



Daglig leder i Grønn Byggallianse, Katharina Th. Bramslev, oppfordrer til å velge bærekraft som forretningsstrategi. Foto: Finn Ståle Felberg

31-01-2022 11:49 CET

## LEDER: Forretningsmodellen for grønn omstilling

**Selskap med smarte ledere griper mulighetene og tilpasser seg de store endringene i samfunnet. Vår tids største endring er overgangen til et mer bærekraftig samfunn, og de virkelig smarte selskapene gjør bærekraft til en del av sin forretningsstrategi.**

Kreativitet har alltid vært en drivkraft for produktutvikling. De næringslivsaktørene som har hatt suksess er de som har vært åpne for nye ideer og trender, kombinert med en evne til å tenke langsiktig og visjonært. Smarte ledere jobber ikke bare med å forbedre sine eksisterende produkter

og tjenester, men tenker helt nye forretningsmodeller.

En grønn forretningsplan starter «nederst» i trappen – med tiltak som har lave kostnader og lav risiko. Hvert nytt skritt har økt involvering, økt risiko og økt investering, men også økte muligheter til å tjene på en omstilling. Her er de seks stegene i det som er kjent som den grønne innovasjonstrappen (Grønn vekst, Stoknes, BI).

1. Start med utvendige tiltak – eksempler kan være nytegning av medlemskap i bærekraftsorganisasjoner, donasjoner til miljøtiltak som treplanting i Amazonas eller kjøp av klimakvoter.
2. Gjennomfør husrengjøring – rydd i egne skap ved å redusere utslipp og avfall fra egne bygg og anlegg. Tiltak kan være å skaffe oversikt over og stanse bruk av produkter med miljøgifter, enkle energisparetiltak, valg av grønnere forretningsreiser eller investering i grønn energi.
3. Etterspør grønne produkter – samarbeid og still bærekraftige krav til selskapene i leverandørkjeden. Vi anbefaler full gjennomgang av innkjøpsavtaler både nye og eksisterende. Det er tre grep for mer miljøvennlige innkjøp; kjøpe mindre, kjøpe bedre og kjøpe fra bedre leverandører. Sist år gikk over 30 byggeiere sammen og laget en mal for leverandøravtaler for å hjelpe hverandre til nettopp dette.

[Se også veileder klimakrav til leverandører \(pdf\).](#)

4. Legg om driften. Vi ser mange byggeiere beslutte BREEAM-In-Use sertifisering av eksisterende bygningsmasse. Flere entreprenører beslutter utfasing av fossile anleggsmaskiner og flere produsenter faser ut miljøgifter. På dette trinnet finner vi tiltak som mange inntil nå har ansett som for kostbare å gjennomføre, men som stadig flere ser er nødvendig for å være attraktive i et grønnere marked.

5. Tilby grønnere aktiviteter og produkter. Se på endringspotensialet i dine tjenester og produkter. Stadig flere utviklere velger å tilby BREEAM-sertifiserte eller Svanemerke nybygg. Byggevareprodusenter som Norcem tilbyr nye sementtyper med lavere klimagassutslipp. Dette er en mer gjennomgripende omlegging av aktiviteter og medfører både involvering av

flere ansatte og større investeringer, men er fortsatt et smart skritt på veien mot grønn omstilling.

6. Legg om til grønne forretningsmodeller. Dette siste trinnet som både representerer høy risiko og store investeringer, er også det som gir muligheter for å profitere mest på det grønne skiftet. Det kan for eksempel være å tilby utleie av produkter i stedet for salg. Eller det kan være å finne helt nye forretningsområder å engasjere seg i eller skape.. Ulike initiativ for å søke etter slike innovative løsninger, for eksempel gjennom Byggflope finnes. Under BREEAM-NOR-konferansen hadde vi blant annet besøk av gründerne i [Kvist, som har hatt vind i seglene med sin nye digitale tjeneste for å forenkle arbeidet med miljøsertifisering](#). Vi spår at vi i 2022 vil se en stor fremvekst av flere nye grønne selskap.

Vi utfordrer alle selskap i næringen til å ha bærekraft som strategi, til å analysere hvor de er i innovasjonstrappen og ta reisen oppover, gjerne i samarbeid med oss og alle de 365 medlemmene våre som jobber sammen mot en grønnere byggenæring!

---

Grønn Byggallianse jobber for at bærekraft skal bli det selvfølgelig valget i bygg-, anlegg- og eiendomssektoren.

Vi er en uavhengig og non-profit medlemsforening for offentlige og private virksomheter fra hele verdikjeden.

## Kontaktpersoner



### **Morten Nordskag**

Pressekontakt

Kommunikasjonssjef

Politikk og kommunikasjon

Morten.Nordskag@byggalliansen.no

901 800 27



**Katharina Th. Bramslev**

Pressekontakt

Daglig leder

[katharina.bramslev@byggalliansen.no](mailto:katharina.bramslev@byggalliansen.no)

+47 977 58 897