

Innspill til handlingsplan for bærekraftsmålene

Schibsted er et konsern med Nordiske fokus. Det består av en samling av merkevarer for forbrukerne innenfor tre områder, det er media med aviser som Aftenposten, VG, Bergens Tidende og Stavanger Aftenblad i Norge og tilsvarende aviser i Sverige, det er nordiske markedsplasser med selskaper som FINN.no og det er noe vi kaller Next som er en samling av porteføljeselskaper innenfor eksempel FinTech, prissammenligningstjenester og distribusjon.

Vi ønsker å gi innspill på hva som er utfordringene knyttet til bærekraftsmål 12 og 16 og hva som kan gjøres for å nå disse målene.

Bærekraftsmål 12: Ansvarlig forbruk og produksjon

Forbruket i Norge er for høyt. Vi oppfører oss som om vi hadde ressursene til mer enn 3,5 planeter basert på Earths Overshoot Day. Vi forbruker for mye og for fort og dette utgjør et enormt press på planeten som ikke kan fortsette. Forbrukerne føler seg maktesløse og skjønner ikke helt hvordan de skal være med å bidra til å løse dette. De må derfor hjelpes i gang og en av løsningene er å hjelpe dem til en overgang fra et lineært forbruk (produksjon, bruk, kast) til et sirkulært forbruk (reduksjon, reparering, gjenbruk og deling - og i aller siste instans resirkulering).

Ved å få til en slik overgang kan vi unngå at vi bruker opp naturressurser, at vi har for høye klimautslipp fra produksjonen og at vi har et avfallsproblem. Schibsted har gjort beregninger sammen med det Svenske Miljøinstituttet IVL som viser svært høye tall på sparte klimagasser og materialer hvis vi får til en slik overgang. I beregningen har vi tatt utgangspunkt i at ved å kjøpe og selge brukt så unngår vi at det produseres en ny enhet og at vi kaster en som er brukt. Dette gir enorme besparelser i klimagassutslipp og materialer. Se rapporten med beregninger her: <https://schibsted.com/secondhandeffect/>

For å få forbrukerne på laget så må dagens lovverk endres. Det er i dag tilpasset en lineær økonomi og ikke en sirkulær. En full gjennomgang må gjøres for å få hindringer ut av veien som gjør at vi ikke kan nå bærekraftsmål nummer 12. Eksempler på dette er:

- Moms på reparasjoner, utleietjenester og bruksalg må fjernes
- Forlenget reklamasjonstid på forbruksvarer må lovfestes
- Brukthandeloven må endres slik at man ikke trenger løyve for å selge brukt
- Innkjøpspolicy for offentlige virksomheter må inkludere krav om gjenbruk og reparerbarhet.
- Obligatoriske merkeordninger må innføres
- Det må stilles krav til klimaregnskap fra alle bedrifter
- Det må innføres avgifter på produkter og emballasje med høy miljøkostnad
- Det må innføres forbud mot varer som ikke kan repareres

Det kom nylig ut en rapport som har beregnet hvor sirkulær vi er i Norge og det var et nedslående resultat. Vi er bare 2,4% sirkulære mot et verdens snitt på 8,6% som heller ikke er spesielt bra. Det vil si at vi er så og si helt lineære. Det positive er at vi har et enormt potensial for endring og at det ligger store forretningsmuligheter i det som vi kan utnytte samtidig som vi når bærekraftsmålet hvis vi gjør de nødvendige endringene. Ved å endre lover og reguleringer mener vi at dette potensiale for de private vil utløses.

Bærekrafts mål 16: Fred og rettferdighet

Vi har en situasjon der befolkningen i vestlige land polariseres i større og mindre grad, og der tilliten til myndighetene i mange land er synkende. Ytterliggående politiske bevegelser og særinteressepartier vinner terreng, på bekostning av de brede såkalte "styringspartiene". Debattklimaet er dårlig - så dårlig at mange velger å ikke delta. Ulike interessegrupper snakker sjeldnere med hverandre, men ofte om hverandre.

Selv om Norge og Norden er bedre stilt enn de fleste andre, så ser vi de samme tendensene også her.

En viktig årsak til sterkere polarisering, er mangelen på en felles virkelighetsforståelse. Dette henger igjen sammen med tilgangen på etterrettelig informasjon. Dette kan synes som et paradoks, i en verden der overflod av informasjon er det som først og fremst slår oss.

Problemet er at den etterrettelige og balanserte informasjonen kommer i den samme flyten som konspirasjonene, løgn kampanjene og hatet - og det er ikke alltid lett å skille det ene fra det andre. Samtidig med at det som virker negativt blir styrket - så blir det som virker positivt svekket.

Med andre ord - den journalistiske kapasiteten i de aller fleste land er dramatisk redusert de siste 10 årene og fortsetter å bli svekket.

Det Norge kan gjøre med dette kan samles under to overskrifter:

1. Bidra til at de sosiale nettverkene som er de desidert viktigste informasjonssprederne får et tydeligere ansvar for formidling av ulovlig innhold.
2. Arbeide aktivt for å sikre at vi kan opprettholde en tilstrekkelig produksjon av norsk, kritisk og uavhengig journalistikk.

Det er et brukbart fokus på nummer 2, men på det første er lite gjort. Her må Norge dels arbeide mer aktivt for å påvirke EUs arbeid med reguleringer på området, og dels gjøre en større innsats selv for å oppdatere gjeldende regelverk.

Se våre innspill til EU Commission på dette her:

[Report on Schibsted.com](#)

[Ensuring democracy and freedom of speech online](#)

[Position paper social networks](#)

Dersom ønskelig så utdyper vi gjerne våre tanker ytterligere.

Med vennlig hilsen
Britt Nilsen og Einar Hålien

Britt Nilsen

Head of Sustainability
+47 91686622

Einar Hålien

Group Editor and Senior Public Policy Adviser
+47 90787861

Schibsted

[linkedin](#) | [twitter](#) | [facebook](#) | [instagram](#)