

Vestlandsforskning-rapport nr. 2/2009

Klimaproblemet og bankenes tilpasning

Johannes Idsø



Vestlandsforskning rapport

Tittel Klimaproblemet og bankenes tilpasning	Rapportnummer 2/2009 Dato 23.01.2009 Gradering Open
Prosjekttittel Miljøplan for Sparebanken Sogn og Fjordane	Tal sider 48 Prosjektnr 6079
Forskar(ar) Johannes Idsø	Prosjektansvarleg Carlo Aall
Oppdragsgivar Sparebanken Sogn og Fjordane	Emneord Klimatilpasning Banker
Samandrag	
Andre publikasjonar frå prosjektet Groven m.fl. (2008): Klimasårbarheit og klimagassutslepp for Sogn og Fjordane. Vestlandsforskning rapport nr. 6/2008	
ISBN: 978-82-428-0287-3	Pris: 0 kroner

Forord

Sparebanken Sogn og Fjordane har bestemt seg for å satse på klimaarbeid, og lanserte i 2007 10 bud til hvordan de skal engasjere seg i klimaspørsmålet. Fem bud handler om banken selv, både de ansatte og drift av banken. Tre bud gjelder forholdet til kunder og leverandører, og to handler om banken sitt forhold til næringsliv og lokalsamfunn. Banken har engasjert Vestlandsforskning (VF) til å hjelpe seg med å holde de ti budene. VFs rolle er å bidra med rådgiving og informasjon, samt å utføre avgrensede utredninger.

Denne rapporten er en del av VFs bidrag til klimasatsingen i Sparebanken Sogn og Fjordane, og er ment som et kunnskapsgrunnlag for bankens videre arbeid. Her gir Johannes Idsø (Høgskulen i Sogn og Fjordane) en oversikt og en sammenligning av klimatiltak i ulike banker. I den første delen gir han en oversikt over klimaprojekter i andre banker, både nasjonalt og internasjonalt. I den andre delen viser han hva Sparebanken Sogn og Fjordane har gjort per desember 2008, basert på bankens eget klimaregnskap.

Tidligere har Vestlandsforskning gjort to utredninger for dette prosjektet, og samlet dem i én rapport. Tema for den første utredningen er hvor mye klimagasser som ble sluppet ut i Sogn og Fjordane i 2005. Den andre utredningen er en spørreundersøkelse blant bedrifter i Sogn og Fjordane. Her blir det kartlagt hvor bekymret bedriftene er for klimaendringer, og hva de har gjort for å redusere utslipp og/eller tilpasse seg endringer i klimaet.

Sogndal, 22.01.2009

Carlo Aall
Prosjektleder

Ingrid Sælensminde
Prosjektkoordinator

Innhold

1 Klimaproblemet og bankenes tilpasning	8
1.1 Markeder i endring	8
1.2 Litt om bankenes rolle	10
1.3 Mer fokus på bankenes virksomhet	11
1.4 DnB NOR	12
1.4.1 Intern miljøeffektivitet	13
1.4.2 Miljøsertifiseringer	14
1.4.3 Grønne produkter fra DnB NOR	15
1.4.4 Deltaker i klimainitiativer	16
1.4.5 Krav til kunder og leverandører	16
1.4.6 Samfunnsansvarlige investeringer	17
1.4.7 Finansiering av fornybar energi	19
1.5 Swedbank Robur	19
1.5.1 Prinsippene til etikkfondene	21
1.6 Den britiske banken HBOS plc	23
1.6.1 HBOS og klimaproblemet	23
1.6.2 Handlingsplan for klimaendringer. Et eksempel.	23
1.7 Andre bankers klimatiltak i Norge	32
1.8 Banker i Europa og USA	32
1.8.1 Banker i Europa	33
1.9 Amerikanske banker	38
2 Sparebanken Sogn og Fjordane og klimaproblemet	42
2.1 Innledning	42
2.2 Starten på klimaarbeidet	43
2.2.1 10 klimabod frå Sparebanken Sogn og Fjordane	43
2.3 Tiltak og erfaringer det første året	43
2.4 Klimaarbeidet det andre året	46

Sammendrag

Rapporten ”*Klimaproblemet og bankenes tilpasning*” er et resultat av samarbeidsavtalen mellom Sparebanken Sogn og Fjordane og Vestlandsforskning. I rapporten forsøker vi å gi svar på spørsmålet om bankene har foretatt seg noe som følge av klimaproblemet og i så fall, hva de har gjort.

Klimaendringene og de problemene som dette vil føre til, er sannsynligvis en av de største utfordringene vi ha stått overfor i vår sivilisasjon. Vi lever i en tid med enorme endringer, muligheter og utfordringer: Datamaskiner, mobiltelefoner, billige feriereiser, billige varer fra Kina og økonomiske nedturer og oppturer er bare noen få eksempler på ting som har forandret våre liv og daglige gjøremål. Når vi på toppen av dette får klimaendringene, vil vi antakelig få en enda høyere endringshastighet enn det vi har sett til nå.

Mange har stilt spørsmål om probleme knyttet til den globale finanskrisen vil fortrenge klimaproblemene. Men i klimarapporten 2008 for Sparebanken Sogn og Fjordane sies det:

Klimautfordringa på kloden er minst like stor som før, sjølv om den ikkje har stått like høgt på agendaen som i 2007. Både i vitskapelege og politiske miljø blir finanskrisa rekna som småtteri mot den klimautfordringa verda står overfor. Banken held fast på sitt engasjement og langsiktige miljøfokus . . .

Når endringene kommer fort, stilles det store krav til vår tilpassningsevne. Vår mulighet til tilpassning og vår evne til omstilling vil være avgjørende for hvordan vi får det i framtida. Klimaendringene vil ha dyptgripende konsekvenser for næringslivet fordi markedene vil forandre seg:

1. Får vi høyere temperatur, mer nedbør, sterkere vind eller endring i havnivå, så skaper dette nye behov og etterspørselsendringer i markedet. Noen bedrifter vil oppleve at markedet forsvinner mens andre vil oppleve en fantastisk vekst. Det fører til store strukturendringer i næringslivet med alle de utfordringer som dette fører med seg. I følge FN's klimapanel blir endringene så store at vi alle blir tapere dersom den globale temperaturstigningen blir på mer enn fire grader.
2. Siden det er påvist at klimaendringene er menneskeskapte, vil myndighetene stille nye krav til bedriftene ved at det innføres restriksjoner på utslipp. Nye pålegg fra det offentlige betyr at næringslivet må tilpasse seg nye rammevilkår.
3. Myndighetene tar i bruk markedmekanismen for å oppfylle klimamål. Det kan gi høyere avgifter og påføre bedrifter og konsumenter høyere kostnader. Om disse avgiftene blir lagt på innsatsfaktorene til bedriftene eller kommer avgifter direkte på konsumet, vil de virke på samme måten: Vi får endringer i markedene som igjen tvinger fram strukturendringer i næringslivet.
4. Kundene — enten det er konsumenten eller andre bedrifter, har begynt å stille krav til bedriftenes miljøprofil. Bedrifter som ikke tar miljøhensyn kan bli straffet i markedet.

Klimaendringene og de strukturendringene som dette medfører gir større usikkerhet og økt risiko for bedriftene. Feilaktige beslutninger og dermed feilinvesteringer kan koste både bedrift og dens bankforbindelse dyrt. Men risikoen kan reduseres ved økt informasjon om konsekvensene av endringene. De bedrifter som tidlig blir klar over endringene i markedet, kan bli rikelig belønnet.

Disse markedsendringene er ikke bare noe som foregår ute i den store verden og som derfor ikke angår oss: I september 2008 ble det arrangert et elbil-seminar i Lærdal. Her ble det fra sentrale politikere foreslått en rekke tiltak for innfasing av elbilen: Gratis parkering, ingen bomavgifter og gratis lading i en overgangsfase. Videre snakker sentrale politikere om å forby alt nybilsalg av bensinbiler fra 2015.[13] Tenk deg hvilken endring vi vil få i bilmarkedet dersom bensinbilene forsvinner! Og konsekvensene vil forplante seg til andre markeder.

Nå er det ikke noe nytt at markedene er i endring. Det foregår hele tiden og helt uavhengig av klimaendringene. Det nye er at endringene kan komme raskt og siden klimaproblemet er et globalt problem, kan man se eksempler på at mange får det samme behovet samtidig — plutselig skal alle ha solcellepaneler. På den måten kan veksten i enkelte markeder bli så stor at næringslivet har problemer med å tilfredsstille etterspørselen. Solcelleindustrien vokser i dag med 30 prosent i året[1] og ønsker du å kjøpe en vindkraftgenerator er ventetiden opptil to år. I en slik situasjon med store endringer i markedene, vil vi få både vinnere og tapere. Det stilles derfor store krav til bedriftenes tilpasningsevne.

Forskning for å få mer informasjon reduserer risikoen og det kan være lønnsomt å bli klar over nye trender. Forskning for å kartlegge konsekvensene av klimaendringen kan derfor være en god investering.

Bankene påvirker ressursbruken i samfunnet. Bankene spiller derfor en nøkkelrolle i samfunnsutviklingen. Men bankene er også uløselig knyttet til sine kunder. Går det dårlig med kundene, kan tap ramme banken og dersom det går godt for kundene vil det også gå godt for banken. Små kunder — som de fleste i Sogn og Fjordane — har ofte for lite ressurser til å sette seg inn i virkningene av klimaendringene. Derfor er det viktig at banken har kompetanse på dette området slik at den kan bli en god rådgiver for sine kundene. På kort sikt vil dette påføre banken noen kostnader, men banken vil styrke sin posisjon som en viktig aktør i lokalsamfunnet. På lang sikt vil næringslivet bli mer robust og være bedre rustet til å møte utfordringene som klimaproblemet fører til. Bankene vil derfor i det lange løp tjene på å yte sitt for å løse dette problemet.

Det er mange banker som har gjort mye for å løse klimaproblemet. De bankene som har gjort noe, er stort sett store banker i USA og Europa og store banker i norden som Swedbank, Nordea og DnB Nor. De bankene som har foretatt seg noe, har i større eller mindre grad iverksatt følgende tiltak:

1. Organisatoriske endringer hvor banken oppretter egne stillinger med fokus på klima og miljøproblemene.
2. En gjennomgang av bankens egen drift der hensikten er å få ned ressursbruken. Målet er energiøkonomisering, mindre papirforbruk og færre reiser. Dette krever en del investeringer som varmepumper, etterisolering, videokonferanseutstyr og skrivere som skriver tosidig.
3. Utvikling av klimarelaterte produkter. Her bruker man økonomiske incentiver som lavere lånerente for å få kunden til å velge klimavennlige løsninger. Bankene utvikler også egne fond som etikkfond eller fond som investerer i fornybar energi.
4. Informasjonsarbeid og skoloring av egne ansatte og kunder. Bankene arrangerer kurs eller seminarer eller bruker internett for å gjøre kunder og ansatte mer informert om

klimaproblemet.

5. Forskning på konsekvensen av klimaproblemet enten i samarbeid med forskningsinstitusjoner eller i bankens egne analyseavdelinger.
6. Utvikling av egen strategi når det gjelder samfunnsansvar. De bankene som har kommet lengst når det gjelder bidrag til løsning av klimaproblemet, går lengre enn som så: De utvikler gjerne en strategi for å bidra til en et bærekraftig samfunn hvor menneskerettighetene er sentrale retningslinjer.

De mindre bankene i Norge har ikke foretatt seg noe særlig for å bidra til løsning av klimaproblemet. Men det finnes unntak: Sparebanken Sogn og Fjordane har med god organisering og effektivitet vist at det også går an for regionbanker å engasjere seg i klimaproblemet. Denne banken kan også dokumentere at det går an å finne løsninger som både reduserer utslippene av CO₂ og kostnadene.

De fleste bankene i Norge er mindre banker som av ressursårsaker er avventende med å etablere sin egen klimastrategi. Ved å se hva Sparebanken Sogn og Fjordane har gjort, kan disse bankene lettere komme i gang med eget klimaarbeid. Forhåpentligvis vil de også gjøre de samme erfaringene som Sparebanken Sogn og Fjordane: Reduksjon i utslippene av klimagasser og reduksjon av driftskostnadene.

Kapittel 1

Klimaproblemet og bankenes tilpasning

1.1 Markeder i endring

Klimaendringene vil ha dyptgripende konsekvenser for næringslivet fordi markedene vil forandre seg:

1. Høyere temperaturer skaper andre behov. Eksempel: Hittil har det ikke vært vanlig at folk i Norge har luftkjøleingsanlegg i huset. Med hyppigere varmebølger om sommeren kan dette komme til å endre seg. Men ikke bare det: Trolig vil vi få store endringer i mange markeder. Det skaper nye muligheter men kan også skape problemer for de bedriftene som ikke klarer å forutse retningen på markedsendringene.
2. Siden det er kjent at klimaendringene er menneskeskapt, vil myndighetene stille nye krav til bedriftene. Eksempel: Bedriftene kan ikke fritt slippe ut så store mengder klimagasser de vil. Nye pålegg fra det offentlige betyr at næringslivet må tilpasse seg nye rammevilkår.
3. Myndighetene tar i bruk markedmekanismen for å oppfylle klimamål. Det kan gi høyere avgifter og påføre bedrifter og konsumenter uventede kostnader. Eksempel: Avgiftene på diesel har økt betydelig de siste par årene. Hvem forutså for fem år siden at prisen på diesel ville være høyere enn prisen på bensin?
4. Kundene — enten det er konsumenter eller andre bedrifter, har begynt å stille krav til bedriftenes miljøprofil. Bedrifter som ikke tar miljøhensyn kan komme til å tape markedsandeler.
5. Pressgrupper og negativ omtale i media kan skade bedriftens omdømme. Det kan gi sviktende salg og påføre bedriften kostnader.

Som følge av dette, vil vi se stagnasjon i enkelte markeder, men en kan også oppleve eventyrlig vekst i andre. For eksempel ble det i 2007 investert mer enn 250 milliarder kroner i utvikling av vindkraft og investeringene i solkraft har i gjennomsnitt økt med 254 prosent hvert år siden 2004.[10].

Disse markedsendringene er ikke bare noe som foregår ute i den store verden og som derfor ikke angår oss. For eksempel er StatoilHydro involvert i følgende satsingsområder[2]:

1. **Biodrivstoff.** Bioenergi regnes som CO₂ -nøytralt i klimasammenheng. Utslippene av CO₂ som avgis ved forbrenning, tilsvarer den mengden CO₂ som det organiske materialet har tatt opp i fotosyntesen gjennom sin levetid.
2. **Hydrogen.** Takket være stor framgang i utviklingen av brenselceller på slutten av 90-tallet, kan hydrogen nå brukes i biler, busser og skip. Hydrogen som drivstoff i brenselcelle gir ingen klimagassutslipp.
3. **Vindkraft.** Allerede i 2002 startet Statoil byggingen av sin første vindmøllepark, Havøygavlen i Finnmark. På Utsira gjennomfører StatoilHydro et hydrogen- og vindkraftprosjekt, som ble belønnet med Platts Global Energy Award i 2004.
4. **Bølgekraft.** StatoilHydro har investert i bølgekraftteknologi utviklet av Ocean Power Delivery (OPD). OPD vil bygge verdens første kommersielle bølgekraftverk utenfor kysten av Portugal.
5. **Tidevannsmølle.** StatoilHydro er medeier i verdens første tidevannsmølle som leverer strøm til nett på land. Gjennom eierskapet i Hammerfest Strøm AS, bidrar selskapet i utvikling av teknologi for å produsere energi fra tidevannsstrømninger.
6. **Kombinert kraft- og varmeproduksjon.** Kombinert kraft- og varmeproduksjon, også kalt kogenering, er EUs viktigste enkelttiltak for å redusere energiforbruket. Mer effektiv energiutnyttelse er ett av de viktigste bidragene for å redusere klimaeffekten ved bruk av fossile brennstoff.

I september 2008 ble det arrangert et elbilsseminar i Lærdal. Her ble det fra sentrale politikere foreslått en rekke tiltak for innføring av elbilen som gratis parkering, gratis bomring og gratis lading i en overgangsfase. Videre snakker politikerne om å forby alt nybilsalg av bensinbiler fra 2015.[13] Tenk deg hvilken endring vi vil få i bilmarkedet dersom bensinbilene forsvinner! Og konsekvensene vil forplante seg til andre markeder.

Det som vil skje, er at noen markeder vil vokse mens andre vil få stagnasjon. Men uansett om bedriften befinner seg i et stagnerende eller voksende marked, bør den være forberedt på hva som skjer. Bedriften bør gå igjennom sin produktportefølge og analysere hva slags type produkter den produserer og hva slags marked den opererer i. Det er viktig at man har forståelse av hvordan markedene fungerer. Bare da vil man kunne analysere hva som kan komme til å skje ved en endring i tilbud eller etterspørsel eller ved innføring av avgifter.

Nå er det ikke noe nytt at markedene er i endring. Det foregår hele tiden og helt uavhengig av klimaendringene. Det nye er at endringene kan komme raskt og siden klimaproblemet er et globalt problem, kan man se eksempler på at mange får det samme behovet samtidig — plutselig skal alle ha solcellepaneler. På den måten kan veksten i enkelte markeder bli så stor at næringslivet har problemer med å tilfredsstille etterspørselen. Solcelleindustrien vokser i dag med 30 prosent i året[1] og ønsker du å kjøpe en vindkraftgenerator er ventetiden opptil to år.

I en slik situasjon med store endringer i markedene, vil vi få både vinnere og tapere. Det stilles derfor store krav til bedriftenes tilpasningsevne. De bedriftene som er i stand til å analysere markedene vil ha større muligheter til å høste de gevinstene som dukker opp i tider med store endringer.

Bankene er uløselig knyttet til sine kunder. Bankens drift og resultater kan ikke frikobles fra kundenes økonomi. Går det dårlig med kundene, kan tap ramme banken og dersom det går godt for kundene vil det også gå godt for banken. Banken og kundene enten det nå er privatkunder eller bedriftskunder er i et gjensidig avhengighetsforhold til hverandre. Det

som er bra for kundene, er derfor bra for banken. At næringslivet i regionen går godt er av avgjørende betydning for bankens utvikling.

Små kunder — som de fleste i Sogn og Fjordane — har lite ressurser til å sette seg inn i og avdekke konsekvensene som klimaendringen fører til — de har ofte nok med den daglige driften. Derfor er det viktig at banken er seg bevisst dette ansvaret slik at den kan bli en viktig rådgiver for kundene i de markedsendringene som ligger foran oss. Tar banken på seg et slik ansvar, vil det påføre banken noen kostnader, men banken vil styrke sin posisjon som en viktig aktør i lokalsamfunnene.

Mange banker har innsett at rammevilkårene har endret seg og innkorporert samfunnsansvar som en del av forretningsfilosofien. Men det er også mange banker som ikke har foretatt seg noe. Nå er det umulig å fastslå i en liten undersøkelse som dette hva alle verdens banker har foretatt seg med hensyn til klimaproblemet. Likevel våger ut fra det mønsteret som vi kan se å komme med følgende utsagn:

1. Store nordiske banker er de som har kommet lengst i å tilpasse seg klimaendringene. I disse bankene har man vedtatt at samfunnsansvar skal være et fundamentalt styringsprinsipp. Å bidra til å løse klimaproblemet inngår som en del av bankens samfunnsansvar.
2. Store europeiske og amerikanske banker har også fokusert på klimaproblemet. Det synes som om de europeiske bankene har gjort mer enn de amerikanske.
3. Når det gjelder lokale og mindre banker i Norge så er det få som har gjort noe i det hele tatt. Et hederlig unntak: Sparebanken Sogn og Fjordane.

1.2 Litt om bankenes rolle

Bankene er ryggraden i vårt økonomiske system. Det ser vi med all tydelighet nå under finanskrisen hvor kapitalflyten i det finansielle systemet er sterkt redusert. Dette virker negativt på hele økonomien. En velfungerende finanssektor finansierer innovasjon, infrastruktur, nye arbeidsplasser og er i det hele tatt svært viktig for den økonomiske veksten.

Bruttonasjonalproduktet — den totale verdiskapingen i samfunnet — er avhengig av hvor mye arbeidskraft og realkapital vi har til disposisjon. Bankene er helt nødvendige når det gjelder økning og fornying av realkapitalen i samfunnet.

Men bankene er ikke bare viktige på tilbudssiden i økonomien. Konsumentene — folk flest — er avhengige av bankene for finansiering av sine investeringer i varige forbruksgoder som hus og bil.

Ressursallokeringen – hvordan realkapitalen og arbeidskraften blir brukt, bestemmer hvilken retning et samfunn skal utvikle seg. Også her har bankene en helt sentral rolle. Dermed er bankene i en nøkkelposisjon når det gjelder samfunnsutviklingen.

Etterhvert som klimaproblemet blir større, er det sannsynlig at bankene vil møte langt sterkere press i samfunnet for å få utviklingen til å gå i rett retning. Fra pressgrupper og sentrale aktører i samfunnet vil det bli stilt krav til bankene om at også de skal yte sitt for å løse et av de alvorligste problemer som vi noen gang har stått overfor. Mange banker har allerede innsett dette og foretatt endringer. I praksis har en fått disse endringene i bankene:

1. Endring i organisasjonsform. Klimaproblemet er et nytt problem og dette krever også at organisasjonen må endres. For eksempel må noen få ansvaret for å følge opp bankens klimapolitikk i den daglige driften.

2. Endringer i driften. Eksempel: Men større fokus på klimaproblemet vil man ofte forsøke å redusere reisevirksomheten og i tillegg blir det innført tiltak for å redusere energiforbruket.
3. Endringer i utlånspolitikken. Eksempel: Bedrifter som ikke tar hensyn til klimaproblemet kan bli sett på som mere risikable og kan ha større problemer med å finansiere investeringer.
4. Utvikling av nye produkter som retter seg mot miljøbevisste kunder. Eksempel: Opprettelse av miljøfond som er tilpasset investorer som setter strenge krav til hva pengene investeres i.
5. Endring av kommunikasjonen utad. En bank som har iverksatt tiltak for å spare klimaet, bruker dette også aktivt i markedsføringen.

I de siste årene har de store bankene i verden for alvor begynt å interessere seg for klimaendringene[14]. Den Amerikanske banken The Goldman Sachs Group Inc offentliggjorde i 2005 sine retningslinjer for lån rettet mot prosjekter innen fornybar energi. Men Goldman Sachs er ikke alene: Bank of America annonserte i mars 2007 at den ville øremerke 20 milliarder dollar i prosjekter innen energieffektiv teknologi, carbonhandel, rådgivning og finansiering av produktutvikling av miljøvennlige produkter.[11]. Videre annonserte Citigroup Inc. at den ville bruke 50 milliarder dollar over ti år på klimarelaterte produkter og ren energi.

Også Verdensbanken er aktiv på klimaområdet: Under et G8-møte i Japan 14.-16. mars 2008 presenterte banken planer om to klimafond: Et "Clean Technology Fund" som skal hjelpe fram større prosjekter som tar i bruk klimavennlig teknologi, og et "Strategic Climate Fund" som skal kunne gi lån blant annet til skogtiltak og tilpasning til klimaendringer.

I løpet av det siste halvannet året har det på oppdrag fra banker kommet over ett hundre rapporter om klimaendringene og de økonomiske konsekvensene av disse. Det er i hovedsak tre grunnen til det:

1. Banken ønsker selv å framstå som en bedrift som tar klimatrusselen på alvor og ikke få ord på seg for å være en sinke i klimaspørsmålet. Mange banker har vedtatt et mål om å bli klimanøytrale. Det betyr at utslipp av CO₂ som skyldes bankens drift, skal nøytraliseres ved en annen aktivitet som binder opp eller reduserer en tilsvarende mengde CO₂ .
2. Press og ønsker fra kunder om finansiering av prosjekter innen fornybar energi. I kjølvannet av dette har vi sett framveksten av investeringsfond som for eksempel *Calvert Global Alternative Energy Fund*.
3. En voksende handel med CO₂ -kvoter. Her er det nå etablert flere børser. *Chicago Climate Exchange* (CCX) er den første som ble etablert (2003). Den dominerende børsen i Europa er The European Climate Exchange. Den nyeste av børsene er The Shanghai Environment and Energy Exchange som startet sin virksomhet 5. august 2008.

1.3 Mer fokus på bankenes virksomhet

Siden bankene har så stor betydning for retningen på samfunnsutviklingen, har uavhengige organisasjoner begynt å rette søkelyset mot bankenes virksomhet. Dette er organisasjoner som "Friends of the Earth", "Bellona" og "Norges Naturvernforbund" bare for å nevne noen. Disse organisasjonene har gjerne et eller flere mål som de jobber mot. Et eksempel på en slik

organisasjon er Prevent Climate Change. Denne organisasjonen tar for seg mange områder som omhandler klima og klimaendringer og den behandler også bankenes virksomhet.[3]

På hjemmesiden til Prevent Climate Change er det lagt ut informasjon til investorer. Man sier blant annet. *"Bank og finansvirksomhet er kanskje et av de områdene som du tror du ikke kan gjøre noe med, men det er forbausende mye du kan gjøre for å sikre at pengene dine blir forvaltet på en grønn og etisk måte"*.

Poenget med organisasjoner som Prevent Climate Change er at de mener at de kan påvirke ressursallokeringen i samfunnet ved å informere og påvirke investorene. Dersom investorene krever at pengene blir brukt på en bestemt måte, kan man påvirke retningen på utviklingen.

Når en studerer finansnæringens kobling til klimaendringene, kommer man fort borti en del begreper. Et av disse er *"Grønn Bankvirksomhet"* (Green Banking). Grønn bankvirksomhet er et begrep som rommer flere områder, men generelt har det noe med hvor miljøvennlig banken opptrer. Et foregangseksempel på en slik bank er *The Co-operative Bank* (England). Denne banken har en strategi hvor man ikke bare tar hensyn til klimaendringer men innenfor Green banking- begrepet kommer: Menneskerettigheter, våpenhandel, økologiske virkninger, samfunnsansvar, dyrevern og karbon nøytralitet.[4].

Det norske motstykket til The Co-operative Bank, er Cultura Bank. Denne banken ble startet i 1997 med en forvaltningskapital på 41 millioner kroner. Etter ti års drift er forvaltningskapitalen vokst til 294 millioner, men fortsatt er den en av de minste bankene i landet.

Cultura Bank har definert sin målsetting slik at etikk og bærekraft skal være overordnede motiver for de finansielle oppgaver. Sagt på en annen måte skal det økonomiske resultatet være underordnet bankens samfunnsoppgaver. Dermed følger ikke banken den rådende teori og praksis hvor maksimal avkastning er ledemotivet for den økonomiske virksomheten.[7]. Selv om Cultura Bank har hatt en sterk vekst i forvaltningskapitalen, er banken på ingen måte representativ for hvordan banker i Norge driver sin virksomhet. Den filosofien som er rettesnoren for driften i Cultura Bank er såpass langt fra andre banker i Norge. Vi vil derfor ikke gå nærmere inn på hvordan denne banken drives. Likevel kan det være greit å vite at slike banker eksisterer. Det kan også være nyttig å følge med på omfanget av dens virksomhet. En sterk økning i forvaltningskapitalen forteller noe om trenden i samfunnet.

Organisasjoner som Prevent Climate Change oppfordrer sine tilhengere til å sette pengene i banker som benytter kapitalen på en etisk og miljøvennlig måte. Hvordan er det så mulig for slike banker å få kapital fra investorer? Det er greit dersom avkastningen er større eller like stor i klimarelaterte prosjekter som i andre typer prosjekter, men slik er det ikke. For enkelte investorer betyr dette ikke så mye: Den gode samvittigheten de får ved investering i klimarelaterte prosjekter mer enn oppveier den meravkastningen de kunne ha fått ved å investere i et tradisjonelt prosjekt. Gjelder dette mange investorer? I følge Swedbank (se side 20) er det mindre av ti prosent av kapitalen som settes i etikkfond. Resten, det vil si over 90 prosent investeres på tradisjonell måte. Men i følge den samme banken, er det flere og flere investorer som er opptatt hva pengene brukes til.

Hva har så bankene gjort når det gjelder klima? Etterhvert er det svært mange banker som har utarbeidet en egen klimastrategi. Det er derfor umulig å ta for oss alle så vi har valgt ut noen få som vi ser på i detalj. I tillegg sier vi litt om 15 europeiske og 14 amerikanske banker. Vi starter med den største norske banken; DnB Nor.

1.4 DnB NOR

DnB NOR er Norges største finanskonsern med en forvaltet kapital på 1600 milliarder kroner. Konsernet består blant annet av DnB NOR, Vital, Nordlandsbanken, Cresco, Postbanken, DnB NOR og Carlson. DnB Nor er den banken i Norge som har gjort mest når det gjelder

klimaproblemet. I en kåring som ble foretatt blant samtlige norske børsnoterte selskaper av byrået 2veis i 2008, kom DnB NOR på andreplass av alle norske bedriften på samfunnsansvar. Samfunnsansvar (Corporate Social Responsibility) er et felt som har blitt viktigere de siste årene og nå begynner det å få såpass betydning at enhver bedrift må vurdere om den har råd til å ignorere det.

I følge en undersøkelse blir 1 av 9 dollar som investeres av profesjonelle investorer i USA investert i prosjekter som har et element av samfunnsansvar.[9].

Bedrifters samfunnsansvar er et svært vidt begrep og klimaproblemet er en del av dette. Det er også et av hovedfunnene i denne undersøkelsen at de banker som er mest opptatt av klimaproblemet også er gode på samfunnsansvar. Disse bankene fokuserer ikke bare på én ting, men prøver å opptre i samsvar med etiske retningslinjer på en rekke områder.

Når det gjelder klimaproblemet har DnB NOR definert følgende satsingsområder:

1. Produktutvikling som tar hensyn til klimautfordringen.
2. Prising av tjenester og kommunikasjon utad som fremmer miljøtenking og etterspørsel etter miljøprodukter.
3. Kontinuerlig arbeid med intern miljøeffektivitet

Seminaret ”*Klimathot, banker och investeringar*” (Klimatrusselen, banker og investeringer) i Stockholm i September 2008 samlet over 80 deltakere fra svenske sparebanker. På dette seminaret kom det fram at den interne driften er noe av det første bankene ser nærmere på når de iverksetter sin egen klimastrategi. Utad har det en dårlig signaleffekt dersom banken selv ikke gjør det den kan for å redusere klimapåvirkningen.

1.4.1 Intern miljøeffektivitet

Som kontorbedrift påvirker DnB NOR miljøet ved forbruk av energi og papir, gjennom avfallshåndtering og ved bruk av transportmidler. Den interne miljøeffektiviseringen retter søkelyset mot dette og har to overordnede mål:

1. Redusere den direkte miljøpåvirkningen til den interne driften av banken.
2. Redusere kostnadene.

En skulle tro at målet om å redusere miljøpåvirkningen ville øke kostnadene, men i praksis viser det seg at arbeidet svært ofte gir positive effekter på kostnadssiden. Tiltak for å spare energi viser seg ofte å være meget lønnsomme. (Se side 42 om kostnadsreduksjonen til Sparebanken Sogn og Fjordane.)

I praksis har den interne miljøeffektiviseringen til DnB NOR ført til en handlingsplan hvor oppmerksomheten rettes mot disse områdene:

Papirforbruk For å redusere forbruket av papir har DnB NOR iverksatt følgende tiltak:

1. Det er innført elektroniske kontoutskrifter.
2. Det er tilrettelagt for dobbeltsidig trykking og kopiering på alle skrivere og kopimaskiner.
3. Alle tilsatte blir oppfordret om å tenke seg om før de skriver ut e-post.

Avfall og resirkulering For å redusere avfallsmengden er det iverksatt følgende tiltak:

1. Alt elektronisk utstyr som byttes ut, leveres til resirkulering.

2. Alt papir leveres til resirkulering.
3. Alle ansatte har fått egen returkasse for papir.

Transport DnB NOR har mange kontorer spredd over hele landet. Dette fører til en stor reisevirksomhet, men banken har som mål å redusere reisevirksomheten. Dette er de tiltakene banken har iverksatt:

1. Det er lagt til rette for økt bruk av videokonferanser.
2. Konsernet har satt i verk utprøving av flere elektroniske verktøy både når det gjelder videokonferanser og dokumentdeling fra den enkelte medarbeiders arbeidsplass.
3. Det er iverksatt streng prioritering av reiseaktiviteten. Det betyr at man i større grad enn før vurderer om reisen virkelig er nødvendig.

Energiforbruk DnB NOR fokuserer også på energieffektivisering. Dette har banken gjennomført:

1. DnB NOR har gjennomført flere ENØK-tiltak. Dette har i kombinasjon med redusert arealbruk ført til en nedgang i energiforbruket.
2. DnB NOR kjøper energi i det nordiske markedet, der andelen fornybar energi utgjør om lag 60 prosent.

1.4.2 Miljøsertifiseringer

DnB NOR har sertifisert 21 bygg gjennom ordningen Miljøfyrtårn. Denne sertifiseringen blir foretatt av stiftelsen med navnet Miljøfyrtårn. Miljøfyrtårn er et norsk, offentlig sertifikat som anbefales av Miljøverndepartementet. Denne stiftelsen har laget en nasjonal sertifiseringsordning som er rettet mot virksomheter i privat og offentlig sektor. Gjennom et nettverk av godkjente konsulenter har stiftelsen som mål å hjelpe bedrifter til å finne frem til miljø- og klimatiltak som er konkrete, målbare og lønnsomme.[8]. Nedenfor går vi igjennom de kravene som Miljøfyrtårn stiller til banker. Som en ser er kravene omfattende og detaljerte.

Miljøfyrtårns krav til banker

For å sertifiseres må bedriften oppfylle en rekke miljøkrav. Sertifikatene må fornyes hvert tredje år. Alle skal-krav må gjennomføres før sertifisering. Minst halvparten av kravene der det står bør, spesialkravene for hver bransje inkludert, gjennomføres før sertifisering. Krav merket med § er pålagt i henhold til lov/forskrift.

Arbeidsmiljø Når det gjelder arbeidsmiljøet stilles det følgende krav:

1. Virksomheten bør være tilknyttet verne- og helsepersonale (bedriftshelsetjeneste eller annet personell med kompetanse i henhold til forskrift 1994 nr. 333).
2. Det skal være gode ergonomiske forhold for ansatte (arbeidstøtte, bord, stol).
3. I virksomheter med mye stillesittende arbeid bør det tilrettelegges for fysisk trening i arbeidstiden.
4. Innertemperaturen skal normalt ligge mellom 20–24 °C i sommerhalvåret.
5. Helse, miljø og sikkerhetsundersøkelser skal gjennomføres hvert år for bedrifter eller virksomheter med mer enn 30 ansatte. Informasjonen sammenfattes i en egen rapport.

Innkjøp og materialbruk Miljøfyrtårn stiller også krav når det gjelder ressursbruken:

1. Ved innkjøp av kopimaskiner og skrivere skal utstyret kunne ta dobbeltsidig kopiering/utskrift. Lavt energibruk og forbruk av blekkpatroner/tonerkassetter skal også vektlegges.
2. Årlig forbruk av papir skal registreres per årsverk.

Energi Lavest mulig energiforbruk er et av kravene som stilles:

1. Eget energiforbruk skal registreres og følges opp minst en gang i måneden.
2. Innnetemperaturen skal normalt ligge mellom 20–22 grader Celcius vinterstid.
3. Virksomheten skal ha rutiner for at lys, datamaskiner og annet elektrisk utstyr slås av etter arbeidstid.
4. Det skal vurderes å installere sentral driftsanlegg som kan styre lys, varme og ventilasjon.

Transport Transport fører til store utslipp av klimagasser. Følgende krav er satt opp på dette området.

1. Virksomheten skal lage en handlingsplan som fremmer miljøvennlig transportmidler i tjenestereiser.
2. Virksomheten bør lage en handlingsplan for ansattes reisevaner til og fra jobb.

Avfall Miljøfyrtårn stiller en rekke detaljerte krav når det gjelder avfallshåndtering:

1. Ved en resertifisering skal virksomheten dokumentere at den totale avfallsmengden er nedadgående målt i avfallsmengde per årsverk.
2. Bruk av papir, utskrift og kopiering skal begrenses. E-postmeldinger leses på skjerm i stedet for å ta utskrift. Blanketter, bilag etc. kommuniseres mest mulig elektronisk.
3. Tosidig kopiering og utskrift skal benyttes som standard når det er mulig.
4. Ansatte skal få opplæring som sikrer lavt forbruk av kopi- og skrivepapir.
5. Minst 75 prosent av avfallet skal kildesorteres og leveres til gjenvinning.
6. Utrangert utstyr skal gjenvinnes så langt det lar seg gjøre.
7. Virksomheten skal gjenbruke mest mulig kontorrekvisita herunder permer, plastlommer, omslag m.m.
8. Virksomheten skal etablere avtale med firma som kan motta brukte tonerkassetter.

1.4.3 Grønne produkter fra DnB NOR

DnB NOR legger vekt på miljøkriterier ved investeringer og utlån. Alle fondsprodukter som tilbys av DnB NOR Kapitalforvaltning og Vital er filtrert, slik at selskaper som bidrar til alvorlig forurensing er ekskludert. I tillegg tilbyr DnB NOR skreddersydde produkter med miljøprofil. Her er noen eksempler på denne typen produkter:

1. *Klimalån biler*: DnB NOR Finans tilbyr et låneprodukt med redusert rentesats til miljøbevisste bilkjøpere. Tilbudet gjelder lån til biler som oppfyller ett av følgende kriterier:

- (a) El-bil. Etanolbil E85. Naturgass eller biogassbil. Bensin- eller dieselbil, inkludert hybridbil, som slipper ut maksimal 120 g/km CO₂. Dieselmotorer må ha partikkelfilter.
 - (b) *Klimanøytralisering av biler*: DnB NOR Finans tilbyr kundene klimanøytralisering av biler i form av FN-godkjente CO₂-kvoter. Tilbudet innebærer at DnB NOR Finans tar seg av det praktiske som kvalitetssikring og kjøp av kvoter for å veie opp for de faktiske utslippene.
2. *Aksjefondet DnB NOR Miljøinvest*: DnB NOR tilbyr Nordens eneste aksjefond som kun investerer i bedrifter som utvikler og produserer energi fra sol, vind og andre alternative energikilder.
 3. *Aksjefondet DnB NOR Grønt Norden*: Fondet investerer i selskaper som har en positiv miljøprofil. Fondet investerer ikke i oljeproduserende selskaper eller i selskaper hvor vesentlig del av omsetningen (mer enn 10 prosent) kommer fra våpenproduksjon og eller tobakk.

1.4.4 Deltaker i klimainitiativer

DnB NOR forholder seg ikke passive i forhold til det som skjer eksternt når det gjelder klimaspørsmålet. Banken er derfor representert i to eksterne klimainitiativer det er:

1. *Næringslivets Klimapanel*: Konsernsjef Rune Bjerke sitter selv i Næringslivets klimapanel, som er NHOs høynivågruppe for klimaspørsmål. Panelet diskuterer virkemidler og tiltak for reduksjon av klimagassutslipp, energieffektivisering og fornybar energi. Eksempler på saker panelet trekker frem som viktige er: En bred satsning på forskning og teknologiutvikling og å engasjere medarbeiderne i klimaarbeidet både på jobb, i nærmiljøet og på hjemmebane.
2. *Klimagevinst 2020*: Konserndirektør Leif Teksum representerer DnB NOR i Klimagevinst 2020, et nettverk av store bedrifter i regi av Mandag Morgen¹. Nettverket jobber for å bidra til industrielle svar på klimautfordringen gjennom en serie tankesmier.

1.4.5 Krav til kunder og leverandører

DnB NOR søker å sikre at menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljøhensyn og bekjempelse av korrupsjon etterleves i egen forretningsvirksomhet og hos leverandørene. Kunder og leverandører er et av bankens satsingsområder innenfor samfunnsansvar. Dette innebærer:

1. *Samfunnsansvar for kredittvirksomheten*: DnB NOR har en konstruktiv dialog med og setter tydelige krav til selskaper som den investerer i. Dette innebærer at det er satt opp visse retningslinjer for samfunnsansvar som gjelder for kredittvirksomheten. I klartekst betyr det: DnB NOR gir ikke lån til hvem som helst.
2. *Konsekvent bruk av leverandørreklæringer*: DnB NOR søker å sikre at grunnleggende normer for menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og bekjemping av korrupsjon etterleves i egen forretningsvirksomhet og hos leverandørene. Derfor blir det stilt krav om leverandørreklæring. Dette kan lett begrunnes ut fra økonomiske motiver:

¹Mandag Morgen er et analytisk uketidsskrift som ble grunnlagt i 2003. Tidsskriftets målsetning er å gi norske beslutningstakere og premissleverandører et bedre beslutningsgrunnlag.

Bankens gode omdømme kan påføres stor skade dersom det kommer fram at banken har vært klar over at en av leverandørene driver helt i strid med grunnleggende etiske retningslinjer.

1.4.6 Samfunnsansvarlige investeringer

DnB NOR har en felles etisk plattform for kapitalforvaltning som omfatter både Vital Forsikring og DnB NOR Kapitalforvaltning. DnB NOR Kapitalforvaltning og Vital skal ikke medvirke til krenkelse av menneske- og arbeidstakerrettigheter, korrupsjon eller alvorlig miljøskade. I tillegg utelukkes produsenter og distributører av strategiske komponenter til masseødeleggelsesvåpen, antipersonellminer og klasevåpen. Liv- og pensjonsselskapet Vital unngår også investeringer i selskaper som produserer tobakk og pornografi. Den etiske plattformen bygger på følgende internasjonalt anerkjente retningslinjer og prinsipper:

1. *FNs Global Compact*: Dette er en samling prinsipper som er satt opp for å påvirke næringslivet slik at bedriftene drives etter etiske og moralske retningslinjer. (Se mer om dette på side 21).
2. *OECDs retningslinjer for multinasjonale selskaper*: Disse retningslinjene inneholder prinsipper og standarder for hvordan en skal drive næringsvirksomhet på en samfunnsansvarlig måte. Retningslinjene omhandler følgende områder: Menneskerettigheter, miljø, forbrukerinteresser, åpenhet når det gjelder informasjon, forholdet til konkurrentene, skatt og teknologi.[5].
3. *Ottawa-konvensjonen*: Dette er en konvensjon som Norge har undertegnet. Ottawa-konvensjonen går ut på at utvikling, produksjon, lagring og spredning av landminer er forbudt.
4. *FNs Principles for Responsible Investment (PRI)*: Disse prinsippene er satt opp for å få næringslivet til å satse på investeringer som gir en langsiktig, bærekraftig utvikling.[6].
5. *UNEP FIs prinsipper*: Dette er en samling prinsipper som er satt opp av FN's miljøavdeling. Disse prinsippene omhandler finansnæringen og klimaproblemet.

I tillegg har DnB NOR Kapitalforvaltningsatt opp en del strengere kriterier. Det gjelder fond og porteføljer med mer omfattende etiske kriterier, for eksempel knyttet til miljø, tobakk, alkohol, krigsmateriell eller pengespill. DnB NOR Barnefond, DnB NOR Global Etisk, DnB NOR Miljøinvest og DnB NOR Grønt Norden er eksempler på slike fond. Større institusjonelle kunder kan også selv definere etiske tilleggskriterier.

DnB NOR Kapitalforvaltning har tilbudt produkter med etisk profil siden sent på 1980-tallet. På den tiden var det ikke så mange banker som fokuserte på etikk. Siden den gang har banken skaffet seg en betydelig kompetanse på dette området.

Analyse og filtrering

I analysene av selskapene i investeringsporteføljen drar man veksler på interne og eksterne eksperter samt skreddersydde informasjonskilder. Eksterne eksperter har bidratt til å etablere etiske kriterier for ulike sektorer. Kriteriene er innarbeidet i en filtreringsmodell som er basert på kvantitative og kvalitative data i tillegg til direkte kontakt med selskapene.

Ved hjelp av filtreringsmodellen identifiseres selskaper som er mistenkt for å bryte med den etiske plattformen. Selskapene følges opp gjennom dialog og risikerer å bli ekskludert fra investeringsporteføljen dersom kritikkverdige forhold ikke rettes opp. På denne måten

bruker DnB NOR sin innflytelse som investor til å påvirke selskaper i ønsket retning. Banken samarbeider ofte med andre investorer i dette arbeidet.

Dersom aktivt eierskap ikke fører til akseptable løsninger, skal eventuelle investeringer avhendes, og selskapet vil bli utelukket fra investeringsporteføljen inntil det har truffet tilstrekkelige tiltak.

Som en konsekvens av dette ble det i juni 2008 foretatt mange eksklusjoner slik at det nå er 26 selskaper som er ekskludert fra DnB NORs investeringsunivers.

DnB NORs etiske råd fører kontroll med investeringer og gir råd til lederne i Vital og DnB NOR Kapitalforvaltning om utelukkelse av selskaper fra investeringsporteføljen.

Håndtering av tredjeparts leveranser

I DnB NORs portefølje inngår også produkter som forvaltes av leverandører utenfor konsernet. Leverandørenes regelverk og praktisering av samfunnsansvarlige investeringer kontrolleres før DnB NOR inngår avtale om å distribuere deres produkter, og leverandørenes praktisering av regelverket blir gjennomgått årlig. Dette innebærer imidlertid at det ikke stilles krav om å følge DnB NORs etiske plattform til punkt og prikke.

Organisasjonen *Framtiden i våre hender* kåret i januar 2006 DnB NORs fond Miljøinvest til det beste etiske fondet i Norge. Begrunnelsen var blant annet at Miljøinvest som det eneste fondet i Norge kun investerer i selskaper som gjør miljøvennlig teknologi til næringsvei. Miljøinvest investerer kun i selskaper som opererer innenfor fornybar energi med hovedvekt på sol og vind.

Krav til leverandørene

DnB NOR krever at leverandørene overholder grunnleggende normer for menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø og anti-korrupsjon. For å sikre dette, krever banken at leverandørene skriver under på en egenerklæring om leverandørers samfunnsansvar. Det betyr at leverandørene må skrive under på at de opptrer i tråd med prinsippene i FNs Global Compact.

Kun leverandører som signerer erklæringen, blir vurdert i forbindelse med nye kontrakter og reforhandlinger. Egenerklæringen er blitt godt mottatt av mange av bankens leverandører.

Når det oppstår diskusjoner mellom DnB NOR og en leverandør rundt formuleringer i egenerklæringen, går banken i dialog med leverandøren. Dermed vinner også banken nye erfaringer. Et eksempel på dette er flernasjonale selskaper, der beslutningen om å signere skal tas av et hovedkontor utenfor Norge.

DnB NORs etterspørsel etter produkter og løsninger som tar miljøhensyn og etiske hensyn, påvirker også leverandørene slik at de — om de ikke har gjort det tidligere — på selvstendig grunnlag begynner å fokusere på klimaproblemet og samfunnsansvar.

Det er ikke alle samfunnsansvarlige handlinger som krever store og omfattende beslutningsprosesser. Enkle små ting, kan bety mye for mange. Her er noen eksempler:

1. DnB NOR er den største kunden til Jobbfrukt AS, en bedrift som sysselsetter 350 mennesker som ikke kan delta i arbeidslivet på vanlig måte. Hver uke leverer Jobbfrukt frukt til tusenvis av DnB NOR-medarbeidere.
2. DnB NOR legger vekt på miljøkriterier ved innkjøp av kontormøbler. Stolprodusenten HÅG bruker nå 100 prosent resirkulert aluminium i fotkryssene til de fleste stolene sine, og energiforbruket er dermed redusert til en tiendedel i forhold til å bruke uberørt aluminium. Totalt er bedriften kommet opp på et nivå der mellom 40 og 50 prosent av innholdet i stolene de leverer til DnB NOR, er laget av resirkulerte materialer.

3. DnB NOR tilbyr rettferdig kaffe fra Fairtrade i sitt interne bestillingsassortiment, slik at man kan bestille rettferdig kaffe til traktere og kaffeautomater.

Samfunnsansvarlige retningslinjer for lån

DnB NOR har egne retningslinjer for samfunnsansvar i kredittvirksomheten. Disse retningslinjene gjelder for alle lån. I praksis innebærer det at risiko knyttet til miljø, etikk og sosiale forhold skal analyseres på lik linje med andre risikofaktorer.

Kapitalverdimodellen — et av hovedresultatene innen finansteorien — sier at avkastningskravet til investeringer skal økes med økt risiko. Det betyr at banken vil kreve en noe høyere lånerente av kunder som ikke driver i samsvar med samfunnsansvarlige retningslinjer. Årsaken er at slike kunder plasseres i en høyere risikoklasse.

På et punkt er DnB NOR's utlånspolitikk klar: DnB NOR innvilger ikke kreditter som innebærer medvirkning til alvorlig miljøskade, korrupsjon eller brudd på menneske- og arbeidstagerrettigheter. DnB NOR har som en konsekvens av dette tiltrådt Ekvatorprinsippene² for prosjektfinansiering.

I 2006 utviklet banken en aktsomhetsmatrise som en veiviser for kundeansvarlige i forhold til å belyse og vurdere relevante sosiale, miljømessige og etiske forhold. Aktsomhetsmatrisen tar for seg blant annet kundens eierstruktur, motparter, virksomhetsområder og geografisk tilknytning og opplyser om relevante risikoforhold.

1.4.7 Finansiering av fornybar energi

DnB NOR er også aktiv innen fornybar energi og markedsfører seg som en fullskala finansinstitusjon for denne bransjen. Fornybar energi er etterhvert blitt en enormt viktig sektor og DnB NOR er med som megler, som investor gjennom kapitalforvaltning og som långiver. En av medarbeiderne i banken sier det slik: *Vi er stolte av å være med å danne vekstgrunnlaget for en bransje som vil komme til å være avgjørende for å få bukt med en av de mest alvorlige truslene mot vår felles framtid..* Og han fortsetter slik: *For å lykkes innen fornybar energi er vi nødt til å ha et tett forhold til både produsenter, lånegivere, investorer, forskningsinstitutter og politikere i mange land. Vi skal vise dem at DnB NOR er den sentrale aktøren innen finans når det gjelder fornybar energi.*

Sitatet ovenfor viser at den forretningsstrategien og filosofien som ligger til grunn for bankens drift har betydning for de ansatte. En bank som drives etter retningslinjer som de ansatte oppfatter som riktige, vil kunne holde på dyktige medarbeidere.

1.5 Swedbank Robur

Swedbank AB er et ledende svensk bankkonsern med aktivitet i de nordiske og de baltiske stater. Hovedkontoret ligger i Stockholm. Swedbanks visjon er å være den ledende finansinstitusjonen i de markeder den er aktiv i. Swedbank Robur er ingen liten aktør i det nordiske bankmarkedet. Den har:

- Ca 9 millioner privatkunder og en halv million bedriftskunder.
- Banken har 430 kontorer i Sverige, 299 kontorer i de baltiske land samt 191 kontorer i Ukraina. I tillegg har den kontor i Helsingfors, Kaliningrad, København, Luxemburg, Marbella, Moskva, New York, Oslo, Shanghai, St Petersburg og Tokyo.

² Ekvatorprinsippene er en rekke regler for miljø og samfunnsansvarlige investeringer. Prinsippene ble utledet av en del store private banker som Citigroup, ABN AMRO, Barclays og WestLB. Prinsippene ble annonsert i 2003.

- Banken har 22.000 tilsette.
- Den tilbyr ca ett hundre fond pluss ulike forsikringsprodukt.
- Med sine 100 milliarder i eiendeler er banken den nest største eieren på den svenske børsen. Den forvalter ca 30 prosent av kapitalen som er investert i det svenske fondsmarkedet.

Swedbank Robur er den banken i Norden som har kommet lengst når det gjelder miljøhensyn og den er den eneste banken i Norden som tilfredsstiller kravene til ISO 14001.

ISO 14001 er utviklet av den Internasjonale Organisasjon for Standardisering (ISO) og er den internasjonalt anerkjente standarden for miljøstyring. Standarden krever at bedriftene klarlegger alle miljøbelastninger og andre aspekter i den forbindelse, og at de deretter iverksetter tiltak for å utbedre prosedyrene på prioriterte områder. ISO 14001 fastsetter en god praksis for en føre-var politikk for bedriftenes innvirkning på miljøet. De bedriftene som har et ISO 14001-sertifisert miljøstyringssystem viser at de går lenger enn bare å oppfylle regelverket. Fokuset blir kontinuerlig forbedringer.

Swedbank Robur var tidlig ute når det gjalt å satse på etikkfond. Det første etikkfondet ble lansert i 1980. Etikkfond er aksjefond hvor aksjene er valgt ut etter spesielle kriterier. Metodene som brukes er:

1. Ved å undersøke et stort antall bedrifter, velger man ut en gruppe som man kaller ”ansvarlige” bedrifter. Dette er bedrifter som drives etter bestemte etiske prinsipper. Deretter foretar man en økonomisk analyse av bedriften og bestemmer om man vil ha den med i fondet eller ikke.
2. Banken overvåker bedriftene i fondet og plukker ut de som ikke lenger oppfyller kravene. Før slike bedrifter kastes ut av fondet, blir de også analysert økonomisk. Grunnen er at en vil klarlegge konsekvensene før man tar beslutningen. Eventuelt har man en mulighet til å påvirke bedriften.
3. Banken går aktivt inn i bedriftene i fondet og forsøker å påvirke slik at bedriftene drives mest mulig etter de etiske retningslinjene som fondet har.

Etikkfond er finansielle nisjeprodukter som er skreddersydd en bestemt målgruppe. Den kapitalen som etikkfondene forvalter pr oktober (før finanskrisen) 2008 er på 60 milliarder svenske kroner. Interessen for å investere i etikkfond har økt kraftig de siste årene. Grunnen er enkel: Det finnes flere og flere investorer som synes det er viktig at de pengene som de investerer ikke er med på å finansiere bedrifter som bryter menneskerettighetene eller ødelegger kloden med forurensning. Faktisk er de villig til å akseptere en lavere avkastning på pengene så lenge de har god samvittighet.

I arbeidet med å plukke ut kandidater til etikkfondene satser Swedbank Robur på dybdeanalyse av bedriftene. I dette arbeidet har banken valgt denne strategien:

1. Analysen av de svenske bedriftene blir foretatt av bankens egne ansatte. Swedbank Robur har tre heltidsansatte analytikere som tar seg av dette. Hvert år foretar man dybdeanalyse av ca 100 svenske bedrifter. Banken er også i dialog med disse bedriftene.
2. Et utvalg fra MSCI World³ på 1500 bedrifter blir plukket ut og banken kjøper analysen av eksterne konsulenter.

³MSCI World er en aksjeindeks som blir satt sammen av MSCI Inc., tidligere Morgan Stanley Capital International.

3. Bankens egne ansatte foretar bedriftsbesøk både av svenske og utenlandske bedrifter. Banken foretar ca 50 bedriftsbesøk pr år i Sverige. Hensikten med disse besøkene er å få informasjon som ikke blir oppgitt i årsrapporten. For eksempel er det ingen bedrift som ville skrive i årsrapporten at underleverandørene benytter seg av barnearbeid. Det man spør om på bedriftsbesøkene er:

- (a) Bedriftens klimapåvirkning og om dette er kartlagt. Her undersøker man om bedriften har foretatt seg noe for å få ned energiforbruket. I tillegg kartlegges det hvor mye av energien som bedriften bruker som kommer fra fornybare energikilder. Her går man ganske detaljert til verks så det kartlegges hvor mye av energien som kommer fra bioenergi og hvor mye som produseres av sol, vind, vann eller bølger. I tillegg kartlegges det hvor mye av energien som kommer fra olje, kull eller atomkraft.
- (b) De forskjellige utslippene fra bedriften (f.eks til luft eller vann).
- (c) Arbeidsforhold og arbeidsmiljø.
- (d) Hvilke etiske retningslinjer som underleverandørene har.

Rapporten fra slike besøk inngår i beslutningsgrunnlaget når det gjelder å plukke ut bedrifter til etikkfondene.

1.5.1 Prinsippene til etikkfondene

For å velge ut bedrifter til etikkfondene har Swedbank Robur satt opp en rekke prinsipper. De er:

FN's Global Compact: Dette er FN initiert program med mål om å bedrifter til å drive i tråd med universielt aksepterte prinsipper. Dette programmet bygger på følgende ti prinsipper:

- 1. Bedrifter bør støtte og respektere internasjonale regler for menneskerettigheter.
- 2. Bedrifter bør forsikre seg om at de ikke er medskyldige i brudd på menneskerettighetene.
- 3. Bedrifter bør støtte retten til å organisere seg og retten til å forhandle kollektivt.
- 4. Bedrifter bør fjerne og motarbeide alle former for tvangsarbeid.
- 5. Bedrifter bør stanse og motarbeide barnearbeid.
- 6. Bedrifter bør fjerne og motarbeide alle former for diskriminering i arbeidsforhold.
- 7. I miljøspørsmål bør bedriften støtte og drives etter føre-var prinsippet.
- 8. Bedrifter bør ta initiativ for å vise større ansvar for miljøet.
- 9. Bedrifter bør oppmuntre til utvikling og spredning av miljøvennlig teknologi.
- 10. Bedrifter bør motarbeide alle former for korrupsjon herunder også inkludert pengeutpressing og bestikkelser.

ILO's konvensjoner: The Internatinonal Labour Organization (Den internasjonale arbeidssorganisasjonen) er et byrå innen FN som tar seg av saker som har med arbeid å gjøre. Av den grunn er en del av de fundamentale prinsippene identiske med Global Compact programmet som er nevnt ovenfor. Det gjelder syn på tvangsarbeid, barnearbeid, diskriminering i arbeidsforhold og organisasjonsfrihet.

Riokonvensjonen om bærekraftig utvikling: Konvensjonen har som formål å hindre utryddelse av arter. Noen av de viktigste punktene er å bevare artsmangfoldet ved å fremme vern av økosystemene og opprettholdelse av levedyktige bestander av arter i deres naturlige omgivelser. Hvert land skal videre, så langt det er mulig og hensiktsmessig, overvåke, beskytte og iverksette tiltak i områder med særlig betydning for artsmangfoldet. Dette medfører å rehabilitere og gjenopprette ødelagte økosystemer, samt fremme gjenoppbygging og rehabilitering av truede arter innenfor eller utenfor beskyttede områder. Konvensjonen har som formål å hindre at arter utrykkes gjennom praktiske tiltak utført av de enkelte land. Norge var konvensjonens initiativtaker, og signerte den i 1992.

Verdenserklæringen om Menneskerettighetene Menneskerettigheter er grunnleggende rettigheter som ethvert menneske har krav på, uansett rase, kjønn, religion eller annen status, og regulerer forholdet mellom staten og individet.

De fire prinsippene som er nevnt ovenfor danner bare noe av grunnlaget som Swedbank Robur bruker når de velger ut bedrifter til etikkfondene. I tillegg har banken satt opp en del egne prinsipper. De er:

1. Bedriften skal kun få en liten del av inntektene fra handel eller produksjon av tobakk.
2. Bedriften skal kun få en liten del av inntektene fra handel eller produksjon av alkohol.
3. Bedriften skal ikke delta i produksjon eller salg av våpen.
4. Bedriften skal ikke delta i produksjon eller salg av pornografi.
5. Bedriften skal ikke få noen del av inntektene fra produksjon eller utleie av spilleautomater.

Tilsammen er dette ganske strenge kriterier. For en investor som vil sette pengene i et etikkfond, så er det viktig at han kan er trygg på at pengene ikke brukes på en for ham uetisk måte.

Ved å se på antall bedrifter som velges ut, får man en idé om hvor omfattende utvalgsprosessen er: Man starter gjerne med et utvalg på 200 svenske og 1500 utenlandske bedrifter. Når disse er vurdert i forhold til de etiske prinsippene sitter man igjen med 50–200 bedrifter. Denne listen med bedrifter gis videre til bankens fondsforvaltere som foretar en økonomisk analyse av bedriftene. Først da vil bedrifter som oppfyller alle kravene bli innlemmet i fondet.

Også banker er nødt til å drive med lønnsomhet. I foredraget som opplysningene ovenfor er hentet fra, fikk vi ikke vite noe om hvor lønnsomt det var for banken å bruke ressurser på etikkfond. På kostnadssiden kommer lønn til interne analytikere, kostnader i forbindelse med bedriftsbesøk samt kostnader ved kjøp av eksterne rapporter. På inntektssiden kommer forvaltningshonorarer og når forvaltningskapitalen har passert 60 milliarder, så er dette et betydelig beløp. I tillegg har det den indirekte virkningen at det har positiv betydning for bankens egne ansatte at de arbeider i en bank som bidrar til en bedre verden. Det kan tenkes at banken dermed blir en attraktiv arbeidsplass og dermed får tak i bedre medarbeidere enn de ellers ville ha gjort. I tillegg kan det tenkes at personalsituasjonen blir mer stabil.

1.6 Den britiske banken HBOS plc

HBOS (Halifax, Bank of Scotland) er en av de største bankene i Storbritannia. Banken er aktiv i både privatmarkedet og bedriftsmarkedet og tilbyr produkter innen både investering og forsikring. Banken har totalt 72.000 ansatte og 90 prosent av disse er i Storbritannia. Banken har kontorer i Irland, Europa, Nord-Amerika og Australia. Den er registrert i Edinburgh i Skottland.

1.6.1 HBOS og klimaproblemet

Det er flere år siden HBOS har begynt å fokusere på klimaproblemet. Så langt har den oppnådd følgende:

1. Den er rangsjert som den beste bank i Storbritannia av organisasjonen Carbon Disclosure Project.⁴
2. HBOS er den banken som har fått høyest poengttall fra Dow Jones Sustainability Index.⁵
3. HBOS benytter kun energi fra fornybare energikilder i alle sine 2.200 bygninger i Storbritannia. HBOS var den første store banken i Storbritannia som gjennomførte dette.
4. HBOS er den eneste banken i Storbritannia som har sertifisert alle sine bygninger. Disse bevisene er hengt opp godt synlig for bankens kunder for å vise hvordan banken arbeider for å redusere energibruk, forbruk av vann og søppelmengde.
5. HBOS er den første banken i Europa som har carbonmerket ett av sine produkter.⁶
6. Alle tilsette i HBOS bruker visittkort av gjenvunnet papir.
7. HBOS er en av de største bankene når det gjelder finansiering av investeringsprosjekter innen fornybar energi. Banken har finansiert prosjekter med en total produksjonskapasitet på 3.500 MW. Dette dekker energibruken til mer enn 2 millioner familier.
8. HBOS har fått 1,7 av bankens mer enn 2,5 millioner privatkunder til å velge papirfrie nettbankløsninger.

1.6.2 Handlingsplan for klimaendringer. Et eksempel.

HBOS lager hvert år en handlingsplan for klimaarbeidet i det kommende året. Når året er omme, lager de en rapport som viser hva de har oppnådd. Dersom klimaendringene fører til endringer i bankens måte å drive på, så kan en handlingsplan være nyttig. Den gjør ledelsen og de ansatte forberedt på de endringene som vil komme. Dermed reduseres også tilpasningsproblemene. Nedenfor blir det gjort greie for strukturen i handlingsplanen til HBOS for 2008. Med lokale tilpasninger er det ikke umulig at den kan brukes av andre banker som ønsker å lage sin egen plan. Her fokuserer vi på strukturen i planen men tar som eksempel med noen av de tiltakene HBOS planlegger å gjennomføre. Vi understreker at eksempelet kun

⁴Carbon Disclosure Project er en organisasjon som samarbeider med investorer og bedrifter for innrapportering av utslipp av drivhusgasser. I 2008 publiserte organisasjonen utslippstall fra 1550 av verdens største selskaper som samlet står for 26% av de menneskeskapte utslippene i verden. Carbon Disclosure Project representerer 385 institusjonelle investorer som samlet forvalter en kapital på 57 tusen milliarder dollar.

⁵Dow Jones Sustainability Index er en indeks som rangsjerer bedrifter etter økonomisk resultat, hva bedriftene foretar seg innen området miljø og hva de foretar seg innen samfunnsansvar.

⁶Dette er gjort i samarbeid med organisasjonen Carbon Trust — en organisasjon som hjelper bedrifter med å kartlegge CO₂ -utslippet til produktene.

er ment som et mulig utgangspunkt. Bankenes størrelse, lokalisering og strategi er avgjørende faktorer når en bank utarbeider sin egen handlingsplan. En handlingsplan som viser at banken tar ansvar og gjør sitt for å løse klimaproblemet kan ha stor markedsføringsverdi. Det bør man ha i tankene når handlingsplanen utarbeides.

Layout vil nødvendigvis måtte variere og i det følgende har vi ikke lagt vekt på dette. Enhver handlingsplan bør begynne med en innledning:

Innledning

En handlingsplan bør begynne med en del opplysninger om banken og dens virksomhet. Nedenfor følger de tingene som en kan ta med i en slik innledning:

1. Litt om banken. Her trenger en kun noen få linjer om bankens størrelse, strategi og forretningsområde.
2. Hvor banken er lokalisert.
3. Siden det er en handlingsplan for klimaendringer, kan en allerede i innledningen ha med antall bygninger som banken disponerer og om disse er klimasertifisert. Eventuelt kan en ta med noe om vannforbruk og hvordan man håndterer søppel. Dette gjelder spesielt dersom banken er gode på disse områdene.
4. Sett opp de langsiktige målene. Hva disse målene skal være er en sak for bankens styre og vil også avhenge av lokale forhold. Som eksempel setter vi opp målene som HBOS ønsker å nå innen utgangen av 2010. Legg merke til at de er meget detaljerte og konkrete.
 - (a) Redusere energibruken med 10% pr ansatt.
 - (b) Redusere søppelmengden pr ansatt med 5%.
 - (c) Redusere papirforbruket med 10%.
 - (d) Redusere vannforbruket med 2%.
 - (e) Øke gjenvinningsgraden av utstyr til 60%.
 - (f) Øke gjenvinningsgraden av papir til 65%.
 - (g) Redusere CO₂ utslippene med 5%
5. Viktige nøkkeltall. Her kan man ta med informasjonen for de to siste årene. Disse nøkkeltallene belyser fem områder. De er:
 - (a) Fortjeneste. Her gir man følgende tall:
 - i. Bankens resultat før skatt.
 - ii. Fortjenesten en har hatt pr aksje.
 - iii. Dividende som er utbetalt pr aksje.
 - iv. Forholdet mellom kostnader og inntekter.
 - v. Hvor lønnsom banken er for eierne. Avkastning på egenkapitalen er et godt lønnsomhetsmål.
 - (b) Samfunnsøkonomi. Dette er informasjon som kan være av allmenn interesse. Informasjonen bidrar til at folk får øynene opp for bankens betydning i samfunnet.
 - i. Hva banken betaler i skatt av det økonomiske resultat.
 - ii. Hva banken betaler ut i lønninger og honorarer.

- iii. Hva banken betaler i sosiale kostnader
 - iv. Hva betaler i pensjonskostnader
- (c) Betydning for samfunnet. Dette er naturligvis vanskelig å måle, men noen tall kan man oppgi:
- i. Antall ansatte.
 - ii. Totalt beløp brukt lokalt på investeringer.
 - iii. Antall ansatte som har deltatt på ulike typer opplæring.
 - iv. Totalt beløp som er gitt til forskning og utvikling som vil komme virksomheter i egen region til gode.
 - v. Totalt beløp som er gitt til almennyttige formål.
- (d) Virkning på miljøet. Her vises følgende tall:
- i. Antall tonn utslipp av CO₂ .
 - ii. Energibruk pr fulltids-ansatt målt i kWt pr år.
 - iii. Forbruk av vann pr fulltids-ansatt målt i tonn.
 - iv. Forbruk av papir pr fulltids-ansatt målt i kilo.
 - v. Søppelmengde generert av driften pr fulltids-ansatt målt i kilo.
 - vi. Andel av søppelet som blir resirkulert angitt i prosent.
- (e) Antall mennesker som har et regelmessig kundeforhold til banken.

Kort rapport fra operativ leder av klimaarbeidet

Etter innledningen er det naturlig å ta med en kort en kort rapport (maksimalt 1 side) fra den i banken som har det øverste operative ansvaret for klimaarbeidet. Denne rapporten kan ha med:

1. Bankens klimaarbeid sammenliknet med andre banker.
2. Litt om strategi og de viktigste tiltakene som man ønsker å iverksette.
3. Noen ord hvordan banken ser på seg selv med hensyn til samfunnsansvar.

Bankens grunnleggende strategi

Etter den korte rapporten fra øverste operative leder for bankens klimaarbeid, kan man ta noe om den grunnleggende strategien for banken. For eksempel sier HBOS at den har to fundamentale målsettinger. De er: Gjøre de rette tingene og samtidig bli mer lønnsom. Deretter må disse målene operasjonaliseres gjennom bankens innsats for å løse klimaproblemet. Altså, hva skal man gjøre for å nå målene som er satt opp? Dette vil naturligvis variere fra bank til bank. Dette er det som HBOS vil fokusere på:

1. Redusere utslippene av CO₂ .
2. Redusere papirbruken og øke andelen som går til resirkulering.
3. Redusere vannforbruk og redusere søppelmengden.
4. Skape nye muligheter i markedet og utvikle klimavennlige produkter.

Etter å ha satt opp de konkrete målsettingene, kan en ta med noe om bankens virkning på klimaet. Her skiller en mellom direkte og indirekte virkninger:

1. Bankens direkte virkning på klimaet. Dette er klimavirkningen av den ordinære driften. Den vil være avhengig av antall ansatte, antall bygninger og kontorer som banken bruker og reisevirksomheten til de ansatte. Her kan en si noe om hvordan de direkte klimavirkningene kan reduseres på de forskjellige områder. For eksempel at en vil iverksette energisparetiltak i visse bygninger eller at en vil ta i bruk utstyr for videokonferanser for å redusere reisevirksomheten.
2. Bankens indirekte virkning på klimaet. Den indirekte virkningen kommer gjennom:
 - (a) Bankens produkter. Her sier man noe om muligheter og planer for utvikling av nye klimavennlige produkter.
 - (b) Bedrifter som banken foretar investeringer i. Her kan en si noe om hvordan en går fram for å sile ut de bedriftene som en skal investere i. Bedriftene rangsjeres for eksempel etter graden av samfunnsansvar som de viser.
 - (c) Bankens leverandører. Her kan en si noe om hvilke krav en stiller til sine leverandører. For eksempel vil det kunne gjøre betydelig skade om media slår opp at de som leverer utstyr til banken er uten hemninger med hensyn til barnarbeid.
 - (d) Utlån og sosial risiko. Alle utlån, innskudd, samarbeidsavtaler og investeringer innebærer en viss sosial risiko; en kan sjelden være helt sikker på hvem man samarbeider med. Det gjelder selv om partneren har påstått at han overholder ekvatorprinsippene (jfr. fotnote på side 19).

Hvorfor klimaendringene er viktige

Det neste punktet i handlingsplanen kan inneholde en kort begrunnelse for hvorfor klimaproblemet bør bli tatt på alvor og knytte dette opp mot bankens egen klimastrategi. For eksempel kan bankens klimastrategi formuleres slik: Bankens klimastrategi har to målsettinger. De er:

1. *Reduksjon av risiko*: Klimaproblemet innebærer økt risiko også for banken. Denne økte risikoen kan materialisere seg på forskjellige måter. For eksempel kan en av bankens kunder bli hardt rammet av flåm eller oversvømmelse med store økonomiske tap både for kunde og for banken som resultat. Et av hovedmålene for bankens klimastrategi er å redusere denne typen risiko.
2. *Utnytte nye markedsmuligheter*: I enhver utfordring ligger det også nye muligheter. Klimaproblemet vil derfor skape nye forretningsmuligheter for de som er i stand til å se mulighetene. Det er viktig for banken å ha en proaktiv holdning — ligge i forkant av utviklingen — slik at en dermed er i stand til å utnytte nye muligheter.

Etter de to hovedmålsettingene som er angitt ovenfor, kan en komme med en nærmere presisering slik at en vet hva en skal fokusere på i den praktiske driften. Denne presiseringen kan inneholde følgende fire elementer:

1. Nye muligheter: Banken står for en stor del av boligfinansieringen i regionen. Hittil har det vært liten fokus på å få til en bærekraftig utvikling, men det er sannsynlig at dette vil endres. Etterhvert som konsumentene blir mer og mer klar over viktigheten av en bærekraftig utvikling, en kunne utvikle nye produkter og tilbud som støtter opp under dette. Eksempel: Dersom en ser at trenden går i retning av at flere vil installere varmpumper eller fjordvarme, så kan banken skreddersy finansieringspakker for dette. En markedsføring av slike produkter vil ha en positiv dobbelteffekt ved at en får solgt produktet og ved at folk vil betrakte banken som en institusjon som viser samfunnsansvar.

2. Redusere risikoen. En del av klimaproblemet er økt forekomst av ekstremvær og de hyppigste skadene her i landet er vann og fuktskade. Ekstremvær kan føre til økonomiske tap for banken både fordi bankens egne bygg kan skades og mer indirekte ved at kunder får økonomiske problemer og derigjennom påfører banken tap. Banken bør derfor sørge for egen forsikring og også gi råd til kunder på dette felt. Dersom banken også er inne i forsikringsbransjen kan det også ligge nye muligheter ved salg av nye forsikringsprodukter.
3. Kostnadsreduksjon. At banken har fokus på klimaproblemet betyr at man også forsøker å redusere ressursbruken enten når det gjelder energi, reiser eller papir. En bank som har god kostnadskontroll, kan yte mer til sine kunder og befeste sin stilling i forhold til konkurrentene.
4. Det handler om å gjøre de rette tingene. Dette er viktig både for kundene, for de ansatte og for eierne. Det er stor verdien i et godt omdømme. Banken blir mindre sårbar fordi kundeloyaliteten trolig blir større.

Konkretisering av målene

Etter at en som i forrige punkt gjorde greie for hovedmålene i bankens klimaarbeidet må målene konkretiseres slik at de ansatte vet hva en skal rette oppmerksomheten mot.

Klimaproblemet skyldes en for stor opphopning av drivhusgasser i atmosfæren. Noe av det viktigste innen bankens handlingsplan er derfor å gi en utførlig beskrivelse over bankens arbeid på dette feltet. Her kan en fokusere på to ting:

1. *Redusere energibruken.* Et enkelt og godt mål på energibruken er kilowatt-timer pr år pr fulltids ansatt. Dette er enkelt å beregne og det er enkelt å måle framgang. Ved hjelp av dette målet er det også enkelt å sammenlikne ulike avdelingers energibruk. Når det gjelder energibruken, bør man sette seg langtidsmål for eksempel: Innen 3 år vil vi redusere energibruken pr ansatt med 15%. I en handlingsplan bør en gå nærmere inn på hvordan en tenker seg at dette skal gjennomføres i praksis. I en handlingsplan kan en her ha med:
 - (a) Energibruken slik som den har vært de siste årene. Dette kan illustreres med en graf.
 - (b) Hvilke mål en har satt seg når det gjelder energibruk.
 - (c) Om man benytter energi fra fornybare kilder.
 - (d) Hva man har gjort og hvilke planer man har for å kunne spare energi. Eksempler: Installere varmpumper, senking av innetemperaturen i helgene og ved utskifting av utstyr velge det mest energi-gjerrige utstyret dersom kvaliteten ellers er god.
 - (e) Om bygningene er energisertifisert eller om man har planer om å få dem sertifisert. Beviset på at bygningen er energisertifisert henges gjerne opp på en godt synlig plass for ansatte og kunder. Dette er gunstig for bankens omdømme.
2. *Forretningsreiser.* Reiser forårsaker store utslipp av klimagasser. Det er derfor naturlig at banken setter opp mål for reisevirksomheten. En bank i vekst vil ofte også oppleve en vekst i reisevirksomheten, men banken kan likevel gjøre en god del for at denne veksten skal bli så liten som mulig for eksempel ved:
 - (a) Installasjon av utstyr for å videomøter.

(b) Få de tilsatte til å vurdere nøye om reisen virkelig er nødvendig.

Dersom banken også disponerer egne biler, bør man vurdere om man skal gå over til hybridbiler for å redusere CO₂ -utslippet. I en handlingsplan kan slike ting komme fram.

Carbon-nøytralitet

Mange større banker er eller har mål om å få til en carbon-nøytral drift. I en handlingsplan er det viktig at dette kommer fram. Hvis banken har som mål å bli carbon-nøytral vil det innebære at den må:

1. Redusere utlippene av CO₂ mest mulig. I en handlingsplan bør det også komme fram hvor stort bankens utslipp av klimagasser antas å bli i det kommende året.
2. Kjøpe utslippskvoter for de utlippene som drift og reisevirksomhet genererer.

All næringsvirksomhet — herunder også bankdrift — fører til utslipp av CO₂. Hvis banken har som mål å bli carbon-nøytral, bør det i en handlingsplan komme fram hvilken måte dette skal skje på. Spesielt gjelder det når banken kjøper utslippskvoter. Kjøp av utslippskvoter bør tilfredsstillende følgende krav:

1. Det må dokumenteres at kvotekjøpet virkelig fører til at det blir sluppet ut mindre klimagasser.
2. Kvotekjøpet må tilfredsstillende det såkalte addisjonalitetsprinsippet. Det vil si at den reduksjonen i utslipp som finner sted ikke hadde blitt realisert uten at banken hadde kjøpt kvotene.
3. Det må verifiseres av en uavhengig instans at kvotekjøpet tilfredsstiller de høyeste krav i henhold til Kyoto-avtalen.
4. Hvis banken kjøper utslippskvoter for å oppfylle målet om klimanøytral drift, bør det komme fram hva slags kvoter dette er og hvor de blir kjøpt.
5. Dersom banken deltar i CDM-prosjekter (Grønn utviklings mekanisme⁷) som reduserer utlippene av klimagasser og også hjelper fattigfolk i u-land, så kan dette utnyttes i markedsføringen av banken. Slike ting er det viktig å få fram i en handlingsplan.

Reduksjon og gjenvinning av papir

Neste punkt i handlingplanen kan rette oppmerksomheten mot bankens bruk av ressurser. Papir er ved siden av energi og reiser den ressursen en bank bruker mest av. En bank som tar klimaproblemet på alvor, fokuserer også derfor på papirbruken. Her er det tre spørsmål en må avklare. De er:

1. Hva er bankens mål? Her kan man vise til hva som her skjedd med papirbruk og gjenvinning de siste årene og også sette opp målene for de kommende tre årene. For eksempel at målet er å redusere papirbruken med 2 prosent pr år i tre år.

⁷ Den engelske betegnelsen på grønn utviklingsmekanisme er Clean Development Mechanism (CDM). I henhold til CDM kan I-land investere i utslippsbegrensende tiltak i u-land som et alternativ til mer kostbare utslippsreduksjoner innenlands. Mekanismen skal i teorien resultere i at de globale utlippene reduseres på den mest kostnadseffektive måten.

2. Hva er årsaken til papirbruken? Dersom man skal kunne klare å redusere papirforbruket, må en også vite noe om hva det brukes til. I normal bankdrift brukes papir til:
 - (a) Brev til kunder.
 - (b) Brosjyrer og reklamemateriell.
 - (c) Utskrifter av ulike slag, for eksempel e-poster.
 - (d) Kopiering av dokumenter.
 - (e) Kommunikasjon med aksjonærene.
3. Hvordan kan man få papirforbruket under kontroll? Her er det flere muligheter:
 - (a) Ved å utvikle en god nettbank, vil man få flere nettbank-kunder. Bare der ligger det en betydelig reduksjon i papirforbruket. HBOS har for eksempel utviklet en god nettbank. Dette har i følge banken gitt disse resultatene: Mer enn 65% av bankens aktive kunder er papirfrie nettbank-kunder. Dette er høyt sammenlignet med gjennomsnittet for Storbritannia som kun er på 8%. Banken har beregnet at de sparer mer enn 24 millioner brev på papir.
 - (b) Ved å dele inn kundemassen i ulike klasser etter hvor aktive de er, har banken spart over 10 millioner brev pr år. Inaktive kunder får brev kun én gang i året mens kunder som er litt aktive får brev hvert kvartal.
 - (c) Ved å gå over til dobbeltsidige utskrifter kan det spares svært mye. HBOS sparer ca 30 millioner A4 ark i året på å benytte dobbeltsidig utskrift.
 - (d) Ved å utvide gyldighetstiden til bankkort fra to til tre år, har banken også spart betydelige beløp.
 - (e) Klimabelastningen til papirbruken kan reduseres betraktelig ved at man bruker resirkulert papir. For eksempel trykker HBOS alle sine visittkort på resirkulert papir og man har planer om at alt papir som brukes i kopieringsmaskiner også skal benytte dette.
 - (f) Kommunikasjon med eierne kan for store banker medføre enorme papirkostnader. HBOS har for eksempel 2,2 millioner aksjonærer og dersom alle aksjonærene skulle få papirutskrifter av alle lovpålagte dokumenter, ville dette alene føre til et forbruk på 313 tonn. Ved å spørre aksjonærene om banken kunne formidle informasjonen over internet, har banken en årlig besparelse på 225 tonn papir.

Reduksjon av søppelmengden

Ressursbruken henger nøye sammen med søppelmengden som blir generert. Det er derfor naturlig at en setter seg mål på dette området. En kan sette seg mål på disse områdene:

1. Mengden av søppel pr full tids ansatt målt i kilo.
2. Mengden av søppel som går til gjenvinning.

Det er viktig at en lager seg et system for å registrere søppelmengden som er generert. Dermed vil en vite hvordan en ligger an i forhold til et mål. For å kunne redusere søppelmengden må en vite hvor søppelet kommer fra. For banker kommer søppelet fra:

1. Papir. Dette er tatt opp ovenfor på side 28.
2. Skrivebord og stoler.

3. Bord-telefoner og mobiltelefoner.
4. Datamaskiner.
5. Skrivere og tonercassetter.
6. Brukte arkivskap.

Banken kan lage retningslinjer for de tilsette slik at alle vet hva som skal gjøres med søppelet. På den måten blir gjenvinningsprosenten størst mulig.

De tilsette i HBOS fikk for eksempel i 2007 inn mer enn 9000 pund ved å levere mobiltelefoner og tonercassetter til gjenvinning. Pengene gikk til et veldedig formål.

Utvikling av nye produkter

Klimaproblemet fører til nye offentlige reguleringer og nye skatter. Dette skaper nye behov i både i bedriftsmarkedet og privatmarkedet. Det åpner seg derfor nye muligheter for banker og forsikringsselskaper. Hva slags nye muligheter kommer an på markedet og trendene der. HBOS foretok en undersøkelse av konsumentenes holdninger til miljøvennlige produkter. Resultatene til slike undersøkelser kan godt vises i en handlingsplan for de danner ofte utgangspunkt for bankens handlinger. Som eksempel viser vi resultatene av en undersøkelse foretatt av HBOS:

1. 61% var enig i at banker burde gjøre mer for å løse klimaproblemet, men bare 30% ville la dette være avgjørende ved valg av bank.
2. 48% av de spurte syntes at carbon-nøytralitet var viktig eller svært viktig.
3. 59% av de spurte syntes at å bruke energi fra fornybare kilder var viktig eller svært viktig.
4. 72% av de spurte syntes at tiltak for å redusere papirbruken og gjenvinning av papir var viktig eller svært viktig.

Å undersøke kundenes holdninger og behov er nyttig for arbeidet med å utvikle produktene. Som eksempel ser vi på det som HBOS tilbyr og noen av de erfaringene de har gjort:

1. *Finansiering av miljøvennlige hus.* Her kan en lage finansieringsordninger for kunder som ønsker å bygge mest mulig miljøvennlig. På dette feltet har for eksempel HBOS utviklet et samarbeid med entreprenører som bygger denne typen boliger.
2. *Grønne lån.* En bør undersøke markedet for å finne ut hvilke produkter en eventuelt skal tilby. For eksempel forsøkte HBOS seg med et spesielt låneprodukt for finansiering av bilkjøp. Det spesielle med dette lånet var at det ble kjøpt CO₂ -kvoter for å kompensere for utslippene til bilen. Gjennomsnittsbilen slipper ut 3 tonn CO₂ pr år. Dette låneproduktet ble ingen suksess, men HBOS fortsetter å observere hva som skjer i markedet og er klar til å lansere andre grønne produkter etter behov.
3. Retningslinjer som legger vekt på klimaproblemet må stadig fornyes slik at det er samsvar mellom den klimastrategien som styret har vedtatt og den daglige driften og de produktene banken tilbyr.

I en handlingsplan er det også viktig å få vist hva banken ellers legger vekt på i klimaarbeidet. I tillegg til produktene som banken tilbyr kan det være en rekke andre ting å ta med. Her er noen eksempler:

1. *Bankens leverandører.* Siden en bank ikke produserer fysiske objekter, er det ingen store leverandører. Likevel oppfordres de ansatte om å samarbeide med leverandørene for å redusere virkningen på klimaet. Dette reduserer bankens egen risiko for å et dårlig omdømme. Og det har også vist seg å redusere kostnadene. Banken har utarbeidet et eget sett med krav som de stiller til sine leverandører. Kravene er spesiallaget for ulike næringer. Dette arbeidet vil HBOS fortsette med.
2. *Investeringer.* Hvordan banken skal forholde seg til investorer og investeringer er at av de sentrale spørsmålene for en bank. Her er et eksempel fra HBOS og tiltakene den har gjennomført på dette feltet. Bankens avdeling for investeringsanalyse har utviklet ”Investors Statment on Climate Change” og banken har foretatt en analyse av hvordan klimaendringene vil påvirke investeringene i ulike næringer fra kraftkrevende industri til fornybar energi. Bankens team som analyserer samfunnsansvarlige investeringer, spille en aktiv rolle når i forhold til både myndigheter og rådgivning for investorer. HBOS tilbyr også fond med miljøvennlig profil. Slike opplysninger er viktige å få fram i en handlingsplan.
3. *Forsikringer.* Klimaendringer med mer ekstremvær fører til økt risiko for mange av bankens kunder. I en handlingsplan er det viktig å ta med hvordan banken forholder seg til den økte risikoen. Når det gjelder HBOS så tilbyr banken forsikringer som tar hensyn økt klimarisiko. Banken har også undertegnet prinsippene til organisasjonen ”ClimateWise”.⁸
4. *Kursing av egne ansatte.* En handlingsplan kan også inneholde planer om kursing av ansatte. Eksempel fra HBOS: Banken har innsett at klimaproblemet fører til økt miljørisiko og økt sosial risiko. Med økt sosial risiko menes her at handlinger som banken foretar og som skader miljøet gjennom media lett kan komme til å skade bankens omdømme. HBOS har kurset egne ansatte slik at de er bedre i stand til å vurdere den økte risikoen som store bedriftskunder er konfrontert med. Samfunnet har langt mer fokus på samfunnsansvar og store bedrifter kan lett komme i medias søkelys hvis de gjør feil på dette området. HBOS har skolert 40 spesialister i Ekvatorprinsippene (se fotnote på side 19) slik at de kan vurdere risikoen og gi råd til bedrifter.
5. *Miljø og kredittvurdering.* I en handlingsplan bør en ta med noe om hva en har gjort eller har planer om å gjøre på dette felt. Eventuelle retningslinjer må lages slik at miljørisikoen til kunder blir vurdert på en konsistent og logisk måte.
6. *Ekvatorprinsippene.* I en handlingsplan bør man ta med om man har planer om å signere en avtale om å følge disse eller andre prinsipper for klimaansvarlig eller samfunnsansvarlig drift.
7. *Fornybar energi.* I en handlingsplan bør det komme fram hvordan banken forholder seg til prosjekter innen fornybar energi. Når det gjelder HBOS, så framheves det i handlingsplanen at den er meget positiv til finansiering av prosjekter innen fornybar energi. HBOS er en av de største aktørene på dette feltet. Banken har finansiert prosjekter med en total produksjonskapasitet på 3.500 megawatt og den har blant annet har den gitt et lån på 63 millioner euro til bygging av en solcelle-park i Spania.

⁸ClimateWise er en engelsk organisasjon som består av mer enn 40 ledende forsikringsselskaper som alle har som mål å redusere risiko og skader som er forårsaket av klimaendringer.

Styring og mål

En handlingsplan må også inneholde informasjon om hvordan klimaarbeidet styres og hvordan målene blir utformet og vedtatt. For eksempel kan en ta med hvem som har ansvaret for å utarbeide forslag til tiltak slik at styret har noe å gå ut i fra.

I en handlingsplan bør en også ta med hva styret anser som det viktigste i arbeidet med å redusere klimaproblemet. For eksempel har HBOS størst oppmerksomhet på dette:

1. *Utarbeide detaljerte planer*: HBOS anser det som det viktigste å ha en detaljert plan for hvordan banken skal forholde til klimaendringene. Styret har også satt opp detaljerte og konkrete mål for energibruk og forbruk av andre ressurser.
2. *Internasjonale aktiviteter*. Selv om banken har relativt liten aktivitet i utlandet, legger man vekt på at avdelinger i andre land drives etter de samme miljøvennlige prinsippene som i Storbritannia.
3. *Opplæring av personale*. Bankens sørger for opplæring og bevisstgjøring av personalet med hensyn til miljøvern. De tilsette har blant annet en carbon-kalkulator hvor de selv kan beregne CO₂ utslippene av sine reiser.
4. *Benchmarking*. Bankens får sammenlignet seg med andre banker gjennom ulike indekser. De indeksene som den benytter seg av er:
 - (a) Dow Jones Sustainability Index
 - (b) Carbon Disclosure Project Climate Leadership Index.
 - (c) Community Corporate Responsibility Index
 - (d) The Global 100 most Sustainable Corporation Index.

1.7 Andre bankers klimatilteak i Norge

I Norge er det i januar 2009 121 sparebanker⁹. Ut fra den undersøkelsen som vi har foretatt er det stort sett de store og ressurssterke bankene i Norge som har fokusert på klimaproblemet. Men ting har begynt å skje: Sparebanken Vest har fra våren 2008 finansiert et professorat innen økonomi og klima ved Norges Handelshøyskole og klimaendringene og fornybar energi var også hovedtema ved Vestlandskonferansen 2008 som ble arrangert av denne banken.

I det utvalget av sparebanker som vi har studert, er det bare Sparebanken Sogn og Fjordane som ser ut til å ha en gjennomarbeidet og langsiktig klimastrategi. Se mer om denne bankens sitt klimaengasjement i neste kapittel.

De bankene som virkelig har tatt klimaproblemet på alvor har også laget en omfattende handlingsplan for bankens samfunnsansvar. Det gjelder for eksempel DnB Nor, Nordea, Fokus bank og Husbanken. Klimaproblemet inngår her som en del av bankens samfunnsansvar.

1.8 Banker i Europa og USA

Mange — men ikke alle — store banker i USA og i Europa har begynt å fokusere på klimaendringene og endringene det vil føre til. I et samfunn hvor klimaproblemet får en stadig økende oppmerksomhetendrer vil bankens rammevilkår også forandres. Som en konsekvens av dette

⁹Alle de 121 sparebankene som finnes i Norge er medlem av Sparebankforeningen. I tillegg kommer Sparebankstiftelsen DnB Nor som også er medlem.

har mange banker vedtatt egne handlingsplaner slik at de er bedre forberedt på de forandringene som kommer. Nedenfor gir vi et kort sammendrag av det en del store amerikanske og europeiske banker har foretatt seg.

1.8.1 Banker i Europa

Her har vi sett på disse bankene i Europa. Samtlige i dette utvalget har en egen klimastrategi. Men det er likevel stor forskjell mellom bankene. Noe har gjort mer enn andre. Vi har gått i dybden på HBOS plc (se side 23). Dette er en av de bankene som har gjort mest. Tallene som gjengis, er opplysninger som bankene selv har kommet med.

1. ABN AMRO Holding
2. Banco Santander
3. Barclays plc
4. BNP Paribas
5. Crédit Agricole
6. Credit Suisse Group
7. Deutsche Bank
8. Fortis N.V
9. HBOS plc
10. HSBC Holdings
11. ING Groep
12. Intesa Sanpaolo S.p.A.
13. Royal Bank of Scotland Group plc
14. Société Générale
15. UBS AGUBS AG

ABN AMRO Holding

ABN AMRO har klimaendringer som et sentralt element i sin strategi for en bærekraftig utvikling. Banken behandler klimaendringer og konsekvensene av dette på styrenivå og har også opprettet et egen avdeling (Sustainability Department) slik at vedtak i styre blir implementert i driften. Av praktiske tiltak er dette gjennomført:

1. Opprettet en egen avdeling som har ansvar for å følge med på konsekvensen av klimaendringene og de endringene dette vil få for næringslivet.
2. Banken er aktiv i handel med CO₂ - kvoter.
3. Banken har gitt økonomiske støtte til organisasjoner som arbeider aktivt for å få til en reduksjon i utslipp av klimagasser.
4. Banken har utviklet flere klimarelaterte produkter.

5. Banken har utviklet en klima og miljø indeks.

I løpet av 2008 har banken blitt kjøpt opp av et konsortium bestående blant annet av Royal Bank of Scotland, Fortis og Banco Santander, men vi tar den likevel med i denne oversikten.

Banco Santander

Her er en oppsummering av hva denne banken har foretatt seg når det gjelder klimaproblemet:

1. Banken er aktiv som megler i handel med CO₂ -kvoter.
2. Banken er behjelpelig med å finne prosjekter innen Grønn Utviklingsmekanisme (CDM) slik at spansk industri vil klare å oppfylle målene som er etablert Kyotoavtalen.
3. Banken er en stor aktør innen finansiering av fornybar energi. Omtrent en tredjedel av alle prosjekter innen fornybar energi i Spania er finansiert av Banco Santander.

Barclays plc

Dette er hva banken har foretatt seg:

1. Banken er den største aktøren i CO₂ markedet. Totalt har den i begynnelsen av 2008 solgt kvoter tilsvarende mer enn 500 millioner tonn CO₂ under EU's kvotehandelssystem (the European Union Emissions Trading Scheme (EU ETS)).
2. Banken har utviklet en egen klimaendring-strategi.
3. Banken har oppnådd å få til klimanøytral drift i Storbritannia.
4. Banken tilbyr klimarelaterte kredittkort til sine kunder.
5. Banken tilbyr også carbon nøytrale debit kort til sine kunder.

BNP Paribas

1. Banken er aktiv inne handel med utslippskvoter og har utviklet flere nye produkter innen kvotehandel.
2. Banken har utviklet ekspertise innen finansiering av vindkraftprosjekter.

Crédit Agricole

1. For å ta hensyn til klimaendringen har banken foretatt organisasjonsmessige endringer på tre nivåer. Blant annet har banken laget seg et nettverk av ledere som arbeider i de regionale avdelingene.
2. Banken har utviklet en rekke klimarelaterte produkter som for eksempel fornybar energi og energispare lån.
3. Banken har også egne forsikringsprodukter rettet mot klimaendringene.
4. Banken finansierer også prosjekter innen fornybar energi.

Credit Suisse Group

1. Banken har oppnådd carbon-nøytral drift i Sveits og har sett seg som mål å bli carbon-nøytral også i resten av verden.
2. Banken har fokus på energisparing og den kjøper fornybar energi til egen drift.
3. Banken har en økende handel med CO₂ -kvoter.
4. Banken har utviklet en egen indeks til bruk ved investeringer innen alternativ energi og global oppvarming.
5. Banken har investert i lav-utslippsprosjekter som gjennom EcoSecurities¹⁰ og Cleantech Group.¹¹.

Deutsche Bank

1. Deutsche Bank har hatt en egen klimastrategi siden 2005. Denne strategien har fokusert på:
 - (a) Reduksjon av CO₂ utslipp.
 - (b) Finansiering av fornybar energi.
 - (c) Vekke publikums oppmerksomhet omkring faren ved klimaendringer.
 - (d) Utnytte og bruke Grønn Utviklingsmekanisme (CDM) for å kompensere for utslipp av klimagasser.
2. Banken har siden år 2000 vært aktiv i markedet for utslippskvoter.
3. Banken er den eneste banken som deltar i World Bank Umbrella Carbon Fund (UCF). Her har banken investert 50 millioner euro.
4. Banken tilbyr en rekke produkter for utslippskvoter.
5. Banken tilbyr klimarelaterte investertingsfond.

Fortis N.V.

1. Fortis er en av de fremste bankene når det gjelder å tilby ulike typer CO₂ kvoter. Dette gjelder i første rekke for å tilfredsstille kunders behov innenfor EU's program for kvotekjøp (European Union Emissions Trading Scheme (EU ETS)). Banken har også planer om å videreutvikle disse produktene.
2. Fortis har vedtatt at den skal oppnå carbon-nøytralitet gjennom følgende tiltak:
 - (a) Energieffektivisering.
 - (b) Kjøp av fornybar energi til egen drift.
 - (c) Kjøp av carbon-kvoter.
3. Banken er aktiv når det gjelder finansiering av prosjekter innen fornybar energi.
4. Banken har blitt mer bevisst miljørisiko og tar dette i betraktning ved reiekvurdering.

¹⁰EcoSecurities er et meglerfirma som selger CO₂ kvoter og klargjør CDM prosjekter (se fotnote på side 28) slik at disse kan selge CO₂ kvoter.

¹¹Cleantech Group er en organisasjon som bidrar til utvikling av klimavennlig teknologi.

HBOS plc

1. Banken har på styrenivå nedsett en gruppe (Climate Change Action Group) som har ansvaret for å utarbeide og koordinere planer som tar hensyn til klimaendringene.
2. HBOS har oppnådd klimanøytralitet i egen drift i Storbritannia. Dette er gjort ved kjøp av fornybar energi og kjøp av CO₂ -kvoter.
3. Banken har utarbeidet grønne låneprodukter og carbon-merkede innskuddskonti.
4. Banken finansierer prosjekter innen energieffektivisering.

HSBC Holdings

1. I 2004 bestemte HSBC Holdings at den ville bli den første banken i verden som oppnådde carbon-nøytralitet. Dette målet ble nådd i oktober 2005.
2. Banken har utarbeidet flere klimarelaterte investeringsindekser og har lagt planer for å utarbeide et eget fond.
3. Banken har utarbeidet flere klimarelaterte produkter.
4. Banken har tilsett som rådgiver Sir Nicholas Stern tidligere sjef for Verdensbanken og hovedforfatter av den såkalte Stern-rapporten[12] om klimaendringer.

ING Groep

1. ING Group har oppnådd carbon-nøytralitet i egen drift gjennom:
 - (a) Energisparing.
 - (b) Kjøp av fornybar energi.
 - (c) Kjøp av utslippskvoter.
2. Banken tilbyr klimarelaterte investeringsfond.
3. Banken støtter prosjekter innen Grønn utviklingsmekanisme i Kina.(Sino-Dutch CDM Capacity Building Program i Kina).

Intesa Sanpaolo S.p.A.

1. Banken vedtok sine egne retningslinjer med fokus på miljø i 2007.
2. Banken har som mål å bli klimanøytral ved kjøp av fornybar energi og energieffektivisering i egen drift.
3. Banken tilbyr flere klimarelaterte finansieringsprodukter rettet både mot bedriftsmarkedet og mot privatmarkedet.

Royal Bank of Scotland Group plc

1. Banken har på styrenivå nedsatt en gruppe med ansvar for å overvåke klimaendringenes virkning på driften til banken. (Environmental Program Steering Group). Gruppen har også utarbeidet også forslag til endringer i driften av banken.
2. Banken har fokusert på å redusere sine egne utslipp av klimagasser ved å kjøpe energi fra fornybare kilder til egen drift.
3. Banken har finansiert prosjekter innen fornybar energi med tilsammen 2,6 milliarder dollar.
4. Banken har utarbeidet planer for lansering av en rekke klimarelaterte produkter både innen investering og forsikring.

Société Générale

1. Banken er aktiv i det europeiske markedet for CO₂ kvoter (European Union Emissions Trading Scheme (EU ETS)) hvor banken har en markedsandel på 6%.
2. Banken er aktiv innen finansiering av fornybar energi og Grønn Utviklingsmekanisme.
3. Banken har inkorporert klimarelatert forskning innen sin økonomiske forskningsavdeling.
4. Banken har begynt å utvikle en egen modell (Carbon Risk Exposure Assessment Model) som skal brukes til analyse av langtidsvirkningen av carbonutslipp på investeringer.
5. Banken har utviklet fire klimarelaterte indekser til bruk ved investeringer.
6. Banken har satt seg som mål å bli klimanøytral i egen drift.

UBS AGUBS AG

1. UBS har hatt sin egen klimapolitikk siden 1993 og er dermed en av de aller første bankene som fokuserte på klimaproblemet.
2. Beslutninger som angår klimarelaterte spørsmål blir tatt på styrenivå.
3. Banken arbeider med å redusere utslipp av klimagasser fra egen drift.
4. Banken har utarbeidet flere klimarelaterte produkter som:
 - (a) Flere klimarelaterte indeksfond.
 - (b) Flere strukturerte investeringsprodukter.
 - (c) Investeringsfond knyttet til fornybar energi og kvotemarkedet for utslipp av klimagasser.

1.9 Amerikanske banker

Dette er de amerikanske bankene som vi har sett nærmere på:

1. Bank of America Corporation
2. The Bear Stearns Companies Inc
3. BlackRock, Inc
4. Citigroup Inc
5. Franklin Resources, Inc
6. The Goldman Sachs Group, Inc
7. JPMorgan Chase & Co
8. Legg Mason, Inc
9. Merrill Lynch & Co
10. Morgan Stanley & Co.
11. Northern Trust Corporation
12. State Street Corporation
13. Wachovia Corporation
14. Wells Fargo & Company

Bank of America Corporation

1. Bank of America har vedtatt å avsette 20 milliarder dollar til støtte og framveksten av en miljømessig bærekraftig næringsaktivitet.
2. Banken har utarbeidet en ti-årsplan for utvikling og støtte av:
 - (a) Finansiering av klimarelaterte prosjekter.
 - (b) Investering i klimarelaterte prosjekter.
 - (c) Gaver til veldedige formål.
 - (d) Utvikling av nye klimarelaterte produkter.
3. Banken har satt seg mål når det gjelder reduksjon av klimagasser som er forårsaket av egen drift.
4. Banken er aktiv innen handel med utslippskvoter både i USA og i Europa.

The Bear Stearns Companies Inc

Denne banken har ikke foretatt seg noe som følge av klimaproblemet.

BlackRock, Inc

Banken har gitt penger til organisasjonen Carbon Disclosure Project som arbeider med å redusere næringslivets klimautslipp. Ellers har ikke denne banken foretatt seg noe.

Citigroup Inc

1. I mai 2007 annonserte banken at den vil bruke 50 milliarder dollar på klimarelaterte tiltak. (Med de problemer banken har hatt som følge av finanskrisen, så spør det om den vil kunne oppfylle dette løftet.)
2. Banken har annonsert mål for å redusere klimavirkningen av egen drift ved kjøp av fornybar energi og energisparing.
3. Banken har tar hensyn til miljø og sosial risiko ved vurdering av prosjekter.
4. Banken finansierer prosjekter innen fornybar energi.

Franklin Resources, Inc

Franklin Resources har har ikke fokusert på klimarelaterte problemstillinger.

The Goldman Sachs Group, Inc

1. Goldman Sachs har vedtatt sin egen klimapolitikk gjennom Goldman Sachs Environmental Policy Framework. I denne planen sier man at kapitalmarkedene kan og bør spille en viktig rolle når det gjelder å løse klimaproblemene. I praksis har banken foretatt seg dette:
 - (a) Investeringer i fornybar energi.
 - (b) Handel med utslippskvoter.
 - (c) Vedtatt kriterier for egen drift i retning samfunnsansvar.
 - (d) Reduksjon av utslippene av klimagasser fra egen drift.
 - (e) Støtter klimarelatert forskning.

JPMorgan Chase & Co

1. Banken har vedtatt at den vil gå inn i en lederrolle når det gjelder finansielle tjenester knyttet til reduksjon av drivhusgasser.
2. Banken har foretatt endringer i sin organisasjonsstruktur for bedre å kunne klare de utfordringene som blir skapt av klimaproblemet.
3. Bankens økonomiske forskningsavdeling har også fokus på klimarelaterte spørsmål og investeringer.

Legg Mason, Inc

Denne banken har ikke fokusert på klimaproblemet.

Merrill Lynch & Co

1. Merrill Lynch er en av grunnleggerne av organisasjonen Carbon Disclosure Project som arbeider for å redusere utslippene av drivhusgasser og banken er av av organisasjonens primær-sponsorer.
2. Banken har vedtatt sin egen miljøplan.

3. Banken har utviklet en rekke klimarelaterte aksjeindekser.
4. Banken har klimanøytral drift innen 2009 som mål.

Morgan Stanley & Co.

1. Morgan Stanley har vedtatt å bruke 300 millioner dollar over de neste fem årene til investeringer prosjekter innen fornybar energi.
2. Banken har også vedtatt å bruke 2,7 milliarder kroner til kjøp av CO₂ kvoter.
3. Banken har i samarbeid med Det Norske Veritas utviklet produkter innen kjøp av CO₂ kvoter.
4. Banken har planer om å bli klimanøytral i driften innen 2008.
5. Banken finansierer investeringer innen ren energi.

Northern Trust Corporation

Denne banken har begynt å beregne utslippene fra egen drift og den har foretatt seg noe for å oppnå bedre energieffektivisering. Ellers har den ikke foretatt seg noe.

State Street Corporation

1. Banken har som mål å redusere sine egne utslipp av drivhusgasser. I praksis har den iverksatt energisparetiltak.
2. Banken har foretatt endringer i organisasjonen for å være bedre rustet til å møte de utfordringene som klimaproblemet vil føre til.
3. Banken har utviklet egne strategier for risikovurderinger knyttet til investeringer og klimaproblemet.

Wachovia Corporation

1. Denne banken fokuserte for første gang på klimaproblemet i 2006.
2. Banken har inngått kontrakter om kjøp av fornybar energi for å redusere egne utslipp av klimagasser.
3. Banken har utviklet produkter for finansiering innen klimavennlige produkter.

Wells Fargo & Company

1. Wells Fargo publiserte sin egen ti-punkts miljøvernplan i 2005.
2. Banken har endret egen organisasjon for å være bedre rustet til å møte de utfordringene som klimaendringene fører til.
3. Wells Fargo bli i 2006 kåret til den bedriften som kjøpte mest fornybar energi i USA. (550 millioner kWt).
4. Banken tilbyr en rekke lån innen energieffektivisering.
5. Siden 2004 har banken deltatt med mer enn 1 milliard dollar til finansiering av energieffektive bygg.

Konklusjon

Ut fra det utvalget på 14 amerikanske og 17 europeiske banker som vi har sett på, kan en trekke den konklusjonen at de europeiske bankene har kommet lengre enn de amerikanske i sin tilpasning til klimaproblemet. I lys av finanskrisen, er det også noe tvilsomt om alle løfter og programerklaringer vil bli holdt. For eksempel annonserte Citigroup at den vil bruke 50 milliarder dollar på klimarelaterte tiltak mens Bank of America Corporation vil bruke 20 milliarder dollar. I dagens situasjon spør det om disse løftene vil bli holdt.

Kapittel 2

Sparebanken Sogn og Fjordane og klimaproblemet

Banker som vedtar og iverksetter sin egen klimastrategi, beveger seg inn på et område som hittil har ligget utenfor ordinær bankdrift. Det er derfor naturlig at det oppstår en del usikkerhet om hvordan man skal gjennomføre klimastrategien i praksis. Som en hjelp til banker og eventuelt andre tjenesteytende bedrifter med lignende kostnadsstruktur tar vi med et eget kapittel om de erfaringer som Sparebanken Sogn og Fjordane gjorde de to første årene etter at den startet dette arbeidet.

2.1 Innledning

Vi har studert klimastrategien til et tilfeldig utvalg av banker i Norge og på grunnlag av dette utvalget synes situasjonen å være denne: De fleste mindre bankene i Norge har i praksis foretatt seg lite eller ingenting når det gjelder klimaproblemet. Hva som er årsaken til dette er vanskelig å si, men trolig er det en utbredt oppfatning at dersom en skal gjøre noe, så vil en pådra seg kostnader som en får lite igjen for. Dessuten er nok en del banker som mener at å engasjere seg i klimaproblemet ligger utenfor bankens normale virksomhetsområde. I tillegg er det nok også en del usikkerhet om hvordan man rent konkret skal angripe klimaproblemet.

I forhold til de fleste mindre bankene framstår Sparebanken Sogn og Fjordane som et unntak. I april 2007 vedtok banken at den skulle engasjere seg i klimaproblemet. Det kostet nok noe i utgangspunktet: For eksempel ble det investert i videokonferanseutstyr i møterommene for å redusere reisevirksomheten. I tillegg kom organisatoriske kostnader: I begynnelsen av klimaarbeidet rapporterte banken at den måtte bruke tid på å forankre satsingen internt blant lederne rundt om i de ulike filialbankene. Dette er for øvrig ikke overraskende; er det noe som har kommet ut fra arbeidet med å innarbeide miljøhensyn i bedrifter, så er det viktigheten av å forankre arbeidet i ledelsen og å involvere de ansatte i prosessen.

Men satsingen ga raskt resultater: Banken rapporterer at allerede det første året (2007) var kostnadsreduksjonen som følge av redusert ressursbruk en kvart million kroner og året etter var den direkte kostnadsreduksjonen steget til ca 1 million kroner.

Sparebanken Sogn og Fjordane gjorde den samme erfaringen som så mange bedrifter som har fokusert på klimaproblemet: Driftskostnadene går ned. Det burde få flere banker og også andre bedrifter til å vedta en klimastrategi.

En kan karakterisere Sparebanken Sogn og Fjordane sitt klimaarbeid med følgende stikkord:

- Organisering: Det er klare ansvarsforhold i klimaarbeidet.

- Effektivitet: Det er kort vei fra ord til handling. Tiltak som førte til både reduserte utslipp av CO₂ og reduserte kostnader for banken ble iverksatt umiddelbart etter at klimastrategien var vedtatt. De tiltakene som raskt ga resultat ble gjennomført først.
- Konkretisering: Bankens ti klimabud er enkle men kraftige virkemidler. Klimabudene gjør det lettere å holde rett fokus på et vidtrekkende problemområde.
- Samfunnsengasjement: Noe av det første som kom ut av bankens klimaprojekt var to rapporter om bedrifter i Sogn og Fjordane sin holdning til klimaspørsmålet. Rapportene inneholdt også et oppdatert utslippsregnskap for Sogn og Fjordane fylkeskommune.

2.2 Starten på klimaarbeidet

Sparebanken Sogn og Fjordane tidfester starten på sitt klimaarbeid til april 2007. Da vedtok styret i banken en klimastrategi konkretisert gjennom 10 klimabud. Disse klimabudene kan ved første øyekast se enkle ut, men hvis de blir gjennomført, har de potensiale som kan gi vidtrekkende konsekvenser. Vi gjengir disse budene i sin originale språkdrakt.

2.2.1 10 klimabud frå Sparebanken Sogn og Fjordane

1. Premiere ”sykle til jobben” og andre tiltak blant tilsette som reduserer bilbruken.
2. Energiøkonomisering i alle bygg og overgang til meir miljøvennlege firmabilar.
3. Meir bruk av video og telefonkonferansar i staden for flyreiser.
4. Fokus på gjenbruk.
5. Årleg klimarekneskap frå banken.
6. Klimaspørsmålet integrert i strategiske planar for banken.
7. Informasjon og kurs om klimaspørsmål for kundar og bransjar.
8. Investere i eit forpliktande samarbeid med Vestlandsforskning.
9. Setje miljøkrav til leverandørane.
10. Delta i klimadebatten i fylket.

Noen av disse tiltakene kan iverksettes på kort sikt som for eksempel: ”Fokus på gjenbruk” mens andre tiltak krever mer omfattende planlegging. Det kan derfor være av interesse å se på hvor raskt banken fikk gjennomført tiltakene.

2.3 Tiltak og erfaringer det første året

Bankens styre vedtok i april 2007 at banken skulle etterleve de ti klimabudene. Når en allerede det første året klarte å gjennomføre flere av tiltakene, vitner det om at arbeidet ble godt og effektivt organisert.

Inntil nylig har det vært en oppfatning at det endelige målet med alt klimaarbeid er å få til en utslippsreduksjon av CO₂ og andre klimagasser. Men de siste utredningene fra FNs klimapanel viser at selv om vi klarer å redusere dagens utslipp med 100 prosent, så må vi også gjennomføre tiltak for å tilpasse oss klimaendringer. Den nye formen for klimapolitikk må

derfor ta inn over seg at vi må ha både utslippsreduksjoner og klimatilpassing som mål for vår klimapolitikk. Dette er en erkjennelse som har vært viktig å få fram i bankens klimaprojekt; noe som også var førende for spørsmålene som ble stilt til bedriftene i fylket i den før omtalte fylkesundersøkelsen.

Da banken startet iverksettelsen av sin klimastrategi, fokuserte man først på utslippsreducerende tiltak: De ansatte ble oppmuntret til å redusere bilbruken ved å gå, sykle eller kjøre kollektivt til kontoret. Banken tok i bruk økonomiske insentiver som sponing av ny sykkel og premiering hver måned av vinnerne. Banken iverksatte en sykkelkampanje og av 260 ansatte var det 183 som ble med. En oppslutning på over 70 prosent framstår som imponerende tatt i betraktning kollektivtilbudet og avstandene i Sogn og Fjordane. Det viser at klimastrategien hadde stor oppslutning innad i organisasjonen.

Det ble foretatt registrering av jobbsykling og totalt for hele 2007 ble det registrert 71.460 km. Under forutsetning av at de tilsette ellers ville ha brukt bil, førte sykkelkampanjen — i følge bankens egne beregninger — til at utslippene av CO₂ ble redusert med tre tonn. Banken rapporterer også at mange ansatte fortsatte å sykle eller gå til kontoret også etter at kampanjen var slutt.

Klimaproblemet har også ført til behov for mer informasjon. Det ble derfor holdt både interne og eksterne informasjonsmøter. For eksempel arrangerte banken i oktober 2007 en rekke seminarer i fylket (*Konjunkturbarometeret for Sogn og Fjordane*). Totalt ble det arrangert åtte folkemøter hvor klimaspørsmålet var hovedtema. I tillegg presenterte banken sin klimastrategi for alle ordførere og journalister i fylket. Banken la også ut informasjon om klimaproblemet på intranettet.

For å nå ut til flest mulig, ble bankens klimabud og forskningsrapporter utført av Vestlandsforskning samt andre aktuelle artikler publisert på bankens internettsider.

En stor del av klimagassutslippene skyldes reisevirksomhet. For å redusere antall flyreiser ble det sommeren 2007 installert videokonferanseutstyr på hovedkontoret i Førde og egnede telefoner i bankens møterom. På grunn av underregistrering av bruken, er det vanskelig å si hvor stor besparelse dette førte til. Banken hevder at bare i september 2007 ble det spart 12 flyreiser til Oslo (fra Førde). Videre anslår banken en kostnadsreduksjonen i 2007 ved overgang til videomøter til kr 250.000 og reduksjonen av CO₂ – utslipp anslås til ti tonn. Bankens erfaring med videoutstyr var så gode at styret besluttet å installere utstyr i flere avdelingskontorer.

Når det gjelder energi, så var det totale forbruket i alle bankens kontorer i 2007 på ca 3000 megawattimar. For å være sikker på at banken bare bruker energi fra fornybare kilder, kjøpte banken 3000 grønne sertifikat fra Sogn og Fjordane Energi. I tillegg engasjerte banken to konsulentselskap for å vurdere ulike energisparingstiltak ved de største kontorene. Dette resulterte i konkrete planer for energiøkonomisering samt installasjon av sentrale driftsanlegg for strømstyring ved seks av kontorene. Banken vurderer også overgang til mer energisparende IT-løsninger.

En viktig del av bankens klimaarbeid, er å redusere ressursbruken. Papir er en av de mest synlige og konkrete forbruksvarene til banken. Det ble derfor iverksatt tiltak for å redusere bruken av papir. Sparebanken Sogn og Fjordane oppgir at de i 2007 hadde et forbruk av papir på ca 10.000 A4-ark pr dag og man satte seg det langsiktige målet at papirbruken skulle reduseres med 50 prosent. For å få til dette ble det installert tosidige skrivere. I tillegg ble det satt i gang arbeid for å få kunder med nettbank til å akseptere at all informasjon og alle dokumenter fra banken ble sendt over internett. Arbeidet med å redusere papirbruken fortsatte i 2008.

Gjennom sine produkter påvirker bankene ressursbruken i samfunnet. Som følge av dette lanserte Sparebanken Sogn og Fjordane et nytt billån hvor kunden oppnår én prosent rabatt

på lån dersom lånet brukes til kjøp av elbil, hybridbil eller tradisjonell bil med utslipp under 120 g CO₂ pr km.

Dette låneproduktet ble — i alle fall ikke på kort sikt — noen suksess. Fra oktober 2007 da produktet ble lansert og ut året, var det ikke registrert noe salg av dette produktet. Det kan være flere grunner til dette. Her er noen mulige forklaringer:

1. Lite modellutvalg i de bilkategoriene som lånet skulle finansiere. Dette er den hypotesen banken selv tror på.
2. Om en bil er miljøvennlig eller ikke betyr ikke så mye for forbrukerne. Det er andre egenskaper ved bilen som veier tyngre.
3. Renterabatten på lånet var for liten. Eksempel: På et billån på kr 300.000 over fem år. Skiller det kr 140 pr måned på et lån med 5 eller 6 prosent rente.
4. Mange som kjøper bil kan slippe billigere fra det ved å øke boliglånet og bruke dette til bilkjøpet.
5. Mange bilforhandlere tilbyr også finansiering. Selv om dette kan være dyrere, så er det lettvindt og blir foretrukket av den grunn.

Banken lanserte også et annet miljørelatert produkt: Det var et investeringsfond som fikk navnet Framtid. Dette fondet investerer i blant annet produksjon av fornybar energi. Tilsammen plasserte kundene vel 40 millioner kroner i dette fondet i 2007.

Klimasatsingen til Sparebanken Sogn og Fjordane er på kort tid blitt inkorporert i bankens strategiske planar. Det har ført til endringer i kredittstrategien: Bankens bedriftsrådgiverne bruker en sjekklister i sine kundesamtaler for å kartlegge kundens klimatilpassing. Her har banken lagt inn både utslipps- og tilpassingsperspektivet; altså spørsmål som dreier seg om både lånesøkerens utslippsprofil og potensiale for klimarelaterte skader.

Selv om banken fikk gjennomført mange tiltak i 2007, satte man seg høye ambisjoner for året 2008: Vilklårene for sertifisering etter Miljøfyrtårn sine standarder (se side 14) ble kartlagt og målet var sertifisering i løpet av 2008. Ved utgangen av 2008 var sertifiseringen fortsatt ikke gjennomført, men banken hevder at de nå er kommet ganske nær dette målet.

Sparebanken Sogn og Fjordane opplyser at kostnadene i forbindelse med klimasatsingen det første året ble på rundt tre millioner kroner. I tillegg kommer en betydelig arbeidsinnsats fra de ansatte. Men allerede etter det første året oppgir ledelsen at de var overbevist om at satsinga hadde vært en god investering som på sikt ville føre til lavere driftskostnader. Dessuten hadde satsinga gitt banken viktig kompetanse. Betydningen av det bør ikke undervurderes i et marked med hard konkurranse.

Noen merknader til det som banken oppgir som kostnader: Kostnader er forbruk av ressurser. Når banken kjøper inn videokonferanseutstyr så er det ikke rett å kostnadsføre hele beløpet i innkjøpsåret. Det korrekte er å fordele beløpet som ble investert på hele levetiden til utstyret. Det samme gjelder investeringer i skrivere og kopimaskiner. Det totale investeringsbeløpet må nedskrives over flere år. Når det gjelder tidsbruken — og dermed kostnadene — til de ansatte på klimaarbeidet, så kan dette være meget vanskelig å kalkulere. Hvis man for eksempel har et informasjonsmøte og bruker en del av tiden på klimarelaterte spørsmål så er det opplagt at dette påfører banken kostnader, men en står overfor vanskelige måle og registreringsproblemer når en skal forsøke å tallfeste disse kostnadene.

2.4 Klimaarbeidet det andre året

I løpet av året 2007 klarte Sparebanken Sogn og Fjordane å få til en bred satsing på klimaarbeidet. Det ble foretatt opplæring og motivering av de ansatte, endringer i kredittstrategien, endringer i reiserutinene og man klarte å redusere ressursbruken.

På relativt kort tid oppnådde man svært lovende resultater. En mulig grunn til dette kan være at arbeidet hadde tydelig støtte fra toppledelsen, at arbeidet framsto som relativt godt organisert og grundig planlagt. Tilsynelatende oppmuntret av de gode resultatene fra det første året, fortsatte klimaarbeidet i 2008. Det er her interessant å merke seg bankens perspektiv på klimaarbeidet som kommer til syne i klimarapporten for 2008. Her står det:

Klimautfordringa på kloden er minst like stor som før, sjølv om den ikkje har stått like høgt på agendaen som i 2007. Både i vitskapelege og politiske miljø blir finanskrisa rekna som småtteri mot den klimautfordringa verda står overfor. Banken held fast på sitt engasjement og langsiktige miljøfokus mellom anna med sine 10 klimabod.

I 2008 lanserte banken et tiltak som fikk navnet Klimakampen. Dette var en konkurranse mellom forskjellige avdelingskontorer hvor det ble kåret en månedsvinner og en totalvinner. Klimakampen satte fokus på følgende områder:

1. Telefon- og videokonferansar: Målsettingen var å få ned antall fly- og bilreiser. Bankens erfaring for 2008 er en loggført en innsparing på 90 flyreiser og 54 lengre bilreiser, men antakelig er det i følge banken en betydelig underrapportering.
2. Papirforbruk: I mai 2007 satte banken seg som mål å halvere papirbruken. I mai 2008 opplyser banken at papirforbruket er på over 600 000 ark pr måned. Målingene ble foretatt ved hjelp av telleverkene i skrivere og kopimaskiner. I juni ble det dobbeltsidig utskrift satt på både for skrivere og kopimaskiner. Etter dette gikk papirforbruket ned til det halve. Banken sier i sin rapport om klimaarbeidet i 2008: *”Målet som vart sett i 2007 om å halvere papirforbruket er nådd. Legg vi mai-forbruket til grunn, med estimeringar for naturlege svingingar i forhold til aktivitet, så har vi kutta forbruket med over 3. mill A4 ark, og spart kr 468.347 i reine innkjøpskostnader. Kuttet i papirforbruket tilsvarar 133.5 tonn CO₂. Forbruket er likevel på 14306 ark per dag, eller 40 per tilsett per dag. Det bør framleis vere potensiale for reduksjon.”*
3. Alternativ transport: Dette var en direkte videreføring av ”sykle-til-jobb-kampanjen” fra året før. Dette tiltaket fikk stor oppslutning blant de ansatte. Beregninger gjort av banken viser at totalt ble det spart 10317 liter bensin og utslippsreduksjonen var på 23,7 tonn CO₂.
4. Flyreiser: Bankens målsetting var å redusere antall flyreiser med 20 prosent. Her klarte man i følge banken en reduksjon på 27 prosent. Banken rapporterer om en reduksjonen i flyreiser på 81.000 km. Det tilsvarer 239 flyturer Førde-Gardermoen.
5. Energiforbruk: I følge banken klarte man ikke å få til noen reduksjon av energiforbruket i 2008. En del av forklaringen er nok at banken hadde en sterk ekspansjon det året. Antall tilsatte økte med førti personer og det ble åpnet to nye kontorer.

Banken rapporterer følgende resultat av Klimakampen: Færre reiser og mindre ressursbruk førte til at utslippene av CO₂ ble redusert med 181 tonn. Dette medførte en reduksjon av driftskostnadene på kr 975.000.

Det er svært sannsynlig at kostnadsreduksjonen er langt større. For eksempel tar banken i sine beregninger bare med de direkte reisekostnadene, men det korrekte er å ta med alternativkostnadene i tillegg. La oss konkretisere med et eksempel: En medarbeider som er i sin ordinære jobb på kontoret skaper verdier for banken. Dersom han i stedet er på reise og sitter på et fly eller en buss, skaper han ingen verdier. Banken har dermed en ekstra kostnad som er lik den verdiskapingen den går glipp av. I økonomisk språkbruk kalles dette for alternativkostnaden. Hvor stor er denne kostnaden? Det kommer an på hvor store verdier medarbeideren ville ha skapt. For å måle kostnaden kan kostnaden pr time settes til bruttolønnskostnaden pluss tillegg for sosiale kostnader. Banken oppgir her at de er klar over at alternativkostnadene også burde legges til de direkte reisekostnadene, men på grunn av registreringsproblemer, har man latt være å ta dem med i beregningene. Noen reiser har også betydelige planleggingskostnader, det vil si at medarbeideren bruker tid til hotell- og billettbestillinger før reisen starter. Tidskostnaden forbundet med dette må en også ta med.

Klimakampen var avgjort en suksess for Sparebanken Sogn og Fjordane, men banken gjennomførte også flere tiltak:

1. Firmabilar: Banken leaser syv bilar. På disse er det inngått en avtale med leasingelskapet slik at bilene gjennom kvotekjøp er CO₂ -nøytrale.
2. Miljøfyrtårnsertifisering: Våren 2008 ble det iverksatt en omfattende prosess med mål om å oppnå sertifisering. Denne sertifiseringen er i januar 2009 ikke gjennomført.
3. Grønne produkter: Banken tilbyr Smart Billån (se side 45) og Smart Boliglån. Når det gjelder Smart Boliglån, så er vilkårene:
 - (a) Lånet gis til finansiering av lavenergihus og en kan finansiere inntil 90 prosent av panteverdien med lånet.
 - (b) Lånet har bankens laveste boligrente.
 - (c) Det er ingen etableringsgebyr på dette lånet, men en må betale vanlig tinglysningsgebyr.

Til tross for de gode vilkåra som er knyttet til Smart Boliglån, så har dette lånet i likhet med billånet ikke vært noen stor suksess.

4. Innkjøp og leverandører: Så langt er det bare ved kjøp av IT-utstyr at banken har tatt klimaperspektivet med i sine vurderinger, men banken vil i framtida vektlegge klima også ved innkjøp fra andre leverandører.
5. Samarbeidet med Vestlandsforskning: Den treårige avtalen om faglig bistand med Vestlandsforskning fortsetter.

Våren 2009 er det to år siden Sparebanken Sogn og Fjordane startet sitt engasjement for et bedre klima. Så langt er erfaringene så gode, at banken har vedtatt å fortsette dette arbeidet. I klimaarbeidet kan ingen gjøre alt, men alle kan gjøre litt. Med de globale utslippene av klimagasser som allerede er foretatt, vil vi få klimaendringer, men dersom andre banker og bedrifter gjør like mye Sparebanken Sogn og Fjordane, er det håp om at vi kan unngå de verste scenariene.

Bibliografi

- [1] <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.6187280>.
- [2] <http://www.statoilhydro.com/no/technologyinnovation/newenergyandrenewables/pages/default.aspx>.
- [3] <http://www.preventclimatechange.co.uk/green-banking.html>.
- [4] <http://www.co-operativebank.co.uk/servlet/Satellite/1193206375355,CFSweb/Page/Bank>.
- [5] <http://www.oecd.org/topic/0,3373,en264934889111137439,00.html>.
- [6] <http://www.unpri.org/principles/>.
- [7] <http://www.cultura.no/>.
- [8] <http://www.miljofyrtarn.no/>. Internet.
- [9] Just good business. 19. januar 2008.
- [10] Et grønt gullrush har begynt. <http://www.bt.no/klima/article592310.ece>, 02. juli 2008.
- [11] Andrew J. Hoffmann and John G. Woody. *Climate Change: What's your business strategy?* Harvard Business Press, 2008.
- [12] Nicholas Stern. *Stern Review on the Economics of Climate Change*. Cambridge University Press, Cambridge, 1st, edition, 2006.
- [13] Inga Marte Thorkildsen. Sogn avis 4.september 2008.
- [14] Christine Woodside. *Climate Talks, and Money Starts to Listen: Climate Change and a Changing Banking Beat*. <http://www.yaleclimatemediainforum.org>, April 2008.

Bibliografi

- [1] <http://www.nrk.no/nyheter/okonomi/1.6187280>.
- [2] <http://www.statoilhydro.com/no/technologyinnovation/newenergyandrenewables/pages/default.aspx>.
- [3] <http://www.preventclimatechange.co.uk/green-banking.html>.
- [4] <http://www.co-operativebank.co.uk/servlet/Satellite/1193206375355,CFSweb/Page/Bank>.
- [5] <http://www.oecd.org/topic/0,3373,en264934889111137439,00.html>.
- [6] <http://www.unpri.org/principles/>.
- [7] <http://www.cultura.no/>.
- [8] <http://www.miljofyrtarn.no/>. Internet.
- [9] Just good business. 19. januar 2008.
- [10] Et grønt gullrush har begynt. <http://www.bt.no/klima/article592310.ece>, 02. juli 2008.
- [11] Andrew J. Hoffmann and John G. Woody. *Climate Change: What's your business strategy?* Harvard Business Press, 2008.
- [12] Nicholas Stern. *Stern Review on the Economics of Climate Change*. Cambridge University Press, Cambridge, 1st, edition, 2006.
- [13] Inga Marte Thorkildsen. Sogn avis 4.september 2008.
- [14] Christine Woodside. *Climate Talks, and Money Starts to Listen: Climate Change and a Changing Banking Beat*. <http://www.yaleclimatemediainforum.org>, April 2008.