

Hvordan oppnå strategiske fortrinn gjennom bærekraft?

Torsdag 24. november 2016

Erlend Aas Gulbrandsen

Høgskolen i Lillehammer

Agenda

1. Hva er bærekraft?
2. Hvorfor bli (mer) bærekraftig?
3. Hvordan jobbe med bærekraft?

1. Hva er bærekraft?



«Det er typisk norsk å være god» - på å definere bærekraft

Brundtland-kommisjonen var først ute med å definere **bærekraftig utvikling** (1987):

Bærekraftig utvikling er «[...] å tilfredsstille nåtidens behov og ønsker uten å ødelegge fremtidens muligheter for det samme.»

Operasjonalisering av bærekraft: Den triple bunnlinjen



2. Hvorfor bli (mer) bærekraftig?

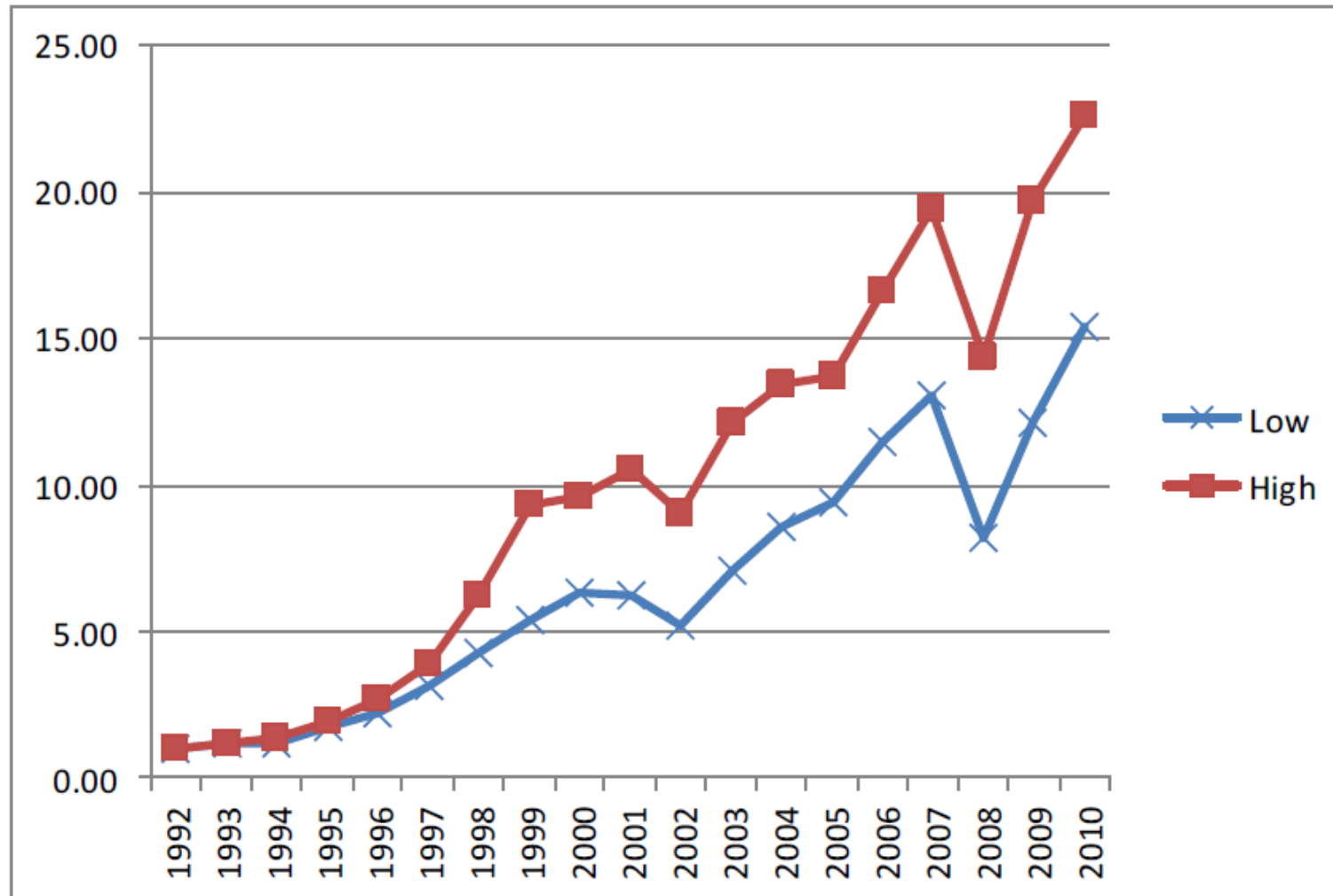




SUSTAINABLE
BRANDS

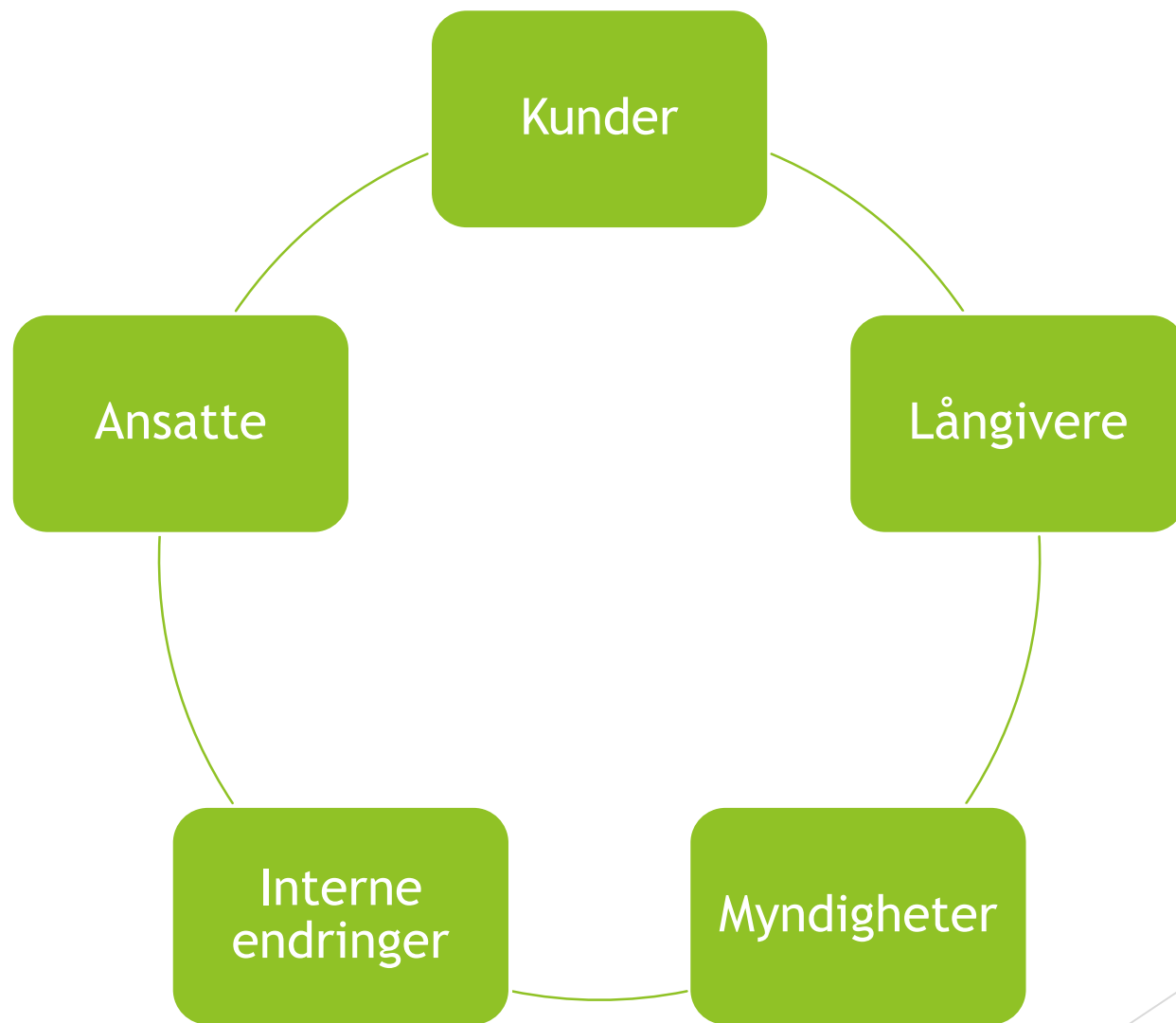


Bærekraft - er det noe lønnsomt da?



Kilde: Eccles et al. (2014).

Hvor kommer lønnsomheten fra?

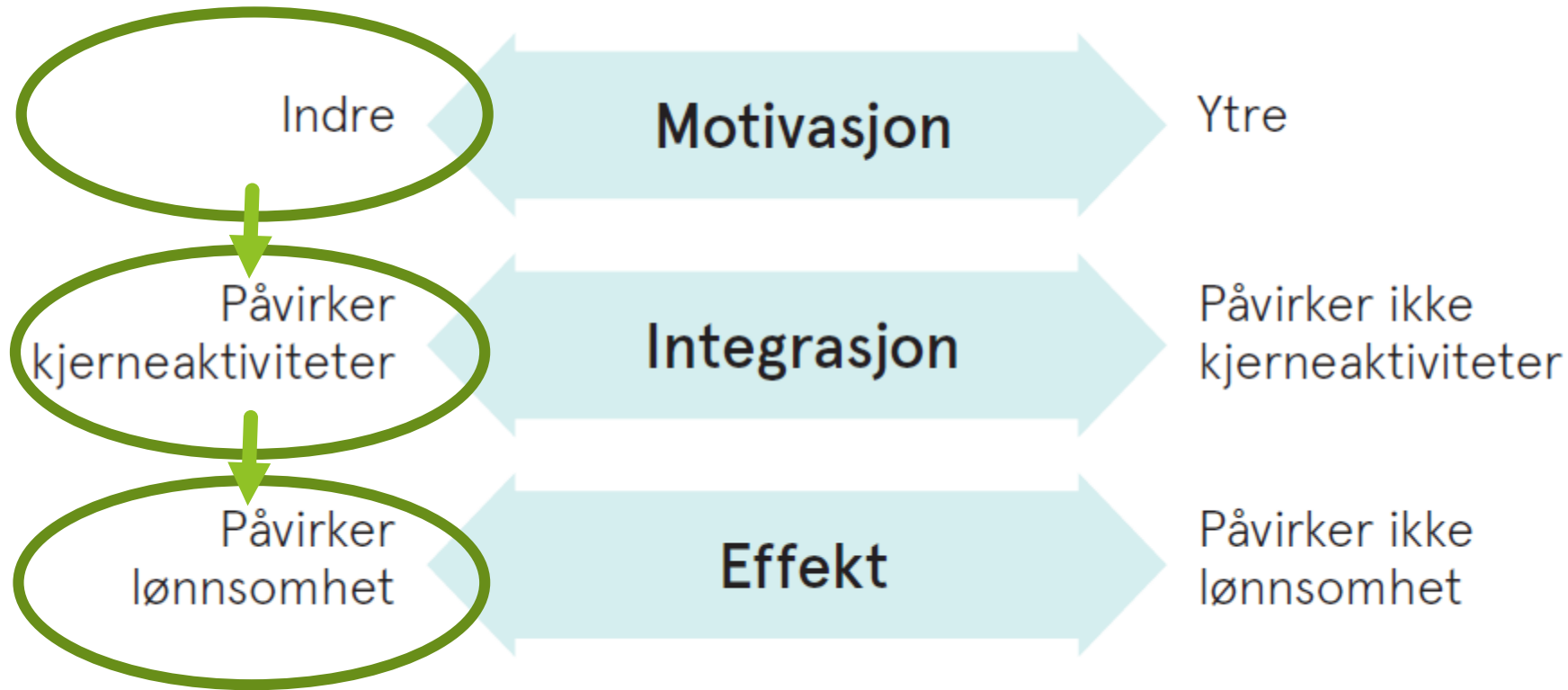


Typer effekter på den økonomiske bunnlinjen

	Direkte effekt	Indirekte effekt
Økt oppside	Økte inntekter Eks.: Økt salgspris Økte leieinntekter	Sterkere immaterielle ressurser (omdømme) Eks.: Image som «grønn utbygger»
Redusert nedside	Reduserte kostnader Eks.: Reduserte oppvarmingskostnader	Redusert risiko Eks.: Reduserer risiko for negative medieoppslag

3. Hvordan jobbe med bærekraft?

Tre nøkkeldimensjoner



Hvordan sikre god implementering?

Eierskap og støtte hos toppledelsen

Engasjerende visjon

Skape en sosial bevegelse

Bruk av idéverksteder

Top down + bottom up = suksess!



Takk for oppmerksomheten!

Twitter: @erlend_ag

E-post: erlend.aas.gulbrandsen@hil.no

Tel: 90 86 33 28