

HEI

BÆREKRAFTS-
MAGASIN



Slik **effektiviserte** vi
avfallshåndteringen

Side 14 - 17

Fossilfrie rør
fra de finske skoger

Side 20 - 21

Vårt veikart til
100% reduksjon
i utslipp

Side 22 - 23

10 tips til
en grønnere hverdag

Side 60 - 61

Ta QUIZEN!

Side 66 - 67

HEIDENREICH

Effektivt og enkelt >>>

GRØNN

	SIDE
Redaktørens hjørne	3
Administrerende direktør	4 - 5
Grønn hverdag i praksis	6 - 7
15 tiltak for en grønnere drift	8
Miljøvennlige transportløsninger	9 - 11
En motivator for kundene	12 - 13
Avfallshåndtering	14 - 17
Partnerskap for planeten	18 - 19
Fossilfrie rør fra de finske skoger	20 - 21
Veikartet til 70% reduksjon	22 - 23
Sosialt ansvar er også bærekraft	24 - 27
Heidenreich er blant de bedre	28 - 30
Mer miljøvennlig enn tidligere	31
Daglig ansvar	32 - 33
Tenker grønt både hjemme og på jobb	34 - 37
En jobb for alle	38 - 40
De 5 grunnpilarene	41
Fra skrot til skatt	42 - 43
Vi må lære av hverandre	44 - 45
Andenæs VVS	46 - 47
Sammen blir vi sterkere	48 - 51
7 kjappe med Søren	52 - 53
Man blir "aldri ferdig" med bærekraft	54 - 55
Moteløve og Miljøløve?	56 - 57
Hallingplast	58 - 59
10 tips til en grønnere hverdag	60 - 61
Positive tall	62 - 63
Vår visjon: 100% utslippsfri	64 - 65
Quiz	66 - 67

Hei!

Velkommen til Heidenreich sitt nye bærekraftsmagasin. I Heidenreich jobber vi etter prinsippene for en ansvarlig, sosialt rettferdig og bærekraftig organisasjon, og i dette magasinet ønsker vi å dele vår lidenskap for bærekraft med dere, og vise hvordan vi i Heidenreich jobber for å innfri våre målsetninger.

Samtidig som du kan lese noen av de inspirerende historiene og innsikten som har oppstått gjennom vårt felles arbeid internt og i samarbeid med vår omverden. Jeg er stolt over å lede jobben med bærekraftstrategien i Heidenreich, og de resultater vi har oppnådd er resultat av samarbeid. Bærekraft handler så absolutt om samarbeid.

Vi kan alle gjøre litt hver for oss, men sammen kan vi gjøre mye mer. I Heidenreich har vi et sterkt fokus på samarbeid både internt og eksternt. Vi jobber tett med våre ansatte, leverandører, kunder og lokalsamfunn for å finne innovative løsninger på bærekraftsutfordringer.

Noen konkrete resultater er at vi lanserte Norges første elektriske kranbil i februar, hvor kran og motor har separat ladekilde, vi har redusert våre utslipp med 63% sett i forhold til utslippsendring opp mot omsatt million kroner, utslipp pr. avdeling er redusert med 40%, vi har redusert vårt pappforbruk med 35%, vi har økt andelen kvinner i vår organisasjon og vi har en score på hele 4,6 på spørsmålet om stolthet over å jobbe i Heidenreich.

I Heidenreich er bærekraft ikke bare et buzzword, det er noe vi jobber med og fokuserer på i hverdagen. Vi mener at bedrifter har et ansvar for å bidra til en bedre verden, og vi er stolte av å ta et tydelig ansvar innen bærekraftig næringsliv.

Takk for at du tar deg tid til å lese vårt magasin. Vi håper du finner interessant informasjon og inspirasjon til å ta dine egne grep for en mer bærekraftig fremtid. Ta gjerne kontakt med oss hvis du har spørsmål eller ønsker mer informasjon om vårt arbeid.

Du finner meg på kjetil.gronbakken@heidenreich.no

Mvh hilsen
Kjetil Grønbakken

Markeds- og bærekraftsdirektør
i Heidenreich AS



Bærekraft er ikke bare et moteord for oss!



Kåre Malo, Adm. direktør (interim), Heidenreich

For meg handler bærekraft om å finne balansen mellom økonomisk vekst, miljøvern og sosial rettferdighet. Det betyr å drive forretning på en måte som ivaretar planeten og menneskene som bor på den, samtidig som vi sikrer økonomisk bærekraft. Dette er ikke alltid lett, men det er avgjørende for langsiktig suksess. Jeg har vært ekstern rådgiver i Heidenreich siden i høst og nå som interim Administrerende direktør, er det spennende å lede et selskap som også tenker på balansen mellom økonomisk vekst, miljøvern og sosial rettferdighet.

I Heidenreich ser vi på bærekraft som en integrert del av vår forretningsstrategi. Vi fokuserer på å redusere vårt karbonavtrykk gjennom energieffektivisering, bærekraftig innkjøp og innovasjon innenfor våre produkter og tjenester. Vi samarbeider tett med våre leverandører og kunder for å fremme bærekraftige løsninger i hele verdikjeden.

Bærekraft er ikke bare et moteord for Heidenreich, det er en nødvendighet. Klimaendringer og miljøutfordringer krever at vi alle tar ansvar, og som en ledende aktør i vår bransje har vi en unik mulighet til å gjøre en forskjell. Ved å prioritere bærekraft, sikrer vi ikke bare en bedre fremtid for kommende generasjoner, men vi styrker også vår konkurransevne og innovasjonsevne.

Vårt fokus på bærekraft har mange positive effekter. Det styrker vår merkevare, bygger tillit hos våre kunder og partnere, og tiltrekker seg de beste talentene. Dessuten ser vi at bærekraftige praksiser ofte fører til kostnadsbesparelser og operasjonell effektivitet. Dette skaper en vinn-vinn-situasjon for både selskapet og miljøet!

Handling er kjernen i vår bærekraftstrategi.

Vi setter klare mål, følger opp med konkrete tiltak og måler fremgangen kontinuerlig, og dette skal jeg som ny leder støtte opp. En av de største utfordringene er å balansere bærekraft med økonomisk lønnsomhet, spesielt i en tid med økonomisk usikkerhet. Noen av våre mest ambisiøse mål krever betydelige investeringer og samarbeid på tvers av bransjer. Men vi er fast bestemt på å overvinne disse utfordringene gjennom innovasjon og partnerskap.



For å lette den grønne omstillingen trenger vi også sterke politiske rammeverk som støtter bærekraftige investeringer og innovasjon. Dette inkluderer insentiver for grønn teknologi, strengere miljøreguleringer og støtte til forskning og utvikling. Samarbeid mellom offentlig og privat sektor er også avgjørende for å drive frem de nødvendige endringene.

Bærekraft er et begrep som kan miste sin kraft hvis det blir brukt for mye uten handling bak ordene. Vi må være forsiktige med "grønnvasking" og sørge for at bærekraft ikke bare blir et markedsføringsverktøy.

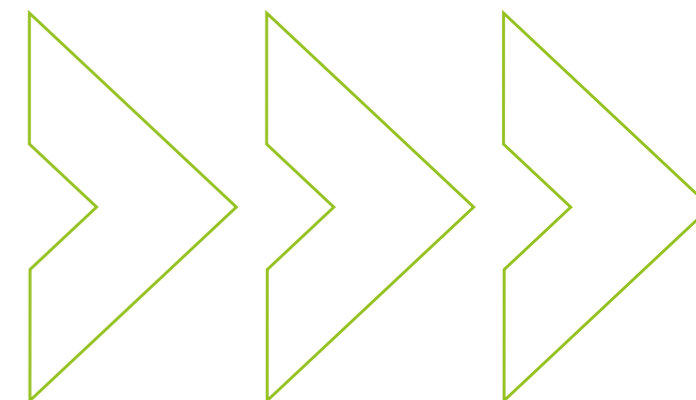
Det handler om reelle, målbare forbedringer og en genuin forpliktelse til å gjøre verden bedre. Kanskje vi også bør begynne å snakke mer om "regenerativ praksis" – tiltak som ikke bare minimerer skade, men faktisk forbedrer miljøet.

Vi ønsker å være en leder innen bærekraft i vår bransje ved å dele våre erfaringer og suksesshistorier, og ved å inspirere andre selskaper til å følge etter.

Gjennom samarbeid, kunnskapsdeling og felles initiativer kan vi skape en sterk bevegelse mot en bærekraftig fremtid. Vårt mål er å sette standarden og vise at bærekraft er både mulig og lønnsomt.

Takk for at du leser, og takk for din støtte på denne viktige reisen mot en mer bærekraftig fremtid – SAMMEN!

Kåre Malo
Adm. direktør (interim),
Heidenreich



Grønn hverdag i praksis:

En helhetlig tilnærming

Hos Heidenreich handler bærekraft ikke kun om store visjoner og langtrekkende mål – det er kjernen i hverdagslige operasjoner og beslutninger, en praksis som lever og ånder i alle selskapets ledd, fra toppledelsen til hvert eneste kontaktpunkt med kunder.

Bærekraft begynner med en visjon, og hos oss er denne visjonen flettet inn i selskapets strategiske DNA. Ledelsen er ikke bare forpliktet til å sette mål, men også til å sørge for at disse målene resonnerer gjennom hele organisasjonen. Hver strategiske beslutning vurderes med tanke på dens miljømessige, økonomiske og sosiale konsekvenser, hvor hovedmålet er å minimere vårt økologiske fotavtrykk mens vi fortsetter å levere førsteklasses tjenester og produkter.

Ansvarlige innkjøp

Vårt engasjement for bærekraft strekker seg langt utover egne operasjoner. Vi implementerer strenge bærekraftskriterier for leverandørvalg, krever miljødokumentasjon som EPD (Environmental Product Declaration) og stiller krav om ansvarlige produksjonsprosesser. Dette sikrer at de ikke bare tilbyr økovennlige produkter, men også fremmer ansvarlige praksiser gjennom hele forsyningskjeden.

Bærekraft i daglig drift

Det er på gulvet bærekraftsprinsippene møter virkeligheten. Våre lagermedarbeidere, sjåførere og salgsteam leverer daglig på bærekraftige mål gjennom effektiv ruteplanlegging for å redusere drivstoffbruk, optimering av last for å transportere mindre luft, og nøye avfallssortering som sikrer at materialer blir resirkulert eller gjenbrukt der det er mulig.

Energismarte bygg

Energisparing er ikke bare et mål, men en praksis hos oss. Selskapets bygg er utstyrt med energieffektive løsninger som varmepumper og LED-belysning styrt av bevegelsessensorer. Med miljøfyrtårn-sertifisering for bygg, signaliserer selskapet en banebrytende tilnærming til miljøvennlig drift.

Engasjerte ansatte

En bærekraftig fremtid er avhengig av individuell innsats og vi kultiverer denne ånden ved å engasjere ansatte i miljøinitiativer. Gjennom internopplæring og kampanjer, er medarbeidere utrustet med kunnskap og verktøy for å ta bærekraftige valg i sitt daglige arbeid.

Åpenhet og innflytelse

Vi praktiserer åpenhet i vårt bærekraftsarbeid, og holder en kontinuerlig dialog med interessenter på alle nivåer. Gjennom partnerskap og samarbeid, både internt og med eksterne parter, forsterker vi vår kollektive innflytelse og fremmer en kultur av forandring.

Grønne milepæler

Veien mot 2030 er lagt med grønne milepæler, som vi har forpliktet oss til å nå. Med en proaktiv tilnærming til bærekraft, bygger vi bro mellom dagens operasjoner og morgendagens mål, og setter en standard for industrien om hvordan man integrerer bærekraft i alle aspekter av virksomheten.



15 tiltak for en grønnere drift

1. Å legge om bilparken fra bensin og diesel til elektrisk har vært grunnleggende og avgjørende for Heidenreich. Vi skal fortsette å konvertere fra fossilt brennstoff til elektriske maskiner og miljøvennlige transportløsninger.

2. Oppvarming på sentrallager via varmepumpe.

3. Tiltak for å redusere strømforbruk, som for eksempel overgang til LED-belysning på sentrallager, avdelinger og fasadeskilt. Berøringsfrie armaturer på toaletter og kjøkken på sentrallager og mange av avdelingene.

4. Interne medarbeiderundersøkelser for å kartlegge trivsel og tiltak. Medlemskap i Miljøfyrtårn og Grønt Punkt Norge.

5. Resirkulering og sortering av avfall både på sentrallager, administrasjon og i våre avdelinger.

6. Innsamlingsstasjoner for gjenvinning av papiravfall. Innsamlingsstasjoner for pant på sentrallager og administrasjon. Retur av patroner ol. i forbindelse med printere.

7. Utstrakt bruk av digitale videomøter som reduserer vår reisevirksomhet og belastningen på miljøet.

8. Redusere bruk av papir ved utstrakt bruk av digitale kataloger ol. Klare miljøkrav til våre leverandører og samarbeidspartnere.

Fokus på miljøvennlige alternativer i vårt produktsortiment, slik som vannbesparende funksjoner på armaturer og dusjer.

9. Tiltak og dialog med kunder for å endre deres handlemønster for å få mest mulig effektiv distribusjon som har effekt på miljøbelastningen.

10. Differensiering av transporttilbudet for å redusere miljøbelastningen.

11. Miljøvennlig gjenbrukscontainer som reduserer papp og plast-avfall, utnytter transportkapasiteten bedre, og reduserer skader på produkter.

12. Ekspreslevering til kunder med el-varebil.

13. Lademuligheter for elbiler på sentrallager, administrasjon og i flere av våre avdelinger.

14. Installasjon av alkoholås i distribusjonsbilene våre for å redusere trafikkulykker som følge av kjøring i ruspåvirket tilstand. Gjennomgang med ergoterapeut for å tilrettelegge arbeidsstasjoner for å minimere risiko for belastningsskader etc.

15. Støtte skoler med rørleggerlinjer ved å gi bort ukurant materiell til bruk i deres opplæring.

På den **grønne** vei:

Miljøvennlige transportløsninger



Heidenreich har tatt flere grep for å effektivisere og gjøre transporten av varer mer klimavennlig.

Transport utgjør hele 68 prosent av Heidenreichs klimautslipp i dag, så vi må legge til rette for miljøvennlige transportløsninger og miljøvennlig drivstoff der det er tilgjengelig. Samtidig som vi tar i bruk de teknologiske mulighetene som finnes.

Forts. neste side →

Helelektriske biler

- Heidenreich har for lengst tatt i bruk elektriske varebiler i Stor-Oslo og Trondheim, og nå har vi også mulighet for fossilfri levering med skapbiler og kranbil. Dette er et viktig skritt for å nå vår visjon om å redusere våre totale utslipp med 100% innen 2030.

Logistikkdirektør Geir Vegar Ellingsen i Heidenreich forteller at det i flere prosjekter kreves vareleveranser via miljøvennlige løsninger, og han er derfor svært fornøyd med å utvide sitt tilbud innen nullutslipps- og fossilfri transport. Heidenreich har allerede helelektriske leveringer via el-varebiler, og nå utvides tilbudet til også å gjelde nullutslipp på skapbil og fossilfri kranbil, for kunder i Oslo og Lillestrøm, opp til Gardermoen.

Løsningen er utviklet i samarbeid med ColliCare i tillegg til våre egne biler. Kunder som ønsker miljøvennlig levering med disse bilene, kan opprette en egen avtale med Heidenreich om slik transport. Det arbeides med å få på plass flere helelektriske varebiler og skapbiler, samt fossilfrie kranbiler i områdene hvor Heidenreich har avdelinger.



10% reduksjon

- Det absolutt viktigste tiltaket går på å gjøre transportflåten vår utslippsfri. Vi har mange tiltak på gang, blant annet har vi allerede redusert utslipp på selgerbilene våre med 10 prosent fra i fjor til i år. Innen 2030 skal vi ha redusert med ytterligere 52 prosent grunnet overgang til elbiler. Dette er viktig også for kundene våre og derfor skal vi også bygge ut ladestasjoner på alle avdelingene våre.

Heidenreich har i mange år gjennomført en rekke tiltak for å få ned CO²-utslippet og minske fotavtrykket.

- For eksempel bytter stadig flere av selgerne våre til elbiler. Det samme gjør kundene, så vi har opprettet ladestasjoner på sentrallageret, og vi etablerer dette også nå fortløpende på våre avdelinger. Mye av varetransporten fra avdelingen vår i Trondheim skjer med el-varebil, og vi har som mål å utvide med nullutslipps transportløsninger i tiden fremover.

“ Heidenreich har i mange år gjennomført en rekke tiltak for å få ned CO²-utslippet og minske fotavtrykket

- Skal vi lykkes med å innfri fremtidens miljøkrav, må miljøtiltakene også være lønnsomme, fastslår Geir-Vegar. - Hvis ikke, blir de for sporadiske og uten ønsket effekt. Så skal el-lastebiler bli en suksess, må myndighetene komme med mer subsidier, slik de gjorde for elektriske personbiler.

- Nå har vi kjørt elektriske varebiler i mange år, og nå elektriske kranbiler i noen måneder og våre erfaringer er veldig positive. Det er også tilbakemeldingene fra kundene våre!

Gjenbrukscontainere til frakt

For å få ned CO²-utslippet, har Heidenreich endret rutinene for småleveransene sine.

- Etter hvert som logistikken vår har blitt stadig bedre, endrer kundene handlemønstret sitt. Nå får vi ofte bestillingen like før kunden må ha

varen levert. For å redusere miljøbelastningen på de minste forsendelsene, outsourcer vi disse til en ekstern samlaster. Dette er en mer miljøvennlig og bærekraftig transportløsning for de minste sendingene våre.

Et annet nytt, miljøvennlig tiltak fra Heidenreich er gjenbrukscontainere. Disse fører til redusert forbruk av pappemballasje og plastfilm, reduserer transport-skader og utnytter transportkapasiteten bedre. I sum bidrar dette til å redusere miljøbelastningen.

- Gjenbrukscontaineren brukes i varetransporten fra Sentrallageret og ut til alle avdelingene våre. Etter at varene er pakket ut, slår du containeren sammen. Da bygger den bare 10 cm i høyden, og 10-15 stykker av dem kan stables opp på én pall og returneres. Containerne beskytter innholdet mot skader, vær og vind langt bedre enn en vanlig pappcontainer, noe som har ført til at vi i dag forsyner samtlige avdelinger med disse gjenbruks-containerne.

Unngår papp og plast

Samtidig bruker man nye, sammenleggbare gjenbruksbokser levert av Wittusen & Jensen, som går rett inn i plukktrallen, gjennom hele produksjonen og til slutt inn i containerne. - På denne måten unngår vi både papp og plast, og vi unngår også å teipe eskene i forkant. Vi plukker nå varer rett i en gjenbruksboks som igjen går inn i containeren. Vi har effektivisert både plukk og transport, miljøbelastningen er lavere med mye mindre papp og plast, og kundene er mer happy med det vi sender til dem. Så dette har gitt utrolig mange positive gevinster, sier Ellingsen.

Foreløpig brukes disse boksene mest mot egne avdelinger, men etter hvert vil bruken utvides!



FAKTA:

Heidenreich jobber etter FNs bærekraftsmål nummer 9 som blant annet omhandler industri, innovasjon, infrastruktur og transport.

For Heidenreich innebærer dette å:

1. Ha bærekraftig distribusjon av varer, ved å benytte ny teknologi innen bilpark, lastebiler og energi.

2. Utnytte volum ved transport, både når det gjelder emballasje og lastevolum.

3. Bruke lokale og nasjonale distribusjons- løsninger, som tilpasses for å kunne utnytte lastevolum og frekvens.

4. Benytte og utvikle digitale løsninger, som for eksempel digitale møter, for å redusere flyreiser.



Geir Vegar Ellingsen, Logistikkdirektør

En motivator for kundene

Kundene våre blir stadig mer opptatt og fokusert på miljø, påpeker divisjonsdirektør for VA, Morten Lerengen. – De ser at dersom de ikke scorer godt nok på dette, så risikerer de å miste hele konkurransekraften i prosjektmarkedet.

– Tradisjonelt har pris og kvalitet vært avgjørende for valget av produkter. Men nå sier kundene våre at det er helt avgjørende at man dokumenterer belastning på miljø i anbudsfasen, sier Morten.

– På enkelte prosjekter stilles det også krav til maksverdi Co² utslipp pr produkt. I offentlige prosjekter blir miljøhensyn nå vektet til 30 prosent av beslutningskriteriene. Her vil nok det private næringslivet følge etter, særlig hvis det samtidig oppfattes å være økonomisk lønnsomt.

Attraktiv partner

Det viser seg at miljøhensyn også blir stadig viktigere i anbudsprosesser.

– Kundene våre er heldigvis opptatt av hvilke miljøtiltak vi har fokus på. Vi har gode rapporter på status hos oss i dag utfra at vi er Miljøfyrtårnserifisert, samtidig som vi også er tydelige på hvilke mål vi skal innfri i årene fremover. Dette gjør at vi er en attraktiv samarbeidspartner på private og offentlige prosjekter.

“**Kundene våre er heldigvis opptatt av hvilke miljøtiltak vi har fokus på.**

Heidenreich har i mange år gjennomført en rekke tiltak for å få ned CO²-utslippet og minske fotavtrykket vårt.

Dette har stor betydning ved valg av leverandører og vår strategi er å tenke kortreiste leverandører for å få et best mulig utgangspunkt i anbudsfasen. Vi prioriterer i størst mulig grad norske og nordiske produsenter grunnet EPD dokumentasjon og redusert miljøutslipp til leveranser på anlegg.

vil alle våre avdelinger der det er hensiktsmessig ha ladestasjoner hvor vi og våre kunder vil kunne benytte oss av. Vi har allerede fått levert våre første elektriske kranbiler for bruk på det sentrale østlandsområdet og kranbilflåten vil gradvis utøkes.

Et annet eksempel er at vi fortløpende bytter ut fossil biler med nye elektriske firmabiler. I tillegg til dette



Morten Lerengen,
divisjonsdirektør VA.

Etiske krav til leverandører

Heidenreich stiller strenge miljøkrav og krav til ansvarlighet ovenfor sine leverandører og samarbeidspartnere, som ved inngåelse av avtaler må signere dokumentet «Etiske krav til våre samarbeidspartnere».

– Etiske krav er viktige og de går både på hvordan leverandøren skal forholde seg til oss, men også hvordan deres produkter er produsert. For eksempel at produktene deres ikke er fremstilt ved bruk av barnearbeid, sier Lerengen.

Heidenreichs kunder kan virkelig utgjøre en forskjell på å få ned andelen småleveranser utfra sitt eget handlemønster.

– I dag har vi kunder som kjøper del-leveranser fra alle oss tre grossistene. Da kommer det biler fra de tre grossistene til samme leveranseadresse. Men hvis kundene samler innkjøpet hos en grossist, vil også leveransen bli mer miljøvennlig.

En motivator

Mange av Heidenreichs valgte leverandører er opptatt av miljø og bærekraft og er innovatører og pådrivere for å fremstille og distribuere miljøvennlige produkter til VA bransjen.

“**Økonomi er en viktig motivator for å igangsette miljøtiltak.**

Her er det et klart fokus på å kunne levere komplett EPD på hele leveransen, og de fleste av våre prioriterte leverandører vært svært flinke til å prioritere dette arbeidet.

– Økonomi er selvfølgelig en viktig motivator for å igangsette miljøtiltak, og de fleste vi har gjennomført i Heidenreich har faktisk vært lønnsomme. Dette ser også kundene våre og i så måte kan vi også fungere som en motivator, avslutter Lerengen.

Slik **effektiviserte** vi avfallshåndteringen

Ved å ta noen grep i håndteringen av avfall har Heidenreich både kuttet i ryddetiden og oppnådd ryddigere lokaler, samtidig som man har økt sorteringsgraden fra 80% - 91%!



RYDDIGE FORHOLD: Med kildesortering i hver eneste gang på lageret har Heidenreich redusert sin tidsbruk på rydding.

Ved å implementere noen enkle justeringer i avfallshåndteringen har Heidenreich sitt sentrallager på Skedsmokorset virkelig begynt å skinne.

Heidenreich har sortert avfall i mange år, og sorteringsgraden har lenge vært bra, og har de siste årene vært på over 80%. Samtidig så man at det ble brukte ganske mye tid på intern håndtering av avfall. Her var det rom for effektivisering!

– Vi ville gjøre avfallscontainerne mer tilgjengelige for de som jobber på lageret, ved å plassere dem mye nærmere enn tidligere.

Tidligere tok de ansatte gjerne avfallet med seg på trucken og kastet det i containere som sto på enkelte plasser inne på lageret. Det gjorde at det ble mye kjøring med avfall internt.

Derfor ønsket vi å gå over på en løsning der vi satte ut avfallscontainerne for alle fraksjonene vi ønsker å sortere på, i hver eneste gang på lageret, samtidig som det skulle være enkelt å flytte containerne ut til avfallspresene utenfor, sier logistikkdirektør i Heidenreich, Geir-Vegar Ellingsen

Kildesortering på hjul
Heidenreich har samarbeidet med Wittusen & Jensen og Alles Miljø AS om å få på plass containere i tre forskjellige farger som gjør kildesorteringen enklere.

Containerne er også merket med fraksjonsmerker med nasjonal merkeordning. Sorteringsmerkene forteller om det skal være papp, plast eller energiplast i de ulike containerne.

– Vi har testet mange forskjellige løsninger. Alt fra presser innendørs til andre typer avfallscontainere. Men vi hadde ikke helt funnet riktig retning før vi kom over disse containerne vi har nå, som står på hjul og som vi enkelt kan trille ut til rampa utenfor. Løsningen med at vi både har containere på hjul og at vi har mange flere containere som er spredd utover lageret, gjør at det nå er mye lettere for de ansatte å holde et ryddig lager, sier Ellingsen.

Dette er et godt tiltak både for å holde et ryddig lager og for å bruke mindre tid på avfallshåndteringen. De ansatte skal ikke føle at det å rydde tar for mye tid, fordi man ikke har avfallscontainere tilgjengelig.

Nye rutiner
Heidenreich jobber også med nye rutiner for å skjære ned pappen i stedet for å kaste hele esker i containerne.



TRILLBAR SØPPELHÅNTERING: Logistikkdirektør Geir-Vegar Ellingsen ser en god effekt av mange nye containere på hjul.

– Det er lurt å ta seg bryet med å legge eskene flate i containeren for å få utnyttet kapasiteten. Da får du plass til mye mer, og du kan redusere antall ganger du trenger å gå ut og tømme containeren. I kombinasjon med dette jobbes det også med å fordele ansvar på lageret, slik at hver person får ansvaret for hvert sitt område som de må holde ryddig.

– Systemet i seg selv løser ingenting, med mindre man setter ting i et system. Med en god kombinasjon av å ha fokus på det og ha det riktige utstyret på plass, ser vi at vi får en god håndtering ut av det, forklarer Ellingsen.

Forts. neste side. →

Ergonomisk tømning

I tillegg til containere har Wittusen & Jensen levert en påbygging på rampa på utsiden av sentrallageret, med en vippeløsning for enklere tømning av containerne. Også dette i samarbeid med Alles Miljø AS.

– Den nye vippeløsningen på rampa tømmer avfallscontaineren enkelt opp i avfallspresene våre. Det gjør det lettere å håndtere containerne enn slik vi tømte for eksempel pappcontainere manuelt tidligere. Det var både tungt og lite ergonomisk, sier Ellingsen.



PÅBYGD RAMPE: Rampa er bygd ut med en ny, praktisk vippeløsning.



MOBIL VIPPELØSNING: Den nye vippeløsningen kan ruller bortover rampa til riktig avfallspresse.

Tidstyveri

På sikt håper Heidenreich å få til en togløsning hvor man kan kjøre containerne samlet ut til rampa. Vi jobber med å finne den optimale måten å gjøre det på, men inntil videre fungerer det bra å trille avfallscontainerne ut én og én.

– Den største tidstyven på et lager er ofte intertransporten. Ikke bare når det kommer til plukking av varer, men også i forbindelse med søppelhåndtering. Det er det som tar tid. Og det er derfor vi hadde tanken om å sette containerne sammen i tog, for å kjøre kun én gang frem og tilbake, sier Ellingsen.

Mange miljøtiltak

Heidenreich har satt seg tydelige mål mot 2030 når det gjelder miljø og bærekraft. Og for å nå disse målene må det iverksettes konkrete tiltak som gir et utslag i reduksjon av avfall og utslipp. Det nye avfalls- og sorteringsanlegg på sentrallageret er et av disse tiltakene.

– Dette er et miljøtiltak som både gir et mer ryddig lager og som opprettholder en god sorteringsgrad på avfallet. Og ikke minst er håndteringen enklere og mindre tidkrevende, avslutter Ellingsen.

En forbedret avfallshåndtering er bare ett av mange miljøtiltak Heidenreich gjør for tiden. Vi er i ferd med å fornye bilparken, og tidligere har selskapet effektivisert produksjonen og redusert transportkostnadene ved hjelp av sammenleggbare plastkasser.

Som et resultat av de nye plastkassene, brukte Heidenreich 57.495 færre pappesker i 2023 sammenlignet med 2022. Denne reduksjonen i pappesker tilsvarer et kutt i Co²-utslipp på mer enn 10.000 kg.

Heidenreich har sortert avfall i mange år, sorteringsgraden har lenge vært bra og ligger over 90% nå.



Partnerskap **for planeten**

Hver for oss kan vi gjøre litt, og sammen kan vi gjøre mye. Heidenreich har høye ambisjoner og lang erfaring som Miljøfyrtårn. Nå vil vi dele kompetanse og erfaringer med kunder, leverandører og samarbeidspartnere. Vi setter krav til og prioriterer leverandører som jobber på lag for økt bærekraft.



Vi har optimalisert transportrutiner og -volum, både ved innkjøp og levering. Vi har innført nye rutiner for å unngå unødvendig transport av luft, og startet med fossilfri levering i Stor- Oslo med elektriske kassebiler og kranbiler, samt el- varebiler i både Oslo og Trondheim

HVA GJØR VÅRE LEVERANDØRER?

Vårt eget klimaavtrykk er bare en del av det totale miljøregnskapet, så vi ønsker å tenke bærekraft gjennom hele kretsløpet fra råvarer og produksjon til sluttbruker.

Alle våre leveranser innen VA-sektoren forholder seg til de retningslinjene som gjelder for vårt bærekraftarbeid, men i de siste årene har vi innført noen ekstra rutiner innenfor VA.

Vi prioriterer norske produsenter og reduserer importen fra Øst-Europa og Asia. Dermed unngår vi lange transportert med tilsvarende utslipp og kan følge opp leverandørene tettere med hensyn til EPD og annen dokumentasjon som trykker miljøkravene. Alle våre leverandører må forplikte seg til å følge våre miljøkrav og bærekraftsmål.



ULEFOS

Ulefos Jernverk er en av Norges eldste industri-bedrifter og en av de fremste på sirkulær tenking for å skape bærekraft i praksis. Det handler om å redusere, gjenbruke og resirkulere alle råvarer.

Ulefos er en av de leverandørene vi samarbeider tett med for å redusere klimaavtrykk. Dersom vi kjøper og frakter tilsvarende varer fra Østen, i stedet for å handle lokalt og norsk, så kan vi få over 150 ganger så høye klimautslipp. Ulefos har bl.a. gått over til å levere umalte kumlokk, uten plastemballasje. Det alene sparer bedriftens karbonavtrykk med 14 tonn malingsavfall og over 20 tonn plastavfall.

VILLEROY & BOCH

Villeroy & Boch har lang erfaring med ressursbe-sparende teknologi, hele 275 år med bærekraftige sanitærprodukter og smarte løsninger som sparer strøm, vann og penger. De har sanitærporselen og blandebatterier som er miljødeklartert i henhold til det internasjonale EPD-systemet, og har innført et reservedelssystem som øker levetiden ved at eldre produkter kan oppdateres til samme smarte funksjoner som nye produkter, bl.a. blandebatteriene i den kjente serien Gustavsberg Nautic.

Toalettene har Aqua Reduct, som sparer 1,5 liter vann pr spyling, og Sensoric berøringsfrie armaturer sparer både vann og energi.



ULEFOS JERNVERK er et jernstøperi, grunnlagt i 1657 som jernverk. Bedriften er en av Europas eldste industribedrifter.



Fossilfrie rør fra de finske skoger

Heidenreich og Pipelife samarbeider tett for å fremme bærekraft i rørbransjen. Med felles mål om miljøvennlig produksjon og innovasjon, setter de standarden for fremtidens løsninger. Blant annet blir avfall fra den finske skogsindustrien til nye fossilfrie plastrør.

Pipelife er en av landets ledende produsenter av plastrør, og har vært en pioner innen norsk industri siden de først startet produksjonen. Med 250 ansatte fordelt på fabrikker i Surnadal, Stathelle og Ringebu, leverer Pipelife et bredt spekter av vann- og miljøteknikkprodukter til Heidenreich. Dette inkluderer infrastrukturprodukter, VVS, avløp og sluk.

– Vi jobber selvfølgelig tett med produksjonen når det kommer til bærekraft. Grossistene tar seg av distribusjon, mens vi fokuserer på å optimalisere produksjonsprosessene for å redusere sløsing og energiforbruk, sier Brage Stenberg Johnsen, kommunikasjons- og markedsjef i Pipelife Norge AS.

“ Vi prøver å bruke mest mulig resirkulert materiale i produktene våre

Gjenbruk av kapp

Pipelife har lenge arbeidet med å minimalisere utslipp og gjenbruke kapp og vrak i produksjonen.

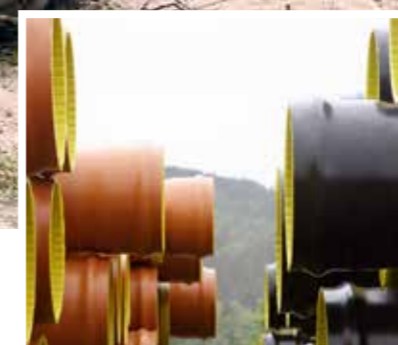
– Vi ønsker også å bruke mer resirkulert materiale i produktene våre. Selv om det er strenge krav til kvalitet, samarbeider vi med standardiseringsinstansene for hvordan vi kan benytte mer resirkulert materiale og likevel oppfylle kvalitetskrav, forklarer Johnsen.

Pipelife er også en del av NPG Norge (Nordiske plastrørgruppen Norge), som har prosjekter for å returnere røravfall fra anleggsplasser tilbake til produksjon.

– Vi tester nå ut et system med containere på anleggsplasser for å unngå at rør havner på forbrenningsanlegg, sier Johnsen.



Brage Stenberg Johnsen, kommunikasjons- og markedsjef i Pipelife



Fossilfrie rør



Fossilfrie rørsystemer

Fossilfrie rørsystemer og biobasert materiale

Et av de mest innovative initiativene fra Pipelife er tilbudet om fossilfrie rørsystemer.

– Dersom kunden vil betale for det, kan vi blande mer biobasert rørmateriale inn i produksjonen. Dette materialet kommer fra råtne trær i Finland, og flere av kundene våre har begynt å ta i bruk dette, sier Johnsen.

Pipelife har også vært tidlig ute med miljøvaredeklarasjoner (EPD) for å dokumentere utslipp fra produktene fra produksjon til avhending.

– Vi har gått foran på det som nå har blitt en bransjestandard. Åpenhet om våre produkters miljøpåvirkning er viktig for oss!

Viktig samarbeid

Samarbeidet mellom Pipelife og Heidenreich er en viktig del av deres bærekraftsarbeid.

– Heidenreich er en av våre viktigste grossister. De fungerer som bindeledd mellom oss og markedet, og bidrar til å viderebringe krav til utvikling og dokumentasjon ut til kundene.

Heidenreich spiller også en sentral rolle i kompetanseheving for rørleggere og entreprenører.

– Vi gjør dette sammen med Heidenreich for å sikre mer effektiv bruk av tiden til fagfolkene. Vi får jevnlig kunnskapspåfyll fra dem, noe som hjelper oss å holde oss i forkant!

Veikartet til 100% reduksjon

Fra visjon til virkelighet! I takt med en stadig sterkere global fokusering på bærekraft, har Heidenreich utviklet en konkret og omfattende plan for å innfri visjonen om å redusere egne klimagassutslipp med 100% innen 2030. Denne ambisjonen er rotfestet i et sett av praktiske tiltak og strategiske veivalg. Her får du Heidenreichs eget veikart inn i fremtiden!

Heidenreich har nå lagt grunnlaget for en fremtid som er både økologisk og økonomisk bærekraftig. Med et fast blikk på våre ambisiøse mål om utslippsreduksjon, er veien videre tydelig:

Transport: På den grønne vei

Gjennom en offensiv utfasing av fossilt drivstoff har vi allerede redusert klimagassutslippene fra transport fra 70% til 67%. En omdanning av selgerbilene til elbiler har kuttet utslipp med omtrent 40%. Videre vil bytte til el-varebiler skjære ned utslippene med 67% per bil. Dette er et dristig skritt mot et elektrisk fremtidsbilde der transport ikke er en klimasynder, men en del av løsningen.

Arbeidsmiljø: Trivsel og mangfold

Trivsel på arbeidsplassen er en katalysator for produktivitet og innovasjon. Med konkrete mål og tiltak sikter vi mot å øke mangfold og likestilling, samt å styrke fokus på helse, miljø og sikkerhet. Vi har implementert kriterier for virksomhetsstyring, som inkluderer kompensasjon og kollektive avtaler, forretningsetikk, datasikkerhet og tiltak mot grønnvasking.

Produkter: EPD og miljøkrav

Vi stiller strenge etiske og miljømessige krav til våre leverandører, og krever dokumentasjon som EPD for å vise til produktenes miljøavtrykk. Dette sikrer at vi tilbyr et varesortiment som står i stil med våre verdier og bærekraftsmål.

Avfallshåndtering: Sortering og gjenbruk

Vår avfallssorteringsgrad på sentrallageret ligger allerede på imponerende 88%, men vi sikter mot 95%. Vi jobber også for å redusere % andelen av utslipp fra avfall fra 3,28% til 2,1%. Innsatsen for å øke bidraget til sirkulærøkonomi omfatter også nye ordninger for utleie av utstyr og gjenbrukscontainere.

Energiforbruk: Tenk smart!

Vi forplikter alle våre avdelinger til å redusere forbruket av knapphetsressurser, som å redusere vannforbruk og øke bruken av fornybar energi. Vi innfører LED-belysning med automatisk slukkere og sikter mot en nedgang i CO₂-utslipp fra energi på 26,05% til 18,22%.

Reisepolitikk: Mindre fly – mer digitalt

Koronapandemien førte til en reduksjon i klimagassutslipp fra flyreiser med 78,97%, og vi har som mål å ikke vende tilbake til de samme nivåene som før. Dette innebærer en varig endring i reisepolitikken med en økt satsing på digitale møteløsninger.

Lederskap: Grønn retning bestemt ovenfra

Bærekraftsmålene og -utviklingen er dypt forankret hos Heidenreichs eiere og styre, som understreker en grønn ledelse. Gjennom en åpen rapporteringsspraksis sikrer vi transparens og åpen dialog både internt og eksternt.

Ressursoptimering: Minsket fotavtrykk

Vi har implementert en ressursbesparende filosofi i hver krik og krok av virksomheten. Ved å optimalisere transportrutiner og volum, både ved innkjøp og

levering, har vi nådd en 30% reduksjon i transport av luft. Vi har kuttet ned emballasjeforbruket med 22% og småordreforsendelser med 8%. Hver handling er et skritt mot mindre sløsing og større bevissthet om ressursbruk.

Aktiv samfunnsrolle: Mer enn bare butikk!

Heidenreich forstår at bærekraft også handler om en aktiv samfunnsrolle. Vi tar initiativ til å være en viktig bidragsyter til sirkulærøkonomien gjennom økt gjenbruk og gjenvinning. Utleieordninger for utstyr og innovative gjenbrukscontainere er praktiske tiltak som ikke bare reduserer avfall, men også fremmer en mer resirkulerende og bærekraftig bedriftsmodell.

Miljøsertifisering: Kontinuerlig forpliktelse

Å opprettholde Miljøfyrtårnsertifiseringen er et bevis på vår dedikasjon til miljøansvar i alle ledd. Sertifiseringen gir oss en struktur for kontinuerlig forbedring og fungerer som et styringsverktøy for å holde våre bærekraftstiltak målbare og relevante.

Åpenhetsloven: Rapportering og ansvar

Med innføringen av Åpenhetsloven i 2022 har Heidenreich adoptert nye rapporteringsverktøy som understøtter vår forpliktelse til åpenhet. Dette betyr at våre interessenter – fra leverandører til slutt kunder, kan ha full innsikt i og tillit til våre miljømessige og sosiale prestasjoner.

Sosialt og etisk ansvar:

Integritet i alle prosesser

Å drive en sosialt og etisk ansvarlig organisasjon betyr at vi har integrert strenge kriterier for virksomhetsstyring, inkludert kompensasjon, kollektive avtaler, forretningsetikk og datasikkerhet. Vårt oppdrag er å sikre at vi opererer med integritet, respekt og rettferdighet overfor alle våre ansatte og partnere.

Felles innsats: Dialog og Samarbeid

Å nå våre bærekraftsmål krever mer enn interne tiltak; det krever en felles innsats. Vi engasjerer oss i kontinuerlig dialog med våre interessenter, innbyr til samarbeid og deler beste praksis. Sammen kan vi forsterke vår kollektive påvirkning og akselerere overgangen til en bærekraftig fremtid.



Sosialt ansvar er også bærekraft

Bærekraft handler ikke bare om å redusere utslipp. For oss i Heidenreich er sosial bærekraft en viktig grunnpilar. Vi har respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold og jobber i henhold til åpenhetsloven.

FNs bærekraftsmål er en rettesnor i Heidenreichs arbeid for økt bærekraft. Vi har prioritert fem av disse som et ledd i vårt ansvar innen bærekraft. Å bidra til å sikre anstendig arbeid og retten til et godt liv er ett av de sentrale punktene, og dette er kjernen i Åpenhetsloven. Loven skal sikre at næringslivet ivaretar menneskerettigheter.

– I Heidenreich er vi opptatt av å ha en bærekraftig forretningspraksis som ivaretar både mennesker, samfunn og miljø og dette henger også sammen med kravene i Åpenhetsloven, sier Kjetil Grønbacken, markeds- og bærekraftsdirektør i Heidenreich.



Hvem gjelder loven for?

Loven gjelder foreløpig for større virksomheter, så vel private som offentlige. Den omfatter aksjeselskap, børsnoterte selskaper og andre som oppfyller minst to av tre krav:

- **Mer enn 50 årsverk (i gjennomsnitt) gjennom regnskapsåret**
- **Årlig salgsinntekt som overstiger kr 70 millioner**
- **Balanse som overstiger kr 35 millioner**

Foreløpig omfatter loven i underkant av 9000 norske bedrifter, og Heidenreich er en av disse. Den påvirker ikke direkte bedrifter som ikke oppfyller kravene som er nevnt foran, men som leverandør til en virksomhet som omfattes av loven, kan også mindre bedrifter få krav om å dokumentere arbeidsforhold i egen bedrift og hos underleverandører.

– I fjor var første året vi gjennomførte våre aktsomhetsvurderinger og siden da har vi fått både mer erfaring, kunnskap og grunnlag fra våre leverandører. Siden i fjor har vi videreutviklet våre eksisterende rutiner og retningslinjer og lagt vekt på videre kartlegging av risiko i vår leverandørkjede. Dette er gjort både ved skriftlige undersøkelser, oppfølgingssamtaler med noen utvalgte leverandører og hvordan vi samler inn og kategoriserer innsamlet data, forteller Grønbacken.

I tråd med vårt arbeid for økt bærekraft og anstendige arbeidsforhold, ble store deler av loven i praksis innført allerede da vi starter vårt arbeid for å ta vårt tydelige ansvar innen bærekraft.

– Vi har bl.a. fått på plass likestillings- og mangfolds-dokumentasjonen, som bl.a. omfatter kravet om ARP, dvs. aktivitets og redegjørelsesplikten i forhold til kjønnsbalansen og likestilling. Vi har foretatt vesentlighetsanalyse, vi jobber ut fra at likestilling er mer enn kjønn og vi har innført forebyggende tiltak.

Mye er på plass allerede

Heidenreich har utviklet omfattende retningslinjer som tydelig definerer våre forventninger og krav til oss selv og våre leverandører i verdikjeden.

Disse retningslinjene omfatter:

- **Bærekraft:** Vi er forpliktet til å drive en bærekraftig virksomhet som tar hensyn til miljøet og fremtidige generasjoner.
- **Menneskerettigheter:** Vi respekterer og fremmer grunnleggende menneskerettigheter i alle aspekter av vår virksomhet.
- **Anstendige og trygge arbeidsplasser:** Vi sikrer at alle våre ansatte har anstendige og trygge arbeidsforhold, i tillegg til at vi påvirker våre leverandører for tilsvarende i deres organisasjoner og verdikjeder.
- **Rettferdig levelønn:** Vi støtter rettferdig levelønn og bekjemper alle former for tvangsarbeid og barnearbeid.
- **Etterlevelse av internasjonale konvensjoner:** Vi overholder relevante internasjonale konvensjoner om menneskerettigheter og arbeidsstandarder.



Av forebyggende tiltak kan vi nevne at Heidenreich ansetter uavhengig av kjønn, religion, etnisk bakgrunn og legning. Det er kvalifikasjoner og personlig egnethet som er avgjørende. Heidenreich har varslingsrutiner på plass, vi har etiske krav både for våre samarbeidspartnere og internt i organisasjonen.

Vi har klare retningslinjer for hvordan våre kolleger bør håndtere sin tilstedeværelse på SoMe i forhold til om de kan oppfattes som privatpersoner kontra representanter for Heidenreich. Vi har også konkrete tiltak innen etiske dilemmaer og hvordan en skal opptre i forhold til gaver fra eksterne etc.

– Heidenreich er forpliktet til å drive en ansvarlig og bærekraftig virksomhet, og vi tar aktsomhetsvurderinger og leverandørstyring på alvor. Vi stiller strenge krav til våre leverandører gjennom kontraktsbestemmelser basert på Åpenhetsloven, vår Code of Conduct og etiske krav.

Forts. neste side →



Dette sikrer at vi har tilgang til leverandørenes aktsomhetsvurderinger og at de overholder de ulike markedenes standarder for lønn, arbeidsvilkår, internkontroll, sikkerhet, helse og arbeidsmiljø (SHA), sier Grønbakken.

Dialog med leverandører

Aktsomhetsvurderinger skal være i tråd med OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper. Vi praktiserer i dag vurderinger med hensyn til valg av leverandører. Vi vurderer, så langt det er mulig, risikoen for at noen av våre leverandører bryter med menneskerettighetene, velger løsninger og materialbruk som ikke er bærekraftige eller opptre i strid med økonomisk lovgivningen.

– Resultatene fra aktsomhetsvurderingene vi gjennomførte i fjor har medført endringer. Bla. En bedre løsning for å kategorisere hvilke leverandører som leverer så å si 100% innenfor arbeidsforhold, etikk etc. og hvilke leverandører vi bør følge tettere opp. Konkret har vi bl.a hatt en- til en samtaler med 10 utvalgte leverandører det siste året for å ha bedre innsikt.

Heidenreich har også sett på rutiner som innebærer både hvordan selskapet jobber opp mot leverandører og hvordan vi jobber internt. Et konkret eksempel er ny rutine for sikker lossing av varer ved varemottak på sentrallageret. Formålet er å sikre og forhindre personulykker og skade på gods, rutinen gir tydelige føringer på hva og hvordan, og gir også ansatte hos Heidenreich mulighet til å nekte å ta imot varer ved uforsvarlig sikring av mottatte leveranser.

Et annet eksempel er at vi diskuterer om vi skal ta inn konkrete tiltak i samarbeidsavtaler rundt våre leverandørers ansvar opp mot eksterne transportører de leier inn, for å levere varer hos Heidenreich. Vi har ikke sagt opp avtaler med noen leverandører siden i fjor, basert på funn vi avdekket.

Men vi ser også at vi bør ha flere interne ressurser og et resultat av dette er blant annet opprettelse av en stilling som Kvalitetsansvarlig, som skal jobbe sammen med meg på forhold rundt Åpenhetsloven. Denne stillingen vil også jobbe med kontroll hos utvalgte av våre leverandører, avslutter Grønbakken.

“ Heidenreich er forpliktet til å drive en ansvarlig og bærekraftig virksomhet

HOVEDKONKLUSJONER

etter Heidenreichs aktsomhetsrapport:

- **Fokus på gode arbeidsforhold:** De fleste leverandørene har fokus på gode og trygge arbeidsforhold, og de har forbedret seg fra i fjor. Vi ser at flere leverandører har fått sertifiseringer på plass og flere leverandører har fokus på sosial bærekraft.
- **Informasjon/tilgjengelighet:** Mange leverandører har gode rutiner, men informasjonen er ikke alltid offentlig tilgjengelig.
- **Regionale forskjeller:** Leverandører i Øst-Europa scorer lavere enn i Sentral-Europa, men alle ligger i grønn kategori. Leverandører i Asia uten europeisk salgskontor er mer usikre.
- **Produksjonssted:** Mange leverandører har delkomponenter produsert i land med høy risiko for brudd på menneskerettigheter og arbeidsforhold.
- **Utsatte produktgrupper:** Stål og elektriske komponenter er fortsatt produktgrupper med høy risiko.

TILTAK VI GJØR

- **Leverandørkategorisering:** Vi har kategorisert leverandørene i grønn, gul og rød kategori. Rødkategori-leverandører følges opp med samtaler og dokumentasjon.
- **Etiske krav:** Vi jobber for å få flere tjenesteleverandører til å signere våre etiske krav.
- **Tilbakemelding fra leverandører:** Vi ser at en del av våre utenlandske leverandører ikke forstår hvorfor de skal gi oss tilbakemelding om hvordan de jobber med menneskerettigheter og arbeidsforhold i tråd med Åpenhetsloven. Vi vurderer å kreve at alle våre leverandører, både norske og utenlandske, signerer på at de er pålagt å gi oss tilbake meldinger om dette i våre samarbeidsavtaler.
- **Innleide transportører:** Vi vurderer om vi skal undersøke grundigere hvordan våre leverandører følger opp arbeidsforholdene ved innleie av eksterne transportører.
- **Internkontroll:** Vi har i forbindelse med vårens aktsomhetsvurderinger gjennomført en- til en samtaler med 10 utvalgte leverandører. Vi vil nå se på en løsning for standard internkontroll for utvalgte leverandører. Det vil være leverandørene i rød kategori vi starter internkontroll hos, forutsatt at dette er vesentlige og viktige leverandører hos oss.



Sertifisør Ann-Mari Morelle i Stiftelsen Miljøfyrtårn.

Ble Miljøfyrtårn i 2010:

– HEIDENREICH er blant de bedre

I 14 år har Heidenreich vært et viktig Miljøfyrtårn i sin bransje. De har også fått med seg både ansatte, leverandører og kunder med på det store miljøløftet.

Miljøfyrtårn er en nasjonal miljøsertifiseringsordning som i 2003 ble opprettet av sentrale organisasjoner i norsk næringsliv og offentlig forvaltning. Hensikten var å hjelpe virksomheter å skape bærekraftige konkurransefortrinn og bidra til en mer bærekraftig fremtid. Heidenreich har vært sertifisert som Miljøfyrtårn-bedrift siden 2010, og får svært gode skussmål av sertifisøren.

Mange kriterier

Som Miljøfyrtårnsertifisert har Heidenreich oppfylt en rekke strenge krav innenfor arbeidsmiljø, innkjøp, energiforbruk, transport, avfallshåndtering, klimagassutslipp og etikk.

– For å bli Miljøfyrtårnsertifisert må en bedrift eller konsern oppfylle mange kriterier, og disse må dokumenteres og rapporteres inn til oss.

På det etterfølgende sertifiseringsmøtet med de ansvarlige i bedriften, går jeg gjennom rapporten deres punkt for punkt, for å avdekke eventuelle avvik og misforståelser. Når alt er orden, mottar bedriften Miljøfyrtårnsertifikatet sitt, forklarer sertifisør Ann-Mari Morelle i Stiftelsen Miljøfyrtårn.

Må fornyes

Et Miljøfyrtårnsertifikat må fornyes hvert tredje år. Nye kriterier kommer stadig til, og gjør det mer og mer vanskelig å bli sertifisert.

– De siste kriteriene som kom, stiller store krav til bedrifter som Heidenreich, blant annet innenfor transport, sosial bærekraft og miljø. Da bedriften skulle resertifiseres var alle disse kriteriene godt ivaretatt og det var både interessant og lærerikt å gjennomgå besvarelsene.

– Å være Miljøfyrtårn er et viktig samfunnsengasjement for oss. Dette gjør at vi jobber helhetlig, systematisk og langsiktig med tiltak som forbedrer våre miljøprestasjoner og bidrar til en grønnere fremtid for oss

alle, fastslår teknisk driftssjef og Miljøfyrtårn-ansvarlig Erik Nordby hos Heidenreich.

Strenge miljøkrav

Dette gjelder ikke minst miljøkravene for produkter som Heidenreich videreselger. Her må leverandørene oppfylle og signere på en lang liste med miljøkrav i forbindelse med produksjon, pakking og transport. – Vi er også opptatt av å ha miljøvennlige alternativer i produktsortimentet vårt, som for eksempel vannbesparende funksjoner på armaturer og dusjer, sier han.

Kildesortering for kundene

Samarbeid med kundene er også blant de viktige faktorene som må til for at Heidenreich skal oppnå FNs bærekraftsmål.

– Her er avfallshåndtering et viktig element, påpeker Erik. – Derfor har vi nå på enkelte av avdelingene våre lagt til rette for at kundene kan kjøre dit og få kildesortert avfallet sitt.



Teknisk driftssjef og Miljøfyrtårn-ansvarlig Erik Nordby

Økende engasjement blant ansatte, leverandører og kunder

Heidenreich har avdelinger over hele landet, og Morelle har besøkt mange av dem.

– Det er moro å se hvordan engasjementet hos de ansatte der ute også har blitt styrket gjennom de snart 12 årene jeg har jobbet med Heidenreich.

Ann-Mari Morelle re-sertifiserer mange selskaper i løpet av et år, og Heidenreich er unike i forhold til kvalitet på innrapportering og dokumentasjon på tiltakene de gjennomfører.

“ Jeg våger å påstå at ingen andre er så dyktige som Heidenreich der. Svært mange gjør en fantastisk god jobb, men har fremdeles mye å lære! Ingen er så gode som Heidenreich!

– Ja, alle medarbeiderne våre er svært opptatt av Miljøfyrtårn og av miljøarbeid, istemmer Erik. – Det samme skjer hos leverandørene våre. Også kunder jeg prater med, er veldig åpne på forslag om hvordan vi kan forbedre miljøet vårt, avslutter han.

Å være Miljøfyrtårn er et viktig samfunnsengasjement for oss. Dette gjør at vi jobber helhetlig, systematisk og langsiktig med tiltak som forbedrer våre miljøstasjoner.

- Mer miljøvennlig enn tidligere!

Både Heidenreich og kundene er blitt mer miljøbevisste, sier Dani Aasheim ved Heidenreich VA Vestland. Han er også Miljøfyrtårn-ansvarlig for avdelingen i Bergen.

- Min stilling er innenfor VA-salg, som tilsier at jeg er litt på veien og litt på kontoret og regner på tilbud. Det er en fin blanding! I tillegg har jeg verneombudsrollen for Bergen og er hovedvernombud for Heidenreich på landsbasis. Jeg jobber også med Miljøfyrtårn i Bergen!

Aasheim forklarer at arbeidet som Miljøfyrtårnansvarlig innebærer mye datainnsamling, der de rapporterer inn viktige tall sentralt. Han jobber også med flere lokale tiltak for å øke gjenvinning og håndtere restavfall i sin region bedre.



- Vi har 14 forskjellige sorteringer her på Nyborg, som våre kunder også benytter seg av! Aasheim merker en tydelig forandring i hvordan selskapet opererer, spesielt når det gjelder miljøvennlige reiser og håndtering av avfall. Han legger til at de gjør mange små tiltak for å redusere miljøbelastningen.



Dani Aasheim ved Heidenreich VA Vestland.

- Vi ønsker ikke å kjøpe inn ting som kun er til engangsbruk og som ikke kan gjenvinnes.

Jeg føler at signalene og støtten fra sentralt hold er meget bra. Vi som er ofte på reisefot merker at vi prøver å reise mer miljøvennlig enn tidligere. Alle her kjører el-bil nå – før kjørte vi dieselbil, forklarer han.

Aasheim har også merket en endring i markedet

- at miljøarbeidet er i stadig utvikling, og at både selskapet og kundene blir stadig mer miljøbevisste.

- Det skjer ting hele tiden, og folk er opptatt av hvor langt varene har reist og hvilket miljøavtrykk de har. Det private markedet er kanskje ikke helt der ennå, men byggherrer, det offentlige og andre har mer krav på seg, og det blir implementert og forankret fra topp til bunn.



Daglig ansvar og eieforhold til saken gjør susen

Per Korneliussen har ansvaret for 10 Heidenreich-avdelinger i Oslo-området, og har vært med siden rapporteringen av klimaregnskap startet. Han ser at det funker!



Per Korneliussen

– Jeg har bistått årlig med rapportering til Miljøfyrtårn. Dette ansvaret har vi nå overført til HMS-ansvarlige i butikkene. Når butikklederne tar over engasjementet får de også et eieforhold til det, og de ser selv hvordan de daglig kan jobbe med å forbedre seg. Her har Heidenreich veldig god orden – det ser vi i rapporteringsflyten, sier han.

Miljøvettregler

Han er mye rundt på avdelingene, og merker at det er godt fokus og at ansatte føler at de er med på å endre noe til det bedre.

– Jeg føler miljørapporteringen forplikter oss til å levere. I tillegg har vi også miljøvettregler som vi prøver å etterleve så godt vi kan. Det handler om tilsynelatende små ting som å skru av lyset og ikke fyre for kråka. Vi har skiftet utbelysning på flere av butikkene våre – noen ganger får vi med oss huseier på tiltak, andre ganger ikke. Men det er en besparelse som både er bra for miljøet og lommeboka!

Stødig organisasjon

En av de store fordelene med Heidenreich er ifølge Korneliussen at det samarbeides godt på tvers i organisasjonen, og at det aldri er lang vei fra topp til bunn.

– Vi snakker veldig godt sammen, og selv om vi nå er over 300 ansatte, så er dette et godt sted å være. Det er lite gjennomtrekk i bemanningen og det er godt sted å være, og vi merker at kundene har det bra når de kommer til oss. Dette gjenspeiles i de ansatte også. Alle er med uansett!

Heidenreich har gått fra å være et hentelager til å ha flere proffbutikker.

– Den veksten vi har hatt viser at det er en ryddig og ordentlig organisasjon. Vi har fått mer fokus på bærekraft, og man merker at det er økende krav fra de store kundene som har anlegg vi skal levere til. Ting går fort og vi er kommet langt! Vi ansatte har blitt veldig bevisst på dette, og ser at bedriften tar dette arbeidet på stort alvor, sier Korneliussen.

“ Vi snakker veldig godt sammen, og selv om vi er over 300 ansatte, så er dette et godt sted å være

Utfordring på avfall

Så skal det også være noen utfordringer, og noe å strekke seg etter. Korneliussen er en av

de i Heidenreich som har tatt til orde for å tenke nytt når det gjelder avfallshåndteringen.

– I disse tider hvor miljø står høyt på dagsorden bør vi løfte fokuset på hva vi som grossist bør ta i mot av forskjellige typer avfall. I dag tar vi mot langt mer enn hva vi er pålagt. Dette medfører store kostnader og bruk av ressurser og bør derfor gjøres en god vurdering på hvordan vi løser dette fremover, til det beste for våre kunder og oss som grossist. En felles utfordring for oss og våre kunder er å få redusert mengden avfall – av alle typer avfall.



Fasade Heidenreich Brobekk

Tenker **grønt** både hjemme og på jobb!

Monica Djupeng er ikke bare innkjøpsleder i Heidenreich. Hun er også en miljøverner som bor på et gammelt småbruk hvor hun pleier både fuglekasser, bikuber og humlehotell!



- Personlig trenger jeg frisk luft, dyreliv og intakt natur rundt meg for å trives. Jeg tror det er viktig å fokusere på at det som kan redde kloden er at vi forbruker mindre. Vi må gjøre våre enkle tiltak i hverdagen og ha det fremme i pannebrasken. Verden bruker for mye energi. Ja, jeg kaller meg miljøverner!

Grønt tankesett

Selv vil hun leve i pakt med naturen så mye som det er mulig i dagens samfunn. Hun trives med de små grønne øyeblikkene og små tiltak hun gjør på fritiden.

- Her har vi 36 fuglekasser, humlehotell, bikuber og insektshotell. Jeg klipper gresset og tar vare på blomster. Vi prøver å tenke kortreist hele veien der det er mulig.

Sparsommelighet og det å ta grep for en bedre fremtid er ikke bare noe som preger hverdagen og livet på småbruket i Brandbu på Hadeland.



Det er et tankesett hun også i høyeste grad får bruk for i Heidenreich.

- Vi på innkjøp har ansvar for å ha en så sunn lagerkapital som mulig. Dette er ikke noe vi gjør alene, men i samarbeid med regnskap, produkt og logistikk. Det handler om å kjøpe inn til rett tid og på riktig måte. Jeg er veldig glad for det Heidenreich gjør på dette området.

Vil bevare naturen

I hjembygda har debatten gått varmt om vindturbiner i nærmiljøet.

- Det har vært en tett diskusjon, og unisont ønsker vi å bevare naturen. Selv er jeg imot vindturbiner i flott natur, og om det skal bygges bør det være i grå soner. Men at det er engasjement, lover godt for naturen. Det samme engasjementet ser jeg i Heidenreich. Vår visjon er å redusere våre utslipp med 100 % innen 2030. Det krever faktisk skikkelig rygggrad og store tiltak som merkes i hverdagen. Det betyr endring for veldig mange. Jeg er stolt av å være med på det laget.

Flere avdelinger i Heidenreich samarbeider om å inngå de riktige avtalene, der alle må gjøre sine tilpasninger for å opprettholde en sunn lagerbeholdning.

- Det er ikke noe solo-løp fra noen, og det er veldig bra! Dette er en av de tingene som gjør at jeg er stolt. Heidenreich tar sitt ansvar for å skape en miljøbevisst kultur.

Forts. neste side →

Det handler om at alle må bidra. Da viser man at man tar ansvar og er bevisst på det. Man snur hver eneste stein. Det er ikke gratis å gjøre det, men i det lange løp tror jeg at investeringene betaler seg.

Endringskultur

For å lykkes i bærekraft-arbeid må det være fremme i pannebrasken. Det blir lettere å bidra, og det må lønne seg å bidra. Det er klart at dette sprer seg nedover i organisasjonen, mener Djupeng.

- En endringskultur må starte et sted, og når ledelsen setter kursen og får folk til å bli med på det, er det det som gjør det til en suksess. De er flinke til å informere, slik at vi vet at det jobbes med, og at det kommer nye løsninger vi skal ta i bruk. Vi ser at det ikke bare er fancy ord, men også handlinger. Da er det lettere å få med folk også.

Alle kan si fine ord, men man må gjøre noe i tillegg!



En jobb for alle



Heidenreich er et selskap som setter mangfold høyt på agendaen. HR-sjef Mette Hareide deler innsikt i hvordan selskapet jobber strategisk og målrettet med mangfold, og hvordan dette påvirker arbeidsmiljøet og selskapets suksess.



HR-sjef Mette Hareide

- Vi ønsker å jobbe med mangfold og har gjort det over tid. For ett år siden så vi at vi ville jobbe mer strategisk med dette og etablerte derfor en mangfoldsgruppe.

I denne gruppen sitter vi tre personer, og vi henter inn ressurser ved behov for de ulike fokusområdene. Vi har blitt flinkere til å ha en plan, et årshjul. Vi planlegger aktiviteter på de ulike fokusområdene, ikke bare at vi sier at vi jobber med det, men faktisk gjør noe, sier Hareide.

Formålet til mangfolds gruppen er nettopp å legge til rette for mangfold og utfra følgende prioriterte områder:

- **Kvinner**
- **Etnisitet**
- **Legning**
- **Fysisk og mental helse**
- **Alder og livsfase**

Heidenreich mener at et bredt spekter av perspektiver, bakgrunner og erfaringer beriker virksomheten og styrker det samlede potensialet. Derfor jobber selskapet aktivt med konkrete tiltak for å fremme mangfold i praksis. Ett av de grunnleggende prinsippene er å verdsette kvaliteten i jobben den enkelte kan bidra med, uavhengig av kjønn, religion, etnisitet eller legning.



Spreke og motiverte Heidenreich-ansatte, før Oslo Maraton og "Mila for Grethe", september 2023.

- Vi viser dette frem og fronter det utad,

- støtter aksjoner som rosa sløyfe, likelønnskampanjer, og i en mannsdominert bransje er vi opptatt av å fronte gode rollemodeller. Vi publiserer egne artikler både i bransjeblader og internt om at vi har kvinner i ledende roller. Det er viktig å synliggjøre arbeidet og være et eksempel for andre.

Heidenreich har et klart mål om å øke andelen kvinner i selskapet til 35 % innen 2030. Selskapet er også samarbeidspartner med både Ingeborg-nettverket og Diversitas, som arbeider for å øke kvinneandelen i bygg- og rørleggerbransjen. De jobber også for å inkludere alle.

- Vi har feiret id og avslutning av ramadan, og spredd kunnskap om flere ting. I år har vi hatt mer fokus på Pride, og vært med på en kartlegging som går ut av hvordan arbeidslivet møter de som er annerledes. Dette er en frivillig undersøkelse som de ansatte kan være med på.

Heidenreich består av ansatte med ulike bakgrunner, representert med omtrent 30 nasjonale utspring. Selskapet har som mål å øke kunnskap og synlighet rundt mangfoldet i kultur og etnisitet i organisasjonen.

- Vi har fokus på diskriminering. Vi opplever at vi er mer strukturerte, bevisste og konkrete på hvordan vi jobber med dette. Vi evaluerer og ser på om vi bare sier det, eller om vi faktisk mener det. Vi sprer og viser holdningene våre utad og i sosiale medier.

Vi møter flere behov.

Heidenreich har nulltoleranse for mobbing, trakassering og diskriminering. Alle ansatte skal oppleve å bli tatt vare på og trives i jobben, uavhengig av fysisk og mental helse, alder eller livsfase.

Forts. neste side →



- Det skal være trygt og godt å være ansatt i Heidenreich uansett hvem du er, hva du gjør, eller hva du tror på. Selskapet er medlem av Diversitas, et nettverk for mangfold i byggebransjen, og opplever at flere nå jobber mer spesifikt med mangfold sammenlignet med for få år siden.

- Vi synes vi har noe å være stolte av. Det standpunktet og den jobben vi gjør opplever vi at vi er med på å gjøre en forskjell. Heidenreich har også utvidet sykepengrettighetene til ansatte over 70 år og tilrettelegger arbeidsplassen for å møte individuelle behov, noe som understøtter deres prinsipper om å ivareta alle ansatte gjennom ulike livsfaser.

- Selskapet har en tydelig politikk om nulltoleranse for diskriminering basert på kjønn, legning, etnisitet, alder eller helse, og streber etter å skape et inkluderende miljø hvor alle ansatte føler seg verdsatt og respektert.

Heidenreich er et selskap som forplikter seg til å fortsette arbeidet med å fremme mangfold i praksis. Gjennom evaluering og justering av tiltak, sikter vi mot å bygge et enda mer mangfoldig selskap for fremtiden.

De **5** grunnpilarene

Heidenreich har identifisert fem grunnpilare som de fokuserer på i sitt mangfoldsarbeid. Disse områdene er avgjørende for å sikre at alle ansatte føler seg verdsatt og har like muligheter til å utvikle seg:

- **1. Kvinner:** Selskapet jobber målrettet for å øke andelen kvinner i organisasjonen, med et mål om 35 % innen 2030. Dette inkluderer å skape gode vilkår for utvikling og karriere, markering av merkedager som kvinnedagen, og samarbeid med nettverk som Ingeborg-nettverket.
- **2. Etnisitet:** Heidenreich har ansatte med bakgrunn fra ca. 30 ulike nasjoner. Selskapet fokuserer på å øke kunnskap og synlighet rundt kulturelt og etnisk mangfold for å sikre et inkluderende arbeidsmiljø basert på respekt, åpenhet og like muligheter.
- **3. Legning:** Det er viktig for Heidenreich at alle ansatte skal kunne være seg selv og elske hvem de vil. Selskapet arbeider for å skape et trygt og inkluderende miljø for alle, uavhengig av seksuell legning.
- **4. Fysisk og mental helse:** Heidenreich legger vekt på at ansatte skal trives og føle seg tatt vare på. Selskapet har nulltoleranse for mobbing og trakassering, og jobber for å tilrettelegge arbeidsplassen etter individuelle behov.
- **5. Alder og livsfase:** Alle ansatte, uansett alder og livsfase, skal føle seg inkludert og ha tilpassede arbeidsforhold. Dette inkluderer utvidede sykepengrettigheter og tilrettelegging på arbeidsplassen for eldre ansatte.

Heidenreich mener at mangfold ikke bare er et mål i seg selv, men en nøkkel til suksess. Gjennom å samle mennesker med ulike bakgrunner, erfaringer og kompetanser, kan selskapet utvikle innovative løsninger, forstå og betjene et bredt spekter av kunder, og skape et inkluderende og inspirerende arbeidsmiljø.

Fra skrot til skatt

Bruk kreativiteten til å få nytt liv. Slik gjenbraker du gamle gjenstander med stil.



Fra vinflaske til lys på veggen



Fra flasker til lysestaker på bord



Fra tomme brusbokser til blomstervaser

Glem dyre kjøp og unødvendig avfall!
Med litt kreativitet kan du forvandle gamle gjenstander til funksjonelle og stilige skatter. Her er hvordan du kan gjøre gjenbruk og oppsirkulering til en kunstform.

Start med en ide

Før du begynner, ta en titt rundt i hjemmet ditt og identifiser gjenstander som har mistet sin funksjon eller stil. Kanskje har du en gammel stige, en slitt dør eller noen tomme glasskrukker som ligger og samler støv. Det første steget er å finne ut hva disse gjenstandene kan bli til med litt kreativ tenkning.

Transformasjon av møbler

Gamle dører blir til nye bord

En gammel dør kan bli et unikt og sjarmerende spisebord eller skrivebord. Fjern hengslene og dørhåndtaket, slip ned overflaten med sandpapir, og mal den i ønsket farge. Sett på noen solide ben, og voila – du har et nytt møbel som er både praktisk og estetisk tiltalende.

Stigehyller

Har du en gammel stige liggende? Vask og puss den ned, mal den i en frisk farge, og plasser den mot en vegg. Nå har du en perfekt hylle for bøker, planter eller dekorative gjenstander. Dette gir hjemmet ditt en rustikk og personlig touch.



Fra dør til bord

Kreative oppbevaringsløsninger

Glasskrukker som oppbevaring

Gamle glasskrukker kan bli til praktiske oppbevaringsløsninger på kjøkkenet, badet eller kontoret. Mal lokkene i forskjellige farger eller lim på etiketter for å organisere småting som krydder, skruer eller kontorrekvisita. Dette er både funksjonelt og bærekraftig.

Vinbokser som hyller

Tomme vinbokser kan enkelt stables eller henges på veggen for å skape unike hyller. Mal dem eller la dem beholde sitt naturlige utseende for en mer organisk look. Disse hyllene kan brukes til alt fra bøker til dekorative gjenstander.

Bærekraftige dekorasjonsideer

Lysestaker av flasker

Gamle vin- eller ølflasker kan bli til stilige lysestaker. Fjern etikettene, rengjør flaskene, og sett inn lange lys. Disse kan plasseres på spisebordet eller rundt om i huset for å skape en koselig atmosfære.

Speilrammer av gamle vinduer

Gamle vindusrammer kan forvandles til vakre speilrammer. Fjern glasset, sand ned rammen, og mal den i ønsket farge. Få tilpasset et speil til å passe inn i rammen, og heng det opp for å skape en unik dekorativ effekt i hjemmet.



Fra sykkelhjul til veggdekor



Fra vindu til speil



Fra legoklosser til klokke



Fra kaffekopp til fuglemater



Fra dongeribukse til mobilholder

Bilder hentet fra Pinterest

“ Vi må lære av hverandre!

Heidenreich er tydelig på målene sine, har fokus på samarbeid og er spesielt gode på lokale løsninger, sier Administrerende direktør Line Ekroll Dyb i Konekta.

Konekta er en landsdekkende allianse av tekniske entreprenører, godt etablert som lokale markedsledere. Konektas eierselskaper er solide, langsiktige og ledende aktører innen rør, ventilasjon, automasjon og elektro.

Alliansens kjernevirksomhet er innkjøp og kompetanseutvikling, med en omsetning på rundt 4,6 milliarder i året.

– Konekta har hatt fokus på bærekraft i mange år. Som tekniske entreprenører ser vi at kundene søker tekniske løsninger med bærekraftige mål, sier Dyb.

“ Vi er langsiktige, lokale og seriøse. Samarbeid er nøkkelen til vår suksess



Administrerende direktør i Konekta, Line Ekroll Dyb

God dialog

Hun understreker viktigheten av å forstå kundens forventninger og behov. For noen år siden tok

Kontakta initiativet til å spørre oppdragsgiverne hva de forventet av selskapet.

Dyb forklarer at de intervjuet grossister og leverandører for å kartlegge deres ståsted på bærekraft.

Resultatene var entydige.

– Vi så dessverre at det var et stort sprik i forventningene til både de og oss. Men med et klart kundefokus tok vi tak i dette og etablerte en god dialog med grossistene.



Adm. direktør i Konekta ute på oppdrag med ansatte hos Rørentreprenørfirma Åge Nilsen i Tromsø.

Heidenreich skilte seg allerede da ut ved å være lengst fremme når det gjaldt fotavtrykk og effektivisering. Hun beskriver samarbeidet som en vinn-vinn-situasjon for alle parter.

– Bærekraft er ikke bare en floskel; det er utrolig spennende. Vi har jobbet med åpenhetsloven og etiske retningslinjer siden 2015. Det handler om å ta vare på mennesker og kloden, sier Dyb.

Bærekraft er så mye

Konekta jobber daglig med sine 2500 medarbeidere og tilbyr digitale kurs for å øke bevisstheten om at bærekraft handler om mer enn bare elbiler.

– Alle endringsprosesser medfører utfordringer. Nye løsninger for distribusjon, som Heidenreich jobber mye med, krever at vi må fornye oss. Men dette er på en god måte. Bærekraft for oss er løsninger med minst mulig fotavtrykk totalt sett. Vi må unngå bruk-og-kast-mentalitet, noe som krever bevisstgjøring. Sosial bærekraft er også ekstremt viktig. I 2015 tok vi etisk handel inn i alle våre avtaler. Da åpenhetsloven kom, hadde vi det allerede på plass, sier Dyb.

Hun påpeker også viktigheten av økonomisk gevinst.

– Det må gi økonomisk gevinst, og det tror jeg at vårt arbeid gjør. Vi har noen felles utfordringer i hele bransjen når det kommer til rammevilkår og verktøy som burde vært bedre. Mangelfull grunndata er en stor utfordring for bransjen.

Tydelig på målene

Konekta satser på egne ansatte fremfor innleide, for å sikre god struktur og forutsigbarhet.

– Vi er langsiktige, lokale og seriøse. Samarbeid er nøkkelen til vår suksess. Vi jobber sammen som et team og finner løsninger som alle vinner på. Vi driver mye kursing for alle, uansett hvor de befinner seg i landet, sier Dyb.

Dyb roser Heidenreich for deres tydelige mål og ekte engasjement for bærekraft.

– Vi har jobbet tett med Heidenreich i mange år. De er tydelige på målene sine og jobber etter det de sier. Jeg opplever at Heidenreich har fokus på samarbeid og på å finne gode bærekraftige løsninger sammen. Heidenreich er spesielt gode på å finne lokale løsninger på kort tid, noe som er verdifullt for Konekta.



Pionerarbeid i VVS-bransjen

Geir Jansen i Andenæs VVS mener flere rørleggerbedrifter bør ta ansvar ved å legge mer til rette for ombruk. - Vi føler oss litt alene så langt!

Andenæs VVS, rørleggerbedriften med røtter tilbake til 1939, er kjent for å gå foran som et godt eksempel i arbeidet med ombruk og sirkulærøkonomi i VVS-bransjen. Med fokus på bærekraft, har bedriften eksempelvis tatt skritt for å fase ut bilparken over til helelektriske kjøretøy, og de er ledende på ombruk av VVS-materiell.

Ombruk, ja takk!

Andenæs VVS driver omfattende ombrukskartlegging, hvor de demonterer, re-emballerer, vasker og klargjør produkter for ombruk.

- Vi er gode på ombruk av VVS-materiell og ledende i bransjen på dette sier Jansen. Særlig byggherrer som ønsker bærekraftige løsninger, utgjør en voksende kundebase, sier Geir Jansen, teknisk sjef og bærekraftansvarlig i bedriften.

Ombruk i VVS-bransjen medfører juridiske utfordringer, spesielt når det gjelder produktansvar og funksjonsansvar.

- Jussen er litt uklar på hvem som sitter med ansvaret. Dette er nybrottsarbeid, og det må kanskje en rettssak til før vi får skikkelig gode retningslinje, forklarer Jansen. Leverandørene har et begrenset ansvar og gir garantier som ikke varer mer enn fem år.

Langsiktig engasjement

Jansen oppfordrer til ombruk og mener reservedeler bør være tilgjengelige i minst ti år etter siste produksjonsdato.

- Hadde vi fått utvidet dette til 30 år, så hadde det vært mye lettere å få ombruk til å fungere skikkelig, sier Jansen. Dette langsiktige perspektivet er avgjørende for å fremme sirkulærøkonomi. Et nært samarbeid med grossister som Heidenreich er avgjørende.

- Ledelsen i Heidenreich er villig til å satse, og de gjør det! Uten støtte fra grossister, blir det vanskelig å drive med ombruk. Ombruk kommer til å bli mer vanlig i fremtiden, og om ti år vil det være en klar inndeling i gamle og nye varer, spår Jansen.



Geir Jansen i Andenæs VVS

Holdningsendring i bransjen

En holdningsendring er nødvendig i VVS-bransjen, mener Jansen.

- Vi blir litt latterliggjort for at vi driver med dette, men jeg står fjellstøtt på at dette er riktig. Jeg har troen på sirkulærøkonomi og gjenbruk, men vi føler oss ganske alene. Vi har med oss flere grossister, men vi skulle også hatt med andre rørleggerfirmaer for å legge press på alle i kjeden sier han.

Jansen påpeker at yngre generasjoner er mer åpne for ombruk, mens eldre er mer skeptiske.

- Vi godt voksne, inkludert meg selv, må også i større grad tørre å gå foran og begynne å redusere ressursbruken og tørre å omfavne ombruk.

Ombruk i praksis

Et konkret eksempel Jansen nevner er toaletter: - Porselenet tåler 500 år! Hvorfor skal vi kaste det etter bare ti år? spør han retorisk.

Han sammenligner det med restaurantbesøk hvor produktene vaskes grundig etter å ha blitt brukt av flere. - Jeg tror det er mange følelser inne i bildet, og mindre fakta, avslutter han.

FAKTA om Andenæs VVS

- Andenæs VVS har en rik historie som strekker seg tilbake til 1939, da Erling Rye Andenæs etablerte bedriften i Oslo. Erling, en norsk ingeniør og entreprenør, la grunnlaget for det som i dag er en ledende rørleggerbedrift med et sterkt fokus på bærekraft og miljøvennlige løsninger.

- Bedriften, som nå har sitt hovedkontor i St. Halvards gate i Oslo, er en betydelig aktør både i prosjekt- og anleggsmarkedet samt servicesegmentet, med 81 ansatte og flere servicebiler som utfører oppdrag i Oslo og Asker.

- Med bedrifter som Andenæs VVS i spissen, ser fremtiden lysere ut for ombruk og sirkulærøkonomi i VVS-bransjen. Deres pionerarbeid viser vei for andre og setter en ny standard for bærekraft i bransjen.



– Sammen blir vi sterkere!

Heidenreich og Skanska har innsett at de begge er en del av løsningen, og at gjensidig forståelse og samarbeid raskere får begge selskapene mer effektivt mot målet. – Vi utforsker nye metoder sammen, sier seniorrådgiver i bærekraft hos Skanska, Stine Leknes.

Hos Skanska, et av verdens største byggefirmaer, finner vi en dyptgående forpliktelse til bærekraft. Samarbeidet mellom Heidenreich og Skanska er et utmerket eksempel på hvordan to selskaper kan jobbe sammen for å fremme bærekraft.

– Jeg opplever Heidenreich som et selskap som tar bærekraft veldig på alvor og som er åpne på innspill fra kundene på hva som er viktig i ulike prosjekter, sier Stine Leknes, seniorrådgiver i bærekraft og miljø hos Skanska.

Tydelige krav

Dette samarbeidet er bygget på en felles forståelse av viktigheten av bærekraftige løsninger og et ønske om å dele kunnskap og innovasjon for å nå felles mål. Heidenreich har satt samarbeid som et viktig bærekraftsmål, noe som resonnerer godt med Skanskas egne verdier.

Skania har også et fokusområde som handler om samarbeid og partnere som en del av løsningen, og det er fint å se at vi er enige her, forteller Leknes. Dette partnerskapet tillater begge selskapene å utforske nye, bærekraftige metoder og materialer, og sikrer at de sammen kan oppnå større resultater enn de ville gjort individuelt. Heidenreichs fokus på å være en god leverandør støttes av Skanskas tydelige bestillinger og krav i kontraktene.

– Som kunde er det viktig at vi er tydelige i bestillingene vi gjør og kontraktene vi inngår, slik at Heidenreich kan levere på dette, sier Leknes. Denne gjensidige forståelsen og kommunikasjonen sikrer at bærekraftmålene blir møtt og ofte overgått i hvert prosjekt de samarbeider om.

– Jeg opplever Heidenreich som et selskap som tar bærekraft veldig på alvor.

*Seniorrådgiver i bærekraft Stine Leknes
i Skanska*

Forts. neste side →



Utfordrende oppgave

Leknes gir et innblikk i hvordan Skanska jobber målrettet for å integrere bærekraft i alle aspekter av sin virksomhet.

– Vi jobber på konsernnivå med å sørge for at miljøstyringssystemet og tilhørende prosesser og prosedyrer er oppdatert etter nyeste lover og forskrifter. Vi jobber med klimagassrapportering for konsernet per kvartal samt å høre på 'stemmen' fra Skanska AB og krav fra EU som vi må implementere i Skanska Norge.

En av de mest utfordrende oppgavene for Leknes og hennes kolleger er å holde tritt med de stadig strengere kravene som settes fra både EU og norske myndigheter. Et eksempel på dette er det nye bærekraftsdirektivet CSRD, som har som mål å løfte ikke-finansiell informasjon til samme nivå som finansiell informasjon.

I det daglige arbeidet på prosjektnivå viser Skanska en imponerende evne til å integrere bærekraftige løsninger fra start til slutt.

– Det gjøres utrolig mye bra arbeid på bærekraft i prosjektene våre. For eksempel ved å selge inn gode miljøkvaliteter i tilbudet eller legge fokus på dette i en samspillfase og sørge for at byggherren tar gode, miljøbevisste valg.

Et konkret eksempel på denne innsatsen er prosjektet på Lade, hvor trevirke fra Nydalsbrua-prosjektet har blitt gjenbrukt til vegger på boder i kjelleren på bygget.

Reduserte drivstoff-forbruket

Langsiktige mål er en viktig del av Skanskas bærekraftsstrategi.

– Vi har en målsetting om å være et foregangsselskap innen bærekraft og innovasjon. Dette styrer hvilke prosjekter selskapet velger å engasjere seg i, og hvilke innovasjonsprosjekter de investerer i. For eksempel har de samarbeidet med Ditio og Sintef om prosjektet Datadreven anleggsplass, hvor kunstig intelligens ble brukt for å optimalisere flåtestyringen og redusere drivstofforbruket med mellom 5 og 10 %.

Skanska har satt ambisiøse klimaambisjoner, inkludert en 70% reduksjon av utslipp på Scope 1 og 2 innen 2030 og klimanøytralitet innen 2045. – For å klare disse målene må man hele tiden lete etter hvordan man kan redusere forbruket ved å gjøre ting mer effektivt eller benytte andre typer drivstoff eller elektrisitet, der det er mulig, forklarer Leknes.

Stål og betong står for nesten 90% av Skanska Norges utslipp, og derfor er bruk av lavkarbonbetong og resirkulert stål noen av de viktigste tiltakene for å nå disse målene.

– Skanskas arbeid med bærekraft er forankret i vår visjon; vi bygger for et bedre samfunn. Visjonen gir oss en tydelig retning for å drive lønnsomt, samtidig som vi bidrar til å løse samfunnets utfordringer. Vi gjør det for dem som lever i dag, og for de som kommer etter oss, avslutter Leknes.



Dalog er viktig mellom Skanska og deres samarbeidspartnere, sier Stine Leknes.

Møt en ansatt i Heidenreich



Navn: Camilla Isaksen
Stilling: Teknisk VA

– Å jobbe i et selskap som har en tydelig strategi på Bærekraft er viktig for meg og var noe av det som gjorde at jeg søkte jobb hos HEIDENREICH.

Selskapet er tydelig på at vi skal bli ledende på bærekraft og fokusere på fem av FN's bærekraftsmål: Samarbeid for å nå målene, god helse og livskvalitet, rent vann og gode sanitærforhold, anstendig arbeid og økonomisk vekst samt industri, innovasjon og infrastruktur. Jeg er stolt av Heidenreich sitt fokus fordi jeg mener det er viktig at selskaper tar ansvar og lager regnestykker på forbruk. På den måten kan vi se hva forbruket faktisk er, og hva man kan jobbe med.

Hva kunne Heidenreich gjerne ha gjort ennå mer av innen bærekraft?

– Se på reduksjon av egne utslipp. Bygge bærekraft-kompetanse med for eksempel kursing internt med type «bærekraftskole» for alle ansatte.

7 kjappe

med Søren

Innkjøpsdirektør i Heidenreich, Søren Paaskesen, svarer på 7 grunnleggende spørsmål om selskapets grønne omstilling!

Paaskesen er ansvarlig for leverandørvalg, avtaleforhandlinger, reelt innkjøp fra valgte leverandører, samt utvikling av egne merkevare sortimenter i Heidenreich. Slik jobber han i hverdagen med bærekraft!

1. Hva er viktig med tanke på innkjøp og bærekraft?

Med tanke på Heidenreichs bærekraftsmål, konkurransesituasjonen, og miljø, er det viktig å velge leverandører som arbeider mest med bærekraft. Dette inkluderer å sikre at produktene er produsert med minimal miljøpåvirkning, fremme sosialt ansvarlige arbeidsforhold, og sikre langvarig økonomisk levedyktighet.

2. Hvilke retningslinjer og mål jobber dere etter når det gjelder sortiment og innkjøp?

Til enhver tid velge det sortiment og de leverandører som gjør at Heidenreich kan konkurrere i det norske markedet. Konkurransen her innebærer ikke bare pris, men også leverandørens engasjement i bærekraft og miljøhensyn. Vi streber etter å inkludere produkter som er EPD-sertifisert.

3. Hvilke krav setter dere til deres leverandører?

Alle leverandører må signere våre etiske krav og miljøevaluering. Dette sikrer at våre leverandører forplikter seg til etisk forretningspraksis og kontinuerlig forbedring av deres miljøpåvirkning. Målet er å oppnå EPD-sertifikater på alle produkter vi selger, både fra merkevare leverandører og egne merkevarer leverandører, noe som gir transparens og pålitelig informasjon om produktenes miljøpåvirkning.

4. Fortell litt mer om miljøevalueringen dere gjør!

Alle leverandører må forholde seg til miljøevalueringskjemaet. En gang i året følger vi opp for å se om leverandøren har utviklet seg siden siste evaluering. Dette hjelper oss med å overvåke og forbedre miljøprestasjonene til våre leverandører kontinuerlig.

5. På hvilke måter jobber dere for å ha et så grønt og miljøvennlig varesortiment som mulig?

Alle våre leverandører skal forholde seg til miljøevalueringskjemaet. Vi legger stor vekt på å få EPD-sertifikater på alle varer i deres sortiment. Vi organiserer også seminarer og workshops med våre kunder og leverandører for å fremme bærekraftige praksiser og utveksle kunnskap om miljøvennlige løsninger.

6. Hva er de største utfordringene i dette arbeidet og hvordan ser du på veien videre?

En av de største utfordringene er å sikre at alle leverandører følger de strenge miljøkravene og får nødvendige sertifiseringer. Veien videre innebærer fortsatt oppfølging av nåværende leverandører og fokus på miljøvennlige løsninger ved valg av nye leverandører. Vi vil også fortsette å legge vekt på å få EPD-sertifiseringer på alle produkter, noe som vil kreve tett samarbeid med leverandørene og konstant overvåking av deres praksiser.

7. På hvilken måte vil dere møte fremtiden?

Vi er forpliktet til å kontinuerlig forbedre våre bærekraftsinitiativer og ønsker å være ledende innen bærekraftig innkjøp i vår bransje. Dette inkluderer å investere i nye teknologier og innovative løsninger som kan redusere miljøpåvirkningen ytterligere. Vi jobber også aktivt med å øke bevisstheten rundt bærekraft blant våre ansatte, kunder og samarbeidspartnere, slik at alle kan bidra til en mer bærekraftig fremtid.

MILJØEVALUERING av leverandør i Heidenreich

Disse spørsmålene må alle som skal jobbe med Heidenreich sitt sortiment kunne svare positivt på, inkludert vedlegg som dokumenterer innholdet:

- Er bedriften kvalitets-, miljøsertifisert eller lignende? Hvis Ja, etter hvilken norm?
- Har bedriften utformet politikk/regler for kvalitet/miljø?
- Har bedriften gitt relevant kvalitet-/miljøinformasjon?
- Leverer bedriften merkingspliktige stoffer til Heidenreich?
- Har bedriften allerede utlevert leverandør bruksanvisninger?
- Er deres produkter miljømerket?
- Har bedriften tatt initiativ til å ivareta sosial bærekraft/etisk handel?
- Har virksomheten et medlemskap i et godkjent returselskap?
- Kan virksomheten bekrefte at det ikke selges produkter som inneholder tilsatt mikroplast?



– Man blir aldri «ferdig» med bærekraft

Vestfold- og Telemarkkontorene til Heidenreich satser tungt på miljøsertifisering og sosial bærekraft, sier distriktssjef Terje Bordi.

Heidenreich driver to butikker med totalt 11 ansatte i regionen, ledet av distriktssjef Terje Bordi.

Selskapet har forpliktet seg til miljøfyrtårn-sertifisering, en sertifisering som de arbeider aktivt med å opprettholde og forbedre hvert år. Sertifiseringen fornyes hvert tredje år, og i år har de oppnådd en ny sertifisering.

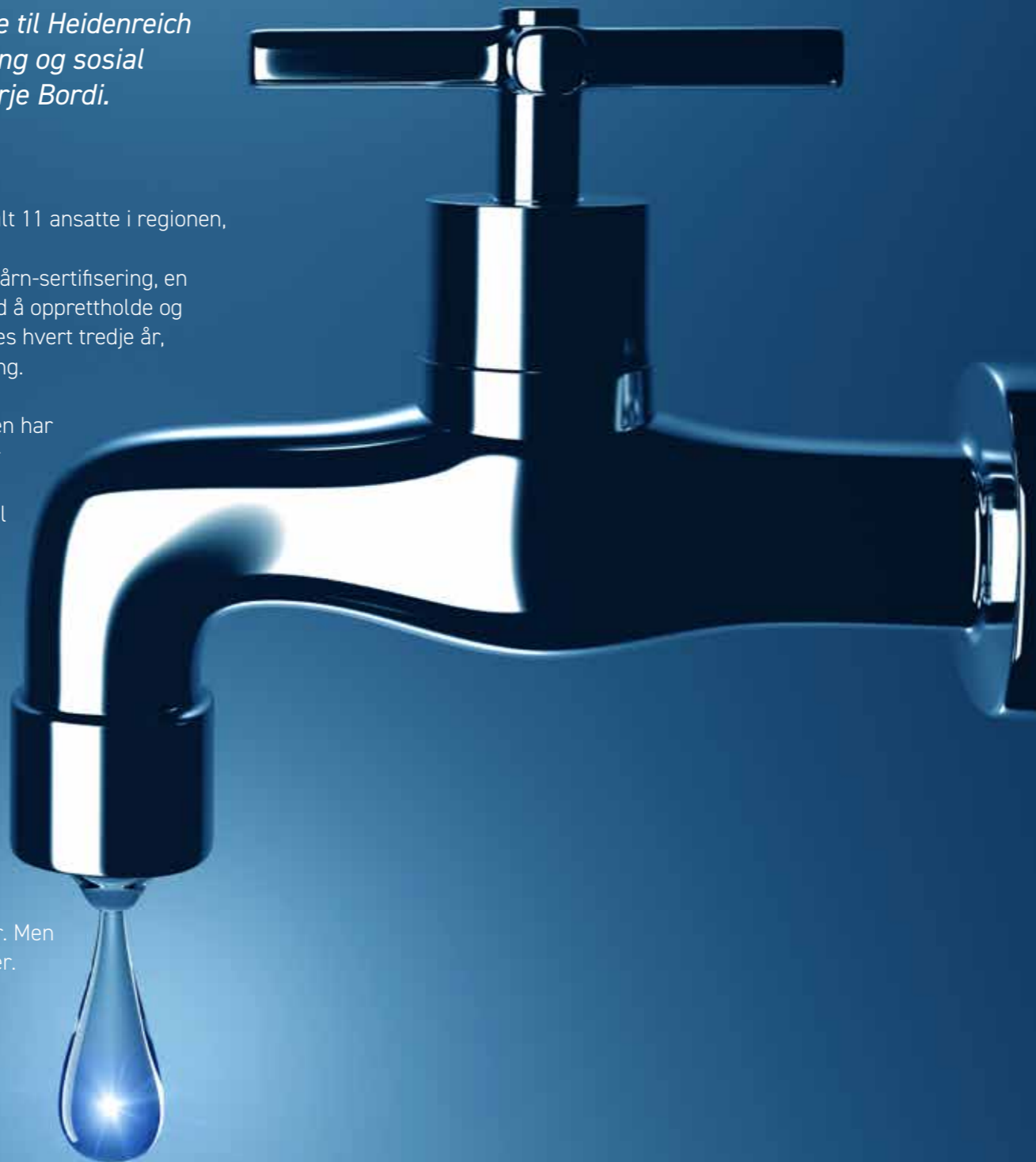
– Innholdet i miljøfyrtårn-sertifiseringen har stor betydning for oss. Dette inkluderer tiltak for avfallshåndtering og energibesparing i byggene våre. For eksempel har de byttet ut gamle lyspærer med LED-lys og erstattet gamle vifteovner, noe som har resultert i betydelige energibesparelser, forteller Bordi.

Reduserte utslipp

Vi har også implementert elbil-ladere på begge avdelinger. Disse kan benyttes av våre kunder og ansatte. Flere av oss ansatte har også byttet ut fossil drevet bil til elbil.

Vi hadde tidligere egne biler og sjåførere. Men nå leier vi inn fra eksterne transportører. Dette sparer oss for kostnader og øker effektiviteten gjennom felles bruk med andre grosister.

Det er et viktig tiltak!



Sosial bærekraft

For Bordi er sosial bærekraft og trivsel blant de ansatte hjertesaker.

– Uten trivsel får man ikke gjort så mye av alt det andre heller! Heidenreichs konsernledelse har vært tydelig på viktigheten av bærekraft fra starten av, og dette har smittet over på de ansatte.
– Vi har tiltak som gjør at vi kan følge konsernledelsens retningslinjer lokalt, og vi har sett målbare forbedringer i bærekraftsarbeidet de siste årene, fortsetter Bordi.



Distriktssjef Terje Bordi.

Avfallshåndtering

Butikklederne i Skien og Sandefjord er svært opptatt av avfallshåndtering, noe som også har blitt en viktig del av kundetilfredsheten.

– Før vi ble bevisste på dette, hadde vi bare 2-3 fraksjoner i avfallssorteringen. Nå har vi 15 forskjellige fraksjoner. Dette viser en betydelig forbedring i miljøarbeidet og et sterkt fokus på detaljer.

Veien videre

Selv om Heidenreich har oppnådd mye innen bærekraft, er Bordi klar på at det alltid er rom for forbedring.

– Vi kan alltid bli bedre når det gjelder bærekraft - for det tar jo aldri slutt. Men vi har allerede oppnådd gode resultater de siste årene, og vi fortsetter å jobbe mot enda høyere mål.

Avslutningsvis har Bordi noen sannhetens ord det faktisk kan være lett å glemme, tross all sin enkelhet!

– Vi jobber med rent vann hver dag, noe som i seg selv er en form for bærekraft. Rent vann er noe av det viktigste vi har!

Moteløve OG miljøløve?!

Jada, det er mulig!



Er du lei av fast fashion og dens negative miljøpåvirkning? Med noen smarte valg kan du bygge en bærekraftig garderobe som ser bra ut og samtidig reduserer ditt miljøavtrykk.

1. Invester i tidløse plagg

En av de beste måtene å redusere miljøavtrykket på er å investere i kvalitetsklær som varer lenge. Tidløse plagg som aldri går av moten, for eksempel en klassisk trenchcoat eller en godt sydd dress, kan brukes år etter år og minsker behovet for hyppige innkjøp.

2. Velg naturlige materialer

Når du handler klær, se etter plagg laget av naturlige materialer som økologisk bomull, lin og ull. Disse materialene er ofte mer bærekraftige enn syntetiske stoffer, både i produksjon og etter bruk, da de brytes ned naturlig uten å forurense miljøet.

3. Sjekk merkets bærekraftspraksis

Før du kjøper fra et nytt merke, gjør litt research for å finne ut om de har bærekraftige produksjonsmetoder. Mange merker har nå sertifiseringer som GOTS (Global Organic Textile Standard) eller Fair Trade, som sikrer at klærne deres er produsert på en miljøvennlig og etisk måte.

4. Secondhand og vintage Secondhand-butikker

Fantastiske steder å finne unike og stilige klær uten å bidra til ny produksjon. Å kjøpe brukt forlenger levetiden til plaggene og reduserer avfallsmengden.

5. Gjenbruk og reparasjon

I stedet for å kaste klær som er skadet, lær deg noen enkle reparasjonsteknikker som kan gi nytt liv til dine gamle favoritter. Å sy i en knapp eller lappe et hull kan gjøre at et plagg varer mye lengre.

6. Mix og match

Vær kreativ med hvordan du stiler klærne dine. Ved å kombinere plagg på nye måter kan du skape mange forskjellige looks uten å måtte kjøpe nye klær. Dette gjør at garderoben din føles fresh og variert, selv om du har færre plagg.

7. Riktig vask og vedlikehold

Å vaske klærne dine på riktig måte kan forlenge levetiden deres betraktelig. Følg vaskeanvisningene, bruk mildt vaskemiddel, og unngå tørketrommelen når det er mulig. Heng opp klærne til tørk for å redusere slitasje.

8. Sesongbasert lagring

Oppbevar sesongklærne riktig når de ikke er i bruk. Pakk dem bort i lufttette bokser eller poser for å beskytte dem mot støv og skader. Dette vil bidra til at de holder seg pene lenger og er klare til bruk når sesongen kommer igjen.

9. Begrens impuls kjøp

Tenk gjennom kjøpene dine nøye og unngå impuls kjøp. Spør deg selv om du virkelig trenger plagget og om det passer inn i garderoben din. Ved å være mer bevisst på hva du kjøper, kan du redusere sløsing og kun ha klær du virkelig elsker og bruker.

10. Støtt lokale designere

Lokale designere og små merker har ofte mer bærekraftige og etiske produksjonsmetoder enn store kjeder. Ved å støtte disse, bidrar du til en mer bærekraftig moteindustri samtidig som du får unike og ofte håndlagde plagg.

- Vi merker en økende trend!

Hallingplast merker at etterspørselen etter nye miljøvennlige løsninger er økende. Heidenreich samarbeider med familiebedriften for å kunne gjøre denne typen produkter mer kjent blant kundene.

Hallingplast ble etablert i 1969 og er en hjørne-
steinsbedrift i Hallingdal. Selskapet produserer
plastrør hovedsakelig for vann- og avløpssystemer,
kabelbeskyttelse, og havbruksanlegg.

Daglig leder Sverre Tragethon representerer tredje
generasjon i familiebedriften.

- Vi jobber for å løse kundenes behov når det
gjelder bygging av vann- og avløpsnett, kabelinfra-
struktur og havbruksanlegg med høy kvalitet.

I økende grad fokuserer vi på å imøtekomme krav
til bærekraft, som har utviklet seg betydelig de siste
årene.



Daglig leder i Hallingplast, Sverre Tragethon

Det er positivt at det etterspørres mer miljø-
vennlige produkter, selv om det er en
utfordrende prosess som tar tid og innebærer
høyere kostnader. Markedet må være villig til å
betale for bærekraftige løsninger, men vi ser en
trend hvor stadig flere er villige til dette.

Med et sterkt fokus på innovasjon og miljøvennlige
løsninger, samarbeider selskapet tett med grossister
som Heidenreich for å møte markedets økende krav
til bærekraft.

- Dette samarbeidet er viktig for å kunne tilby
kundene våre bærekraftige løsninger. Heidenreich
har dyktige folk ute på avdelingene som har god
kunnskap om våre produkter og kan selge inn de
løsningene til kundene. Når vi kommer med fossilfrie
rør, hjelper Heidenreich oss med å ta disse løsnin-
gene ut i markedet.

Innovative produksjonsmetoder

Produksjonen av plastrør hos Hallingplast er både
avansert og nøye planlagt. Råmaterialene, som
ankommer daglig, blir omdannet til plastrør gjennom
en prosess som involverer smelting, ekstrudering



og avkjøling. Dette sikrer høy kvalitet og holdbarhet
på produktene, som har en forventet levetid på over
100 år.

Hallingplast har etablert seg som en nøkkelaktør
i bransjen, med fokus på kvalitet og bærekraft.
Hallingplast har investert tungt i bærekraftige
løsninger, inkludert et resirkuleringsanlegg som
bidrar til å skape sirkulære verdikjeder. Selskapet
er også sertifisert med ISCC+, som dokumenterer
bruken av fossilfrie materialer.

- En årlig revisjon dokumenterer sammenhengen
mellom hvor mange kilo ISCC-sertifiserte råvarer vi
har mottatt og hvor mange kilo ferdige ISCC-sertifiserte
rør vi har produsert, forklarer Tragethon

Samarbeid med Heidenreich

Hallingplast samarbeider tett med Heidenreich.

- Når vi kommer med fossilfrie rør, hjelper Heidenreich
oss med å ta disse løsningene ut i markedet. Dette
partnerskapet sikrer at kundene får tilgang til de
mest moderne og miljøvennlige løsningene.

Deres dyktige ansatte er avgjørende for å bringe
Hallingplasts bærekraftige løsninger ut i markedet.
Hallingplast har levert referanseprosjekter i Norge,
Sverige og Finland, og interessen for bærekraftige
produkter øker.

- I tillegg til produktene, tilbyr vi også bærekraftige
installasjonsmetoder, som gravefrie metoder hvor
vi kan legge 200 meter rør uten lastebiler og grave-
maskiner. Ved å bore hull i bakken og trekke
gjennom helsveidete plastrør, tilbyr vi et miljøvennlig
alternativ til tradisjonelle metoder.

Gjennom kontinuerlig innovasjon og tett sam-
arbeid med partnere som Heidenreich, er
selskapet godt posisjonert for å møte fremtidens
krav til miljøvennlig infrastruktur.

- Med fokus på innovasjon og sirkulær økonomi, ser
vi frem til å fortsette å utvikle og levere produkter
som møter både dagens og fremtidens krav til miljø
og kvalitet, forsikrer Tragethon.

10 tips til en grønnere hverdag

Lyst til å gjøre en forskjell for miljøet uten å måtte flytte til et økologisk gårdsbruk? Heidenreich har deg dekket med disse ti enkle, men effektive tipsene for en grønnere hverdag!

1. Kutt ned på kjøtt

Hva du kan gjøre: Bli en "flexitarian" og prøv en kjøttfri mandag – eller hvilken som helst annen dag som passer deg.

Hvorfor: Mindre kjøttforbruk betyr mindre klimagassutslipp. Pluss, du får sjansen til å imponere venner med dine kreative vegetar-middager!

2. Resirkuler som en proff

Hva du kan gjøre: Sorter avfallet ditt nøye – plast i plast, papir i papir, og så videre.

Hvorfor: Resirkulering sparer ressurser og energi. Dessuten får du en uforglemmelig følelse av tilfredshet når du treffer blink med melkekartongen i resirkuleringsboksen.

3. Gjenbruk glasskrukker

Hva du kan gjøre: Bruk tomme syltetøyglass som oppbevaringsbeholdere eller vaser.

Hvorfor: Du reduserer avfall og skaper sjarmerende oppbevaringsløsninger. Glem IKEA – glasskrukkene dine er nå det nye interiørdesignet.

4. Slå av lysene

Hva du kan gjøre: Husk å slå av lysene når du forlater et rom. Bruk også LED-pærer.

Hvorfor: Dette reduserer strømforbruket og sparer penger. Bonus: du får øvd deg på å leve som en ninja i mørket!

5. Kjør mindre, sykle mer

Hva du kan gjøre: Bruk sykkelen til korte turer i stedet for bilen.

Hvorfor: Mindre bilkjøring reduserer utslipp. Og hey, med den ekstra treningen vil du snart passe perfekt inn i dine gamle jeans igjen.

6. Bruk tøynett

Hva du kan gjøre: Ta med deg et tøynett når du handler.

Hvorfor: Du sparer miljøet for plastposer og ser stilig ut samtidig. Miljøvennlig og fasjonabel – snakk om å slå to fluer i en smekk!

7. Reduser vannforbruket

Hva du kan gjøre: Ta kortere dusjer og reparer dryppende kraner.

Hvorfor: Dette sparer vannressurser og reduserer din vannregning. Plus, du får mer tid til å gjøre andre viktige ting.

8. Velg økologisk mat

Hva du kan gjøre: Kjøp økologiske produkter når det er mulig.

Hvorfor: Økologisk mat er ofte bedre for miljøet og helsen. Tenk på det som en investering i en grønnere fremtid – og kanskje også i din egen helse.

9. Støtt lokale produkter

Hva du kan gjøre: Kjøp fra lokale produsenter og markeder.

Hvorfor: Du støtter lokalt næringsliv og reduserer karbonavtrykket fra transport. Og du får ferskere varer – direkte fra bondens hender til ditt bord.

10. Plant en hage

Hva du kan gjøre: Start en liten urtehage eller plant noen blomster.

Hvorfor: Planter absorberer CO² og gir deg et hyggelig utendørsområde. Pluss, det er noe magisk med å se noe vokse under dine egne grønne fingre.



Tallene peker i positiv retning!



Heidenreich har satt seg ambisiøse mål spesielt innen bærekraft, både innen miljø, men også innen et sosialt perspektiv og resirkulering. Det mest ambisiøse har vi innen miljø, hvor vi har en visjon om å redusere våre utslipp med 100% innen 2030. Slik ser det ut per i dag!

- Vi har nå under 2030 dager frem til år 2030, og det går fort frem dit. Da er det også gledelig å se at de tiltakene vi har iverksatt også gir resultater, samtidig som vi har fortsatt en vei igjen for å innfri, sier markeds- og bærekraftsdirektør Kjetil Grønnebakken.

Heidenreich har redusert utslipp i kg CO² pr. omsatt million kroner med hele 63% og reduksjon i totale utslipp tonn CO² med minus 40%.

Når vi snakker om utslipp så rapporteres dette gjerne inn i tre deler.

Scope 1 omfatter direkte utslipp fra utstyr som din virksomhet eier eller kontrollerer.

- Dette kan inkludere utslipp fra kjøretøy, forbrenning av drivstoff, produksjonsprosesser og bygninger, her har vi en reduksjon på 21,25%. Det å øke fyllingsgraden og innføre nullutslipp-løsninger på varetransport er av de viktigste tiltak for å redusere utslipp og dette har direkte påvirkning på utslippstallene.

Vi har blant annet endret transport på Østlandet ved at vi i februar tok i bruk både elektrisk skapbil og kranbil, blant våre selgere har andelen som nå kjører elektrisk bil gått fra 15% i 2015 til i dag hvor 85% av våre selgere kjører elektrisk bil.

Scope 2 av rapporteringen omhandler indirekte utslipp fra innkjøpt energi – her oppnådde Heidenreich en reduksjon på 31%.

- Her ser vi at vi fortsatt har lavere utslipp på flyreiser sammenlignet med 2015, men høyere når vi sammenligner med 2022 og 2021. Her må vi se hvordan vi kan få ned utslipp på flyreiser. Her ligger også utslipp i forbindelse med energi, og vi ser at vårt strømforbruk er økt, og det henger sammen med at andeler elektriske biler, selvsagt også krever mer i strømforbruk.

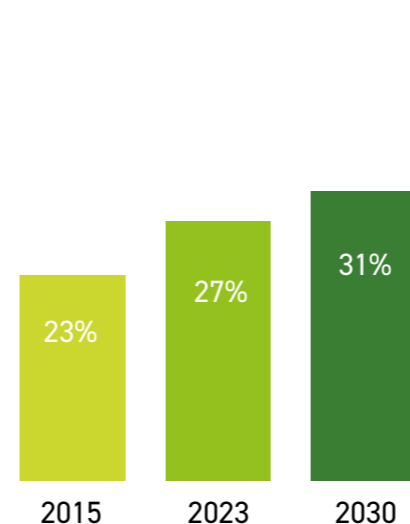
Scope 3 omhandler indirekte utslipp fra virksomhetens verdikjede og andre aktiviteter som ikke direkte kontrolleres av virksomheten. Her ligger blant annet avfallshåndtering, og ved hjelp av tiltak har selskapet redusert utslippene her med hele 66,5% fra 2015 til 2023.

- Avfall, avfallshåndtering og emballasje er også viktige tiltaksområder. Vi har redusert bruken av papp med 34% og dette henger blant annet sammen med gjenbrukscontaineren som vi bruker til å transportere varer mellom vårt sentrallager og våre butikker. Og vi har på vårt sentrallager økt sorteringsgraden fra 81% i 2015 til 91% i år, mens målsetningen i 2030 er på 94%, forteller Grønnebakken.

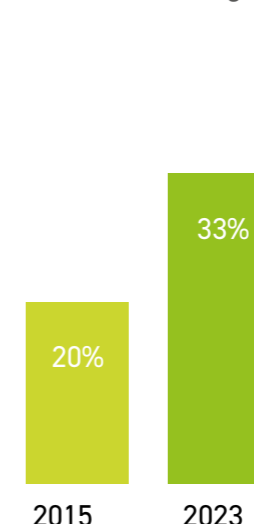
Heidenreich har jobbet bevisst for å øke kvinneandelen, og fra 2015 til 2024 er avdelinger med kvinner gått fra 60% til 83%. Andelen kvinner i ledergruppen er også gått fra 20% i 2015 til dagens andel på 33%

Vår visjon er å redusere våre totale utslipp med **100%** innen 2030. Målt mot basisåret 2015 **reduserte** vi i 2023 utslippene med **63%** målt i KGCo2 pr. omsatt million kroner.

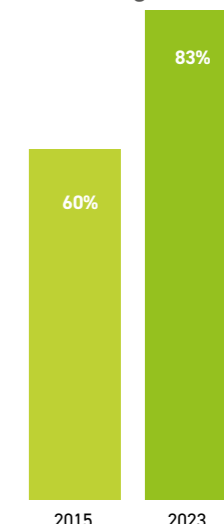
Kvinneandelen i Heidenreich



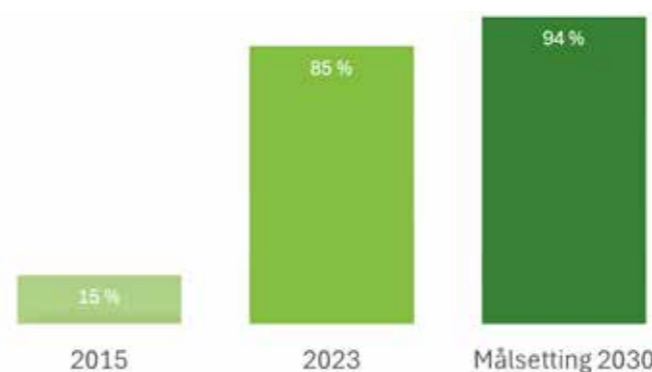
Andel kvinner i ledergruppen



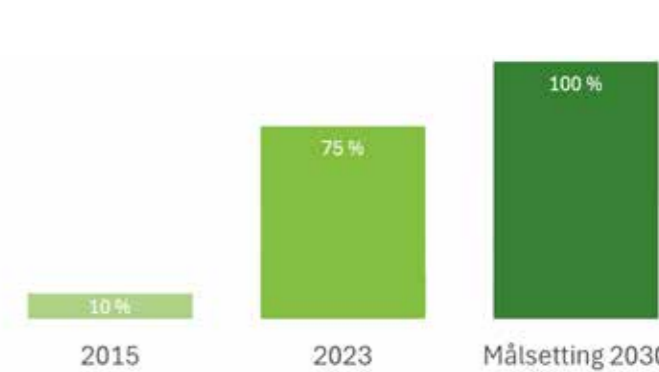
Andel avdelinger med kvinner



Andel selgere med el-bil



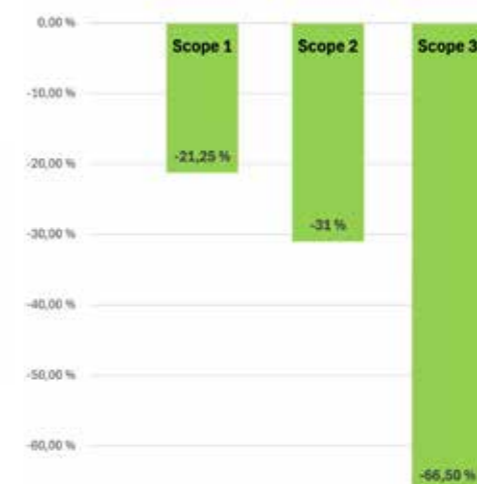
Andel nullutslipp egneide varebiler



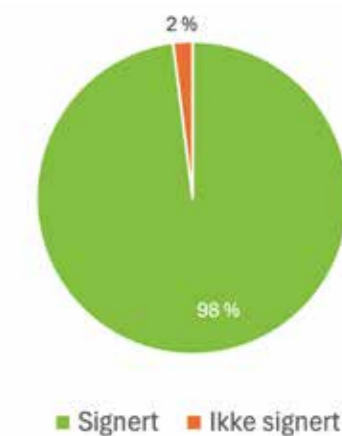
Totalt utslipp pr. avdeling



Reduksjon i utslipp målt fra basisåret 2015 til og med 2023



Andel lagerførte produktleverandører som har signert våre etiske krav



Vår visjon er å bli **100% utslippsfri,**

og vi er forpliktet til konkrete og effektive tiltak for å nå dette målet.

Vår strategi for å oppnå bærekraftige utslippsreduksjoner inkluderer:

Scope 1:

For direkte utslipp fra kilder som eies eller kontrolleres av Heidenreich, har vi implementert banebrytende teknologier og prosesser som minimerer våre karbonavtrykk. Vi har investert i fornybar energi og optimalisering av driftseffektivitet for å sikre netto nullutslipp i alle våre operasjoner innen 2030.

Scope 2:

For indirekte utslipp fra kjøpt elektrisitet, varme og kjøling, arbeider vi aktivt med å sikre at all vår energi kommer fra fornybare kilder. Vi har allerede etablert partnerskap med grønne energileverandører og fortsetter å utvide vår bruk av miljøvennlig kraft og energi for å oppnå netto nullutslipp innen 2030.

Scope 3:

For andre indirekte utslipp, som inkluderer alle andre utslipp i vår verdikjede (fra leverandører, transport og distribusjon til sluttbruker), har vi satt **et mål om å redusere disse utslippene med minst 70% innen 2030.**

Vi jobber tett med våre leverandører og partnere for å implementere bærekraftige praksiser og løsninger som reduserer karbonavtrykket på alle nivåer i vår verdikjede. Innen 2030 skal vi også ha fullført overgangen til nullutslippsløsninger for vår egen transportflåte.

Heidenreich er stolte av å ta et tydelig ansvar innen bærekraft.

Vi skiller oss ut ved å sette ambisiøse og konkrete mål, som er støttet av vår helhetlige tilnærming til miljøvennlig drift. Våre investeringer i ny teknologi, våre sterke partnerskap med fornybare energileverandører, og vår forpliktelse til kontinuerlig forbedring gjør oss til en pådriver i bransjen.

Våre løsninger og tiltak er ikke bare fremtidsrettede, men også umiddelbart effektive, noe som setter oss i forkant av bærekraftige praksiser i vår sektor.

Gjennom vår visjon og våre handlinger, demonstrerer Heidenreich en urokkelig forpliktelse til å beskytte miljøet og fremme en bærekraftig fremtid. Vårt mål om å oppnå 100% utslippsfri drift er ikke bare et løfte, men en pågående realitet gjennom våre konkrete tiltak og planer.



10 spørsmål



Nå som du har lest hele magasinet vil det nok være lett for deg å svare på disse spørsmålene! Vis at du er en miljøekspert som spiller på lag med Heidenreich!

1. Hvorfor er "Grønt Punkt" viktig for Heidenreich?

- A) Det markerer starten på deres årlige miljøuke
- B) Det indikerer miljøvennlige parkeringsplasser
- C) Det viser til deres medlemskap i en ordning for gjenvinning

2. Hva menes med en nullutslipps-bil?

- A) Den bruker kun vann som drivstoff
- B) Den produserer ingen utslipp under kjøring
- C) Den kan kjøre uten sjåfør og dermed spare kostnader

3. Hvilken type emballasje innførte Heidenreich for å redusere plast- og pappavfall?

- A) Gjenbrukscontainere
- B) Spiselig emballasje
- C) Selvoppløsende emballasje

4. Hvor mye ønsker Heidenreich å redusere sine utslipp med innen 2030?

- A) 50%
- B) 70%
- C) 100%

5. Hva menes med "sirkulær økonomi"?

- A) Økonomi som går i sirkel fra fattig til rik
- B) Et økonomisk system ment for å minimere avfall og maksimere gjenbruk
- C) En økonomisk modell basert på investeringer i rundkjøringer

6. Hva er et av målene for Heidenreich når det kommer til deres avfallshåndtering innen 2030?

- A) Å vinne en søppelsorteringskonkurranse
- B) Å oppnå en sorteringsgrad på 95% på sentrallageret
- C) Å lansere en app for avfallshåndtering

7. Hva står EPD for, som er viktig for Heidenreich og deres miljøarbeid?

- A) Every Product's Dream
- B) Economic Progress and Development
- C) Environmental Product Declaration

8. Hva er en viktig del av Heidenreichs samfunnsansvar?

- A) Å støtte humanitære organisasjoner
- B) Å holde gatefester
- C) Å møte klimaministeren hvert år

9. Hvorfor er energisparing viktig for Heidenreich?

- A) Som et tiltak for å redusere klimaavtrykk og driftskostnader
- B) For å kunne spare strøm til vinteren
- C) For å samle energi til årets julebord

10. Hva gjør Heidenreich for å fremme bærekraftig vannbruk?

- A) Arrangerer vannballongkriger
- B) Tilbyr produkter som sikrer tilgang til rent vann og gode sanitærforhold
- C) Holder synkronsvømmingskurs

Svarene finner du nederst på denne side

1. C. Heidenreich er medlem av Grønt Punkt Norge, som omhandler gjenvinning av emballasje. | 2. B. Og Heidenreich jobber mot en transportfrie med nullutslipp | 3. A. Gjenbrukscontainere bidrar til å redusere miljøbelastningen. | 4. C | 5. B. Heidenreich støtter prinsippene for sirkulær økonomi. | 6. B. | 7. C. Environmental Product Declaration gir informasjon om produktets miljøpåvirkning. | 8. A. Heidenreich anser støtte til skoler, humanitære organisasjoner som en del av sitt samfunnsansvar. | 9. A. | 10. B.



HEIDENREICH

+47 22 02 42 00

heidenreich.no



firmapost@heidenreich.no



Industriveien 6
Postboks 84
2020 Skedsmokorset



For avdelingsinformasjon
se heidenreich.no