



Svenssen
ESG

BÆREKRAFT I MELLOMSTORE BEDRIFTER

2022



INNHOOLD

Om rapporten S. 02

Sammendrag S. 04

Bærekraftsreisen i 5 steg S. 05

Tips til ledere S. 16

Om Svenssen ESG S. 18

Appendix S. 21

Sammendrag

Bærekraft må høyere på agendaen til mellomstore norske bedrifter

- Hele 49 av 100 bedrifter kommuniserer ikke om bærekraft, utover grunnleggende HMS

Bærekraftssertifiseringer og bransjestandarder er viktige springbrett for bedrifter som ønsker å jobbe systematisk med bærekraft

- 37 av de 51 bedriftene som kommuniserer om bærekraft oppgir å være sertifisert eller del av en bransjeordning
- Miljøfyrtårn og ISO 14001 er spesielt viktige, med henholdsvis 17 og 12 medlemmer

9 av bedriftene har gått et steg videre og lansert innovative, bærekraftige produkter eller forretningsmodeller – dette er en spennende utvikling, som bare vil akselerere

- Dette er et strategisk valg, som er åpent for alle, ikke forbeholdt grønne oppstartsbedrifter på Løkka (5 av de 9 er tradisjonelle bedrifter som har tatt strategiske valg. De kommer fra 4 av 5 landsdeler og 6 bransjer)
- Selv her mangler ambisiøse bærekraftsmål og -tiltak for egen drift

To av de utvalgte bedriftene har tatt det siste steget, der man styres av et tydelig og meningsfylt formål

- Disse kommuniserer ambisiøse og konkrete bærekraftsmål, som former organisasjonen og interne systemer og ansatte kan samle seg rundt
- Studier har vist at formålsdrevne bedrifter leverer bedre økonomiske resultater over tid

Svenssen ESG har utviklet Bærekraftsreisen i 5 steg – et enkelt verktøy som hjelper bedrifter å se hvor langt de har kommet og hvilke konkrete steg de bør ta

Om denne rapporten

Bærekraftsomstillingen

Næringslivet står overfor den kanskje største omstillingen siden den industrielle revolusjonen. Omstillingen drives av stadig akselererende klimaendringer, økende sosiale forskjeller, ny teknologi, med mer. Skiftet er fortsatt i en tidlig fase og organisasjoner og bedrifter som ønsker å ta en lederposisjon har en gylden mulighet. På den andre siden vil bedrifter som ikke tar skiftet på alvor eller evner å omstille seg slite.

Mellomstore bedrifter er sentrale i omstillingen

Det norske næringslivet er avhengige av at mellomstore bedrifter henger med i denne omstillingen. De står for ca. 20 prosent av verdiskapningen og sysselsetningen,



Næringslivet står overfor den kanskje største omstillingen siden den industrielle revolusjonen.

samtidig som de er viktige leverandører til de største bedriftene og viktige kunder til de mindre.

Om denne rapporten forts.

Kartlegge bærekraftsarbeidet

Målet med denne rapporten er å kartlegge hvor langt i bærekraftsomstillingen mellomstore bedrifter har kommet og hvor godt rustet de er.

Bærekraftsreisen i 5 steg

Vi bruker Svenssen ESGs verktøy, Bærekraftsreisen i 5 steg, til å kartlegge hvor langt mellomstore bedrifter har kommet. Verktøyet kan dessuten brukes av andre bedrifter til å måle hvor langt de selv har kommet og hvordan de kan gå frem.

100 mellomstore bedrifter

Rapporten er basert på informasjon hentet fra nettsidene til et utvalg med 100 tilfeldig valgte og representative mellomstore bedrifter. Bærekraftarbeid som ikke kommuniseres på bedriftenes nettsider inkluderes ikke i analysen.

Ønsker å løfte bærekraftsarbeidet og kommunikasjon

God kommunikasjon om bærekraftarbeid er helt kritisk for at kunder og samarbeidspartnere skal kunne vurdere en bedrifts satsing, og at arbeidet som gjøres skal kunne omdannes til en konkurransefordel. Vi håper at denne rapporten bidrar til å løfte bærekraftsarbeidet, og kommunikasjonen rundt dette..

Bærekraftsreisen i 5 steg

Svenssen ESGs Bærekraftsreise i 5-steg

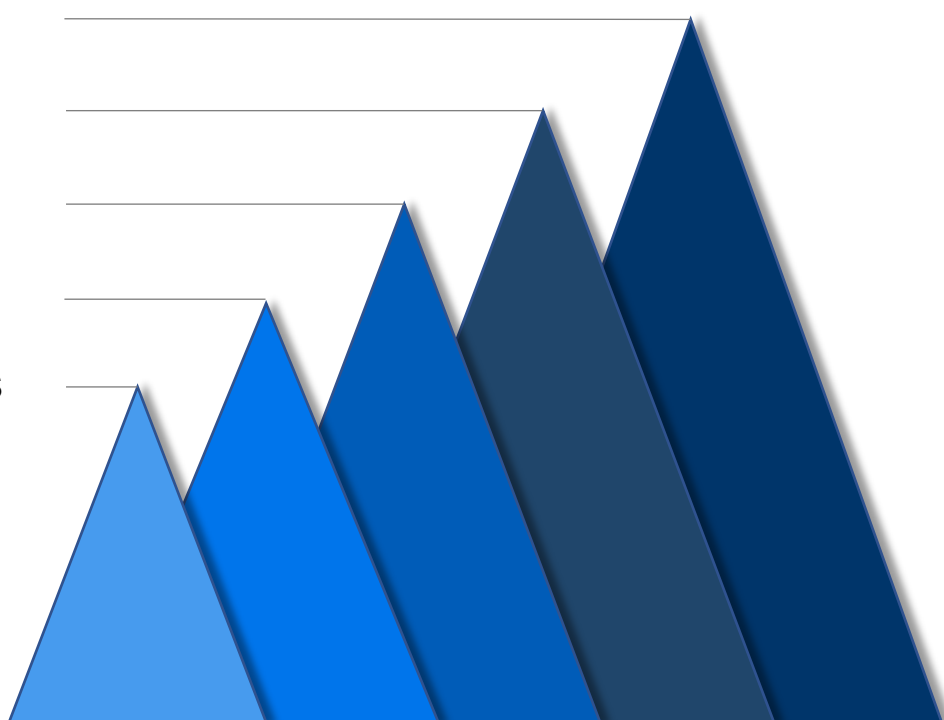
Steg 5: Formålsdrevet

Steg 4: Strategisk satsing

Steg 3: Målrettet arbeid

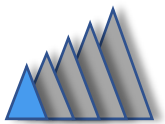
Steg 2: Gryende interesse

Steg 1: Grunnleggende HMS



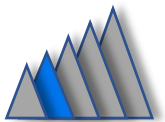
Svenssen ESGs Bærekraftsreise i 5 steg viser hvordan bedrifter kan gå fra «zero to hero» i 5 steg: fra kun å ha grunnleggende HMS-tiltak på plass til å bygge konkurransekraft med bærekraftsstrategier. I lys av omstillingen vi står overfor er Bærekraftsreisen relevant og viktig for alle bedrifter, på tvers av geografi, bransjer og størrelser.

Bærekraftsreisen i 5 steg



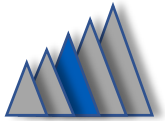
Steg 1: Grunnleggende HMS

Bedriften har på plass grunnleggende og lovpålagte HMS tiltak, uten ytterligere fokus på bærekraft



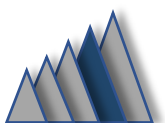
Steg 2: Uttalt ambisjon

Bedriften har en uttalt ambisjon om å ta bærekraft på alvor, samt enkelte tiltak. Dette kommuniseres aktivt på nettsiden, men uten konkrete mål, resultater eller informasjon om hvordan det jobbes, spesielt i forhold til sertifiseringer.



Steg 3: Målrettet arbeid

Bedriften har satt bærekraftsarbeidet i system og jobber målrettet. Det jobbes aktivt med etablerte sertifiseringsordninger og bransjestandarder, som Miljøfyrtårn eller ISO14001.



Steg 4: Strategisk satsing

Bedriften gjør bærekraft til en strategisk satsing. Toppledelsen og styre er aktivt involvert. Man ser mulighetene med bærekraft og investerer i aktiviteter som kan gi konkurransekraft, som produktinnovasjon og nye forretningsmodeller, inkludert sirkulær økonomi og delingsøkonomi.



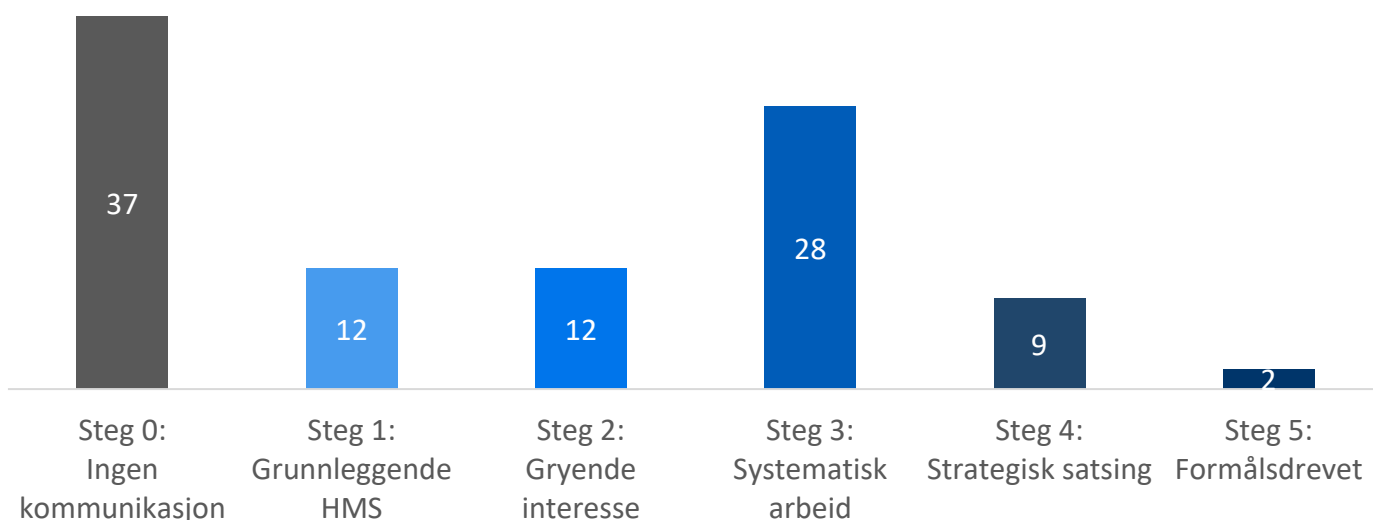
Steg 5: Formålsdrevet

Bedriften har et tydelig formål utover lønnsomhet. Bedriften har forpliktet seg til ambisiøse og konkrete bærekraftsmål knyttet til formålet. Organisasjonen og interne systemer, som bonusordninger, er formet rundt formålet



Bærekraft i mellomstore norske bedrifter, 2022

BÆREKRAFT I MELLOMSTORE BEDRIFTER



Halvparten prioriterer ikke bærekraft

37 av 100 bedrifter har ingen kommunikasjon på sine nettsider, mens 12 kun beskriver grunnleggende HMS.

Her er det store muligheter til forbedring og vekst.

Miljøfyrtårn og ISO er viktige springbrett

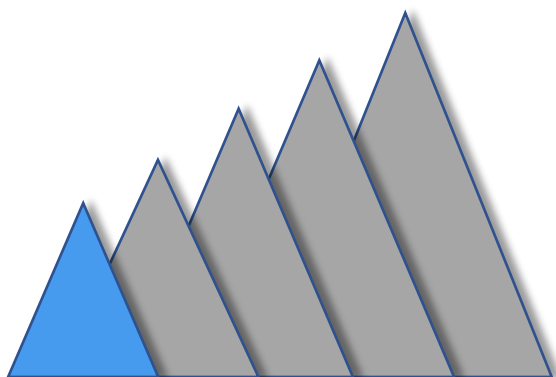
28 av 100 bedrifter jobber systematisk med bærekraft.

Miljøfyrtårn eller ISO 14001 brukes av 19 av disse, og spiller en sentral rolle i bærekraftsomstillingen i Norge.

Bærekraft som konkurransekraften

Hele 11 av 100 jobber strategisk med bærekraft. Disse er spredt på tvers av bransjer og geografi, og viser mulighetene bærekraftsomstillingen fører med seg for alle type bedrifter.

Steg 0 & 1: Grunnleggende HMS



49

av 100 bedrifter

Halvparten prioriterer ikke bærekraft

37 av 100 bedrifter kommuniserer ikke om HMS eller bærekraft på sine nettsider.

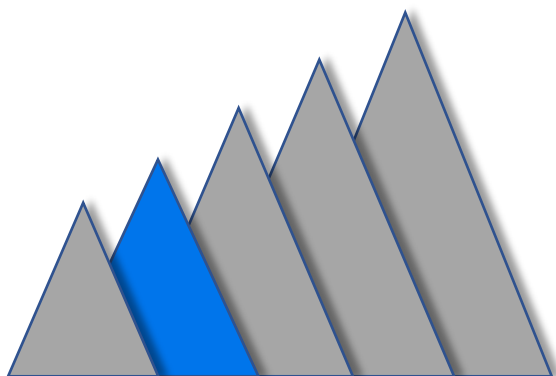
12 av bedriftene beskriver grunnleggende HMS. Enkelte av disse nøyer seg med en setning, mens andre beskriver sine tiltak i detalj. 6 av de 12 gjør dette på en dedikert HMS-side på nettsiden, noe som gir ekstra vekt til temaet.

For å henge med i bærekraftsomstillingen må disse 49 raskt sette fokus på bærekraft.

Tips til ledere

- ✓ Sikre grunnleggende kunnskap om bærekraft i styret og ledelsen
- ✓ Fullføre en kost-nytteanalyse for bærekraft
- ✓ Forplikte bedriften til målrettet bærekraftsarbeid, som et minimum
- ✓ Kartlegge hvordan bedriften påvirker miljø og samfunn i dag – både positivt og negativt – og hvilke tiltak som allerede er på plass
- ✓ Kommunisere åpent om bærekraftsambisjoner, påvirkning og tiltak, både internt og eksternt

Steg 2: Gryende interesse



12 bedrifter viser en gryende interesse for bærekraft

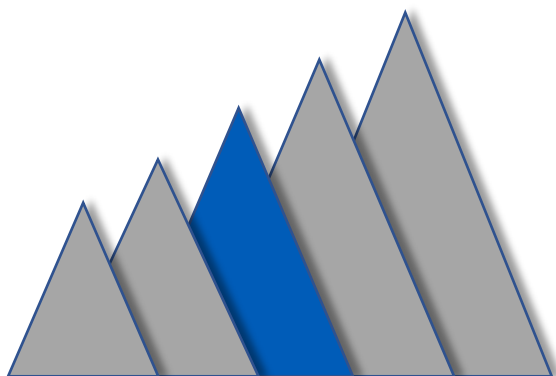
Dette er et viktig steg. Disse bedriftene har et uttalt ønske om å ta bærekraft på alvor og har som regel konkrete tiltak på plass, men mangle en systematisk, målrettet tilnærming.

Felles for alle er at de ikke oppgir konkrete mål for bærekraftssatsingen eller noen mekanisme for måling og oppfølging. De oppgir heller ikke medlemskap i noen bransjeordninger eller standarder, som ISO eller Miljøfyrtårn.

Tips til ledere

- ✓ Delegere bærekraftsarbeidet til en gruppe på 2-5 personer
- ✓ Prioritere fokusområder og sette konkrete mål
- ✓ Utforske relevante sertifiseringsordninger og bransjestandarder for bedriftens fokusområder
- ✓ Sikre systematisk arbeidsprosess med tydelig eierskap, forventninger og måling
- ✓ Opprette rutiner for å oppdatere kommunikasjon om bærekraftsarbeidet, både internt og eksternt

Steg 3: Systematisk arbeid



28

av 100 bedrifter

28 bedrifter har satt bærekraft i system

Det er essensielt for bedriften og for næringslivet generelt at det jobbes systematisk og målrettet med bærekraft.

Bransjeordninger og standarder er viktige verktøy. Miljøfyrtårn og ISO 14001 er spesielt viktige. 19 av de 28 bedriftene er sertifisert av en av de to. Grønt Punkt, Fair Transport og Svanemerket spiller også en viktig rolle.

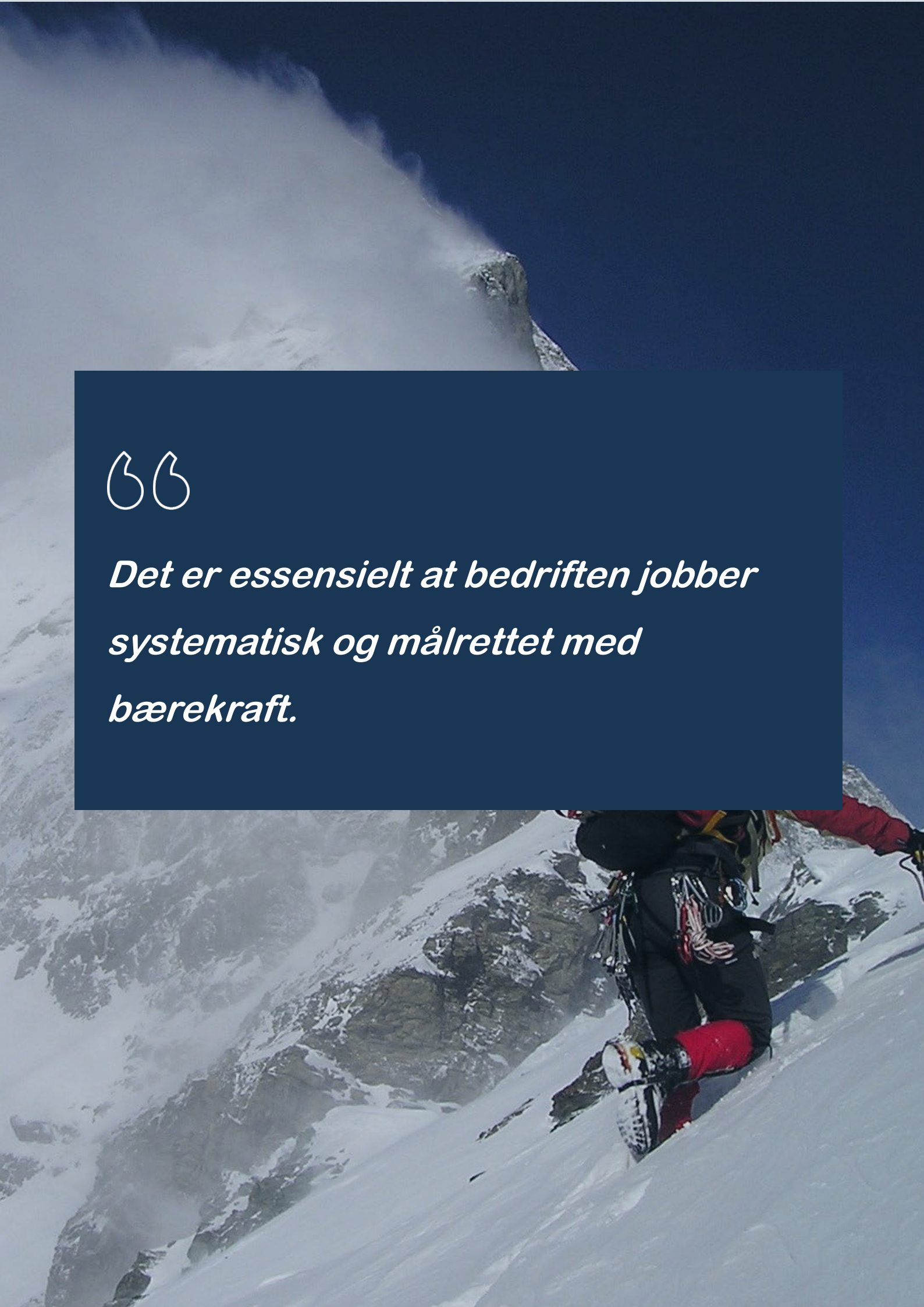
Kommunikasjon blant denne gruppen er ikke tilstrekkelig. Ofte informeres det kun om medlemskap i en standard, uten videre informasjon om målsetninger, konkrete tiltak og resultater.

Tips til ledere

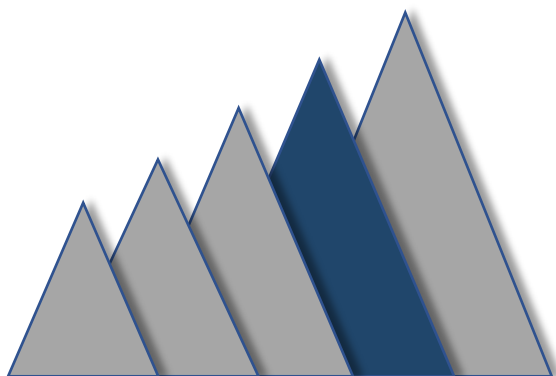
- ✓ Fortsette å styrke kompetansen rundt bærekraft og beste praksis
- ✓ Fullføre en vesentlighetsanalyse og vurdere om nye fokusområder bør komme til
- ✓ Sette ambisiøse, konkrete mål for de utvalgte fokusområdene
- ✓ Fortsette det systematiske arbeidet gjennom etablerte ordninger
- ✓ Involvere alle ansatte ansatte
- ✓ Løfte frem arbeidet i den eksterne kommunikasjonen – vurdere egen bærekraftsrapport
- ✓ Utforske og iverksette strategiske muligheter



Det er essensielt at bedriften jobber systematisk og målrettet med bærekraft.



Steg 4: Strategisk satsing



9

av 100 bedrifter

9 spennende selskaper

4 av bedriftene er grønne oppstartsselskaper, mens 5 er tradisjonelle bedrifter som har tatt strategiske valg i den retning.

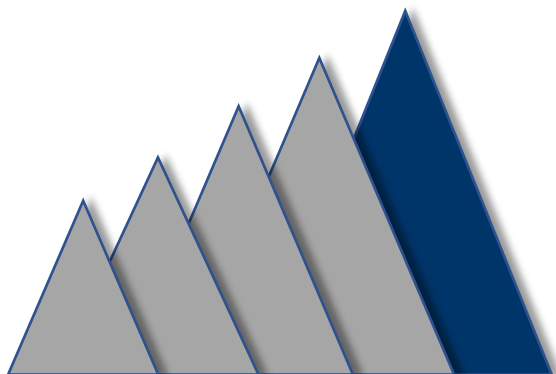
Samtidig viser disse lite fokus på grunnleggende bærekraftstiltak. For eksempel oppgir kun 3 av de 11 å være med i bransjeordninger eller følge etablerte standarder, som Miljøfyrtårn eller ISO.

Det er også lite informasjon om hvordan de strategiske satsingene påvirker miljøet eller samfunnet, målene de har satt seg og resultatene de har oppnådd.

Tips til ledere

- ✓ Verne om bærekraftsinitiativet i den tidlige fasen
- ✓ Sørg for å ha de rette folkene, med den rette innstillingen bak rattet
- ✓ Beskytt bærekraftsinitiativet fra bedriftens øvrige kultur – det må være lov å feile
- ✓ Evaluere bærekraftsinitiativet etter egne kriterier – verdsette små seire og tidlige kunder
- ✓ Sikte mot best-i-klassen på bærekraftig drift
- ✓ Investere i god bærekraftsrapportering

Steg 5: Formålsdrevet



To av bedriftene har tatt det siste steget

Formålsdrevne bedrifter har definert et tydelig formål utover lønnsomhet, som gjennomsyrrer organisasjonen og interne systemer.

Studier viser at formålsdrevne bedrifter gjør det bedre enn andre bedrifter. De er mer visjonære, tenker nytt og gjør investeringer som ikke lar seg regne hjem, men er strategisk viktige.

Mest av alt, så setter de ambisiøse og konkrete bærekraftsmål, som organisasjonen kan samle seg rundt.

Tips til ledere

- ✓ Starte en prosess for å finne bedriftens formål – gjøres ikke i et ledermøte, men krever involvering av styre og ansatte
- ✓ Forankre formålet i organisasjonen, interne systemer og kulturen
- ✓ Sette ambisiøst, langsiktig og konkret bærekraftsmål som alle kan samle seg rundt
- ✓ Involvere hele bedriften og eksterne samarbeidspartnere i arbeidet
- ✓ Kommunisere åpent og jevnlig om fremgangen



“

Formålsdrevne bedrifter er mer visjonære, tenker nytt og gjør investeringer som ikke lar seg regne hjem, men er strategisk viktige.

Tips til ledere

- ✓ Sikre grunnleggende kunnskap om bærekraft i styret og ledelsen
- ✓ Fullføre en kost-nytteanalyse for bærekraft
- ✓ Forplikte bedriften til målrettet bærekraftsarbeid, som et minimum
- ✓ Kartlegge hvordan bedriften påvirker miljø og samfunn i dag – både positivt og negativt – og hvilke tiltak som allerede er på plass
- ✓ Kommunisere åpent om bærekraftsambisjoner, påvirkning og tiltak, både internt og eksternt

STEG 1 GRUNNLEGGENDE HMS



STEG 2 GRYENDE INTERESSE



- ✓ Delegere bærekraftsarbeidet til en gruppe på 2-5 personer
- ✓ Prioritere fokusområder og sette konkrete mål
- ✓ Utforske relevante sertifiserings-ordninger og bransjestandarder for bedriftens fokusområder
- ✓ Sikre systematisk arbeidsprosess med tydelig eierskap, forventninger og måling
- ✓ Opprette rutiner for å oppdatere kommunikasjon om bærekraftsarbeidet, både internt og eksternt

STEG 3 MÅLRETTET ARBEID



- ✓ Fortsette å styrke kompetansen rundt bærekraft og beste praksis
- ✓ Fullføre en vesentlighetsanalyse og vurdere om nye fokusområder bør komme til
- ✓ Sette ambisiøse, konkrete mål for de utvalgte fokusområdene
- ✓ Fortsette det systematiske arbeidet gjennom etablerte ordninger
- ✓ Involvere alle ansatte
- ✓ Løfte frem arbeidet i den eksterne kommunikasjonen – vurdere egen bærekraftsrapport
- ✓ Utforske og iverksette strategiske muligheter

Tips til ledere forts.

- ✓ Verne om bærekraftsinitiativet i den tidlige fasen
- ✓ Sørge for å ha de rette folk, med den rette innstillingen bak rattet
- ✓ Beskytte bærekraftsinitiativet fra bedriftens øvrige kultur – det må være lov å feile
- ✓ Evaluere bærekraftsinitiativet etter egne kriterier – verdsette små seire og tidlige kunder
- ✓ Sikte mot best-i-klassen på bærekraftig drift
- ✓ Investere i god bærekraftsrapportering

STEG 4 STRATEGISK SATSING



STEG 5 FORMÅLSDREVET



- ✓ Starte en prosess for å finne bedriftens formål – gjøres ikke i et ledermøte, men krever involvering av styre og ansatte
- ✓ Forankre formålet i organisasjonen, interne systemer og kulturen
- ✓ Sette ambisiøst, langsiktig og konkret bærekraftsmål som alle kan samle seg rundt
- ✓ Involvere hele bedriften og eksterne samarbeidspartnere i arbeidet
- ✓ Kommunisere åpent og jevnlig om fremgangen

OM SVENSSEN ESG





TJENESTER



Strategi & innovasjon



Endringsledelse & gjennomføring



Måling & rapportering



Kommunikasjon & markedsføring

PAKKER FOR MELLOMSTORE BEDRIFTER



STARTPAKKE – VEIKART FOR BÆREKRAFTSATSINGEN

Skreddersydd bedrifter som ønsker å komme i gang med bærekraftarbeidet. Vi setter mål for bærekraftarbeidet, skaper engasjement i ledergruppen og utformer en konkret plan for videre arbeid.



KOMMUNIKASJONSPAKKE FOR SERTIFISERTE BEDRIFTER

For Miljøfyrtårn og ISO 14001-sertifiserte bedrifter som ønsker å løfte frem bærekraftarbeidet i salgsprosesser og mot kunder, ansatte og samarbeidspartnere.



BÆREKRAFTSTRATEGI FOR SERTIFISERTE BEDRIFTER

For Miljøfyrtårn og ISO 14001-sertifiserte bedrifter som ønsker å ta det neste steget. Vi driften, produkter og forretningsmodell og utvikler et strategisk veikart for bedriftens bærekraftige fremtid

Om Svenssen ESG

Bærekraft er i ferd med å snu samfunnet og næringslivet på hodet. Næringslivet har et ansvar for å lede denne omstillingen, men hver enkelt bedrift har også en historisk mulighet til å styrke sin posisjon.

Svenssen ESG er til for akselerere bærekraftsomstillingen ved å gjøre bærekraft enkelt, lønnsomt og meningsfylt.

For å gjøre det enkelt å komme i gang med bærekraft har vi skreddersydd tre pakker for mellomstore bedrifter.



Bærekraft er et tungt ansvar, men også en historisk mulighet.

Pål Svenssen

APPENDIX



Utvalg

Målet med analysen er å kartlegge hvor i Bærekraftsreisen norske mellomstore bedrifter står ved inngangen til 2022.

Ved hjelp av Proff sitt segmenteringsverktøy har vi inkludert 100 tilfeldig valgte mellomstore norske bedrifter etter følgende kriterier.

- Kun AS
- 20 – 99 ansatte
- Aktive og lønnsomme (NOK >0 i driftsinntekter og driftsresultat)
- Representativt utvalg etter bransje (NACE)
- Representativt utvalg etter geografi



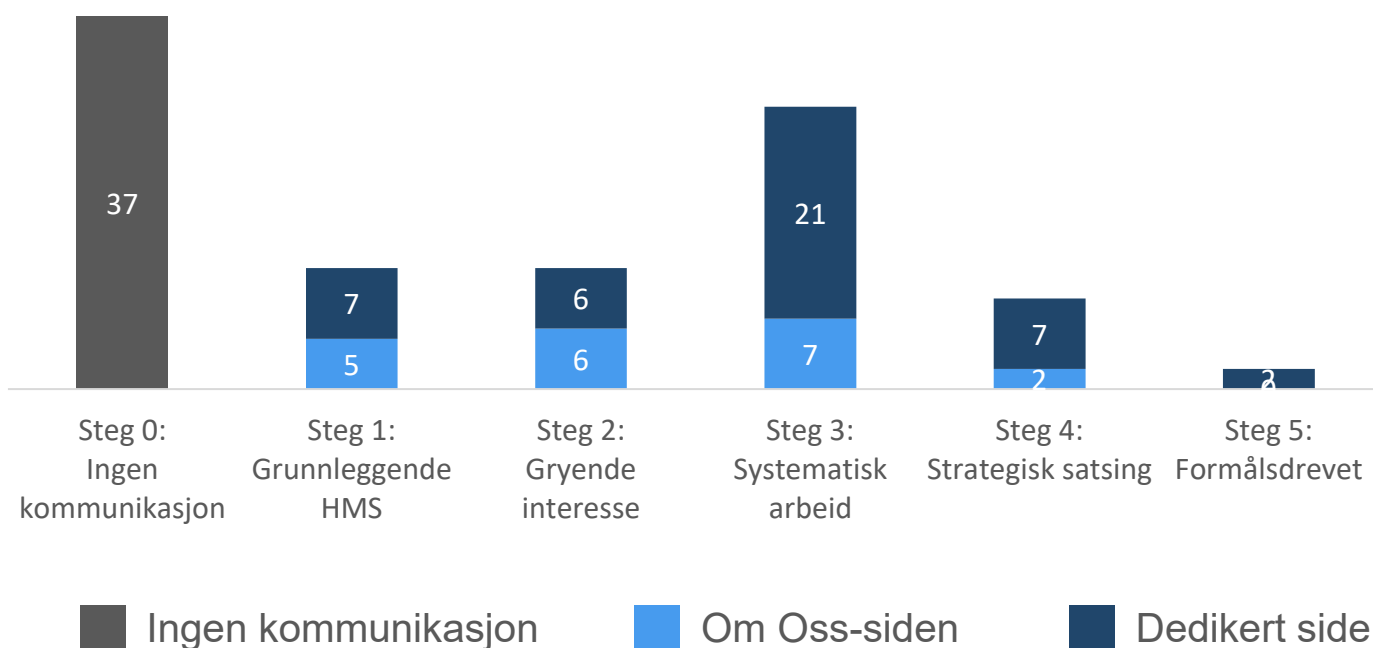
Utvalg – 100 bedrifter

Region	Bransje	Navn
Midt-Norge	D	Seaweed Energy Solutions AS
Midt-Norge	F	Rædergård Entreprenør AS
Midt-Norge	F	Fundamentering AS
Midt-Norge	G	Response Nordic
Midt-Norge	H	Tangvik AS
Midt-Norge	I	Dromedar Kaffebar AS
Midt-Norge	M	Inrigo
Midt-Norge	Q	Birrilee International School
Nord-Norge	A	Ballangen Sjøfarm AS
Nord-Norge	C	Jaro AS
Nord-Norge	F	Harstad Maskin AS
Nord-Norge	F	Ottar Bergersen & Sønner
Nord-Norge	G	Kraemer Maritime AS
Nord-Norge	G	Hepro AS
Nord-Norge	H	Heli Team AS
Nord-Norge	I	Skagen Hotell AS
Nord-Norge	Q	Solheim Barnehage AS
Sørlandet	C	Skarpnes AS
Sørlandet	F	Thorkildsen Brødrene
Sørlandet	G	Blivakker.no
Sørlandet	I	Nødings Delikatesse
Sørlandet	N	Oveland Utemiljø
Sørlandet	Q	Hampenhagen Barnehage AS
Vestlandet	A	Sterling White Halibut AS
Vestlandet	C	Båtbygg AS
Vestlandet	C	Karmsund Protein AS
Vestlandet	C	Optimarin AS
Vestlandet	C	Steen-Hansen AS
Vestlandet	F	Kraftmontasje AS
Vestlandet	F	Byggmester Hitland AS
Vestlandet	F	Marina Solutions AS
Vestlandet	F	Høyer Odda AS
Vestlandet	G	Stokke AS
Vestlandet	G	Sverdrup Steel AS
Vestlandet	G	Ocean Supreme AS
Vestlandet	G	Vartdal Plastindustri AS
Vestlandet	H	T Ottem Transport
Vestlandet	H	Hauer AS
Vestlandet	I	Hotell Union Geiranger AS
Vestlandet	I	Flåmsbrygga Hotell AS
Vestlandet	J	Easee AS
Vestlandet	M	Energi Teknisk AS
Vestlandet	M	Skipsteknisk AS
Vestlandet	N	Techconsult AS
Vestlandet	N	Credicare AS
Vestlandet	P	Centrum Trafikkskole AS
Vestlandet	Q	Ifocus Øyeklinikk AS
Vestlandet	Q	Tannhelsehuset Haugesund AS
Vestlandet	R	Stavanger Oilers AS
Østlandet	C	Nordox AS

Region	Bransje	Navn
Østlandet	C	Metacon AS
Østlandet	C	Fredheim Maskin AS
Østlandet	C	Asheim Kjøtt AS
Østlandet	C	Hey'di AS
Østlandet	F	Realbygg AS
Østlandet	F	Ove Skår AS
Østlandet	F	Hersleth Entreprenør AS
Østlandet	F	Tronrud Eiendom AS
Østlandet	F	Follohus
Østlandet	F	Ecosør AS
Østlandet	F	Viking Entreprenør
Østlandet	F	Element Logic AS
Østlandet	F	Sba AS
Østlandet	G	Driv Energi AS
Østlandet	G	Baxt AS
Østlandet	G	Astrup AS
Østlandet	G	Lorentzen Oluf
Østlandet	G	VESO Apotek - Veterinærmedisinsk
Østlandet	G	Oppdragscenter
Østlandet	G	AS Kellox
Østlandet	G	Erling Sande AS
Østlandet	G	Wilfa AS
Østlandet	G	Rosendal Maskin AS
Østlandet	G	Pretec AS
Østlandet	G	Keconomy Norge AS
Østlandet	H	Salmosped AS
Østlandet	H	Sandefjord Lufthavn AS
Østlandet	H	Hevold Shipping AS
Østlandet	I	Oslo Kongressenter Folkets Hus AS
Østlandet	I	Hotel Continental AS
Østlandet	I	Bambus Sushi AS
Østlandet	I	Sundvolden Hotel
Østlandet	I	Hurdalsjøen Hotell og Konferansesenter AS
Østlandet	J	Puzzel AS
Østlandet	J	Gelato AS
Østlandet	J	Move AS
Østlandet	J	Tessta Connect AS
Østlandet	K	Grieg Investor AS
Østlandet	L	Tinfos AS
Østlandet	M	Viking Outdoor Footwear AS
Østlandet	M	Advokatfirmaet Grette AS
Østlandet	M	TTS Handling Systems AS (Syncrolift AS)
Østlandet	M	Fabritius Gruppen AS
Østlandet	N	Utleiesenteret AS
Østlandet	N	Notech AS
Østlandet	N	Maik AS
Østlandet	N	Sport og Grøntanlegg AS
Østlandet	Q	Tepas Industries AS
Østlandet	Q	Vitas AS
Østlandet	Q	Fornebuklinikken AS
Østlandet	R	Hafjell Alpsenter AS

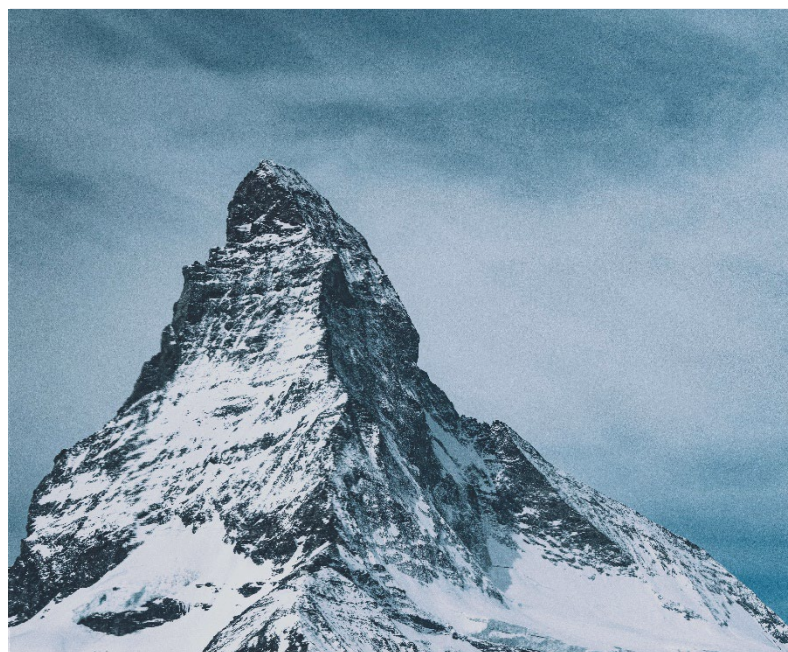
Bærekraftsreisen og kommunikasjon

BÆREKRAFTSKOMMUNIKASJON



Bedriftene i steg 1 og 2 er delt ca. 50/50 mellom å ha en dedikert side om HMS/bærekraft eller å omtale det på Om Oss-siden.

I steg 3 er det stor overvekt av bedrifter som har dedikerte sider, mens nesten alle i steg 4 har det.



Bærekraftsreisen etter geografi

For å gi et representativt bilde av hvor i bærekraftsreisen mellomstore norske bedrifter står, så har vi inkludert bedrifter fra de fem landsdelene, fordelt i henhold til den faktiske fordelingen.

Det er interessant å se at ingen av landsdelene utpeker seg som mer eller mindre modne når det kommer til bærekraft.

	STEG						
<i>Region</i>	0	1	2	3	4	5	Sluttsum
Midt-Norge	3	1	1	2	1		8
Nord-Norge	2	2	1	3	11		9
Sørlandet	4	1	1				6
Vestlandet	10	3	5	5	3		26
Østlandet	18	5	4	18	4	2	51
Sluttsum	37	12	12	28	11	0	100

Bærekraftsreisen etter bransje

Vi har også inkludert bedrifter fra de forskjellige NACE-bransjene i henhold til den faktiske fordelingen. Tallmaterialet er for lite til å lese noen mønster.

Bransje	STEG						Sluttsum
	0	1	2	3	4	5	
A	1			1			2
C	3	1	1	3	3		11
D					1		1
F	3	5	4	5	1		18
G	6	1	4	6	1	1	19
H	4	1		2			7
I	6			4			10
J	1			2	2		5
K					1		1
L			1				1
M	3	1	1	1		1	7
N	4	1		2			7
P	1						1
Q	4	2		2			8
R	1		1				2
Sluttsum	37	12	12	28	11	0	100

A - Jordbruk, skogbruk og fiske, B - Bergverksdrift og utvinning, C – Industri, D - Elektrisitets-, gass-, damp- og varmtvannsforsyning, E - Vannforsyning, avløps- og renovasjonsvirksomhet, F - Bygge- og anleggsvirksomhet, G - Varehandel, reparasjon av motorvogner, H - Transport og lagring, I - Overnattings- og serveringsvirksomhet, J - Informasjon og kommunikasjon, K - Finansierings- og forsikringsvirksomhet, L - Omsetning og drift av fast eiendom, M - Faglig, vitenskapelig og teknisk tjenesteyting, N - Forretningsmessig tjenesteyting, O - Offentlig administrasjon og forsvar, og trygdeordninger underlagt offentlig forvaltning, P – Undervisning, Q - Helse- og sosialtjenester, R - Kulturell virksomhet, underholdning og fritidsaktiviteter, S - Annen tjenesteyting, T - Lønnet arbeid i private husholdninger, U - Internasjonale organisasjoner og organer

Svenssen

ESG

+47 48 49 86 68

svenssenesg.no