

Loftslagsyfirlýsing Reykjavíkurborgar og Festu

**Niðurstaða könnunar meðal
þátttakenda vorið 2017**



Efnisyfirlit

	Bls.
Inngangur	3
Um rannsóknina	5
Svarhlutfall	4
Niðurstöður og aðgerðir	6
Losun gróðurhúsalofttegunda (GHL)	6
Umfang 1	7
Umfang 2	8
Umfang 3	8
Losun úrgangs	9
Birgjar	10
Áhrifamestu og auðveldustu aðgerðirnar	12
Fjárhagslegur ávinningur/kostnaður	14
Hvatning	16
Starfsumhverfi	18
Fræðsludagskrá	20
Lokaorð	21
Viðauki A – Þátttakendur í loftslagsverkefni Reykjavíkurborgar og Festu	22
Viðauki B – Spurningalisti könnunarinnar í heild sinni	25

Útgefendur:



Höfundur skýrslu:

Dr. Snjólaug Ólafsdóttir, umhverfisverkfræðingur
hjá Andrými ráðgjöf ehf.



Inngangur

Í desember 2015 fór fram í París 21. aðildaríkjaþing loftslagssamnings Sameinuðu þjóðanna (COP 21), kallaður Parísarfundurinn. Þar undirrituðu þjóðir heims Parísarsamkomulagið og staðfestu þar hættuna sem stafar af loftslagsáhrifum og nauðsyn þess að halda hlýnun jarðar undir 2°C. Í aðdraganda Parísarfundarins tóku Reykjavíkurborg og Festa – miðstöð um samfélagsábyrgð fyrirtækja sig saman og settu fram loftslagsyfirlýsingu og buðu fyrirtækjum og stofnunum að taka þátt. Þann 16. nóvember 2015 undirrituðu forstjórar 104 fyrirtækja og stofnana á Íslandi loftslagsyfirlýsinguna. Yfirlýsingin var kynnt á Parísarráðstefnunni og vakti mikla athygli. Þau fyrirtæki sem skrifuðu undir urðu stuðningsaðilar að Parísaryfirlýsingunni þar sem fyrirtæki um allan heim staðfestu að þau vildu leggja sitt af mörkum varðandi hlýnun jarðar. Fleiri fyrirtæki hafa bæst í hópinn síðan 2015, hægt er að skrá nýja þátttakendur á heimasíðu Festu og formleg undirskrift fer fram á árlegum loftslagsfundi í lok árs á vegum Reykjavíkurborgar og Festu.

Festa og Reykjavíkurborg bjóða fyrirtækjunum stuðning við að greina losun sína og setja sér markmið um minnkun hennar. Árið 2016 var fyrirtækjunum boðið að taka þátt í fræðsludagskrá en alls voru 13 fræðsluviðburðir haldnir á árinu. Þar fjölluðu sérfræðingar á sviði loftslagsmála um ýmsa þætti og fyrirtækin deildu þekkingu sín á milli. Einnig var mótaður sérfræðingahópur úr röðum fyrirtækjanna sem samræmdi og þróaði mæliaðferðir og leiðir til að móta loftslagsmarkmið og skrá árangur fyrirtækjanna.

Í þessari rannsókn voru þátttakendur í loftslagsyfirlýsingunni (hér eftir kallaðir þátttakendur) spurðir um stöðu yfirlýsingarinnar, hvernig hafi verið staðið að því að uppfylla þá þrjá þætti sem koma fram í yfirlýsingunni og hversu langt á veg þátttakendur væru komnir. Ætlast var til við undirritun yfirlýsingarinnar að markmið þátttakenda væru tilbúin í lok júní 2016. Spurt var um þær aðgerðir sem fyrirtækin hafa nú þegar framkvæmt og hverjar hafi gefið besta raun. Niðurstöður verða notaðar til að skerpa sýn á markmið loftslagsyfirlýsingarinnar, hvernig varða megi leiðina fyrir þátttakendur og gera ávinninginn sýnilegan. Þekkingin sem skapast um hvernig draga megi úr kolefnisspori reksturs á Íslandi er mjög dýrmæt, ekki aðeins fyrir samfélagið okkar heldur heiminn allan.

Loftslagsyfirlýsing Reykjavíkurborgar og Festu er eftirfarandi:

„Við undirrituð ætlum að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda og lágmarka neikvæð umhverfisáhrif með markvissum aðgerðum.

Þjóðir heims standa nú frammi fyrir afleiðingum loftslagsbreytinga. Sameinuðu þjóðirnar gegna forystuhlutverki í að greina vandann, takast á við hann og aðlagast breyttum aðstæðum.

Borgir og bæir ásamt fyrirtækjum af öllum stærðum, verða sífellt mikilvægari þegar kemur að því að draga úr útblæstri gróðurhúsalofttegunda og standast þau markmið sem sett hafa verið um losun þeirra.

Á Íslandi er helsta áskorunin mengandi samgöngur og losun úrgangs. Við ætlum að sýna samfélagslega ábyrgð í verki með því að:

1. Draga úr losun gróðurhúsalofttegunda

2. Minnka myndun úrgangs

3. Mæla árangurinn og gefa reglulega út upplýsingar um stöðu ofangreindra þátta.“

Um rannsóknina

Markmið rannsóknar þessarar var að greina hvar þátttakendur stæðu nú rúmu ári eftir að skrifað var undir loftslagsyfirlýsinguna, hvaða aðgerðum hafi verið beitt og hvort mælingar og birtingar á þeim séu orðnar opinberar eins og til stóð. Einnig að meta ávinning af þeirri vinnu sem þátttakendur hafa farið í bæði fyrir þá og samfélagið í heild.

Rannsóknin fór þannig fram að rafrænn spurningalisti var sendur á tengilið vegna loftslagsyfirlýsingarinnar hjá hverju fyrirtæki fyrir sig (hér eftir kallaður tengiliður). Gögnin voru notuð til að greina stöðu þátttakenda varðandi þau þrjú atriði sem fram komu í loftslagsyfirlýsingunni þ.e. að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda (GHL), minnka myndun úrgangs og að birta upplýsingar um losun GHL og markmið fyrirtækisins. Athugað var hvaða aðferðum þátttakendur beittu til að draga úr losun GHL og hvaða aðgerðir hafi gefið bestan árangur. Einnig var spurt um helstu vandamál sem upp hafa komið við að uppfylla yfirlýsinguna. Ástæða þess að skrifað var undir yfirlýsinguna í upphafi var skoðuð og hvaða áhrif yfirlýsingin hefur haft á rekstur og starfsemi þátttakenda. Skoðað var hvort að kostnaður eða sparnaður við þátttöku hafi verið áætlaður og hvort viðskiptataækifæri hafi skapast eða tapast við þátttöku? Hver hafi áhrifin verið á vinnustaðinn, hvort starfsfólk tók vel eða illa í breytingar? Hvort samskipti við birgja hafi breyst? Greint var einnig hvernig yfirstjórnir þátttakenda hafi komið að yfirlýsingunni, hvort fjallað hafi verið um hana á stjórnarfundum og hvort yfirstjórnir hafi sýnt verkefninu stuðning. Spurningalistann í heild sinni má sjá í viðauka B.

Sendur var tölvupóstur á tengiliði þátttakenda með kynningarbréfi ásamt tengli á vefsvæði þar sem hægt var að svara spurningunum. Spurningakönnunin var send út 23. mars 2016 og tvær ítrekanir sendar, þann 3. apríl og svo aftur 2.mái 2017.

Svarhlutfall

Könnunin var send á 104 þátttakendur yfirlýsingarinnar, svarhlutfall var 50%. Í töflu 2-1 má sjá svarhlutfall greint eftir stærð þátttakenda. Flestir þátttakendur eða 75%, hafa fleiri en 50 starfsmenn og er svarhlutfall betra hjá stærri fyrirtækjunum. Þegar skoðað er hversu margir hafa birt markmið sín og niðurstöður í töflu í viðauka A sést að herra hlutfall stærstu fyrirtækjanna hafa birt markmið sín og niðurstöður.

Fjöldi starfsmanna	Fjöldi þátttakenda í loftslagsyfirlýsingu	Fjöldi svarenda	Svarhlutfall [%]
250+	41	21	51
50-250	37	23	62
3-50	21	6	29
1-3	5	2	40

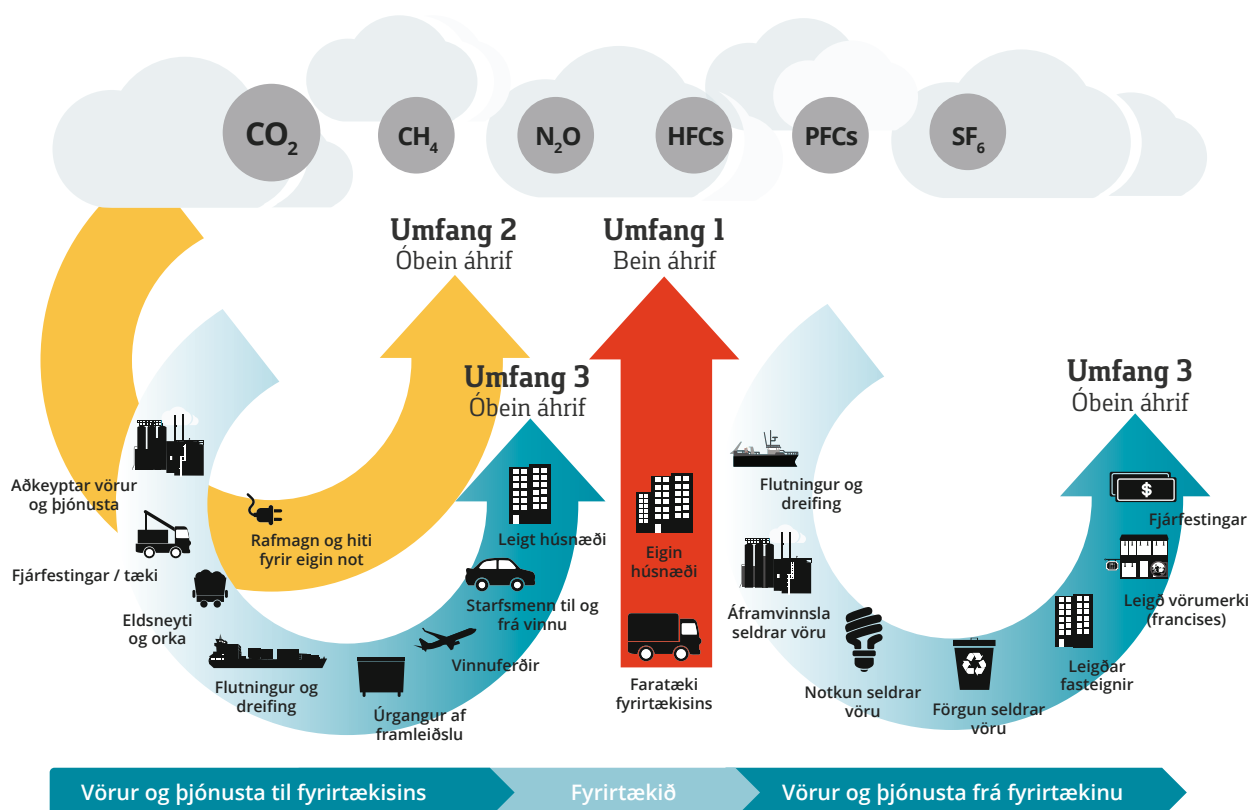
Tafla 2-1.

Niðurstöður og aðgerðir

Losun gróðurhúsalofttegunda (GHL)

Þegar reiknað er kolefnisspor fyrirtækja og stofnana er allur útblástur gróðurhúsalofttegunda (GHL) vegna starfseminnar skoðaður, hvort sem það er beinn útblástur frá ferlum fyrirtækisins eða útblástur vegna starfsmanna, birgja, verktaða eða viðskiptavina. Útblæstri er skipt upp í umfang 1, 2 og 3 þar sem umfang 1 er beinn útblástur frá fyrirtækinu, það er frá verkferlum fyrirtækisins, útblástur frá faratækjum og vélum fyrirtækisins o.fl. Einnig tilheyrir binding kolefnis á vegum fyrirtækisins s.s. í skógi og landgræðslu umfangi 1. Umfang 2 inniheldur orkunotkun fyrirtækisins, bæði hita og rafmagn. Haldið er utan um þessa liði sérstaklega þar sem þeir geta verið mjög stórir, einkum þegar ekki er um endurnýjanlega orkugjafa að ræða. Umfang 3 eru svo óbein áhrif s.s. flugferðir starfsmanna, ferðir starfsmanna til og frá vinnu, ferðir birgja með vörur til fyrirtækisins, útblástur viðskiptavinar vegna þjónustu/vöru fyrirtækisins o.s.frv. Útblæstrinum er skipt svona niður til að tvítalning verði ekki á útblæstri á samfélaginu í heild. Sem dæmi mætti taka starfsmann sem tekur leigubíl á vinnutíma, útblástur frá þeirri ferð er reiknaður inni bókhald fyrirtækisins en einnig í bókhald leigubílastöðvarinnar. Þess vegna fer ferðin í umfang 3 hjá viðkomandi fyrirtæki en í umfang 1 hjá leigubílastöðinni, svo hægt verði að taka tillit til þess þegar heildar útblástur samfélagsins alls er reiknaður.

Losun GHL - umfang 1, 2 og 3

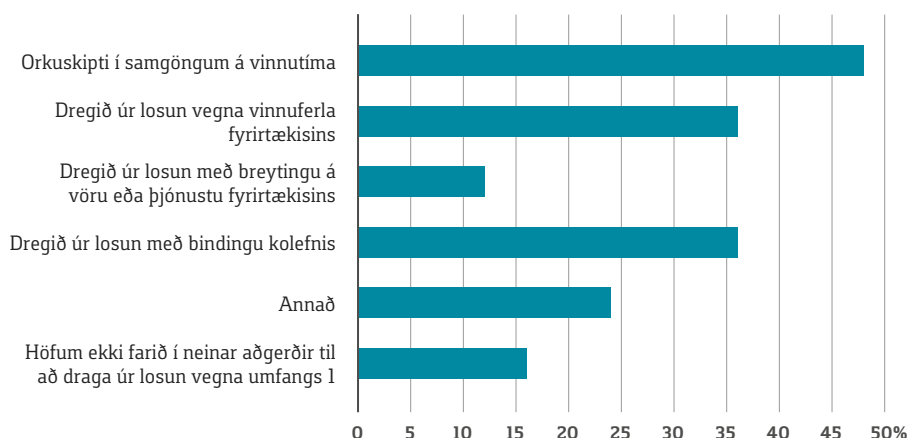


Í könnuninni var spurt um heildarútblastur 2015 og 2016. Svör um heildarútblastur fékkst hjá 56% svarenda fyrir árið 2015 en 54% fyrir 2016. Svo virðist sem margir séu enn að byrja að mæla og að átta sig á umfangum 1, 2 og 3. Því verður ekki tekinn saman heildar útblástur þátttakenda að þessu sinni. Stefnt er þó á að gera það í framhaldinu þegar frekari gögn liggja fyrir og þegar gögnin verða samanburðarhæf milli ára. Þau fyrirtæki sem hafa mælt og birt sínar niðurstöður má finna í töflu í viðauka A þar sem bent er á hvar þessar upplýsingar megi finna.

Þrátt fyrir að niðurstöður mælinga liggja ekki allar fyrir þá eru flest fyrirtækin byrjuð á aðgerðum til að draga úr losun á einn eða annan hátt eins og kaflar um umfang 1, 2 og 3 sýna hér í framhaldinu. Það er vert að taka fram áður en lengra er haldið að fyrirtæki eru ólík og þegar spurt er um aðgerðir verður að hafa í huga að ekki eiga allar aðgerðir við hjá öllum þátttakendum. Sem dæmi má nefna að aðeins þeir þátttakendur sem eiga eigin bíla geta skipt um orku í samgöngum á vinnutíma undir umfangi 1. Þannig eru nokkrir þátttakendur ekki með neinn beinan útblástur (umfang 1) ef um er að ræða fyrirtæki í leiguhúsnæði, með engar bifreiðar o.s.frv.

Umfang 1

Umfang 1 tekur til beinnar losunar gróðurhúsalofttegunda (GHL) frá fyrirtækinu sjálfu og verkferlum þess. Mynd 3-1 sýnir niðurstöður við spurningu um hvaða aðgerðir þátttakendur hafa farið í vegna umfangs 1. Aðeins 16% svarenda sögðust ekki hafa farið í neinar aðgerðir til að draga úr losun frá umfangi 1. Tæpur helmingur hefur farið í orkuskipti í samgögnum á vinnutíma starfsmanna og meira en þriðjungur binda kolefni til móts við útblástur, sama hlutfall hefur dregið úr losun vegna vinnuferla. Áhugavert er einnig að sjá að 12% hafa dregið úr losun með því að breyta vöru eða þjónustu fyrirtækisins.

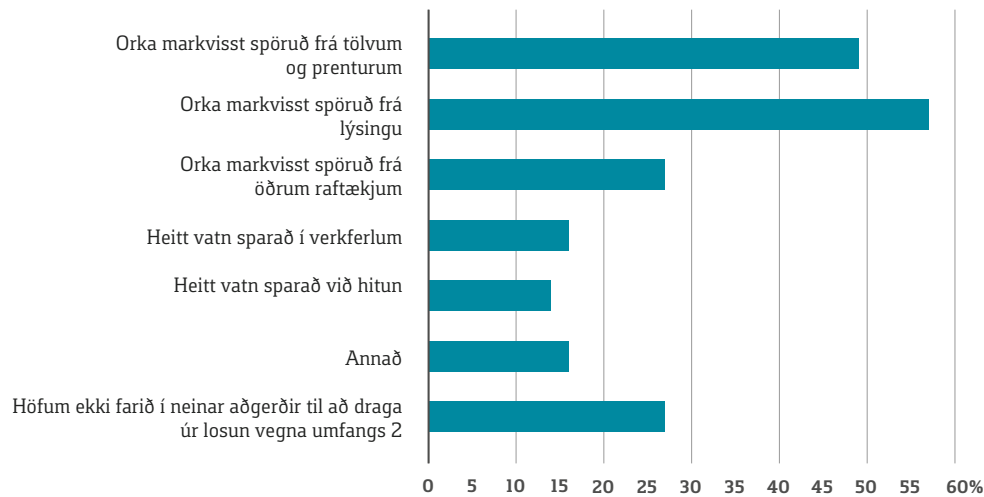


Mynd 3-1

„Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr losun frá umfangi 1?“

Umfang 2

Umfang 2 tekur til notkunar á rafmagni og hita og útblæstri GHV vegna þess. Fjórðungur svarenda hafði ekki enn farið í aðgerðir vegna umfangs 2 (sjá mynd 3-2). Fleiri voru byrjaðir að spara rafmagn en vatn þegar könnunin fór fram. Um og yfir helmingur hafði farið í markvissan orkusparnað á notkun tölva og prentara og frá lýsingu og hefur tæpur þriðjungur farið í að spara orku frá annarskonar raftækjum. Þá nefna 16% „annað“ en þar nefndu svarendur aðgerðir á borð við að minnka notkun á loftræsti kerfi yfir nóttina, endurnýjun á varmaskiptibúnaði, aukna tengingu skipa í höfnum við rafmagn o.fl.

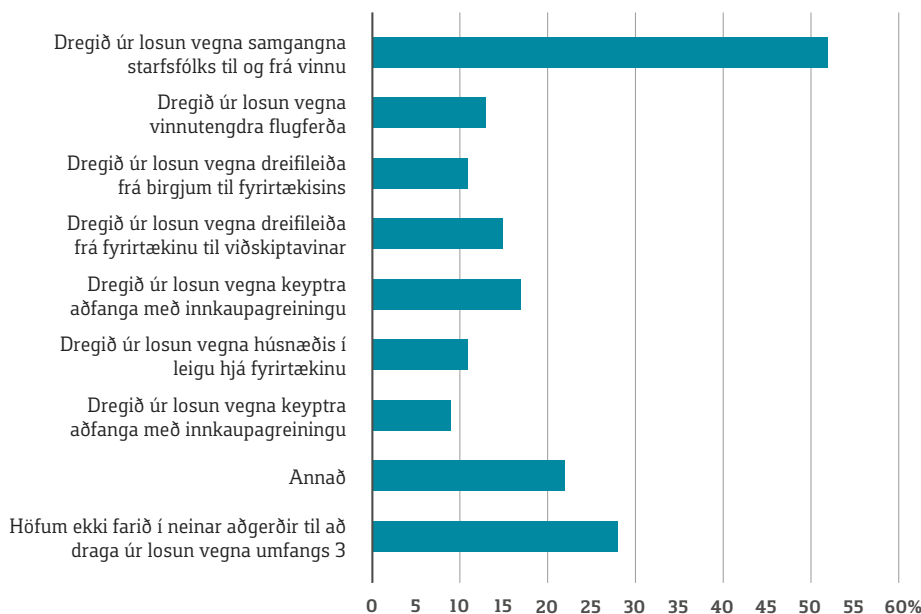


Mynd 3-2.

„Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr losun frá umfangi 2?“

Umfang 3

Umfang 3 tekur til losunar á GHV sem koma frá aðgerðum fyrirtækisins en ekki beint frá verkferlum þess eða eignum t.d. frá leigðu húsnæði, leigðum bifreiðum, flutningum vara til og frá fyrirtæki, ferðir starfsmanna til og frá vinnu, vinnu verktaka o.fl. slíkt. Þegar spurt var um aðgerðir sögðust 27% svarenda ekki hafa farið í aðgerðir vegna umfangs 3 (sjá mynd 3-3). Meira en helmingur hafði farið í aðgerðir vegna ferða starfsmanna til og frá vinnu t.d. með samgöngustyrkjum. Hluti svarenda hefur dregið úr losun vegna keyptrra aðfanga með innkaupagreiningu. Þá hafa svarendur dregið úr losun vegna dreifileiða frá fyrirtæki til viðskiptavinar og vegna dreifileiða frá birgjum til þátttakenda. Einnig hefur verið dregið úr losun vegna vinnutengdra flugferða og frá leigðu húsnæði. Þá sögðust 22% svarenda hafa farið í aðrar aðgerðir til að draga úr losun vegna umfangs 3. Þar má nefna m.a. að nota vistvæna leigubíla og bílaleigubíla, fækka ferðum, nota GoGreen leiðir DHL og vera aðilar að innkaupaneti Umhverfisstofnunar.



Mynd 3-3.

„Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr losun frá umfangi 3?“

Losun úrgangs

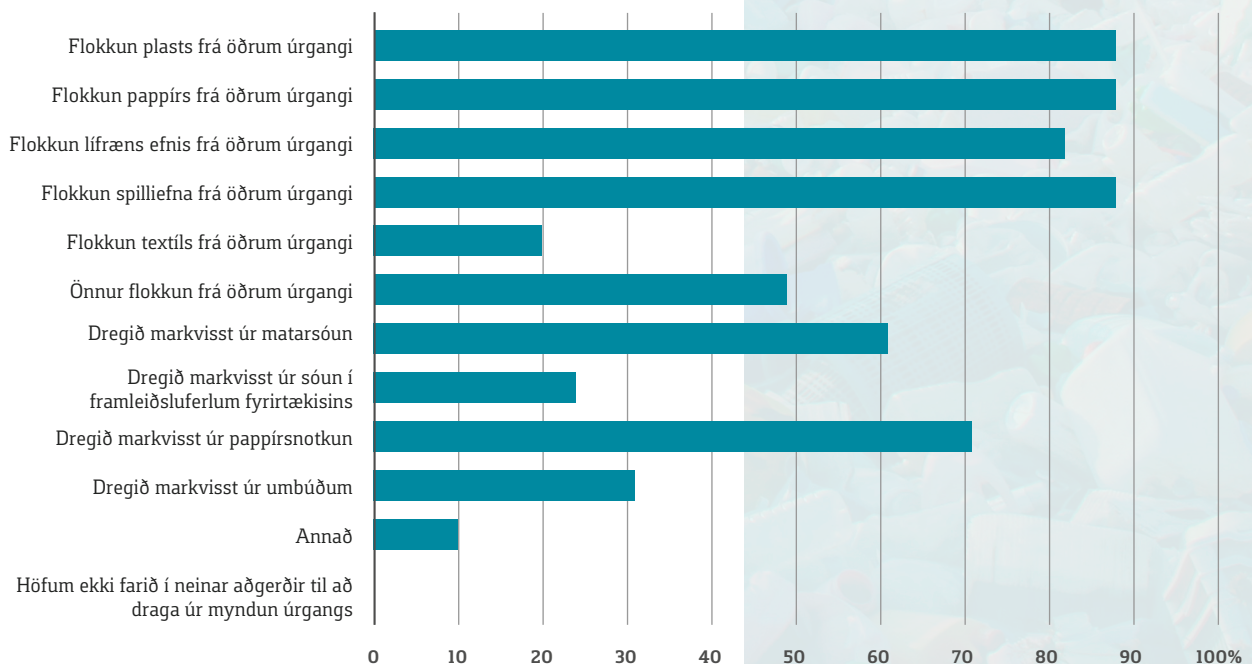
Um 70% þátttakenda gáfu upp tölur um úrgang fyrir árið 2015. Þjónustuaðilar vigta úrgang og endurvinnsluefni sem sóttur er og auðvelt er að fá aðgang að þeim upplýsingum. Nokkrir þátttakendur hafa farið þá leið að vigta sjálfir allt sem frá þeim fer þar sem sameiginlegar sorp- og endurvinnslutunnur eru með öðrum fyrirtækjum í sama húsi.

Þegar spurt var um hvaða aðgerðir auðveldast hafi verið að ráðast í vegna loftslagsverkefnisins nefndu nokkrir flokkun úrgangs, endurskoðun ferla í úrgangsmálum og betri nýtingu hráefna. Eins og sjá má á mynd 3-4 höfðu allir sem svöruðu könnuninni farið í aðgerðir til að draga úr úrgangi. Milli 80% og 90% svarenda flokka pappír, plast, lífrænan úrgang og spilliefni frá öðru sorpi. Meirihluti svarenda hafði dregið markvisst úr pappírnotkun og úr matarsóun. Þá hafði umbúðarnotkun verið skoðuð markvisst hjá um þriðjung svarenda og fjórðungur hafði dregið úr sóun í framleiðsluferlum sínum. Aðgerðir sem nefndar voru til að draga úr úrgangi voru m.a. að hafa aðeins miðlægar ruslatunnur, minni diskar í mötuneyti, að starfsfólk skrái sig fyrirfram í mat og eigi kost á að taka afganga með sér heim, bæta flokkun á raftækjum og rafeindabúnaði, pappírslaut bókhald og reikningar, aðgangsstýrðir prentarar, margnota drykkjarmál og að kröfur til verktaka feli í sér flokkun á sorpi.



Mynd 3-4.

„Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr myndun úrgangs?“

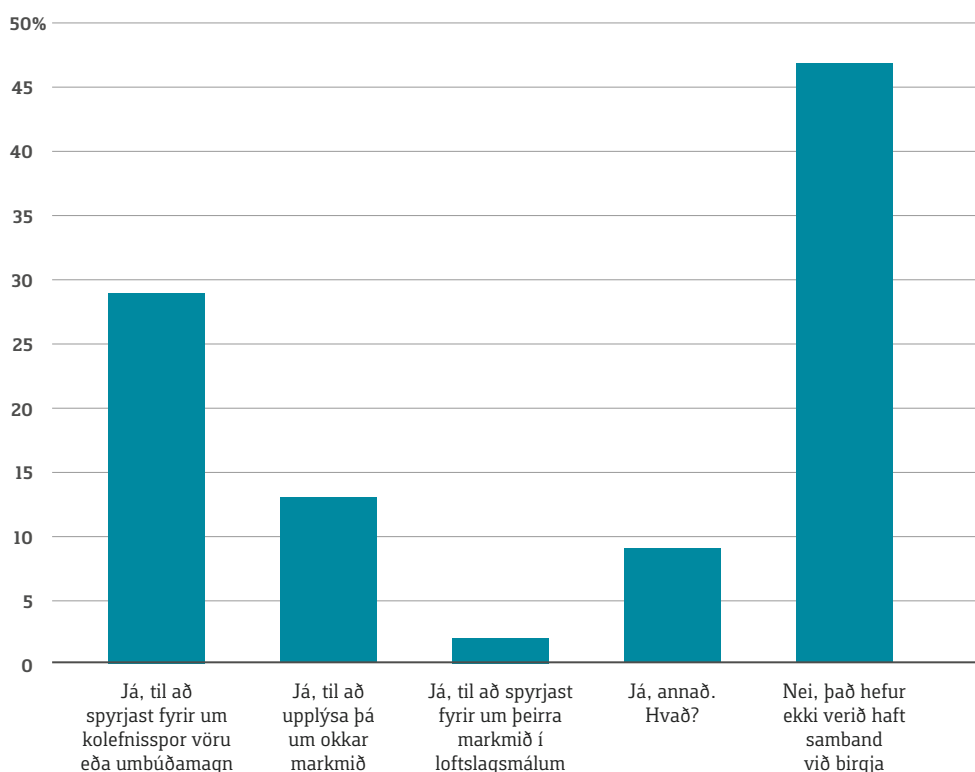


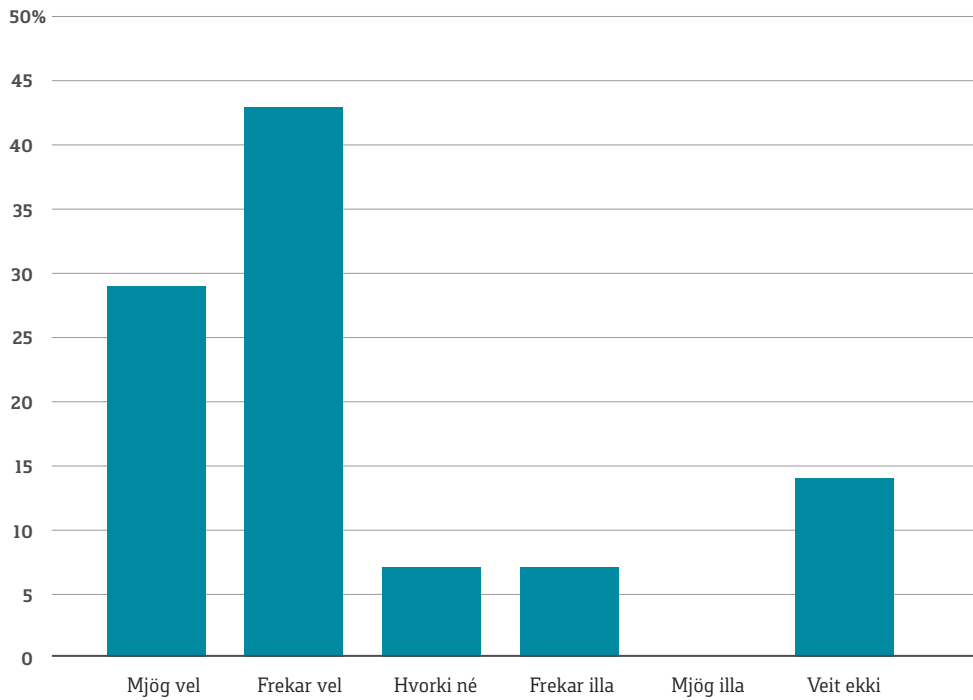
Birgjar

Eins og fjallað var um í kafla um umfang 3 þá telst kolefnisspor vöruflutninga, þjónustuaðila og verktaka til umfangs 3 og því heildar útblásturs þátttakenda. Til að draga úr myndun úrgangs skiptir máli hvernig umbúðir berast fyrirtækinu og hvernig þjónustu birgjar veita til að lágmarka úrgang. Því voru þátttakendur spurðir um samskipti þeirra við birgja. Fyrst var spurt hvort að haft hefði verið samband við birgja og þá til hvers, þá var spurt hvernig birgjar hafi brugðist við fyrirspurnum og loks hvort að skipt hefði verið um vöru, birgja eða þjónustuaðila vegna verkefnisins. Tæplega 50% svarenda höfðu ekki haft samband við birgja eins og sjá má á mynd 3-5. Tæpur þriðjungur hafði samband við birgja til að spyrjast fyrir um kolefnisspor vöru eða umbúðamagn, 13% til að upplýsa þá um sín markmið í loftslagsmálum og 2% til að spyrjast fyrir um þeirra markmið í loftslagsmálum. 9% nefndu að haft hefði verið samband við birgja í öðrum tilgangi. Var meðal annars nefnt að verið væri að hafa samband við og flokka birgja vegna markmiða í samfélagslegri ábyrgð, ISO 14001 staðalsins og fleira þess háttar, umhverfiskröfur til birgja voru því til skoðunar almennt ekki bara vegna loftslagssamningsins. Þá var spurt hvernig tekið hafi verið í fyrirspurnirnar hjá birgjunum, mikill meirihluti hefur fengið góð svör eins og sjá má á mynd 3-6 en þó eru 7% sem svara því til að tekið hafi verið frekar illa í fyrirspurnir. Meirihluti svarenda hefur ekki skipt um birgja eða þjónustuaðila vegna verkefnisins eins og sjá má á mynd 3-7. Hlutfall allra svarenda er hér notað til greiningar en ekki aðeins þeir sem höfðu haft samband við birgja þar sem tveir svarendur höfðu skipt um þjónustuaðila og/eða birgja vegna verkefnisins án þess að hafa samband við þá. Í heildina höfðu 10% svarenda skipt um vöru vegna verkefnisins, 6% um þjónustuaðila og 4% um birgja.

Mynd 3-5.

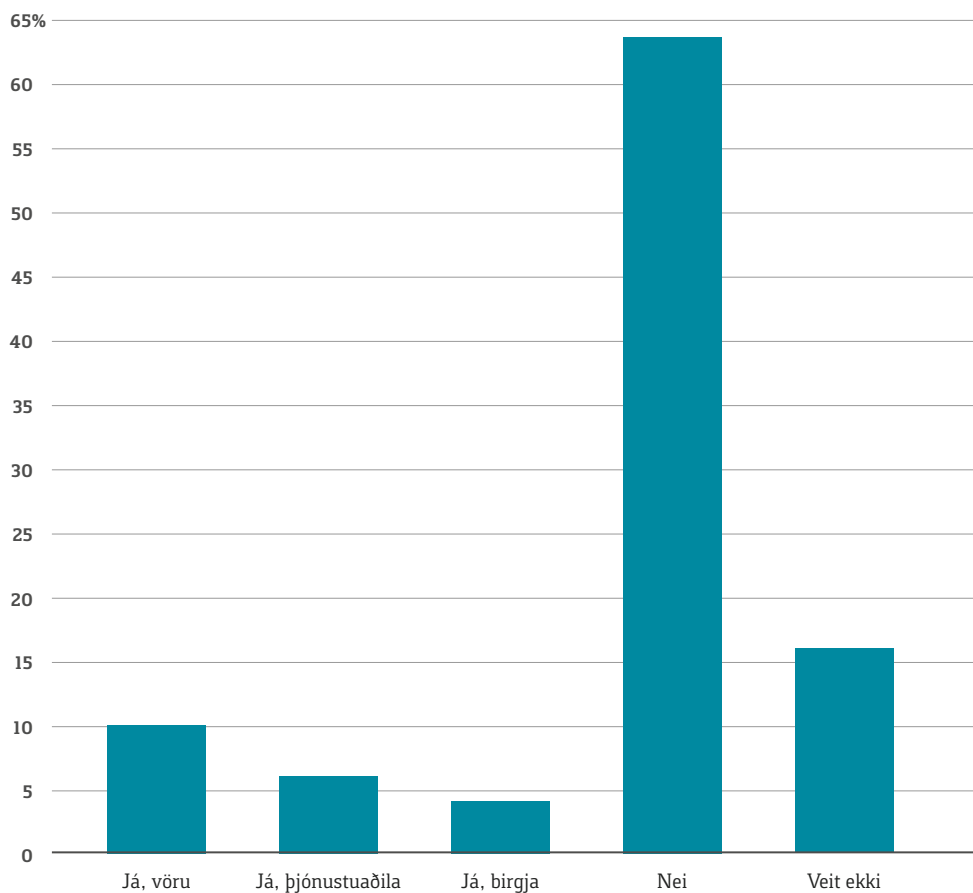
Niðurstöður við spurningunni:
„Hafið þið haft samband
við ykkar birgja vegna
verkefnisins?“





Mynd 3-6.

Niðurstöður við spurningunni:
 „Hvernig hefur verið tekið í
 spurningar ykkar hjá birgjum?
 Hefur spurningum verið svarað?“



Mynd 3-7.

Niðurstöður við spurningunni:
 „Hefur fyrirtækið skipt um
 vöru frá birgja, birgjan sjálfan
 eða þjónustuaðila vegna
 verkefnisins?“

Áhrifamestu og auðveldustu aðgerðirnar

Spurt var um aðgerðir varðandi losun GHF frá umfangi 1,2 og 3 og losun úrgangs. Fjallað var um niðurstöður þeirra spurninga hér á undan. Þá var spurt sérstaklega hvaða aðgerðir hafi skilað mestu við að draga úr losun GHF og hvaða aðgerðir hafi verið auðveldast að ráðast í. Tafla 3-1 sýnir valin svör við spurningunni um hvaða aðgerðir hafi skilað mestu. Nokkur fyrirtæki nefndu að mælingar fyrir árið 2016 væru ókomnar svo ekki væri hægt að bera aðgerðir saman. Þátttakendur hafa ólíka starfsemi og því misjafnt hvaða aðgerðir skila mestu hjá hverjum og einum. Margir nefndu vistvænar bifreiðar og bættu flokkun úrgangs, enn aðrir nefndu sérhæfðari aðgerðir á borð við rafvæðingu fiskimjölsverksmiðja, minni PFC losun í kerskálum og að ráðgjafar leiti leiða til að minnka umhverfisáhrif við hönnun fyrir verkkaupa.

Þegar spurt var um hvaða aðgerðir var auðveldast að ráðast í voru sextán svarendur sem nefndu sorpflokkun, margir nefndu einnig vistvænar bifreiðar og þó nokkrir nefndu að allar aðgerðir hefðu verið auðveldar. Þá er binding kolefnis nefnd í nokkrum tilfellum og einn svarandi segir að aðgerðir sem skili sér í jákvæðu rekstarbókhaldi fyrirtækisins hafi verið auðveldastar. Nokkur valin svör má sjá í töflu 3-2.

Tafla 3-1.

Hvaða aðgerðir hafa skilað mestu hjá þínu fyrirtæki við að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda og úrgangi?

- *Betri nýting á hráefni skilar mestu.*
- *Óljóst þar sem enn vantar mælingar.*
- *Minni akstur og fækkun flugferða erlendis.*
- *Kemur í ljós þegar mælingar fyrir 2016 verða gerðar.*
- *Bætt flokkun þ.a. unnt sé að sýna fram á hver staðan er, setja markmið og mæla hvernig þeim er náð.*
- *Samgöngustefna sem hvetur starfsmenn til að koma á vistvænan hátt í vinnuna, gefa strætókort, samgöngusamningar, leigja rafmagnsbíl.*
- *Í öllum ráðgjafaverkefnum verði hugað að umhverfisþáttum og sérfræðingar hvattir til að leita leiða til að minnka áhrif í hönnun og ræða umhverfissvænni valkosti við verkkaupa. Þessi þáttur skilar mestu í stóru myndinni.*
- *Skipuleggja lengri ferðir með því að sameina ferðir, t.d. ferðir til höfuðborgarinnar.*
- *Kolefnisjöfnun flugferða og aðgerðir í tengslum við rafmagnsnotkun í húsinu.*
- *Metan- og rafbílur.*
- *Sparnaður á eldsneyti og flokkun úrgangs*
- *Notkun rafmagnsbíla innan svæðis. Rútuferðir fyrir starfsmenn.*
- *Endurbætur í kerskála sem stuðla að minni PFC losun.*
- *Lágmörkun á úrgangi frá framleiðslu.*
- *Afkastameiri skip og breytt skipulag veiða.*
- *Rafvæðing fiskmjölsverksmiðja.*
- *Sorpflokkunarstöðvar og fræðsla til starfsfólks um samfélagsábyrgð og flokkun sorps.*
- *Minnkuð notkun einnota mála og kaup á rafmagnsbílum í stað bensínbíla.*
- *Sorpflokkun og minnkun á úrgangi.*
- *Nýting á koltvísýringi sem kemur upp á yfirborð við jarðhitavinnslu.*
- *Glaðloftsnotkun minnkar á milli ára.*
- *Akstur starfsmanna á eigin bíl í vinnuferðum, flug í vinnuferðum, akstur starfsmanna í og úr vinnu, akstur vegna flutninga á líni og mat og úrgangur.*
- *Endurskoðun ferla í úrgangsmálum.*
- *Nýting notaðra bílavarahluta og framrúða og notkun rafbíls.*
- *Markviss vinna á skipum félagsins leiddi til verulegs árangurs á milli áranna 2015 og 2016.*

Tafla 3-1, frh.

- Minnkuð dísel notkun til rafmagnsframleiðslu.
- Bætt rútuáætlun hefur mest áhrif á losun.
- Fjarfundir, flokkun, samgöngusamningar.
- Að virkja starfsfólkið, fræðsla og reglubundnar upplýsingar. Þegar starfsmenn eru jákvæðir gagnvart verkinu þá gengur það betur.
- Aukin flokkun úrgangs. Innkaup vistvænna bifreiða.
- Notkun timburkurls í stað kola.
- Bætt endurnýting á aukaafurðum og skýr markmið.

Tafla 3-2.

Hvaða aðgerðir var
auðveldast að ráðast í?

- Útskipting á bifreiðum (sem er þó stutt á veg komin).
- Auðvelt að ráðast í þær allar.
- Flokkun úrgangs.
- Í raun var frekar auðvelt að ráðast í allar þessar aðgerðir.
- Stýrð prentun.
- Flokkun úrgangs og kolefnisjöfnun.
- Fjölgun loftslagsvænna bifreiða. Vistvænar samgöngur hjá þeim sem hafa áhuga á heilsu og umhverfi.
- Endurheimt votlendis. Binding með landbótum.
- Leiga rafmagnsbíla.
- Draga úr matarsóun og flokkun á úrgangi t.d. lífrænum úrgangi frá mötuneyti.
- Kaupa bensín/ Hybrid bíll fyrir snattferðir.
- Kolefnisjöfnun.
- Flokkun sorps, starfsmenn sjá árangurinn vel og eru miklir þátttakendur.
- Samgöngusamningurinn.
- Flokkun sorps er auðveldast fyrir alla starfsmenn að skilja og því nærtækt að koma því á bæði til sjós og lands.
- Prentaðgerðir, sorpflokkun í mötuneyti og auknar kröfur til verktaka hafa reynst auðveldar aðgerðir.
- Margt í gangi, erfitt að velja og segja með nákvæmni.
- Að skrá orku og úrgang því vel hefur verið haldið utan um það undanfarin ár.
- Aðgerðir á skipum félagsins þar sem stóru tölurnar liggja til grundvallar.
- Skipta út hefðbundnum bílum fyrir rafmagnsbíla.
- Kolefnisjöfnun vinnubíla með samningi við Kolvið.
- Notkun rafrænna reikninga.
- Allt nema pappírnotkunin, hefur þurft að hafa fyrir því.
- Endurskipulagning á sorpflokkun, það er svo sem það eina sem búið er að gera af einhverju viti.
- Innkaup vistvænni bifreiða. Framboð vistvænna atvinnubíla er þó takmarkað.
- Aðgerðir sem bættu rekstrarafkomu fyrirtækisins.
- Auðvelt að koma upp góðu flokkunarkerfi. Akureyrarbær styður mjög vel við öll fyrirtæki/stofnanir hvað varðar flokkun á úrgangi.

Fjárhagslegur ávinningur/kostnaður

Margar aðgerðir spara ekki aðeins auðlindir og draga úr mengun heldur bæta þær einnig rekstur fyrirtækja. Þegar dregið er úr sóun, endurvinnsla eykst, skipt er úr jarðefnaeldsneyti í rafmagn og flugferðum fækkað sparast fjármagn þátttakenda.

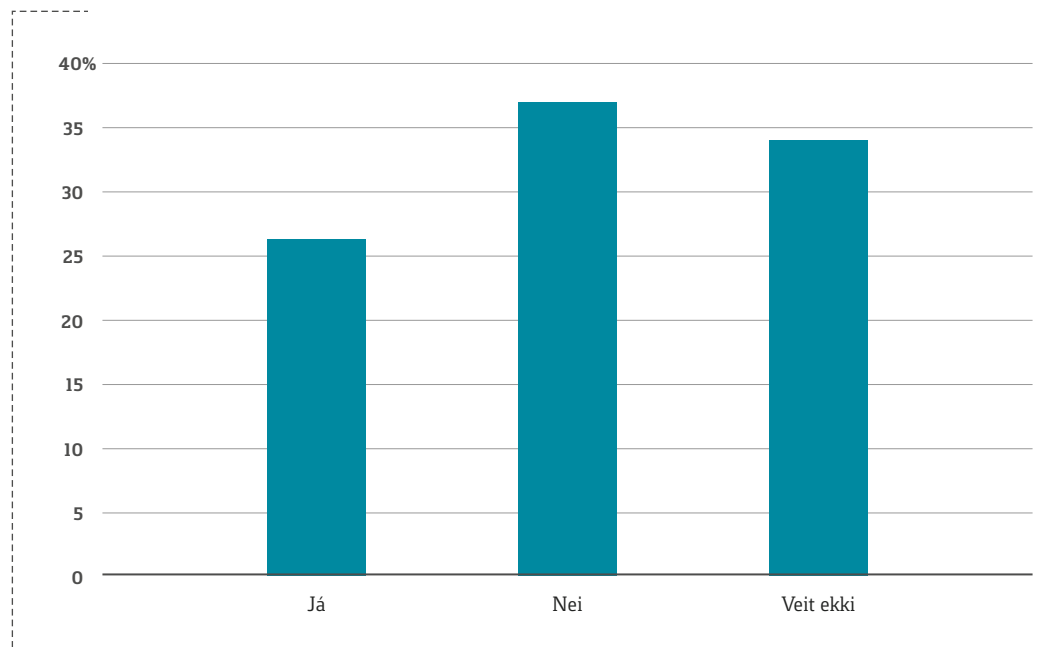
Tengiliðir voru spurðir hvort að kostnaður eða sparnaður við verkefnið hefði verið tekinn saman, aðeins þrír vissu til þess að kostnaður hefði verið tekin saman og fjórir svöruðu að sparnaður hefði verið tekinn saman. Þegar spurt var hvort að opnast hefði á ný viðskiptatækifæri vegna verkefnisins voru 27% sem svöruðu því játandi (sjá mynd 3-8) en enginn taldi að lokast hefði á ný viðskiptatækifæri eða gömul viðskipti vegna verkefnisins. Þegar spurt var um hin nýju viðskiptatækifæri kom m.a. fram að ímyndin væri betri, aukin alþjóðleg athygli, betri nýting (sala) aukaafurða og að með betri gagnaöflun komu ný tækifæri í ljós í úrgangsstjórnun.

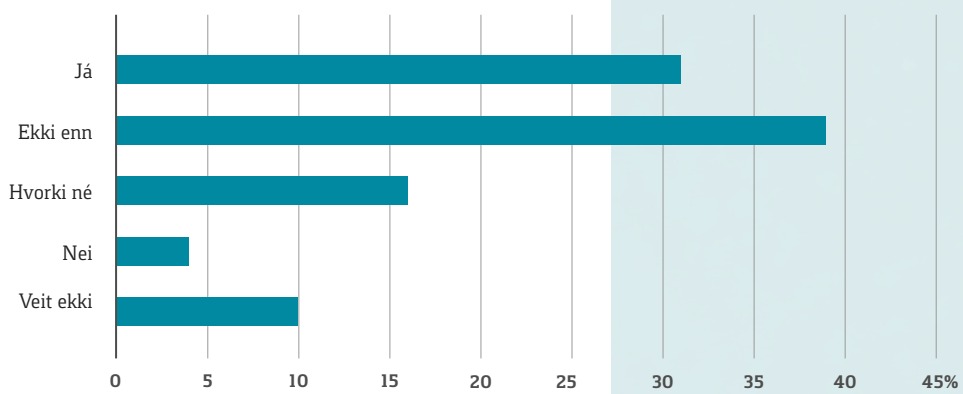
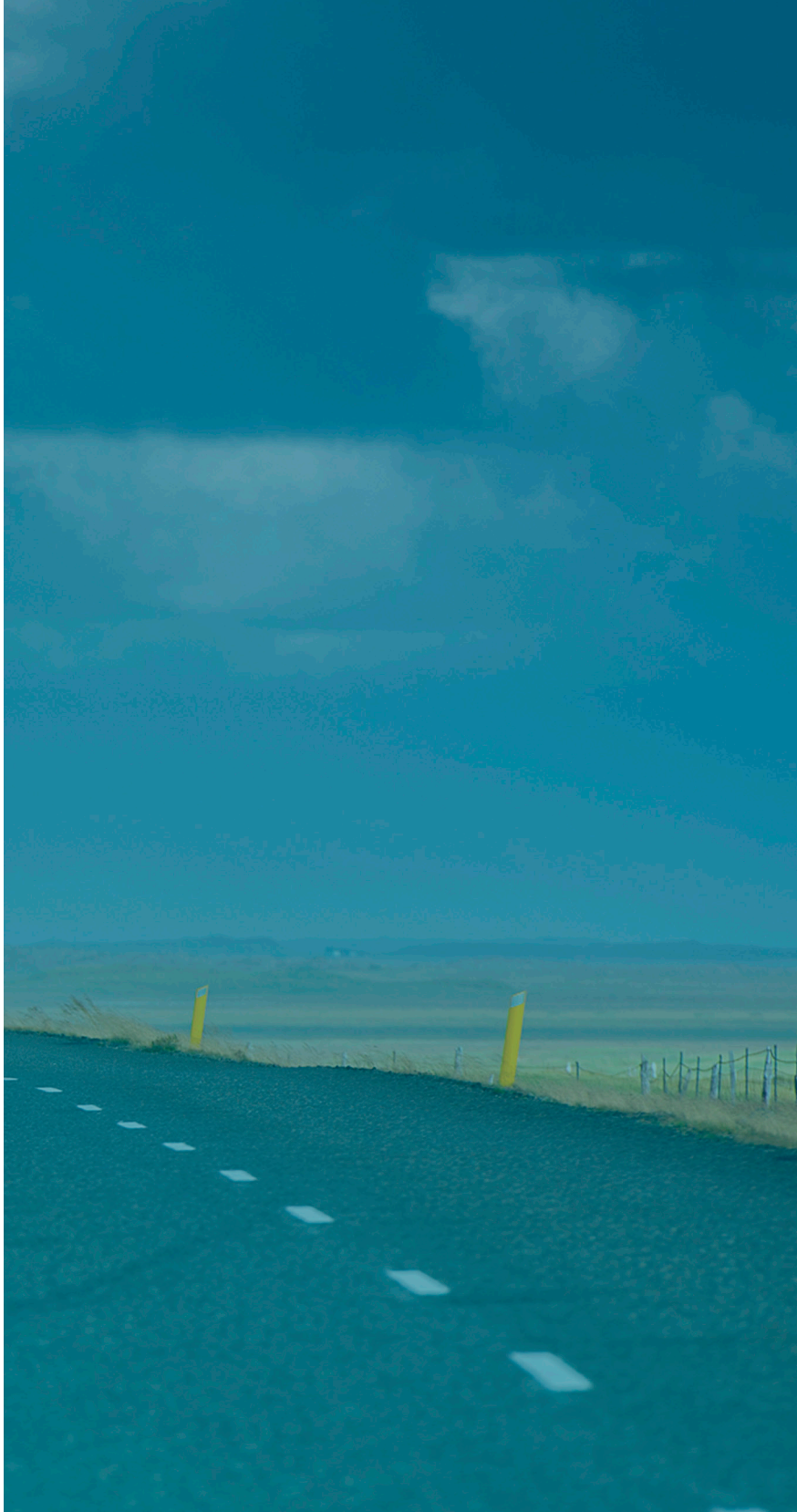
Þá voru tengiliðir beðnir um að meta hversu margir dagar í heildina hafi farið í að framkvæma stöðumat (finna grunnlínu), setja markmið og innleiða aðgerðir vegna verkefnisins. Meirihluti svarenda könnunarinnar svaraði ekki spurningunni (milli 40 og 50%). Af þeim sem þó svöruðu sögðu 64% að það að finna grunnlínu hefði tekið 10 daga eða skemur en 29% sögðu 11 til 25 daga. Gögn fyrir grunnlínu þátttakenda er mismunandi eftir umfangi starfsemi hvers og eins. Hluti þátttakenda hafa haldið grænt bókhald áður en skrifað var undir yfirlýsinguna og því hefur tekið minni tíma fyrir þá þátttakendur að finna grunnlínuna. Að setja markmið hefur tekið styttri tíma en 64% svarenda sögðu að það hefði tekið 5 daga eða skemur. 69% svarenda segja svo að það að innleiða aðgerðir hafi tekið tíu daga eða skemur. Einn aðili telur að það hafi tekið 365 daga að innleiða aðgerðir.

Þá voru tengiliðir spurðir hvort að þeir teldu að fjárhagslegur ávinningur hafi orðið af verkefninu. Mynd 3-9 sýnir að almennt eru tengiliðir jákvæðir gagnvart því og svara 33% að þeir telji að svo sé en 37% telja að það sé ekki enn komið fram en að þeir sjái fram á að svo verði.

Mynd 3-8.

„Hefur verkefnið opnað á ný viðskiptatækifæri fyrir fyrirtækið?“





Mynd 3-9.

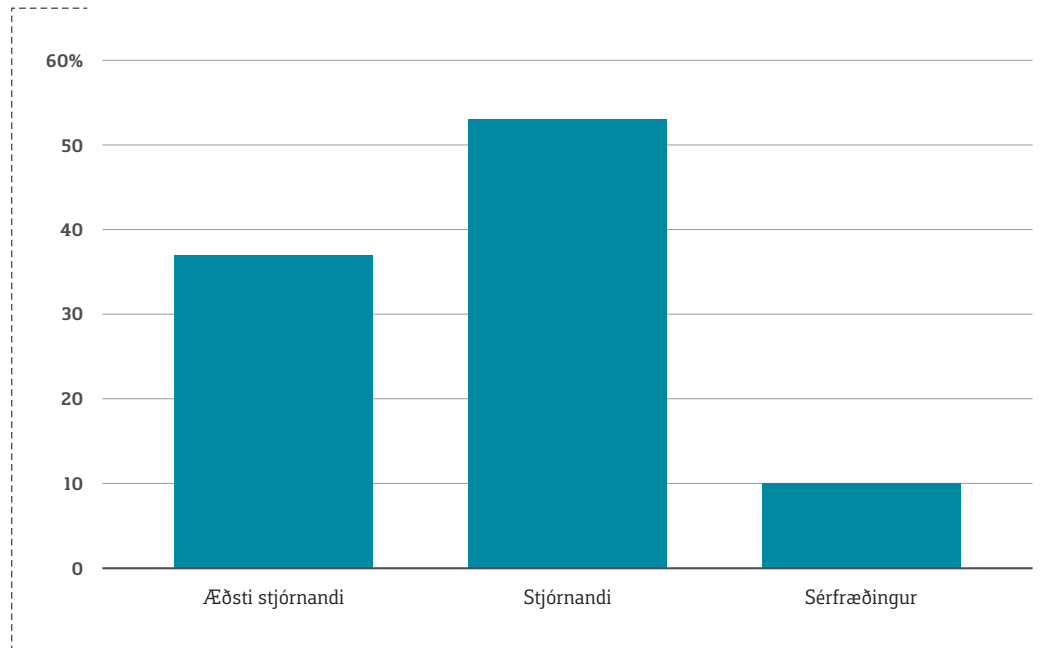
„Á heildina litið, telur þú að það hafi orðið fjárhagslegur ávinningur af verkefninu?“

Hvatning

Spurt var um ábyrgðaraðila verkefnisins og stuðning yfirstjórnar. Mynd 3-10 sýnir niðurstöður um ábyrgðaraðila verkefnisins. Í 37% tilfella er æðsti stjórnandi ábyrgðaraðili en í 53% tilfella er það annarskonar stjórnandi. Þá var spurt hvort að yfirstjórn fyrirtækisins hefði komið að verkefninu, tekið það fyrir á stjórnarfundum og hvort tengiliður upplifði stuðning yfirstjórnar. Niðurstöður má sjá á mynd 3-11. Ánægjulegt er að sjá að yfirgnæfandi meirihluti yfirstjórna hafa komið að verkefninu og að tengiliðir verkefnisins upplifi stuðning yfirstjórnar.

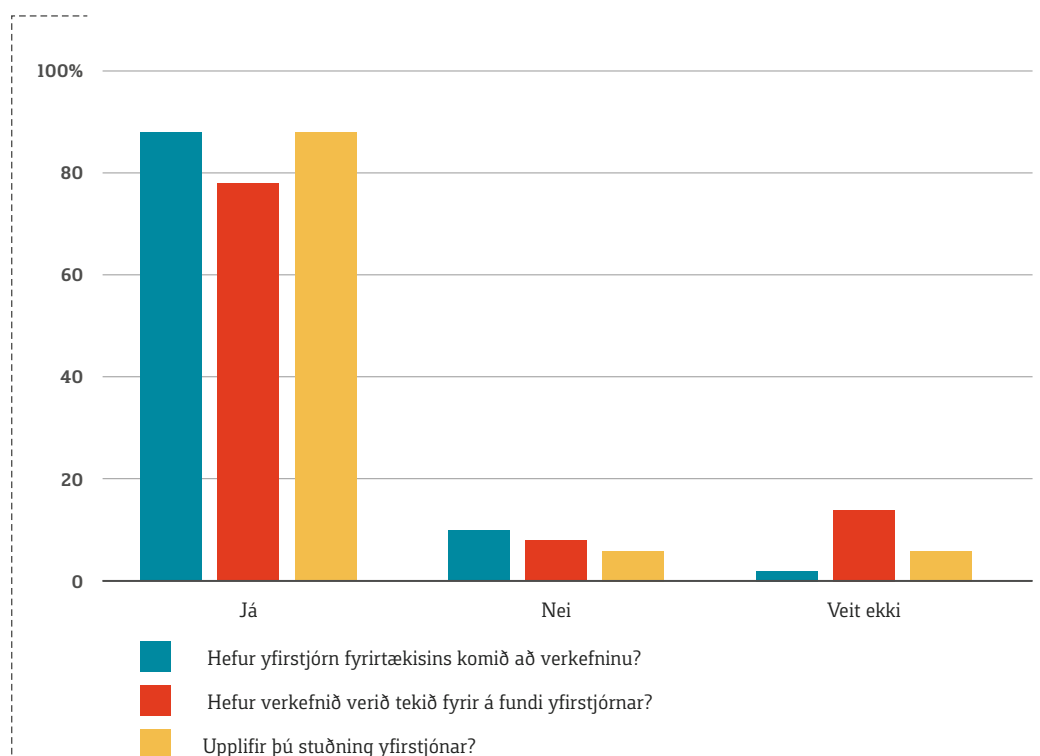
Mynd 3-10.

„Hver er ábyrgðaraðili verkefnisins innan fyrirtækisins?“



Mynd 3-11.

„Hefur yfirstjórn fyrirtækisins komið að verkefninu?, Hefur verkefnið verið tekið fyrir á fundum yfirstjórnar? og Upplifir tengiliður stuðning yfirstjórnar?“



Þátttakendur voru spurðir hver hafi verið upphafleg ástæða þess að skrifað var undir yfirlýsinguna og voru beðnir um að raða eftirfarandi ástæðum eftir mikilvægi frá einum upp í sjö þar sem einn var mikilvægast og sjö minnst mikilvægt.

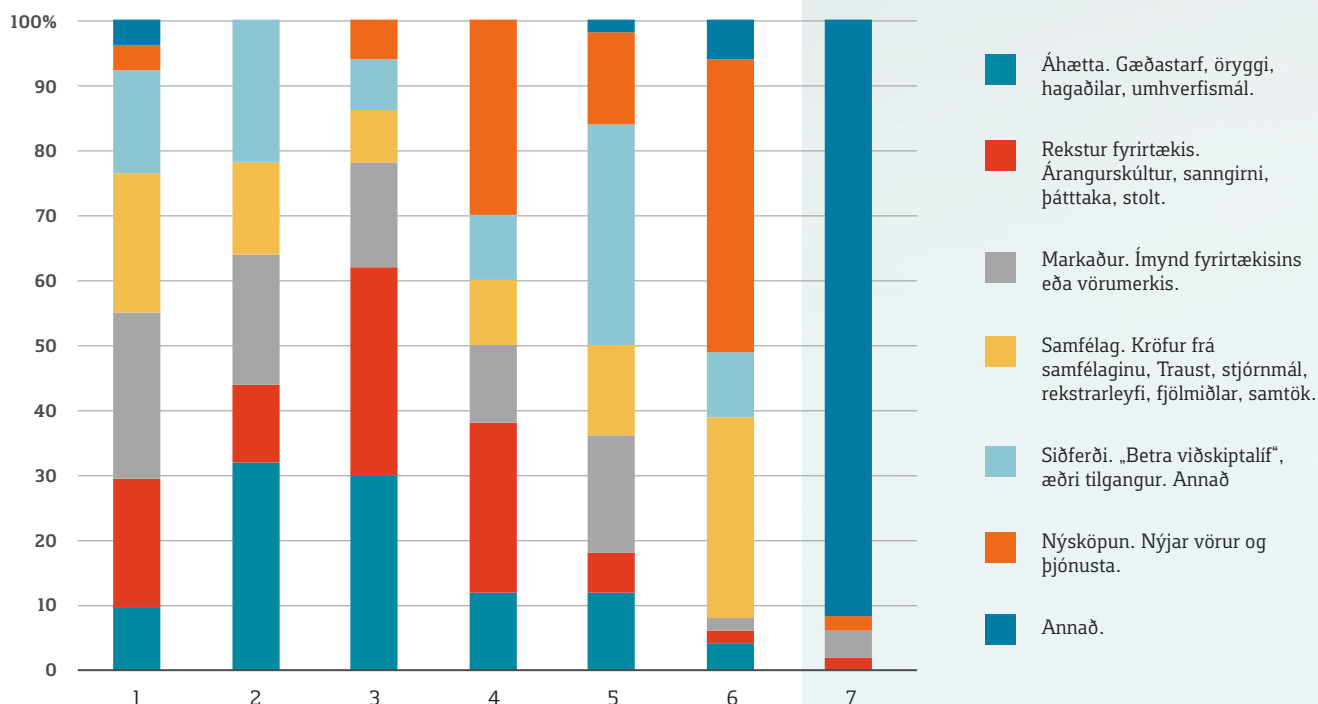
- *Áhætta. Gæðastarf, öryggi, hagaðilar, umhverfismál.*
- *Rekstur fyrirtækis. Árangurskúltur, sanngirni, þátttaka, stolt.*
- *Markaður. Ímynd fyrirtækisins eða vörumerkis. Aðgreining frá samkeppnisaðilum.*
- *Samfélag. Kröfur frá samfélaginu, Traust, stjórnmal, rekstrarleyfi, fjölmiðlar, samtök.*
- *Siðferði. „Betra viðskiptalíf“, æðri tilgangur.*
- *Nýsköpun. Nýjar vörur og þjónusta.*
- *Annað.*

Á Mynd 3-12 má sjá sjö súlur sem sem sýna hvernig þátttakendur röðuðu ástæðum undirskriftarinnar eftir mikilvægi þar sem í súlu 1 eru mikilvægustu ástæðurnar og í súlu 7 eru minnst mikilvægar ástæður. Ekki var nein ákveðin ástæða afgerandi mikilvægust fyrir þátttakendur en 25% svöruðu að markaðurinn væri mikilvægastur, ímynd fyrirtækisins og aðgreining frá samkeppnisaðilum, 23% svöruðu að samfélagið væri mikilvægast og kröfur þess, 19% svöruðu að rekstur fyrirtækisins væri mikilvægastur og 17% að siðferði og betra viðskiptalíf skipti mestu, aðrir valkostir voru sjaldnar nefndir sem mikilvægastir. Flestir svarendur (eða 31%) setja áhættu og gæðastarf í annað sætið um mikilvægi.



Mynd 3-12.

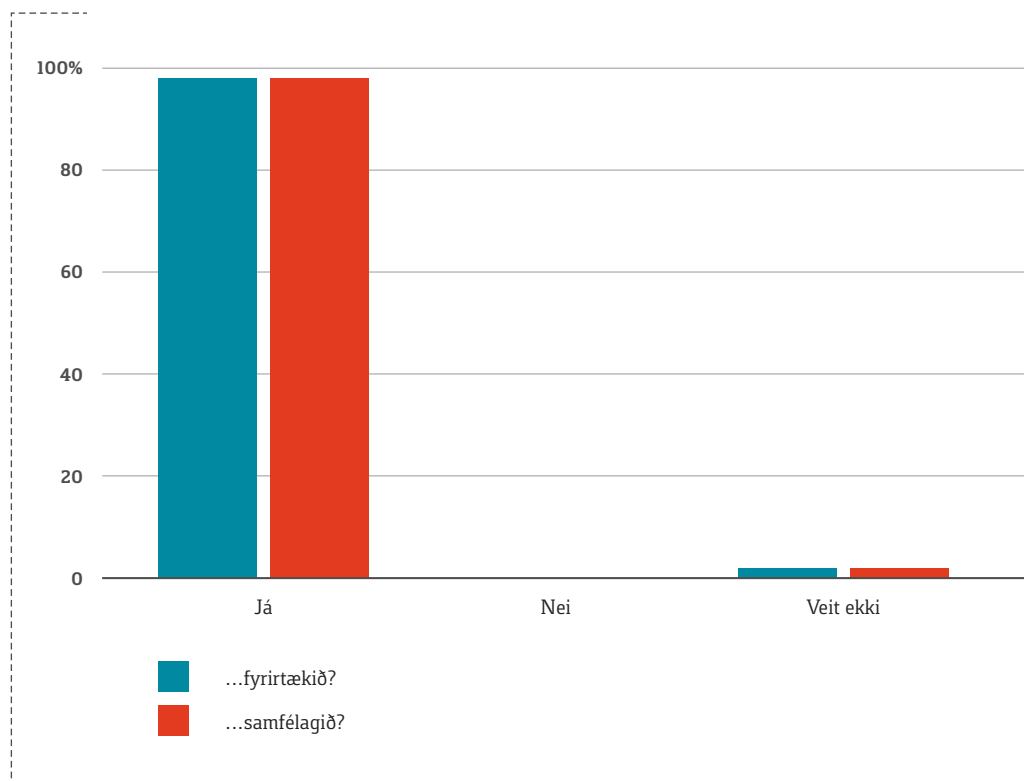
„Hver var ástæðan fyrir því að skrifað var undir loftslagsyfirlýsinguna í upphafi?“



Þá var spurt hvort að tengiliðirnir hefðu trú á verkefningu bæði fyrir fyrirtækið og samfélagið í heild. Eins og sést á Mynd 3-13 voru 98% sem svöruðu því jákvætt en 2% voru ekki viss. Enginn svaraði því þó til að viðkomandi hafi ekki trú á verkefningu, hvorki fyrir sinn vinnustað né samfélagið.

Mynd 3-13.

„Hefur þú trú á verkefningu fyrir...
- fyrirtækið?
- samfélagið?“



Starfsumhverfi

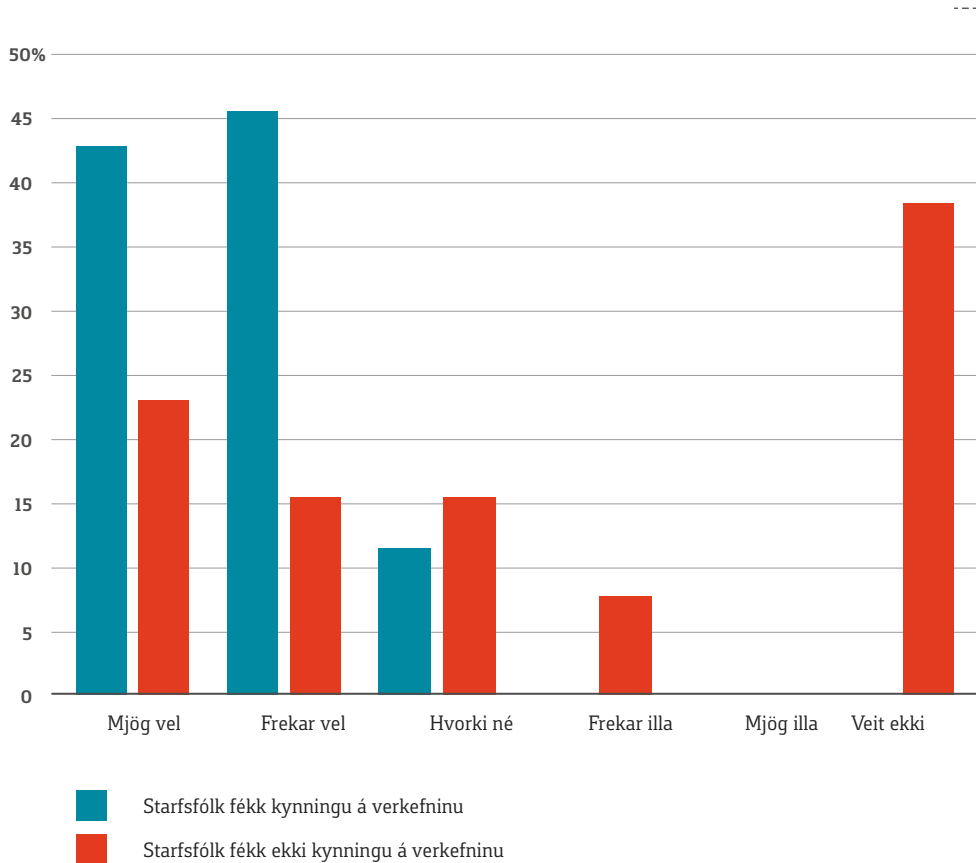
Spurt var hvort loftslagsverkefnið hefði verið kynnt starfsfólki og hvernig starfsfólkið tæki í verkefnið. Mynd 3-14 sýnir niðurstöður þar sem börnar eru saman afstaða starfsfólks eftir því hvort kynning á verkefningu hafi farið fram eða ekki. Af þeim sem hafa fengið kynningu er 89% sem tekur mjög eða frekar vel í verkefnið en enginn tók illa í verkefnið af þeim hóp. Stór hluti tengiliða í fyrirtækjum þar sem verkefnið hafði ekki verið kynnt veit ekki hvernig starfsfólk tekur í verkefnið og stærra hlutfall svarenda nefna að starfsfólkið taki hvorki vel né illa í verkefnið. Það þarf þó að hafa í huga að verkefnið hafði verið kynnt hjá meirihluta svarenda eða 71% þeirra. Því

Trú á verkefningu bæði fyrir
fyrirtækið og samfélagið í heild

98%

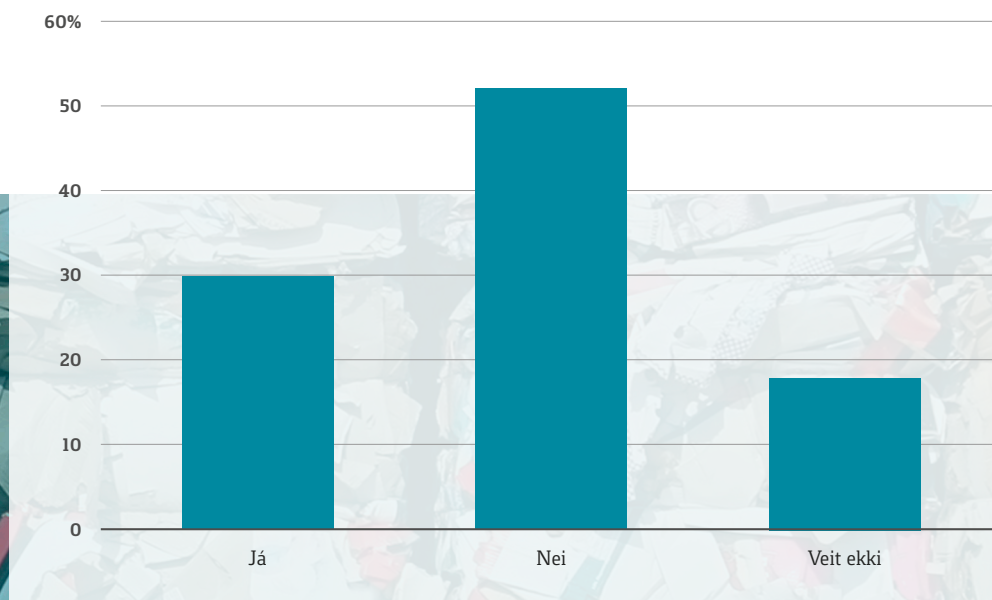
eru færri á bak við viðhorf starfsfólks hjá þeim sem höfðu ekki fengið kynningu (rauðu súlurnar á mynd 3-14). Til að mynda var aðeins einn þátttakandi sem nefnir að starfsfólk hafi tekið frekar illa í verkefnið en það eru 8% af þeim sem ekki höfðu fengið kynningu (mynd 3-14).

Þá var einnig spurt um hvort að spurningar um samfélagslega ábyrgð hefði verið hluti af vinnustaðgreiningum og svöruðu 30% því játandi en 18% voru ekki viss (mynd 3-15).



Mynd 3-14.

„Hvernig tekur starfsfólk í verkefnið?“. Bornir eru saman þátttakendur þar sem starfsfólk fékk kynningu á loftslagsverkefninu (grænn) og þar sem kynning hafði ekki farið fram (rauður).



Mynd 3-15.

„Hafa spurningar um samfélagslega ábyrgð verið hluti af vinnustaðgreiningu / starfsánægju könnunum?“.

Fræðsludagskrá

Boðið var uppá fræðsludagskrá á vegum Reykjavíkurborgar og Festu í framhaldi af undirskrift yfirlýsingarinnar. Voru haldnir hugmyndafundir, vinnustofur og málstofur til að fræða þátttakendur um ýmislegt varðandi loftslagsbreytingar, lágmörkun kolefnisspors og kolefnisbókhald. Spurt var hvort að þátttakandi hafi tekið þátt í fræðsludagskránni og svöruðu 55% því játandi. Tafla 3-3 sýnir svör við því hvernig fræðsludagskráin nýttist þeim sem hana sóttu. Margir nefna að hún hafi nýst vel og að hún hafi verið hvetjandi. Þá er nefnt að tengslanetið sé mikilvægt.

Tafla 3-3.
Hvernig nýttist fræðsludagskráin?

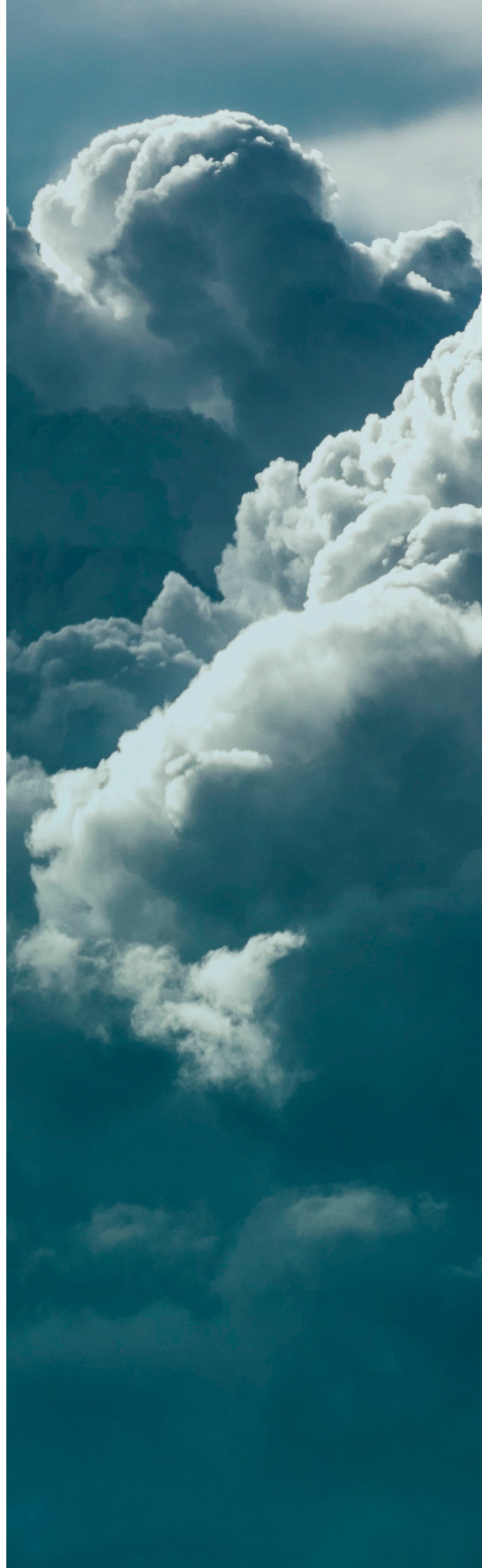
- *Komum of seint inn í verkefnið vegna stafráttabreytinga hjá okkur. Þ.a. okkur vantar meiri fræðslu.*
- *Meiri og dýpri þekking.*
- *Fræðsludagskráin nýttist mjög vel.*
- *Já til markmiðasetningar og betri glöggvunar á þáttum verkefnisins.*
- *Nýttist ágætlega.*
- *Mjög vel og tengslanetið mun hjálpa til í framtíðinni*
- *Bara ágætt - fínt.*
- *Já gott innlegg*
- *Mjög vel. Hefði annars verið algjörlega týnd í þessu verkefni :-)*
- *Mjög vel.*
- *Nokkuð vel, var hvetjandi.*
- *Ágætlega.*
- *Hún hjálpaði í ferlinu að finna grunnlínu fyrirtækisins.*
- *Vel.*
- *Mjög vel til að átta sig á aðgerðum tengdum verkefninu og fræðast um málaflokkinn. Gott að læra af öðrum fyrirtækjum.*
- *Hún nýttist ágætlega.*
- *Hún nýttist ekki beint í verkefnið hjá okkur en var mikilvæg sem samræðuvettvangur um samræmda upplýsingagjöf og markmiðasetningu.*
- *Ágætt pepp en við leituðum til ráðgjafa.*
- *Tengiliðir, aukin skilningur á mikilvægi.*
- *Hún nýttist vel.*
- *Frábært stuðningsnet og aðstaða til að deila fróðleik á milli fyrirtækja.*
- *Mjög vel. Mjög áhugavert að sjá hvernig önnur fyrirtæki eru að haga sinni vinnu.*

Lokaorð

Samfélagið stendur nú frammi fyrir náttúruvá af stærðargráðu sem mannkynið hefur ekki tekist á við áður. Sérfræðingar hafa sagt að til að leysa vandann þurfi margþættar aðgerðir allt frá breyttri hegðan einstaklinga yfir í flóknar tæknilausnir.

Þátttakendur í loftslagsyfirlýsingu Reykjavíkurborgar og Festu hafa skrifað undir yfirlýsingu þess efnis að draga úr kolefnisspori sínu og úrgangsmýndun ásamt því að setja sér markmið og mæla árangur sinn á þessu sviði. Skrifað var undir yfirlýsinguna í nóvember 2015 og var gert ráð fyrir að markmið um minnkun kolefnisspors og úrgangsmýndunar yrðu sett fyrir júní 2016. Margir sem skrifuðu undir voru að taka sín fyrstu skref í að mæla og innleiða aðgerðir til að draga úr umhverfisáhrifum sínum. Svo virðist sem margir þátttakendur séu enn að koma sér upp mælingum á kolefnisspori sínu og setja sér mælanleg markmið. Þeir sem svöruðu könnun okkar hafa þó byrjað á aðgerðum þrátt fyrir að víða séu mælingar ekki komnar á fullt skrið. Allir hafa farið í aðgerðir til að draga úr úrgangi og mikill meirihluti hefur farið í aðgerðir til að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda. Þó nokkrir hafa skipt út vörum, birgjum eða þjónustuaðilum til að draga úr losun, skipt yfir í vistvænar lausnir í samgöngum, farið í markvissar aðgerðir til að spara rafmagn o.fl. Þátttakendur eru jákvæðir gagnvart verkefninu og hafa trú því bæði fyrir fyrirtækin og samfélagið í heild. Þá sjá svarendur fram á að verkefnið muni skila fjárhagslegum ávinningi fyrir fyrirtækið. Hjá meirihluta svarenda hefur yfirstjórn komið að verkefninu og styður það.

Könnun þessi er mikilvægur liður í vinnu Reykjavíkurborgar og Festu við að halda utanum og styðja við þátttakendur loftslagsyfirlýsingarinnar. Mikilvægt er að fylgja verkefni sem þessu vel úr hlaði. Í framhaldi af þessari könnun munu Reykjavíkurborg og Festa skoða niðurstöður og nota þær við að halda áfram að aðstoða þátttakendur á sem markvissastan hátt. Þegar fyrirtæki og stofnanir í atvinnulífinu fara í vinnu sem þessa, taka þau ekki bara sína verkferla til endurskoðunar og draga úr umhverfisáhrifum þeirra heldur setja þau þrýsting á sína birgja og viðskiptavini um að gera slíkt hið sama. Að auki er verið að senda skýr skilaboð með þátttöku í slíku verkefni. Skilaboð til neytenda og almennings um að fyrirtækin ætli að leggja sitt af mörkum, en einnig skilaboð til stafrófsfólks fyrirtækjanna um að það sem starfsmaðurinn geri á sínum vinnudegi skipti máli í heildar samhenginu og að hver og einn geti lagt sitt af mörkum. Heildar áhrif hvers þátttakanda margfaldast því í samfélaginu. Því er verkefni á borð við Loftslagsyfirlýsingu Reykjavíkurborgar og Festu stórt skref í að minnka heildar útblástur gróðurhúsalofttegunda frá Íslensku samfélagi.



Viðauki A

- Þátttakendur í loftslagsverkefni Reykjavíkurborgar og Festu

250+ starfsmenn

Fyrirtæki	Tók þátt í könnun	Hefur birt markmið	Birt niðurstöður	Aðgerðir til að daga úr beinni losun	Aðgerðir til að daga úr óbeinni losun	Aðgerðir til að draga úr úrgangi	Markmið og/ eða niðurstöður birtar:
Alcoa Fjarðaál	x	Nei	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Arion banki							
ÁTVR	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Bláa Lónið	x	Já	Já	Já	Já	Já	Verið að leggja lokahönd á samfélagsskýrslu Bláa Lónsins
EFLA Verkfræðistofa	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Eimskip	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Háskóli Íslands							
Háskólinn í Reykjavík							
Heilbrigðisstofn. Austurlands							
HB GRANDI	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Húsasmiðjan	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Icelandair Group	x	Nei	Svaraði ekki	Já	Já	Já	
Isavia ohf	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
ISS Ísland ehf							
Íslandsbanki							
Íslandshótel hf							
Íslenska Gámafélagið ehf							
KPMG ehf.							
Landsbankinn hf	x	Nei	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Landspítali	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Landsvirkjun	x	Já	Já	Svaraði ekki	Svaraði ekki	Svaraði ekki	Á vef (Hlekkur)
Lyfja hf							
Marel hf.							
Marorka							
N1 hf.	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Norðurál							
Nýherji hf.							
Olíuverzlun Íslands hf							
Orkuveita Reykjavíkur	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Pizza Pizza ehf / Domino's							
Reykjavíkurborg	x	Já	Nei	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Samkaup hf.							
Samskip	x	Já	Svaraði ekki	Já	Svaraði ekki	Já	Á vef (Hlekkur)
Securitas hf	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Síminn	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Strætó bs							
Verkís	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Vodafone	x	Já	Nei	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Wow air							
Ölgerðin Egill Skallagrímsson							
Össur	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)

Fyrirtæki	Tók þátt í könnun	Hefur birt markmið	Birt niðurstöður	Aðgerðir til að daga úr beinni losun	Aðgerðir til að daga úr óbeinni losun	Aðgerðir til að draga úr úrgangi	Markmið og/ eða niðurstöður birtar:
1912 ehf	x	Já	Nei	Nei	Nei	Já	
Coca Cola							
Deloitte ehf.	x	Já	Nei	Nei	Nei		Á vef (Hlekkur)
Egilsson	x	Nei	Svaraði ekki	Annað	Já	Já	
Elkem Ísland	x	Já	Já	Já	Nei	Já	Á vef (Hlekkur)
Faxaflóahafnir sf.	x	Nei	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Frumherji hf							
Gámaþjónustan hf.							
Gray Line Iceland	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Háskólinn á Akureyri	x	Nei	Nei	Nei			
HS Orka	x	Já	Nei	Já	Nei	Já	Á vef (Hlekkur)
Höldur ehf - Bílaleiga Akureyrar	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Innnes							
Ísfugl							
Landsnet	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Malbikunarstöðin Hlaðbær Colas	x	Nei	Nei	Annað	Já	Já	
Matís							
Miklartorg/IKEA	x	Nei	Nei	Nei	Já	Já	
Míla ehf.	x	Nei	Nei	Nei	Nei	Já	
Norðurorka	x	Nei	Já	Já	Já	Já	Í fyrirlestri á ársfundi fyrirtækisins 31. mars 2017
NOVOMATIC Lottery Solutions	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Nýsköpunarmiðstöð Íslands							
Oddi Prentun og Umbúðir	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
OKKAR líftryggingar hf							
Olíudreifing ehf							
ON - Orka náttúrunnar							
PricewaterhouseCoopers							
Reykjagarður hf	x	Nei	Nei	Nei	Já	Já	
Reykjavík Excursions - Kynnisferðir							
Samgöngustofa	x	Nei	Nei	Svaraði ekki	Svaraði ekki	Svaraði ekki	
Sjóvá-Almennar tryggingar hf.	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Slökkvilið höfuðborgarsvæðisins bs.	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
SORPA bs							
Tryggingamiðstöðin hf.	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Valitor hf.	x	Já	Já	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Vátryggingafélag Íslands							
Vörður tryggingar hf.	x	Já	Nei	Nei	Já	Já	Á vef (Hlekkur)

3 til 50 starfsmenn

Fyrirtæki	Tók þátt í könnun	Hefur birt markmið	Birt niðurstöður	Aðgerðir til að daga úr beinni losun	Aðgerðir til að daga úr óbeinni losun	Aðgerðir til að draga úr úrgangi	Markmið og/ eða niðurstöður birtar:
Alta ehf	x	Já	Nei	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
ARK Technology							
Bergur-Huginn ehf.	x	Nei	Svaraði ekki	Já	Já	Já	
Félagsbústaðir hf							
Græn Framtíð ehf							
Hlaðbær-Colas hf							
Happdrætti Háskóla Íslands	x	Nei	Nei	Já	Nei	Já	
Harpa tónlistar- og ráðstefnuhúsið í Reykjavík							
Íslandsstofa							
Íslenskt Eldsneyti ehf							
Kosmos & Kaos							
Landbúnaðarháskóli Íslands							
Lín Design (Framsýnt fólk)							
Nasdaq Iceland	x	Nei	Nei	Nei			
Neyðarlínan ohf.	x	Já	Nei	Já	Já	Já	Á vef (Hlekkur)
Pipar/TBWA							
Reitir fasteignafélag	x	Nei	Svara ekki	Já	Já	Já	
Sagafilm							
Samhentir Kassagerð hf							
Stracta							
Tandur hf.							

1 til 3 starfsmenn

Blái herinn	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Hannesarholt ses							
ISIGN Ísland (SmartWorks ehf.)	x	Nei	Nei	Já	Já	Já	
Podium ehf.							
SÍBS							

Viðauki B

- Spurningalisti könnunarinnar í heild sinni

1. Nafn fyrirtækis sem skrifaði undir Reykjavíkuryfirlýsinguna
2. Hver er ábyrgðaraðili verkefnisins innan fyrirtækisins?
 - a. Æðsti stjórnandi
 - b. Stjórnandi
 - c. Sérfræðingur
3. Hversu margir vinna hjá fyrirtækinu?
 - a. 1-3 starfsmenn
 - b. 3-50
 - c. 50-250
 - d. 250+
4. Hefur fyrirtækið birt loftslagsmarkmið sín opinberlega?
 - a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
5. Ef "Já": Hvar hafa markmiðin verið birt?
6. Hver var heildarlosun gróðurhúsalofttegunda (GHL) frá fyrirtækinu 2015? (í CO2 ígildum)
7. Hver var losun GHL frá umfangi 1 (bein losun) árið 2015?
8. Hver var losun GHL frá umfangi 2 árið 2015?
9. Hver var losun GHL frá umfangi 3 árið 2015?
10. Hver var heildarlosun GHL árið 2016?
11. Hver var losun GHL frá umfangi 1 (bein losun) árið 2016?
12. Hver var losun GHL frá umfangi 2 árið 2016?
13. Hver var losun GHL frá umfangi 3 árið 2016?
14. Hvaða eining var valin fyrir þitt fyrirtæki til að bera saman breytingu á útblæstri milli ára? (stöðugildi, framleidd vara o.s.frv.)
15. Hversu margar slíkar einingar voru fyrir árið 2015?
16. Hversu margar slíkar einingar voru fyrir árið 2016?
17. Hvert var heildar magn urðaðs úrgangs frá fyrirtækinu árið 2015?
18. Hvert var heildar magn úrgangs sem fór til endurvinnslu frá fyrirtækinu árið 2015?
19. Hvert var heildar magn urðaðs úrgangs frá fyrirtækinu árið 2016?
20. Hvert var heildar magn úrgangs sem fór til endurvinnslu frá fyrirtækinu árið 2016?
21. Hefur fyrirtækið tekið saman skýrslu um niðurstöður mælinga um losun GHL og úrgangsmagn?
 - a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
22. Hefur fyrirtækið birt niðurstöður mælinga sinna opinberlega?
 - a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
23. Ef "Já". Hvar hafa niðurstöður verið birtar?
24. Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr losun frá umfangi 1?
 - a. Orkuskipti í samgöngum á vinnutíma
 - b. Dregið úr losun með bindingu kolefnis
 - c. Dregið úr losun vegna vinnuferla fyrirtækisins
 - d. Dregið úr losun með breytingu á vöru eða þjónustu fyrirtækisins
 - e. Höfum ekki farið í neinar aðgerðir til að draga úr losun vegna umfangs 1
25. Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr losun frá umfangi 2?
 - a. Orka markvisst spöruð frá lýsingu
 - b. Orka markvisst spöruð frá tölum og prenturum
 - c. Orka markvisst spöruð frá öðrum raftækjum
 - d. Heit vatn sparað við hitun
 - e. Heit vatn sparað í verkferlum
 - f. annað
 - g. Höfum ekki farið í neinar aðgerðir til að draga úr losun vegna umfangs 2
26. Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr losun frá umfangi 3?
 - a. Dregið úr losun vegna samgangna starfsfólks til og frá vinnu
 - b. Dregið úr losun vegna dreifileiða frá fyrirtækinu til viðskiptavinar
 - c. Dregið úr losun vegna keypra aðfanga með innkaupagreiningu
 - d. Dregið úr losun vegna vinnutengdra flugferða
 - e. Dregið úr losun vegna húsnæðis í leigu hjá fyrirtækinu
 - f. Dregið úr losun vegna dreifileiða frá birgjum til fyrirtækisins
 - g. Dregið úr losun vegna fjárfestinga
 - h. Annað
 - i. Höfum ekki farið í neinar aðgerðir til að draga úr losun vegna umfangs 3

27. Hvaða aðgerðir hefur fyrirtækið nú þegar farið í vegna yfirlýsingarinnar til að draga úr myndun úrgangs?
- Flokkun pappírs frá öðrum úrgangi
 - Flokkun plasts frá öðrum úrgangi
 - Flokkun lífræns efnis frá öðrum úrgangi
 - Flokkun spilliefna frá öðrum úrgangi
 - Flokkun textíls frá öðrum úrgangi
 - Önnur flokkun frá öðrum úrgangi
 - Dregið markvisst úr pappírnotkun
 - Dregið markvisst úr umbúðum
 - Dregið markvisst úr matarsóun
 - Dregið markvisst úr sóun í framleiðsluferlum fyrirtækisins annað
 - Höfum ekki farið í neinar aðgerðir til að draga úr myndun úrgangs
28. Hvaða aðgerðir hafa skilað mestu hjá þínu fyrirtæki við að draga úr losun gróðurhúsalofttegunda og úrgangi?
29. Hvaða aðgerðir var auðveldast að ráðast í?
30. Hver var ástæðan fyrir því að skrifað var undir loftslagsyfirlýsinguna í upphafi? Raðaðu eftir mikilvægi:
- a. Rekstur fyrirtækis. Árangurskúltur, sanngirni, þátttaka, stolt.
 - b. Markaður. Ímynd fyrirtækisins eða vörumerkis. Aðgreining frá samkeppnisaðilum.
 - c. Áhætta. Gæðastarf, öryggi, hagaðilar, umhverfismál.
 - d. Siðferði. „Betra viðskiptalíf“, æðri tilgangur.
 - e. Samfélag. Kröfur frá samfélaginu, Traust, stjórnmal, rekstrarleyfi, fjölmiðlar, samtök.
 - f. Nýsköpun. Nýjar vörur og þjónusta.
 - g. Annað
31. Hver er staðan núna? Er hvatningin til að halda áfram í verkefninu önnur en upphaflega?
32. Hefur fyrirtækið tekið saman kostnað af verkefninu?
- a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
33. Ef þú ættir að áætla, hversu mikil vinna, í dögum talið, fór í að framkvæma stöðumat (finna grunnlínu) vegna verkefnisins?
34. Ef þú ættir að áætla, hversu mikil vinna, í dögum talið, fór í að setja markmið vegna verkefnisins?
35. Ef þú ætti að áætla, hversu mikil vinna, í dögum talið, fór í að innleiða aðgerðir vegna verkefnisins?
36. Hefur fyrirtækið tekið saman sparnað vegna verkefnisins?
- a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
37. Hefur verkefnið opnað á ný viðskiptatækifæri fyrir fyrirtækið?
- a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
38. Hefur verkefnið lokað á ný viðskiptatækifæri eða gömul viðskipti fyrir fyrirtækið?
- a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
39. Á heildina litið, telur þú að það hafi orðið fjárhagslegur ávinningur af verkefninu?
- a. já
 - b. ekki enn en sé fram á að svo verði
 - c. hvorki né
 - d. nei
 - e. veit ekki
40. Hafið þið haft samband við ykkar birgja vegna verkefnisins?
- a. Já, til að spyrjast fyrir um kolefnisspor vöru eða umbúðamagn
 - b. Já, til að upplýsa þá um okkar markmið
 - c. Já, til að spyrjast fyrir um þeirra markmið í loftslagsmálum
 - d. Já, annað. Hvað?
 - e. Nei, það hefur ekki verið haft samband við birgja
41. Hvernig hefur verið tekið í spurningar ykkar hjá birgjum? Hefur spurningum verið svarað?
- a. Mjög vel
 - b. Frekar vel
 - c. Hvorki né
 - d. Frekar illa
 - e. Mjög illa
 - f. Höfum ekki haft samband við birgja
42. Hefur fyrirtækið skipt um vöru frá birgja, birgjann sjálfan eða þjónustuaðila vegna verkefnisins?
- a. já, vöru
 - b. já, þjónustuaðila
 - c. já, birgja
 - d. nei
 - e. veit ekki
43. Hefur starfsfólk fengið kynningu á loftslagsverkefni fyrirtækisins?
- a. já
 - b. nei
 - c. veit ekki
44. Hvernig tekur starfsfólk í verkefnið?
- a. Mjög vel
 - b. Frekar vel
 - c. Hvorki né
 - d. Frekar illa
 - e. Mjög illa
 - f. Veit ekki

45. Hafa spurningar um samfélagslega ábyrgð verið hluti af vinnustaðagreiningu / starfsánægju könnunum?
- já
 - nei
 - veit ekki
46. Hefur starfsánægja starfsfólks breyst vegna verkefnisins?
- já, aukist
 - já, minnkað
 - nei
 - veit ekki
47. Hefur yfirstjórn fyrirtækisins komið að verkefninu?
- já
 - nei
 - veit ekki
48. Hefur verkefnið verið tekið fyrir á fundi yfirstjórnar?
- já
 - nei
 - veit ekki
49. Upplifir þú stuðning yfirstjórnar?
- já
 - nei
 - veit ekki
50. Hefur þú trú á verkefninu fyrir...
- fyrirtækið?
 - já
 - nei
 - veit ekki
 - samfélagið?
 - já
 - nei
 - veit ekki
51. Hvað hefur komið mest á óvart í verkefninu?
52. Tók þitt fyrirtæki þátt í fræðsludagsrá Reykjavíkurborgar og Festu um loftslagsmál?
- já
 - nei
 - veit ekki
53. Ef "Já" hvernig nýttist fræðsludagskráin?
54. Viltu segja eitthvað um fræðsludagskrána?

