

# Bærekraftige og lønnsomme forretningsmodeller

Frokostmøte Bergen Næringsråd / Miljøfyrtårn  
2017-11-03

Erlend Aas Gulbrandsen

# Bærekraft





SUSTAINABLE BRANDS

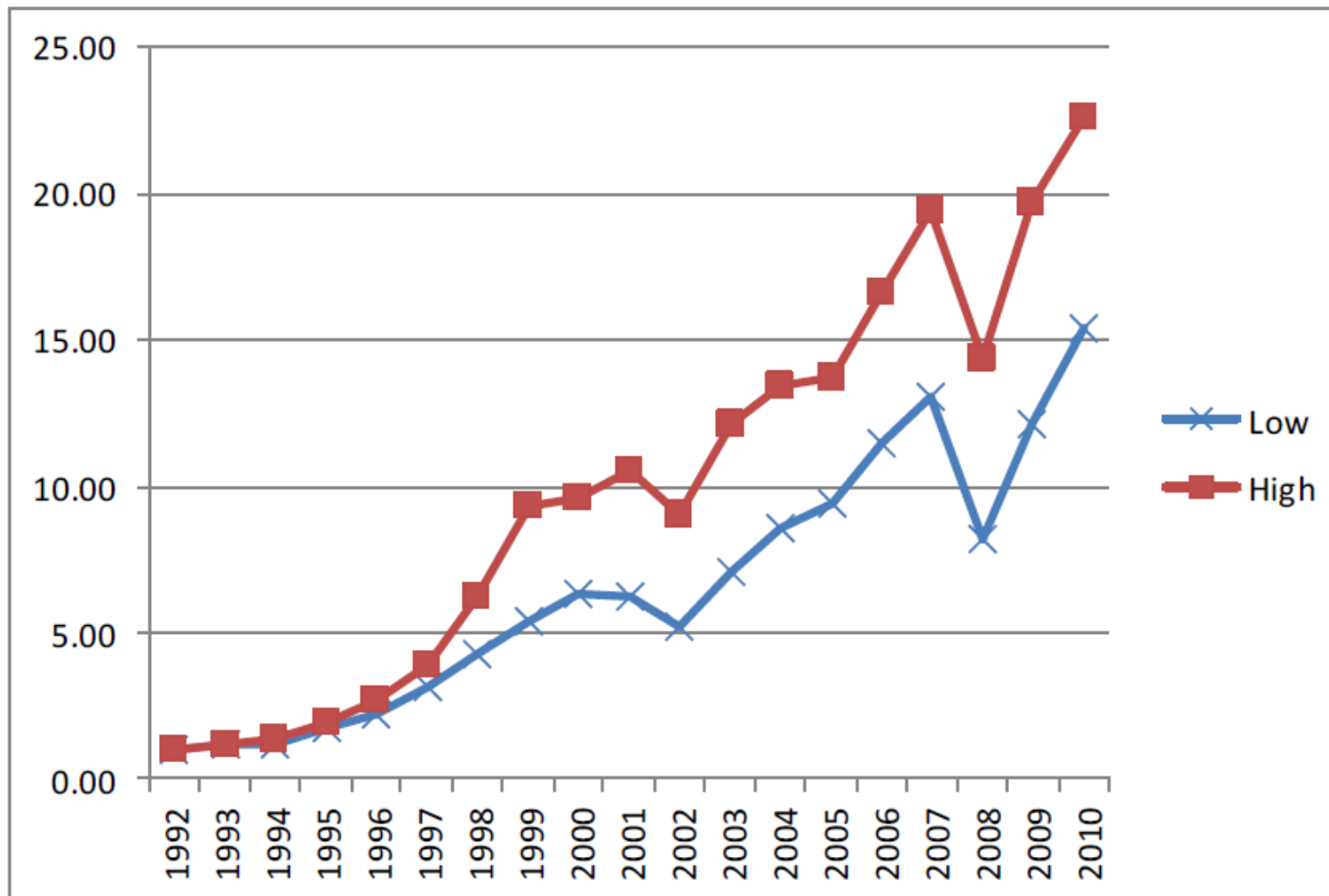


  
storebrand



Most Sustainable Corporations in the World

GLOBAL 100

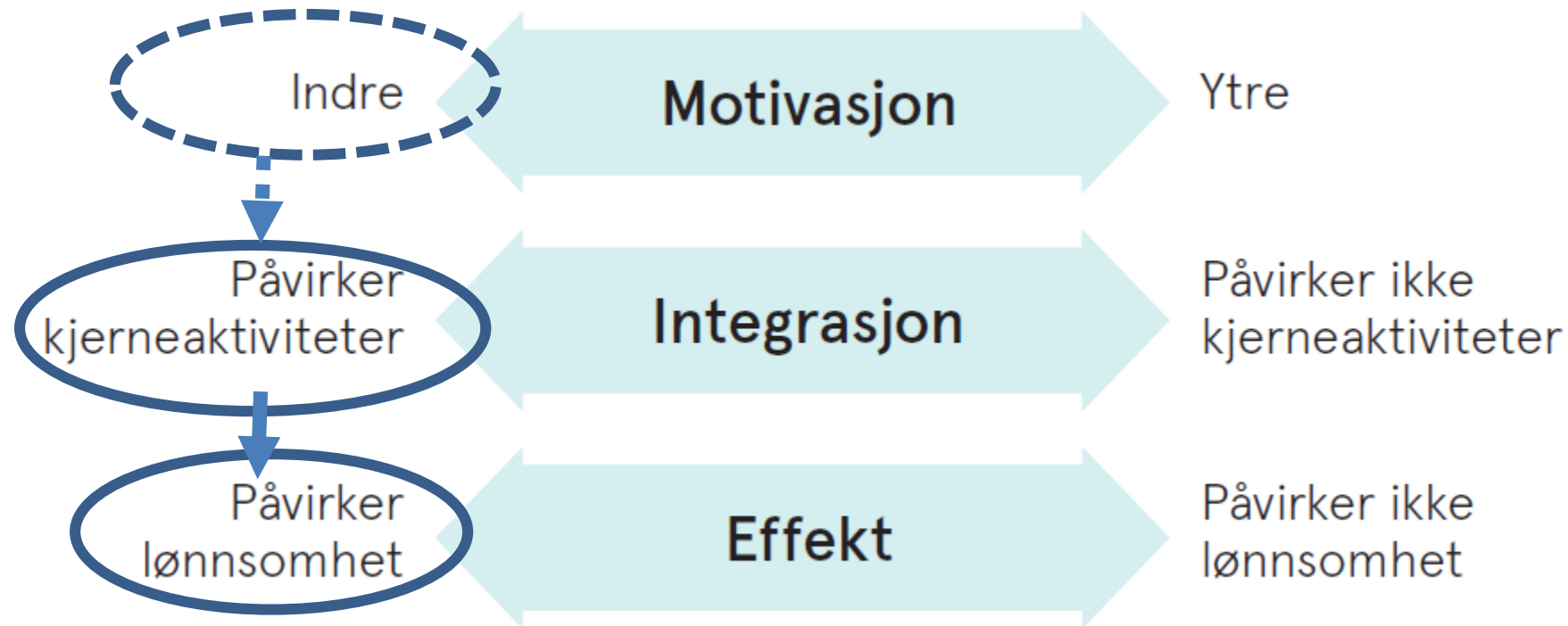


Kilde: Eccles et al. (2014).



	Direkte effekt	Indirekte effekt
Økt oppside	Økte inntekter  FAIRTRADE®	Sterkere immaterielle ressurser (omdømme) 
Redusert nedside	Reduserte kostnader  Interface®	Redusert risiko 

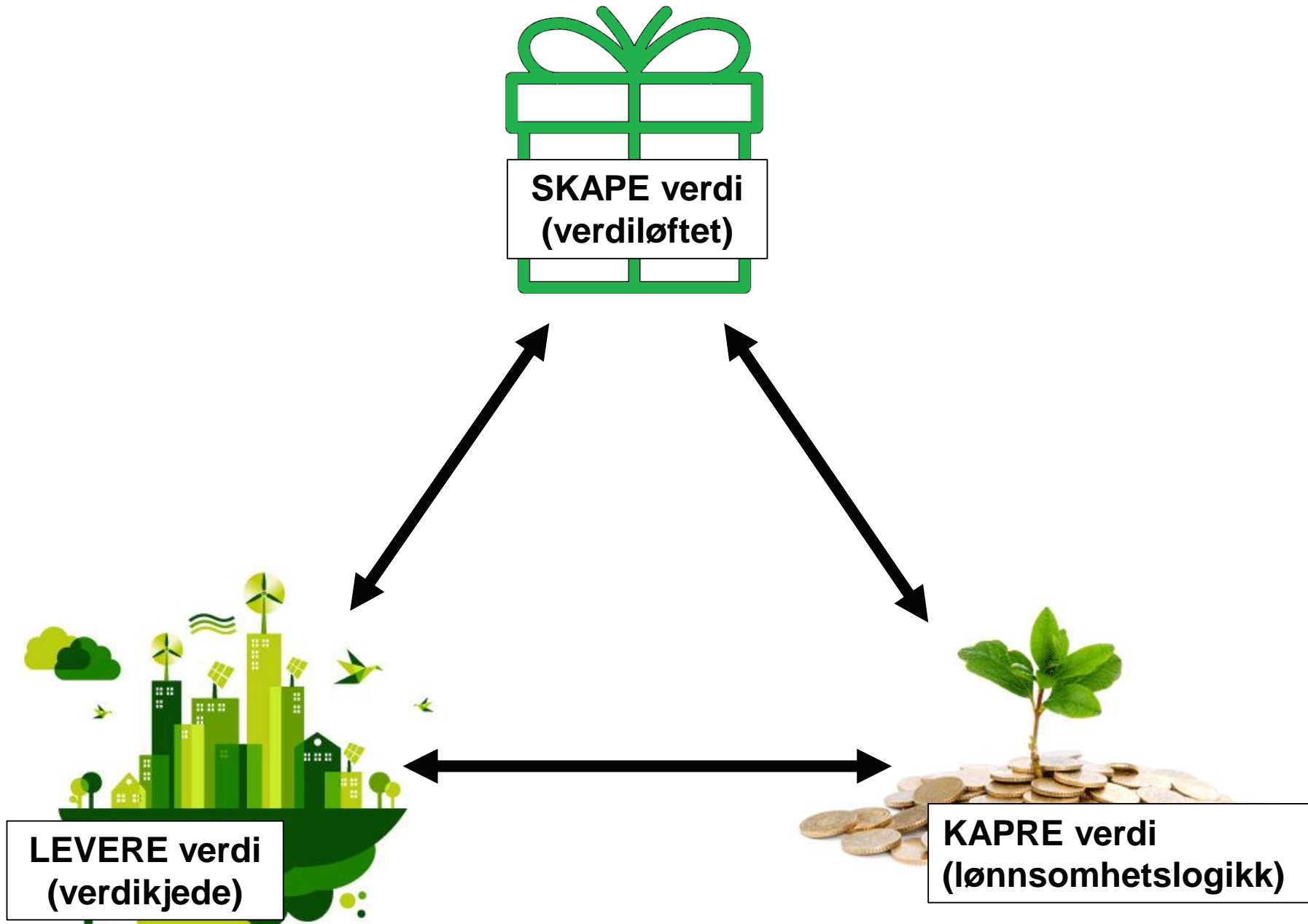
# Tre stikkord for arbeidet





**Forretningsmodellen:**

**«Historien om hvordan bedriften fungerer.»**







Kilde: Jørgensen & Pedersen (2016). *RESTART. 7 veier til bærekraftig business.*

# Hvordan sikre god implementering?

Eierskap og støtte hos toppledelsen

Engasjerende visjon

Skape en sosial bevegelse

Bruk av idéverksteder

**Top down + bottom up = suksess!**

Kilde: Tushman et al. (2015).

# TAKK FOR OPPMERKSOMHETEN 😊

Twitter: @erlend\_ag

E-post: [erlend.aas.gulbrandsen@inn.no](mailto:erlend.aas.gulbrandsen@inn.no)