

**Odense Kommune - September 2008**

### **3. Nordiske Bæredygtighedskonference**

**Drejebog for klimahandlinger i Norden**

---

**TEMA:**  
**FORBRUG**

---

## INDHOLD

1.	FORORD.....	1
2.	INDLEDNING .....	4
3.	EKSPERTERNES HANDLESFORSLAG.....	8
3.1	GENNEMSIGTIGHED OG MÆRKNING .....	10
3.2	ÅT SMART – NÅGOT ANNAT VORE INTE KLOKT .....	11
3.3	SÆNK EL- OG VARMEFORBRUGET .....	12
3.4	HUSSTANDENES ENERGIFORBRUG .....	13
3.5	VIRKSOMHEDERNES ENERGIFORBRUG .....	14
3.6	PRIVAT-OFFENTLIGE MILJØSAMARBEJDER .....	16
3.7	OFFENTLIGE GRØNNE INDKØB .....	17
3.8	SLIPP ILDSJELENE LØS .....	20
4.	DELTAGERNES HANDLESFORSLAG .....	22
4.1	BLIV GRØN KIRKE .....	22
4.2	BORGERNES ENERGIFORBRUG .....	24
4.3	FREMME ETISK FORBRUG .....	26
4.4	INDUSTRIEL SYMBIOSE .....	28
4.5	KLIMA-MÆRKNING AF VARER .....	29
4.6	LEV ENKLERE – VOLUNTARY SIMPLICITY .....	31
4.7	MILJØCERTIFICERING AF HUSHOLDNINGER.....	32
4.8	ØKOLOGISK SKATTEREFORM.....	34
4.9	MINDRE STRØM OG FÆRRE BILER.....	36
4.10	REDUCERING AF VAREFORBRUGET Gennem UDDANNELSE.....	38

## 1. **FORORD**

Odense Kommune var vært for den 3. Nordiske Bæredygtighedskonference d. 15.-17. september 2008. Konferencen gik under navnet "One Small Step" og fokuserede på lokale klimahandlinger, der kan gennemføres i Norden.

Konferencens deltagere fik mulighed for at arbejde med, hvordan vi i Norden får sat gang i handlinger, der giver ambitiøse lokale bidrag til løsningen af klimaudfordringen inden for de følgende fem spor:

- Forbrug
- Transport
- Energi
- Biodiversitet
- Byggeri og Byplanlægning

### **Udveksling af handlinger**

Deltagerne på konferencen satte i høj grad deres individuelle præg på konferencens indhold og var dermed med til at give hinanden inspiration, praktisk viden og forhåbentligt gode kontakter, der kan bidrage til den lokale nordiske klimaindsats.

Under en del af konferencen udvekslede deltagerne handlingsmuligheder inden for de fem spor. På en efterfølgende workshop blev der udarbejdet planer for, hvordan handlingerne kan føres ud i livet. Mange af deltagerne gik fra konferencen med en personlig handlingsplan, for hvordan de fører den handling de arbejdede med ud i livet.

Denne drejebog for den lokale klimaindsats på forbrugsområdet i Norden er sammenskrivningen af noterne for de handlinger, som konferencedeltagerne udvekslede og arbejdede med under konferencen i Odense. Dermed har du nu også muligheden for at lade dig inspirere af konferencedeltagernes mange væsentlige handlingsforslag!

### **Ekspertbidrag**

I februar 2008 inviterede Odense Kommune håndplukkede eksperter til at give deres bud på særligt interessante lokale klimahandlinger i Norden. Op til ti eksper-

ter inden for hvert spor diskuterede over en to dages workshop deres handlingsforslag igennem og kom op med en god håndfuld anbefalede handlinger.

Eksperternes var samlet fra hele Norden. De repræsenterer et stærkt udvalg af relevante erfaringer fra arbejdet med klimaudfordringen inden for erhvervslivet, kommunerne, centraladministrationen samt interesse- og forskningsorganisationer. Deres foreslåede handlinger var et inspirationsoplæg til selve konferencen, hvor en række af eksperterne selv deltog. Samtidig er handlingerne et solidt indspil til drejebøgerne for de fem spor, hvorfor de også er taget med her.

Eksperternes handlingerne blev bl.a. bearbejdet i en øvelse kaldet backcasting, som foregik over tre trin:

1. Først blev der opstillet en vision for hvordan den enkelte handling tager sig ud, hvis den om femten år har været enormt succesfuld.
2. Herefter diskuteres, hvad der om fem år skal være på plads, for at vi er på vej til at kunne indfri visionen om femten år eller færre.
3. Endeligt planlægges, hvad der skal ske nu, hvis vi skal være på vej mod opfyldelse af visionen om fem år.

Resultatet af backcasting øvelsen fremgår af flere af handlingsbeskrivelserne og har til formål at starte med den fremadrettede vision for derefter at se på, hvordan visionen indfries.

### **Drejebogens indhold**

Drejebogen indledes med ekspertgruppens oplæg til, hvordan de opfatter sporets relevans i forhold til klimaindsatsen i Norden.

Herefter fremhæves en række af de tendenser, der kan identificeres på tværs af de foreslåede handlinger (*Den del får jeg ikke tid til inden for budgettet, men jeg vil anbefale, at den laves*).

Herefter følger beskrivelser af ekspertgruppernes handlingsforslag.

Endeligt kommer forslagene fra konferencens deltagere.

## 2. INDLEDNING - FORBRUG ER HOT!

Vores forbrug påvirker klimaet og miljøet både i produktionen, transporten, brugen af varer og ved bortskaffelsen. Som forbrugere påvirker vi derfor klimaet og miljøet gennem de valg, vi foretager – og vi ved i dag, at vores produktion og forbrug har antaget dimensioner, som påvirker klimaet globalt.

Derfor er det vigtigt, at vi vælger den klima- og miljørigtige vare, når vi køber ind – hvad enten det er tøj, mad, elektronik eller andre forbrugsvarer. Lige så vigtigt er det, at organisationer gennemfører en indkøbspolitik, der reducerer klima og andre miljøpåvirkninger af deres vareindkøb.

Forbrug er i dag tæt knyttet til vores opfattelse af livskvalitet. Derfor kommer vi ikke uden om en værdidebat, når vi skal diskutere forbrug. For hvis det skal lykkes at stoppe den globale opvarmning, vil det i fremtiden også være nødvendigt at ændre vores forbrugsmønstre og begrænse eller frasige os valget af særligt klimabelastende forbrugsgoder. *Men det klimarigtige forbrug behøver ikke gå ud over livskvaliteten.* Tværtimod!

Det klimarigtige forbrug er en mere kompleks sag end det personlige valg. Det handler om gennemskuelighed, ansvar i alle led, og viljen til at gå foran. Derfor har vi udpeget 3 dogmer, som vi ser som centrale i debatten om forbrug og produktion. De tre dogmer er:

- Giv forbrugerne magt
- Giv erhvervslivet ansvar
- Det offentlige skal gå foran

For hvert dogme har ekspertgruppen peget på nogle konkrete handlemuligheder. De skal opfattes som eksempler og ikke som et forsøg på at lave en liste over de væsentligste tiltag – der skal meget mere til, hvilket deltageres handlingsforslag også viser.

### ***Giv forbrugerne magt***

Det seneste årti har vist, at forbrugerne potentielt har stor magt. Og ikke mindst i Skandinavien har forbrugerne vist vilje til at bruge deres magt til at påvirke produktionen i en miljørigtig retning.

Men det kvalificerede valg kræver information om varens reelle omkostninger. Der findes en lang række mærkningsordninger, som dækker økologi, etisk handel og for visse varetyper også driftsforbruget (for eksempel elartiklers elforbrug og bilers brændstofforbrug).

Det bevidste forbrugervalg forudsætter gennemskuelighed. Derfor er der ingen vej uden om en grundig og troværdig forbrugeroplysning - ikke kun om varens indhold, men også om dens oprindelse, dens samlede miljø- og klimabelastning, de etiske aspekter og meget andet.

*Handlingsforslag:*

- Gennemsigtighed og mærkning
- Spis SMART – något annat vore inte klokt
- Reducer El- & varmekonsumtion
- Borgernes energikonsumtion
- Klimamærkning af varer
- Lev enklere – voluntary simplicity
- Miljøcertificering af husholdninger
- Økologisk skattereform
- Mindre strøm og færre biler
- Reducering af varekonsumtionen gennem uddannelse

***Giv erhvervslivet ansvar***

Det private erhvervsliv bærer en væsentlig andel af samfundets samlede klima- og miljøpåvirkning. En kommune kan opstille rammerne for en bæredygtig erhvervsudvikling, men den kan ikke skabe den uden erhvervets aktive medvirken.

Der er en voksende forståelse for dette i erhvervslivet, og gennem dialog og privat-offentlige partnerskaber kan denne forståelse vendes til et ansvar for egen klima- og miljøpåvirkning og et fælles ansvar for en bæredygtig erhvervsudvikling i lokalområdet.

Partnerskaberne deler viden om klima- og miljøhensyn, og giver virksomhederne konkrete værktøjer til en bæredygtig udvikling. Værktøjerne bygger på principperne om synlige mål, løbende forbedringer, og dokumenteret indsats.

Vi ser for os, at virksomheder i fremtiden offentliggør en bæredygtighedsrapport – og herunder et klimaregnskab – sammen med det økonomiske regnskab. Dermed bliver indsatsen synlig og en stærk konkurrencefordel i fremtidens forbrugersamfund.

#### *Handlingsforslag:*

- Privat–offentlige partnerskaber
- Industriel symbiose
- Fremme etisk forbrug

#### ***Det offentlige skal gå foran***

Den offentlige sektor har som repræsentant for alle Nordens borgere en forpligtelse til at gå foran med et godt eksempel, også på klimaområdet.

Offentlige myndigheder og institutioner udgør samtidig en meget stor del af den samlede økonomi, herunder det samlede forbrug i de nordiske lande. Derfor kan ændringer i det offentliges forbrugsmønster være en afgørende forskel i bestræbelserne på at reducere klimapåvirkningerne af vores forbrug.

Følgende eksempler viser, hvilken forskel systematisk grønt offentligt forbrug vil kunne betyde for CO<sub>2</sub> emissionerne, alene i Danmark!

- Hvis alle pc'er indkøbt i det offentlige er miljømærkede og energieffektive, vil det reducere energiforbruget med mindst 13.000 MWh om året. Hvis de blev udskiftet til bærbare pc'ere ville potentialet være endnu større.
- Hvis alle personbiler, der udskiftes i det offentlige, blot kan køre 18 km på literen eller derover (energiklasse A), kunne der spares 17 millioner liter benzin om året.
- Elsparefonden har beregnet, at en dansk gennemsnitskommune kan spare 1,3 millioner pr 10.000 indbyggere gennem indkøb af energieffektivt udstyr.

Ud over de positive klimamæssige effekter er der andre væsentlige miljøeffekter af et grønt offentligt forbrug. Det gælder i særdeleshed på kemikaliesiden og i

---

forhold til affaldsdannelsen og dermed for ressourceforbruget. Endelig bør innovationen og markedsgørelsen af mere miljørigtige produkter fremhæves som en væsentlig effekt, hvis det offentlige går foran med et grønt forbrug.

*Handlingsforslag:*

- Grønt indkøb
- Slipp ildsjelene løs!
- Grønt indkøb
- Slipp ildsjelene løs!
- Bliv Grøn Kirke
- Fremme etisk forbrug

### 3. **FÆLLES TENDENSER**

De centrale tendenser for forbrugssporets handlinger er en overvægt af fokus på efterspørgselssiden af forbrugsspørgsmålet med en stærk fokus på husholdningernes forbrug. Der peges i høj grad på behovet for, at det offentlige går forrest med indsamling af viden og efterfølgende kampagner og andre initiativer, der kan påvirke og klæde husholdningerne på til at handle klimarigtigt.

#### *Udbud og efterspørgsel*

Forbruget foregår på vores fælles markedsplads, hvor udbud og efterspørgsel mødes. Forbrugssporet har en stærk overvægt af handlingsforslag på efterspørgselssiden fordelt på det offentlige og private forbrug. Der er meget lille fokus på producenternes rolle, hvor kun to handlingerne ser på udbudssiden. Det kan skyldes en erkendelse af, at producenternes adfærd afgøres af efterspørgslen?

På efterspørgselssiden går de fleste handlinger på det private forbrug og dermed først og fremmest klimaeffekten af husholdningernes indkøb og adfærd. Det drejer sig først og fremmest om to aspekter, nemlig information og adfærd. Mærkningsordninger og uddannelse skal sikre husholdningernes informationsniveau, som eksperterne beskriver det i indledningen. Samtidig skal kampagner for ændrede forbrugsvaner sikre at det bedre informationsniveau giver sig udtryk i en ændret adfærd i husholdningerne.

#### *Det offentlige forrest*

På trods af, at det er oftest er husholdningernes adfærd, der er i sigte, er den primære aktør i de fleste handlingsforslag de offentlige myndigheder. Det offentlige skal stå for gennemførelse af certificering, mærkningsordninger og uddannelsesforløb for at påvirke adfærden i det private.

Et eksempel er handlingen ”Borgernes energiforbrug”, hvor der fokuseres på at familier skal dele historier om det klimarigtige forbrug. I de konkrete elementer af handlingen, er det det offentlige, der skal træde i karakter og organisere historiefortællingen, ansætte konsulenter til at formidle fortællingerne, inddrage erhvervslivet og lave konkurrencer. Dette svarer i høj grad til eksperternes dogme: ”Giv forbrugerne magten”. Det er i handlingsforslagenes vinkling ikke forbrugerne, der skal tage magten, men det offentlige, der skal sørge for, at de får den og udnytter den.

---

En anden dimension af det offentlige som primær aktør er eksperternes dogme om, at det offentlige skal gå forrest. Vinklen for handlingerne her er, at det offentlige har et særligt ansvar for at gå forrest med et godt eksempel. Det er ikke den private sektor, der skal gå forrest og lægge pres på myndighederne for at gøre det samme, men omvendt; det offentlige skal gå forrest og inspirere og nogen gange tvinge det private til at følge trop.

### ***Manglende vidensniveau***

En lang række handlinger peger på behovet for at hæve vores vidensniveau før handlingerne planlægges og sættes i gang. Således peges ofte på behovet for yderligere forskning, samt inddragelse af universiteter og konsulenter i de første stadier af det enkelte projekts udvikling. Om den manglende viden primært skyldes, at vi ikke har opnået den nødvendige viden, eller om den findes, men ikke er tilstrækkeligt spredt, er et åbent spørgsmål?

### ***Partnerskaber i fokus***

Selvom det offentlige gennemgående er den primære aktør fremhæver mange handlingsforslag behovet for at myndighederne indgår i brede partnerskaber. De aktører, der hyppigst nævnes er: Staten, der skal sætte de overordnede retningslinier; virksomheder, der skal levere de klimarigtige produkter; uddannelses- og forskningsinstitutioner, der skal hæve vidensniveauet og bidrage til udførelsen af kampagner; samt borgere, som skal lære og ændre adfærd.

Stadig er kommunerne den helt centrale aktør i handlingerne. I udviklingen og gennemførelsen af lokale handlinger tilfalder det primære ansvar i langt de fleste tilfælde den kommunale administration, der ses som det oplagte samlingspunkt for lokal aktivitet.

Den stærke fokus på partnerskaber er et naturligt resultat af at lokale partnerskaber var en del af temaet for konferencen. Samtidig skal en del af forklaringen på den høje vægt, der lægges på offentligt initiativ sikkert findes i, at den største enkeltgruppe af deltager på konferencen var fra kommunale administrationer. En anden del af forklaringen kan også være vores fælles nordiske model med stor vægt på offentlig regulering og service.

## 4. EKSPERTERNES HANDLEFORSLAG

### 4.1 GENNEMSIGTIGHED OG MÆRKNING

Gennemsigtighed i relation til produkter er centralt, hvis forbrugere skal tage klimarigtige valg. Derfor foreslår forbrugsgruppen, at de enkelte produkters klimabelastning bliver gjort tilgængelige og synlige.

Dette kan ske igennem miljø- og sundhedsdeklarationer, der kommer til udtryk gennem f.eks. stregkoder eller chips, og som kombineres med et signalsystem i form af smileys eller lignende, der guider forbrugeren mod det mest bæredygtige valg.

#### *15 års visionen*

Det er muligt for forbrugerne at få de nødvendige miljø- og sundhedsoplysninger om produkter ved hjælp af de nævnte, åbne koder, der gemmer informationer om de enkelte produkter. Det kan være områder som energiforbrug og klimabelastning, sporbarhed og etik, ernæring og kemikalier eller transport. Valget af områder vil afhænge af de problemstillinger, der er relevante for en bæredygtig udvikling.

De optimale miljø- og sundhedsvalg er markeret, men der er adgang til de bagvedliggende oplysninger for alle forbrugere. Det kan enten være ved terminaler i butikken eller igennem mobiltelefoner.

Oplysningerne, der er knyttet til produkterne vil lige såvel kunne bruges af de professionelle indkøbere, som af de private forbrugere. Det være sig virksomheder, der køber råvarer og andre produkter, såvel som de offentlige indkøbere (fx kommunerne). For begge grupper af professionelle gælder det, at de let får dokumentation for, at varerne lever op til de krav, de har stillet i udbudsmaterialer. Dermed bliver det nemmere for private og offentlige organisationer at gennemføre en grøn og etisk indkøbspolitik. Endeligt kan oplysningerne bruges af den lokale detailhandel, som har mulighed for ved valg og fravalg kun at sælge produkter med en bestemt miljø og etisk standard.

#### *På vej mod visionen om 5 år*

I 2013 skal der være styr på klimadelen af produktinformationerne. Datagrundlag og indrapporteringsmetoder skal derfor være faldet på plads. Det er på det grund-

lag muligt at sammenligne produkter af samme type for at finde det bedste klimavalg. Dette er kombineret med de allerede kendte miljømærkeordninger, så det er let tilgængeligt for alle forbrugere.

### ***De første skridt***

Projektet skal sættes i gang i samarbejde med Miljømærkningssekretariatet, virksomheder, detailhandel og forbrugere. Vi foreslår at starte med klimaområdet på grund af nødvendigheden af at fremme, at forbrugerne igennem deres forbrugsvalg bidrager med reduktioner af klimaemissionerne.

## 4.2 **ÄT SMART 1– NÅGOT ANNAT VORE INTE KLOKT**

I Riokonferensen beslutades att de deltagande länderna skulle främja hållbara (bärkraftiga) produktions- och konsumtionsmönster. Vad er hållbar livsmedelskonsumtion? Vad er hållbara matvanor? Vad är det för konsumtionsmönster som ska främjas? Hur får konsumenterna/forbrugarna kunskap om detta? Om konsumenter ska kunna göra medvetna val som är bra för både hälsa och miljö måste dessa frågor bearbetas och besvaras.

### ***Vision för 15 år***

Medvetna och kunniga konsumenter gör delvis andra val än i dag. De konsumerar mat i andra proportioner än i dag och de väljer produkter med tanke på både hälsa och miljö. Även offentliga konsumenter har ändrat sina val (planering, upphandling och tillagning). Producenter och handel har insett det ekonomiskt kloka i att ändra sitt utbud av varor. Konsumenter efterfrågar tydlig information om produkter.

### ***Handling***

*Ät S.M.A.R.T.* är en modell för en mer hållbar matkonsumtion än i dag. Det är en pedagogisk modell som utgår från både hälso- och miljöaspekter på mat. (modellen tager hänsyn till fler miljöaspekter än klimat) Modellen som finns i Sverige kan användas i andra länder, men den måste anpassas till det egna landets matkultur. Den föreslagna handlingen är en långsiktig informations- och utbildningskampanj som kan riktas till skolor/universitet, ansvariga för mat i

<sup>1</sup> På nordisk/engelska: *Spis/Eat S.M.A.R.T.* (se: [www.sll.se/ctn](http://www.sll.se/ctn)). Acronymet **S.M.A.R.T.** står för:

<b>S</b> = Större andel vegetabilier	OR	Serve more vegetables
<b>M</b> = Mindre 'tomme' kalorier		Minimise 'empty' calories
<b>A</b> = Andelen ekologiskt ökar		Add more organic foods
<b>R</b> = Rätt kött och grönsaker		Right kind of meats and 'vegs'
<b>T</b> = Transportsnält		Transport limitation

skolor, förskolor och andra offentliga instanser, såväl som till privatkonsumenter. Den kan också riktas till näringslivet för att påverka utbud i butik och restauranger.

För att handlingen ska kunna genomföras krävs att någon inom det offentliga tager ett initiativ och ansvar, att det finns pengar för att finansiera en initial utbildningskampanj. Kampanjer av denna typ brukar sprida sig själva efter en tid. Det är också en fördel om det finns en PR-kampanj. En modell för uppföljning bör också tas fram.

### ***På vej mod visionen om 5 år***

Om fem år finns det *ät SMART*-modeller som är anpassade till de nordiska ländernas matkulturer. Utifrån dessa har också olika pedagogiska material utvecklats. Det finns också ambassadörer för *ät SMART*. Det kan vara eldsjälar, utbildare/lärare/föreläsare/myndighetspersoner och politiker. Det bakgrundsmaterial som *ät SMART* bygger på behöver regelbundet uppdateras för att vara aktuellt och för att kvalitetssäkra budskapet.

### ***De første skridt***

För att om ett år kunna starta detta behövs vilja, beslut och en budget för att kunna starta arbetet med att kulturanpassa modellen, för utveckling och produktion av pedagogiskt kampanjmaterial. Det är en fördel om det bliver en samverkan inom landet så att resurser kan samordnas för till exempel. kulturanpassning av modellen.

## 4.3 SÆNK EL- OG VARMEFORBRUGET

For virkeligt at sænke både husstandenes og erhvervsvirksomheders energiforbrug skal vi tænke radikalt anderledes og ikke lade vanens magt styre.

Det kan være alt fra et gennemgribende opgør med den gammeldags 8-16 rytme, som spiller ind på vores behov for transport og måde at være sammen på, til mere simple sparetiltag i hjemmet. Vi lever i et samfund, som er i bevægelse 24 timer i døgnet, mens de indgroede vaner begrænser og holder os fast, samt skaber uhen-sigtsmæssige barrierer for en optimal udnyttelse af vores ressourcer.

Nedbrydelse af gamle vaner kræver vilje samt en stor aktiv indsats fra alle invol-verede, herunder borgere, virksomhedsejere, alm. ansatte m.fl.

En omvæltning af vores vaner for energiforbrug kræver, at der lovgivningsmæs-sigt åbnes mulighed for alternative måder at arbejde og bruge sin fritid på. Det skal være op til de enkelte aktører selv at fastlægge, hvornår en given handling bedst kan/skal udføres.

#### 4.4 HUSSTANDENES ENERGIFORBRUG

##### *15 års visionen*

Reduktionen af CO2 emissionerne knyttet til dette handlingsforslag opstår ved at udjævne og tilpasse daglige rutiner, så det ikke længere er nødvendigt, at alle gør alt samtidig. Dermed vil stort set alle lokale aktiviteter blive påvirket af en om-lægning til nye alternative handlingsmønstre.

Visionen for 15 år ude i fremtiden er altså, at et flertal af borgere har ændret deres vaner, sådan at den enkelte får mere luft i hverdagen, og sådan at vi samlet set har minimeret spildet i vores energiforbrug. Når visionen er gennemført, vil man f.eks. kunne spare tid ved ikke at skulle holde i lange køer i trafikken, klare sine indkøb på tidspunkter, som passer en bedst, og aflevere og hente sine børn i institutionen på tidspunkter, som passer bedre sammen med ens arbejdsmonster.

##### *På vej mod visionen om 5 år*

For at nå visionen anbefaler ekspertgruppen, at man i kommunerne ansætter en energikonsulent, der kan give direkte rådgivning hjemme hos den enkelte husstand. Ideen er, at en energikonsulent besøger husstandene systematisk i lokalområdet.

Tit er det meget nemt at spare el- og varme, men folk mangler det sidste skub. For eksempel er det ikke særligt dyrt i Norge at skifte fra elvarme til en anden mere energiøkonomisk opvarmningsform, men folk gør det alligevel ikke.

Energikonsulenten skal komme hele paletten rundt fra de tekniske installationer til de daglige handlingsmønstre. Inden for det tekniske råd til energibesparelser drejer det sig blandt andet om vores hårde hvidevarer og andre elektriske apparater, om vores opvarmningskilde og isolering, samt vandpumper - og ikke mindst, hvordan disse kan finansieres.

I forhold til vores dagligdagsmønstre handler det om, hvornår huset skal levere hvad, og hvornår der kan slukkes og skrues ned for funktioner. Desuden hvordan familien med fordel kan indrette arbejde og fritid på en måde, der giver mere frihed i hverdagen og som en sidegevinst, et mindre energiforbrug.

##### *De første skridt*

For at etablere lokale energikonsulenter inden for de nærmeste år skal kommunerne i gang med at opbygge viden, så de kan indlede de systematiske besøg.

En del af det lokale beredskab, man kan opbygge, kan være at forhandle fælles aftaler hos lokale håndværkere, som kan bidrage med at udføre nogle af husstandenes tiltag. Man kan således forestille sig mange forskellige fælles løsninger, der er billigere og nemmere, hvis mange i et lokalområde ønsker det samme. For eksempel kan opstilling af solfangere eller jordvarmeanlæg sandsynligvis gøres billigere, hvis mange i et område vælger samme – og måske samtidige - løsninger.

Nogle af de mindre adfærdsændringer, som energikonsulenterne umiddelbart kan tage med, er de mange velkendte muligheder for at differentiere temperaturen mellem soveværelset og stuen, ventilation med korte gennemtræk frem for at have vinduet stående på klem, undgå standby forbrug samt at fylde vaske- og opvaske-maskiner. Dette kræver selvfølgelig en grad af varsomhed og menneskelig indsigt hos konsulenterne, således at folk oplever, at de får leveret nyttige tips og ikke en moralsk prædiken.

Samtidig skal man lokalt til at finde ud af, hvordan man kan etablere mulighed for de mere livsstilsændrende muligheder for mere fleksible dagsrytmer og vaner hos den enkelte borger. Her spiller de lokale arbejdspladser en afgørende rolle, hvilket uddybes i det følgende.

#### 4.5 VIRKSOMHEDERNES ENERGIFORBRUG

Her sættes fokus på, hvad både private og offentlige virksomheder kan gøre for at begrænse deres el- og varmekonsum, samt ikke mindst hvordan de kan give deres medarbejdere mulighed for at indrette deres arbejdsdag på måder, der giver et mindre samlet energiforbrug og større frihed til den enkelte.

At energibesparelser kan opnås gennem en mere fleksibel hverdag kan måske bedst besvares gennem nogle få eksempler:

- Er det nødvendigt at transportere sig fra for eksempel Kolding til København for at udføre et PC-relateret arbejde via en server som er placeret i Vejle? En løsning kunne være, at virksomhederne går sammen om at etablere "arbejdshoteller", hvor medarbejderne i deres nærområde kan udføre deres arbejde og pleje det sociale med andre "pendlere". Man kunne endda forestille sig en synergieffekt, da medarbejdernes netværk øges. Altså kan man ved at flere virksomheder går sammen om at etablere fælles satellitkontorer ("arbejdshoteller") sikre at medarbejderen fra Vejle flere dage om ugen kan arbejde lokalt frem for at pendle til København.

- Er det nødvendigt, at alle møder på samme tid?  
En løsning kunne alt efter medarbejdernes ønsker være, at inddrage weekender, aften og nattetimer for derved at lave differentierede arbejdstider. Det vil sprede den tilbageværende trafik således, at den eksisterende infrastruktur kunne håndtere trafikken.
- Er det nødvendigt, at man i forbindelse med møder skal være fysisk til stede?  
En løsning her kunne være videokonferencer. Enten på ens egen arbejdsplads eller på særligt indrettede steder i nærområdet.

### ***15 års visionen***

Visionen er, at virksomhederne indretter sig, således at medarbejderne får maksimal fleksibilitet til at indrette deres dag så hensigtsmæssigt som muligt, inklusiv mulighed for at begrænse pendlingen og at møde på tidspunkter, der traditionelt set regnes for skæve. Virksomhederne har indført fælles arbejds-hoteller i medarbejdernes nærområder og fuldt ud udnyttet mulighederne for at bruge den rivende udvikling inden for kommunikationsteknologien til at øge fleksibiliteten i medarbejdernes måde at arbejde på.

### ***På vej mod visionen om 5 år***

De umiddelbare muligheder for at gøre produktionen mere energieffektiv er for længst udnyttet og energioptimering af produktion og drift er en integreret del af hverdagen i alle private og offentlig virksomheder.

De næste og mere gennemgribende ændringer af måder at indrette produktionen på, bør nu for alvor fremmes. Nogle virksomheder har allerede arbejdet på at indrette produktionen efter mere fleksible arbejds-mønstre. Disse virksomheder kan tjene som det gode eksempel, sådan at hvad der hidtil har været innovative virksomheders spændende tiltag, kan blive den konventionelle måde at tænke og indrette fleksible og energibesparende arbejds-metoder.

### ***De første skridt***

De første skridt drejer sig for det første om at høste alle de lavthængende frugter i forhold til energibesparelser, hvilket rigtig mange virksomheder allerede er meget langt med.

For det andet bør virksomhederne begynde at indrette sig på at skabe mulighed for mere fleksible arbejdsrytmer for deres medarbejdere, ikke mindst lægge planer for hvordan selve produktionen kan indrettes med henblik på at underbygge den øgede fleksibilitet.

#### 4.6 **PRIVAT-OFFENTLIGE MILJØSAMARBEJDER**

Det er en af de kommende års store udfordringer at skabe *lokale og regionale miljøsamarbejder, hvor medlemskab er frivilligt, men forpligtende*. Gennem udveksling af erfaringer, kompetencer og værktøjer er formålet at understøtte den markedsdrevne miljøindsats.

Miljøsamarbejderne udgør som sådan en platform, som både private virksomheder og offentlige myndigheder kan trække på i arbejdet for forbedringer inden for miljø, socialt engagement og arbejdsmiljø, herunder klimaindsatsen.

Skabelsen af sådanne miljøsamarbejder forfølges allerede aktivt af flere lokalt forankrede miljønetværk i Norden, eksempelvis *MiljøForum Fyn* og *Green Network* i Danmark, *MiljøFyrtårn* i Norge og *Miljödiploma* i Sverige.

##### ***15 års visionen***

Bæredygtig udvikling er et anliggende for alle aktører i et lokalområde – og ikke et anliggende som kun påhviler de offentlige myndigheder. Derfor er visionen for de privat-offentlige samarbejder, at alle virksomheder i lokalområdet styrker hinandens indsats, sådan at hele lokalområdets niveau hæves.

Indsatsen udspringer af frivillige og forpligtende miljøtiltag, inkl. miljøsamarbejdet mellem virksomheden og dens myndigheder. Miljøtiltagene inkluderer klimatiltag, der skaber en markant lokal reduktion i CO<sub>2</sub> emissionerne gennem erfaringsudveksling og indgåelse af forpligtelser.

Virksomhederne, der er medlem af partnerskabet, udarbejder hvert år en bæredygtighedsredegørelse eller -rapport, som fremlægges sammen med virksomhedens regnskab. Bæredygtighedsredegørelsen dokumenterer virksomhedens politik, mål og konkrete handlinger for en miljømæssig og social bæredygtig produktion.

Virksomhedernes bæredygtighedsrapporter udspringer af en systematisk og målrettet indsats, som over tid giver virksomheden forbedringer på både miljø- og klimaområdet såvel som det sociale område. Den er med til at fastholde virksomhedens fokus på den mest bæredygtige produktion, og rapporten synliggør samtidig virksomhedens frivillige indsats.

##### ***På vej mod visionen om 5 år***

Over hele Norden er der etableret privat – offentlige miljønetværk, hvor myndigheder inddrager virksomhederne i en dialog om den frivillige og forpligtende miljøindsats. Frivillig, fordi den angår (miljø)forhold, som ligger ud over lovens krav, og forpligtende fordi virksomheden forpligter sig til at dokumentere sin miljøindsats gennem en miljøredegørelse.

Med hjælp fra myndighederne er virksomhederne i færd med at systematisere deres miljøarbejde, og de første virksomheder har allerede fremlagt miljøredegørelse som dokumentation for deres indsats.

Netværkene er etableret med inspiration fra de eksisterende miljønetværk, men efterfølgende tilpasset de lokale forhold og forudsætninger – og i løbet af dette femår udvidet til også at omfatte klimaforhold..

### ***De første skridt***

Kommuner eller regioner i Norden har med erfaringerne fra de eksisterende privat–offentlige miljønetværk inviteret det lokale/regionale erhvervsliv til et samarbejde om etableringen af miljønetværk.

Netværk begynder at forme sig rundt om i Norden, med det formål at styrke en bæredygtig erhvervsudvikling.

Et eksempel til inspiration findes i den danske *Region Syddanmark*, som omfatter Fyn og Sønderjylland, hvor omkring 550 virksomheder er involveret i et miljønetværk. Virksomhederne samarbejder om at gennemføre løbende forbedringer, som ligger ud over lovens krav. Virksomhederne dokumenterer deres indsats gennem en miljøredegørelse hvert 2. eller hvert 3. år.

### ***Links***

[www.mf-fyn.dk](http://www.mf-fyn.dk)

[www.greennetwork.dk](http://www.greennetwork.dk)

[www.milsyd.dk](http://www.milsyd.dk)

[www.gns.dk](http://www.gns.dk)

[www.key2green.dk](http://www.key2green.dk)

[www.miljofyrtarn.no](http://www.miljofyrtarn.no)

## 4.7 **OFFENTLIGE GRØNNE INDKØB**

Der er utvivlsomt store miljø- og klimamæssige potentialer ved at stille miljøkrav ved offentlige indkøb. Kommunernes indkøb udgør ca. 60 procent af det offentli-

ges samlede indkøb. Det vurderes, at det offentlige indkøb i Danmark alene er på mindst 140 milliarder DKK om året. Med den indkøbsmuskel vil det gøre en stor forskel, hvis det offentlige går forrest i at drive en grøn efterspørgsel.

Offentlige grønne indkøb vil også i fremtiden kun blive båret igennem af frivillighed uden nationale obligatoriske miljøkrav for det offentlige indkøb eller krav fra EU. Vejen frem vil være at kommunerne selv sætter mål for de grønne indkøb, for eksempel gennem forpligtende samarbejder. Det kunne for eksempel være i en form for "local compact" for grønne indkøb.

En væsentlig platform for en styrket indsats for grønne indkøb kunne være en politisk vedtagelse af lokale miljø- og klimavenlige indkøbspolitikker i kommunerne. Arbejdet i den enkelte kommune vil også kunne styrkes af et forpligtende og dynamisk samarbejde mellem kommuner om offentlige grønne indkøb.

De essentielle betingelser for offentlige grønne indkøb er til stede i langt de fleste kommuner. En del handler derfor hyppigt om at komme i gang og få den politiske og profileringsmæssige dimension ved grønne indkøb styrket.

### ***15 års visionen***

Visionen er, at om 15 år er offentlige indkøb i Norden grønne! Som en del af de grønne indkøb stiller indkøberne aktivt miljøkrav til leverandørerne.

Indkøberne er hele tiden på jagt efter miljømæssigt bedre produkter, og de går endda aktivt ind i udviklingen af nye produkter. Hvis ikke producenterne lever op til ønskerne, justerer kommunerne selv de produkter de indkøber, så de bliver bedre for miljøet. Indkøberne er på den måde blevet en stærk drivkraft i produktinnovationen, fordi de sidder på nøglepositionen mellem leverandører og brugerne af produkterne.

Visionens gennemførelse kræver for det første at de ansvarlige for det offentlige indkøb er i besiddelse af den nødvendige viden. Samtidig skal alle offentlige indkøbere have politisk og ledelsesmæssig opbakning til deres indsats gennem en grøn indkøbspolitik. Endeligt kræver det, at den grønne indkøbspolitik er koblet til kommunens overordnede klimastrategi, hvor alle produkters klimaaftryk tænkes ind.

### ***På vej mod visionen om 5 år***

På vej mod visionen skal der til stadighed ske en øget professionalisering af indkøbsfunktionen, forstået således at indkøberne opnår et stadig højere vidensniveau om indkøbsprocesser generelt, herunder miljøkrav i indkøbet.

Indsatsen for at gennemføre visionen kræver desuden, at der samarbejdes systematisk mellem de indkøbsfaglige og miljøfaglige kompetencer, der er i kommunen. Der skal altså arbejdes på tværs af sektorer og forvaltninger.

Samtidig skal der etableres samarbejder *mellem* kommunerne om at sætte mål for grønne indkøb. Det skal være konkrete mål for konkrete produkter, og disse mål skal undergå en løbende udvikling efterhånden som der udvikles stadig mere miljørigtige produkter.

Samarbejdet mellem kommunerne skal også indeholde kompetenceudvikling og videndeling om indsatsen for grønne indkøb, og hvordan indkøb integreres i kommunens samlede klimastrategi

Kommunerne bør opbygge en standardisering af produktdata og værktøjer til at finde miljøoplysninger om produkterne, så opgaven lettes for indkøberne. Det bør ske sideløbende med, at der udvikles nye former for produktoplysning for eksempel i form af egentlige miljødeklarationer for det enkelte produkt.

### ***De første skridt***

Der skal som det første sættes på at opbygge vilje og viden hos de involverede aktører. Først og fremmest hos politikere og topledelsen i den enkelte kommune. Dernæst hos kommunens indkøbere, dvs. både de centralt placerede i administrationen og de decentrale på de enkelte institutioner.

Samtidig bør man indlede samarbejder mellem kommunerne, så man kan indgå i en fælles læreproces. Det giver ud over videndeling mulighed for at indgå samlede aftaler med leverandører. Hvis der skal nedsættes forpligtende og dynamiske samarbejder om grønne indkøb, skal kommunerne selv gå sammen, der hvor de matcher hinanden.

Herudover er der en række andre potentielt vigtige partnere for de grønne indkøb, herunder KL, miljø- og klimaministerierne, interesseorganisationer og ikke mindst det private erhvervsliv. Der er for eksempel god mulighed for videndeling og direkte samarbejde om grønne indkøb mellem offentlige og private indkøbere.

Det er vigtigt, at man allerede fra starten sætter fokus på produkternes totalomkostninger og miljøpåvirkninger fra vugge til grav, sådan at man ikke suboptimerer ved at udskifte for eksempel biler og computere uhensigtsmæssigt tidligt.

Indsatsen i kommunerne er alt for ofte usynlig. Derfor skal flaget hejses, når der indføres grønne miljøkrav i indkøbspolitikken, og når der indgås kontrakter med væsentlige miljøkrav og –forbedringer. Det vil dels promovere kommunen og dels

indlede adfærdsendringene hos producenterne og de private forbrugere, sådan at det offentlige ikke blot går forrest, men også inspirerer andre til at følge op.

#### 4.8 **SLIPP ILDSJELENE LØS**

At kommuner og offentlige virksomheter utnytter det personlige miljøengasjement som finnes i større grad hos noen medarbeidere ("ildsjeler") enn andre. Dette ved å identifisere disse medarbeiderne og oppmuntre dem til å komme med forslag til tiltak som kan redusere miljøbelastningene, samt gjerne en viss frihet til faktisk å gjennomføre tiltakene. Handlingen kan med fordel omfatte et tilbud om enkel miljøopplæring til ildsjelene.

Hvor stor friheten kan være vil komme an på tiltakets karakter – noen ting kan man la folk "på gulvet" gjennomføre uten videre, mens andre ting vil måtte diskuteres med ledelsen evt. vurderes av det tekniske personalet. Det viktige da er, at det er sendt et kraftfullt signal ut i hele organisasjonen om, at forslag, som kan redusere det miljøbelastende forbruket, skal mottas med stor velvilje. Det bør ikke være vanskelig, ettersom slike tiltak også kan by på økonomiske innsparinger, slik det ble demonstrert av Sundsvalls kommun da de mobiliserte ildsjelene i prosjektet "Rena Jobbet".

##### ***15 års visjonen***

At alle kommuner og andre større virksomheter har mobilisert miljøengasjementet som finnes blant deres medarbeidere, samt at dette har utløst forbedringer på "alle tre bunnlinjer", altså både miljømessig, økonomisk og sosialt (bedre arbeidsmiljø gjennom at medarbeidere får utløsning for deres eget engasjement.)

##### ***Hva er gjort om ett og fem år?***

Denne handlingen har egentlig ikke noen "trappetrinn" langs tidsaksen – den kan gjennomføres i morgen av de virksomheter som er villige. Det er altså ikke noe i veien for å forkorte tidsperspektivet for visjonen fra 15 til 5 år.

##### ***Hvem tiltaket retter seg til?***

Tiltaket retter seg til kommuner og i prinsippet alle andre store og mellomstore private og offentlige virksomheter (i de helt små virksomhetene må man i større grad forvente, at samtalen kommer av seg selv, dersom lederen først har det modicum av interesse for miljøforbedringer, som ellers kreves for å sette handlingen i gang.) – Kommunen kan gjerne virke som "katalysator" overfor andre virksomheter i lokalsamfunnet. I Norge vil det for eksempel være naturlig at kommunen foreslår handlingen overfor bedrifter, som vil sertifiseres som "Miljøfyrtårn" – der kommunen er sertifiseringsinstans.

På den måde kan tiltaket i beste fall styrke den gode siden ved den ”nordiske modellen”, som består i at avstanden fra ”gulvet” til toppen i virksomhetene er forholdsvis liten, og at man forstår verdien og viktigheten av, at alle kan la sin stemme høre.

Visionen er at få alle kommuner og virksomheder med i en ordning. Dog skal man i nogle virksomheder passe på, da det kan skabe splid, idet ildsjæle-ideen netop søger at bryde med de traditionelle strukturer.

Det er vigtigt at ildsjæle-ordningen ses som et supplement til den traditionelle struktur. Den skal således være et supplement til de anerkendte professionelle funktioner i virksomhederne og institutionerne. Fordelen er til gengæld, at ildsjælene kan se ting, som de professionelle ikke ser. Det kan også åbne op for samarbejdet på tværs af status og give demokrati på mikroplan.

Det helt afgørende og måske den største udfordring, som ved mange andre tiltag, er, at der fra hele organisationens side vises åbenhed og opbakning overfor ildsjælene, når de slippes løs.

## 5. DELTAGERNES HANDLENSFORSLAG

Konferencedeltagernes handlingsforslag, som præsenteres i de følgende afsnit, har flere træk til fælles med både hinanden og med eksperternes handlingsforslag. Derfor findes en lang række synergimuligheder og overlap mellem forslagene, hvorfor det er en god ide at sætte sig ind i dem alle, selvom der er et bestemt, der virker særligt relevant.

Handlingsforslagene er ikke præsenteret i en prioriteret rækkefølge, men udtrykker i stedet den rigdom og diversitet, der var i formen og indholdet for arbejdet med klimahandlinger på konferencen.

Håbet er at disse klimahandlinger kan inspirere andre til at skride til handling, som de inspirerede konferencedeltagerne.

### 5.1 BLIV GRØN KIRKE

Bliv Grøn Kirke sigter mod at udarbejde og konkretisere en handlingsplan for, hvorledes den enkelte kirke i Norden kan gøres mere grøn.

På nuværende tidspunkt findes der 4-5 grønne kirker i Danmark. Kirkerne og andre interesserede kan selv tilmelde sig på [www.gronkirke.dk](http://www.gronkirke.dk). Håbet er, at de kan blive en inspiration for andre kirker i Danmark og hele Norden.

#### ***Hvad?***

Målet med handlingsplanerne er dels at få formuleret en tjeklister for, hvordan kirkerne i Danmark kan gøres grønnere. Samtidig er ønsket at den enkelte kirkes handlingsplan fungerer, som en måde at forpligte sig til at blive mere grøn, samt huske det – også i ens egen hverdag.

Handlingsplanen er også et middel til at oplyse om det fælles ansvar alle har som borgere samt til at huske på forpligtelserne over for andre mennesker i de lande i verden, der er hårdest ramt.

#### ***Hvorfor?***

Handlingsplanen kan medvirke til, at CO2 udledningen bliver nedsat, mens der

samtidig kommer fokus på klimaudfordringen ude i de enkelte sogne.

Bliv Grøn Kirke ønsker samtidig at øge opmærksomheden på, hvad man selv kan gøre for at afhjælpe CO2 udslippet. Handlingen skal være med til at fremme engagement, viden og ansvar omkring klimaproblemet.

### **Hvordan?**

Handlingsplanerne skal være konkrete og nemme at gå til for den enkelte kirke. Betingelserne for at kunne kalde sig Grøn Kirke er:

1. At man kan tilslutte sig 25 ud af i alt 48 tiltag.
2. Man tilslutter sig mindst to tiltag inden for hver af de i alt seks kategorier af tiltag (se listen på Bliv Grøns hjemmeside)

For at blive grøn kirke er der behov for ekspertise indenfor energibesparende og andre miljørigtige løsninger. Derudover kræves der også ressourcer til distribution af PR-materiale i forbindelse med en informationskampagne.

Der ligger allerede en god portion viden og ekspertise i Bliv Grøn Kirke materialet, så nu er tiden inde til at handlingerne skal føres ud i livet.

Af samarbejdspartnere kræves f.eks. menighedsråd, besluttende bestyrelser og ledelser. Andre relevante samarbejdende instanser kunne være energi-tjenesten, Økologisk råd, Danske Kirkers Råd og lignende organisationer i det andre nordiske lande.

### **Hvor?**

Der findes på nuværende tidspunkt to sogne på Fyn, som kalder sig for "Grønne Kirker". Disse er beliggende i Østrup og Skeby sogne ved Otterup på Nordfyn og var blandt de første. Der er siden kommet flere til.

Erfaringerne fra de eksisterende grønne kirker har vist, at initiativet om at skabe grønne kirker ikke nødvendigvis er en let opgave at få gennemført. Til gengæld viser erfaringerne også, at man via besparelser på f.eks. el kan overbevise selv stærkt skeptiske personer til at påbegynde diskussionen om at nedsætte CO2 forbruget samt til at gå ind for handlingen at blive en grøn kirke.

Handlingerne omkring at skabe grønne kirker starter i de små handlinger, men efterhånden som tiden går, bliver der skabt en form for bæredygtig tankegang, som smitter blandt de deltagende. Besparelser et sted fører eventuelt til, at man kan bruge penge på økologi eller miljøvenlige produkter et andet sted.

Håbet er, at kirkernes handling smitter af på sognets beboere. Det kunne være i hjemmet, hvor man bliver mere bevidst om at bruge miljøvenlige produkter og selv begynder at bruge afkrydsningsskemaet som en handleplan for, hvad man selv kan gøre for at reducere forbruget i eget hjem.

Desuden kan alle former for institutioner drage nytte af denne handlingsmulighed,

hvad enten det er store institutioner, private virksomheder, universiteter, skoler og lignende instanser indenfor den offentlige sektor.

For yderligere oplysninger se [www.gronkirke.dk](http://www.gronkirke.dk) eller kontakt Danske Kirkers Råd ved Hanna Smidt på email: [hs@danskekirkersraad.dk](mailto:hs@danskekirkersraad.dk) eller tlf.: 35 43 29 43

## 5.2 **BORGERNES ENERGIFORBRUG**

Fokus på borgernes energiforbrug går ud på at formidle gode historier fra familier, virksomheder etc., som har haft god erfaring med energinedbringelse. Det kan være en fordel at benytte sig af at lade den gode historie vandre. At benytte familier og virksomheders erfaringer, i stedet for blot at benytte sig af energikonsulenter, der benytter en anden taktik.

Tanken er at familier konkret vil fortælle andre familier om den gavn de rent økonomisk også har ved at være energisparende. Den gode historie kan altså være langt bedre end en energikonsulent, som ikke taler på med samme fokus som f.eks. familierne.

### **Hvordan?**

Gruppen peger på flere konkrete virkemidler for udbredelse af de gode historier og erfaringer:

- At anskaffe kommunale energikonsulenter til rådgivning af borgere og mindre virksomheder.
- Skabe konkurrence imellem borgere om hvem der sparer mest? Det kunne f.eks. være konkurrence imellem lokale veje eller bebyggelser. Der er et konkret eksempel på konkurrence mellem lokale borgere fra Esbjerg Kommune.
- Klimafokusering af det borgerrettede Agenda 21 arbejde.
- At inddrage erhvervsliv, brancheforeninger og grundejerforeninger i et forsøg på at få lejere til at lægge et fælles pres på deres udlejer for at energioptimere den pågældende bygning. Eksempelvis udskiftning af vinduer, for at spare på varmeregningen og mindske CO2 udslippet. Der kan ofte være brug for et udefrakommende incitament til at få noget til at ske, som f.eks. at få skiftet vinduer ud.
- At udbrede bevidstheden om, at energi er både varme og el, hvorfor der skal foretages besparelser på begge områder. Her kan man sammenligne med den allerede eksisterende organisation – El-sparefonden, og lave en energisparefond.

### **Hvorfor?**

Målet er at skabe adfærdsændringer.

De konkrete virkemidler er valgt, fordi disse virkemidler kan bidrage til, at mange individer rammes. Det vil være en service som kommunen udbyder, for at levere besparelser for kommunen som helhed.

Kommunen skal starte projektet, hvorefter den vil opfodre ildsjæle til at tage over. Herefter udliciteres ansvaret til udvalgte ildsjæle/ambassadører.

Den store fokus på formidling herunder historiefortællingen gør at gruppen tror på, at der er store muligheder i handlingen.

Virkemidlerne skal være med til at påvirke den manglende motivation, der opleves mange steder. En væsentlig udfordring her er at besparelserne er på længere sigt mens investeringerne ligger på det kort sigte.

### ***Hvor og hvem?***

Først bør det afdækkes, hvilke grupper der allerede er aktive.

Energirådgivere og kommunerne skal gå sammen, som det første skridt. Det andet er at opsøge ildsjæle.

Enkelte kommuner har allerede gennemført dele af handlingen, bl.a. fremhæver gruppen eksempler fra Esbjerg og Albertslund kommuner i Danmark.

I arbejdet med at udbrede handlingen bør man benytte sig af allerede etablerede fællesskaber og organisationer herunder beboerforeninger og Elsparefonden i Danmark.

Energimærkningsordningen ligger hos Energistyrelsen. Den kunne være god at konsultere med henblik på erfaringsudveksling.

Samtidig kunne det grønne flag for skoler og virksomheder udvides til også at gælde boligforeninger og virksomheder mm.

I dette forslag er der behov for en flerstrengt strategi. Der skal foregå et sammenspil imellem mange aktører; både kommune, borgere og energiselskaber m.fl.

### ***Kommunens ansvar***

Handlingen kræver at kommunen stiller alternative muligheder for energibesparelser til rådighed for borgerne, ellers når det ikke ud til flertallet af borgerne. Det kræves, at der skabes passende rammer, som gør brug af de lokale relationer. I udviklingen af rammerne skal der tages stilling til hvilke type borgere, hvilken type boliger osv., der skal i fokus ved de forskellige virkemidler. Tingene skal passe sammen, da alles behov og muligheder langt fra er ens.

Kommunerne bør benytte de lokale medier. Her kan lokalkendte personer benyttes som gode eksempler. F.eks. kunne politikerne gå forrest og de faste læserbrevskribenter i lokalavisen kunne være energiambassadører.

Først og fremmest skal kommunen selv være et godt eksempel, der er værd at fortælle en historie om.

En række af kommunens første og væsentligste skridt er:

- At undersøge, hvilke ressourcer man kan trække på. Her kan man f.eks. lade sig inspirere af og samarbejde med de store energiselskaber, som f.eks. DONG i Danmark, der arbejder med rådgivning af borgere.
- At indfange ildsjæle og uddanne dem til energiambassadører.
- At etablere et aktivt opsøgende energirådgivningscenter. Her er det vigtigt, at energirådgiverne ikke sidder og venter på borgerne – de skal være opsøgende.
- At skabe en fælles forståelse for at reduktion af energiforbruget hos de enkelte borgere kommer kommunen som helhed til gode.

Det er vigtigt at have for øje, at indsatsen kan være selvfinansierende. Sparet energi kan således føres tilbage til borgere, kommune eller virksomheder og som lønninger til tovholderne i kommunen og energiselskaberne.

### 5.3 **FREMME ETISK FORBRUG**

Handlingen går ud på at offentlige institutioner og virksomheder stiller etiske krav til de produkter de indkøber. Samtidig skal der arbejdes for at fremme mærkningsordninger overfor den private forbruger.

Gruppens målsætninger for handlingen er:

- Få flest mulige kommuner med – ideelt set alle - samt andre offentlige instanser.
- Stille etiske krav i alle offentlige indkøb.
- At denne indsats spredes til borgerne gennem inspiration, information og kendskab.
- At indsatsen i et større perspektiv bidrager til opfyldelsen af FN's 1000 års mål.

#### ***Hvorfor?***

Det er uetisk at rige lande tjener eller sparer penge på produkter produceret under uanstændige forhold blandt økonomisk ringere stillede befolkninger. Etisk forbrug kan hjælpe til med at opnå FN's 1000 års mål om at hjælpe folk ud af ekstrem fattigdom.

Den offentlige sektor handler for store summer, hvilket giver en enorm påvirkningskraft og dermed store muligheder for forbedringer. Udover den direkte effekt vil et mere etisk offentligt forbrug kunne hjælpe med at synliggøre etisk forbrug overfor den private sektor. Her er der mange, der ønsker at påvirke, men

som føler sig magtesløse.

### **Hvor?**

Gruppen peger på to gode eksempler på kommuner, der går forrest med etisk forbrug:

- I England ligger Garstang, som er verdens første Fair Trade by
- Sauda Kommune i Norge var den første norske Fair Trade by. Den første større Fair Trade by i Norge var Stavanger.

Indsatsen i Norge bærer frugt. I fjor steg forbruget af fair trade produkter med over 100 % i Norge. I den offentlige sektor alene i Norge handles årligt for 315 milliarder fair trade produkter. Den norske indsats i samarbejde med indsatser andre steder i norden bør kunne føre til, at der gennemføres etiske indkøb i hele norden.

### **Hvordan?**

Den offentlige sektor bør generelt stille etiske krav til alle indkøb. Alle kommuner kan således arbejde med fair trade i deres indkøbspolitik. De centrale myndigheder bør tage ansvar for at kravene rent faktisk gennemføres lokalt.

En god start for om alle kommuner bliver fair trade kommuner indebærer bl.a. befolkningen inkluderes, og at der er et enkelt håndfast værktøj. Desuden vil må man nå længere, hvis alle offentlige instanser støtter op om projektet – og ligeledes stiller krav. F.eks, at KS/KL/SIS støtter op om indsatsen i kommunerne.

De centrale aktører for indsatsen er:

- Fair trade organisationer
- Kommunen,
- Virksomheder,
- Staten

I alle disse organisationer er det afgørende dels at engagere de ildsjæle, der måtte være i organisationen, og dels de fagpersoner, som kan bidrage med nødvendige kompetencer. Engagement i samspil med kundskab og information er afgørende. En anden afgørende faktor er kendskab til, hvordan systemet fungerer, og tillid til, at systemet kan levere.

Gruppen peger på, at der er oplagt at tage udgangspunkt i det arbejde med og retningslinier for fair trade, der allerede ligger. Derfor bør fair trade organisationerne inddrages i indsatsen.

Fra leverandørsiden kræver etisk forbrug en bevisførelse, om hvorledes kravene imødekommes, samt kendskab til virkningen af produkterne. Både virkninger af

produkternes produktion, transport og brug skal medtages.

De statslige organer bør se mulighederne til løsning i lokaldemokratiet og opmuntre til lokal handling. Samtidig skal der ses på hvilken lovgivning kan understøtte den lokale indsats. Samtidig kan staten være med til at bidrage med værktøjer og vejledning, hvor de mangler.

*For yderligere oplysninger kontakt Fair trade Max Havelaar i Norge – IEH, initiativ for etisk handel – Norge*

#### 5.4 **INDUSTRIEL SYMBIOSE**

Handlingen går ud på, at der samarbejdes virksomhederne imellem, så det affald én virksomhed producerer kan anvendes som råstof i andre virksomheder.

Det kan først og fremmest medføre meget store besparelser i forbruget af resurser og råstoffer. Samtidig styrkes samarbejdet virksomheder imellem, hvilket er til gavn for mange andre aspekter af virksomhedernes forretning.

I Kalundborg findes et enestående eksempel på udveksling af affald/råstoffer. Her er der etableret aftaler virksomheder imellem, som indebærer at nogle virksomheder aftager og bruger andre virksomheders affald i deres produktion. Anlægget i Kalundborg er af meget stor skala og besparelserne enorme. Symbiosen i Kalundborg inkluderer udveksling af overskudsvarme fra reaktorer, vand, organisk materiale og en række råmaterialer som f.eks. gips og o. lign. som udveksles løbende mellem de involverede virksomheder.

Industriel symbiose er i princippet relevant for alle produktionsvirksomheder i hele Norden, der kan gøre brug af lignende løsninger. Det kræver dog i praksis en vis geografisk nærhed og en solid portion tillid mellem de lokale virksomheder for at det kan lade sig gøre.

Handlingen kræver først og fremmest samarbejde internt i industrien, men kommunerne kan i høj grad bidrage til at kick-starte processen. Samtidig er der behov for fagligt indspil fra universiteter og andre højere læreanstalter.

#### **Hvordan?**

Konkret kræver handlingen en grundig analyse af affaldet og mulighederne for genbrug virksomhederne imellem. Et hvert projekt kræver en individuel analyse. Evt. kan en sådan analyse være et masterprojekt eller speciale for en studerende på en højere uddannelse.

Der vil herudover være behov for et tættere og ofte bedre samarbejde mellem de involverede virksomheder. Et godt samarbejde, der bygger på tillid kræver åbenhed omkring virksomhedernes affald og resurseforbrug.

En særlig udfordring er at den enkelte virksomhed kan forpligte sig til at producere en bestemt type affald, hvis der er investeret i at udveksle dette

affaldsprodukt med en anden virksomhed.

Industriel symbiose kan forankres i et eksisterende miljøsamarbejde mellem lokale virksomheder, som de kendes fra paraplyorganisationen KEY2GREEN i Danmark.

Universiteterne kan spille en rolle ved at introducere industriel symbiose som undervisnings- og forskningstema i samarbejde med de studerende.

Regioner eller kommuner kan bidrage med analyser af de lokale muligheder og industriorganisationer kan være med til at initiere og koordinere tiltag blandt deres medlemmer.

*For yderligere oplysninger kontakt Betina Heron fra NIRAS på email: [bhh@niras.dk](mailto:bhh@niras.dk)*

## 5.5 KLIMA-MÆRKNING AF VARER

Klimamærkning af varer handler om en klar mærkning af de varer i en varegruppe, der har den mindste CO<sub>2</sub>-udledning i den gruppe. Dette kunne evt. være i EU-regi.

Det kunne suppleres med et lovgivningsmæssigt krav om, at 50 % af varerne i et supermarked skal have klima-mærket.

Eventuelt kan man differentiere i momsen således at de produkter, der er mærkede betaler lavere moms, så det kommer kunden til gavn med en relativt lavere pris på disse varer.

### **Hvorfor?**

50 % af vores CO<sub>2</sub> udledning stammer fra vores forbrug. Derfor er der brug for information om, hvilke produkter der bidrager mest.

En mærkningsordning vil skubbe producenterne til at konkurrere indbyrdes om at få klima-mærket. Eksempler på produkter med mærket kunne f.eks. være "Klima-mælk", "klima-sko", " klima-kød". Derudover skal der være optimal skiltning eller brochurer/foldere i butikkerne, der viser hvilke varegrupper, der værst for miljøet. F.eks. at oksekød generelt udleder meget CO<sub>2</sub>.

Vi skal simpelthen lære at vores forbrug har en pris.

### **Hvor?**

I England arbejder man pt. med løsningen, men her er det baseret på et forbrugerkrav, hvilket ikke er tilfældet i Danmark.

NIRAS og detailhandlen i Danmark arbejder i øjeblikket på at udarbejde en klimamærkningsordning, der bygger på en gennemsnitlig udledning fra én varegruppe. Data findes i store EU-databaser. Man får som virksomhed klimamærket, hvis

man kan bevise, at man som producent/mærke ligger bedre end gennemsnittet. Kun den bedste i varegruppen kan få mærket.

### **Hvordan?**

En mærkningsordning kræver et samarbejde med såvel detailhandlen som producenterne.

Detailhandlen, producenterne og leverandørerne skal investere ressourcer i at bevise, at de er de bedste i hver enkelt varegruppe.

Staten kan bidrage væsentligt med en form for kontrol og moms- differentiering, da forbrugerne ikke vil betale prisen for ekstra kvalitetsmærkning. Her bør politikerne komme frem på banen og give fordele til de producenter, der er med. Klima-mærkning kræver politisk ledelse samt krav. Det kunne evt. være i form af en informationskampagne fra staten om varernes CO<sub>2</sub>- udslip.

Da der ikke er noget systematisk forbrugerpres i Norden bør forbrugerne lære at stille krav til køb af varer og goder. Vi skal alle lære at betale, hvad det koster at spise ordentlig mad. En informationskampagne skaber krav fra forbrugerne, hvilket også får detailhandlen til at bakke op om projektet.

Det kunne være interessant at lave en liste over de 50 mest gængse varer, der viser hvor meget CO<sub>2</sub> de hver især udleder.

Gruppen fremhæver en række aspekter af handlingen, der er centrale:

- Producenter skal selv ønske at mærke deres produkter – og så skal de gøre det!
- Det skal være gennemskueligt for forbrugeren.
- EU er en vigtig medspiller
- Der skal midler til at gennemføre CO<sub>2</sub>-screening på alle varegrupper for at finde gennemsnittet. Derefter skal producenter dokumentere, at de ligger under gennemsnittet for at få mærket.

Gruppen opdeler handlingen i tre faser, hvor der gradvist udvides med nye typer af produkter:

- Fase 1. Fødevarer
- Fase 2. Hjemmet – PC'er, hårde hvidevarer, sko, glas, etc.
- Fase 3. Byggerier og transport

I første omgang kræver handlingen politisk engagement for at sætte de nødvendige rammer. Herefter kan der gennem folkeoplysning skabes et CO<sub>2</sub> fodaftryk med gode eksempler og produkter, der forhåbentligt kan være med til at øge efterspørgslen på klimarigtige produkter.

For yderligere oplysninger kontakt:

- Torben Chrintz på +45-4810 42 67
- Sophie Nyborg på +45-31 35 1660, [sophie-nyborg@projektzero.dk](mailto:sophie-nyborg@projektzero.dk)
- Mads Bo Andersen på +45-40 92 70 77, [mads@halsnaes.dk](mailto:mads@halsnaes.dk)

## 5.6 LEV ENKLERE – VOLUNTARY SIMPLICITY

Gruppen har bl.a. baseret deres handling på materiale fra Gisela Lindes, selvhjælpsbog "Lev Enklere".

Flere oplysninger kan findes på [www.voluntarysimplicity.com](http://www.voluntarysimplicity.com)

Handlingsmuligheden lægger op til at informere, motivere samt formidle information om at "leve enkelt" samt vise ved gode eksempler, hvad det vil sige at "leve enkelt".

Det handler om:

- at udveksle og lære metoder, tips og ideer til at leve "det enkle liv",
- at stille kritiske spørgsmål til ens egen livsstil,
- at gøre det acceptabelt og beundringsværdigt at leve et enkelt liv, således
- at man ikke bliver udelukket fra fællesskabet, fordi man ændrer sin livsstil.

### **Hvorfor?**

De store muligheder i handlingen ses navnlig ved, at folk gennemgår deres egen livsstil og herefter vurderer og prioriterer deres eget forbrug, sådan som de kunne tænke sig at leve. Det er således et spørgsmål om at blive enig med sig selv om egne prioriteter

Dette medfører mindre stress, bedre helbred og øget livskvalitet samtidig med et formindsket CO2 udslip pga. mindre produktion af varer & goder.

Samtidig skaber det grobund for at danne et ægte fællesskab under titlen "Enjoy Life More".

### **Hvor?**

"Det enkle liv" er særdeles relevant især i de industrialiserede lande.

Der er pt. visse trends i bl.a. Europa og USA, hvor mulighederne for at leve enklere bliver udnyttet.

Dertil findes der også ekstreme eksempler, hvor folk lever sammen i grupperinger helt uden elektricitet o.lign. Det er ikke tanken, at "Lev Enklere" nødvendigvis

behøves at baseres på en så ekstrem tankegang. Det enkle liv kan indføres i mere eller mindre grad.

Iblandt de deltagende i gruppen hersker der en tro på, at tankegangen om det simple liv er på vej frem.

### **Hvordan?**

Ideen om at leve enklere kan fremmes gennem række fora, herunder:

- Studieforbund
- Forældreforeninger
- Uddannelsesinstitutioner
- Websider
- Kommunerne
- Familiecentre
- Ungdomscentre

Det er et 'must', at samarbejdspartnerne engagerer sig og finder finansiering fra f.eks. statslige institutioner. Dog kan dette være en meget vanskelig opgave.

Det er vigtigt for os at lære, hvad et enklere liv medfører helt konkret, og finde ud af, hvad der er vigtigt for os som individer i forskellige livssituationer.

En række konkrete virkemidler kan tages i anvendelse for at nå ud til folk:

- Føre diskussioner
- Lave sociale aktiviteter
- Skabe oplæg
- Påvise fordele

Navnlig folk som tænker materialistisk kunne være en barriere for at forfølge handlingsmuligheden i særdeleshed for folk, som tænker; "You buy – therefore you are".

*For yderligere oplysninger kontakt Tessa Turtona på [tessa@fami.fi](mailto:tessa@fami.fi)*

## 5.7 MILJØCERTIFICERING AF HUSHOLDNINGER

Miljøcertificeringen af husholdninger tænkes at indeholde sammensætningen af

et handlingsprogram med mange praktiske handlinger i husholdningerne, med fokus på:

- Energiforbrug
- Transport
- Materiale- og emballageforbrug
- Affald
- Miljøgifte
- "Miljørigtige kemikalier"

I arbejdet kan gøres brug af [www.klimaklubben.no](http://www.klimaklubben.no)

Kommunen kan gå forrest med opmuntring og hjælp til tilrettelæggelse af indsatsen i husholdningerne. Der kan evt. tænkes økonomisk støtte til miljøcertificerede husholdninger ind i konceptet.

### **Hvorfor?**

Miljøcertificering kan være med til at skabe stolthed, nysgerrighed og kendskab til konkrete løsninger i familien. Som privatpersoner får man mulighed for at gøre en forskel. Håbet er at gøre det attraktivt at være i en miljøcertificeret husholdning.

Det her er virkelig et eksempel på en handling, hvor globale problemer har lokale løsninger. Derfor kan alle bidrage med en indsats i deres egen private husholdning.

Mange ønsker netop at gøre en forskel i dagligdagen. Hvis alle er med og støtter op, kan det for alvor gøre en forskel.

### **Hvordan?**

Handlingen kræver først og fremmest vilje blandt husholdningerne.

Dernæst skal store mængder information omkring muligheder og valg gøres let tilgængelig for forbrugeren/familien. Faren er, at det hurtigt kan blive uoverskueligt for den enkelte familie/husholdning. I dag findes en række miljøcertificeringer som gør det en smule mere overskueligt at vælge miljørigtigt.

Miljøcertificeringen af husholdningerne kan yderligere støttes af offentlige midler og ordninger. Derfor er et engagement fra det offentlige ønskeligt.

Det er desuden vigtigt ikke kun at se på forbruget, men også bortskaffelsen af eventuelt affald. I Norge har man i mange områder kildesortering af husholdningsaffald.

I forhold til selve certificeringen bør den ske i samarbejde med andre aktører som "Grøn Hverdag" og Klimaklubben.

Gruppen arbejder med en række konkrete virkemidler til at styrke certificeringen:

- Forankres mindre organisationer som teams og frivillige foreninger

- Information og holdningskampagner
- Checklister
- Enkelte tilbagemeldinger (undgå "rapporteringer", men det bør være muligt med sammenligninger til andre husholdninger)

Afgørende for disse virkemidler er at de skal være overskuelige og nemme at gå til, da alle må kunne forstå dem. Handlingerne skal motivere frem for at anvende en "pegefingermindethed".

Gruppen peger på flere fokusområder for miljøcertificeringen:

- Indkøb – herunder mad, ernæring, miljøafgifter, miljømærkede varer (Fairtrade, Ø-varer), aldersgrænser ved køb af farligt affald.
- Affald – herunder kildesortering, emballagehåndtering i butikkerne, vejning af affald for hver husstand på skraldebilerne.
- Transport – kollektivt, cykling, el-biler, ferier.
- Energi – El-besparelser, energisparepærer, vedvarende energi, grøn energi, hele produktionsprocessen.

Resursefølsomt kan opstarten i form af vidensopbygning og PR finansieres fra centralt hold, f.eks. af staten. Herefter kan driften af selve ordningen være brugerfinansieret givet honoraret kan holdes lavt. I det omfang ordninger er kommunalt eller statsligt drevne kan ordningen fungere på helt frivillig basis, som man kender det fra kildesortering af affald.

I forhold til gruppedeltagernes egen rolle peger de på, at vi bør starte med os selv og dermed være positive ambassadører og sprede budskabet.

*For yderligere oplysninger kontakt Tone Granaas på email: [tone@gronnhverdag.no](mailto:tone@gronnhverdag.no) eller tlf.: +47 456 64 746*

## 5.8 ØKOLOGISK SKATTEREFORM

### **- Adfærdsændring via omlægning af skatter og afgifter**

Formålet her er adfærdsændring blandt befolkningen opnået via omlægning af skatter og afgifter på miljøområdet. En sådan økologisk skattereform kan suppleres med støtteordninger.

Skattereformen kan benyttes på en lang række områder:

- Affaldshåndtering
- Transport
- Energiforbrug (bl.a. el og varme)

- Industriel produktion
- Landbrug
- Regionale infrastrukturelle planer

### **Hvordan?**

Skattereformen har forskelligt indhold for hvert enkelt område. Gruppen peger på en række virkemidler, der har haft virket et eller flere steder allerede.

#### Affaldshåndtering:

- Panteordning (velfungerende)
- Affaldshåndteringssystemer
  - o kompostering (fungerer flere steder i Norge)
  - o kildesortering (fungerer flere steder i Norge)
  - o skrotpræmie (vrakpant) på biler (fungerer)

#### Transport/mobilitet

- Gratis parkering m.m.. for el-biler og hydrogenbiler
- Told/afgift ved køb af ny bil
- Afgiftsbelagt parkering i centrum/byer
- Åbning for brug af bompengefinansiering af veje til bygning af gang- og cykelstier

#### El/energiforbrug:

- El-afgift (Norge og Sverige)
- Energiøkonomiske tiltag

#### Industri:

- CO<sub>2</sub> afgift

#### Landbrug

- Støtteordning til omlægning til økologisk drift

#### Regionale infrastrukturelle planlægninger:

- Reguleringsplaner

Meget er godt opnået på ovennævnte punkter, men endnu mere kan gøres for at ændre adfærd på de nævnte områder.

Noget af det der kræves for at gennemføre skattereformen er:

- Kundskab og "knowhow"
- Politisk vilje
- Vilje til og mod på forandringer
- Belønningsordning for gennemførelse af tiltag
- Bedre samarbejde mellem miljøsektoren og den finansielle sektor
- Før ændringer kan finde sted, skal det undersøges grunddigt hvordan man, gennem omlægning af skatter og afgifter, opnår de bedste resultater.

*For yderligere oplysninger kontakt Ole Karsten Sunde på email:  
[Olekarsten.sunde@fri.oslo.kommune.no](mailto:Olekarsten.sunde@fri.oslo.kommune.no) eller tlf.: +47 976 29 681*

## 5.9 MINDRE STRØM OG FÆRRE BILER

Handlingen går ud på at få folk til at spare på elektricitet og bruge bilen mindre. Det kunne f.eks. være i form af et maksimum på en bil pr. husstand og et angivet maksimalt kilometerantal pr. husstand.

Man kan lave zoner, hvor man ikke må køre i biler fra kl. 18.00 til kl. 08.00 næste morgen.

Et par dage om året, hvor man ikke må bruge strøm i 3 timer.

Hvis man har mere end en bil pr. husstand må kun én være i brug af gangen.

### **Hvorfor?**

En slags hjælpemiddel til at stoppe katastrofen, og endvidere få folk til at ændre deres måde at tænke på.

I Italien ser vi nogle steder, at kl. 22.00 om aftenen bliver nogle gader lukket af for bilerne. En følgebivirkning af dette vil endvidere være, at støjen mindskes om aftenen, og at det føles tryggere at gå på gaden. Det er relevant at benytte sig af handlingsmulighed og sikre færre biler i centrum, hvor der er mange cykler og fodgængere. Endvidere i store boligkvarterer.

### **Hvad?**

For at opnå et lavere strømforbrug peger gruppen på at private husholdninger såvel som private og offentlige virksomheder bør samarbejde om at:

- Slukke alle elprodukter, som ikke er i brug
- Undgå stand by-funktioner
- Slukke alt lys og varme, som ikke er i brug
- Bruge eftervarmen ved madlavning
- Udbygning af fjernvarme anlæg
- Efterisolering af bolig
- Sensorbelysning
- Varmepumpe
- Jordvarme

Tilsvarende for at opnå et lavere strømforbrug peger gruppen på at vi bør fokusere på:

- Øget tilbud om kollektiv trafik
- Bedre tilgængelighed
- Færre parkeringspladser i bycentrum
- Dyrere benzin
- Færre busafgange
- Metro og sporvogn
- Billigere billetter
- Evt. gratis kollektiv trafik
- Placering af nye arbejdspladser nær trafikknudepunkter og i nærmiljøet
- Bilfri dage
- Bilkollektiv
- Cykeløkonomi, bedre tilrettelæggelse af cykelstier.

### **Hvordan?**

Både borgere og politiet bør inddrages. Politiet skal bruges som kontrolmyndighed, der håndhæver de angivne grænser, der ikke må overtrædes.

Det er en forudsætning, for at handlingsmuligheden kan lykkes, at man forbedrer de offentlige transportmidler.

Herudover peger gruppen på en række forskellige aktiviteter for handlingens gennemførelse:

- Politisk forankring og finansiering
- Holdningsskabende arbejde og involvering af indbyggerne
- Planlæggere og bygherrer skal tage miljøhensyn med i planerne
- Transportsektoren – investeringer i kollektiv transport
- Initiativordninger for aktører som gennemfører miljøtiltag, som fører til mindre strøm og færre biler.
- Øgede afgifter på miljøskadelige faktorer
- Fremhæv at det kan betale sig
- Fokuser på den gode historie

Hvis man begynder privat og lokalt kan disse aktiviteter nå at forankre sig hos de centrale beslutningstagere. Gruppe opfordrer sig til, at man tager miljøudfordringen op på arbejdet og i lokalområdet, hvor man bor.

De lokale aktiviteter kan bl.a. indeholde:

- Informere på arbejdspladsen om miljøtiltag
- Iværksætte holdningsskabende kampagner
- Sikre, at alle får en nødvendig rolle i miljøarbejdet
- Giv interne oplæring og tilmelde sig på eksterne kurser
- Sikre mere information til nyansætte og gamle medarbejder om miljøfyrtårnet og andre relevante initiativer
- Fremme flere sager om miljø overfor ledelsen for at sikre forandring.

*For yderligere oplysninger kontakt 8.y på H.C Andersen Skolen i Odense*

## 5.10 **REDUCERING AF VAREFORBRUGET Gennem UDDANNELSE.**

Fokus i denne handlingsmulighed er på uddannelse og information om konsekvenserne af vores forbrug, for at fremhæve de menneskelige og økologiske/miljømæssige konsekvenser af vores dagligdagsvalg.

### ***Hvad?***

Uddannelse og information om konsekvenserne af vores forbrug kan understrege de økologiske konsekvenser af vores dagligdagsvalg. Til det formål er der brug for at undersøge, hvad årsagerne til vores forbrugsmønstre er.

Uddannelsen skal især rettes imod børn og unge, men dog ikke kun dem. At det er vigtigt at fokusere på børn og unge er af den simple grund, at de er den næste generation af forbrugere – og det er dem vi ønsker at påvirke.

Grundene for det høje forbrug bør fremhæves – f.eks. at børn er meget store forbrugere, og derfor er det meget vigtigt, at børnene uddannes. Samfundets udvikling har gjort, at forbruget skrues i vejret, fordi de fleste ikke ønsker at stå udenfor denne forbrugsfest.

Alle børn er forbrugere, og uddanner man dem kan man forhåbentligt nedbringe forbruget af varer. Dog er det vigtigt, at man i denne sammenhæng med børn og unge benytter sig af gode rollemodeller; fx sportsstjerner eller yndlingslærere som tager klart stilling til emnet. Princippet om "Leading by example" bør følges, da børn i højere grad vil blive positivt påvirket igennem inspiration i stedet for at pådutte dem budskabet.

Resultatet kan blive at vores børn kan blive rollemodeller for nye mere bæredygtige forbrugsmønstre.

### **Hvor?**

Der findes flere interessante eksempler. Det er f.eks. i nogle dele af Norge inkluderet i læreruddannelsen. EU har udgivet en skoledagbog om forbrug og i nogle folkeskoler arbejder de med ESD10 (UN Decade on Sustainability in Education).

Det er relevant at benytte sig af denne handlingsmulighed på alle uddannelsesniveauer.

På forskellige borgermøder, seminarier m.m. kunne det være relevant at arbejde med denne handlingsmulighed.

Det samme gælder alle virksomheder via Internettet, i nyhedsbreve m.m.

### **Hvordan?**

Først og fremmest bør vi fokusere på beslutningstagere i alle former for organisationer, fordi beslutningstagerne sidder på ressourcerne, især de økonomiske. Der er brug for at beslutningstagerne forstår omfanget af udfordringen. For eksempel at forstå det økologiske fodaftryk af forbruget i de nordiske lande.

Der er behov for at fokusere på partnerskaber, som i Philippine-modellen: "Threefolding".

Det er vigtigt at engagere skoler, forbrugsorganisationer (for viden omkring forbrug) samt lærere og elever. Det kan f.eks. gøres ved at fremme kravene i EMS systemet og øve indflydelse på de nationale undervisningsplaner.

Endvidere er der behov for et politisk, statsligt, kommunalt, og

fagforeningsmæssigt pres og opbakning.

Uddannelsessteder og virksomheder kunne sætte det faglige indhold ind i handlingsplaner.

Endeligt bør borgerne inddrages, da man i højere grad kan forsøge, at gøre borgerne mere kvalitetsbevidste og herigennem få borgerne til at købe ting af kvalitet med længere holdbarhed, sådan at spildet bliver mindre.

Hertil er viden og vilje meget vigtige ressourcer. Der findes allerede mange uddannelsesprogrammer, men måske er der behov for tilpasninger til de enkelte steder. Ikke mindst er der som nævnt brug positive rollemodeller.

Vi skal blive ved med at lære og gøre nye erfaringer, herunder indsamle tilgængelig information om forbrug og dets konsekvenser. Der skal selvfølgelig tages højde for, at der er et stort pres på uddannelsesinstitutionerne omkring, hvad der skal fokuseres på, og hvad der skal opprioriteres.

Det er en lav omkostning ved denne handlingsmulighed, og hvis den implementeres korrekt vil dens rækkevidde være stor.

Her er det aførende at huske at "The People have the Power". Hvis forbrugerne benytter sig af kvalitetsprodukter, der er bæredygtige i produktion og brug, vil producenterne til sidst tilstræbe hovedsageligt at producere dette. Og så skal vi huske at "walk the talk"

### ***De første skridt***

Gruppen planlagde to helt centrale skridt og gav hinanden særlige fokusområder for deres respektive lokalområder. De første centrale skridt er:

1. Udarbejdelse af en projektskitse for dit eget lokalområde sammen med de væsentligste interessenter. Skab og byg på alliancer og netværk.
2. Præsenter projektskitzen til de lokale politikere og opnå deres støtte til at sætte det i søen.

*For yderligere information kontakt Oslo Kommune ved Kjersti Helgeland på tlf.:  
+47 915 48 371*