

Evaluering af grønne lokale og regionale netværk med deltagelse af myndigheder og virksomheder

Delrapport 2: Interviewundersøgelse af interessenter

Marianne Forman og Michael Søgaard Jørgensen
Teknologisk Institut

Miljøstyrelsen vil, når lejligheden gives, offentliggøre rapporter og indlæg vedrørende forsknings- og udviklingsprojekter inden for miljøsektoren, finansieret af Miljøstyrelsens undersøgelsesbevilling.

Det skal bemærkes, at en sådan offentliggørelse ikke nødvendigvis betyder, at det pågældende indlæg giver udtryk for Miljøstyrelsens synspunkter.

Offentliggørelsen betyder imidlertid, at Miljøstyrelsen finder, at indholdet udgør et væsentligt indlæg i debatten omkring den danske miljøpolitik.

Indhold

INDHOLD	3
FORORD	7
SAMMENFATNING OG KONKLUSIONER	9
SUMMARY AND CONCLUSIONS	11
1 INDLEDNING	13
1.1 BAGGRUND	13
1.2 METODE OG GENNEMFØRELSE	14
2 REFERATER FRA INTERVIEWUNDERSØGELSE	16
2.1 INTERVIEW MED DORTHE BRAMSEN CLAUSEN DEN 5. AUGUST 2002, MILJØFORUM DANMARK	16
2.1.1 <i>Baggrund</i>	16
2.1.2 <i>Kendskab til netværk</i>	16
2.1.3 <i>Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt</i>	16
2.1.4 <i>Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning</i>	16
2.1.5 <i>Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk</i>	17
2.1.6 <i>Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi</i>	17
2.1.7 <i>Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi/ Lokale/regionale netværk i fremtiden</i>	18
2.2 INTERVIEW MED THOMAS FÆRGEMAN, DANMARKS NATURFREDNINGSFORENING DEN 14. AUGUST 2002	18
2.2.1 <i>Baggrund</i>	18
2.2.2 <i>Kendskab til netværk</i>	19
2.2.3 <i>Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt</i>	19
2.2.4 <i>Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning</i>	19
2.2.5 <i>Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk</i>	19
2.2.6 <i>Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi</i>	20
2.2.7 <i>Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi</i>	20
2.2.8 <i>Lokale/regionale netværk i fremtiden</i>	20
2.3 INTERVIEW MED HELLE JUHLER KRISTOFFERSEN, DANSK INDUSTRI, D. 13. AUGUST 2002	21
2.3.1 <i>Baggrund</i>	21
2.3.2 <i>Kendskab til netværk</i>	21
2.3.3 <i>Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt</i>	21
2.3.4 <i>Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning</i>	22
2.3.5 <i>Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk</i>	22

2.3.6	Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi	22
2.3.7	Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi	22
2.3.8	Lokale/regionale netværk i fremtiden.	23
2.4	INTERVIEW MED KÅRE JACOBSEN, KOMMUNERNES LANDSFORENING DEN 13. AUGUST 2002	23
2.4.1	Baggrund	23
2.4.2	Kendskab til netværk	23
2.4.3	Lokale/regionale, grønne netværks betydning lokalt/regionalt	24
2.4.4	Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning	24
2.4.5	Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk	25
2.4.6	Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi	25
2.4.7	Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi	25
2.4.8	Lokale/regionale netværk i fremtiden	26
2.5	INTERVIEW MED PER PONSANG, COWI DEN 13. AUGUST 2002	26
2.5.1	Baggrund	26
2.5.2	Kendskab til netværk	26
2.5.3	Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt	26
2.5.4	Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning	27
2.5.5	Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk	28
2.5.6	Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi	28
2.5.7	Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi	29
2.5.8	Lokale/regionale netværk i fremtiden	29
2.6	INTERVIEW MED OLE LÜTZEN, CARL BRO, D. 13. AUGUST 2002	29
2.6.1	Baggrund	29
2.6.2	Kendskab til netværk	29
2.6.3	Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt	30
2.6.4	Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning	30
2.6.5	Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk	31
2.6.6	Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi & Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi	31
2.6.7	Lokale/regionale netværk i fremtiden.	31
2.7	INTERVIEW MED BENT SØNDERGAARD, TEKSAM, ROSKILDE UNIVERSITETSCENTER, D. 21. AUGUST 2002	31
2.7.1	Baggrund	31
2.7.2	Kendskab til netværk	31
2.7.3	Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt	32
2.7.4	Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning	32
2.7.5	Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk	33
2.7.6	Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi	33
2.7.7	Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi	34
2.7.8	Lokale/regionale netværk i fremtiden.	34
2.8	INTERVIEW MED METTE KAA HANSEN, ØKONOMI- OG ERHVERVSMINISTERIET DEN 16. AUGUST 2002	35

2.8.1	<i>Baggrund</i>	35
2.8.2	<i>Kendskab til netværk</i>	35
2.8.3	<i>Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt</i>	35
2.8.4	<i>Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning</i>	36
2.8.5	<i>Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk</i>	36
2.8.6	<i>Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi</i>	37
2.8.7	<i>Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi</i>	37
2.8.8	<i>Lokale/regionale netværk i fremtiden</i>	37
2.9	INTERVIEW MED MAJ MUNCH ANDERSEN, MINISTERIET FOR VIDENSKAB, TEKNOLOGI OG UDVIKLING, D. 20. AUGUST 2002	37
2.9.1	<i>Baggrund</i>	37
2.9.2	<i>Kendskab til netværk</i>	38
2.9.3	<i>Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt & Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning</i>	38
2.9.4	<i>Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk</i>	39
2.9.5	<i>Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi & Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi</i>	39
2.9.6	<i>Lokale/regionale netværk i fremtiden</i>	40

Bilag A Temaer til interviews med interessenter og eksperter i forbindelse med evaluering af lokale og regionale miljønetværk

Forord

Evaluering af grønne lokale /regionale netværk i Danmark gennemføres af Teknologisk Institut, Arbejdsliv, Danmarks Tekniske Universitet, Institut Produktion og Ledelse og Marianne Forman ApS. Evalueringen er finansieret af Programmet for Renere Produkter m.v. Denne interviewundersøgelse er anden aktivitet i evalueringen.

Interviewundersøgelsen er gennemført af :

Marianne Forman, Marianne Forman ApS
Michael Søgaard Jørgensen, Danmarks Tekniske Universitet, Institut for Produktion og Ledelse

Projektgruppen takker de eksperter og interessenter, som har stillet deres tid og viden til rådighed gennem de udførte telefoninterview. Derfor tak til:

Dorthe Bramsen Clausen, Miljøforum Danmark
Thomas Færgeman, Danmarks Naturfredningsforening
Helle Juhler, Dansk Industri
Kåre Jacobsen, Kommunernes Landsforening
Per Ponsaing, COWI
Ole Lützen, Carl Bro
Bent Søndergaard, RUC
Mette Kaae Hansen, Økonomi og Erhvervsministeriet
Maj Munch Andersen, Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling

Sammenfatning og konklusioner

Der er en række lokale og regionale grønne netværk, der er iværksat med henblik på at igangsætte lokale og regionale aktiviteter med udgangspunkt i et udvidet samarbejde mellem virksomheder og miljømyndigheder. Fokus har været på opbygning af miljøkompetence, forbedring af miljøforhold, dokumentering af miljøforhold m.m.

Under Program for renere produkter er der i maj 2002 iværksat en evaluering af regionale miljønetværk med offentligt og privat samspil, for at belyse mulighederne for samspil med Den Produktorienterede Miljøstrategi (POMS) og en evt. kommende strategi for grøn markedsudvikling i Danmark. Formålet med evalueringen er at tilvejebringe systematisk og dokumenteret viden om danske netværk og deres funktion, herunder at:

- kortlægge eksisterende netværk
- beskrive modeller for grønne netværk
- vurdere effekter af hidtidige netværk
- afdække kritiske succesfaktorer for netværk
- vurdere, hvordan netværk kan udvikles
- vurdere muligheder og begrænsninger for disse netværk som et instrument til at fremme Den Produktorienterede Miljøstrategi og en evt. kommende strategi for Grøn Markedsudvikling.

Teknologisk Institut, DTU og Marianne Forman ApS gennemfører evalueringen. Delaktiviteterne i evalueringen er:

- Udarbejdelse af et katalog over de eksisterende grønne netværk, hvor de enkelte netværk kort beskrives med hensyn til historie, formål, aktører, aktiviteter, struktur og resultater.
- Uddybende interviewundersøgelse af aktører, som ikke er deltagere i grønne netværk.
- Udarbejdelse af 6 – 8 cases om grønne netværk på basis af uddybende undersøgelse og gennemførelse af fokusgruppeinterview af udvalgte netværk.
- Analyse og afrapportering.

Delrapport 2 er dokumentation af en interviewundersøgelse af aktører, som ikke er deltagere i grønne netværk. Interviewpersonerne er i alt 9 personer i form af forskere og konsulenter inden for miljø- og teknologiudvikling, offentlige myndigheder, der har netværk som del af deres arbejdsområde og repræsentanter fra forskellige interesseorganisationer.

Formålet med interviewundersøgelsen er at indhente yderligere erfaringer og viden om grønne netværks funktion og potentielle muligheder og begrænsninger i forhold til at understøtte Den Produktorienterede Miljøstrategi og Grøn Markedsøkonomi hos aktører, der har viden og erfaring inden for disse områder, men som ikke er deltagere i et grønt netværk. Materialet fra interviewene indgår bl.a. i tilrettelæggelsen af evalueringens case-studier af et antal netværks udviklingsforløb og i den strategiske analyse af netværkenes muligheder og begrænsninger.

Summary and conclusions

There is a number of local and regional green networks implemented against the implementation of local and regional activities based on an extended collaboration between enterprises and environmental authorities. Focus was on building up environmental competence, improvement and documentation of environmental conditions, etc.

Under 'Programme for cleaner products', an evaluation of regional environmental networks with public and private interaction was implemented in May 2002 in order to illustrate the potentials for an interaction with 'Den Produktorienterede Miljøstrategi (POMS)' ('The Product-orientated Environmental Initiative) and a possible future strategy for Green Market Development in Denmark. The purpose of the evaluation is to provide systematical and substantiated knowledge of Danish networks and their function, including to:

- map out existing networks
- describe models for green networks
- assess the effects of earlier networks
- uncover critical success factors for networks
- estimate how networks can be developed
- estimate possibilities and limits for these networks as an instrument to promote The Product-orientated Environmental Initiative and a possible future strategy for Green Market Development.

Danish Technological Institute, DTU and Marianne Forman ApS are carrying out the evaluation. Part activities of the evaluation are:

- Preparation of a catalogue of the existing green networks in which the individual networks are briefly described as regards history, purpose, actors, activities, structure and results.
- Elaborating interview survey of those actors not participating in green networks.
- Preparation of 6-8 cases on green networks based on detailed survey and implementation of focus group interviews of selected networks.
- Analysis and reporting.

Sub report 2 is the substantiation of an interview survey of actors who are not participants of green networks. There are totally 9 interview persons by way of researchers and consultants within environmental and technological development, public authorities having networks as part of their activity area and representatives from various organisations.

The purpose of the interview survey is to collect additional experiences and knowledge of green networks' function and potentials and limitations as regards supporting 'Den Produktorienterede Miljøstrategi' ('The Product-orientated Environmental Initiative) and 'Grøn Markedsøkonomi' (Green Market Economy) with actors possessing knowledge and experience within these fields but not participating in any green network. The material from the

interviews are among other things included in the arrangement of the evaluation's case studies of the development of a number of networks and also in the strategic analysis of the networks' potentials and limitations.

1 Indledning

1.1 Baggrund

Der er en række lokale og regionale grønne netværk, der er iværksat med henblik på at igangsætte lokale og regionale aktiviteter med udgangspunkt i et udvidet samarbejde mellem virksomheder og miljømyndigheder. Fokus har været på opbygning af miljøkompetence, forbedring af miljøforhold, dokumentering af miljøforhold m.m.

Under Program for renere produkter er der i maj 2002 iværksat en evaluering af regionale miljønetværk med offentligt og privat samspil, for at belyse mulighederne for samspil med Den Produktorienterede Miljøstrategi (POMS) og en evt. kommende strategi for grøn markedsudvikling i Danmark. Formålet med evalueringen er at tilvejebringe systematisk og dokumenteret viden om danske netværk og deres funktion, herunder at:

- kortlægge eksisterende netværk
- beskrive modeller for grønne netværk
- vurdere effekter af hidtidige netværk
- afdække kritiske succesfaktorer for netværk
- vurdere, hvordan netværk kan udvikles
- vurdere muligheder og begrænsninger for disse netværk som et instrument til at fremme Den Produktorienterede Miljøstrategi og en evt. kommende strategi for Grøn Markedsudvikling.

Teknologisk Institut, DTU og Marianne Forman ApS gennemfører evalueringen. Delaktiviteterne i evalueringen er:

- Udarbejdelse af et katalog over de eksisterende grønne netværk, hvor de enkelte netværk kort beskrives med hensyn til historie, formål, aktører, aktiviteter, struktur og resultater.
- Uddybende interviewundersøgelse af aktører, som ikke er deltagere i grønne netværk.
- Udarbejdelse af 6 – 8 cases om grønne netværk på basis af uddybende undersøgelse og gennemførelse af fokusgruppeinterview af udvalgte netværk.
- Analyse og afrapportering.

Delrapport 2 er dokumentation af gennemført interviewundersøgelse af aktører, som ikke er deltagere i grønne netværk. Formålet med interviewundersøgelsen er at indhente yderligere erfaringer og viden om grønne netværks funktion og potentielle muligheder og begrænsninger i forhold til at understøtte Den Produktorienterede Miljøstrategi og Grøn Markedsøkonomi hos aktører, der har viden og erfaring inden for disse områder, men som ikke er deltagere i et grønt netværk. Materialet fra interviewene indgår bl.a. i tilrettelæggelsen af evalueringens case-studier af et antal netværks udviklingsforløb og i den strategiske analyse af netværkenes muligheder og begrænsninger.

1.2 Metode og gennemførelse

Interviewpersonerne er valgt ud fra et ønske om at få følgende to forhold bedst muligt opfyldt.

1. Den produktorienterede miljøstrategi og Grøn markedsøkonomi rummer både erhvervmæssige og miljømæssige hensyn, tiltag og strategier for udvikling. I udvælgelsen af interviewrepræsentanterne er det derfor blevet sikret at begge perspektiver kunne blive belyst.
2. Forskellige interessenter har forskellige interesser, herunder forskellige værdier og strategier. I denne undersøgelse er ønsket at identificere flest mulige forskellige interesser for at kunne spejle netværkenes muligheder og begrænsninger i flest mulige perspektiver.

Følgende personer er blevet interviewet:

- Dorthe Bramsen Clausen, Miljøforum Danmark
- Thomas Færgeman, Danmarks Naturfredningsforening
- Helle Juhler, Dansk Industri
- Kåre Jacobsen, Kommunernes Landsforening
- Per Ponsaing, COWI
- Ole Lütsen, Carl Bro
- Bent Søndergaard, RUC
- Mette Kaae Hansen, Økonomi og Erhvervsministeriet
- Maj Munch Andersen, Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling

Interviewpersonerne er i alt 9 personer i form af forskere og konsulenter inden for miljø- og teknologiudvikling, offentlige myndigheder, der har netværk som del af deres arbejdsområde og repræsentanter fra forskellige interesseorganisationer. Amdtsrådsforeningen blev også kontaktet, men ønskede ikke at indgå i undersøgelsen.

Interviewene er blevet gennemført som telefoninterview på nær et enkelt som blev gennemført som et besøg. Før interviewet blev interviewpersonerne kontaktet og det blev aftalt, hvornår interviewet skulle finde sted. Interviewpersonerne fik alle tilsendt baggrundsmateriale om evalueringen og en spørgeramme for interviewet. Spørgerammen kan ses i bilag A.

Interviewene blev gennemført som samtaler fra ½ til 1 ½ times varighed. Efter hvert interview fik interviewpersonen tilsendt referat af samtale til kommentering og godkendelse.

Interviewene har i store træk fulgt spørgerammen, hvor temaerne er :

- Baggrund
- Kendskab til netværk
- Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt
- Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

- Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatorketværk
- Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi
- Lokale netværks betydning for Grøn markedsøkonomi
- Lokale/regionale netværk i fremtiden

I kapitel 2 er referaterne gengivet. Det enkelte referat er struktureret efter ovenstående temaer.

2 Referater fra interviewundersøgelse

2.1 Interview med Dorthe Bramsen Clausen den 5. august 2002, Miljøforum Danmark

2.1.1 Baggrund

Dorthe Bramsen Clausen (DBC) er koordinator i Miljøforum Danmark, som er netværk for grønne, lokale/regionale netværk med deltagelse af virksomheder og myndigheder i Danmark. Miljøforum Danmarks formål er at skabe rammer for erfaringsudveksling mellem eksisterende netværk samt at støtte nye netværk under etablering.

2.1.2 Kendskab til netværk

DBC har et stort kendskab til netværkene i Danmark, da hun gennem Miljøforum Danmark har kontakt til mange af dem. Endvidere arbejder DBC tillige i sekretariatet for Green Network og er derfor også involveret i drift og udvikling af et netværk.

2.1.3 Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt

DBC har erfaringer for, at grønne netværk mellem myndigheder og virksomheder i en region kan understøtte og udvikle miljøarbejdet på virksomhederne og tilsynsarbejdet hos miljømyndighederne. Der er gennemført en undersøgelse af kommunernes forbrug af ressourcer i forbindelse med godkendelses- og tilsynsarbejdet, og den viser at kommuner, der er med i Green Network, bruger færre ressourcer på tilsyn og godkendelser end resten af landets kommuner og amter, og de har samtidig opnået at få mange miljøpositive virksomheder i området.

2.1.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Hvis det konkrete netværk er forankret i amtets erhvervsforvaltning eller på anden måde har en tæt tilknytning til/opbakning fra erhvervsforvaltningen, kan det give et løft til miljøarbejdet både med hensyn til ressourcer og synlighed i amtets daglige og strategiske arbejde. Erhvervsforvaltningen er historisk ofte tættere på borgmestrene m.m., og ved at etablere et tæt samarbejde mellem Industri og Miljø forvaltningen og Erhvervsforvaltningen, bliver miljøområdet i højere grad et område, politikerne inddrager i deres politik m.m. DBC opfatter det som en væsentlig forudsætning, at myndighederne bakker op om netværket, og at netværksarbejdet integreres med miljømyndighedernes godkendelses- og tilsynsarbejde. Hvis myndighederne ikke bakker op om et netværk, er der ikke ressourcer til at drive netværket. I

de tilfælde, hvor myndighederne ikke er en aktiv deltager i et netværk, skal initiativtagerne til et netværk prioritere at arbejde for at rekruttere myndighederne. Hvis serviceringen af medlemsvirksomhederne ikke er integreret i miljømyndighedernes godkendelses- og tilsynsarbejde er sekretariaterne selv nødt til at servicere virksomhederne. Det har sekretariaterne ikke ressourcer til samtidig med at det af virksomhederne opleves som to adskilte aktiviteter, når både sekretariatets medarbejdere og myndighederne opsøger virksomhederne. Det er derfor væsentligt at myndighederne bakker op om netværket og at der er en synlig arbejdsdeling mellem netværkets sekretariat og myndighederne. Myndighederne skal servicere medlemsvirksomhederne i forhold til netværkets hovedaktiviteter og sekretariatet skal stå for kompetenceudvikling hos myndigheder og projektudvikling.

2.1.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk

Formålet med de lokale/regionale netværk med deltagelse af myndigheder og virksomheder er at binde det lovbundne- og frivillige miljøarbejde sammen for virksomhederne og opnå synergi. I de andre typer netværk har virksomheder ikke dialog med de lokale/regionale myndigheder om f.eks. de regionale planer og kan derfor ikke på samme måde integrere arbejdet. Branchenetværk kan have deres fordel, hvor en branche står overfor et branchespecifikt problem.

2.1.6 Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi

DBC ser udviklingen i virksomhedernes miljøarbejde som en trappestige, hvor hvert trin forudsætter det tidligere trin. Trinene er:

1. Kendskab til egne miljøforhold, hvor udarbejdelsen af en miljøredegørelse er et godt bud på at tilvejebringe overblikket m.m.
2. Livscyklusanalyse af eget produkt afgrænset af virksomhedens egne aktiviteter. Fokus for handling er inddragelse af livscyklusbetragtninger i produktudvikling og i virksomhedens samarbejde med kunder
3. Implementering af livscyklusperspektivet i egen organisation
4. Udbredelse af livscyklusperspektivet til et egentligt produktkædesamarbejde.

Netværkene kan være med til at tilvejebringe forudsætningerne i virksomhederne, for at virksomhederne kan begynde at arbejde inden for den produktorienterede miljøstrategi. Green Network støtter f.eks. virksomhederne i at lave miljøredegørelser og med at arbejde i et livscyklusperspektiv på virksomhederne. Miljøredegørelser er grundstenen i samarbejdet mellem virksomhederne og myndighederne. I forhold til livscyklusperspektivet har netværket konkret bidraget til kompetenceudvikling, ved at etablere vækstgrupper for virksomheder og myndigheder med fokus på de deltagende virksomheders produkter. Foruden kompetenceudviklingen hos de deltagende virksomheder og myndigheder bidrager netværket til den efterfølgende spredning af erfaringerne fra vækstgrupperne til andre virksomheder m.m. i netværket. DBC mener, at når virksomhederne er kommet så langt, vil de af sig selv og uafhængigt af netværket begynde på 4. trin, hvor virksomhederne indleder et egentligt produktkædesamarbejde om miljø.

2.1.7 Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi/ Lokale/regionale netværk i fremtiden

DBC mener, at der er brug for en arbejdsdeling mellem de lokale/regionale, grønne netværk og et fælles forum/partnerskab for alle netværkene. De lokale/regionale netværk skal tage sig af at servicere medlemsvirksomhederne. Medlemsvirksomhederne har krav på, at de hele tiden får støtte til at forbedre deres miljøadfærd. Der er behov for at udvikle f.eks. Miljøforum Danmark til et egentligt forum/partnerskab mellem netværkene, som kan påtage sig rollen med at udvikle koncepter m.m. Fordelene ved at have et fælles forum for udvikling af koncepter, metoder m.m. er, at det fremmer ens miljøadfærd i hele landet, åbner for nye samarbejdsmuligheder på tværs af netværkene, åbner for nye samarbejdsmuligheder for netværkene med partnere uden for netværkene samt gør det lettere for medlemsvirksomhederne at benytte diplomer m.m. i deres markedsføring uden for deres egne regioner. DBC oplever, at mange medlemsvirksomheder med virksomheder flere steder i landet efterspørger denne standardisering, da det ville gøre det lettere for dem, hvis hele koncernen blev mødt med samme krav. Et fælles forum vil åbne muligheder for spydspidsvirksomheder at mødes om projekter på tværs af regioner m.m. Samarbejde mellem spydspidsvirksomheder på tværs af netværk ville kunne fremme innovation og udvikling af miljøteknologiske løsninger, grøn markedsføring og initiativer indenfor en bredere bæredygtighedsforståelse og de enkelte netværk ville kunne være med til at sprede resultaterne til resten af medlemmerne i de forskellige netværk. I forhold til de eksterne samarbejdspartnere er det DBC's opfattelse, at en række aktører har været fraværende som samarbejdspartnere i de lokale/regionale netværk, f.eks. forskere, hvilket vil være nemmere at etablere i et fælles forum. Endvidere vil et fungerende partnerskab mellem netværkene kunne fungere som et fælles talerør overfor andre aktører både i forbindelse med politikudvikling og i forbindelse med gennemførelse af konkrete kampagner.

2.2 Interview med Thomas Færgeman, Danmarks Naturfredningsforening den 14. august 2002

2.2.1 Baggrund

Danmarks Naturfredningsforening (DN) arbejder for, at Danmark skal være et bæredygtigt samfund med et smukt og varieret landskab, en rig og mangfoldig natur og et rent og sundt miljø. DN har 150.000 medlemmer, hvoraf ca. 2000 er aktive i lokalkomiteer m.m. Derudover har organisationen en central administration med ansatte medarbejdere beliggende i København. DN er høringsberettiget i forbindelse med miljø- og natursager. Det betyder blandt andet, at i forbindelse med kapitel 5 godkendelser af virksomheder, får DN tilsendt kopi af miljøgodkendelser fra amter og kommuner, og de har ret til at påklage godkendelsen. Miljøgodkendelserne sendes til administrationen, som videresender en kopi til den lokale komite, der er beliggende i det pågældende lokale område. Både administrationen og den lokale komite har mulighed for at påklage godkendelsen. I alt påklages ca. 1-2% af sagerne, og ca. 50% af klagerne fører til ændringer i godkendelserne.

Thomas Færgeman (TF) er leder af den miljø- og naturpolitiske afdeling i administrationen.

2.2.2 Kendskab til netværk

TF har ikke i sit arbejde direkte kontakt til grønne, lokale/regionale netværk med deltagelse af myndigheder og virksomheder. I sit tidligere arbejde havde TF som konsulent kontakt til blandt andet Green Network. TF er usikker på hvor meget kontakt de lokale komiteer har med de grønne netværk ude i lokalområderne.

2.2.3 Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt

TF er usikker på hvor meget betydning de lokale/regionale netværk har lokalt/regionalt for virksomhedernes miljøindsats. På den ene side har han sympati for, at de grønne netværk er med til at udvikle en bredere dialog mellem virksomhederne og myndighederne, og at virksomhederne f.eks. understøttes i forbindelse med indførelse af miljøledelse. Men på den anden side er det væsentligt, at der ikke slækkes på de generelle krav til virksomhederne fra myndighedernes side. DN har konkret på et tidspunkt benyttet deres mulighed for at klage til at bremse en ansøgning fra en virksomhed, som søgte om at få en rammegodkendelse i stedet for en traditionel godkendelse. Baggrunden for ansøgningen var virksomhedens medlemskab af et grønt netværk og dens arbejde med at indføre miljøledelse sammen med andre virksomheder i netværket. Det er vigtigt, at den bredere dialog og de nye muligheder, som den giver anledning til, f.eks. via grønne netværk, bygger oven på de generelle krav og ikke erstatter dem. TF har også forståelse af, at mange myndigheder er tiltrukket af rollen som dialogpartner frem for kontrollant, men han oplever ikke, at tiden er til at slække på kontrollantrollen. Myndighederne er nødt til at kunne udfylde begge roller, og ellers er kontrollantrollen den vigtigste.

TF er også tvivlsom i forhold til, hvor meget virksomhederne i et lokalområde kan bruge hinanden. Der er erfaringer med synergi mellem virksomhederne fra Kalundborg, men ellers er der ikke mange eksempler. TF mener at ofte vil konkurrencehensyn og/eller forskelle i virksomhedernes produktion m.m. medføre, at der ikke er mange erfaringer m.m., som virksomhederne kan udveksle lokalt og have gavn af.

2.2.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Økonomien er en central parameter. TF er i tvivl om hvor mange af de grønne netværk, der er selvkørende finansielt. Hans indtryk er, at mange af netværkene lever af støttemidler fra blandt andet Miljøstyrelsen.

2.2.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinator-netværk

Både fordelene og ulempen for lokale/regionale, grønne netværk sammenlignet med andre netværk hænger sammen med deres geografiske afgrænsning. Fordelen er at det giver mulighed for at skabe symbiose mellem virksomhederne som f.eks. i Kalundborg. Ulempen er, at det ikke er givet, at

virksomhederne har noget til fælles, fordi de ligger inden for samme geografiske område.

2.2.6 Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi

En overordnet betragtning er, at der er anvendt ca. 1 milliard kroner til at fremme POMS med specielt fokus på udbudssiden. Hidtil er de fleste udviklingsmidler blevet brugt til at understøtte virksomheder i at producere renere produkter, ved at udvikle metoder, systemer, databaser m.m., som skulle hjælpe virksomhederne. Der er brugt mange midler til konsulenter, aktiviteter på virksomheder, aktiviteter i netværk m.m., og alligevel er der ikke kommet mange flere renere produkter på gaden. TF mener, at for at skubbe til produktudviklingen kræves der efterspørgsel eller på anden måde et økonomisk incitament for virksomhederne til at produktudvikle. TF peger på eksemplet med LAS. Myndighederne forsøgte længe at overtale de store producenter af vaskemidler til at undgå LAS i vaskemidler. De store producenter blev ved med at fastholde, at det ikke kunne lade sig gøre at undgå LAS, lige indtil der udkom forbrugerinformationsmateriale, der pegede på at Blue Care, der på det tidspunkt kun havde en lille markedsandel, vaskede renere, ikke indeholdt LAS og var billigere end de øvrige vaskemidler på markedet. Dette satte skub i produktudviklingen, og mindre end et par måneder efter havde de store vaskemiddelproducenter også et produkt uden LAS. TF mener derfor, at det er nødvendigt at lægge pres på virksomhederne, for at få dem til at produktudvikle. Det kan både handle om at understøtte efterspørgselssiden, men også udvikling af økonomiske afgifter, som kan give virksomhederne et økonomisk incitament til forandringer. Det kan f.eks. være afgifter, der er indrettede på en måde, så man belønner de gode virksomheder.

Hvis lokale/regionale netværk skal kunne spille en rolle i forbindelse med POMS, er det væsentligt, at der er et ydre pres på virksomhederne, som kan motivere dem til en seriøs indsats. Netværkene kan ikke gøre det alene. Det virker som at virksomhederne er mættede af gode ideer i øjeblikket. Hvis virksomhederne omvendt finder ud af, at EU eller danske myndigheder er på vej med nye afgifter m.m., så skal virksomhederne nok finde ud af at snakke sammen.

2.2.7 Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

Se ovenstående punkt.

2.2.8 Lokale/regionale netværk i fremtiden

DN har ikke overvejet de grønne, lokale/regionale netværk strategisk i forhold til DNs arbejde, men set i bakspejlet er samspejlet mellem DN og Netværkene, at DN påtager sig rollen som vagthund for at sikre, at der er et ydre pres på virksomhederne, som kan give netværkene en rolle i det forebyggende miljøarbejde. Hvis der ikke er et ydre pres på virksomhederne i form af f.eks. generelle krav i godkendelserne, afgifter og efterspørgsel efter renere produkter, er det svært at motivere virksomhederne til at prioritere miljøindsatsen tilstrækkeligt.

2.3 Interview med Helle Juhler Kristoffersen, Dansk Industri, d. 13. august 2002

2.3.1 Baggrund

Helle Juhler Kristoffersen (HJK) er ansat i Dansk Industri og arbejder med arbejdsmiljø og miljø – i form af bl.a. at have ansvaret for to nationale fora i regi af Dansk Industri for henholdsvis miljøchefer og sikkerhedsledere. Dansk Industri er interesseorganisation for en række fremstillings- og servicevirksomheder. Dansk Industri indgår bl.a. overenskomster om løn- og arbejdsforhold på medlemsvirksomhedernes vegne. Endvidere ydes forskellige former for rådgivning og konsulentbistand til medlemsvirksomhederne. Inden for arbejdsmiljø og miljø rådgives på en række områder, f.eks. lovgivning, tilsyn og kontrol. Endvidere deltager Dansk Industri i en række råd, nævn og udvalg inden for miljø og arbejdsmiljø.

2.3.2 Kendskab til netværk

HJK har ansvar for koordinering af et nationalt forum af miljøchefer og et nationalt forum af sikkerhedsledere i regi af Dansk Industri. HJK har et generelt kendskab til lokale/regionale grønne netværk.

2.3.3 Lokale/ regionale netværks betydning lokalt/regionalt

HJK tolker erfaringerne med lokale/regionale grønne netværk således, at de velfungerende netværk er gode til at virke som dialogskaber og facilitator mellem den enkelte virksomhed og den kommunale/amtskommunale miljømyndighed. Der er mulighed for, at myndighedspersoner og virksomhedsfolk kan etablere et kendskab til hinanden, hvorved det bliver lettere at opnå en dialog om konkrete miljøforhold på en virksomhed – f.eks. forud for en ansøgning om miljøgodkendelse.

Netværkene betyder endvidere, at virksomhederne får et kendskab til, hvilke overvejelser den lokale/regionale myndighed gør sig – f.eks. hvilke miljøproblemer der vil være særlig fokus på fremover. Disse informationer kan virksomheden tage med som en del af beslutningsgrundlaget i virksomhedens egne strategiske beslutninger.

I en vurdering af netværkenes betydning er det vigtigt at erindre, at der i en række kommuner og amter ikke er sådanne netværk.

HJK synes det vil være interessant at få belyst hvem der deltager i netværkenes aktiviteter. Er det "Tordenskjold og soldater" – dvs. de virksomheder myndighederne under alle omstændigheder ville få en dialog med? Eller er det sådan, at andre virksomheder "trækkes med" – f.eks. ved at høre om andre virksomheders erfaringer? HJK mener, at det for sådanne virksomheder formodentlig er afgørende, hvorvidt de kan se, at en dialog med miljømyndighederne gør behandlingen af deres miljøforhold lettere.

2.3.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

HJK oplever, at der er stor forskel på netværkenes formalisering. Nogle netværk har en stor amtslig involvering, hvilket betyder at der sker en formalisering i form af f.eks. retningslinier for udarbejdelse af miljøredegørelser. Andre netværk fungerer mere uformelt. HJK mener ikke det er muligt at sige hvilke netværk der har størst miljømæssig betydning. Det vigtigste for HJK er at netværkene understøtter den nævnte dialog.

Den måde hvorpå netværkene mobiliserer virksomheder i området må formodes at være afgørende for netværkenes betydning i form af hvilke og hvor mange virksomheder, der deltager i aktiviteterne.

2.3.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinator-netværk

HJK har for et år siden oprettet et nationalt forum af miljøchefer i regi af Dansk Industri. Det er HJK's indtryk, at miljøchef-forummet arbejder mere emne-fokuseret end de lokale/regionale netværk. HJK mener der er større forskel på deltagernes interesse i de lokale/regionale netværk. Nogle vil diskutere bæredygtighed og andre vil diskutere en konkret affaldsproblemstilling. HJK mener ikke hun har tilstrækkelig konkret kendskab til netværkenes arbejde til at kunne komme med en mere dybtgående analyse.

2.3.6 Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi

HJK mener ikke der er grund til at lokale/regionale netværk skal tage problemstillinger som livscyklusvurdering og produktudvikling op, da det ikke er problemstillinger/strategier der kan implementeres lokalt eller regionalt. LCA er f.eks. taget op i Dansk Industri's nationale miljøchef-forum. Dette forum kunne måske på længere sigt tænkes organiseret branchevis – i lighed med Dansk Industri's branchegrupper – f.eks. for fødevarer.

HJK synes det er synd, hvis et netværks arbejde med f.eks. produktspørgsmål ødelægger den lokale dialogmulighed. Måske er dialog-muligheden netværkenes stærke side og arbejdet med f.eks. produktaspekter må ikke betyde, at nogle virksomheder siger, at dette netværks aktiviteter er for "avanceret" for dem – og de derefter beslutter ikke at deltage i netværkets aktiviteter.

2.3.7 Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

HJK finder det ikke ønskeligt, hvis de enkelte netværk udvikler deres egne miljømærker. Miljømærker skal helst være internationalt forankrede – som f.eks. EU Blomsten.

HJK mener, man må spørge sig selv hvad formålet med netværkene er: er det at støtte et godt miljø eller at udvikle det grønne marked? Det er HJK's opfattelse, at det er markedsmulighederne, der er afgørende for om en virksomhed vælger at arbejde produktorienteret – og ikke den lokale eller regionale dialog – dvs. de lokale/regionale netværk kan ikke være med til at

udvikle det grønne marked. De miljøforbedrede produkter vil som regel ikke blive afsat i området. Barrieren for sådanne diskussioner i et lokalt/regionalt netværk vil være, at en virksomhed, der bare har lidt erfaringer med produktaspekter sandsynligvis ikke vil få meget udbytte af dialogen med andre virksomheder i netværket, fordi det er ikke særlig sandsynligt, at der i et lokalt/regionalt netværk vil være virksomhed med samme interesse på samme niveau. Men virksomheder der lige har fået interesse for produktaspekter eller den mere generelle diskussion om bæredygtig udvikling kan sandsynligvis få et udbytte af diskussioner af sådanne emner i et lokalt/regionalt netværk.

I miljøchef-forummet tages mere "avancerede" diskussioner om f.eks. miljøledelse – end det kan forventes i et lokalt/regionalt netværk. F.eks. i form af at man i miljøchef-forummet gerne vil høre om erfaringer med EMAS2. HJK oplever ikke, at deltagerne i dette forum tilbageholder informationer over for andre i forummet af konkurrencehensyn. Der er dog heller ikke umiddelbart direkte konkurrenter repræsenteret.

2.3.8 Lokale/regionale netværk i fremtiden.

Det afgørende for disse netværks fremtid er antagelig, hvorvidt de formår at tiltrække andre virksomheder end dem, der i forvejen arbejder fremadrettet med miljø. Sådanne virksomheder uden et fremadrettet miljøarbejde vil sandsynligvis først og fremmest blive tiltrukket af et netværk, hvis de oplever at der kan etableres en dialog med miljømyndigheden, som gør behandlingen af konkrete miljøspørgsmål lettere.

2.4 Interview med Kåre Jacobsen, Kommunernes Landsforening den 13. august 2002

2.4.1 Baggrund

Kommunernes Landsforening (KL) er en interesseorganisation, der organiserer alle kommuner i Danmark på nær København og Frederiksberg kommuner, som har amtslig status. KL arbejder dels politisk f.eks. i forbindelse med behandling af nye lovforslag, når de er i høring, dels som serviceorganisation over for deres medlemmer. I forbindelse med det politiske arbejde arrangerer KL interne høringer blandt medlemmerne, nedsætter tænketanke m.m. KL er kommunernes talerør over for statsadministrationen. Som serviceorganisation rådgiver KL kommunerne f.eks. i forbindelse med fortolkning af nye love samt initierer eller deltager i udviklingsprojekter af relevans for kommuner. Projekter kan omhandle udvikling af nye sagsstyringssystemer, identificering og beskrivelse af best practice m.m..

Kåre Jacobsen (KJ) arbejder med miljøområdet i KL og dækker blandt andet miljøtilsyn.

2.4.2 Kendskab til netværk

KJ har kendskab til lokale/regionale, grønne netværk gennem sit arbejde, hvor han har kontakt til netværkene i forbindelse med, at KL inviterer repræsentanter fra netværkene til at deltage i udvalgsarbejde, tænketanke, følgegrupper eller arbejdsgrupper f.eks. nedsat af Miljøstyrelsen. Hidtil har det

væsentligst været repræsentanter fra Green Network, som KL har brugt som ressourcepersoner, fordi de har været længst fremme og har været mest progressive i deres markedsføring. Det er myndighedssiden i netværkene KJ møder eller inddrager i det politiske arbejde, da de repræsenterer kommunerne. KJ møder også netværkene i forbindelse med temaarrangementer, møder m.m. i netværkene, hvor blandt andet KJ har været ude og holde oplæg.

2.4.3 Lokale/regionale, grønne netværks betydning lokalt/regionalt

KJ peger på, at der er meget forskel på de forskellige grønne netværk. De er både forskellige med hensyn til deres sigte - f.eks. har Green Network og Green City Denmark et meget forskelligt sigte - og forskellige med hensyn til deres organisering og etableringsgrad. KJ mener, at vejen frem er at kombinere det miljøpolitiske og det erhvervspolitiske sigte, og at grønne netværk er et bud på, hvordan denne integration konkret kan understøttes i praksis. Med etablering af de grønne netværk understøttes en anden måde at tale om miljø mellem virksomhederne og de lokale/regionale myndigheder. Det fungerende tilsynsarbejde har været præget af kontrol, og der har været og er stadig et behov for at udvide/supplere kontrolarbejdet med en mere frivillig dialog. Det kan netværkene være med til at understøtte lokalt og regionalt. En moderne miljøadministration skal både kunne håndtere kontrol og dialog med virksomhederne. KJ oplever, at der i dag er et pres på virksomhederne fra forbrugere, forretningssamarbejdspartnere m.m., om at virksomhederne skal indføre miljøledelse og blive miljøcertificeret. For mange mindre og mellemstore virksomheder er det et stort skridt. Grønne netværk kan være en mellemstation for disse virksomheder. KJ nævner som eksempel Grenå Kommune. Grenå Kommune har udviklet en husmandsmodel, som virksomhederne frivilligt kan tilslutte sig, hvor virksomhederne får udleveret en mappe med faneblade, som skal støtte virksomhederne i at holde orden i deres miljødokumentation. Ved hele tiden at holde mappen ajour, opnår virksomhederne på en simpel måde at have indført et miljøledelsessystem, og myndighederne opnår, at de til enhver tid kan følge med i, hvornår der f.eks. sidst er foretaget målinger og om der er behov for nye målinger m.m.

Den frivillige dialog åbner for muligheden for at arbejde forebyggende. Et netværk kan være med til at formalisere den frivillige dialog. Ved at organisere aktiviteter i netværk opnås for det første, at de lokale/regionale myndigheder får stordriftsfordele, da de f.eks. kan kommunikere med 10 virksomheder på et møde i stedet for én virksomhed, og for det andet er der erfaringer med, at virksomhederne selv danner kontakter og efterfølgende bruger hinanden. Det sidste understøtter den generelle udvikling af miljøadfærden i et lokalt område.

2.4.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

En række forudsætninger skal være til stede, for at et netværk kan lykkes. Der skal være ressourcer til indsatsen og opbakning fra de lokale/regionale aktører. Der er mange steder, hvor virksomhederne har svært ved at se ideen. De enkelte virksomheder kan ikke rekrutteres enkeltvist, ved at netværket har kontakt til dem. Rekrutteringen er afhængig af, at netværket er synligt, og at der er succeshistorier at fortælle, som kan understøtte en holdningsudvikling hos virksomhederne. Det er efterhånden en udbredt holdning blandt de lokale og regionale miljømyndigheder, at tilsynsarbejdet skal være forebyggende,

men nogle myndigheder sidder fast i det gamle krav om, at virksomhederne skal overholde lovgivningen, blandt andet på grund af manglende ressourcer til at flytte indsatsen. Det er ikke KJ's erfaring, at de forskellige myndigheder, f.eks. erhvervs- og miljømyndigheder i kommuner og amter, modarbejder hinanden, men der ligger en udfordring i at samordne de forskellige politikområder, og det skal gøres konkret. KJ nævner som eksempel, hvordan indkøbsafdelingen, miljøafdelingen og erhvervsafdelingen i et lokalområde holdt møde om grøn indkøbspolitik som led i at samordne politikområderne.

2.4.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatortetværk

De forskellige netværk kan fremme miljøindsatsen på forskellige måder. Branchenetværkene kan måske gå mere i dybden på grund af et fagligt fællesskab, men omvendt vil indsatsen være meget afhængig af den enkelte branches prioritering af miljø i forhold til andre områder. Samtidig kan der være nogle konkurrencemæssige hensyn, der hæmmer erfaringsudvekslingen.

De lokale/regionale, grønne netværk er de netværk, der højst sandsynligt bedst kan fremme de lokale miljøhensyn, da de er de eneste netværk, der har myndigheder med i netværkene, og det er fra myndighederne, at virksomhederne m.m. kan få besked om de særlige, lokale/regionale miljøprioriteringer. De lokale, politiske prioriteringer kan f.eks. handle om drikkevandsforhold og badevand.

Andre netværk vil have andre fokusområder; f.eks. har Dansk Industri et miljøchefnetværk, hvor fokus er på forretningsanliggender og lovgivning.

2.4.6 Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi

De grønne netværk kan understøtte formidlingen mellem kunder og producenter og derved fremme udviklingen af renere produkter. Som eksempel nævner KJ offentlige, grønne indkøb. De offentlige indkøbere står over for en stor udfordring med at købe grønt. Det offentlige er en stor kunde og har derfor gode muligheder for at påvirke udbuddet af produkter. Netværkene kan have en rolle som organisator af møder mellem indkøbere, myndigheder og virksomheder, hvor indkøberne får mulighed for på et tidligt tidspunkt at formidle krav til produkter/serviceydelser m.m. ud til de potentielle producenter. Derved får myndighederne mulighed for at overveje, om deres tilsyn kan understøtte kravene, og virksomhederne får mulighed for at opnå en konkurrencemæssig fordel, ved at inddrage kravene i deres løbende produktudvikling m.m. KJ kender til flere eksempler, hvor netværk har holdt møder om grøn indkøbspolitik.

2.4.7 Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

Den øgede dialog, som netværk kan være med til at skabe rammerne for, kan bidrage til kompetenceudvikling hos både virksomheder og myndigheder. Virksomhederne får adgang til ekspertviden hos myndighederne, hvor de ansatte ofte er biologer, ingeniører m.m., på en anden måde end ved det traditionelle tilsynsarbejde. Ved det traditionelle tilsynsarbejde er kontakten mellem virksomhederne og myndighederne måske hvert 2. år, og kontakten er

ofte uanmeldte besøg, hvor virksomhederne ikke har forberedt sig til mødet. Ved den udvidede dialog kan virksomhederne møde eksperter oftere, f.eks. på temamøder, planlagte besøg m.m., og virksomhederne har selv mulighed for at præge, hvad man taler om.

For medarbejderne i Teknik og miljø giver den øgede dialog mulighed for bedre indsigt i virksomhedernes hverdag og grundlag for en bedre forståelse for virksomhedernes forretningsvirkelighed. Den øgede dialog giver større, faglige udfordringer for myndighederne f.eks. arbejdet med miljøledelse.

Se endvidere indhold under ovenstående punkt.

2.4.8 Lokale/regionale netværk i fremtiden

KL anbefaler etablering af grønne netværk som led i at gøre miljøadministrationer tidssvarende. Omvendt giver KL ingen anbefalinger til, hvordan et grønt netværk skal defineres. Den konkrete udformning af et grønt netværk må tage udgangspunkt i de lokale interesser, herunder hvad der interesserer virksomhederne og hvor deltagerne kan se udviklingspotentialerne.

2.5 Interview med Per Ponsaing, COWI den 13. august 2002

2.5.1 Baggrund

COWI er et stort konsulentfirma med blandt andet konsulenttjenester inden for miljø, herunder ydelser inden for miljøledelse, LCA, m.m. COWI har miljøafdelinger rundt om i landet, blandt andet i Lyngby og Århus.

Per Ponsaing (PP) er konsulent i miljøafdelingen i Århus og beskæftiger sig med opbygning og implementering af miljøledelse. Hvor aktiviteter tidligere forgik i regi af enkeltvirksomheder, er det PPs oplevelse, at aktiviteter i dag også er organiserede som netværksaktiviteter i f.eks. vækstgrupper. PP har været med til at udvikle vækstgruppekonceptet.

2.5.2 Kendskab til netværk

COWI har godt kendskab til de lokale/regionale netværk med deltagelse af myndigheder og virksomheder, da COWI har været med fra begyndelsen af Green Network. COWI har bidraget med udvikling af Green Networks manual om udarbejdelse af miljøredegørelser og har været med til løbende at videreudvikle værktøjet. PP har selv været involveret i gennemførelse af vækstgrupper med deltagelse af myndigheder og virksomheder i forskellige netværk. Der har været forskel på aktiviteterne i de forskellige netværk, og PPs opgaver har varieret både tidsmæssigt og indholdsmæssigt.

2.5.3 Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt

Erfaringer viser, at virksomhederne kan bruge tilbuddene på mange måder. PP deltog på et tidspunkt i et netværkssamarbejde, hvor der både var en stor og mange små virksomheder med. Den store virksomhed deltog med en

afdeling, hvor formålet for virksomheden var at få erfaringer fra denne afdeling med indførelse af miljøledelse, for derefter at sprede systemet til resten af virksomheden. På denne måde kunne både den store og de små/mellemstore virksomheder få noget ud af tilbuddet.

I forbindelse med et andet netværkssamarbejde deltog myndighederne i kortlægningen på blandt andet en stor kemivirksomhed. Under kortlægningen blev det opdaget, at der var en stor lækage, som gav anledning til, at der akut skulle sættes ind. Hændelsen gav anledning til et frugtbart samarbejde mellem virksomhed og myndighed og blev en god læringssituation for begge parter. Som et tredje eksempel nævner PP Grenå Kommune, der har udviklet en tilsynsmodel, som små virksomheder frivilligt kan tilslutte sig. Princippet er, at virksomhederne har et ringbind, hvor de under bestemte faneblade gemmer deres miljødokumentation. Når kommunen er på tilsyn, kan myndighederne hurtigt danne sig et overblik over virksomhedernes miljøindsats og -forhold. Med mappen til at styre virksomhedernes miljødokumentation har virksomhederne fået indført en slags miljøledelsessystem, og tilsynet fungerer som en slags ekstern auditor.

2.5.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Der kan være stor dynamik i de lokale netværk, men den er der ikke altid. Forudsætningen for at dynamikken er der, er at der er tilstrækkeligt med ressourcer og opbakning.

Med hensyn til de amtslige netværk er erfaringen, at der skal være opbakning fra amtet til netværket både med hensyn til ressourcer og mulighed for samarbejde/integration med amtets opgaver. Hvis sekretariatet er isoleret kan det tyde på, at det kan være svært for sekretariatet at få mobiliseret kommunerne i indsatsen. I et netværks opstart er det væsentligt, at netværket ikke skal vende hver en krone, men har mulighed for at opbygge basisaktiviteter. Hvis der ikke er tilstrækkeligt med ressourcer i starten, og sekretariatets opgave derved væsentligst bliver at skulle finde finansiering for netværksaktiviteter frem for udvikling og opbygning af basale netværksaktiviteter, kan netværket få svært ved at rekruttere og fastholde medlemmer i netværket.

PP mener, at i forbindelse med rekruttering af virksomheder, er det vigtigt at spille på flere strenge. Den bedste måde at rekruttere virksomheder, er ved at skabe resultater, som efterfølgende kan komme ud i pressen. Det er vigtigt, at markedsføringen ikke alene varetages som del af myndighedsarbejdet, da virksomhederne i den situation kan opfatte tilbuddet som noget man ikke kan sige nej til, og derved bliver medlemskabet motiveret alene af pligt. PP nævner som eksempel på en anderledes markedsføring, hvordan Miljøforum Århus har ansat en medarbejder til at arrangere temamøder for virksomheder.

PP er ikke i tvivl om, at lokalt/regionalt netværksarbejde er en god måde at understøtte en basisudvikling af miljøindsatsen. PP mener, at det ville være en god ide at støtte opbygning og etablering af netværkene f.eks. med eksterne midler, således at f.eks. drift af basisaktiviteterne var sikret.

Generelt peger PP på at man skal være opmærksom på faldgruben omkring programmidler. Meget miljøarbejde finansieres i dag via programmidler. Når virksomhederne ikke selv betaler, er det ikke en stor omkostning for

virksomhederne, og det betyder at beslutningerne ofte tages længere nede i hierarkiet. For aktiviteterne kan det få den konsekvens, at de ikke får tilstrækkelig ledelsesfokus, som efterfølgende kan sikre integration af aktiviteterne i virksomhedernes drift og udvikling.

2.5.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinator-netværk

Der er forskelle mellem de forskellige typer netværk med hensyn til motivation og interesse for at deltage. Aktiviteter i de lokale/regionale netværk er ofte styrede af, at konkrete problemer skal løses, som både myndigheden og virksomheden har en interesse i at løse. I stedet for at myndigheden farer frem med bål og brand forsøges den bløde tilgang, og det kan give anledning til f.eks. etablering af vækstgrupper. Erfaringerne fra disse vækstgrupper med deltagelse af myndigheder og virksomheder er, at vækstgrupperne fungerer godt. Myndighederne har ofte investeret penge og ønsker, at det skal fungere, og det øger yderligere presset på de deltagende virksomheder for at engagere sig i aktiviteterne.

Et andet netværk er en produktkæde. I de tilfælde hvor en virksomhed har et stort behov for at kende til sine leverandørers miljøforhold, kan det fremme et netværkssamarbejde i en produktkæde. Mange virksomheder vil opleve kundekrav som et stærkt incitament til at gå ind i et netværkssamarbejde og være konstruktive i samarbejdet. COWI har konkret været rådgiver for Teknos A/S, der sammen med en leverandør og en kunde etablerede en vækstgruppe.

Et branchenetværk har den styrke, at virksomhederne har fælles problemer, og det er ofte muligt at komme i dybden. Omvendt er det et problem, at det ofte kan være svært at samle en gruppe virksomheder inden for samme branche med fælles motivation for en indsats på samme tid. I den forstand er Danmark lille. PPs konkrete erfaringer er, at når han har kørt vækstgrupper inden for et branchenetværk, har virksomhederne mere kontakt under forløbet.

PP mener, at netværksarbejde er kommet før kompetenceordningen, men at kompetenceordningen efterfølgende har været med til at understøtte netværksarbejdsformen.

PP's erfaringer er, at netværksarbejde åbner op for nye muligheder. Det er f.eks. PPs erfaring, at når han har kørt vækstgrupper inden for miljøledelse, har vækstgrupperne ofte ført mere med sig end blot certificering af virksomhederne. I nogle tilfælde har netværksarbejde medført, at virksomheder er gået sammen om fælles produktudvikling eller fælles indkøb.

2.5.6 Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi

De lokale/regionale myndighedernes interesse og fokus er på processer og ikke på produktet. Myndighederne kan dog have en indirekte rolle, hvis de understøtter, at virksomheder indfører miljøledelse. I forbindelse med implementering af ISO 14001 og den nye EMAS skal virksomhederne identificere, hvor de mest miljøbelastende forhold er i et livscyklusperspektiv og fra begyndelsen overveje samarbejde med leverandørerne.

PP mener, at incitamenter til at arbejde produktorienteret kan komme flere steder fra, men at det væsentligste incitament er kundekrav. Hvis der er kundekrav, er virksomhederne motiverede. PP har endvidere erfaring for, at outsourcing af aktiviteter kan være en god motivationsfaktor for flere virksomheder til at udbygge leverandørsamarbejdet. Hvis virksomheder har et certificeret miljøledelsessystem, er de pressede til ved outsourcing at have et produktfokus, da de ellers risikerer at øge produktets livscykluspåvirkninger, når de lægger dele af produktionen ud.

2.5.7 Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

PP har ikke nogle konkrete erfaringer med at lokale/regionale netværk har betydning for Grøn Markedsøkonomi. PP har dog den opfattelse at netværk generelt er bedre til at fastholde diskussioner og få gode ideer end enkeltvirksomheder. Derfor er det nærliggende at tro at netværk også i forhold til Grøn Markedsøkonomi kan være med til at understøtte og fastholde indsatsen lokalt og regionalt.

2.5.8 Lokale/regionale netværk i fremtiden

PP påpeger, at set fra en rådgivervinkel er lokale/regionale netværk fantastisk gode. Et netværk er en god platform for definering af behov blandt netværkets medlemmer og som organisator af fora med virksomheder m.m. med fælles behov i et lokalområde. En rådgiver er afhængig af at kende til virksomheders behov og at kunne samle en gruppe virksomheder med samme interesse som led i vidensformidling. Hvis man som rådgiver selv skal ud og aflæse behov og markedsføre sine ydelser, bliver omkostningerne for høje i forhold til den pris man kan få for ydelsen. Netværk kan derfor have en væsentlig rolle at spille som formidler af behov mellem virksomheder og rådgivere og som organisator af læringsituationer.

PP mener, at netværkene kan have en væsentlig rolle at spille lokalt/regionalt med hensyn til at sikre debatten i underskoven af virksomheder og som formidler af nye tendenser, f.eks. hele debatten om virksomhedernes sociale engagement. Det er vigtigt at finde en form for arbejdsdeling mellem netværkene og rådgivere m.m., herunder konkret myndighedernes rolle i et netværk. PP kan godt se muligheder i, at myndigheder påtager sig rollen som dem, der dels stiller krav til netværket og dels evaluerer netværkets drift.

2.6 Interview med Ole Lützen, Carl Bro, d. 13. august 2002

2.6.1 Baggrund

Ole Lützen (OL) er ansat i det rådgivende ingeniørfirma Carl Bro. OL arbejder pt. fortrinsvis med affald og affaldsplanlægning.

2.6.2 Kendskab til netværk

OL var i en periode på ca. 10 år rådgiver for en kommune på et lokalt miljønetværk. Derudover har lidt kendskab til andre netværk via sin kontakt til miljømyndigheder i forbindelse med andre arbejdsopgaver.

2.6.3 Lokale/ regionale netværks betydning lokalt/regionalt

Det er OL's erfaring fra Hvidovre, at der ikke sker egentlig netværksdannelse mellem mindre virksomheder, der deltager i netværkets mødeaktiviteter. Ved netværksdannelse forstår OL, at virksomheder gennemfører fælles aktiviteter i form af f.eks. dialog om konkret problemløsning. For de små virksomheder synes der snarere at være tale om dels en højnelse af vidensniveauet, dels dannelse af en form for socialt netværk, hvor virksomhedspersoner fra nærliggende virksomheder får hilst på hinanden i forbindelse med netværksmøder. Derimod synes der for nogle af de større virksomheder i netværket at være tale om etablering af samarbejdsrelationer, der rækker ud over samtaler på møderne, ved at disse virksomheder "finder ud af at snakke sammen om fælles problemer".

Det er OL's opfattelse, at disse relationer også var blevet opbygget uden at virksomhederne havde mødtes via det lokale netværks aktiviteter. Desuden er der nok kommet lidt flere ansøgninger til forskellige støtteprogrammer fra større lokale virksomheder i forlængelse af møder om de respektive strategier og programmer i netværkets regi.

OL oplever, at netværkets aktiviteter i høj grad har karakter af envejskommunikation i form af information fra oplægsholdere om forskellige miljøstrategier og konkrete erfaringer hermed, mens der ikke fortælles særlig meget fra de lokale virksomheder om deres overvejelser. Derfor er det svært at få et klart indtryk af netværkets betydning for de lokale virksomheders praksis. I forbindelse med tilrettelæggelse af netværkets aktiviteter sørgede man som regel for, at der var virksomheder – heriblandt også mindre virksomheder – der fortalte om deres erfaringer. Men måske har disse virksomheder alligevel været anderledes end de fremmødte lokale små virksomheder, ved at være mere specialiserede og ved at have samarbejdsrelationer, hvor eksempelvis kunder kræver en særlig praksis på miljøområdet.

Netværket har betydet, at virksomhederne generelt har fået en mere positiv holdning til den lokale miljømyndighed. I starten var holdningen, at virksomhederne helst ikke så, at kommunen deltog i møderne af frygt for hvordan myndigheden ville reagere på oplysninger om miljøforhold, der måtte komme frem i forbindelse med møderne.

Det er OL's indtryk fra andre netværk i hovedstadsområdet, at det også der kan være svært at få virksomheder til at deltage i aktiviteterne. Nogle netværk har måttet ringe rundt til virksomheder og opfordret dem til at komme, fordi fremmødet har været beskedent.

2.6.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Det er OL's opfattelse, at især mindre virksomheder ikke er optaget af miljøspørgsmål og derfor heller ikke synes at de har tid til at skulle arbejde med miljøforhold i form af projekt- eller udviklingsaktiviteter. Det er netop OL's oplevelse, at en del virksomheder er glade for netværkets aktiviteter, fordi de på en nem og lidet ressourcetrækkende måde bliver holdt orienteret via møder og netværkets nyhedsbrev. Det er mindre tidskrævende for en virksomhed end at skulle sende en medarbejder på kursus i to dage.

Netværkets styregruppe var sammensat af kommunale miljøfolk, virksomhedsrepræsentanter og med konsulenten som sekretær for at sikre en bred basis for overvejelserne om mødernes temaer.

2.6.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinator-netværk

OL har ikke erfaringer med andre typer netværk.

2.6.6 Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi & Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

Det er OL's erfaring, at mange virksomheder ikke har så stort kendskab til forskellige miljøstrategier, deres virkemidler og de tilknyttede udviklingsprogrammer o.l. På den anden side er det OL's vurdering, at et markedspress – og ikke aktiviteter i lokale/regionale miljønetværk – vil være afgørende for om en virksomhed vælger en produktorienteret miljøstrategi. Der var eksempelvis virksomheder i netværkets område, der tidligt havde mødt et krav om miljøstyring – som krav fra en kunde.

2.6.7 Lokale/regionale netværk i fremtiden.

OL mener, at man måske skal operere med to typer netværk fremover: dels netværk for de miljømæssigt proaktive virksomheder, dels netværk for de miljømæssigt mindre udfarende virksomheder. De proaktive virksomheder vil ofte være større virksomheder, der kan afsætte ressourcer til et egentligt miljøarbejde. I det netværk OL har arbejdet med, blev der taget emner op, der var på forskellige miljømæssige ambitionsniveauer, netop for at tage højde for de forskellige interesser blandt virksomheder. Som et eksempel herpå blev der ved et møde holdt indlæg om den produktorienterede miljøstrategi samt om brandforebyggelse.

2.7 Interview med Bent Søndergaard, TEKSAM, Roskilde Universitetscenter, d. 21. august 2002

2.7.1 Baggrund

Bent Søndergaard (BS) arbejder som lektor på TEKSAM (Institut for Miljø, Teknologi og Samfund) på Roskilde Universitetscenter. BS har i de senere år forsket i miljøorienterede innovationer i virksomheder og bl.a. miljøkommunikations og netværks betydning i denne form for innovationer.

2.7.2 Kendskab til netværk

BS har lidt kendskab til nogle lokale/regionale netværks rolle, men vurderer især denne type netværks mulige rolle og funktion ud fra den rolle de kunne spille i forbindelse med virksomheders miljøorienterede innovationer.

2.7.3 Lokale/ regionale netværks betydning lokalt/regionalt

BS finder det interessant, at nogle af disse netværk aktivt introducerer nye temaer som stakeholder relationers og livscyklusvurderingers strategiske betydning i miljøarbejdet og i virksomhedernes udvikling.

BS har ikke oplevet i forbindelse med sine case-studier af især små og mellemstore virksomheders miljøinnovationer, at lokale/regionale miljønetværk har spillet en direkte rolle for disse innovationer. HVIS sådanne netværk har spillet en rolle har det være tidligere i sådanne virksomheders udvikling, hvor dialog med myndigheder i et lokalt/regionalt netværk kan have fået en virksomhed i gang med at arbejde f.eks. med miljøledelse eller på anden måde udviklet deres miljøkompetence. En sådan virksomhed udvikler sig i nogle tilfælde i retning af at foretage miljøinnovationer. Potentielt set kan netværk være med til at forme virksomhedernes miljøforståelse – dvs. forståelse af hvad der er miljøproblemer og hvad der er mulige løsninger. Samtidig kan netværkene give adgang til og introducere til forskellige instrumenter og virkemidler til virksomhedernes miljøarbejde. Især for små og mellemstore virksomheder kunne man forestille sig, at lokale/regionale netværk kan give en økonomisk fordelagtig adgang til miljøviden.

HVIS sådanne netværk skal spille en rolle for virksomheders miljøinnovationer kræver det, at netværkene inddrager en udvikling i miljøtilsynets rolle og i virksomhedernes kompetence og ændringer i samspillet som kunne bidrage til at virksomheder overvejer at foretage innovationer i form af f.eks. produktændringer som del af deres miljøarbejde. Hvilke rolle netværkenes arbejde har spillet i miljøtilsynet vil være spændende at få belyst via denne evaluering af netværkene. Virksomhederne kunne givetvis have en interesse i, at innovative elementer i deres miljøarbejde også fik betydning for den måde tilsynet bliver praktiseret på. Myndighedernes perspektiv på netværksarbejdet er vigtigt

2.7.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Det er vigtigt, at lokale/regionale netværk ikke betragtes isoleret. Teorier om netværk og deres betydning peger klart på, at man ikke kan se på de enkelte dele af et netværk isoleret. Det er nødvendigt at anlægge et mere systemisk syn på netværk. Netværkene ville eksempelvis ikke have haft en betydning, hvis der ikke samtidig var sket en kompetenceopbygning hos myndighederne, og hvis der ikke samtidig havde været renere teknologi programmer, der også muliggjorde en kompetenceopbygning hos vidensinstitutioner og virksomhederne.

Lokale/regionale netværk kan formidle viden og erfaringer med teknologi, miljøledelse, mv., oparbejdet gennem andre programmer, og virksomheder kan sammen afklare om disse muligheder er interessante for dem. Men netværkene kan ikke medvirke til etablering af de samarbejdsrelationer, der er nødvendige for at etablere grundlag for miljøinnovationer. Sådanne relationer er meget mere specifikke og dedikerede. F.eks. har etableringen af en produktion af hør-isolering været muliggjort af tematiseringen af arbejdsmiljøproblemer i forbindelse med mineraluld, udviklingen af en økologisk bygge- og boligbevægelse samt landbrugsforskning på et område, der havde behov for alternative afsætningskanaler. Dvs. den nødvendige kompetenceopbygning er sket mange forskellige steder.

BS' og kollegers forskning i miljøinnovationer i små og mellemstore virksomheder peger på tre forhold, der ser ud til at være afgørende for disse virksomheders innovationer:

- virksomhedens strategiske orientering (hvor relationer til de lokale myndigheder kan spille en rolle)
- kompetencen internt i virksomheden
- ressourcer og udviklingsforestillinger i virksomhedens netværk.

2.7.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatorketværk

De lokale/regionale netværk kan give adgang til miljøviden for små og mellemstore virksomheder, kan formidle viden om forskellige udviklings- og tilskudsordninger og kan inden for områder som "god husholdning" som strategi for renere teknologi og inden for miljøledelse nok også medvirke til dialog om erfaringer. Derimod er det ikke BS' opfattelse, at produktudvikling er et centralt element i netværkene, men det vil være interessant at få belyst via evalueringen.

Lokale/regionale netværk kan heller ikke medvirke til at skabe de specifikke relationer og det specifikke vidensgrundlag for miljøinnovativ produktudvikling. Dette vidensgrundlag opbygges i mere specifikke institutioner eller i de enkelte produktkæder – som det f.eks. er set i forbindelse med udvikling og implementering af renere teknologi i tekstilindustrien. Institutionerne kan dog også blive låst fast på lidt snævre forandringsstrategier – som f.eks. fokus på vandbesparelser i tekstilfarverier.

2.7.6 Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi

Det er et problem for Den Produktorienterede Miljøstrategi, hvis der i de kommende år sker en demontering af strategien i form af, at hidtidige virkemidler som f.eks. produktpanelerne ikke videreføres.

Man kunne forestille sig, at lokale/regionale netværk kunne spille en rolle i virksomhedernes kapacitetsopbygning ved at udbrede kendskabet til erfaringer med produktorienteret miljøarbejde. Ved at invitere virksomheder, der fortæller om egne erfaringer og ved at give mulighed for at udveksle erfaringer kan virksomhederne få adgang til viden baseret på praksis. Og adgang til sådanne former for viden kan få betydning for netværksdeltagernes udviklingsforestillinger. Dvs. forestillinger om hvilke udviklingsveje der er mulige. De lokale/regionale netværk kan altså indgå som et delelement i kapacitetsopbygningen, mens den mere dedikerede/specialiserede kapacitetsopbygning vil ske i mere specialiserede netværk omkring den enkelte virksomhed eller sektor.

Det er vigtigt, at Den Produktorienterede Miljøstrategi også fremover har fokus på vigtigheden af rammebetingelserne i form af miljøpolitiske målsætninger og miljømål/krav. Erfaringerne fra f.eks. udfasningen af CFC viser rammebetingelsernes væsentlige betydning. Hvis der ikke er miljømålsætninger, der gøres vedkommende for virksomhederne i form af lovgivning, tilskudsmuligheder m.m., så sker der ingen forandringer.

Samtidig i udviklingen af miljøpolitikken forskellige dele er vigtig for opnåelse af en effekt.

Det er vigtigt at være forsigtig med ikke at give lokale/regionale miljønetværk en rolle og en funktion i Den Produktorienterede Miljøstrategis implementering, som de ikke kan håndtere. Dette kan bl.a. være risikoen, hvis mere specialiserede og målrettede tiltag som f.eks. produktpanelerne ikke videreføres. De lokale/regionale netværk kan spille en rolle i forbindelse med mere inkrementelle ændringer som f.eks. etablering af systemer for lokal affaldshåndtering, men for de fleste virksomheder vil det være meget mere specifikke koblinger til andre aktører, der er behov for i det produktorienterede arbejde. De lokale/regionale netværk er måske mere at betragte som en slags ERFA-grupper end som miljøinnovative netværk. I sådanne ERFA-gruppelignende strukturer kan der udveksles erfaringer og information som emner som miljøledelse og kemikaliregulering. Generelt kan det være vigtigt at afklare hvilke mål og forventninger, der etableres for regionale/lokale netværk. Er de lokale videnssystemer (der formidler praksiserfaringer)? Er de integrerede dele af lokale reguleringsstrategier? Etc.

BS oplever, at der i mange lande – også på det strategiske niveau – er vanskeligheder ved at omsætte hele IPP-tankegangen til konkrete initiativer. Alle kender de overordnede principper om at kombinere technology push, market pull, ændret regulering og opbygning af virksomhedernes kompetence – men den konkrete udmøntning i initiativer er mange usikre over for. I Holland snakkes meget om "transition management", men det virker som om der er langt i mellem rapporter om konkrete initiativer og deres betydning.

Produktpanelerne i Danmark har ikke haft ubetinget succes. Der var kun få aktører i byggesektoren, der ville i dialog med panelet efter det havde udarbejdet en handlingsplan, og tekstilpanelet, som lykkedes med at samle aktører om et aktionsprogram, har i deres kampagne for EU's miljømærke tilsyneladende heller ikke kunnet opnå en stor succes markeds-mæssigt. Det var en god idé at tage udgangspunkt i en eksisterende institution som EU's miljømærke og opbygge et aktør-netværk omkring denne institution i form af panelet og dets kampagne, men resultaterne har ikke været så store som forventet. Mangler at se den evalueringsrapport af produktpaneler, der må være undervejs.

2.7.7 Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

BS finder det svært at kommentere på Grøn Markedsøkonomi på nuværende tidspunkt, men det er afgørende at der som led i denne indsats opereres med krav, målsætninger og formidling af konkrete udviklingsforestillinger til virksomhederne. Dvs. det skal være klart for virksomhederne hvilke målsætninger de bliver nødt til at orientere sig ind mod i deres udvikling.

2.7.8 Lokale/regionale netværk i fremtiden.

Spørgsmålet er dækket ind i de foregående spørgsmål.

2.8 Interview med Mette Kaa Hansen, Økonomi- og Erhvervsministeriet den 16. august 2002

2.8.1 Baggrund

Økonomi- og Erhvervsministeriet har i de senere år arbejdet med udvikling af en grøn erhvervsstrategi blandt andet i samarbejde med Miljøstyrelsen. I forbindelse med udviklingen af den grønne erhvervsstrategi udkom et debatoplæg, som senere skulle have dannet baggrund for en egentlig grøn erhvervsstrategi. Med regeringsskiftet i 2001 blev den grønne erhvervsstrategi taget af bordet, og i stedet er fokus i dag på udvikling af en strategi for grøn markedsøkonomi, hvor oplægget forventes færdigt i slutningen af 2002.

Mette Kaa Hansen (MKH) er chefkonsulent i Økonomi- og Erhvervsministeriet og har blandt andet deltaget i arbejdet med udvikling af grøn erhvervsstrategi og arbejder i dag med udvikling af oplæg til grøn markedsøkonomi.

2.8.2 Kendskab til netværk

Økonomi- og Erhvervsministeriet er først blevet opmærksom på de grønne, lokale og regionale netværk med deltagelse af myndigheder og virksomheder i forbindelse med udviklingen af Grøn Erhvervsstrategi og nu Grøn Markedsøkonomi. Med denne indsats blev det relevant at undersøge, hvilke aktører der var på banen og som kunne fremme strategierne ved at understøtte virksomhederne. Kontakten mellem Økonomi- og Erhvervsministeriet og de grønne netværk har derfor været på et meget overordnet plan, hvor fokus har været på strategiudvikling. MKH gør derfor opmærksom på, at hendes kendskab til netværkene primært er holdninger udviklet på basis af diskussioner om netværkenes fremtid end egentligt personligt kendskab til netværkenes funktion og resultater m.m. i dag. Konkret har MKH som bidrag til Grøn Markedsøkonomi skrevet et oplæg om partnerskab, hvor partnerskabet er en organisatorisk overbygning til de enkelte netværk. Formålet med partnerskabet er dels at støtte netværkene i deres arbejde, så hvert netværk undgår at skulle starte forfra hver gang, dels fremme fælles brug af metoder m.m. Oplægget er blevet til på baggrund af dialog med repræsentanter fra grønne netværk og skal i nær fremtid diskuteres med flere grønne netværk.

2.8.3 Lokale/regionale netværks betydning lokalt/regionalt

Med de lokale/regionale grønne netværk får virksomheder og myndigheder mulighed for at mødes på en anden måde og derved mulighed for at fremme en dialog, der går ud over kontrolaspektet. MKH mener, at både myndigheder og virksomheder får noget ud af den udvidede dialog. Ved at der ofte både er erhvervs- og miljømyndigheder med, får myndighederne mulighed for at sammentænke politikområder og derved skabe synergi mellem erhvervs- og miljøområdet. Som eksempel nævner MKH miljøredegørelserne. Når der er enighed mellem myndigheder og virksomheder om, at der skal laves en miljøredegørelse, kan dialogen mellem myndigheden og virksomheden blive mere fremadrettet. Samtidig kan miljømyndighederne, når de er ude på virksomhederne, hjælpe virksomhederne med ikke kun at indsamle data til miljømyndighederne, men også støtte virksomhederne i at overveje, hvordan de selv kan bruge disse data, både internt i forbindelse med f.eks.

ressourceoptimering, og eksternt i forhold til kunder, investorer m.m. En miljøredegørelse kan på den måde blive både til gavn for virksomhederne selv og myndighederne og understøtte såvel et miljømæssigt som et erhvervsmæssigt sigte.

I dag er det ofte elitevirksomhederne, der er langt fremme, og som ofte deltager i netværkssamarbejde. De grønne netværk kan være med til at sprede erfaringer fra disse virksomheder og måske gøre det muligt også at få fat på de andre virksomheder, f.eks. de små og mellemstore virksomheder, som ofte ikke har en miljømedarbejder. Myndighederne kan i forbindelse med netværksmøder, eller når de er ude på virksomhederne, formidle de gode historier om hvad virksomhederne har opnået og hvordan de gjorde, og dette kan de gøre til både netværksmedlemmer og til virksomheder, som ikke er med i netværket.

2.8.4 Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Det er ildsjæle, der driver de grønne netværk. Det er derfor en væsentlig forudsætning for grønne netværk, at der er ildsjæle og rammer for ildsjæle til at handle.

MKH mener, at det er nødvendigt, at metoder og værktøjer, som benyttes i netværkene, er nationale metoder, og at de er koblet til den internationale praksis på miljøområdet. Mange danske virksomheder er i dag leverandører til det internationale marked, og her stilles stigende krav til virksomhedernes miljøadfærd. Det er derfor væsentligt, at virksomhedernes miljødokumentation m.m. spiller sammen med de internationale krav. MKH bemærker, at det ikke altid er tilfældet og nævner som eksempel, at mange netværk i dag uddeler egne flag og diplomer.

Netværk skal være opmærksomme på, at virksomheder i lokalområder befinder sig på meget forskellige niveauer, og de skal handle strategisk på det. Der er erfaringer i de forskellige netværk med hensyn til servicering af forskellige typer virksomheder. For at undgå, at de enkelte netværk skal opfinde den dybe tallerken flere gange, er der behov for, at netværkene udveksler erfaringer med miljøarbejde i de forskellige typer af virksomheder, herunder udveksler tilpassede metoder m.m.

2.8.5 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk

Lokale/regionale, grønne netværk med deltagelse af myndigheder og virksomheder adskiller sig fra andre miljønetværk ved at omdrejningspunktet for kontakten mellem virksomhederne og myndighederne er lovbestemt. Miljømyndighederne har derfor både en gulerod og en pisk med i relationen. MKH mener, at det under alle omstændigheder må betyde, at når virksomheder har meldt sig ind i et netværk, er de mere kommitteret til aktiviteter m.m. i netværket end hvis der ikke havde været en kontroldimension. Andre typer netværk kan have andre incitamenter, der indvirker på motivationen.

2.8.6 Lokale/regionale netværks betydning for den produktorienterede miljøstrategi

Se nedenstående punkt.

2.8.7 Lokale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

Netværk kan bruges til at formidle nationale strategier, herunder den produktorienterede strategi og Grøn Markedsøkonomi, lokalt og regionalt. Netværk vil f.eks. være oplagte til at kanalisere lovgivning, viden og udviklede værktøjer m.m. ud til virksomhederne. MKH mener, at myndighederne gennem deres aktiviteter kan synliggøre for virksomhederne, hvordan miljø kan bruges som konkurrenceparameter, blandt andet ved at formidle de gode historier. Det væsentlige er, at virksomhederne begynder at få øjnene op for sammenhænge mellem deres bundlinie og miljøforhold m.m.

Indsatsen i forbindelse med udbredelsen af de nationale strategier vil forudsætte kompetenceudvikling hos både myndigheder og virksomheder. MKH peger på, at netværkene kan være en god ramme for denne kompetenceudvikling.

MKH peger endvidere på, at det konkrete arbejde med miljøredegørelserne kan være med til at gear de danske virksomheder lokalt og regionalt til det internationale marked.

2.8.8 Lokale/regionale netværk i fremtiden

I oplægget om partnerskab arbejder MKH i øjeblikket med at definere, hvordan et samspil mellem de lokale netværk og et partnerskab mellem netværkene m.fl. kunne tænkes at være. Overvejelserne er, at der er behov for et partnerskab til dels at varetage fælles opgaver, således at alle ikke bruger ressourcer på at opfinde det samme, dels behov for mere standardisering af metoder, værktøjer m.m., for at sikre, at de markedsføringspotentialer, der kan være i indsatsen, kan udnyttes nationalt og internationalt. MKH peger på, at den udvidede dialog åbner for nye muligheder for samarbejdet mellem myndigheder og virksomheder, men at det er vigtigt, at netværkene ikke går ind og overtager andre aktørers roller på feltet. I forhold til f.eks. renere teknologi og produktudvikling skal myndighederne ikke selv gå ud som eksperter, men skal i højere grad fungere som facilitatorer, således at virksomhederne bliver hjulpet til at finde frem til den eksisterende viden og de rigtige konsulenter m.m.

2.9 Interview med Maj Munch Andersen, Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling, d. 20. august 2002

2.9.1 Baggrund

Maj Munch Andersen (MMA) er ansat i Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling og var tidligere i Erhvervsministeriet. MMA har bl.a. arbejdet med udviklingen af Grøn Erhvervsstrategi.

2.9.2 Kendskab til netværk

MMA har som led i arbejdet med Grøn Erhvervsstrategi kendskab til en række netværk og deres strategier. Ligeledes har MMA haft strategisk dialog med et par af de større netværk og har været involveret i at skitsere en udviklingsstrategi for bl.a. regionale miljønetværk.

2.9.3 Lokale/ regionale netværks betydning lokalt/regionalt & Forhold der er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning

Netværk er i dag et vigtigt instrument i den miljømæssige og erhvervmæssige udvikling.

De lokale/regionale miljønetværk er specielt vigtige med henblik på at fange de små og mellemstore virksomheders interesse for miljø. Det kan bl.a. ske ved at lave en fase- eller step-model for virksomheders miljøarbejde, som de små og mellemstore virksomheder kan stifte bekendtskab med gennem netværkene. F.eks. en model, hvor første trin er en simpel form for miljøledelse – à la den form for miljøredegørelser som Green Network arbejder med. Der er behov for et landsdækkende system af sådanne certificerende ordninger.

Miljøarbejdets konkrete form skal i høj grad udvikles på virksomhedernes egne præmisser. Kommuner og amter må meget gerne ved med i dette arbejde, men de skal ændre deres forståelse af miljøledelse fra at være et teknisk værktøj til at være et markedsorienteret værktøj, hvor miljø tænkes mere strategisk. Dvs. som et område en virksomhed kan markedsføre og opbygge en identitet på ("brande sig"). Fokus skal altså samtidig være på erhvervsudvikling. Det behøver ikke være et meget offensivt miljøarbejde, men potentielt set kan det blive et varemærke for danske virksomheder.

Miljønetværkenes indflydelse nationalt set begrænses i dag af, at der ikke findes sådanne lokale/regionale netværk over hele landet.

MMA mener der er behov for fornyelse af de lokale/regionale grønne netværk, hvilket en del netværk også selv giver udtryk for. Fornyelsen skal gøre netværkene mere markedsorienterede og åbne for den bredere diskussion af bæredygtighed, hvor også sociale og etiske forhold indgår. Denne bredere diskussion er allerede i gang i en del virksomheder. Nogle netværkssekretariater har givet udtryk for, at de selv er forbavsede over de ambitioner virksomhederne har om at komme videre i deres miljøarbejde i form af at ville arbejde med bæredygtig udvikling, etik og markedsføring. En del netværk mangler viden og kompetence til at kunne håndtere disse problemstillinger, fordi den hverken findes hos de deltagende virksomheder eller myndigheder.

Fremover bør lokale/regionale miljønetværk kunne støtte virksomheder i at komme i gang med deres eget proaktive og markedsorienterede miljøarbejde. Der er behov for et landsdækkende net af lokale/regionale netværk med denne kompetence, som gennem vidensdeling mellem virksomheder kan bidrage til at sprede erfaringerne med proaktivt og markedsorienteret miljøarbejde.

Virksomhederne vil gerne have hjælp til denne form for miljøarbejde, men tilsynsmyndighedernes rolle som kerneaktør i en række netværk er antagelig en begrænsning for disse netværks muligheder for dialog med virksomhederne på dette område. Samtidig fastlåser koblingen til tilsynsarbejdet netværkenes udviklingsmuligheder. Det er derfor nødvendigt at amternes og kommunernes

industri- og erhvervsafdelinger bliver mere centrale aktører i netværkenes arbejde fremover. Tilsynsarbejdet er dog i dag blevet mere samarbejds- og dialogorienteret, hvilket betyder at en del miljøforvaltninger også har fået nye kompetencer.

Samtidig er det også vigtigt, at de lokale/regionale netværk opbygger samarbejde med andre vidensinstitutioner – både nationalt (f.eks. inden for GTS-systemet) og internationalt – for at kunne bidrage mere til vidensdeling mellem virksomhederne. Spredningen af erfaringerne er i dag for ringe – bl.a. som følge af at kredsen af deltagere i netværkene er for begrænset.

2.9.4 Fordele og ulemper for lokale/regionale netværk sammenlignet med andre netværk f.eks. branchenetværk og miljøkoordinatornetværk

Ud over lokale/regionale netværk er der også behov for innovationsorienterede branchenetværk – afgrænset efter teknologi- eller produktområder. Sådanne netværk har et stort potentiale for vidensdeling. Netværkene kan være noget i stil med produktpanelerne. Nogle virksomheder i produktpanelerne oplever dog, at der er for mange forskellige aktører i panelerne, hvilket blokerer for udvikling af en mere direkte kunde-leverandør dialog.

Branchenetværk bør være internationalt orienterede og have udenlandske deltagere, da innovationsnetværk i dag ikke er nationalt afgrænsede. Der har dog hidtil været problemer med at få Finansministeriet til at acceptere, at der gives national dansk støtte til netværk med udenlandske deltagere – f.eks. i forbindelse med Erhvervsministeriets center-kontrakter. Branchenetværkene bør kunne være internationale, men med dansk forankring. Det er givetvis afgørende for netværkenes dynamik, at virksomheder spiller en mere aktiv rolle i selve netværkene.

Det er vigtigt, at sådanne branchenetværk samler flere led i en produktkæde. Dog ikke hele produktkæder - hovedfokus skal være på produktionsleddene. Andre former for netværk kan også have deltagelse af bl.a. grossister med henblik på foretage markedsføring. Man kunne forestille sig, at det i en opstartsfasen var muligt for netværkene at få støtte fra et sekretariat. Der bør endvidere være mulighed for finansiel støtte til aktiviteterne, men en del støtte skulle gerne kunne hentes via ansøgninger til EU's forsknings- og udviklingsprogrammer.

Det overvejes, om det igangværende Grønt Teknologisk Fremsyn kan danne grundlag for udvikling af sådanne teknologi-/produktorienterede netværk. MMA er selv meget inspireret af TANNET – et brancheorienteret netværk inden for garvning, som bl.a. Teknologisk Institut deltager i. Grønt Teknologisk Fremsyn's første fase kunne således skabe grundlag for, at der i anden fase etableres teknologi-/produktorienterede netværk, som kan etablere visioner med baggrund i den viden, der opbygges i fremsynets første fase.

2.9.5 Lokale/regionale netværks betydning for Den Produktorienterede Miljøstrategi & Lokale/regionale netværks betydning for Grøn Markedsøkonomi

Hvis der via f.eks. Den Produktorienterede Miljøstrategi og Grøn Markedsøkonomi skal udvikles markeder, hvor konkurrencen bl.a. drejer sig om miljø og den bredere bæredygtighedsdiskussion, er det vigtigt at indsatsen baseres på et systemperspektiv. Alle led i værdikæderne spiller således en rolle for sådanne strategiers succes.

Det er vigtigt at tænke på, at virksomheder er bedre til at overtale andre virksomheder end myndigheder er. "Kasketten" (rollen) betyder meget for den relation, der kan opbygges til en virksomhed. Netværkene kan bl.a. diskutere spørgsmål som mulighederne for at sælge "grønne produkter". Men det er vigtigt også at pege på de andre fordele virksomheder kan have af at arbejde miljøorienteret end det snævert afsætningsmæssige. Der er således lang vej endnu, før grønne produkter har en stor andel på markedet.

Netværk kan medvirke til, at flere virksomheder fremover ser miljø som et muligt vækstområde – ikke i form af at sælge end-of-pipe miljøudstyr, men i form af et miljøarbejde, der er baseret på renere teknologi og på den brede bæredygtighedsdiskussion og er markedsorienteret. Det er spændende, hvis netværk kan medvirke til at markedsføre teknologi i Østeuropa og udviklingslande, men de teknologier der markedsføres bør være baseret på renere teknologi. Samtidig er det vigtigt med en stærk kompetence for at kunne drive markedsføringsnetværk. Man burde nok se mere på udenlandske udstillingsvinduer af samme karakter og deres opbygning af databaser, websider m.m. i forbindelse med en fremtidig udvikling af (strategier for) sådanne netværk.

2.9.6 Lokale/regionale netværk i fremtiden

Der kan være mange forskellige typer netværk med forskellige funktioner i forhold til den fremtidige miljømæssige og erhvervmæssige udvikling. Regionale netværk kan være egnede til at gøre virksomheder interesserede i et miljøarbejde, der både er markedsorienteret og orienteret mod den bredere diskussion af bæredygtighed. Andre netværk kan have særlig fokus på det innovationsorienterede og være rettet mod de virksomheder, der er kommet i gang med et markeds- og bæredygtighedsorienteret miljøarbejde, med henblik på at styrke disse virksomheders konkurrencedygtighed.

For begge typer netværk er det vigtigt, at der arbejdes målrettet med at udvikle en stærk incitamentsstruktur. Der skal således være krav knyttet til offentlig støtte til netværk med henblik på at gøre dem dynamiske. Det kan f.eks. være i form af 4-årige udviklingskontrakter, som det kendes fra det engelske Faraday program. Efter 4 år vurderes et netværks succes. De mest dynamiske netværk opnår den største økonomiske støtte. Både de lokale/regionale miljønetværk og de innovationsorienterede netværk bør vurderes ud fra hvor dynamiske de er – f.eks. vurderet ud fra deres innovationsaktiviteter, deltagelse i forskningsansøgninger m.m.

Temaer til interviews med interessenter og eksperter i forbindelse med evaluering af lokale og regionale miljønetværk

August 2002

1. Hvilket kendskab til lokale/regionale miljønetværk (med myndigheder og virksomheder) ?
2. Hvilke personlige erfaringer med samarbejde med lokale/regionale miljønetværk ?
3. Hvilken betydning har lokale/regionale miljønetværk – f.eks. for
 - forholdet mellem virksomheder og myndigheder
 - myndigheders godkendelses- og tilsynsarbejde
 - samspillet mellem miljø- og erhvervsforvaltning
 - virksomheders miljøadfærd, teknologiudvikling, markedsføring, kompetenceudvikling e.l.
 - relationer mellem lokale/regionale aktører (virksomheder, borgere, interesseorganisationer e.l.)
 - lokal/regional erhvervsudvikling
4. Hvilke forhold er afgørende for lokale/regionale miljønetværks udvikling og betydning ?
5. Hvilke fordele/ulemper har lokale/regionale miljønetværk sammenlignet med andre typer netværk – f.eks. branche-netværk, miljøkoordinator-netværk e.l. ?
6. Hvilken betydning kan lokale/regionale miljønetværk have for den produktorienterede miljøstrategi – og hvilke forudsætninger kræves opfyldt? F.eks. betydning for
 - information til virksomheder
 - kompetenceudvikling hos virksomheder og myndigheder
 - tilsynsmyndigheders arbejde med produktrelaterede aspekter i forhold til virksomheder
 - lokalt/regionalt initierede udviklings- og markedsføringsaktiviteter
7. Hvilken betydning kan lokale/regionale miljønetværk have for regeringens nye strategi for Grøn Markedsøkonomi – og hvilke forudsætninger kræves opfyldt ?

(Strategien for Grøn Markedsøkonomi vil bl.a. have fokus på A) anvendelse af økonomiske redskaber som afgifter, gebyrer, tilskud m.m.; B) stimulering og spredning af teknologisk innovation og andre miljøteknologiske løsninger; C) stimulering og udvikling af efterspørgslen efter miljøvenlige teknologier og produkter; D) udvikling af konkurrence på miljøparametre ved at gøre markeder mere gennemsigtige)
8. Synspunkter på hvilken betydning lokale/regionale miljønetværk kan have i fremtiden – f.eks. baseret på egne aktiviteter i relation til bæredygtig udvikling, erhvervsudvikling, teknologisk forandring e.l.