har sett at bedriftene har satt i gang egne interne rutiner, konkurranser, belønningssystemer og at de har valgt å fokusere på menneskene i bedriften ved å se at arbeidsmiljø kan være like viktig som det ytre miljøet. Alle disse tiltakene og fortolkningene som bedriftene har gjort er eksempler på hvordan en ordning har blitt domestisert. Miljøfyrtårn-sertifiseringen bidrar slik sett til at kravene «fra oven» og kravene bedriftene setter seg selv blir kilder til kreativ tenkning i bedriftene.



## FORORD

Da er jeg endelig kommet hit, bare timer unna innlevering. Det har vært en lang, utfordrende og lærerik prosess. Med 80 % jobb, ei datter på 3 år og en på vei, har dette bydd på mye kvelds- og helgejobbing og ofring av tid med familie og venner. Lucas som snart er 8 måneder har blitt med både på forelesning og veiledning og har virkelig fått smaken på studielivet.

Det er flere jeg vil takke, blant annet mine veiledere Jøran Solli og Robert Næss. Deres inspirerende ord og en unik evne til å skape engasjement og motivasjon har vært til stor hjelp gjennom prosessen. Takk for gode veiledningstimer, konstruktive tilbakemeldinger og en god dose med humor.

Jeg vil takke mine informanter som tok seg tid til å bli intervjuet i en ellers så hektisk hverdag.

Også vil jeg rette en stor takk til verdens beste pappa og kjærest Tommy. Takk for at du støttet meg 100 % gjennom hele studiet, kommet med oppmuntrende ord og stilt opp når jeg trengte det som mest.

Helt til slutt vil jeg takke mine barn som har vært drivkraften og en stor motivasjonsfaktor gjennom studiet. Leah og Lucas, dere er grunnen til at jeg sitter her i dag. Mamma er glad i dere!

Lise Skorstad  
Trondheim, november 2015



# INNHOOLD

RESYMÉ .....	III
FORORD .....	V
1. DE STORE KLIMAENDRINGENE.....	1
1.1. Det grønne skiftet .....	2
1.2. Stiftelsen Miljøfyrtårn .....	4
1.3. Oppgavens problemstilling og oppbygging .....	5
2. TEORETISKE PERSPEKTIVER .....	7
2.1. STS-feltet.....	7
2.2. Fortolkningsmessig fleksibel.....	8
2.3. Domestisering.....	9
3. DEN KVALITATIVE FORSKNINGSPROSESSEN .....	13
3.1. Valg av tema.....	13
3.2. Metode.....	14
3.2.1. Utvalg av informanter .....	14
3.2.2. Intervjuguide og gjennomføring av intervju .....	15
3.2.3. Bearbeiding av datamateriale.....	17
4. MILJØFYRTÅRN-SERTIFISERING.....	19
4.1. Miljøfyrtårn-sertifiseringens bakgrunn .....	19
4.2. Miljøfyrtårn som sertifiseringsmodell.....	20
4.3. Miljøfyrtårns utvikling .....	21
4.4. Hva skiller Miljøfyrtårn fra andre sertifiseringsordninger? .....	24
5. Å SETTE I SYSTEM- for å kunne gå videre? .....	27
5.1. Hvordan implementeres sertifiseringen?.....	27
5.1.2. Motivasjon- en viktig faktor .....	31
5.2. Lav terskel og mulighetsskapende .....	34
5.2.1. Mobilitet og transport .....	36
5.3. Hvem har ansvaret? .....	37
6. HVA HAR SERTIFISERINGEN BIDRATT TIL?.....	43
6.1. Et konkurransefortrinn?.....	45
6.2. Bevisstgjøring blant de ansatte.....	47
6.3. Verktøy for helse- og miljøengasjement .....	49
6.3.1 Registrering- synliggjørende og motiverende.....	50

7. VEIEN VIDERE .....	55
7.1. Kan bedrifter gjøre nok uten å sertifisere seg? .....	55
7.2. Ett verktøy- flere muligheter .....	58
7.2.1 El-bil. Et godt alternativ? .....	58
7.2.2. Miljøfyrtårn- stabilt, men fleksibel .....	60
7.3. Nyttig fremtidsverktøy .....	61
LITTERATUR.....	63
INTERVJUGUIDE 1 .....	67
INTERVJUGUIDE 2 .....	69



# 1. DE STORE KLIMAENDRINGENE

Det er midt i november, plussgrader, solen skinner og stemora blomstrer som aldri før. Yr melder om unormalt mild vinter i vente med lite snø og mye nedbør. Siden målingene ble startet i Norge i 1880, ser det ut til å bli tidenes varmeste vinter. Mens vi nyter de gode temperaturene og tenker lite over konsekvensene dette medfører, så er meteorologene bekymret.

*”Man burde ta dette som en advarsel og ikke være hoppende glad fordi det er varmt.” (Statsmeteorolog, Siri Wiberg Horjen, 2014)*

Siri tenker på klimaendringene og klarer ikke å glede seg over de varme temperaturene. Varm luft kan holde på mer fuktighet enn kald luft, noe som fører til mer nedbør. Sammensetningen av atmosfæren endres og vi endrer dens egenskaper. Fremtiden viser at det blir mer varme, flom og intens nedbør. Med andre ord er global oppvarming årsaken til denne bekymringen.<sup>1</sup>

Da Gro Harlem Brundtland for 20 år siden, satte bærekraftig utvikling på den globale dagsorden, fikk miljøkampen sitt store internasjonale løft. Gjennom FNs klimarapport ”Vår felles framtid” økte forståelsen for sammenhengen mellom miljø, økonomisk vekst og sosial utvikling. FNs klimapanel slår fast at klimaets endringer er i hovedsak skapt av oss mennesker. I tillegg til at verdens befolkning øker, øker også produksjonen og forbruket per innbygger. Den teknologiske utviklingen gjør oss i stand til å påvirke naturmiljøet, noe som har ført til miljøtrusler i form av forurensning og svekkede økosystemer. I tillegg har det en negativ innvirkning på helse, velferd, produksjon og forbruk. Miljøpolitikk går ut på å forsvare grunnlaget for menneskenes inntekt, velferd og utvikling. Det er ikke lengre et felt for spesielt interesserte og derfor mener tidligere miljøvernminister Helen Bjørnøy, at det er viktig å gjøre felles bekymring om til felles handling.<sup>2</sup>

Klimautfordringene er globale og drivhuseffekten av CO<sub>2</sub>-utslipp og skogrydding er den samme uansett hvor i verden den foregår. De store klimautfordringer krever handling og omstilling av samfunnet slik at vi kan redusere virkningene og gå mot en mer miljøvennlig retning med lavere utslipp. Det kreves et forpliktende internasjonalt samarbeid for å møte de

---

<sup>1</sup> <http://www.yr.no/artikkel/norge-mot-rekordvarme-i-2014-1.12010558>, hentet 15.11.14

<sup>2</sup> <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/globale-miljoutfordringer---en-politiker/id463299/>, hentet 10.11.14

klimautfordringene vi står ovenfor.<sup>3</sup> Gjennom internasjonale klimaforhandlinger har landene forpliktet seg til å jobbe mot en temperaturøkning på maks to grader fra førindustriell tid. Forskerne i FNs Klimapanel viser til at en økning på to grader er grensen for hva naturen kan tåle før klimaendringene blir alvorlige og ukontrollerbare. Det er de menneskeskaptede utslippene som fører til en økning av CO<sub>2</sub> i atmosfæren, noe som forsterker drivhuseffekten og fører til disse klimaendringene. For å nå togradersmålet mener FNs Klimapanel blant annet at CO<sub>2</sub> utslippene må ha en årlig reduksjon på 3 % for at det skal være realistisk. Dette mener de må gjøres ved å kutte i klimagassutslipp. Mindre klimagassutslipp fører til mindre global oppvarming.<sup>4</sup>

Hvor store konsekvenser klimaendringene får, avhenger av samfunnet og enkeltindivider. Det kreves tiltak for å redusere utslippene og det må iverksettes tiltak slik at vi kan tilpasse oss og være godt forberedt på de kommende endringene. Hvor godt mennesker klarer å tilpasse seg klimaendringene avhenger av økonomiske ressurser, sosiale relasjoner, teknologi og transport.<sup>5</sup>

## 1.1. Det grønne skiftet

Grønn vekst er en av regjeringens strategier for å gjøre utviklingen bærekraftig. Det vil innebære en blanding mellom politiske beslutninger, teknologiske nyvinninger og entreprenører i markedet. Dette gjør at økonomiske beslutninger i større grad må ta hensyn til miljø. For å få til dette mener regjeringen at mange av dagens produkter og tjenester må erstattes med noe som gir mindre negative konsekvenser for klima og miljø. Med andre ord, mener regjeringen at samfunnet må gjennom «et grønt skifte».<sup>6</sup> Fram mot 2030 vil tempoet i det grønne skiftet økes. I samme periode vil verdens befolkning øke med minst 50 % og i samme periode må flere hjelpes ut av fattigdom. Det er ventet en økning fra 400 millioner til 1,2 milliarder i løpet av 15 år.<sup>7</sup>

Det å kunne forflytte seg fra A til B er nødvendig i et moderne samfunn. Samtidig som at transport binder mennesker og aktiviteter sammen, så medfører det store miljø- og klimaproblemer. Bare i Norge utgjør transportsektoren ca. 25% av klimautslippene. Dette kommer da i tillegg til andre miljøproblemer, blant annet luftforurensning, støy, vibrasjoner, vannforurensning og

---

<sup>3</sup> <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/globale-miljoutfordringer---en-politiker/id463299/>, hentet 10.11.14

<sup>4</sup> <http://www.fn.no/Tema/Klima/Klimaforhandlinger/Hva-er-Togradesmaalet>, hentet 12.02.15

<sup>5</sup> <http://www.norad.no/tema/klima-miljo-og-naturressurser/klima/tilpasning-til-klimaendringer/>, hentet 06.03.15

<sup>6</sup> <https://www.regjeringen.no/nb/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/gront-skifte/id2076832/>, hentet 20.02.15

<sup>7</sup> <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/globale-miljoutfordringer---en-politiker/id463299/>, hentet 10.11.14

energiforbruk.<sup>8</sup> Gjennom klimaforliket som ble inngått på Stortinget i 2008 og 2012, har norske politikere blitt enige om at Norge skal ta ansvar for en reduksjon i klimagassutslipp gjennom en aktiv nasjonal politikk og på sikt omstille Norge til et lavutslippssamfunn som også er målene for det grønne skiftet.<sup>9</sup> Et grønt skifte er en del av den bærekraftige utviklingen hvor målet er å sikre en forsvarlig forvaltning av naturen som igjen sikrer framtidig vekst og adferd. En slik omstilling gjelder alle samfunnsområder og aktører, hvor næringslivet sammen med innovasjon og teknologiutvikling er nøkkelen til det grønne skiftet. Regjeringen påpeker at det offentlige må sørge for at vi har de riktige rammevilkårene som bidrar til utviklingen av infrastruktur og en mer bærekraftig naturressurs og areal forvaltning.<sup>10</sup>

For å nå togradersmålet må nullutslipp løsninger tas i bruk og spille sammen på alle samfunnsområder.

*”Det har vært skrevet og sagt mye om miljø og klima. Vi har hatt klimamelding, klimakur, klimaløft og ny klimamelding. Det vi trenger nå er konkret handling og færre tonn CO<sub>2</sub> i atmosfæren” (Statsminister, Erna Solberg, 2014)*

I en kronikk etterlyser Erna Solberg konkrete handlinger for å møte de miljøutfordringene vi står ovenfor. Klimapartner og daglig leder i Stiftelsen Miljøfyrtårn, Morten Leuch Elieson, er kritisk til Ernas utsagn og hva hun legger i konkrete handlinger. Hvilket ansvar ligger på blant annet kommunene, de private og ikke minst staten? Han mener at det grønne skiftet ikke kan skje uten at regjeringen selv viser konkret handlekraft.

På Høyres landsmøte ble det vedtatt flere innskjerpinger i miljøsektoren. Noen av punktene partiet jobber for er:

- Innføre lav- eller nullutslippsstandard ved kjøp av alle nye tjenestebiler, så lenge teknologien er tilgjengelig.
- Krav om lav- eller nullutslippsstandard for nye busser, rutebåter og drosjer.
- Miljøsertifisere alle kommunale virksomheter innen 2019.

---

<sup>8</sup> <http://www.tiltakskatalog.no/miljoutfordringene.htm>, hentet 07.03.15

<sup>9</sup> <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/klimaforliket/id2076645/>, hentet 15.01.15

<sup>10</sup> <https://www.regjeringen.no/nb/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/gront-skifte/id2076832/>, hentet 20.02.15

- Passivhusstandard for alle nye kommunale bygg fra 2015 og nær nullenergistandard.<sup>11</sup>

Miljøfyrtårn har snakket med de ulike partiene for å finne ut hva de mener om miljøsertifisering og miljøansvar. Blant partiene var det en bred politisk enighet om at en dokumentert sertifisering er viktig for å ta ansvar og ha et godt omdømme.

*”Norske bedrifter har et stort miljøansvar for egen virksomhet. Skal vi løse store og små miljøutfordringer, må alle virksomheter og lokalsamfunn mobiliseres til innsats.” (Partileder for SV, Audun Lysbakken, 2012)*

Lysbakken mente at en slik sertifisering hever standarden for bedriften og øker kvaliteten i miljøarbeidet. Ved å sertifisere bedriften mente partiene at kvaliteten i miljøarbeidet økes, det bidrar til en holdningsendring og er en viktig faktor i anbudsrunder.<sup>12</sup>

## 1.2. Stiftelsen Miljøfyrtårn

Miljøfyrtårn-sertifisering er et av mulige tiltak der bedrifter kan bidra i et grønt skifte. Stiftelsen Miljøfyrtårn er Norges mest brukte sertifikat for virksomheter som vil dokumentere sin miljøinnsats og vise samfunnsansvar. Det er rundt 4650 Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter og det jobber til sammen 160.000 i miljøsertifiserte bedrifter.

Stiftelsen ser på Høyres vedtak om å miljøsertifisere alle kommuner innen 2019 som et steg i riktig retning. Det å miljøsertifisere gjennom Miljøfyrtårn, Svanen eller Emas er konkrete verktøy for å møte de handlingene som Solberg etterlyser. Leuch Elieson og Stiftelsen Miljøfyrtårn tar Erna Solbergs utfordring om en konkret handling på alvor. Det er det offentlige som må vise vei til et grønt skifte og ved å legge til rette for miljøansvar i praksis er Miljøfyrtårn en måte å gjøre dette på.<sup>13</sup>

---

<sup>11</sup> <http://www.klimapartnere.no/agder/2014/05/22/vil-miljosertifisere-alle-kommuner/>, hentet 02.11.14

<sup>12</sup> <http://aarsrapport.miljofyrtarn.no/aar2012/artikler-2012/partiene-om-miljosertifisering/>, hentet 13.08.15

<sup>13</sup> <http://energiogklima.no/kommunene-og-det-groenne-skiftet/miljofyrtarn-et-konkret-virkemiddel/>, hentet 15.11.14

### 1.3. Oppgavens problemstilling og oppbygging

Ved å være Miljøfyrtårn mener stiftelsen at bedrifter arbeider mer systematisk med miljøtiltak og at kravene skaper en mer miljøvennlig drift og godt arbeidsmiljø. Hvordan oppfatter bedriftene sertifiseringsordningen og er kravene nok til å utgjøre en forskjell? Er målet med sertifikatet kun et varemerke eller fører det til en reell endring innad i bedriften? Disse spørsmålene er noe jeg skal se nærmere på. Denne oppgaven vil først undersøke hva sertifiseringen faktisk innebærer og betyr for bedriftene og deretter hvorvidt og eventuelt hvordan sertifiseringen har bidratt til «et grønt skifte» i bedriftene.

For å få svar på dette har jeg tatt et utvalg av bedrifter og sett på hvordan de forstår og eventuelt bruker sertifiseringen. Miljøfyrtårn-sertifiseringen er for bedrifter som ønsker å dokumentere sin miljøinnsats og vise samfunnsansvar. Jeg har valgt å fokusere på hvordan bedriftene velger å bruke verktøyet og hvordan de har valgt å tolke og tilegne de ulike kravene som må innfris for å bli en sertifisert miljøbedrift. Der kommer det fram ulike behov og tolkninger av sertifiseringen som legger grunnlaget for hvorfor de har valgt, eller ikke valgt å sertifisere seg. Jeg har hovedvekt på ulike tiltak bedriftene gjør for at verktøyet skal bli domestisert og tatt i bruk av de ansatte. Mobilitet og transport er noe som både stat og kommune har fokus på og derfor er det naturlig at jeg har sett hvordan bedriftene fokuserer på dette. Da ser jeg på hvordan de ulike bedriftene har tilrettelagt for en mer miljøvennlig transport og om det er verktøyet som har ført til disse endringene.

I kapittel 2 viser jeg til sentrale begreper som beskriver de funnene jeg har fått fra dybdeintervjuene. I tillegg gir det en forståelse for hvordan bedriftene har valgt å tilegne seg systemet og videreformidlet dette videre nedover i bedriften. Kapittel 3 er et metodisk kapittel. Der får leserne et innblikk i forskningsprosessen fra valg av metode og tema, til innsamling og bearbeiding av datamaterialet. De 4 analyse kapitlene tar for seg funnene fra datamaterialet. I det første analysekapittelet gir jeg leserne et helhetsinntrykk av Miljøfyrtårn-sertifiseringen, bakgrunnen for Miljøfyrtårn og hva som skal til for å bli sertifisert. I de neste to analysekapitlene går jeg nærmere inn på hvordan bedriftene har brukt sertifiseringen som et verktøy for å bedre miljøfokus. Jeg har sett på hvordan det er blitt implementert gjennom tolkning og ulike tiltak. Et verktøy har ingen funksjon om ikke relevante aktører bruker det på lik linje med andre verktøy innad i bedriften. Jeg har sett på hvordan sertifiseringen er blitt mottatt av de ansatte, hva det har bidratt til og om de har klart å skape en bevisstgjøring gjennom motivasjon og holdningsendring. Flere av Miljøfyrtårns-krav er rettet mot mobilitet og transport. Jeg viser hvilke tiltak bedriftene har

innført og hvordan de har valgt å tilrettelegge slik at de ansatte velger sykkel, gåing eller kollektiv fremfor bilen. I det siste og avsluttende kapitlet gir jeg et helhetsbilde av mine funn i oppgaven og ser om Miljøfyrtårn kan bli et stabilt og lukket verktøy.

## 2. TEORETISKE PERSPEKTIVER

I forrige kapittel gikk jeg litt innpå de store nasjonale og internasjonale miljøutfordringer vi står overfor. Dette er noe som berører alle og både privatpersoner, bedrifter og høyere instanser må ta i et tak for å møte disse utfordringene. Hovedtemaet for denne oppgaven er *å se hvordan Miljøfyrtårn kan hjelpe bedrifter til å møte disse utfordringene og hvordan et slikt verktøy spiller inn på bedriftenes retningslinjer og arbeidsmiljø. Jeg skal også se på samspillet mellom Miljøfyrtårn som et kunnskapsverktøy og hvordan brukerne, i dette tilfellet de ansatte, domestiserer verktøyet.* Jeg har beveget meg på innsiden av sertifiserte bedrifter for å få en dypere innsikt i Miljøfyrtårns påvirkning på miljøet. I dette kapittelet skal jeg redegjøre for de teoretiske begrepene jeg har brukt for å belyse disse sidene av sertifiseringsordningen.

### 2.1. STS-feltet

I et STS perspektiv, også kalt teknologi- og vitenskapsstudier, har det i hovedsak to interesseområder. På den ene siden har forskerne studert kunnskapsproduksjon hvor man ser på ulike prosesser for å finne ut om gitte påstander er riktige eller må forkastes. På den andre siden er det teknologiutviklingen som er i fokus, hvor samspillet mellom teknologi og samfunn studeres. Det å studere de sosiale aktørene og prosessene innen vitenskap og teknologi gir en innsikt i forholdet mellom makt, kunnskap og teknologi (Skjølsvold, 2015).

Tradisjonelt sett har forskning på teknologi hatt et teknologideterministisk syn. I et slikt perspektiv blir teknologi sett på som selvdreven, der mennesker ikke kan påvirke dens effekt og bare må akseptere de endringene teknologien fører med seg. Denne måten å tenke på ble sett på som en lineær prosess. Mens brukerne sto på sidelinjen som passive deltakere, ble teknologi oppfunnet, produsert og klar til å endre samfunnet. STS har hele tiden vært kritisk til denne tankemåten og viser til at man ikke kan forske på teknologi uten å se hvordan teknologien interagerer med samfunnet. STS viser til at både teknologi og vitenskap produseres og formes på bakgrunn av sosiale, kulturelle og historiske aspekter. Vi kan aldri forutsi hvilken retning dette vil ta og hvilken effekt en ny teknologi vil ha. Når en ny teknologi skal introduseres mener en STS forsker at slike prosesser må studeres for å forstå sammenhengen i dette samspillet (Skjølsvold, 2015).

Miljøfyrtårn-sertifisering er et verktøy brukere velger eller ikke velger å gjøre til en del av sin daglige bruk. For å kunne bruke dette verktøyet, er det mange elementer som skal på plass og man er avhengig av et velfungerende sosio-teknologisk system som kan formes, brukes og utvikles etter bedrifters behov. Dette kan være interne systemer som registrering, rapportering, avfallsstasjoner, secure print, strømmålinger etc. I tillegg finnes det en del ytre faktorer som staten og kommunen innfører og tilrettelegger som kan være avgjørende for hvordan bedriften velger å bruke og tilpasse sertifiseringskravene. Noen av faktorene kan være tilrettelegging av kollektivtrafikken, gang og sykkelveier, ladestasjoner, avfallssortering med mer.

Miljøfyrtårn-sertifisering er i stadig endring og brukerne tolker og tilpasser verktøyet før den blir akseptert og innarbeidet blant brukerne. Med andre ord, går den igjennom en domestiseringsprosess. I min analyse har jeg valgt å bruke domestiseringsperspektivet for å beskrive hvordan ulike bedrifter ser på Miljøfyrtårn-sertifiseringen og hvordan en slik sertifisering kan skape ulik endring i ulike bedrifter. Et annet begrep innenfor STS-feltet er fortolkningsmessig fleksibilitet. Dette begrepet brukes for å beskrive hvordan brukerne fortolker Miljøfyrtårn-sertifiseringen og stiller spørsmål om i hvilken grad verktøyet er fortolkningsmessig stabilt. Fortolkningsmessig fleksibilitet, relevante sosiale grupper og domestisering er sentrale begreper når jeg skal beskrive hvordan Miljøfyrtårn-sertifiseringen er tolket av brukerne.

## 2.2. Fortolkningsmessig fleksibel

Et godt alternativ til det teknologideterministiske perspektivet og som er en av flere teorier innen STS-feltet er *The Social Construction of Technology*, også kalt SCOT-teorien. SCOT ble først brukt av Wiebe E. Bijker (1989) og hans medarbeidere i sine vitenskap- og sosialteknologiske studier. I utviklingsprosessen av en teknologisk gjenstand, er SCOT beskrevet som en veksling av variasjon og utvalg. De beveger seg bort fra en lineær modell ved å se på sammenhengen mellom sosiale prosesser og teknologisk utvikling. Når teknologien tidligere var innpakket i "sorte esker" er man nå opptatt av å åpne de sorte eskene for å finne ut hva som ligger på innsiden, hvordan de havnet der og hvorfor de ser ut som de gjør (Skjølvold, 2015). Dette var en av de første teoriene som hadde sitt hovedfokus på brukerne. Brukerne ble sett på som en sosial gruppe som spilte en rolle i den teknologiske byggingen. De ulike sosiale gruppene kunne ha radikalt forskjellige betydninger av en teknologi. Dette ble



etter hvert kjent som en teknologisk fortolkende fleksibilitet (Oudshoorn & Pinch, 2005).

Fortolkningsmessig fleksibilitet er blitt et sentralt begrep innen teknologi- og vitenskapsstudie. Begrepet viser at teknologiske gjenstander kan tolkes på ulike måter av ulike brukere. På denne måten er det ikke gitt hvilken type teknologi vi står ovenfor og hvilken betydning teknologien vil ha for samfunnet. Dette begrepet viser også at kulturelle og sosiale forhold kan ha betydning for hvordan teknologien blir fortolket og tatt i bruk. I den fortolkningsmessige fleksibiliteten har også teknologiutviklerne og designerne ulike oppfatninger om hvilken type teknologi det er snakk om (Skjølsvold, 2015).

SCOT tilnærmingen spesifiserer også måter å lukke ulike sosiale prosesser og mekanismer slik at den fortolkende fleksibiliteten reduseres. Til slutt vil da teknologien stabiliseres, den fortolkende fleksibiliteten forsvinner og en dominerende betydning og bruk dukker opp. Sammenhengen mellom designere og brukerne ble mer eksplisitt og kan sies å dele en teknologisk ramme knyttet til en bestemt teknologi (Oudshoorn & Pinch, 2005). En teknologisk ramme er et teoretisk begrep som forklarer hvorfor en sosial gruppe fortolker en teknologi på en bestemt måte. Det er derfor ikke en ramme "av teknologi", men en rekke faktorer som danner rammen "om en teknologi". I denne sammenhengen er teknologiske gjenstander kulturelt konstruert og tolket. Det er fleksibilitet i hvordan mennesker tenker på og tolker gjenstander, og en fleksibilitet i hvordan en gjenstand blir utformet. Det hører en bestemt teknologisk ramme til en bestemt sosial gruppe, men de ulike aktørene kan også være medlem av flere forskjellige sosiale grupper og kan dermed benytte flere teknologiske rammer. Det finnes med andre ord flere måter å utforme en gjenstand på. (Bijker, Hughes & Pinch, 1989).

### 2.3. Domestisering

I dagens samfunn er vi omringet av teknologi. Vi tar det for gitt at det skal komme nye gjenstander og systemer som gjør dagens teknologi enda bedre. Vi lever med den som den største selvfølge og vi setter ikke spørsmålsteget ved dens tilstedeværelse (Sørensen, 2005). Men hva skjer egentlig i møtet mellom menneske og ny teknologi? For å forstå hvordan fortolkningsprosessen foregår i praksis og hvordan teknologien blir tatt i bruk må vi se på den teknologiske domestiseringsprosessen. Når ny teknologi tas i bruk, skjer det en samproduksjon mellom samfunn og teknologi. Vi former og tilpasser teknologien, samtidig som teknologien forandrer måten vi lever våre liv på

(Skjølsvold, 2015). Når en teknologi har blitt en naturlig del av vår hverdag og våre rutiner, er den blitt domestisert og usynliggjort. De gangene vi stiller spørsmål ved dens tilstedeværelse er når vi forventer forbedringer og nye teknologiske muligheter. Vi tar det for gitt at det vil komme nye gjenstander og versjoner av allerede eksisterende systemer og at de da vil bli introdusert for oss (Sørensen, 2005).

Roger Silverstone (1992) innførte begrepet ”domestisering” for å beskrive hvordan teknologiske gjenstander integreres inn i hverdagen og blir ”temmet” av brukerne. Ny teknologi må forvandles fra noe som er "ukjent, eksisterende og mulige truende ting" til kjente objekter som blir naturlig innebygd i hverdagen. Silverstone var spesielt opptatt av hva som skjedde når ny teknologi ble en del av vanlige husholdninger. I denne prosessen beskriver han 4 faser som domestiseringen forhandles i; tilegnelse, objektgjøring, inkorporeringen og konvertering. I *tilegnelsen* er et teknisk produkt eller en tjeneste solgt og teknologien har fått innpass i husholdningen og skal nå tolkes av brukeren. Det er i *objektgjøringen* at brukeren gir teknologien meningsinnhold. Det er her teknologien skal få sin plass i husholdningen og bli en naturlig del av hverdagen. *Inkorporering* oppstår når teknologiske gjenstander brukes og er innarbeidet i rutinene og dagliglivet. *Konvertering* er brukt for å beskrive prosessene der bruken av teknologiske gjenstander former relasjoner mellom brukere og personer utenfor husholdningen (Oudshoorn & Pinch, 2005). Typisk for disse fasene er radio, TV og telefon. De går fra å være noe nytt og spennende til å bli integrert i de hverdagslige rutiner og levemåte.

Knut H. Sørensen (1996), mener at domestisering av tekniske gjenstander alt for enkelt har blitt forbundet med husholdningen. Han viser hvordan lignende prosesser også foregår i arbeid, i fritiden og i ulike subkulturer. Sørensen har videreutviklet domestiseringsperspektivet for å undersøke hvordan brukerne er med på å forme teknologien for å gjøre den anvendbar i samfunnet. Han mener at brukerne, sammen med andre ytre faktorer konstruerer teknologien. Fokuset ligger på den enkelte bruker og ulike brukergrupper som ved hjelp av nettverk av gjenstander, mening og handling tilpasser teknologien i deres hverdag. (Sørensen, 2005). Sørensens videreutvikling av domestiseringsbegrepet innebærer å studere hvordan domestisering av en teknologi inneholder symbolske, praktiske og kognitive dimensjoner.

1. I det *symbolske aspektet*, ser man på betydningen av gjenstanden og hvilken rolle gjenstanden til slutt skal ha for de involverte aktørene. På den ene siden handler det om å forstå, fortolke og gi gjenstanden en

mening. Mens på den andre siden ser man hvordan gjenstanden er med å gir ny mening til brukerne og hvilken rolle den har i egen identitetsforståelse (Skjølsvold, 2015) Her foregår det en temming av prosessen og brukerne gir gjenstanden et meningsinnhold.

2. I det *praktiske aspektet*, utvikler brukerne et bruksmønster og integrerer gjenstander inn i sine daglige rutiner. Kort fortalt handler det om hvordan en ny gjenstand tas i bruk. Her bygges et sett av praksis knyttet til gjenstanden. Det kan være rutiner rundt bruken av gjenstanden, men også etablering og utvikling av institusjoner for å støtte og regulere bruken.
3. Det er i det *kognitivt aspektet* at brukerne lærer om gjenstanden og betydningen av den. Man lærer også av andre brukere og hvilken betydning gjenstanden har for dem. I denne prosessen kan både tekniske gjenstander og personer endres.

Sørensen ser på hvordan domestiseringen av en gjenstand kan endre form og at de praktiske og symbolske funksjonene ved gjenstanden kan variere (Skjølsvold, 2015). Han bruker flere eksempel på teknologier som har blitt domestisert, blant annet en analyse av mobiltelefonen i Norge. I 2003 hadde 86 % mellom 9 og 79 år en mobiltelefon. Mobiltelefonen hadde en rask utvikling og økning i trafikken. Flere hadde valgt å ikke tilegne seg mobiltelefon, og noen hadde bestemt seg for å aldri anskaffe seg en. Det var to mulige årsaker til dette. Det ene var at de ikke følte at de trengte en og det andre var at de ikke ønsket å være tilgjengelig til enhver tid. Etter hvert ble folk mer og mer åpne for teknologien. De mannlige informantene forklarte at de fikk mobiltelefon av jobben, mens kvinnene fikk mobilen i gave av familiemedlemmer. Noen av informantene sier de følte seg presset til å anskaffe seg en for å være en del av den sosiale gruppen. De innså at dette måtte til for å ikke havne på utsiden (Sørensen, 2005).

I et domestiseringsperspektiv kan det være nyttig å studere hvordan noe ikke domestiseres. Her ser man på de såkalte ikke-brukerne og hvorfor de har valgt å ikke benytte seg av teknologien. Ikke-brukerne kan være en sterk indikasjon på at folk ofte har et valg med hensyn til hvilke teknologier de ønsker å ta i bruk, men det er ikke alltid man har fri vilje til å bestemme dette. Et godt eksempel på dette er domestiseringen av mobiltelefon, hvor ytre påvirkninger og sosiale relasjoner kan være årsaken til at noen føler de må gå til anskaffelse av en mobiltelefon. Wyatt (2003) mener at ikke-bruk av teknologien er en strategisk beslutning, enten fordi teknologien ikke er spesielt lønnsom og interessant nok, eller at de bare av prinsipielle årsaker har gått inn for å være motstander av

teknologien (Sørensen, 2005). Jeg har snakket med to bedrifter som ikke er Miljøfyrtårns-sertifiserte og som bevisst har valgt å ikke sertifisere seg. Det finnes ulike årsaker til dette, noe jeg kommer tilbake til senere i oppgaven.

Mens Silverstones domestiseringsbegrep er mer rettet mot teknologi, så kan Sørensens dimensjoner lettere brukes mot ny kunnskap og ting. I dette domestiseringsperspektivet blir det da å se nærmere på hvordan brukerne innhenter ny kunnskap, hva de gjør med den og hvilken betydning denne kunnskapen har. Når kunnskap blir domestisert, går den fra å være noe fremmed til å bli en del av en kulturell og sosial setting. Brukerne gjør vurderinger og tilpasser kunnskapen på bakgrunn av identiteter, forhandlinger og sosiale posisjoner (Oudshoorn & Pinch, 2005). I følge Latour (2005) må fakta fortolkes og gis meningsinnhold. Latour ser det som nødvendig at vi beveger oss fra ”matters of fact” til ”matters of concern”, altså at vi beveger oss fra et ensidig faktafokus til å se på hvilken betydning disse faktaene har for oss (Næss, Solli & Sørensen, 2011). Å gjøre Miljøfyrtårn-sertifisering kan nettopp handle om å tilegne seg ny kunnskap og sette dette i system. Fungerer det som en måte å bedre en praksis på ved å sosialisere kunnskap? Jeg skal vise hvordan Miljøfyrtårn-sertifiseringen er mottatt av brukeren og hvorvidt det er blitt domestisert.

Disse begrepene vil være til hjelp når jeg skal danne meg et helhetsinntrykk av Miljøfyrtårn-sertifiseringen, hvordan den er blitt integrert og hvordan bedriftene har valgt å tolke og tilpasse ordningen. Jeg har valgt å fordype meg i dette temaet ved hjelp av den kvalitative forskningsmetoden med hovedvekt på dybdeintervju.

### 3. DEN KVALITATIVE FORSKNINGSPROSESSEN

I denne oppgaven skal jeg som nevnt gjøre et dypdykk i Miljøfyrtårn-sertifiseringen. Begrepet Miljøfyrtårn var et nokså ukjent begrep da jeg skulle finne tema for masteroppgaven. Det finnes mange sertifiseringsordninger og Miljøfyrtårn er en av de som fokuserer på miljø, både ytre miljø og arbeidsmiljø. Her er det viktig å komme på innsiden av bedriftene og se hvilken innvirkning sertifiseringsordning faktisk har på miljøet. Det å utforske et område jeg har lite kjennskap til har vært viktig for å opprettholde motivasjonen gjennom masterskrivingen. Jeg har valgt en kvalitativ forskningsmetode med intervju som innsamlingsmetode. Fordelen ved bruk av intervju er at man kan komme på innsiden av et tema det er forsket lite på.

#### 3.1. Valg av tema

Jeg kom fram til et mastertema da jeg var praktikant gjennom Humanister i Praksis i 2013. Det var da at begrepet Miljøfyrtårn dukket opp. I praksisperioden kom det frem at bedriften jeg var utplassert i hadde fokus på miljø og at de oppfyller mye av de samme kravene som i Miljøfyrtårn. De hadde valgt å ikke sertifisere bedriften da de føler at det koster mer enn det smaker i tillegg til at de ikke ser hvilken nytte et sertifikat vil ha for dem. Jeg ønsket hele tiden å skrive om et dagsaktuelt tema og nå er miljø og global oppvarming i vinden, så da var dette noe jeg ønsket å undersøke nærmere. Miljøfyrtårn var for meg en ukjent sertifisering og dermed ble jeg trigget til å finne ut mer. Hvilken type sertifisering er dette? Hvorfor velger bedrifter å sertifisere seg? Er det i det heletatt nødvendig? Er det for deres egen del eller er det noe omverdenen krever? Og hva ligger egentlig til grunn for en slik sertifisering? Penger? Mange spørsmål dukket opp og vekket min nysgjerrighet. Førsteintrykket av sertifiseringsordningen var at det krevde store ressurser og økonomi for at det skulle være gjennomførbart og at utbytte ikke var så stort som det smakte. Mine to veiledere hadde heller ikke hørt så mye om denne sertifiseringsordningen tidligere, og dermed vekket dette også deres interesse. Etter litt research og sammen med mine veiledere, Robert Næss og Jøran Solli, formulerte vi mulige problemstillinger knyttet opp i mot feltet:

- På hvilken måte bidrar Miljøfyrtårn-sertifiseringen til grønn omstilling?
- Hvilke tiltak har Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter gjort med tanke på mobilitet og transport?

## 3.2. Metode

I og med at jeg jobber ved siden av studiene, har motivasjon vært viktig for å komme seg gjennom studiet og kunne levere en god masteroppgave. Miljøfyrtårn er et tema jeg har lite kjennskap til og som jeg ønsket å utforske nærmere ved bruk av dybdeintervju. Thagaard (2009) viser til at intervjuer er et godt utgangspunkt for å få kunnskap om hvordan enkeltpersoner opplever og reflekterer over sin situasjon. Til daglig jobber jeg med rekruttering, hvor intervju og møtebooking er en stor del av jobben. Jeg så dette som en gylden mulighet til å bruke min kunnskap og erfaring i andre intervjusituasjoner. I og med at det er gjort lite forskning på Miljøfyrtårn, så egner den kvalitative metoden seg godt. På denne måten kunne jeg studere fenomener og skape en større åpenhet og fleksibilitet i forskningsarbeidet.

### 3.2.1. Utvalg av informanter

Målet med oppgaven er å se på bredden innenfor Miljøfyrtårn-sertifiseringen. I og med at Miljøfyrtårn er tilpasset små og mellomstore bedrifter og ulike bransjekrav, valgte jeg å se på ulike bransjer som hadde ulike krav for å bli sertifisert. Etter å ha lest meg opp på flere bedrifter og forhørt meg rundt, tok jeg kontakt med aktuelle bedrifter innenfor ulike bransjer.

Jeg valgte først å ta kontakt med aktuelle informanter via e-post før jeg ringte og avtalte intervjutidspunkt. Der ga jeg en kort beskrivelse av forskningsprosjektet og praktiske opplysninger rundt intervjuprosessen. I e-posten og før jeg startet intervjuet, forsikret jeg informantene om at de ville bli anonymisert. Thagaard viser hvor viktig det er å beskytte informantenes privatliv og at oppgaveteksten utformes slik at informasjonen ikke kan spores tilbake til vedkommende. For å ta vare på informantenes anonymitet, så har jeg valgt fiktive navn og kun beskrevet type firma de jobber i og hvilket ansvarsområdet de har. På denne måten unngår man at informanten blir presentert for et perspektiv som hun/han ikke vil bli konfrontert med (Thagaard, 2009).

De bedriftene jeg har valgt er store og mellomstore bedrifter som krever mye struktur og planlegging når nye tiltak skal settes i gang. Jeg har også valgt å fokusere på ulike bransjeområder for å få bredden i sertifiseringen og i tillegg få et innblikk i hvor forskjellig et slikt verktøy kan tolkes. Jeg har valgt en IT bedrift, elektrikerfirma, konsulentfirma og firma innen bank og finans. Utvalget av informanter består av nøkkelpersoner i miljøgruppen. Det har vært viktig at utvalget viser bredden og fleksibiliteten i sertifiseringen slik at jeg kan komme i

dybden og lære hvordan de ulike bedriftene bruker og former verktøyet etter behov. I tillegg har jeg et par utvalgte bedrifter som ikke er sertifiserte, men som har fokus på miljø og lever opp til mange av kravene som er i Miljøfyrtårn. På denne måten kan jeg finne ut hvorfor noen velger å sertifisere seg og andre ikke og om en bedrift kan gjøre nok uten et slikt verktøy i grunn. Som man kan se av tabellen under, har jeg tatt for meg ulike bedrifter hvor informantene også har ulike roller. Det de har tilfelles er at alle har deltatt i den såkalte miljøgruppen som har ansvaret for selve sertifiseringen og resertifiseringen.

Navn	Firma	Type firma	Arbeidsområde
”Arne”	”Agdenes as”	Bank & Finans	Innkjøpsjef
”Sindre”	”Sula as”	Elektriker	Økonomi og marked
”Elin”	”Ellingråsa as”	Rådgivende	Kontorleder
”Kari”	”Kjølnes as”	IT- bedrift	Avdelingsleder
”Hilde”	”Halten as”	Rådgivende	Rådgiver

### 3.2.2. Intervjuguide og gjennomføring av intervju

Da jeg startet innsamlingen av datamaterialet, var det vanskelig å se hvilken retning dette kom til å ta og hva jeg kunne jobbe videre med. Mitt utgangspunkt var min nysgjerrighet på sertifiseringsordningen, så i starten var det om og gjøre å finne ut mest mulig om temaet. Miljøfyrtårn-sertifisering er et stort tema og mange perspektiver man kan bygge videre på. Sammen med mine veiledere, ble intervjuguiden tilpasset etter hvert som jeg hadde tatt intervjuene og samlet informasjonen. Jeg tilpasset intervjuguiden ut i fra hvilke resultater jeg hadde fått fra tidligere intervjuer, hvilken type bedrift informanten kom fra og hvilken stilling vedkommende hadde. I starten av intervjuprosessen, hadde jeg fortsatt ingen klar problemstilling foran meg. Målet med intervjuguiden var å få et overordnet blick på de punktene jeg ønsket å se nærmere på og forme problemstillingen deretter. Jeg valgte å ha et deskriptivt aspekt i forskningsintervjuet hvor informanten oppfordres til å beskrive hva de opplever og føler rundt Miljøfyrtårn-sertifiseringen og hvordan det påvirker valgene og deres handlinger (Kvale, 2010). Det var viktig å få mest mulig informasjon ut av informantene slik at jeg kunne bruke dette til å snevre inn oppgaven. Før hvert

intervju endret jeg noe på intervjuguiden for å tilpasse meg de analysetemaene jeg hadde kommet på sporet av. Jeg så raskt at svarene varierte alt etter om de sertifiserte seg på grunn av konkurransefortrinn eller om de gjorde det for å bli mer miljøvennlige. Dette påvirket også hvor mye tid og ressurser bedriftene brukte på å implementere verktøyet, som igjen ga utslag på hvor fornøyde de var og hvilke resultater de fikk. I en intervjusituasjon er det viktig å vise støtte og sympati for å bidra til å skape en fortrolig situasjon. Det er viktig å skape gode relasjoner slik at informanten føler seg trygg og har lyst til å fortelle om seg selv (Thagaard, 2009). Til daglig jobber jeg i bemanningsbransjen og min erfaring som rekrutterer har vært viktig i denne prosessen. Det har ført til at jeg har skapt gode relasjoner med mine informanter, hatt en lett og ledig tone, vært kritisk og stilt oppfølgingsspørsmål. Informantene har følt seg trygg i situasjonen og derfor har jeg også fått mye mer informasjon enn jeg hadde forventet.

Jeg valgte å ta 5 dybdeintervju hvor hvert intervju var på ca. 45 minutter. På denne måten kunne jeg gå i dybden og få mest mulig informasjon om og rundt temaet. Intervjuene ble gjennomført i bedriftenes lokaler. Dette for å få et innblikk i hvem de er, hvor store lokaler de har og i tillegg gjennomføre intervjuet på en plass som føles trygt for informanten. Jeg brukte opptaksutstyr, slik at jeg kunne være 100 % tilstedeværende og ikke bekymre meg for om jeg skal gå glipp av noe. Intervjuerens spørsmål bør i følge Kvale (2010) være korte og enkle noe jeg også hadde fokus på underveis i intervjuene. Jeg merket fort at noen av spørsmålene måtte omformuleres på grunn av at jeg brukte begreper som informanten ikke hadde hørt om, for eks grønn omstilling. Jeg hadde tatt det forgitt at dette var et begrep alle var kjent med, spesielt når informantene kommer fra miljøgruppa. Jeg lærte fort at jeg måtte omstille meg og være klar og tydelig i språket.

Jeg startet intervjuene med å gå generelt innpå miljø og få et innblikk i hva informanten mener er bedrifters ansvar i dagens miljøutfordringer. Deretter beveget jeg med videre for å finne bakgrunnen for Miljøfyrtårn-sertifiseringen og helt til slutt se på ulike tiltak bedriftene har gjort og hva sertifiseringen har bidratt til. Thagaard nevner at det er viktig å stille spørsmålene på en slik måte at informanten reflekterer over temaet og gir fyldige svar (Thagaard, 2009) Jeg har hele tiden stilt åpne spørsmål slik at jeg kunne få mest mulig utfyllende svar og hatt oppfølgingsspørsmål på de punktene jeg ønsket å vite mer om. Det å kunne stille riktige oppfølgingsspørsmål, opplever jeg som det mest krevende i en intervjusituasjon. Det innebærer aktiv lytting og få med seg hva som sies og hvordan informanten sier det (Kvale, 2010). Etterhvert som jeg intervjuet, kom det mer tydelig fram hvilke hovedtrekk i sertifiseringen jeg ønsket å få vite mer



om. Som nevnt brukte jeg opptaksutstyr, noe som har vært avgjørende for å få en avslappet tone og være en aktiv lytter gjennom hele intervjuet.

Jeg merket fort at noen av informantene var mer komfortable i en intervjusituasjon enn andre. For at informantene skulle føle seg trygge og at det skulle bli en naturlig dialog mellom to personer, brukte jeg mye tid i starten til å bli kjent med vedkommende og bedriften. På denne måten viste jeg også interesse for hvem de er og det ble en avslappet og hyggelig stemning i rommet. Hvert intervju ble en erfaring rikere.

Under intervjuet, merket jeg at informantene var opptatt av å sette seg selv, bedriften og sertifiseringen i et godt lys og det var til tider vanskelig å få informantene til å svare på kritiske spørsmål. Bedriften var en suksess, implementeringen var en suksess og de var bare positive til sertifiseringsordningen. Her var det viktig at jeg brukte min erfaring som intervjuer, tok min rolle og omformulerte spørsmålene, slik at jeg kom på innsiden og fikk mer ærlige svar tilbake. Jeg beveget meg litt utenfor intervjuguiden slik at jeg kunne gjøre et dypdykk og innhente relevant informasjon som jeg følte jeg manglet. På denne måten ble intervjuguiden bare et hjelpemiddel for at jeg ikke skulle spore av. Jeg oppdaget en stor variasjon i hvor vellykket implementeringen har vært og at veien dit har vært lang og ressurskrevende for mange.

I og med at det er forsket lite på Miljøfyrtårn-sertifiseringen og dens virkning, så har intervju vært avgjørende for den videre prosessen. Jeg fikk synspunkter og erfaring fra informanter som har ansvaret for Miljøfyrtårn-sertifiseringen i tillegg til at de kunne gi meg informasjon og tall som viser hvor vellykket sertifiseringen har vært for bedriftene.

### 3.2.3. Bearbeiding av datamateriale

I bearbeidingen av datamateriale har jeg tatt utgangspunkt i metoden *Grounded Theory*. Grounded Theory er en systematisk, men fleksibel metode som viser retningslinjer for hvordan man kan konstruere data ved å gå i dybden av innsamlingen og analysen av kvalitative data. Den hjelper deg med å håndtere og effektivisere datamaterialet slik at resultatet av analysen kommer tydeligere frem. Datamaterialet studeres ved å separere, sortere og systematisere dataen gjennom kvalitativ koding. Det er resultatet fra datainnsamlingen som legger grunnlaget for hvilken teori som skal genereres (Charmaz, 2006).

Som med Grounded Theory startet jeg oppgaven med å samle inn data for så å transkribere de og lage "flate" beskrivelser som jeg senere kunne trekke ut relevant informasjon og sammenligne resultatene. Transkriberingen og "flate" beskrivelser gjorde jeg etter hvert som jeg gjennomførte intervjuene slik at jeg lettere kunne kategorisere funnene og få et tydelig bilde på hva jeg kunne skrive om i analysekapitlene. Jeg kategoriserte funnene etter tema, noe som ga et godt innblikk i hvordan de ulike bedriftene brukte og tolket verktøyet forskjellig og hvilke fellestrekk de hadde. På denne måten kunne jeg se om jeg hadde fått nok informasjon og hva jeg kunne bygge videre på.

Det å transkribere intervjuene og lage "flat" beskrivelser var tidkrevende, men viktig for videre fremdrift. Ved å lage "flate" beskrivelser klarte jeg å gå fra rundt 70 sider med råmaterialet til å kategorisere funnene og få et tydeligere bilde på hva jeg kunne skrive om i analysekapitlene. Jeg kategoriserte funnene etter tema, noe som ga meg et godt innblikk i hvordan de ulike bedriftene brukte systemet forskjellig og hvilke fellestrekk de hadde. Analysekapitlene kom tydeligere frem, noe som gjorde det lettere når jeg skulle begynne å skrive på masteroppgaven. I analysekapitlene har jeg derfor lagt hovedvekt på funnene fra datamaterialet og sitater fra informantene. Det som gjentok seg i intervjuene, var fokuset på å bedre miljøet gjennom tiltak rettet mot mobilitet og transport. Dette synes jeg var et interessant aspekt, siden alle hadde stor fokus på dette, men at alle tolket dette ulikt. Da innså jeg at Miljøfyrtårn-sertifiseringen var mer fleksibelt enn først antatt.

I følge Thagaard, er arbeidet med en problemstilling en prosess som pågår gjennom hele forskningsprosjektet (Thagaard, 2009) Som nevnt tidligere hadde jeg ingen klar problemstilling da jeg startet med dette forskningsprosjektet. Mitt overordnede mål var å finne ut mer om Miljøfyrtårn-sertifiseringen og hva den har bidratt til i en grønn omstilling. Resultatene fra innhentet datamateriale legger dermed føringen for hva som blir prosjektets problemstilling.

Mitt utgangspunkt for denne masteroppgaven, var min skepsis til Miljøfyrtårn-sertifiseringen og en undring over sertifiseringen var noe som fungerte eller om det bare var et varemerke. Miljøfyrtårn er som sagt et bredt tema, derfor vil denne masteroppgaven være en liten del av det store bildet. For å gjøre den mest mulig representativ valgte jeg ulike bransjer og størrelse. Ved å la informantene tale sin sak og bruke tid på å bli kjent med informantene, kan jeg se om dette er et godt tiltak for å få bedrifter til å bevege seg i en retning mot et grønt skifte.

## 4. MILJØFYRTÅRN-SERTIFISERING

Som vist innledningsvis står vi ovenfor store miljø- og klima utfordringer som krever konkrete handlinger fra offentlige instanser, bedrifter og enkeltpersoner. For å skape et mer bærekraftig samfunn ønsker politikerne å rette større fokus på bedriftene og hvordan de kan bidra med konkrete miljøtiltak uten at det går på bekostning av virksomheten. I tillegg til at politikerne legger premissene for at bedrifter må tenke miljø og komme med mer miljøvennlige løsninger, etterlyser også kunder og leverandører en form for sertifikat som viser bedriftens miljøinnsats. Det er med andre ord et behov i markedet som tilsier at vi må ha noen sertifiseringsordninger for å få bedrifter med på banen for å skape et mer bærekraftig samfunn. Det finnes mange sertifiseringsordninger og mange veier for å vise at man har fokus på miljø. Hva er bakgrunnen for nettopp Miljøfyrtårn-sertifiseringen og hva er det som kjennetegner denne sertifiseringen?

### 4.1. Miljøfyrtårn-sertifiseringens bakgrunn

*[...]som landets største sertifiseringsordning på miljø, med betydelig dokumentasjon samlet gjennom snart 20 år, kan vi med godt belegg hevde at miljøsertifisering nettopp er et godt verktøy for å kunne gjøre de konkrete handlingene som etterlyses. (Daglig leder i Stiftelsen Miljøfyrtårn, Morten Leuch Elieson)*

Miljøfyrtårn er Norges mest brukte sertifikat for bedrifter som ønsker å dokumentere sin miljøinnsats og vise samfunnsansvar. Det er et virkemiddel for å endre bedriftenes daglige rutiner slik at det blir en reduksjon i klimautslipp, avfallsreduksjon, energieffektivisering og større fokus på miljøvennlig innkjøp.<sup>16</sup>

Miljøfyrtårn ble opprettet av sentrale organisasjoner i næringsliv og offentlig forvaltning i 2003. Den hadde sitt utspring i Kristiansand kommune og prosjektet Bærekraftig lokalsamfunn. I 1996 inngikk kommunen et samarbeid med private bedrifter for å utnytte miljøfaglig kompetanse og næringsseksjonens kontaktnett. I 1997 ble Miljøfyrtårn markedsført på landsbasis noe som førte til en spredning i rekke kommuner over hele landet. Etter at Miljøfyrtårn fikk et driftstilskudd fra SFT på 332 000 kroner i 1999, kunne de sørge for at sertifiseringen ble et nasjonalt satsingsområde. Med støtte fra

---

<sup>16</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/nyhetsarkiv/633-verktøy-for-grønt-skifte-i-kommunene>, hentet 18.04.2015

Miljøverndepartementet, ble Miljøfyrtårn etablert som et nasjonalt program med hjelp av statlig tilskudd. Fra 1. januar 2003 gikk Miljøfyrtårn fra å være et prosjekt til og bli en nasjonal miljøsertifiseringsordning driftet av Stiftelsen Miljøfyrtårn.<sup>17</sup>

Klima- og miljøminister Tine Sundtoft har uttalt at det offentlige har mye makt og stor påvirkning til å hjelpe bedrifter mot en grønn retning og ta gode valg. Hun nevnte videre at det skal være både miljøvennlig og lønnsomt for bedriftene å ta slike valg.<sup>18</sup> Miljøfyrtårn har delegert sertifiseringsmyndigheten til den enkelte kommune. Dermed er bedriftene avhengig av at deres kommune gjør et vedtak om å bli Miljøfyrtårn-kommune. Når en kommune kjøper lisens, så forplikter de seg til å legge til rette for Miljøfyrtårn-sertifiseringen og den lokale oppfølgingen. På denne måten har kommunene en viktig rolle i Miljøfyrtårn arbeidet og de ser på sertifiseringen som et konkret virkemiddel for å møte klimautfordringer lokalt.<sup>19</sup>

I 2011 kom Per Bjørnar Knudsen, rådgiver i KS, med følgende uttalelse.

*Jeg tror utrolig mange av kommunene kommer til å ta i bruk ordningen fram mot 2015. Mange kommuner er i startgropa, og retningen er helt klar. Det er også et økende trykk på kommunene for å få dem til å feie for egen dør og sertifisere egne virksomheter.*

Mads B. Nakkerud er seniorrådgiver i Stiftelsen Idébanken. De jobber for å fremme en bærekraftig utvikling. Han var ikke helt enig i Knudsens utspill. Han mente at det bør settes større krav til kommunene og at bedrifter og privatpersoner får for lite drahjelp av politikerne. Han mener at redusering av klimautslipp er stort også i kommunene, men at de trenger en større politisk støtte for å få den drahjelpen de behøver.<sup>20</sup>

## 4.2. Miljøfyrtårn som sertifiseringsmodell

Det å være Miljøfyrtårn innebærer at man innfrir visse krav som dekker de interne prosessene som styring og ledelse, arbeidsmiljø, innkjøp og materialvalg, energiforbruk, transport, utslipp og avfallskontroll. I tillegg til ”krav til alle bransjer” som bedrifter må innfri, har de også 75 bransjespesifikke krav”.

<sup>17</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/stifterne>, hentet 18.04.14

<sup>18</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/nyhetsarkiv/586-gront-skal-vare-lonnsomt>, hentet 10.09.15

<sup>19</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/kommuner-ny>, hentet 06.05.14

<sup>20</sup> [http://www.miljofyrtarn.no/index.php?option=com\\_content&view=article&id=220:miljofyrtarnkommuner-oppnar-svaert-gode-resultater&catid=16:nyheter&Itemid=207](http://www.miljofyrtarn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=220:miljofyrtarnkommuner-oppnar-svaert-gode-resultater&catid=16:nyheter&Itemid=207), hentet 06.05.14

Kravene er tilpasset ulike bransjer og sertifikatet blir tildelt etter en uavhengig vurdering. Hvert år må bedriften levere en årlig miljørapport og hvert tredje år må man resertifisere seg.<sup>21</sup>

Sertifiseringsmodellen som Miljøfyrtårn opererer med kan variere noe, alt etter hvilken bedrift det er snakk om, men i den standardiserte sertifiseringsmodellen er det 6 trinn som må følges; *ta initiativ, miljøanalyse, handlingsplan, rapport, implementering og godkjenning*.

1. *Ta initiativ*: Det første som må gjøres er å ta initiativ. Bedriften må selv ta kontakt med en Miljøfyrtårn-konsulent som da hjelper dem gjennom prosessen.
2. *Miljøanalyse*: Bedriften må så opprette en miljøgruppe som sammen med konsulenten lager en miljøanalyse ut fra nå-situasjon og en sjekklister for kravene som må innfris.
3. *Handlingsplan*: Deretter må det lages en handlingsplan for å nå målene for Miljøfyrtårn. I denne handlingsplanen mener Stiftelsen det er viktig å involvere de ansatte for å oppnå suksess.
4. *Rapport*: Konsulenten ferdigstiller så miljøanalysen, og bedriften avtaler en fremdriftsplan.
5. *Implementering*: Bedriften iverksetter tiltak for å implementere kravene.
6. *Godkjenning*: Helt til slutt blir bedriften godkjent og sertifisert av en uavhengig sertifisør.<sup>22</sup>

### 4.3. Miljøfyrtårns utvikling

Det vi kan se i dag, med alle endringene som har skjedd med klimautfordringene, er et større fokus på miljø i bedriftene. Det har skjedd en eksplosjon i antall Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter. Som vi kan se på neste side, er det dobbelt så mange sertifiserte Bergensbedrifter i 2009 sammenlignet med året før. Spesialkonsulent Elisabeth Sørheim i Bergen kommune tror at denne eksplosjonen skyldes at det er ”in” i tiden. Hun sier videre at kunder er blitt mer bevisste i sitt forbruk. Det blir tatt mer hensyn til miljøaspektet ved nye

---

<sup>21</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/bransjekrav2>, hentet 18.04.14

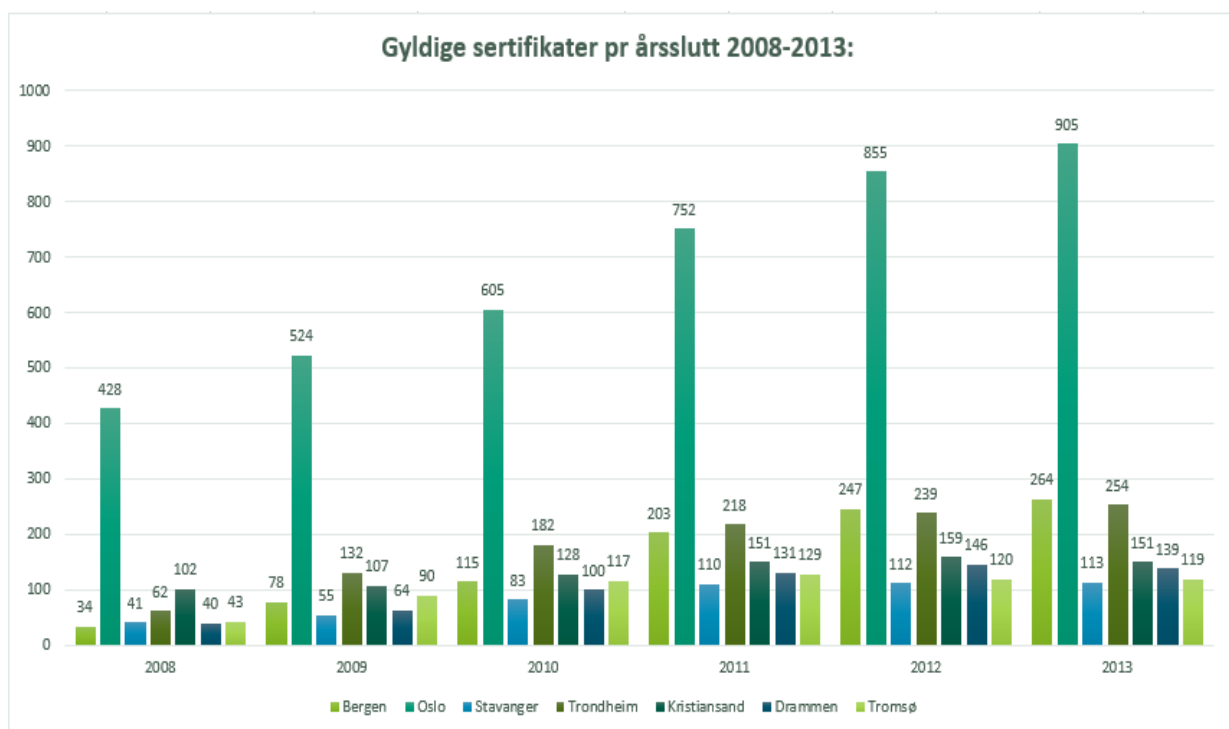
<sup>22</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/slikblirdu>, hentet 06.05.14

innkjøp og de ser på hvilke holdninger og verdier bedriftene representerer. Sørheim tror at en sertifisering vil bli et krav når offentlige innkjøp skal gjøres i fremtiden.

Per Svae er koordinator for miljøsertifisering i Hordaland fylkeskommune. Svae arbeider med å få alle kommuner i Hordaland til å bli med i Miljøfyrtårn-ordningen. Han ser for seg at Svae forteller at:

*[...] Prisen for ikke å sertifisere seg, kan bli dyr. I 2020 er man nok ute av markedet i mange bransjer dersom man ikke har fulgt med på dette området.*

Svae regner med at det blir stilt økende krav fra fylkeskommunen og kommunen når bedriftene skal gjøre offentlige innkjøp. Videre sier han at de jobber med å stille miljøkrav til leverandører og nye kontakter. Han opplever at folk er positive, noe som viser at vi lever i en tid hvor folk viser stort engasjement og et ønske om å bidra i klimaproblematikken.<sup>23</sup> Dette gjenspeiler seg i utviklingen av antall Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter.



<sup>23</sup> <http://www.bt.no/nyheter/lokalt/Eksplasjon-av-miljobedrifter-1770014.html>, hentet 15.11.14

I grafen kan vi se hvilken utvikling Miljøfyrtårn-sertifiseringen har hatt mellom 2008 og 2013. Vi kan se at antall sertifiserte virksomheter har økt betraktelig i Oslo. Bergen og Trondheim økte med forholdsvis 21 og 15 virksomheter og Stavanger med én virksomhet. Kristiansand, Drammen og Tromsø hadde alle færre gyldige sertifikater enn året før. Tallene viser at det har vært en økning på 673 nye sertifiserte virksomheter, og at det totalt var 4556 bedrifter som hadde Miljøfyrtårn- sertifisering ved årsslutt i 2013.

### 15 på topp – Totalt - Gjelder pr. 24.02.2015

Nr	Kommune	Ant. sert.	des. '14
<b>1</b>	<b>Oslo</b>	<b>976</b>	<b>(1)</b>
<b>2</b>	<b>Trondheim</b>	<b>249</b>	<b>(3)</b>
<b>3</b>	<b>Bergen</b>	<b>233</b>	<b>(2)</b>
4	Kristiansand	143	(4)
5	Drammen	138	(5)
6	Tromsø	115	(6)
7	Stavanger	107	(7)

Her ser vi en statistikk over antall sertifiserte bedrifter per 24.02.2015. Oslo har hatt en økning fra 905 sertifiserte bedrifter i 2013 til 976 per 24.02.2015. Ellers har det vært en liten nedgang i noen av byene. En av årsakene til dette kan være at bedriftene må resertifisere seg hvert tredje år. Da skal alle bransjekravene gjennomgås og bedriftene må få disse godkjent på nytt. Med en slik sertifisering følger det en del ressursbruk og kostnader som også kan være en medvirkende årsak til at det kan være noe nedgang.<sup>24</sup>

I følge Miljøfyrtårns egne tall, har 80 % av de miljøsertifiserte bedriftene opplevd miljøforbedringer. I dag er det i alt 4650 sertifiserte bedrifter. Alt fra apotek, barnehager, ulike bilkjeder, kles butikker, banker og bygg og anleggs bransjen, bare for å nevne noen.<sup>25</sup> Til tross for litt nedgang, har Miljøfyrtårn hatt bra økning siden 2008 og mye tyder på at disse tallene kommer til å fortsette å øke i tiden fremover.

Svein Gunnar Karlstrøm, regionleder Grønn Hverdag Nord, mener at mange offentlige bedrifter fortsatt har en lang vei å gå med å miljøsertifisere egne

<sup>24</sup> <http://aarsrapport.miljofyrtarn.no/statistikk-2013-2/>, hentet 28.01.15

<sup>25</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/nyhetsarkiv/633-verktøy-for-grønt-skifte-i-kommunene>, hentet 18.04.14

bedrifter. Staten bør gripe inn og sørge for at flere statlige etater blir sertifiserte. Karlstrøm nevner blant annet Universitetet i Tromsø som et eksempel på en etat som har den kompetansen og de ressursene som trengs og at det burde være en selvfølge men en miljøsertifisering. Det handler også om å gå fram som et godt eksempel for andre bedrifter.<sup>26</sup>

#### 4.4. Hva skiller Miljøfyrtårn fra andre sertifiseringsordninger?

Stadig flere bedrifter velger å ha en form for miljøsertifisering for å vise at de tar samfunnsansvar på alvor. Det finnes en rekke nasjonale og internasjonale sertifiseringsordninger som er tilpasset ulike bedrifter og produkter. På denne måten kan det være vanskelig å vite hva de ulike sertifiseringsordningene står for og hva som skiller de fra hverandre. Vi har blant annet ISO 14001, Svanen, EMAS, Grønt Flagg, Miljøfyrtårn, bare for å nevne noen. Av disse er Miljøfyrtårn den mest hurtigvoksende sertifiseringsordningen.<sup>27</sup> Hva er egentlig årsaken til dette? Hva er det som gjør at flere foretrekker Miljøfyrtårn fremfor andre sertifiseringsordninger?

Det å være Miljøfyrtårn innebærer at bedriften arbeider systematisk med miljøtiltak og integrerer det som en del av hverdagen. Miljøfyrtårn skiller seg fra andre miljøledelsessystemer med å ta med arbeidsmiljø som en del av kravene. På denne måten har de beveget seg et skritt videre bort fra å være et rent miljøledelsessystem til at det er opp til vær enkelt virksomhet å ta samfunnsansvar. Ut fra bedriftenes årlige miljørapportering, kan Miljøfyrtårn lese at bedriftene jobber kontinuerlig og systematisk med miljøarbeidet og at de stadig opplever forbedringer.<sup>28</sup>

For å få en mer forståelse på hva Miljøfyrtårn er så har jeg oppsummert kort forskjellen mellom Miljøfyrtårn og ISO 14001, som også er en utbredt sertifiseringsordning. Gjennom ISO 14001 sertifiseringen må bedrifter kartlegge lover og forskrifter knyttet til bedriftens miljøpåvirkning. De må vite hvilket utgangspunkt de har, hva de trenger å jobbe med og hvor veien videre skal gå. Det er ingen krav til bruk av ekstern konsulent, men flere velger å benytte seg av det. Det er en årlig revisjon hvor bedriften må vise en forbedring av miljøarbeidet de har utarbeidet i egne handlingsplaner og målsetninger. Mens ISO 14001 er internasjonal, er Miljøfyrtårn en nasjonal sertifiseringsordning. Ved førstegangssertifisering er det et krav om bruk av konsulent. Her utarbeides

<sup>26</sup> <http://www.nordlys.no/kronikk/miljofyrtarn-i-nord/s/1-79-5478389>, hentet 10.09.15

<sup>27</sup> [http://www.miljofyrtarn.no/index.php?option=com\\_content&view=article&id=220:miljofyrtarnkommuner-oppnar-svaert-gode-resultater&catid=16:nyheter&Itemid=207](http://www.miljofyrtarn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=220:miljofyrtarnkommuner-oppnar-svaert-gode-resultater&catid=16:nyheter&Itemid=207), hentet 06.05.14

<sup>28</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/nyhetsarkiv/633-verktoy-for-gront-skifte-i-kommunene>, hentet 18.04.14



det en miljøanalyse basert på Miljøfyrtårns bransjekrav og en handlingsplan for å tilfredsstille kravene. I motsetning til ISO 14001, må bedriftene resertifiseres hvert tredje år. Det levers en årlig rapport hvor bedriftene må vise til forbedring i sitt miljøarbeid. Som vi kan se er ISO og Miljøfyrtårn to helt forskjellige sertifiseringsordninger med ulike formål og prosesser. Hvilken sertifiseringsordning bedrifter velger å bruke avhenger av hva en ønsker å oppnå, hvor mye ressurser bedriften kan avsi og hva konkurrentene gjør.<sup>29</sup> Noen bedrifter velger å benytte seg av kun en av disse, mens andre velger å bruke begge sertifiseringsordningene for å få en mer helhetlig miljøstyringssystem.<sup>30</sup>

Miljøfyrtårn skiller seg også ut blant andre sertifiseringsordninger ved å ha konkrete krav til arbeidsmiljø og ytre miljø som avfall, energi, transport og innkjøp. Miljøfyrtårn mener at ved å sertifisere seg, så tar man samfunnsansvar i praksis. Det er en måte å få de ansatte til å bli mer engasjerte, i tillegg til at det kan inngå i en kommunikasjonsplan og bedrifter kan profilere seg som en miljø bedrift. Stiftelsen Miljøfyrtårn sier videre at ved å sertifisere seg, vil mange bedrifter oppleve få et bedre arbeidsmiljø, en mer miljøvennlig bedrift, stolte og mer miljøbevisste ansatte, bedre omdømme, flere fornøyde kunder og større mulighet til å vinne fram i anbudsrunder.<sup>31</sup> For å bli sertifisert må det legges ned en stor egeninnsats av bedriftene for å skape gode innarbeidede rutiner rundt sertifiseringsordningen. Hvordan kan et slikt verktøy brukes for å skape bedre miljø? Det har visst seg at bedriftene selv skaper egne fortolkninger av sertifiseringen og setter det inn i systemer. Men hvordan velger de ulike bedriftene å tolke og tilpasse verktøyet og hvordan blir det mottatt av de ansatte?

---

<sup>29</sup> <http://www.nordlys.no/kronikk/miljofyrtarn-i-nord/s/1-79-5478389>, hentet 10.09.15

<sup>30</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/virksomheter/miljostyring>, hentet 13.09.15

<sup>31</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/slik-blir-du-miljofyrtarn>, hentet 06.05.14



## 5. Å SETTE I SYSTEM- for å kunne gå videre?

Miljøfyrtårn er et hjelpemiddel for bedrifter som ønsker å bli mer miljøbevisste og skape en tydeligere miljøprofil. Målet er å bevisstgjøre bedrifter hvordan deres virksomhet påvirker miljøet og på bakgrunn av dette skape de riktige verdier og holdninger slik at valgene tas på bakgrunn av et endret miljøfokus. For å bli en Miljøfyrtårn-sertifisert bedrift gjennomføres det et oppstartsmøte med en konsulent og bedriftens miljøgruppe. Konsulenten gjennomgår bransjekravene og tiltakene som må oppfylles for å bli sertifisert. Det defineres hvilket formål sertifiseringen skal ha og hva som skal til for at verktøyet blir tatt i bruk. Bedriftens resultater dokumenteres så i en årlig rapport som leveres til Miljøfyrtårn. Dette høres enkelt ut, men hvordan står bedriftene når de faktisk skal integrere dette inn i bedriften?

Fra konsulenten kommer på et briefing møte til de ulike elementene er på plass, er det store ressurser og økonomiske beslutninger som ligger til grunn. Det kan være vanskelig å sette i gang ulike tiltak som de ansatte skal følge og mange bedrifter har ikke innarbeidet verken rutiner eller retningslinjer for lignende verktøy. Til tross for konsulentens rolle som en rådgivende støttespiller, må bedriften selv gjøre alle nødvendige tiltak. Hvordan sørger bedriftene for at de ansatte forstår viktigheten av å tilpasse seg de nye retningslinjene og kravene som blir innført? Hvordan virker egentlig denne sertifiseringen i praksis?

Miljøfyrtårns krav er rettet mot arbeidsmiljø og ytre miljø som avfall, energi, transport og innkjøp. Kravene består av obligatoriske bransjekrav og mer fleksible og valgfrie krav. Ved at kravene er fleksible, kan bedriftene selv gjøre ulike fortolkninger og sette i gang tiltak utover de obligatoriske kravene. Sosiologiske studier av standardisering fremhever at standarder med store fortolkningsmuligheter kan fungere bedre enn de definerte standardene (Timmermans & Epstein, 2010). Samtidig peker denne artikkelen på at standarder som blir for løse kan miste innhold og hvis det blir for stramt, så har det ingen verdi. Hvordan er det da med Miljøfyrtårn-sertifiseringen? Er kravene for fleksible at de mister sin hensikt? Er sertifikatet kun et varemerke eller fører det faktisk til en reel endring innad i bedriften?

### 5.1. Hvordan implementeres sertifiseringen?

Det å sette noe i system, krever en omstilling og en omstrukturering slik at nye verktøy som introduseres skaper nye praksiser og rutiner som er i tråd med bedriftens miljøfokus. For at Miljøfyrtårn skal bli et verktøy som de ansatte

benytter og som gir gode resultater, må det på lik linje med andre verktøy finne sin plass og bli en del av de daglige rutinene. Domestiseringsperspektivet understreker nettopp betydningen av å studere hva brukerne gjør med ny kunnskap (og teknologi). Når kunnskap domestiseres, transformeres den fra å være et fremmedelement til å bli en del av sosiale og kulturelle praksiser. Sørensen (2005) påpeker at det er brukerne og andre ytre faktorer som former teknologien og gir det meningsinnhold. I en meningskappingsprosess kan ulike bedrifter skape ulike endringer og tilpasse verktøyet etter eget bruk. På bakgrunn av bedriftens behov, hvordan de ansatte tolker og anvender det, skaper verktøyet en omstilling og nye miljøvennlige rutiner. Alt etter bedriftenes størrelse finnes det ulike måter å implementere et verktøy på. For en bedrift med 50 ansatte, kreves det ikke like mye ressurser som en bedrift med 250 ansatte. Men de har uansett like stor forutsetning for at det skal bli en suksess. Informantene påpeker, at uansett størrelse på bedriften, handler det om informasjonsflyten innad i bedriften. Informasjonen som blir gitt i starten og underveis i implementeringen kan ha betydning for om de ansatte forstår hvorfor og til hvilken nytte sertifiseringen har for bedriften og miljøet.

Bedriftene kunne fortelle at det var blandede følelser når Miljøfyrtårn skulle introduseres. En av de som opplevde dette er "Sula as". Ikke alle så hensikten med sertifiseringen, spesielt med tanke på det å spare papir, kjøre økonomisk og sortering av avfall. "Sindre" påpeker at dette er en mellomstor elektrikerfirma med over 270 ansatte og mener at man ikke kan forvente at alle er fornøyde med endringene en bedrift foretar seg, og sier at hver enkelt vil tilpasse seg og godta endringene på sikt. "Sula as" var tidlig ute med informasjon om sertifiseringen og åpnet opp for at de ansatte kunne bidra i utviklingen av den. De har tatt en god del vurderinger når det kommer til å imøtekomme kravene og "Sindre" forteller at: *"Vi har prøvd å ta inn flere krav enn bare de må kravene. Vi prøver å gjøre det til noe mer enn bare et papir. Vi prøver å etterleve det."* For "Sula as" har dette vært et viktig bidrag for bedriften. De hadde et ønske om å bli mer miljøvennlige og denne sertifiseringsordningen har vært til stor hjelp i prosessen. Ikke bare for å oppfylle de nødvendige kravene, men også for å involvere de ansatte slik at de kan bli mer miljøvennlige i alle ledd.

Når Miljøfyrtårn skulle implementeres, måtte også "Ellingråsa as" gjøre en del interne tiltak for at dette skulle bli et verktøy som de ansatte kunne dra nytte av. "Ellingråsa as" er en rådgivende bedrift med 52 ansatte. For å øke troverdigheten hos kunden og vise at de også fokuserer på miljø innad i bedriften, har de valgt å Miljøfyrtårn-sertifisere seg. I og med at dette er en rådgivende bedrift innen miljø og energi, prøver de ansatte etter beste evne å etterleve rutinene og gjøre det på en positiv måte. Dette er en bedrift med mye

kunnskap på området, men til tross for dette, manglet de et godt verktøy som kunne dokumentere bedriftens miljøetsatsing. ”Elin” tenker at alle har godt av å bli kontrollert og da var Miljøfyrtårn et godt alternativ.

*Som alle andre ønsker vi også å spare miljøet mest mulig og da er dette et greit system for å gjøre dette. Samtidig som at det er et merke, vi er Miljøfyrtårn-sertifisert. Det kan være greit å fortelle omverdenen at vi har fokus på det.*

Ved å innføre et slikt verktøy, har “Ellingråsa as” enda større fokus på å dokumentere de ulike tiltakene og resultatene dette gir. Dette er også noe Miljøfyrtårn krever, da resultatene skal dokumenteres i den årlige rapporten. Det er når brukerne danner seg bruksrutiner rundt ny teknologi at den praktiske dimensjonen i Sørensens domestiseringsperspektiv kommer inn. Fortolkningen her har medført at “Ellingråsa as” har etablert stasjoner for sortering og veier alt av avfall og fører statistikk på dette. De har også utviklet en programvare hvor de kan registrere papiravfall, restavfall og e-avfall. På denne måten vet de nøyaktig hvor mange kilo som kastet. Dette syntes de var en såpass god ide at de introduserer programvaren for sine kunder. Dette viser at “Ellingråsa as” har tatt sertifiseringen et steg lengre og på bakgrunn av Miljøfyrtårn har begynt å tenke nytt og kreativt.

“Agdenes as” er en ledende bank, bestående av et hovedkontor og flere lokale kontorer. De har Miljøfyrtårn-sertifisert flere av kontorene og ser for seg å sertifisere alle kontorer innen 2016. De har nådd langt og opplever en stor suksess med sertifiseringen. For å komme dit de er i dag, så brukte de mye tid i starten for å bevisstgjøre de ansatte. ”Arne” kan fortelle at en av utfordringene de har hatt er å få de ansatte til å skjønne hvor viktig det er å følge spillereglene som sørger for at de blir sertifisert. Reis kollektivt, slå av strømmen og kildesortering er bare noen av tiltakene som de ansatte måtte rette seg etter. I tillegg har de laget en tvangsstyring på printerne som gjør at de ansatte tenker seg om to ganger før de skriver ut noe på maskinen. Som følge av verktøyet har de derfor klart å redusere papirforbruket.

I og med at “Agdenes as” er en typisk papirbedrift, jobber de nå med elektroniske arbeidsprosesser som skal sørge for at de produserer mindre papir. ”Arne” forteller at det er tre hovedfaktorer som har vært viktige for at “Agdenes as” skulle bli Miljøfyrtårn-sertifisert.

*Miljøfyrtårn skal være relevant, lønnsomt og enkelt. Ved å være miljøbevisst og følge de prosedyrene som legges opp for å tilfredsstille*

*sertifiseringskravene, så bruker vi mindre energi, ergo sparer vi penger, vi kjøper mindre kopi og print papir, ergo sparer vi penger.*

“Agdenes as” har laget registreringsskjema som brukes for å føre opp antall reiser, kjørte kilometer, hvor mye avfall som produseres med mer. Disse tallene brukes som grunnlag for den årlige Miljøfyrtårn rapporten. I rapporten er det fokus på hvilke tiltak bedriften gjør i dag og hvilke fremdriftsplaner bedriften har. Det er litt som ”Arne” sier: *“Man må bruke tid på det. Og det er klart man må bruke tid på selve implementeringen og forståelsen på at det har en nytteeffekt. Det er det ingen tvil om.”* Noen kan hevde at det er vanskelig å anskueliggjøre nytteeffekten, men ”Arne” mener at den er der, så lenge man bruker tid på å sette det i system og fremskaffe riktig data. Det er en arbeidsom prosess, men når det først er satt i system, handler det om å vedlikeholde verktøyet og komme inn på riktig bane i forhold til at det brukes optimalt. Det er først da man ser hvilken effekt dette har. Som ”Arne” påpeker: *“Vi reiser mindre, bruker mindre papir, vi har mindre avfall, vi bruker mindre energi.”* Selv om det kreves både tid, kostnader og ressurser, så mener ”Arne” at gevinsten fortsatt høyere. De har sett over tid hvor lønnsomt dette er for bedriften, spesielt på miljøet.

Som nevnt, er dette tiltak som “Agdenes as” har valgt å iverksette for å kunne møte kravene til Miljøfyrtårn. “Agdenes as” har hele veien vært klar på hvorfor de har ønsket å sertifisere seg og vist stor engasjement rundt dette. Det har vært fokus på å implementere nedover i bedriften og få med seg de ansatte i prosessen til å bli Miljøfyrtårn-sertifisert. På grunn av at involveringen av de ansatte skjedde på et tidlig stadium og de kunne komme med innspill og bidra til utviklingen, tar de ansatte mer eierskap til det nye verktøyet.

Miljøfyrtårn har satt ulike bransjekrav som blant annet går på innkjøp, energi, transport og avfall. For å imøtekomme de kravene er bedriftene selv avhengige av å sette i gang nye interne prosesser og systemer. I det symbolske aspektet kan vi se at både “Ellingråsa as” og “Agdenes as” har opplevd sertifiseringen som vellykket da den har vært nyttig for å skape en bevisstgjøring og en kontroll rundt miljøaspektet i bedriften. De har tilegnet seg kunnskap om sertifiseringsordningen og utført endringer i tråd med kravene og samtidig skapt nye rutiner og tiltak for å maksimere effekten. Noen bedrifter velger å gjøre mer enn andre, men dette avhenger av bedriftens ressurser og hvor mye tid de vil bruke på dette. De som gjør mer enn andre er ikke bare opptatt av å motta sertifikatet, men å etterleve kravene og vise utad at de satser på miljø.

”Hilde” er rådgiver i ingeniørselskapet “Halten as”. De har kompetanse innen teknikk, miljø og samfunnsplanlegging. Til daglig jobber hun med å veilede

bedrifter i forhold til integrering av nye systemer og smarte miljøvennlige løsninger. Selv om "Halten as" ikke er Miljøfyrtårn-sertifisert, er "Hilde" godt kjent med ulike sertifiseringsordninger, blant annet Miljøfyrtårn. Miljøfyrtårn er på lik linje med andre sertifiseringer en vanskelig prosess og det er mye som skal på plass før man blir sertifisert. Det er en stor omstilling som bedriftene må igjennom, men så fort det er implementert, så får "Hilde" inntrykk av at det er lite som skal til for å beholde sertifikatet. Hun mener at Miljøfyrtårn-sertifiseringen må ha en form for utvikling, at det må stilles krav som de ansatte kan strekke seg etter. Hun påpeker at motivasjon er en viktig faktor for at Miljøfyrtårn skal bli en kontinuerlig prosess og ikke bare er et sertifikat bedriftene kan vise til.

### 5.1.2. Motivasjon- en viktig faktor

Når en bedrift blir Miljøfyrtårn-sertifisert, foregår det en fortolkning av verktøyet og kunnskapen rundt dette. I implementeringsprosessen blir verktøyet tatt i bruk og innarbeidet i rutine og dagliglivet. Denne prosessen innebærer ikke bare endring av rutiner og nye tiltak, men også en endring av holdninger og handlinger blant de ansatte. For å komme dit har motivasjon og holdningsendring vært et viktig fokusområde for bedriftene.

Sørensen (2005) minner om at domestisering av teknologi sjeldent skjer uten at det foregår et samspill mellom teknologien og relevante brukere. Fokuset ligger på den enkelte bruker og ulike brukergrupper som aktivt gjør endringer og tilpasser teknologien eller kunnskapen inn i deres hverdag. Det samme kan sies å skje med Miljøfyrtårn når verktøyet endres og tilpasses av de ulike bedriftene. Brukerne er de ansatte i bedriften og dermed er det viktig å ha fokus på denne gruppen slik at de får rette holdningen til verktøyet. Verktøyets fleksibilitet gjør det mulig for de ansatte å bruke verktøyet til forskjellig formål og gjøre endringer på de områdene som bedriftene ser på som forbedringspotensiale. Informantene er enige i at motivasjon og informasjonsflyt i implementeringsprosessen er viktig for å nå målene bedriften har satt seg.

*Ved å sertifisere oss, viser vi samfunnsansvar og vi vet at virksomheter, kunder eller potensielle kunder er opptatt av samfunnsansvar i mye større grad og i stigende grad, og dette er også en motivasjon for hvorfor vi har sertifisert oss.*

Det "Arne" forteller her er at "Agdenes as" har sett nytteverdien av å ha et slikt sertifikat og bruker det bevisst ovenfor andre virksomheter, kunder og

leverandører. Det å ta samfunnsansvar og være med å bidra til et grønnere miljø er en motivasjon for dem. I og med at miljø er et stort dagsaktuelt tema, opplever "Agdenes as" at det har en positiv effekt å vise omverdenen at de har fokus på dette. Det skaper en god image, de ansatte motiveres og det ser bra ut i eventuelle anbudsrunder.

I "Agdenes as" er det dagligleder på den enkelte avdeling som skal ha sørget for at de ansatte er kjent med hva som foregår, hvorfor de har sertifisert seg og får inn bevisstheten om de nye rutinene. For å motivere de ansatte har lederne et møte med alle ansatte, hvor de går igjennom bakgrunnen for Miljøfyrtårn-sertifiseringen, de får materiale fra oppstartsmøte med miljøgruppa og kommer med spesifikke tiltak som er gjeldende for avdelingen. I tillegg oppfordrer lederne de ansatte til å komme opp med forslag. For. eks sykle til jobben, istedenfor å kjøre bil.

"Sindre" har sett at enkelte bedrifter bruker sertifikatet for alt det er verdt. Men han poengterer at det er noen bedrifter som kun er opptatt av å få sertifikatet i hånden. "Sula as" er opptatt av at det må være noe man etterlever for at det skal ha en hensikt. De har noe som heter "Med vinnerlaget "Sula as" mot 2015", som er en intern sykkelkonkurranse. Dette gjør de for å involvere de ansatte og for å vise at de har et langsiktig miljøfokus. "Stian" mener at det ikke holder å bare oppfylle de "må" kravene, men at det er viktig å sette i gang tiltak utover dette som gjør at man får bedre utbytte av sertifiseringen og involverer de ansatte slik at effekten blir større.

"Hilde" mener at en slik sertifisering kan være en viktig motivasjonsfaktor i veien mot å bli en grønn bedrift. Det er et verktøy som leder de ansatte mot å ta miljøvennlige valg i tillegg til at det skaper en holdningsendring internt i bedriften og bygger opp en kultur rundt miljøbevissthet. Som rådgiver har "Hilde" sett tilfeller hvor det er gap mellom målene bedrifter har satt seg, det de skal gjøre og det som faktisk skjer. *"Min erfaring er at alt handler om kulturen i bedriften og at ledelsen får det ned og implementert."* Det er en ting hva ledelsen sier, men det er noe annet hva de ansatte gjør og tenker. Da blir det heller som en tvangstrøye enn en motivasjonsfaktor. Videre sier "Hilde": *"Det høres veldig fint og flott ut, men så lenge det ikke blir innarbeidet som en del av den daglige rutinen og sånn, vil det ikke funke."* Med dette utsagnet mener "Hilde" at dette ikke har noe med selve verktøyet å gjøre, men hvor seriøst en bedrift tar sertifiseringen. Hun har sett når det virkelig fungerer og det går på skinner. Da er det få som ikke er aktive brukere av de endringene bedriften har foretatt og de ansatte ser at det lønner seg. Da ser man også medarbeidere som er engasjerte og synes det er morsomt.



Det å ha noe å strekke seg etter, mener ”Hilde” er viktig for motivasjonen. Man må tørre å skille deg ut på en måte og gjøre mer enn hva en gjennomsnittlig bedrift gjør. ”Hilde” bruker ei trapp for å illustrere hvordan man skal jobbe seg oppover for å nå målene. Man begynner på første trinn og for hvert trinn man tar, er det nye mål man skal strekke seg etter. Det er viktig at det settes mål som er utfordrende nok, slik at man i slutten av trappen kan se hvilken utvikling og effekt det har hatt. ”Hilde” påpeker at: *”Målene også må være målbare, har du mål som ikke er målbar, så mister du også litt motivasjonen etter hvert.”* Uten målbare mål mener ”Hilde” at det er vanskelig å evaluere innsatsen og utviklingen bedriften og de ansatte har hatt. Videre sier ”Hilde” at man må ha et referansepunkt å forholde seg til. En bedrift kan ha et helt annet utgangspunkt enn andre bedrifter. For å kunne se hvilken effekt sertifiseringen har er det derfor viktig å se på nå-situasjonen og dokumentere hvilke tiltak som gjøres i dag og sette seg individuelle mål. Hun mener at man ikke blir effektiv uten at det stilles konkrete dokumenterbare krav. På denne måten kan man se hvilken fremgang bedriften har hatt og det blir da lettere å fortsette utviklingen. Som ”Hilde” påpeker, har ledelsen et ansvar for å holde de ansatte oppdatert på nye rutiner og bruke tid på å vise resultater og viktigheten av å ha et miljøfokus. Videre sier hun at motivasjon er noe man må jobbe med kontinuerlig i alle faser av implementeringsprosessen. Så lenge det ikke er tvangsstyring og påminnelser om å bruke verktøyet, kan det fort bli nedprioritert og glemte.

“Sula as” og “Agdenes as” er to bedrifter som har valgt å ta sertifiseringen et steg lengre. Selv om “Sula as” er et elektriker firma og “Agdenes as” er en bank, så ser det ut som de har tenkt likt rundt de praktiske og symbolske dimensjonene som Sørensen viser til. De er begge enige i at det ikke bare handler om å få de ansatte til å bruke verktøyet, men også om å se nytteverdien av det og bruke det som en motivasjon for å gjøre tiltak utover det som er fastsatt. Både ”Stian” og ”Arne” har påpekt at de er opptatt av å dokumentere innsatsen og arbeidet som legges ned og ser nytteverdien av å kunne hente ut konkrete måloppnåelser bedriften har hatt de siste årene. På denne måten kan de bruke dette som utgangspunkt når det skal settes nye konkrete tiltak for å oppnå ønskede resultater. Dette er også noe som brukes for å motivere de ansatte og involvere de underveis slik at hver enkelt får eierskap til sertifiseringen. Med andre ord, er ikke denne dokumentasjonen kun for å vise fremgang, men også for at de ansatte skal se at deres bidrag teller.

Som vi kan se har både “Sula as” og “Agdenes as” klart å ”temme” verktøyet slik at det er blitt en del av andre rutiner og praksiser bedriften har. De viser at de har tilegnet seg kunnskap om verktøyet, tilpasset seg eksisterende

bruksmønster og videreutviklet verktøyet ved hjelp av dens fleksibilitet og tilpasningsevne. De har involvert de ansatte i prosessen med å forme og gi verktøyet meningsinnhold.

## 5.2. Lav terskel og mulighetsskapende

I et STS perspektiv blir teknologiske gjenstander kulturelt konstruert og tolket. Det er fleksibilitet i hvordan mennesker tenker på og tolker gjenstander, og en fleksibilitet i hvordan en gjenstand blir utformet (Bijker & Hughes, 1989). Som nevnt har standarder den egenskapen at de kan være fleksibel og samtidig kan fungere godt innenfor gitte rammer. Er dette også tilfelle for Miljøfyrtårn? På Miljøfyrtårns hjemmesider får bedrifter innføring i hva sertifiseringen går ut på, krav som må oppfylles og fremgangsmåten for å bli sertifisert. I tillegg til de må kravene finnes det også mer valgfrie og fleksible krav som gjør at bedriftene kan forme verktøyet slik de selv ønsker og som igjen passer deres profil.

På lik linje med teknologiske gjenstander finnes det flere gode måter å utforme verktøyet på for å bli sertifisert. Bedriftene bruker verktøyet og tilpasser seg etter behov og ønsker. Selve sertifiseringskravene gir rom for kreativitet og muligheter for å gjøre egne tiltak for å nå kravene. På denne måten kan Miljøfyrtårn-sertifiseringen sees på som fleksibelt fortolkningsbar. Miljøfyrtårn har krav som må gjennomføres og fleksible krav hvor hver enkelt bedrift må vurdere deres behov og om det er hensiktsmessig. Eksempler på slike krav er:

*Krav- id: 38 Virksomheten skal behøvs vurdere og minimalisere all bruk av papir inklusive utsending av tilbuds- og reklamemateriell, og årlig registrere sitt papirforbruk i miljørapporten.*

*Krav- id: 33 Virksomhetens kjøretøy bør ha piggfrie dekk.*

I tillegg har også Miljøfyrtårn overordnede mål på HMS, arbeidsmiljø, innkjøp, energi, transport, avfall, utslipp til vann og estetikk. Der har de også ført opp ulike tiltak som bedriftene kan gjøre for å nå målene.

*Krav-id: 36 Avfallsreducerende tiltak:*

*Eksempler: reparasjon, gjenbruk, e-faktura og dobbeltsidig kopiering. Kildesortering er ikke avfallsreduksjon. Et avfallsreducerende tiltak kan også oppnås gjennom behovsprøving (trenger vi dette kan vi få eller kjøpe*

*det brukt, kan vi omdisponere ressurser etc.) før et innkjøp foretas, eller ved å stille relevante miljøkrav til produktet/tjenesten.<sup>32</sup>*

Slike krav og tiltak gjør også Miljøfyrtårn-sertifiseringen fleksibel og åpen slik at flere bedrifter har mulighet til å sertifisere seg. For "Sula as" sin del har denne fleksibiliteten ført til at de kan lage egne rutiner i et kvalitets system som ble tatt i bruk før de skulle sertifisere seg. Der har de beskrevet alle interne rutiner og henter ut måltall til den årlige miljørapporten. På denne måten kan de implementere miljøhåndteringen på lik linje med andre rutiner.

"Hilde" har som nevnt god erfaring med ulike sertifiseringsordninger og hun er ofte ute på befaring hos bedrifter for å gi råd om gode miljøvennlige løsninger. For at Miljøfyrtårn skal være et verktøy som blir brukt, mener "Hilde" at den må være fleksibel. Hun sier videre at fleksibiliteten kan ha to dimensjoner. *"Det er kanskje en fordel at sertifiseringen har en lav terskel, så flest mulig kan benytte seg av den. Men for den bedriften som gjør det bra, kan dette føre til at de mister motivasjonen fordi de ikke får nok kredit for det de gjør."* Det "Hilde" mener med dette er at noen bedrifter har gode interne ordninger fra før og at sertifiseringskravene dermed blir så enkel at de ikke har nok å strekke seg etter. Det kan også gjøre at bedriftene ikke ser hvilken nytteverdi en slik sertifisering vil ha og at de derfor ikke klarer å sette i gang egne prosesser for å utnytte det potensialet som sertifiseringen har. På en annen side skaper en slik fleksibilitet større frihet til å spille ball, tolke og tilpasse kravene og gjøre tiltak de ellers ikke ville ha tenkt på. Det lokker frem kreativiteten hos de ansatte og man finner på tiltak som ikke står i kravspesifikasjonene. Videre sier "Hilde": *"Blir det som en tvangstrøye med alt for mye rapportering, tror jeg man mister litt gleden med sertifiseringen"* Alt for stramme rammer kan fort føles demotiverende, som igjen kan skape misnøye innad i bedriften. Det hun mener med dette er at det må være noen klare mål og retningslinjer, samtidig som at de ansatte får bidra i utformingen av verktøyet. Som nevnt, får "Hilde" inntrykk av at det er for lett å beholde Miljøfyrtårn-sertifikatet. Det er omstilling på mye og en lang vei å gå før man blir sertifisert, men når målet er nådd så må det være noen krav. Det er viktig å ha noe å strekke seg etter slik at man opplever fremgang i det man gjør. Hun legger til at det viktig å ha et godt belønningssystem slik at man får belønning for alt arbeidet som ligger bak. I tillegg er holdninger og tanker rundt sertifiseringsordningen en viktig del for å oppnå suksess. Videre sier hun at det er flere veier for å nå et mål men at veien dit må være åpen og fortolkningsbar. Hun mener at bedriftene må sette seg hårete miljømål, slik at de fortjener statusen som miljøbedrift.

---

<sup>32</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/bransjekrav2>, hentet 18.04.14

### 5.2.1. Mobilitet og transport

Noen av Miljøfyrtårns krav er rettet mot bedrifters fokus på miljø og tilrettelegging av fysisk aktivitet. I tillegg er det også krav som omhandler transport hvor det overordnede målet er å redusere CO2-utslipp og skape en bedre helse blant befolkningen. Miljøfyrtårn ønsker også at bedriftene skal ta miljøansvar ved å redusere bruken av forurensende transportmidler som fly og bensin-/dieseldrevne kjøretøy og øke bruken av kollektivtransport, miljøvennlige kjøretøy og sykling/gåing.<sup>33</sup>

*Krav id 28: Virksomheten skal sammen med de ansatte iverksette tiltak for å bruke mindre miljøbelastende transportmidler til og fra jobb som for eksempel å sykle, gå, reise kollektivt eller samkjøre.*

Som vi kan se av krav id 28, viser Miljøfyrtårn en fortolkningsmessig fleksibilitet ved å komme med eksempler på hvilke tiltak som kan gjøres og hvordan man kan kartlegge bruken av for eksempel reising. Miljøfyrtårn foreslår at man kan kartlegge bedriftens reiseomfang ved å lage en form for sjekkliste som ansatte kan forholde seg til. På denne måten kan man vurdere hvilket transportmiddel som er mest hensiktsmessig. Må vi reise? Kan dette gjennomføres via webmøte, telefonmøte, videokonferanse e.l.? Hvis dette må gjennomføres hva er det minst miljøbelastende transportmiddelet / beste organisering av transporten? På denne måten kan bedrifter unngå unødvendig reising, det er kostnadsbesparende for bedriften, det skaper økt effektivitet, i tillegg til at man sparer miljøet.<sup>34</sup>

”Hilde” sier at: ”Jeg tror det er lite fokus på det å få de ansatte til å gå eller sykle til jobben og det å tilrettelegge for det.” Hun mener det er for lite fokus på holdningsendring, spesielt i forhold til det å sykle til jobb. Holdningsendringer og det å få de ansatte til å skifte innstilling til for eksempel det å sykle istedenfor å bruke bil, mener ”Hilde” er noe av det vanskeligste. I tillegg til å tilrettelegge for sykling er det også andre små tiltak som må gjøres for å bli mer effektiv, samtidig som at man sparer miljøet. For eksempel at man tar bussen til møter, kutter ut unødvendige møter eller at man heller tar de på video. Uansett tror hun at holdningsendring ikke bare er det som er vanskeligst å endre, men også det som er det viktigste. ”Hilde” legger til at dette også er en kjent problemstilling der hun jobber. For å få de ansatte til å velge andre fremkomstmidler enn bil, har ”Halten as” valgt å øke avgiften på bedriftens parkeringsplass. Dette viser at

<sup>33</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/bransjekrav2>, hentet 18.04.14

<sup>34</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/bransjekrav2>, hentet 18.04.14

bedriften bygger praksiser for å regulere bruken av bil som fremkomstmiddel. Fortsatt er det noe de ansatte har råd til, men de begynner å vurdere om de vil ta den kostnaden eller gå for en mer miljøvennlig løsning.

I tillegg til en holdningsendring, må også det praktiske aspektet være på plass for at de ansatte skal kunne utvikle et bruksmønster og bruke sykkel i det daglige. I henhold til Miljøfyrtårn er det også et krav at bedriftene skal utarbeide retningslinjer for å hindre unødvendig reising, og velge de mest miljøvennlige transportløsninger. Noen av tiltakene kan være gratis busskort, tilby gode og sikre sykkelparkeringsplasser og ha tilgjengelig dusjfasiliteter på jobben. Ved å tilrettelegge for sykkelparkering, dusj og garderobe opplever de ansatte en viss komfort med å sykle og flere av bedriftene har merket en økning i antall syklist. Flere har valgt å la bilen stå og heller gå for en mer miljøvennlig fremkomstmiddel. I tillegg til ulike tiltak, har Miljøfyrtårn kommet med forslag på hvordan man kan lage retningslinjer ved å enkelt kartlegge bedrifters totale reiseomfang.

Tidligere studier viser at en balanse mellom fleksibilitet, faste rammer og brukere med riktig handlingskraft, er avgjørende for om en standard holdes vedlike. Verktøyets fleksibilitet gjør det mulig for brukerne å skape ulike fortolkninger, samtidig som at Miljøfyrtårn viser et sett med bransjekrav for å holde brukerne innenfor rammene. (Timmermans & Epstein, 2010) Miljøfyrtårn er fleksibelt, men ved å ha noen krav som bedriftene må oppfylle, så blir det vanskelig for de ansatte å gjøre tiltak som spriker med bedriftens verdier og opprettholder en viss standard mot et felles mål, å skape en mer miljøvennlig arbeidsplass. Denne balansegangen ser ut til å være en medvirkende årsak til at Miljøfyrtårn har blitt en suksess.

### 5.3. Hvem har ansvaret?

Når brukerne har tilegnet seg nok kunnskap om sertifiseringsordningen og gitt det meningsinnhold, kan verktøyet få sin naturlige plass og blir anvendt på lik linje med andre verktøy i bedriften. Verktøyet blir usynliggjort og ingen setter lengre spørsmålsteget ved dens tilstedeværelse. For å komme dit, må de som har ansvaret for implementeringen sørge for å videreformidle denne kunnskapen og engasjere de ansatte slik at det ikke blir som en tvangstrøye og et verktøy de bare må forholde seg til. Hvem er det som har ansvaret for at verktøyet blir integrert og tredd i kraft? Konsulenten? De ansatte? Lederne?

Arne” mener at det er den enkelte leder sitt ansvar å skape en bevissthet rundt sertifiseringen og sørge for at de ansatte blir kjent med nye rutiner og

målsetninger. Det å involvere de ansatte i prosessen og sørger for en god informasjonsflyt har vært avgjørende for at sertifiseringen skal få sin naturlige plass i bedriften. Som nevnt tidligere var "Agdenes as" tidlig ute med å involvere de ansatte. Lederne på hver avdeling sørget for god og tilstrekkelig informasjon om verktøyet og tiltakene ble godt dokumentert slik at de ansatte kunne se hvilken effekt det hadde. I et kognitivt aspekt, gir sertifiseringen mening til de ansattes hverdag, de har lært betydningen av sertifiseringen og ønsket å videreformidle dette til omgivelsene som kan påvirke effekten av sertifiseringen og bedriftens resultater.

I lov om offentlige anskaffelser blir de bedt om å ta hensyn til miljø ved offentlige anskaffelser. Gjennom en effektiv ressursbruk skal forskriftet bidra til økt verdiskapning i samfunnet.<sup>35</sup> På bakgrunn av dette ønsket "Agdenes as" at leverandørene skulle ha større fokus på miljø ved levering av kontormøbler. De krever derfor at leverandørene tar med seg emballasjen hjem fordi de ikke vil ha dette på sin avfalls statistikk. Dette fører til at leverandørene blir mer bevisst på at de ikke trenger å emballere så mye. Med dette viser de at det ikke er kun lederne sitt ansvar å skape endring, men at ytre faktorer kan føre til endring, som for eksempel mindre avfall som vi har sett her.

Som nevnt mener "Hilde" at Miljøfyrtårn er enkle grep i forhold til andre sertifiseringsordninger, men legger til at det også er et ledelses spørsmål i forhold til hvorvidt det blir implementert og innarbeidet nedover i organisasjonen. *"Har man en sterk ledelse som setter tydelige miljø mål for organisasjonen og implementerer rutiner og måten å gjøre det på, så vil det være en suksess. Tenker jeg."* "Hilde" påpeker videre at alle tiltak er positivt og at det viktigste er ikke å ha et sertifikat i hånden, men at du faktisk gjør det. Ved å ha en slik sertifiseringsordning, hjelper det bedrifter å nå sine interne mål og være en slags pådriver. Dette er et rammeverk og en metode for å oppnå bedre miljøforvaltning. Mange bedrifter trenger den siste dytten for å komme i gang.

"Elin" er enig i at det er den enkelte leder sitt ansvar å motivere de ansatte til å følge de retningslinjene som er satt i forbindelse med sertifiseringen. "Ellingråsa as" har ingen form for belønningssystem og vet ikke hvor mye hver enkelt gjør for å etterkomme sertifiseringskravene, men mener at alle gjør så godt de kan. Siden de jobber med miljørådgivning ut mot bedrifter, mener "Elin" at de ansatte har miljøaspektet plantet i bakhodet og på denne måten er det med i vurderingene når de tar sine valg.

---

<sup>35</sup> <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2006-04-07-402>, hentet 28.07.15

Til tross for dette var det vanskelig for ”Elin” å svare på hvor godt de ansatte jobber med å etterleve kravene til Miljøfyrtårn. Hvordan kan de da vite at Miljøfyrtårn er godt innarbeidet blant de ansatte? Her virker det som om ledelsen har hatt lite fokus på motivasjon. Uten et belønningssystem er det også vanskelig å vite hva som er godt nok. Alle har behov for å vite sitt forbedringspotensial og ha noe konkret å strekke seg etter. Uten et belønningssystem vil det alltid være noen som er mer engasjert enn andre. For meg virker dette som om de ikke har helt klart å utnytte potensialet som Miljøfyrtårn har. Som en miljøbedrift, har de følt at en miljøsertifisering har vært viktig for å vise kundene at de fokuserer på miljø innad i bedriften også. Noe sier meg at sertifikatet er viktigere enn gjennomføringen.

“Kjølnes as” er en IT-bedrift med fokus på å utvikle saksbehandlingsløsninger for bedrifter. “Kjølnes as” har valgt å ikke Miljøfyrtårn-sertifisere seg, men har heller valgt å gjennomgå flere av Miljøfyrtårns krav som de føler passer inn i bedriftens profil og verdier. De har konkludert med at de gjør alle aktivitetene som reelt påvirker miljøet. Når det kommer til i hvor stor grad det fokuseres på miljø innad i bedriften, varierer det fra ansatt til ansatt. I virksomhetsprinsippene står det at de skal ha en etisk forretningsførsel og et generelt samfunnsansvar, men det står ikke noe om miljø og det er heller ikke et krav. Gjennom intervju kom det fram at ikke alle hadde fått med seg at dette var et fokusområde. I og med at det ikke er et krav, så er det heller ikke satt i system. Er det mulig for bedrifter å gjøre nok uten å bli sertifisert?

Tidligere studier viser at manglende kunnskap, motstand fra brukerne og mangel på samsvar og tilpasning kan være årsaker til at et verktøy ikke blir domestisert (Timmermans & Epstein, 2010). Kan noen av disse påstandene være en medvirkende årsak til at noen bedrifter velger å ikke sertifisere seg?

Som mine informanter har påpekt, er rutiner, informasjonsflyten og kontrolleringsverktøy noe av det som kan avgjøre implementeringen nedover i bedriften. Det er kanskje mulig å gjøre nok uten å sertifisere seg, men da trenger man noen i bedriften som vet hva som skal til for å oppfylle de ulike kravene, gode interne verktøy og en ledelse som sørger for at de interne rutinene blir fulgt opp. Så lenge ikke alle har fått med seg at miljø er et fokusområde, så har de en lang vei å gå før de kan kalle seg en miljøbedrift.

Det er ikke bare de interne systemer bedriftene er avhengige av for å kunne ta miljøvennlige valg. Som nevnt tidligere har Miljøfyrtårn delegert sertifiseringsmyndigheten til kommunene. For å bli Miljøfyrtårn-sertifisert er bedrifter dermed avhengig av at kommunen er en godkjent

Miljøfyrtårnkommune. Målet med å sertifisere kommunene er å skape lokale klimamålsettinger og en effektivisering av energibruk, avfall, transport og HMS.<sup>36</sup> Bedriftene tilpasser verktøyet med utgangspunkt i eksisterende systemer og praksiser som styrer eller regulerer bruken av nye og allerede eksisterende miljøtiltak. Disse ytre faktorene kan påvirke bedriftenes beslutningstaking og implementeringen av ny kunnskap eller verktøy. Et godt eksempel på dette er avfallshåndteringen i kommunene. Stort sett over alt er det avfallsstasjoner som skiller mellom papp, plast og restavfall. Dette har på lik linje med interne systemer ført til at vi sorterer avfall og at vi blir styrt i en retning som er blitt en naturlig del av hverdagen. Dette sørger også for at verktøyene får sin naturlige plass i omgivelsene og er innarbeidet av brukerne. Utbygging av sykkelveinettet, regulering av biltrafikk og trygghet på veien er noen av tiltakene som kan avgjøre for om sykling som et transportmiddel til og fra jobb, blir domestisert eller ikke. Er det ikke lagt til rette for trygg ferdsel i trafikken, kan dette være avgjørende for om de ansatte sykler eller ta bilen.

Som vi kan se, viser domestiseringsprosessen at et verktøy som Miljøfyrtårn kan endre innhold fra bedrift til bedrift og at det skjer ulike endringer mellom verktøyet og aktørene som skal bruke det. Sørensen viser at det ikke er en lineær prosess, men at kunnskapen eller teknologien stadig endrer form og meningsinnhold og at brukerne kan tilpasse og fortolke det slik at det integreres inn i hverdagslige rutiner (Sørensen, 2005). Det er flere utfordringer som følger med en slik sertifisering og det å bruke tid på de ansatte, lytte og engasjere, involvere de i prosessen og skape gode rutiner har visst seg å ha stor betydning for hvor godt et slikt verktøy blir implementert. Til tross for uenigheter om hvorvidt en slik sertifisering er noe man behøver, så har det vist seg at flere har opplevd bedre arbeidsmiljø og fått ideer til hvordan man kan skape nye og bedre løsninger.

Som nevnt er Miljøfyrtårn-sertifiseringen utformet slik at alle bedrifter kan sertifiseres. Den gir mulighet for at de ansatte kan sette seg realistiske mål og samtidig at det kan gi dem noe å strekke seg etter. På grunn av Miljøfyrtårn-sertifiseringens fleksibilitet, er det da mulig at verktøyet kan lukkes og stabiliseres? Har brukerne en felles forståelse av hvorfor man skal sertifisere seg, hva man skal bruke den til og hvordan man skal ta i bruk et slikt verktøy? Miljøfyrtårn har sørget for at det ikke er en måte å gjøre ting på, men at bedriftene kan skape sine egne fortolkninger av verktøyet. Man kan se på sertifiseringen som en oppskrift som må følges for å bli en miljøbedrift. De forskjellige kravene er ingrediensene i Miljøfyrtårn og alt må blandes sammen før man får ønskede resultater, altså selve sertifikatet. Hver bedrift har

---

<sup>36</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/images/Profilering/Miljofyrtarnkommune.pdf>, hentet 06.05.2014



forskjellig utgangspunkt og dermed vil innhold og form variere og resultatene vil dermed være forskjellige. Dette viser at det finnes ingen begrensninger og de ansatte kan leke med kreativiteten. Det er variasjoner i sertifiseringen som gjør at bedriftene kan skape et verktøy som passer for å møte de interne miljøutfordringene de står ovenfor. Både sykkel, skype, video, el-bil er miljøvennlige tiltak som flere av bedriftene allerede benytter seg av. Det er ingen av Miljøfyrtårns bransjekrav som krever dette, men noe bedriftene selv har valgt å anskaffe. Det satses mer på bærekraftig mobilitet og fortolkninger gir rom for at nye elementer kan skape en forlengelse av eksisterende systemer. Så lenge Miljøfyrtårn skaper en forandring hos bedriften, så er måten de har valgt å tolke og tilpasse verktøyet, perfekt for dem.

Det er som nevnt 4650 Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter i dag og dette tallet ser ut til å være stigende. Hva er årsaken til at de har valgt å sertifisere seg? Det kan være ulike årsaker til dette, alt fra konkurransefortrinn, spare penger på sikt, spare miljøet eller bare har det for å skape et bedre image blant brukere og leverandører. Jeg har vist hvordan miljø, bransje, ansatte og andre interne faktorer gjør at verktøyet forandrer meningsinnhold og at det settes i gang ulike prosesser på bakgrunn av dette. Bedrifter har gjerne forskjellig formål og utgangspunkt for anskaffelsen, men det er hvordan de velger å bruke det som er avgjørende for om det blir vellykket eller ikke. Det å bli en Miljøfyrtårn-sertifisert bedrift krever som nevnt en omstilling på mye. Det å lage nye verktøy og rutiner er ressurskrevende og en ekstra kostnad for bedriften. Det er ikke noe som blir implementert over natten og det må gjøres en god innsats innad for at det skal bli domestisert i alle ledd. Til tross for at det ser bra ut på papiret, må det ligge noe mer bak det for at bedrifter tar seg bryet til å bli sertifisert. Alle bedrifter er avhengig av å gjøre tiltak som er lønnsomme. Noen form for effekt må det ha, siden antall sertifiserte bedrifter bare øker.



## 6. HVA HAR SERTIFISERINGEN BIDRATT TIL?

Miljøproblematikken er noe som berører alle. Det kreves at bedriftene tar ansvar og myndighetene prøver til stadig å oppfordre bedrifter til å innføre miljøstrategier. Miljøfyrtårn-sertifiseringen er blitt en ettertraktet sertifiseringsordning og flere og flere hiver seg på bølgen og sertifiserer sin bedrift. Bedriftene har ulike utgangspunkt og ulike forutsetninger når Miljøfyrtårn skal implementeres. På grunn av ordningens fleksibilitet er det flere veier å gå for få ordningen implementert i bedriften. Ledelsen har en viktig jobb, da det er de som legger føringen for at de ansatte ser på verktøyet som en naturlig del av arbeidshverdagen. Som vi har sett fra tidligere, er det delte meninger om hvor mye bedriftene har spart og det er vanskelig å måle effekten av sertifiseringsordningen. Hva er egentlig effekten av en slik sertifisering og skal Miljøfyrtårn få ærend for bedriftenes interne endringer?

Ved å benytte et domestiseringsperspektiv er det også mulig å beskrive hvorfor noe ikke domestiseres. Før vi vurderer hva sertifiseringen har bidratt til er det i den forbindelse interessant å se på bedrifter som har valgt ikke å sertifisere seg. Ved å se på de sosiale og materielle prosessene som muliggjør eller vanskeliggjør innhenting og bruk av klimakunnskap, kan man få en indikasjon på hvorfor noen har valgt å frastå og hva som gjør at noen foretrekker andre løsninger. Det at Miljøfyrtårn-sertifiseringen er åpen og fleksibel, kan være avgjørende for om en bedrift velger å sertifisere seg eller ikke. Flexibiliteten medfører at Miljøfyrtårn kan tilpasses bedriften uansett utgangspunkt den har. Hver enkelt bedrift kan skape sine meninger eller bedrive meningsskaping om ordningsverktøyet og hvilken betydning dette vil ha for bedriften og utvikler verktøyet slik at det passer inn i bedriftens verdier, handling og struktur.

Som nevnt innledningsvis, har jeg intervjuet både Miljøfyrtårn-sertifiserte bedrifter og bedrifter som ikke er sertifiserte, men som allikevel ser på seg selv som en miljøbedrift med interne miljøkrav. De er av ulike bransjer, men likhetstrekkene er at alle er opptatt av miljø og det å ta samfunnsansvar. Allikevel så velger noen å ikke sertifisere seg. Hva kan årsaken til dette være?

For "Halten as" har Miljøfyrtårn-sertifisering aldri vært et alternativ. "Hilde" synes det er vanskelig å påpeke hvorfor det er slik, men at det kan ha noe å gjøre med det inntrykket de sitter igjen med og status i forhold til de andre ordningene som finnes.

*Miljøfyrtårn er vel ikke så vanskelig å oppfylle? Ellers så er ambisjonene litt lave. Jeg tror det er mange som har sertifikatet bare for å vise andre*

*at de har det og at det gir et godt image på en måte. Jeg har inntrykk av at det er litt for enkelt. Har du aldri vært sertifisert og får den, så er den kanskje ikke det. Men den videre prosessen, så er det kanskje for lett å beholde den.*

Med sin erfaring som miljø-rådgiver har ”Hilde” i ”Halten as” god kunnskap om ulike sertifiseringsordninger og sett hvordan bedrifter bruker det i praksis. Hun får inntrykk av at andre sertifiseringsordninger veier tyngre enn Miljøfyrtårn. Hun har sett hvordan andre sertifiseringer krever en omfattende dokumentasjon i alle ledd før sertifikatet eventuelt innfris. Det må dokumenteres i form av møter, forklare de ulike tiltakene og beskrive når det ble gjort og hvem som gjorde det. Det må også legges ved dokumentasjon som kan verifisere dette. ”Hilde” mener at Miljøfyrtårn bør stille høyere krav til dokumentasjon, rapportering og eventuelt krav til målbare mål slik at fremgangen i bedriften blir mer synlig. Til tross for dette ser hun at Miljøfyrtårn er et positivt tiltak og at det skaper en holdningsendring, spesielt for bedrifter som mangler en form for miljøstyring og som aldri har vært sertifisert før. ”Hilde” ser for seg at ”Halten as” blir sertifisert på sikt, men på grunn av den kompetansen de ansatte har, kommer de til å velge en annen sertifiseringsordning og ta initiativ til egne miljøstyringsprosesser.

”Kjølnes as” er også en bedrift som har valgt å ikke sertifisere seg men heller ta for seg de kravene som passer best for dem. For ”Kjølnes as” har bakgrunnen for dette også vært et kostnadsspørsmål. I og med at de er tjenesteytere og ikke en produktbedrift, har de ikke opplevd at det har hatt betydning i anbudsrunder. Dermed er det ikke like stor konkurranse om de store tilbudene. I tillegg følte ”Kjølnes as” at konsulenten fra Miljøfyrtårn var mer opptatt av å selge et produkt med fokus på raskest og billigst gjennomføring og ikke på hvordan de kan være med å bedre miljøet og skape en forskjell. I det symbolske aspektet klarte dermed ikke ”Kjølnes as” å se betydningen av det å sertifisere seg. Kan konsulenten være skyld i dette? Konsulenten har ansvar for å vise hvordan Miljøfyrtårn kan skape endringer og verdier ved bruk av konkrete miljøstyringsprosesser. Det kan se ut som at ”Kjølnes as” har fått for lite informasjon og dermed ikke har nok kunnskap om produktet og dets hensikt, noe som har ført til at verktøyet ikke har fått innpass i bedriften.

Derimot, så er de Miljøfyrtårn-sertifiserte bedriftene, godt fornøyd med sertifiseringsordningen. ”Arne” forteller at:

*Miljøfyrtårn er ganske omfattende. Det er ganske strukturert og ordentlig. men så fort det settes i system, så er det ikke så arbeidskrevende som man tror. Da er man tilbake på motivasjon. Er arbeidet med å tilfredsstille*

*kravene for å bli sertifisert så omfattende og dermed også kanskje for kostbart, at man ikke vil velge å sertifisere seg? Noen vil kanskje oppleve det slik, men så lenge man skal ha igjen på kostnadssiden, altså lavere kostnader, og klarer å se en sammenheng her, så er ikke det noe problem.*

Med dette sier ”Arne” i ”Agdenes as” at det er en krevende prosess frem til man har sertifikatet, men så fort det er implementert nedover, så går mye av seg selv og det blir en del av bedriftens daglige rutiner. En av målsetningene til ”Agdenes as” er at de skal være en samfunnsbevisst virksomhet. Med Miljøfyrtårn kan de dokumentere at de har fokus på dette. Det er mange krav som skal innfris, men i ettertid så ser de at det er verdt det fordi de sparer miljøet og sparer penger. ved hjelp av motivasjon, tilrettelegging og tvangsstyring, har de klart å implementere verktøyet nedover i bedriften og de ansatte ser hvilken effekt dette har hatt.

## 6.1. Et konkurransefortrinn?

Som nevnt i forrige kapittel, har bedriftene ulike grunner for å sertifisere seg. Bedrifter, leverandører og kunder stiller høyere krav til dokumentasjon og ønsker ikke å assosieres med noen som ikke tar miljøansvaret på alvor. Selv om det er flere bedrifter som satser på miljø, så må de kunne legge fram en form for dokumentasjon på dette. Et miljø sertifikat er et bevis på at miljø blir satset på og flere bedrifter opplever at dette har betydning også i anbudsrunder.

”Sula as” valgte Miljøfyrtårn fordi de føler at det er den sertifiseringsordningen det snakkes mest om. I tillegg stiller de fritt til å ha egne systemer, og allikevel dekke alle miljøkrav. Det er vanskelig å måle effekten av sertifiseringen, men de mener at det totale bildet er viktig for bedriften. At de har gode systemer som inkluderer miljø, HMS, kvalitet og gjennomføring. For deres del hadde det ikke vært et alternativ å ikke Miljøfyrtårn-sertifisere seg. Grunnen til det er at de opplever at sertifiseringen er såpass etablert i markedet at selve merkenavnet er viktig å ha.

*På offentlige anbud er det en del miljø-krav og det å ha Miljøfyrtårn-sertifisering er et lite trumf-kort i forhold til alt som har med miljø å gjøre. Har du Miljøfyrtårn-sertifiseringen slipper du mye av den tilleggs dokumentasjon du egentlig må ha hvis du ikke har den sertifiseringen. For vår del, som har den størrelsen vi har, så er det nesten slik at det tvinges frem. Hvis ikke må en dokumentere i det vide og brede i hvert eneste anbud egentlig.*

”Sindre” nevner videre at “Sula as” ofte er i konkurranse med andre bedrifter og de ser at et slikt sertifikat er helt nødvendig for å kapre kunder. En dokumentasjon på bedrifters interne miljøstyring må legges frem og med sertifikatet så slipper de å bruke så mye tid og ressurser på denne biten. Selve beviset er ofte nok, da de fleste vet hva Miljøfyrtårn står for. Dette poenget illustrerer godt den symbolske dimensjonen. De ser hvilken betydning sertifikatet har i konkurransen mot andre bedrifter og på denne måten har verktøyet også gitt ny mening til de ansatte.

Energiråd Innlandet er et kompetansesenter innen riktig og bærekraftig energibruk. De viser til at sertifiserte bedrifter sparer driftsutgifter ved å ha fokus på miljø ved blant annet reduserte innkjøps- og avfallskostnader og redusert energibruk. De mener at en dokumentert miljøprofil og miljøvennlig drift blir stadig mer etterspurt. Ved å vise samfunnsansvar kan dette også gi konkurransefortrinn i et trangt arbeidsmarked.<sup>37</sup>

I flere bransjer, spesielt innen bank og finans, bygg og anlegg bransjen, forteller informantene at det er stor konkurranse om de beste avtalene og det er gjerne millionbeløp som står på spill. Kunder og leverandører stiller høyere krav til bedrifters miljøtiltak og det stilles krav til dokumentasjon. I anbudsrunder kan et slikt sertifikat være avgjørende for om man er med videre i konkurransen eller ikke. Etter en gjennomgang av mine intervjuobjekter virker det som at hovedgrunnen for å sertifisere seg er å bruke sertifikatet som et konkurransefortrinn. Dette viser at formålet for å anskaffe seg et slikt sertifikat er styrt av markedet og dets forventninger til at bedrifter viser samfunnsansvar. ”Arne” forteller at: *”Vi er veldig samfunnsorientert, så det er klart at det teller positivt det at vi tenker på miljøet. Men i hvilken grad ovenfor kundene er vanskelig å si.”* I hvor stor grad miljøaspektet er avgjørende i anbudsprosessen er vanskelig å måle, men det ”Arne” sier er at man blir diskvalifisert om man ikke kan dokumentere bedriftens miljøsyn. Hvilke faktorer kunden vektlegger og hvor stor betydning Miljøfyrtårn-sertifiseringen har, er forskjellig fra kunde til kunde.

“Kjølnes as” har på sin side ikke opplevd at sertifiseringen er viktig for å vinne fram i anbudsrunder og på bakgrunn av dette har de valgt å ikke sertifisere seg. Så fort de ser at de mister anledning til å gi tilbud, kommer de til å gå igjennom denne prosessen. I mellomtiden har “Kjølnes as” utarbeidet en tekst som de

---

<sup>37</sup> <http://archive-no.com/page/1222671/2013-01-23/http://www.energirad-innlandet.no/om-energirad-innlandet/62-miljofyrtarn-sertifisering-av-virksomheten>, hentet 15.11.14

bruker som dokumentasjon på bedriftens miljø tiltak. De har hovedfokus på sentral beliggenhet, lett tilgang til kollektiv trafikken og avfallsordninger. Det varierer litt hva det står i teksten alt etter hvilken sammenheng det skal brukes i. De påpeker videre at produktbedrifter har større nytte av det enn tjenesteytere fordi de må dokumenter mer. Miljøfyrtårn-sertifiseringen derimot er såpass kjent for de fleste og da er sertifikatet tilstrekkelig nok som dokumentasjon.

## 6.2. Bevisstgjøring blant de ansatte

I domestiseringsprosessen kan mennesker og deres sosio-tekniske relasjoner endre seg alt etter som hvordan teknologien tolkes og brukes. Miljøfyrtårn-sertifiseringen er et godt eksempel på dette. Hver bedrift har en "ramme" å forholde seg til, men innholdet kan variere etter hvordan bedriften tolker rammene som er satt og bakgrunnen for sertifiseringen. Noen har valgt å sertifisere seg på grunn av konkurransefortrinn, mens andre har større fokus på å skape bedre arbeidsmiljø og på den måten være et attraktivt forbilde. Dette kan også påvirke hvordan bedriftene tilrettelegger for de ulike kravene og hvilke krav som får større fokus enn andre.

Selve Miljøfyrtårn-sertifiseringen er et verktøy som ikke kan fungere uten at menneskene gir den meningsinnhold. Type bransje, størrelsen på bedriften, de ansatte og kulturen, gjør at alle har forskjellig utgangspunkt som igjen gjør at verktøyet blir brukt forskjellig. Dette viser med all tydelighet hva Sørensen mente når han sa at domestisering ikke er en lineær prosess, men påvirkes av det brukerne gjør med teknologien og kunnskapen som tilegnes (Sørensen, 2005).

Når en bedrift velger å Miljøfyrtårn-sertifisere seg, har de en relativt lang vei å gå før de har sertifikatet i hånden. I tillegg til at de skal bygge nye verktøy og implementere nye rutiner og retningslinjer, er man også avhengig av å få med seg de ansatte. Informantene var enige i at ledelsen har et ansvar for at de ansatte får den rette informasjonen, at de forstår hvorfor en slik sertifisering er nødvendig og ikke minst være med å skape en holdningsendring slik at verktøyet blir effektivt implementert. "Kjølnes as" innførte returstasjoner som gjorde at de ansatte måtte reise seg for å kaste søppel. De hadde ingen prosess rundt dette og flere følte misnøye rundt denne ordningen. Hvis det blir innført nye rutiner over natten uten at de ansatte får en stemme med i laget, kan det fort føles som om ordningen blir en tvang og at noe blir tredd nedover hodet på de ansatte. Slik kan det være for alt man ikke har fått vært med å påvirke. På en annen side, har dette ført til at de ansatte må tilpasse seg de nye rutinene på lik linje med andre rutiner bedriften har innført. Her kan man se at verktøyet har

ført til en holdningsendring hvor de ansatte blir tvunget til å sortere søppel og tilpasse seg rutinene rundt dette.

Det å skape mening knyttet til sertifiseringsordning innebærer at bedrifter ser verdien av en slik sertifisering. Til tross for at “Kjølnes as” har valgt å ikke sertifisere seg, så har det skjedd en holdningsendring og de har enda større fokus på miljø nå enn før. De har hentet inspirasjon fra Miljøfyrtårn til å sette i gang egne tiltak og ved å bevisstgjøre de ansatte til å ha fokus på miljø i sitt daglige arbeid. Som vist har “Kjølnes as” blant annet et fokus på avfallssortering, miljøvennlige transportløsninger, fokus på bedre helse ved å oppfordre til fysisk aktivitet og tar i bruk ulike teknologiske løsninger for å begrense reisevirksomheten. I og med at det er blitt større fokus på miljø i anbudsrunder, må “Kjølnes as” uansett ha en form for dokumentasjon som viser bedriftens miljøtiltak.

For “Ellingråsa as” sin del, kan det se ut som at de ikke har hatt behov for å gjøre noe ekstra for å motivere de ansatte. På grunn av deres ekspertise på området, er det å tenke på miljø alltid noe som er med i vurderingene til den enkelte. Miljøfyrtårn har derimot hjulpet dem til å skape en bevissthet i forhold til effekten av å ha en form for miljøstyring. Ved å sette det i system, så kan de bedre se hvilke resultater dette gir og samtidig bruke sin erfaring når de er ute hos kunder.

Det kan være vanskelig å si om det har skjedd en holdningsendring på grunn av ordningen. Det synes som om blandingen mellom ordningen og et generelt større fokus på miljø både i husholdningen og i bedriften har vært utslagsgivende for effekten av miljøtiltak. Ordningen har nok vært en viktig drahjelp for mange som har hatt et ønske om å vise miljøfokus, men som ikke har visst hvordan de kan bidra. Her kan vi se at det kognitive aspektet ved sertifiseringen kommer inn. Informantene viser at det har skjedd en endring i de ansattes tankemåte og holdning som gjør at de ikke lengre tenker over at de bruker verktøyet. Det føles meningsfylt, det er innarbeidet over tid og handlingene ligger i underbevisstheten. Miljøfyrtårn sørger også for at tiltakene bedriftene har innført, blir kontrollert gjennom rapporter og individuelle måloppnåelser. Det at man vet at de tiltakene som gjøres blir dokumentert, er en kontinuerlig påminnelse og en motivasjonsfaktor for å gjøre det bedre. Ytre påvirkninger fra stat og kommune kan også ha innvirket til denne endringen. Gjennom media og statlige reguleringer blir vi stadig påminnet om det symbolske, og viktigheten av å tenke på miljø og da kan det skje en automatisk endring i brukernes praksiser og tankesett som igjen gjør at den domestiseres.



### 6.3. Verktøy for helse- og miljøengasjement

Transport og mobilitet er som nevnt et fokusområde blant bedriftene. I tillegg til at Miljøfyrtårn-sertifiseringen stiller krav til dokumentasjon i den årlige miljørapporten kan også ytre faktorer ha bidratt til denne utviklingen. Utbygging av veinettet, flere sykkelveier og bomstasjoner er noen av tiltakene som gjør det mulig å vurdere alternative løsninger. Samtidig er Miljøfyrtårn-sertifiseringen der som en påminnelse for å øke fokuset enda mer. Dette gjør at bedriftene ser på dette som et satsingsområde og en mulighet for å skape bedre miljø blant de ansatte.

Både “Ellingråsa as” og “Kjølnes as” er med på noe som heter ”Sykle til jobben”. ”Sykle til jobben” er en tradisjonsrik aksjon som skal få mennesker i bedre form. Ved å melde seg på er man med i en konkurranse enten alene eller som et lag. Når man deltar på dette, loggføres både sykkelturner og andre fysiske aktiviteter og man kan følge hvilken utviklingskurve man har hatt siden oppstart.<sup>38</sup>

I forbindelse med verktøyet har “Ellingråsa as” tatt dette et steg lengre og brukt sin kompetanse til å utvikle en programvare hvor de ansatte kan føre opp hvor mye de sykler. I tillegg er dette en programvare de presenterer for sine kunder. “Ellingråsa as” viser at fleksibiliteten i verktøyet har åpnet opp for nye muligheter, hvor de ansatte bruker sin kreativitet og videre fortolker bruken av sertifiseringsordningen og skaper et produkt som både er til nytte for de ansatte og for kunder. ”Elin” sier at det er flere grunner til at de har fokus på dette. *”Vi lærer våre kunder å spare energi, så da må vi prøve å gjøre det selv også. Selv om det ikke monner like mye om vi sykler til jobben eller ikke, så er det uansett en måte å bidra på”*. Her kan vi se det praktiske aspektet ved å bruke sykkel som fremkomstmiddel. Her er det bygd flere praksiser knyttet til sykling og ved å delta på ”sykler til jobben” har man også skapt en ramme rundt dette, som gjør at sykling er blitt en rutine.

I tillegg til sykling, har “Ellingråsa as” et aktivt bedriftsidrettslag som arrangerer ulike aktiviteter. Noe av det som har fått positive resultater er blant annet måling av CO2 opptak som brukes for å teste formen blant de ansatte. Etter en stund tester de formen på nytt for å se om det har skjedd forandringer. Dette i tillegg til konkurranser mellom byene som går på hvor mye de ansatte sykler eller går til og fra jobb og på fritiden, har ført til bedre arbeidsmiljø og en mer sammensveiset gjeng. Uansett om dette er på bakgrunn av mobilitets krav i

---

<sup>38</sup> <http://www.sykletiljobben.no/p/8746/om-aksjonen>, hentet 28.07.2015

Miljøfyrtårn, kan man se at slike prioriteringer lønner seg. Som ”Elin” nevnte tidligere har de ingen form for belønningssystem eller at de kontrollerer at de ansatte velger sykkel, fremfor bil eller video fremfor reising. *”I og med at vi jobber med det vi gjør, så har på en måte folk sånt plantet i bakhodet.”* ”Elin” tenker at dette er naturlig med i vurderingene som de ansatte gjør i det daglige. Uansett er tiltak som ”Sykle til jobben” en form for motivasjon og et belønningssystem i seg selv.

“Kjølnes as” er også opptatt av fysisk aktivitet og sykling har størst fokus. Flere av de ansatte er med i ”Sykle til jobben” i tillegg til at bedriftsidrettslaget tar ulike initiativ. ”Kari” forteller at *”Vi prøver å stille pent med sykklistene. Det er jo en del som sykler aktivt i bedriftsidrett og slikt, og de har prøvd å få med flere. Det hender at de er en gjeng som drar på tur.”* ”Kari” nevner at det er viktig for bedriften å ta vare på de som sykler og at de har mulighet til å påvirke avgjørelser som tas i forbindelse med flytting av lokalet. Da de skulle flytte gjorde “Kjølnes as” en undersøkelse for å finne ut hvor mange som sykler til jobb. Det er ikke alle som er vintersyklister, men de estimerte at ca. halvparten gikk eller syklet til jobben og resten tok kollektiv. På bakgrunn av dette ble det bestemt at de skulle fortsette å ha en sentral beliggenhet. Videre påpeker ”Kari” at: *”Når det gjelder til og fra jobb skal vi være plassert slik at det er lett å ta kollektiv eller gå og sykkel. Det skal være god tilgang til sykkelgarderobe, sykkelparkering og vi tilbyr ikke parkeringsplasser. Så folk må selv stå for leie av parkeringsplasser”.* Sykkelgruppa var tidlig involvert når bygget skulle tilrettelegges for syklister. De var delaktig i diskusjonen rundt garderobeløsninger, sykkelparkering og adkomst til bygget. På denne måten har ledelsen inkludert de ansatte slik at flere føler at miljøet er skapt og tilrettelagt for alle. Selv om “Kjølnes as” ikke er Miljøfyrtårn-sertifisert, mener ”Kari” at miljøfokus er et ansvar en må ta og at det derfor er blitt prioritert. Hver og en gjør de valgene som føles naturlig i tillegg til at de har noen miljøforkjempere som til stadig ser nye muligheter som de kan bidra med.

### 6.3.1 Registrering – synliggjørende og motiverende

”Hilde” mener at det ikke holder å ”stole” på at de ansatte tar riktige valg i forhold til miljø og mener det derfor er viktig å registrere all form for aktivitet. *”Det er jo for å ha en viss formening om hvordan man ligger an. På denne måten vet man hvilke målbare mål man skal sette seg, hvordan man skal komme seg dit og om man har klart å nå målene eller ikke”* Det å registrere aktivitet eller andre tiltak uansett om det er å benytte kollektivtrafikk eller om man er med på ”sykle til jobben”, mener ”Hilde” er en motivasjonsfaktor og ved å

kunne vise til konkrete resultater er det lettere å nå målet man har satt seg. For selv om man føler at man har blitt flinkere til å ta buss, så er det vanskelig å gi en indikator på hvor flink man egentlig er. Videre sier hun at det er vanskelig å gi det lille ekstra uten å se hvilken fremgang dette har. Kan Miljøfyrtårn-sertifiseringen som verktøy bli domestisert om det ikke kan hentes ut tall som sier noe om fremgang og bruken av verktøyet? En ting er hva man sier, en annen ting er hva man gjør. Systemet endrer seg hele tiden, men for å gjøre dette må man ha noen konkrete tall som sier noe om hva de kan bygge videre på for å tilpasse den enkelte bruker.

“Agdenes as” har laget et system hvor de ansatte må registrere antall kjørte kilometer per destinasjon. På denne måten kan de bruke dette systemet for å hente ut tallene som skal inn i den årlige Miljøfyrtårn rapporten. I og med at dette er en del av handlingsplanen til Miljøfyrtårn, får “Agdenes as” kartlagt hvor mye kostnader bedriften har redusert med og hva det utgjør i CO2 utslipp. I tillegg til at sertifiseringen gjør at bedriftene selv setter i gang ulike tiltak, så har den også andre effekter, blant annet en miljøeffekt. Sykling handler ikke bare om å være et fremkomstmiddel og en treningsform, men også å spare miljøet for CO2 utslipp. På denne måten kan man se det symbolske aspektet ved sykling hvor de ansatte har gitt sykkelen en ny mening. Selv om sykkel kanskje ikke har så stor effekt på miljøet, så handler det like mye om følelsen man får ved å velge sykkel fremfor bil. Følelsen av å være miljøvennlig blir større og den følelsen får de ansatte også internt når de ser hvilke resultater sertifiseringen gir.

På lik linje med de andre bransjekravene er det også viktig at de ansatte forstår hensikten med å fokusere på mobilitet og transport. Spørsmålet er hvorvidt det må være en form for frivillig tvang slik at de ansatte ikke føler de blir presset til å gjøre noe de ikke vil? Som nevnt tidligere blir man allikevel presset av samfunnet til å skape en holdningsendring. Økt fokus på helse, kosthold og det å være i fysisk aktivitet er noen av årsakene til at det har blitt slik. Miljø og helse er to faktorer som henger godt sammen. Ved økt helse, skaper man trivsel på jobb, mindre sykefravær i tillegg til at man da velger de transportløsningene som skåner miljøet.

En av de bedriftene som har hatt størst nytte av Miljøfyrtårn-sertifiseringen er “Sula as”. Når de først måtte dokumentere tiltak i forbindelse med sertifiseringskravene, fikk de øyne oppe for å gjøre andre tiltak, og da ble sykling et naturlig valg. De har blant annet utviklet en sykkelgruppe som skal bidra til at flere velger sykkel framfor å kjøre bil til jobb. I tillegg har de valgt å involvere kunder og leverandører ved å arrangere sykkelkvelder. Dette viser det kognitive aspektet ved bruken av verktøyet, hvor relasjonen mellom verktøyet

og brukeren blir brukt utenfor bedriften og av andre. På denne måten vedlikeholdes nettverket og verktøyet har fått en naturlig plass hos de ansatte og deres sosiale relasjoner. Vi kan også se det praktiske aspektet som Sørensen viser til. Det at “Sula as” har klart å engasjere flere, ikke bare de ansatte, viser at flere ser betydningen av endringene og hvilken nytteverdi det har. Flere forstår bruken av det og har opparbeidet seg kunnskap som de kan ta med seg i det daglige. Mobilitet er ikke bare en del av Miljøfyrtårn sine sertifiseringskrav, men også en mulighet for å engasjere flere også de som står utenfor.

I tillegg til å danne sykkelgruppe, har “Sula as” valgt å bruke en form for belønningssystem. De betaler 30 kroner per dag til de som sykler til jobb. Dette er et konkret tiltak de har valgt å fokusere på for å inkludere de ansatte i sertifiseringen i tillegg til at de skaper en form for fellesskap. ”Sindre” påpeker at: *”enkelte har jo egentlig fått et helt nytt liv etter at de har begynt å sykle. I tillegg er det en del som setter igjen bilen og heller sykler til jobb”*. På grunn av bedriftens fokus på helse og miljø, kan de se at det har skjedd både sosiale og personlige forandringer blant flere av de ansatte. Flere av de ansatte føler at syklingen har gitt dem et nytt liv i form av vekt reduksjon og økt mestringsfølelse. På denne måten kan man se at slike tiltak både forbedrer helsa og miljøet. Dette viser at fokuset på miljø og transport også fører til helsefremmede tiltak. I tillegg til sykling, arrangerer “Sula as” også andre turer for å promotere miljø blant de ansatte. Dette er en del av konseptet de har laget for å belyse og involvere de ansatte i sertifiseringen. Dette gjør de for at de ansatte ikke skal føle at miljøkravene blir tredd nedover hodet og for å skape felles verdier slik at de får et eierskap til verktøyet.

Alle informantene viser til at de har fokus på mobilitet og transport, men at den økonomiske bakgrunnen kan sette en stopper for hvor mye de kan gjøre. Dette gjelder spesielt mindre private bedrifter som ikke får statlig tilskudd. “Ellingråsa as” er en av de bedriftene som føler at tiltakene i Miljøfyrtårn-sertifiseringen ikke kan gå på bekostning av pris. ”Elin” forteller at: *”Vi prøver etter beste evne å leve opp til det. Men igjen så er vi tilbake til det at vi må jo tjene penger. Vi er en privat bedrift som ikke får noen tilskudd fra staten.”* Det hun sier her er at de må selv sørge for å holde kostnadene nede og tenke på hva som er mest lønnsomt for bedriften. Noen ganger er det ikke de mest miljøreduserende tiltakene som lønner seg og da må de ta en vurdering på dette. Er pris viktigere enn miljø? Her høres det ut som de fortsatt har en lang vei å gå for å tilrettelegge for mer miljøvennlig transport. Tid er penger og bedriftene må hele tiden tenke på hva som er mest lønnsomt. Selv om “Ellingråsa as” skulle ønske at det var annerledes, så tar det ikke bort det faktum om at pris kommer i første rekke. Her

mener jeg at staten også har et ansvar for å sørge for at bedriftene kan velge de mest miljøvennlige løsningene samtidig som at det er kostnadsbesparende.

“Ellingråsa as” har skrevet ned en veileder for valg av transportløsninger i tjeneste og de oppfordrer de ansatte til å bruke denne. ”Elin” legger til at de ikke bruker noen form for tvangsstyring, men at de stoler på at hver enkelt tar en fornuftig vurdering på dette. ”Elin” påpeker at: *”Klart det er noen som er flinkere enn andre, men slik er det. Noen kjører kollektivt når det er møter i byen, mens andre kjører bil eller sykler. Det er litt forskjellig her også som det sikkert er mange andre plasser, men vi prøver å minne folk på det”*. “Ellingråsa as” har ingen system eller dokumentasjon på hvor mange som velger kollektiv og andre transportløsninger fremfor bil, noe som igjen gjør at det er vanskelig å vite hvilken effekt denne veilederen har for de ansatte og hva de kan gjøre for å ha enda større fokus på dette området. De har heller ingen form for belønningssystem til de som går for mer miljøvennlige transportløsninger. Som nevnt tidligere, har “Sula as” hatt stor suksess med å ha en form for belønningssystem noe som kan være avgjørende for å få de ansatte til å endre bruksmønster. Ved å hente ut resultater kan de også se forandringer dette har på miljøet og de ansattes helse.

Selv om “Kjølnes as” ikke er Miljøfyrtårn-sertifisert, er mobilitet og transport noe de har fokus på. De har valgt en sentral beliggenhet med hensyn til at de ansatte kan bruke kollektivtransport, gå eller sykkel. ”Kari” legger til at de prøver å bruke videokonferanse så langt det lar seg gjøre. Til tross for at “Kjølnes as” har oppgradert utstyret slik at kvaliteten på videokonferanse er blitt bedre og at flere velger å sykle til jobb, har de ingen dokumentasjoner eller statistikker som viser hvilken effekt dette har hatt på bedriften. Selv om miljøforkjemperne til stadig prøver å få med de ansatte på deres tankegang, er det vanskelig å komme med konkrete tiltak uten å vise til dokumenterte resultater. ”Kari” sier videre at på tross av tilgjengelige møterom med muligheter for videomøter, blir det allikevel reising mellom byene. Ledelsen sitter i forskjellige byer og noen har ansatte både i Trondheim og Oslo. De føler at de ikke kan ha den samme kontakten over video og velger heller å pendle hver uke. I tillegg er det variasjon blant de ansatte på hvor mye video som blir brukt. ”Kari” legger til at dette også er et kostnadsspørsmål og hva som er mest hensiktsmessig for bedriften. I og med at “Kjølnes as” ikke er Miljøfyrtårn-sertifisert, er det vanskelig å leve opp til kravene. Så lenge “Kjølnes as” ikke innfører rutiner og systemer for dokumentasjon, blir det vanskelig for de ansatte å se nytteverdien av å velge alternative løsninger. Dette viser igjen at manglende kunnskap og motstand fra de ansatte kan være årsaker at ordningen ikke blir domestisert (Timmermans & Epstein, 2010).

Mobilitet og transport er et stort satsningsområde og bedrifter setter gjerne i gang tiltak utover Miljøfyrtårns egne krav. Dette viser fleksibiliteten i verktøyet som igjen gjør at bedrifter har frie tøyler til å tilpasse etter behov og gjøre det til sitt eget. Ved å tilrettelegge med sykkelparkering, garderobe og dusj, viser bedriftene at dette er noe de satser på. Hva blir det neste? Miljøfyrtårn som i utgangspunktet virket som et rigid system, viser seg å være fortolkningsbar og fortsatt ikke ferdig domestisert. Fleksibiliteten åpner opp for nye muligheter og bedriftene fortsetter å videreutvikle nye ideer for å skape enda større fokus på mobilitet og miljø. På grunn av tilretteleggingen fra staten og økt fokus på sykling og helse, er det nærmest blitt en kultur som bedrifter og sertifiseringen må forholde seg til. Sykkelen som fremkomstmiddel er allerede ferdig domestisert, noe som gjør det enklere for bedrifter å tilrettelegge for det.

På bakgrunn av Miljøfyrtårn-sertifiseringen har vi sett at det har skjedd en endring i bedriftene. Ikke bare en endring i praksis og utforming av nye rutiner og retningslinjer, men også en holdningsendring blant de ansatte. Uavhengig av inntjeningspotensialet, har det skjedd en atferdsendring mellom ansatte og mellom ansatte og bedriften. Bedriftene har sett hva man kan oppnå ved en slik sertifisering og hvor viktig dette er for miljøet, ikke bare det ytre miljøet, men også hvordan enkle tiltak kan føre til bedre trivsel og miljø blant de ansatte.

I dette kapitlet har vi sett ulike sider av Miljøfyrtårn-sertifiseringen og hvordan et slikt verktøy kan skape lønnsomhet blant bedriftene. Miljøfyrtårns krav skaper en stabilitet og ramme for sertifiseringen, samtidig som at det er fleksibelt og fortolkningsbart. Vi har spesielt sett at denne fortolkningen er blitt brukt innenfor helse og miljø, men kan fleksibiliteten også fungere for andre momenter i Miljøfyrtårn? Stopper det der, eller er det mulig å gjøre nye fortolkninger og tiltak? Skal man si seg fornøyd med dagens ordning eller er vi fortsatt bare i startgropa til noe større?

## 7. VEIEN VIDERE

I løpet av de siste årene har klimaendringene fått store oppslag i media. I avisene leses det om is som smelter og Verdens Gang tilbyr klimatest for sine lesere.<sup>39</sup> Alle skal bidra og dette blir implementert gjennom alle kanaler. Som nevnt i innledningskapittelet, finnes det mange nasjonale og internasjonale sertifiseringsordninger. Det kan være vanskelig å skille mellom de ulike ordningene og hvilken effekt det egentlig har for ens bedrift. På grunn av mer kunnskap, større media oppslag og at man ønsker å bidra til et bedre samfunn, har flere og flere valgt en form for sertifisering. Det ser ut til at mange av bedriftene er fornøyd med Miljøfyrtårnordningen. Den bidrar til ansatte blir mer engasjert og tar eierskap til de nye tiltakene som settes i verk. Selv om det er vanskelig å måle hva bedriftene får igjen på kostnadssiden, så ser de at det lønner seg med tanke på konkurransefortrinn, bedre arbeidsmiljø, helse og at det produseres mindre papir. Men hva nå? Kan denne fleksibiliteten føre til større omstilling i bedriftene og er en slik sertifisering nødvendig for å bli en miljøbedrift eller kan man gjøre nok uten å sertifisere seg? Noe sier meg at det ikke stopper der og at vi fortsatt bare er i startgropa mot et grønnere skifte.

### 7.1. Kan bedrifter gjøre nok uten å sertifisere seg?

I dag er det et krav at bedrifter skal vise samfunnsansvar og det ser ut til at miljø er på vei i samme retning. Gjennom statlige reguleringer og praksiser sørger det offentlige for at bedrifter og husholdninger blir styrt i en mer miljøvennlig retning. Tilrettelegging av avfallssortering, bompenger, bedre kollektiv tilbud, utbedring av gang og sykkelvei er noen av tiltakene som påvirker og styrer de valgene vi tar. Bedrifter som ikke har en form for miljøstyring eller sertifisering å vise til kan fort havne på utsiden. Miljø er noe bedriftene må forholde seg til spesielt hvis de skal overleve i et konkurrerende marked. Både kunder og leverandører har større fokus på miljø. Det er implementert inn i husholdningen og vil kreve dette av bedriftene også.

”Hilde” forteller at: *”I markedet generelt er det nesten blitt et krav at bedriftene skal være sertifisert, at de skal ha en form for miljøstyring og et system. Det har mye med image å gjøre og bevissthet rundt det.”* Hun mener at en slik sertifisering fort kan bli noe bedrifter anskaffer fordi ”markedet” tvinger det frem. Fokuset på grønt skifte vokser og bedrifter må bidra i utviklingen av et mer bærekraftig samfunn slik at vi går mot en mer miljøvennlig retning med

---

<sup>39</sup> <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/globale-miljoutfordringer---en-politiker/id463299/>, hentet 10.11.14

lavere utslipp. Hvordan skal bedriftene ellers kunne overleve? På denne måten mener ”Hilde” at bedrifter ikke har så mye valg og at bedrifter må ta stilling til hvordan de ønsker å profilere seg ut i markedet. Hun legger til at nytteverdien av en sertifisering, avhenger av bedriften og hva man ønsker oppnå. Som nevnt jobber ”Hilde” med å veilede kunder og gi råd om miljø og hvordan de kan tilrettelegge for å bli en mer miljøvennlig bedrift. Det er i slike sammenhenger at hun ser hvordan denne sertifiseringen blir brukt. For noen er det et godt verktøy, men hos andre er det bare et stykke papir og de ansatte vet nesten ikke at det eksisterer. ”Hilde” tror at det kommer flere og flere krav fra staten og ulike brukere/kunder som gjør at bedrifter til slutt må foreta en form for sertifisering. Hun sier videre at alt rundt oss kommer til å styre oss i den retningen og at det til slutt blir et krav i alt man fortar seg. Det ”Hilde” legger i dette er at brukerne er blitt mer bevisste når de skal foreta valg. Miljøaspektet blir tatt med i vurderingene og for å være konkurransedyktig, kreves det en form for miljøstyring som bedrifter kan vise til.

“Halten as” og “Kjølnes as” har som nevnt valgt å ikke bli sertifisert, men spare seg de ekstra kostnadene ved å heller sette i gang egne prosesser og tiltak. ”Hilde” tror det er viktig at alle bedrifter, uansett fagkompetanse, setter seg klare miljømål og integrerer prosesser og tiltak på bakgrunn av disse. ”Hilde” vet hvor lett noe kan utsettes og glemmes, derfor ser hun viktigheten av å innføre krav som sørger for en bevisstgjøring rundt miljøtiltakene. På grunn av bred kompetanse innen miljøfeltet, kan “Halten as” sette i gang egne prosesser og skape en like god miljøprofil som miljøsertifiserte bedrifter. Men for de bedriftene som ikke har samme kompetanse og utgangspunkt, så mener ”Hilde” det blir vanskelig å gjøre de samme prosessene uten å bli sertifisert. Noen av disse utfordringene finner vi igjen hos “Kjølnes as”.

“Kjølnes as” har som nevnt valgt å ikke sertifisere bedriften, men heller etterleve de Miljøfyrtårn-kravene som passer inn i bedriften og gjøre endringer deretter. De har blant annet laget egne avfallsstasjoner slik at alle må reise seg for å kaste søppel. I tillegg er de opptatt av å handle miljøvennlig, sette krav til sine leverandører og prøve å produsere teknologiske løsninger på en miljøvennlig måte. Da jeg i et tidligere intervju spurte de ansatte hvilket miljøfokus de hadde innad i bedriften, var det ingen som helt klarte å svare på hvor mye det fokuseres på miljø og hva som eventuelt gjøres for å skape en bevisstgjøring rundt dette. For meg viser dette at det har vært lite fokus på det symbolske aspektet ved domestiseringen av miljø. Ledelsen har utviklet bruksmønster og iverksatt nye rutiner, uten at de ansatte har helt klart å forstå hvilken betydning dette har for bedriften og miljøet. Det er noen ildsjeler som virkelig brenner for dette, mens resten er ikke helt med på denne tankegangen.



Kan bedriften gjøre nok uten å sertifisere seg? I sin framstilling, så viser de at det er et kostnadsspørsmål og hva de får igjen ved å sertifisere seg. På grunn av konsulentens fremgangsmåte, opplevde "Kjølnes as" at konsulenten var mer opptatt av å selge Miljøfyrtårn som et produkt og vise hvordan ordningen kan implementeres på en raskest og billigst måte. "Kjølnes as" har dermed ikke nok kunnskap om sertifiseringen til å gi verktøyet meningsinnhold, som er avgjørende for om ordningen blir domestisert eller ikke. For "Kjølnes as" er det dermed ikke er aktuelt å sertifisere seg før markedet tvinger det frem.

De bedriftene som er Miljøfyrtårn-sertifisert ser på dette sertifikatet som et viktig bidrag til å forbedre miljøet. Selv har de vanskelig for å tro at man kan etterleve kravene uten å sertifisere seg. "Arne" forteller at: *"I teorien kan du gjøre alle Miljøfyrtårns-krav uten å foreta selve sertifiseringen, men den løypa kjenner ikke virksomhetene til uten at de får spørsmål fra en sjekklister. Det betyr at noen må kunne det, og som regel er det ingen internt i virksomheten som har nok kunnskap om dette feltet."* Det "Arne" sier her er at det er en lang prosess for å bli en fullverdig miljøbedrift, og at det derfor ikke er alle bedrifter som har kunnskap og ressurser nok til å klare det på egenhånd. Kunder etterspør ofte en form for dokumentasjon og da spiller det ingen rolle hvor mye man gjør, så lenge det ikke kan dokumenteres med et sertifikat. Bedrifter revideres på ulike punkt og dette må de kunne dokumentere. Sertifiseringen er en ekstra kostnad for bedriftene og det tar tid før man får en avkastning, dermed er konsulentens rolle ekstra viktig når sertifiseringen skal "selges" inn. Mine informanter viser til at det er lite avkastning på kostnadssiden, men at de henter det igjen når de skaper mer miljøvennlige løsninger.

Ved å sette alt i et system, er det enklere å hente ut tall og statistikker på aktiviteter og målsetninger i bedriften. Ved å bruke disse tallene, kan de ansatte se hvilken utvikling bedriften har hatt og hvilke målsetninger de skal sette seg fremover. Det er vanskelig å sette seg konkrete mål om man ikke har et referansepunkt og resultater å forholde seg til. En ting er å si at de ansatte skal bli flinkere til å bruke kollektiv, men hva er flink? Hvordan skal man kunne følge opp dette i fremtiden? Det er selvfølgelig forskjell på de ulike bedriftene, hvor store de er og hvilke tiltak de har gjort fra før. Det er derfor viktig å ha et referansepunkt å forholde seg til slik at man ikke sammenligner seg med andre som har et helt annet utgangspunkt en seg selv. "Arne" påpeker at: *"Alt rundt oss kommer til å styre oss, slik at vi må gjøre noen ting, men så lenge det ikke er noen pålegg, så tror jeg vi er der vi er."* Slik som "Arne" sier så handler det om å bruke verktøyet, kunne sette det i et system og gjøre dette i kontrollerte omgivelser. Ikke bare er det et system på det, men det er faktisk noe som bedriften kan banke i bordet med og være stolt over.

Blant politikerne er det stort fokus på grønt skifte og skape bærekraftige arbeidsplasser. Det oppfordres til å ta miljøvennlige valg og velge grønne løsninger. ”Hilde” tror at samfunnet og politikerne kommer til å styre oss i denne retningen, men at det må være påkrevd for at det skal prioriteres. “Halten as” har blitt mer miljøbevisste og de ønsker ikke å identifisere seg med noen som ikke er det. De ser nødvendigheten med sertifiseringsordningen, men som nevnt tidligere, er ikke Miljøfyrtårn et alternativ for dem.

## 7.2. Ett verktøy- flere muligheter

I forrige kapittel kunne vi se at verktøyet Miljøfyrtårn har skapt nye prosesser og fortolkninger hos bedriftene. På grunn av ordningens fleksibilitet, er det mulig for bedriftene å gjøre egne fortolkninger, noe som har ført til en viderefortolkning av flere av Miljøfyrtårns-krav blant annet bruken av sykkel. Ved å tilrettelegge for dusj, sykkelparkering, belønningssystemer og konkurranser viser bedriftene at det er fokus på det praktiske aspektet ved bruk av sykkel. Dette har fått betydning for om de ansatte velger sykkel fremfor bil. I tillegg åpner det opp for andre muligheter og vi kan se at det satses mer på arbeidstakerne i forhold til et helseperspektiv. Det legges til rette for at de kan få sykle og bruke kroppen mer. I tillegg til en reduksjon av klimautslipp har fortolkningen av sykkel medført til bedre helse og arbeidsmiljø. Da det før var et transportmiddel er det nå blitt et verktøy for å skape bedre miljø og fungerer som et helsefremmede tiltak.

### 7.2.1 El-bil. Et godt alternativ?

*Krav id: 34 Virksomheten skal vurdere overgang til alternativt drivstoff eller El-bil.*

I tillegg til at bedriftene skal bruke den mest miljøvennlige transportløsningen, dukker El-bil til stadig opp som et diskusjonstema blant mine informanter. I en av Miljøfyrtårns mange krav står det også at bedrifter skal vurdere å ta i bruk alternativ drivstoff eller El-bil.<sup>40</sup> El-bil er gjerne synonymt med miljøvennlig transport og vil være en god markedsføring for bedrifter på veien. Flere har vurdert å gå til innkjøp av El-bil, men på grunn av dens begrensninger er ikke dette blitt en prioritert. Noen mener også at El-bil ikke er så miljøvennlig som man skal ha det til. ”Sindre” forteller at: ”Vi prøvekjørte en del El-biler, både

---

<sup>40</sup> <http://www.miljofyrtarn.no/bransjekrav2>, hentet 18.04.14

*vanlige biler og varebiler. Men El-bilene per i dag er ikke god nok. Servicemontørene hos oss kjører veldig mye og i løpet av en dag så går de tom for batteri*". "Sula as" er en av de som har vurdert å gå til innkjøp av El-biler. De har prøvd det og intensjonen var at de skulle kjøpe det, men i og med at de har en kapasitet på 7-8 mil, så er ikke dette godt nok for montørene som kjører store deler av dagen. For å sørge for at de ansatte i "Sula as" allikevel har en mest mulig miljøvennlig kjøring har de obligatorisk opplæring på de som kjører service bil. Der lærer de å kjøre bil mer økonomisk. I tillegg er det litt reisevirksomhet mellom de forskjellige avdelingene og da er det et krav at bilene skal fylles opp.

Hos "Ellingråsa as" har det også vært en diskusjon om anskaffelse av El-bil. "Ellingråsa as" som er opptatt av å se nye miljøvennlige løsninger er skeptisk til om El-bil er så ren som den fremstilles. "Elin" sier at: *"Noen mener og media mener at El-bil er det eneste saliggjørende, men alle sammen mener ikke det. For hvor ren er den energien som El-bilene går på og hvor miljøvennlig er det å produsere disse El-bilene?"* Her kan vi se at det kognitive aspektet blir problematisert og at det er delte meninger om El-bilens betydning. Noen mener det sparer miljøet og andre gjør det for gratis parkering og gratis bom. "Elin" påpeker at det ikke er noen forskning som sier at det er mer miljøvennlig å kjøre El-bil. Det hender seg at det blir mye kjøring siden de ofte er ute på befaring. Da spiller rekkevidden også en rolle. Dermed har de valgt å gå til innkjøp av en liten diesel bil i stedet. I og med at det er en del som sykler til jobb, har de en bil stående ved behov. På denne måten kan de ansatte fortsatt sykle til jobben og benytte bilen ute hos kunder. Videre sier "Elin" at: *"Media har også blest opp dette veldig og nå er det bare El-bil som er saliggjørende, så sånn sett burde vi ha hatt en El-bil, men som sagt så valgte vi annerledes."*

I den fleksible fortolkningsprosessen, ser vi at transport og El-bil dukker opp som aktuelle fortolkninger knyttet til verktøyet. Flere har vurdert el-bil som et alternativ for å innfri mobilitetskravet. Selv om mange benytter kollektiv transport eller sykler til jobb, har flere bedrifter firmabiler til bruk i tjeneste. Spesielt de bedriftene som til daglig er ute hos kunder for befaring eller utfører en tjeneste. Da er det ofte et spørsmål om hvilken firmabil bedrifter skal gå til innkjøp av og hvilken som er den mest økonomisk og mest miljøvennlige av dem.

I det praktiske aspektet av domestiseringen kan vi se at det ikke er skjedd en temming av El-bilen og at det derfor ikke er et alternativ for alle når det kommer til mer miljøvennlig transportløsning. El-bil er fortsatt et omdiskutert tema både rundt kostnadene på produksjon og hvor miljøvennlig den egentlig er. Det står

oppført som ett mulig tiltak i Miljøfyrtårn, men det er ikke et krav om at man må anskaffe seg en, noe som også tyder på at den diskusjonen ikke er stabilisert og dermed står på utsiden av det som i dag kreves for å kalle seg en Miljøbedrift.

### 7.2.2. Miljøfyrtårn- stabilt, men fleksibel

Miljøfyrtårn-sertifiseringen er i stadig endring og de ansatte kan tolke og tilpasse verktøyet slik at det passer inn i bedriften og eksisterende systemer. De må tilegne seg nok kunnskap slik at de kan se hvilken nytteeffekt en slik ordning kan ha for bedriften og miljøet. Det er en kontinuerlig prosess hvor de ansatte må omstille seg, ta i bruk det nye verktøyet og bli vant til de endringene en slik sertifisering fører med seg. Når en slik prosess har gått fra å være noe fremmed til å bli tolket og få innpass, har selve domestiseringsprosessen vært vellykket. I denne prosessen ser man på hvordan mennesker tolker og bruker gjenstander slik at den fortolkede fleksibiliteten reduseres og stabiliseres (Bijker, Hughes & Pinch, 1989),(Oudshoorn & Pinch, 2005).

Det vi har funnet her viser med all tydelighet at verktøyet gjennom sine krav har sin fasthet, samtidig som at den er åpen for videreforkning og har en kompatibilitet. Målene for sertifiseringen, sertifiseringsmodellen og bransjekravene er med på å sette rammen for verktøyet. Sertifiseringens bransjekrav er noe alle bedrifter må igjennom og bidrar til en stabilitet rundt ordningen, mens ”bør” og ”kan” kravene kan ha ulikt meningsinnhold. Bedriftenes tolkning av de fleksible kravene, samt en videreforkning av eksisterende krav sørger for at de stadig vil kunne utvikle seg og nye muligheter vil åpne seg. Her er det opp til hver enkelt bedrift å behøvs vurdere hvor mye tid og ressurser de ønsker å bruke på ordningen og om de klarer å utnytte dets potensiale til å bli noe mer enn bare et sertifikat. Verktøyets åpenhet, gjør det mulig for flere bedrifter, uansett størrelse, å skape en bedre miljøprofil.

Skal målet om et grønt skifte nås, må bedriftene komme på banen og da er Miljøfyrtårn et godt alternativ. Analysen i oppgaven viser at bedriften bør legge til rette for fortolkning av ordningen og at den ikke bør bli tredd over hodet på de ansatte og forvente at det skal brukes. Ledelsen må være åpen for at de ansatte også har mulighet til å ta opp den tråden og gå videre og gjøre nye fortolkninger. Det må være en viss ramme og settes visse krav for å bli sertifisert, samtidig som at det er fortolkningsbart. Det må forankres i ledelsen, men samtidig må de få komme med innspill og la de gjøre sine egne fortolkninger. Til tross for at bedriftene forstår og tolker verktøyet ulikt så følger

det allikevel en viss standard. På denne måten vet også andre bedrifter og leverandører hva det vil si å være Miljøfyrtårn.

### 7.3. Nyttig fremtidsverktøy

Underveis i min datainnsamling, har jeg sett variasjoner i hvor mye ressurser og tid bedriftene har lagt ned for å implementere og ta i bruk sertifiseringsordningen. Dette har også gitt ulike resultater på hvor mye de for eksempel sparte på avfallssiden, hvor mange som brukte alternative transportløsninger og hvordan de valgte å dra nytte av sertifiseringsordningen til å skape nye miljøvennlige tiltak. Jeg syntes dette var interessant fordi sertifiseringsordningen er kun et verktøy for å hjelpe bedrifter til å bli en miljøbedrift. Det må oppfylles noen krav, men det er opp til hver enkelt bedrift hva de ønsker å gjøre utover disse kravene. Jeg fikk inntrykk av at noen tok litt lett på det og sertifiserte seg kun for at det ser bra ut på papiret, mens andre også var opptatt av å etterleve kravene og gjøre det til sitt eget.

Når det for meg virket som Miljøfyrtårn var et nokså ukjent fenomen, viser det seg at det er en mye brukt sertifiseringsordning. Det ser ut til å være et godt etablert verktøy som har opparbeidet seg et sterkt varemerke. Det er skrevet mye positivt om sertifiseringsordningen, noe jeg får bekreftet etter å ha snakket med mine informanter. Jeg får inntrykk av at mange bedrifter velger å sertifisere seg fordi de føler at de blir presset til det. Markedet presser det frem, konkurrentene er sertifiserte og staten stiller miljøkrav til bedriftene. Hvilken gevinst dette har varierer fra bedrift til bedrift. Det er et konkret bidrag til å møte de miljøutfordringene vi står ovenfor og følelsen av å bidra kan være like viktig som annen form for effekt. Sertifiseringen er fleksibel, dermed kommer det også an på hvordan bedriften velger å tolke og tilpasse verktøyet og hvilke type miljøutfordringer de står ovenfor internt. Som nevnt tidligere er sertifiseringen kun et hjelpemiddel. Om ikke dette blir integrert nedover i bedriften og de ansatte ser nytteverdien, så er det kanskje ledelsen som må gjøre noen grep for at verktøyet skal bli domestisert. Gevinsten er større om bedriften settes seg hårreisende mål, setter i gang nye kreative tiltak og spiller ball med de ansatte. Man kan velge å bare oppfylle må kravene eller å faktisk gjøre sertifiseringen til noe eget og etterleve det.

Det har vært spennende å se hvordan bedriftene har tilegnet og formet verktøyet og hvordan de har valgt å videre fortolke de kravene og retningslinjene som Miljøfyrtårn opererer med. Vi har sett at bedriftene har satt i gang egne interne rutiner, konkurranser, belønningssystemer og at de har valgt å fokusere på

menneskene i bedriften ved å se at arbeidsmiljø kan være like viktig som det ytre miljøet. Alle disse tiltakene og fortolkningene som bedriftene har gjort er eksempler på hvordan teknologi og kunnskap om en ordning har blitt domestisert. Både teknologien og kunnskapen har blitt domestisert gjennom meningsfulle praksiser for de ansatte. Miljøfyrtårn-sertifiseringen bidrar slik sett til at kravene «fra oven» og kravene bedriftene setter seg selv blir kilder til kreativ tenkning i bedriftene.

## LITTERATUR

- Bijker, W., Hughes, T., Pinch, T., (1989) *The Social Construction of Technological Systems*. London: Sage Publications
- Charmaz, Kathy (2006). *Constructing Grounded Theory. A practical guide through qualitative analysis*, London: SAGE Publications
- Kvale, Steinar. Brinkmann, Svend (2009). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Lie, M. and Sørensen, K.H. (1996) *Making Technology our Own? Domesticating Technology into Everyday Life*. Oslo, Scandinavian University Press
- Næss, R., Solli, J., Sørensen, K.H, (2011). *Brukbar klimakunnskap? Kommunalt ansattes forhold til forskning og annen kunnskap om klimaendringer og klimatilpasning*. Universitetsforlaget tidsskrift for samfunnsforskning VOL 52, NR 3, 329–354
- Oudshoorn, N., and Pinch, T., (2005) *Introduction: How users and Non-Users matter*. MIT-Press, Cambridge, Mass.
- Skjølsvold, Tomas M. (2015). *Vitenskap, teknologi og samfunn. En introduksjon til STS*. Oslo: Cappelen Damm AS
- Sørensen, Knut H. (2005) *Domestication: The enactment of technology*. i Berker et al. (red.) *Domestication of media and technology*. Open University Press
- Thagaard, Tove (2009). *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*, Bergen: Fagbokforlaget
- Timmermans S and S. Epstein. (2010) A World of Standards but not a Standard World: Towards a Sociology of Standards and Standardization. *Annual Review of Sociology* 36: 69-89. Los Angeles: University of California
- Wyatt, S. (2003) *Non users also matter. The construction of users and non-users of the internet*, in (eds) N. Oudshoorn and T. Pinch, *How users matters. The construction of Users and Technology*. The MIT Press: Cambridge, MA

## Nettside

- Bedriftsidretten. (Udatert) *Sykle til jobben*. Hentet 28.07.2015, fra <http://www.sykletiljobben.no/p/8746/om-aksjonen>
- Bjørnøy, H. (2007) *Globale miljøutfordringer- en politikers syn*. Hentet 10.11.2014, fra <https://www.regjeringen.no/nb/aktuelt/globale-miljoutfordringer---en-politiker/id463299/>

- Bordvik, M. (2010) *Ekspløsjon av miljøbedrifter*. Hentet 15.11.2014, fra <http://www.bt.no/nyheter/lokalt/Ekspløsjon-av-miljøbedrifter-1770014.html>
- Elieson, M. L. (2014) *Miljøfyrtårn – et konkret virkemiddel*. Hentet 15.11.2014, fra <http://energiogklima.no/kommunene-og-det-groenne-skiftet/miljøfyrtarn-et-konkret-virkemiddel/>
- Elieson, M.L. (2014) *Verktøy for grønt skifte i kommunene*. Hentet 18.04.2014, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/nyhetsarkiv/633-verktøy-for-grønt-skifte-i-kommunene>
- Energiråd Innlandet (Udatert) *Miljøfyrtårn-sertifisering av virksomheten*. Hentet 15.11.2014, fra <http://www.energirad-innlandet.no/miljosertifisering/62-miljøfyrtarn-sertifisering-av-virksomheten>
- FN-SAMBANDET (2015) *Hva er Togradersmålet?*. Hentet 06.03.2015, fra <http://www.fn.no/Tema/Klima/Hva-er-togradersmaalet>
- Johnsen, K. (2014) *Vil miljøsertifisere alle kommuner*. Hentet 02.11.2014, fra <http://www.klimapartnere.no/agder/2014/05/22/vil-miljosertifisere-alle-kommuner/>
- Karlstrøm S.G. (2011) *Miljøfyrtårn i nord!* Hentet 10.09.2015, fra <http://www.nordlys.no/kronikk/miljøfyrtarn-i-nord/s/1-79-5478389>
- Lovdata. (2006) *Forskrift om offentlige anskaffelser*. Hentet 28.07.2015, fra <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2006-04-07-402>
- Miljøfyrtårn. (Udatert) *Bli Miljøfyrtårn*. Hentet 06.05.2014, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/slikblirdu>
- Miljøfyrtårn. (Udatert) *Bransjekrav*. Hentet 18.04.2014, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/bransjekrav2>
- Miljøfyrtårn. (Udatert) *Grønt skal være lønnsomt*. Hentet 10.09.15, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/nyhetsarkiv/586-grønt-skal-være-lønnsomt>.
- Miljøfyrtårn. (Udatert) *Kommuner*. Hentet 06.05.2014, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/kommuner-ny>
- Miljøfyrtårn. (2011) *Miljøfyrtårnkommuner oppnår svært gode resultater*. Hentet 06.05.2014, fra [http://www.miljøfyrtarn.no/index.php?option=com\\_content&view=article&id=220:miljøfyrtårnkommuner-oppnår-svært-gode-resultater&catid=16:nyheter&Itemid=207](http://www.miljøfyrtarn.no/index.php?option=com_content&view=article&id=220:miljøfyrtårnkommuner-oppnår-svært-gode-resultater&catid=16:nyheter&Itemid=207)
- Miljøfyrtårn.(Udatert) *Miljøfyrtårnkommuner tar miljøansvar i praksis*. Hentet 06.05.2014, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/images/Profilering/Miljøfyrtårnkommune.pdf>
- Miljøfyrtårn. (Udatert) *Om Stiftelsen*. Hentet 18.04.2014, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/stifterne>
- Miljøfyrtårn (Udatert) *Sammenligning: Miljøfyrtårn og ISO 14001*, hentet 13.09.2015, fra <http://www.miljøfyrtarn.no/virksomheter/miljostyring>,
- Miljøfyrtårn. (2013) *Statistikk 2013*. Hentet 28.01.2015, fra <http://aarsrapport.miljøfyrtarn.no/statistikk-2013-2/>



- Norad. (2015) *Tilpasning til klimaendringer*. Hentet 06.03.2015, fra <http://www.norad.no/tema/klima-miljo-og-naturressurser/klima/tilpasning-til-klimaendringer/>
- Regjeringen.no. (2014) *Grønt skifte – klima- og miljøvennlig omstilling*. Hentet 20.02.2015, fra <https://www.regjeringen.no/nb/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/gront-skifte/id2076832/>
- Regjeringen.no. (2014) *Klimaforliket*. Hentet 15.01.2015, fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/klima-og-miljo/klima/innsiktsartikler-klima/klimaforliket/id2076645/>
- Rommetveit, A. (2014). *YR. Norge mot rekordvarme i 2014*. Hentet 15.11.2014, fra <http://www.yr.no/artikkel/norge-mot-rekordvarme-i-2014-1.12010558>
- Tiltakskatalogen.no. (Udatert) *Kort om miljøutfordringene*. Hentet 07.03.2015, fra <http://www.tiltakskatalog.no/miljoutfordringene.htm>
- Toldnæs, P. N. (2012) *Partiene om miljøsertifisering*. Hentet 13.08.2015, fra <http://aarsrapport.miljofyrarn.no/aar2012/artikler-2012/partiene-om-miljosertifisering/>



# INTERVJUGUIDE 1

## Generelt om bedriften

1. Hvorfor har dere valgt å fokusere på miljø?
2. Hva betyr grønne omstilling for dere?  
Hva er deres fokusområder?
3. Hva tror dere må til for å kalle seg en grønn bedrift, miljø bedrift?

## Transport og mobilitet

4. Hvilke strategier har dere for grønn omstilling mht. transport og mobilitet?
  - a. Hvorfor er dette blitt prioritert?
  - b. Hva legger dere i ordet mobilitet?
  - c. På hvilken bakgrunn ble dette et initiativ?
5. Hva har dere gjort for å motivere de ansatte?
  - a. Hvilke tiltak er satt i gang?
  - b. Hva har dette bidratt til?
6. Hvordan er dette blitt mottatt av de andre ansatte?
7. Hvordan synes du politikere legger til rette for mer miljøvennlig transport og mobilitet?
8. Hva er de viktigste tiltakene myndigheter bør gjøre?

## Videre fremdrift

9. Hvilke fremtidsplaner har dere knyttet til grønn omstilling? Spesielt med tanke på mobilitet?
10. Hva har dere gjort for å nå disse målene?



## INTERVJUGUIDE 2

1. Kan du fortelle litt om deg selv (om hvilken bakgrunn og stilling du har?)

### Generelt om miljøfyrtårnsertifiseringen

2. Hva er dine tanker rundt miljøfyrtårnsertifiseringsordningen?
3. Hva tenker du om miljøfyrtårnsertifiseringen kontra andre sertifiseringsordninger?
4. Hva mener du er bedrifters rolle i en grønn omstilling?
5. Hva må til for å bli en miljøbedrift?
6. Hva tenker du om måten bedriftene forholder seg til miljøaspektet?
7. Hvor enkel er en slik sertifisering for bedriftene? (evnt er den for enkel?)
8. Er det noe som burde ha vært gjort annerledes?

### Mobilitet

9. Hva legger du i ordet mobilitet?
10. Mange bedrifter er opptatt av å sykle, bruke skype og planlegge reiser, men det mangler registrering på hvor mye aktivitet de egentlig har rundt dette. Er sertifiseringen for fleksibel fortolkbart?
11. Hvorfor tror du det er mangel på registrering?
12. Hva mener du bedriftene bør gjøre rundt dette aspektet?
13. Hva bør Miljøfyrtårn gjøre annerledes for å øke den «bærekraftige» mobiliteten i bedriftene?
14. Hvordan synes du politikerne legger til rette for mer miljøvennlig transport og mobilitet?
15. Hva er de viktigste tiltakene myndighetene bør gjøre?



