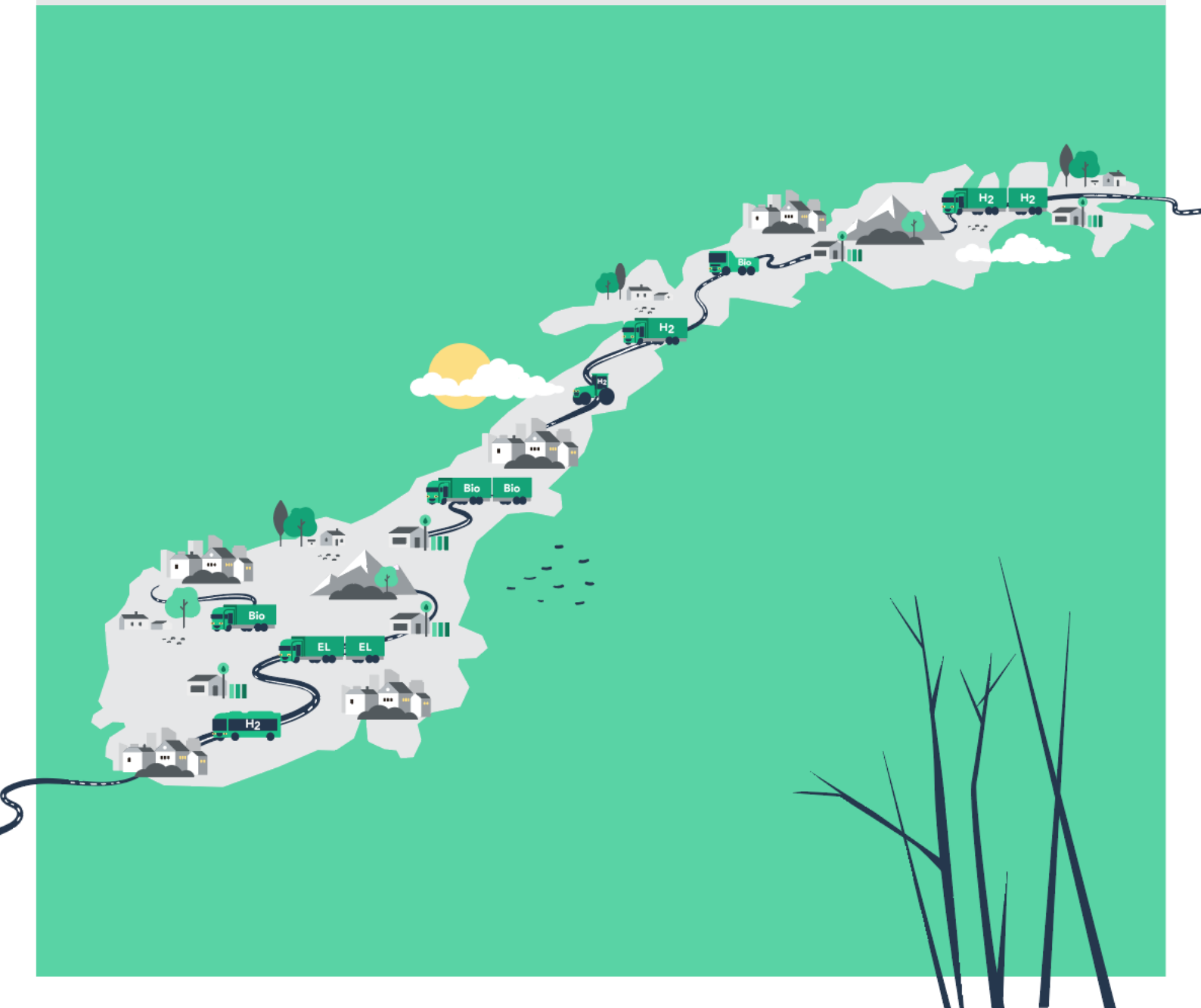


# Veileder for anskaffelse av grønn transport i offentlig og privat sektor



## **ANSKAFFELSE AV GRØNN TRANSPORT I OFFENTLIG OG PRIVAT SEKTOR**

33% av Norges utslipp kommer fra transport. Halvparten av dette kommer fra veitrafikken. Norge har satt ambisiøse mål for transportsektoren, og skal halvere utslippene fra 2005 til 2030. Å gjøre innkjøpene i offentlig og privat sektor grønnere er en sentral del av dette arbeidet. Gode, grønne innkjøp former leverandørmarkedet, hvilke varer og tjenester som er tilgjengelige, og dermed også vårt fotavtrykk på klima, miljø og menneskeliv.

### **FORMÅLET MED VEILEDEREN**

Denne veilederen er laget for deg som gjør innkjøp i en bedrift og for deg som foretar anskaffelser for offentlige virksomheter (stat, fylke og kommune). Målet med veilederen er å få flest mulig private og offentlige innkjøpere til å etterspørre løsninger som fremmer klimavennlig transport i sine vare- og tjenesteleveranser.

Veilederen henviser ikke til konkrete løsninger. Dette fordi nye løsninger utvikles i et høyt tempo. Vi har isteden lagt vekt på hvordan innkjøper - steg for steg - skal drive prosessen for å få relevant innsikt og kunnskap for å etterspørre løsninger som fremmer klimavennlig transport.

Du vil finne mange linker i veilederen som loser deg videre til aktuelle og relevante sider.





## SJEKKLISTE

- Hva er våre utfordringer og mål?
- Har vi kartlagt behovet godt nok?
- Har vi undersøkt om det har kommet nye leverandører på markedet?
- Har vi sjekket om det finnes nye eller bedre løsninger i markedet?
- Har vi sjekket om det er rammevilkår, - eller et regelverk vi må forholde oss til?
- Har vi sjekket om det finnes økonomisk støtte til vårt innkjøp eller innkjøpsprosess?
- Har vi fulgt opp og sjekket at leverandøren har levert grønne transporttjenester som avtalt?



## 1. HVA ER VÅRE UTFORDRINGER OG MÅL?

Denne veilederen tar utgangspunkt i problemet som Grønt landtransportprogram (GLP) peker på: utslippene i transportsektoren er for høye.

Å søke nye og grønne løsninger gjennom innovasjonsprosesser må være et tydelig mål i innkjøpsstrategier. Målsetninger er nødvendige for å etablere en plan med konkrete milepæler. Hvilke målsetninger som settes vil variere fra virksomhet til virksomhet, men eksempler kan være mål om klimanøytralitet, antall nullutslippskjøretøy eller utslippsfri byggeplass.

God planlegging forutsetter at det settes av nok tid og at relevante beslutningstakerne blir tidlig og riktig involvert.

Inspirasjon kan hentes hos private aktører og i kommuner sine anskaffelsesstrategier og klimabudsjetter.

### BEDRIFT

- Posten:  
[Klima- og miljømål](#)
- Asko:  
[Fokus på miljø](#)
- Schenker:  
[Schenker tar ansvar for et bedre miljø](#)
- Skanska:  
[Miljø og grønne løsninger](#)
- Postnord  
[Samfunnsansvar](#)

### KOMMUNE

- Bergen:  
[Anskaffelsesstrategi 2022-2025](#)
- Lillestrøm:  
[Strategi for grønne innkjøp 2020-2024](#)
- Trondheim:  
[Anskaffelsesstrategi 2018-2023](#)

## 2. HAR VI KARTLAGT BEHOVET GODT NOK?

Å gå til innkjøp av noe som ikke kommer til nytte er det dyreste og minst bærekraftige du kan gjøre. Det er derfor helt nødvendig å foreta en grundig kartlegging av hva ditt behov egentlig er. Å kartlegge behovet betyr å definere hva som skal løses, ikke hvordan.

For å hjelpe deg i gang, har Leverandørutviklingsprogrammet (LUP) laget et planleggingsverktøy for behovskartlegging.

Til inspirasjon:

[Se hvordan Lillestrøm kommune formulerer behov og inviterer leverandører til tidlig dialog.](#)  
Mål er å øke klima- og miljøgevinster gjennom biladministrasjonssystem.

### 3. HAR VI UNDERSØKT OM DET HAR KOMMET NYE LEVERANDØRER PÅ MARKEDET?

Ditt behov er grunnlaget for hva du skal formidle til markedet når det inviteres til markedsdialog i forkant av et innkjøp.

Tidlig markedsdialog gir mulighet til å få innsikt om hva som finnes i markedet. Samtidig kan det bidra til å utfordre leverandørene til å strekke seg lengre på miljø og innovasjon. Ved å kommunisere bedriftens innkjøpsstrategi og behov skaper man forutsigbarhet og gir incentiver til leverandørene. Dialogen kan også brukes til å få innsikt i hva som finnes av virkemidler og støtteordninger for bransjen til gjennomføring av grønnere innkjøp.

Det er ofte lurt å invitere bredt til dialog – både store og små virksomheter, så vel som etablerte og nyetablerte selskaper.

LUP har laget et [planleggingsverktøy for tidlig markedsdialog](#) (før konkurranse).

Tidlig markedsdialog kan gjennomføres på mange måter. Hvordan du skal utføre markedsdialogen avhenger av behovet ditt.

Med bakgrunn i svarene du får fra leverandørene, utformer du en god konkurranse. Ved offentlig anskaffelse kan tommelfingerregelen være at dersom 3 bekrefter at de kan levere varen eller tjenesten med kjøretøy med grønne løsninger, så settes det som et absolutt krav. I det private, som ikke er bundet av et regelverk, er svar fra leverandører også førende for utforming av konkurransen.

#### EKSEMPEL PÅ MARKEDSAKTIVITETER

- Gjennomføre markedsundersøkelser.
- Søke råd hos leverandører, bransjeorganisasjoner eller forskningsmiljøer.
- Invitere til møter og konferanser for å informere, eller få innspill på kommende anskaffelser og behov.
- Invitere til en-til-en-møter. Ofte vil leverandørene dele mer informasjon ved slike møter.
- Be om skriftlig informasjon fra leverandørene.
- For offentlige virksomheter kan man legge hele eller deler av konkurransegrunnlaget ut på «høring» og invitere leverandører til å komme med innspill.

#### EKSEMPLER PÅ SPØRSMÅL SOM KAN STILLES TIL LEVERANDØRENE

- Kan leverandøren eller underleverandøren gjennomføre all transporten på kontrakten (last mile) med kjøretøy som har grønne løsninger?
- Kan leverandøren eller underleverandøren gjennomføre deler av transporten i kontrakten (last mile) med kjøretøy som har grønne løsninger? Hvis ja, i hvilket omfang?
- Hva slags type kjøretøy vil hovedsakelig benyttes i denne kontrakten (varebiler, distribusjonsbil osv.)?
- Har leverandør planer om å ha en overgang til grønne transportløsninger de nærmeste årene? I så fall, i hvilket omfang?
- Er det deler av avtalen som er urealistisk for å kunne levere grønnere løsninger? (i deler av landet, deler av året, annet)?
- Kan det etterspørres grønne løsninger tidligere i verdikjeden?

## 4. HAR VI SJEKKET OM DET FINNES NYE ELLER BEDRE LØSNINGER I MARKEDET?

Når du leter etter løsninger for hvordan du kan gjøre grønne anskaffelser er det viktig å tenke bredt. Det finnes ikke én felles løsning – hver anskaffelse er unik. Regjeringen lanserte i 2022 en ladestrategi med mål om kraftig utbygging av infrastruktur for elektriske kjøretøy, men ulike teknologier må tas i bruk om vi skal halvere utslippene innen 2030. Hvilken teknologi som skal benyttes i anskaffelsen må vurderes ut fra egnethet og tilgjengelighet.

Tidligere markedsdialog er ment å gi gode svar som er tilpasset deg og ditt virksomhetsområde. For den som ønsker en mer generell oversikt over teknologistatus, lanserte Transportøkonomisk institutt (TØI) en rapport om grønn lastebiltransport i 2021. Her diskuteres både elektrisitet, biogass, hydrogen og biodiesel.

Om du holder til på Østlandet, har Klimaetaten i Oslo laget et interaktivt kart over hvor man finner ladestasjoner for elektrisitet og fyllestasjoner for biogass og hydrogen som er øremerket tyngre kjøretøy.

Søk inspirasjon:

- [Posten og Bring - Norges største elektriske kjøretøypark](#)
- Bli kjent med grønne løsninger som er utviklet gjennom innovative anskaffelsesprosesser.

### Innkjøp i privatmarkedet

Mye av prosessen for å gjøre innkjøp gjennom verdikjeden i privat næringsliv er lik prosessen for å foreta anskaffelser i offentlige foretak. Det er imidlertid en stor forskjell - at offentlige virksomheter må følge anskaffelsesregelverket i konkurransegjennomføringen. Det private næringslivet er ikke bundet av myndighetenes politiske føringer og dokumenter, og derfor er det deres egen strategi som bestemmer.

Selv om innkjøp i privat sektor ikke er underlagt det offentlige regelverket, legger retningslinjene og dokumentene klare føringer for hvordan næringslivet bør gå frem.



## 5. HAR VI SJEKKET OM DET ER RAMMEVILKÅR - ELLER ET REGELVERK VI MÅ FORHOLDE OSS TIL?



I Norge brukes 650 milliarder årlig i offentlige anskaffelser. Disse innkjøpene bør stimulere til utvikling av grønne, fremtidsrettede løsninger.

Det finnes mye god veiledning for hvordan anskaffelser skal gjøres i offentlig sektor.

Viken fylkeskommune og Klima Østfold har laget en [veileder](#) for hvordan man helt konkret kan etterspørre utslippsfri transport i anskaffelser av varer og tjenester. Her finner du prosessveiledning og forslag til kravformuleringer.

### Flere veiledere

- GLP (2022) har tidligere arrangert et [webinar](#) for å gi innsikt i hvordan innkjøpere på en enkel måte kan ta i bruk de redskapene som finnes for å gjøre offentlige og private innkjøp mer bærekraftige.
- Direktoratet for forvaltning og økonomistyring (DFØ) og Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO) har laget en [veileder](#) om hva grønne anskaffelser er, hva offentlige oppdragsgivere er pliktige til å gjøre og hvordan disse kan stille gode klima- og miljøkrav.
- DFØ har laget [veiledning](#) om hvordan du som innkjøper kan bidra til grønnere transport i egen virksomhet.
- Miljødirektoratet (2021) har laget en [veileder](#) til kommuner og andre offentlige innkjøpere. Denne viser hvordan man kan ta miljøhensyn og fremme klimavennlige løsninger ved innkjøp av varer og tjenester.

### Leverer til det offentlige?

- NHO har samlet [svar på spørsmål](#) om de mest sentrale områdene innenfor offentlige anskaffelser.
- Oslo Business Region har laget en [guide](#) for oppstartsselskaper som ønsker å komme i gang med offentlige anskaffelser.

## 6. HAR VI FULGT OPP ETTER INNKJØPET/ANSKAFFELSEN OG SIKRET AT VI HAR FÅTT ØNSKET RESULTAT?

Det er viktig å følge opp og evaluere for å sikre læring fra arbeidet etter at innkjøpsprosessen er gjennomført, og å vurdere i hvilken grad mål og merverdi er skapt.

### OPPNÅDDE VI DET VI VAR UTE ETTER?

- Har vi fulgt opp og sjekket at leverandøren har levert grønne transporttjenester som avtalt?
- Har vi nådd målet, - eller kommet nærmere?
- Hvordan ble brukernes behov ivaretatt?
- Hvilke hindringer/flaskehals oppstod underveis?
- Hva er tilbakemeldingene fra markedet, fagmiljøene og forskningsmiljøene?
- Hva var styrker/svakheter ved gjennomføring av prosessen?
- Hvilken verdi har innkjøpet gitt virksomheten?

## 7. HAR VI SJEKKET OM DET FINNES ØKONOMISK STØTTE TIL VÅRT INNKJØP ELLER INNKJØPSPROSESS?

Det finnes flere støtteordninger for aktører som ønsker å gjøre grønnere anskaffelser, mange er regionale. Den finansielle støtten er skiftende, men oversikten nedenfor viser de mest stabile ordningene.

- [Enova](#) har mange gode støttetilbud knyttet til landtransport.
- [Den norske stats kommunalbank](#) kan du søke om grønne lån.
- [Oslo kommune](#) har flere gode tilskuddsordninger for den som ønsker å legge til rette for klimasmart varelogistikk.
- [Klimasats](#) er en støtteordning for kommuner og fylkeskommuner som vil bidra til omstilling til lavutslippssamfunnet.

[Altinn](#) og [DFØ](#) har gode oversikter over støtteordninger som kan brukes til å komplementere listen over.

## 8. HVORDAN GJØRE PUNKTENE OVENFOR PÅ EN GRUNDIG OG SMIDIG MÅTE?

Stegene i veilederen er de samme som LUP har utarbeidet for innovative anskaffelsesprosesser. Stegene i prosessen er allmenngyldige og kan også brukes til å finne løsninger på andre problemer eller hverdagsutfordringer gjennom innkjøp.

LUP har laget [verktøy for oppstart og etablering](#) av prosjekt.

