



# Miljö- och klimatstrategi

Västtrafik AB

2008-03-01



## Innehållsförteckning

1 SAMMANFATTNING	3
2 INLEDNING	4
3 UNDERLAG	4
3.1 SLTFs miljöprogram	4
3.2 Västtrafiks miljöpolicy	6
4 SWOT – ANALYS AV VÄSTTRAFIKS MILJÖARBETE	7
5 STRATEGISK DISKUSSION	8
5.1 Västtrafiks framgångsfaktorer	8
6 MILJÖ- OCH KLIMATSTRATEGI	11
6.1 Miljö och klimatprogram	11



## 1 Sammanfattning

Västtrafiks styrelse har gett VD i uppdrag att ta fram en miljö- och klimatstrategi. SWECO har på uppdrag av Västtrafik arbetat fram underlaget.

Underlaget har utarbetats genom möten med Västtrafiks avdelning för Hållbar utveckling, samt möten med Västtrafiks miljögrupp som består av representanter för respektive enhet inom Västtrafik. Miljögruppen har även lämnat synpunkter från respektive enhet.

Beslut att fastställa miljö- och klimatstrategin togs i februari 2008.

Syftet med strategin är att definiera vad Västtrafik vill med sitt miljöarbete och är formulerad utifrån Västtrafiks övergripande mål och rekommendationerna i SLTFs miljöprogram som Västtrafik beslutat följa.

Västtrafik lever inte helt upp till sin miljöpolicy och rekommendationerna i SLTFs miljöprogram varför åtgärder föreslås för att tillrättalägga detta.

Strategi definieras som metod att långsiktigt leda i önskad riktning. Den önskade riktningen ska vara att bidra till ett långsiktigt hållbart transportsystem och samhälle.

Genom att Västtrafik är Sveriges näst största trafik huvudman har man ett stort ansvar och bör gå längre än vad svensk kollektivtrafik genomsnittligt gör.

### **Västtrafiks miljö- och klimatstrategi:**

- **Västtrafik ska erbjuda ett långsiktigt hållbart sätt att resa**
- **Västtrafik ska kännetecknas av ett konsekvent och systematiskt miljöarbete**

Detta innebär att Västtrafik ska vara en föregångare i miljöfrågor inom svensk kollektivtrafik och att Västtrafik ska utveckla ett miljö- och klimatprogram med mål och konkreta handlingsplaner för miljöarbetet.



## 2 Inledning

Västtrafiks styrelse har gett VD i uppdrag att ta fram en miljö- och klimatstrategi, vilken fastställdes i februari 2008.

Underlaget har utarbetats genom möten med Västtrafiks avdelning för Hållbar utveckling, samt möten med Västtrafiks miljögrupp som består av representanter för respektive enhet inom Västtrafik. Efter varje möte har uppkomna synpunkter bearbetats och sammanställts till denna PM.

Vid ett möte gjordes en s.k. SWOT-analys för att beskriva styrkor, svagheter, möjligheter och hot för Västtrafik i fråga om miljöarbete och miljöpåverkan. Denna analys låg till grund för strategi.

Syftet med miljö- och klimatstrategin är att definiera vad Västtrafik vill med sitt miljöarbete.

Begreppet miljö inkluderar även klimatfrågor men begreppet "miljö och klimat" har använts för att markera en ökad betoning på klimatfrågor.

## 3 Underlag

Analys och underlag utgår från Västtrafiks miljöpolicy och SLTFs miljöprogram 2007.

### 3.1 SLTFs miljöprogram

#### 3.1.1 Krav på entreprenörer

Västtrafik har hittills varit en föregångare ifråga om utveckling av SLTFs miljöprogram och bidragit med många idéer och synpunkter. Västtrafik har också varit ledande i fråga om tillämpning av miljöprogrammet vilket innebär att man ställt långtgående krav på verksamhetens mest betydande miljöfaktorer, dvs. de miljöeffekter som uppkommer av de inköpta trafiktjänsterna.



Västtrafik följer SLTFs rekommendationer i följande delar:

- Krav på emissioner som påverkar luftkvalitet
- Krav på miljöledningssystem hos entreprenörer
- Krav på andel förnybart bränsle ställs inom affärsområdena Göteborg Stadstrafik, Göteborg Regiontrafik och Fyrbodals kommun
- Tekniska krav på förnybart bränsle ställs i Trollhättan, Borås och Falköping, pga. kommunernas krav och finansiering
- Uppföljning av miljökrav sker inom affärsområdena Göteborg Stadstrafik, Göteborg Regiontrafik och Skaraborg

I följande delar följer Västtrafik för närvarande inte SLTFs rekommendationer:

- Krav på förnybart ställs ännu inte i avtal där upphandling inte gjorts sedan rekommendationen om förnybara bränslen infördes.
- Uppföljning av miljökrav görs inte inom Västtrafik Fyrbodals kommun och Västtrafik Sjuhärads kommun.

### **3.1.2 Västtrafiks eget miljöarbete**

SLTFs miljöprogram rekommenderar att trafikhuvudmannen tar hänsyn till den miljöpåverkan som uppkommer såväl i den egna verksamheten som genom inköp.

SLTFs miljöprogram har följande formuleringar angående den egna miljöledningen:

- "Krav på miljöledning bör inte ställas om inte beställarens egen organisation har någon form av miljöledning. Om beställaren ställer högre krav på leverantörerna än sig själv, brister trovärdigheten."
- "Ledningens engagemang är avgörande för framgången med ett miljöledningssystem. Det är därför nödvändigt att Trafikhuvudmannens högsta ledning uttrycker sitt ansvarstagande i miljöarbetet."

Västtrafik följer för närvarande inte SLTFs rekommendationer i detta avseende eftersom ett miljöprogram saknas.



## 3.2 Västtrafiks miljöpolicy

Utvärdering av hur Västtrafiks miljögrupp upplever att policyn efterlevs eller är aktuell.

Miljöpolicy	Kommentar angående uppfyllelse
Allmänheten ska uppleva att Västtrafik är det självklart mest miljöriktiga sättet att resa. Det ska aldrig råda någon tveksamhet om att miljöbelastningen per resenär är minst om man reser med Västtrafik. För Västtrafik innebär detta att:	OK, men kollektivtrafikresandet kanske inte alltid är det mest miljöriktiga sättet att resa? Kan behöva omformuleras
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska arbeta målmedvetet för att öka kollektivtrafikandelen av det totala resandet i Västra Götaland.</li> </ul>	OK
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska initiera och delta i projekt som leder till en effektivare och mer miljöanpassad kollektivtrafik.</li> </ul>	Ja, men kan göra mer i samhällsplaneringsprocessen, och har få renodlade miljöprojekt
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska ställa miljökrav på våra entreprenörer och leverantörer för att förbättra miljön.</li> </ul>	OK på entreprenörer, men mindre på övriga leverantörer
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska stötta och informera våra entreprenörer och leverantörer för att få en samsyn kring miljöfrågornas betydelse och stimulera dem i deras utvecklingsarbete inom miljöområdet.</li> </ul>	Träffar med entreprenörer förekommer, men kan utvecklas mer framför allt avseende samsyn, stimulans och utveckling
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska informera och utbilda vår personal i miljöfrågor så att de motiveras och engageras att agera miljömedvetet i det dagliga arbetet och ut mot resenärerna.</li> </ul>	Det sker ingen sådan utbildning och endast en viss information genom Strålkastaren. Begränsad motivation och engagemang i det dagliga arbetet ut mot resenärerna
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska aktivt kommunicera miljöpolicy och miljöredovisning till allmänheten, så att Västtrafik och dess entreprenörer uppfattas som företrädare för verksamheter som värnar om miljön.</li> </ul>	Sker ej, eller i begränsad omfattning
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska ha ett effektivt och strukturerat miljöledningssystem som hjälper oss att följa upp miljöarbetet löpande, förebygga miljöpåverkan och ständigt bli bättre.</li> </ul>	Eget miljöledningssystem saknas. Uppföljning av miljökrav sker i Göteborgsområdet och i Skaraborg. Dessutom viss uppföljning av entreprenörer i databasen FRIDA
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska uppfylla eller överträffa gällande miljölagstiftning och andra krav som berör kollektivt resande.</li> </ul>	Överträffar lagkrav för luftkvalitetspåverkande emissioner och ställer krav på förnybart. Men VT upplevs inte längre vara i bränschen inom kollektivtrafiken.
<ul style="list-style-type: none"> <li>Vi ska vid investering vara kostnadseffektiva i förhållande till miljönyttan.</li> </ul>	"investering" bör ändras till "miljöåtgärder"



## 4 SWOT – analys av Västtrafiks miljöarbete

Styrkor och svagheter – är parametrar som den egna organisationen kan påverka genom egna beslut medan möjligheter och hot är parametrar som den egna organisationen inte kan påverka, dvs. beslut fattas av andra.

<p><b>Styrkor</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Erbjuder effektiva resemöjligheter             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Låg energianvändning per person</li> <li>▪ Låga emissioner per person</li> <li>▪ Låga klimatpåverkan per person</li> <li>▪ Möjlighet att integrera olika trafikslag, tex. samordna med anropsstyrd trafik etc.</li> </ul> </li> <li>• Ställer miljökrav</li> <li>• Tar samhällsansvar             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Betalningsförmåga, dvs kan bära kostnader som kan motiveras av samhällsnytta</li> </ul> </li> <li>• Påverkar leverantörer och andra genom storlek</li> </ul>	<p><b>Svagheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Miljö upplevs lågt prioriterat internt             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Små resurser</li> <li>▪ Miljöfrågorna inte integrerade i all verksamhet</li> </ul> </li> <li>• Miljöbudskap i marknadsföring stämmer dåligt med ovanstående</li> <li>• Risk att miljöbudskap i marknadsföring är en trendanpassning och att en långsiktig röd tråd saknas<sup>1</sup></li> <li>• VT lever inte upp till miljöpolicyen i flera delar, miljöpolicyen genomsyrar inte hela verksamheten</li> <li>• Uppföljning av ställda miljökrav brister             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dels direkta miljökrav i förfrågningsunderlag</li> <li>▪ Dels kommunikation till och uppföljning av förare o övrig personal, ex tomgångskörning, förarbeteende, attityder etc.</li> </ul> </li> <li>• Risk för bristande trovärdighet pga skillnad mellan marknadsföring och totalengagemang</li> </ul>
<p><b>Möjligheter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Klimatfokus i samhällsdebatt och media</li> <li>• Trängselproblem i tätorter</li> <li>• Intensiva reserelationer</li> </ul>	<p><b>Hot</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Myndighetsbeslut – förändringar av lagstiftning. Ex beskattning</li> <li>• Kostnader vid högrafik – fler fordon krävs för trafiktoppar.</li> <li>• Drivmedel             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ tillgång</li> <li>▪ kostnad</li> <li>▪ miljöpåverkan</li> </ul> </li> <li>• Medial granskning av internt miljöarbete kan innebära ifrågasatt trovärdighet</li> <li>• Samhället satsar mycket på utveckling av biltrafik</li> <li>• Kommunernas bebyggelseplanering ej samordnad med trafikplanering</li> </ul>

<sup>1</sup> Miljöbudskapen i marknadsföringen är korrekta och självklart ska Västtrafik utnyttja rådande samhällstrend genom att framhäva trafikens låga miljöpåverkan. Men gruppen upplever att utveckling behövs i fråga om förnybarhet och att miljöfrågan för närvarande är lågt prioriterad internt vilket äventyrar trovärdigheten. Västtrafik bör åtgärda svagheter för att kunna framhäva styrkorna.



## 5 Strategisk diskussion

Strategi definieras vanligen som metod att långsiktigt och övergripande leda i önskad riktning.

Västtrafiks ägare har formulerat sju övergripande mål. Målen är vägledande för hela Västtrafiks verksamhet. Västtrafik skall hela tiden sträva mot dessa mål, både vad gäller långsiktiga och kortsiktiga åtgärder.

Två av målen har direkt koppling till Västtrafiks miljöpåverkan:

- Västtrafiks marknadsandel och antalet kollektiva resor skall öka.
- Västtrafik skall erbjuda trafik med god miljöanpassning.

Om Västtrafik erbjuder effektiva transporter med låg miljöpåverkan per resenär innebär en ökad marknadsandel lägre miljöpåverkan än om biltrafikens marknadsandel är oförändrad eller större.

Men även övriga mål innebär att Västtrafik måste sträva efter så låg miljöpåverkan som möjligt för att inte den totala miljöpåverkan ska öka.

**Den önskade riktningen för Västtrafik är att bidra till ett långsiktigt hållbart transportsystem och samhälle.**

### 5.1 Västtrafiks framgångsfaktorer

För att definiera Västtrafiks framgångsfaktorer bör styrkorna från SWOT-analysen utvecklas och svagheter elimineras.

#### 5.1.1 Nuläge

**Västtrafiks styrka:**

- Förmågan att utföra effektiva resor där efterfrågan är hög
- Ekonomiskt utrymme att skapa transportkapacitet på lång sikt
- Förmåga att genom samordning åstadkomma tillgänglighet med hög effektivitet

**Västtrafiks svagheter**

- Miljöfrågan upplevs lågt prioriterad internt



- Risk för bristande trovärdighet pga skillnad mellan marknadsföring och helhetstänkande i miljöfrågan
- Västtrafik lever inte helt upp till sin miljöpolicy och rekommendationerna i SLTFs miljöprogram.

Det finns en tydlig och stark koppling mellan produkt och kommunikation i fråga om Västtrafiks möjligheter att minska miljö- och klimatpåverkan. Svagheten ligger i att Västtrafik inte fullt ut utnyttjar denna möjlighet genom att arbeta aktivt med miljöfrågan på ett systematiskt sätt i hela verksamheten. Att ta beslut för att ytterligare minska miljöpåverkan ger ökad trovärdighet.

### **5.1.2 Profilerings**

#### **Hur ska Västtrafik utveckla sin styrka?**

Genom att använda sin styrka till att utnyttja möjligheterna som framkom i SWOT-analysen kan Västtrafik bli mer framgångsrikt.

- Utöka och utveckla trafiken i intensiva reserelationer i all trafik på det sätt som anges i Västtrafiks regionbusstrategi.
- Investera i framkomlighet och nya miljöoptimerade fordon, med inriktning att skapa företagsekonomisk, ekologisk och social hållbarhet.
- Åstadkomma tillgänglighet genom samordning och utveckling av effektiva transporter.
- Fortsatt ställa långtgående miljökrav, minst enligt SLTFs baskrav.

#### **Hur ska Västtrafik eliminera sina svagheter?**

Genom att eliminera svagheter kan de identifierade hoten avvärjas.

- Genom att låta hållbarhetstänkandet genomsyra hela verksamheten. Konsekvent hantering av miljöfrågor ger trovärdighet.
- Genom att ta fram eget miljö- och klimatprogram i syfte att minska verksamhetens totala miljöpåverkan och dessutom ge betydande ekonomiska besparingar eftersom miljöpåverkan ofta är kopplat till förbrukning och kostnader.
- Genom att se över miljöpolicy, inrätta verksamheten efter den och efter rekommendationerna i SLTFs miljöprogram.



### **Vad ska Västtrafik kännetecknas av för att bli framgångsrikt?**

Vid utformandet av en strategi är det lämpligt att definiera vad man vill kännetecknas av för att bli framgångsrik. Vad är det Västtrafik vill att kunder och intressenter ska anse vara typiska för Västtrafik?

**Västtrafiks kunder** är invånarna i Västra Götaland, som även är företrädare av deras politiker.

**Viktiga intressenter** är Västtrafiks ägare dvs. Västra Götalandsregionen och kommunerna, Entreprenörer som utför trafik åt Västtrafik samt Västtrafiks personal.

Västtrafik ska gentemot sina intressenter kännetecknas av

- Konsekvent och systematiskt miljöarbete
- Aktiv dialog med entreprenörer angående miljöförbättringar

Med ledning av ovanstående kan följande framgångsfaktorer formuleras:

Västtrafik ska kännetecknas av att vara:

**Enkelt** - Lätt att resa och betala

**Mänskligt** - Kollektivtrafiken bidrar till bättre miljö och klimat

**Pålitligt** - Västtrafik tar miljöansvar genom att erbjuda effektiva, miljöanpassade och attraktiva resor, genom ett konsekvent miljötänkande i hela verksamheten och en aktiv dialog med entreprenörer och leverantörer angående miljöförbättringar



## 6 Miljö- och Klimatstrategi

Genom att Västtrafik är Sveriges näst största trafik huvudman har Västtrafik ett stort ansvar och bör gå längre än vad svensk kollektivtrafik genomsnittligt gör.

### Västtrafiks Miljö- och Klimatstrategi:

- **Västtrafik ska erbjuda ett långsiktigt hållbart sätt att resa**
- **Västtrafik ska kännetecknas av ett konsekvent och systematiskt miljöarbete**

Detta innebär att Västtrafik ska vara en föregångare i miljöfrågor inom svensk kollektivtrafik och att Västtrafik ska utveckla ett miljö- och klimatprogram med mål och konkreta handlingsplaner för miljöarbetet

### 6.1 Miljö och klimatprogram

Strategin innebär att Västtrafik tar fram ett miljö- och klimatprogram som inkluderar:

- Den fastställda miljö- och klimatstrategi
- Översyn av miljöpolicy
- Inventering, rangordning och handlingsplan för Västtrafiks miljöpåverkan intern och externt
- Detaljerade mål
- Fortsatt långtgående krav på luftkvalitetspåverkande utsläpp, minst enligt SLTFs rekommenderade baskrav
- En plan för minskat beroende av fossila bränslen enligt Västtrafiks avsiktsförklaring
- Riktlinjer för årlig miljöredovisning

#### 6.1.1 Exempel på mål 2012

Miljö- och klimatprogrammets detaljerade mål för exempelvis 2012 bör arbetas fram med den operativa delen av Västtrafiks verksamhet.



Miljö- och klimatprogrammet kan exempelvis innehålla följande mål.

- Utsläppen av avgaser som påverkar luftkvaliteten är fortsatt låga
- Västtrafik har uppnått mål för minskat beroende av fossila bränslen
- Västtrafik har en plan för att säkerställa prisstabilitet för och tillgång till flera drivmedel
- Miljöfrågorna är en integrerad del i all Västtrafiks verksamhet genom att Västtrafiks ledning aktivt driver miljöfrågorna
- Västtrafik har ett komplett miljö- och klimatprogram som inkluderar utredning och rangordning av interna miljöfaktorer, en handlingsplan för intern och extern miljöpåverkan samt en årlig miljöredovisning.
- All Västtrafiks personal är välutbildad i miljöfrågor och känner engagemang och stolthet över verksamhetens låga miljöpåverkan
- Västtrafik är med i alla stadsbyggnadsprojekt, så att kollektivtrafiken från början integreras i planeringen
- Invånarna i Västra Götaland anser att Västtrafik erbjuder attraktiva och miljöanpassade resor

Ägare, entreprenörer och anställda anser att Västtrafik i alla delar strävar efter att minimera sin miljöpåverkan.

