



MøllerGruppens

# Samfunnsansvarsrapport 2015

2015

Korporativās sociālās  
atbildības pārskats

Korporatsiooni sotsiaalse vastutuse aruanne

Corporate Social Report

Samfunnsansvarsrapport

Hållbarhetsredovisning

Korporativās sociālās atbildības pārskats

2015

Korporativās sociālās  
atbildības pārskats

Corporate Social Report

Hållbarhetsredovisning

Imonēs socialinēs atsakomybės ataskaita Samfunnsansvarsrapport

Corporate Social Report

Samfunnsansvarsrapport

2015

Korporatsiooni sotsiaalse  
vastutuse aruanne



### Navigasjon i rapporten

Til forrige side

≡ Tilbake til innholdssiden

Til neste side

# Innhold

<b>OM MØLLERGRUPPEN</b>	<b>03</b>	●
Om MøllerGruppen	03	
Om MøllerGruppens samfunnsansvar	04	
Organisering av MøllerGruppens samfunnsansvar	06	
Historisk tilbakeblikk	07	
<b>MEDARBEIDERE</b>	<b>09</b>	●
<b>MEDMENNESKER</b>	<b>15</b>	●
Medmennesker	16	
Et samfunnsansvar i støpeskjeen	18	
Prosjekter i Sverige	19	
Prosjekter i Baltikum	20	
<b>MILJØ</b>	<b>21</b>	●
<b>NØKKELTALL MØLLERGRUPPEN</b>	<b>28</b>	●
<b>HER FINNER DU OSS</b>	<b>29</b>	●
<b>UTVIKLING 2003 – 2015</b>	<b>30</b>	●
<b>MØLLERGRUPPEN GRI-INDEKS 2015</b>	<b>31</b>	●



# Om MøllerGruppen

*MøllerGruppen er et familieeid konsern som er engasjert innen import, salg, service og finansiering av Volkswagen, Audi og ŠKODA. Selskapet er representert i Norge, Sverige og Baltikum.*

## **BILIMPORT**

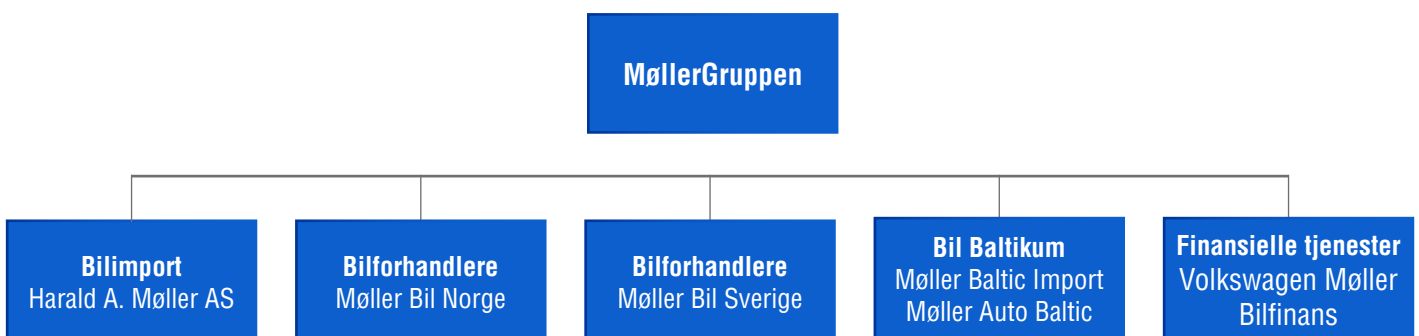
Harald A. Møller AS er Norges største bilimportør. Selskapet har ansvaret for import, distribusjon og service av Volkswagen, Audi og ŠKODA i Norge. Mer enn hver fjerde nye bil som selges i Norge importeres gjennom Harald A. Møller AS. Møller Baltic Import SE importerer Volkswagen til Estland, Latvia og Litauen og Audi til Latvia og Litauen.

## **BILFORHANDLERE**

MøllerGruppen har til sammen 67 bilforhandlere i Norge, Sverige, Estland, Latvia og Litauen. Møller Bil Norge er Norges største bilforhandlerkjede og har 41 bilforhandlere og 9 spesialiserte skadeverksteder spredt over hele landet. Møller Bil Sverige er Sveriges nest største Volkswagen-, Audi-, Skoda- og Seatforhandlergruppering med tilsammen 12 utsalgssteder i Midt-Sverige. Møller Auto Baltic har 14 utsalgssteder i Estland, Latvia og Litauen.

## **FINANSIELLE TJENESTER**

Volkswagen Møller Bilfinans AS eies med 49 prosent av MøllerGruppen og 51 prosent av Volkswagen Financial Services AG. Selskapet tilbyr lån, leasing- og leieprodukter samt forsikring tilknyttet de respektive merkenes salg av nye og brukte biler.



# Om MøllerGruppens samfunnsansvar

*Kjære leser! Vi er glade for å presentere Møller-Gruppens Samfunnsansvars-rapport for 2015. Årsrapporten for 2015 og denne Samfunnsansvarsrapporten gir en oversikt over våre økonomiske resultater, sosiale forhold, vår miljømessige påvirkning og bærekraftige ambisjoner.*

Samfunnsansvarsrapporten gjelder for MøllerGruppen og tilhørende selskaper.

Bedrifter påvirker samfunnsutviklingen der de opererer. Derfor har MøllerGruppen og andre bedrifter et ansvar som går ut over lønnsom verdiskapning. For MøllerGruppen er samfunnsansvar å styre konsernet i en mer bærekraftig utvikling, tuftet på våre grunnverdier åpen og ærlig, initiativrik, omtenksum og tydelig. Konsernet har i flere år rapportert om miljø og samfunnsansvar som en del av årsrapporten. I 2011 benyttet MøllerGruppen for første gang Global Reporting Initiatives (GRI) format for rapportering av konsernets samfunnsansvars-engasjement. Dette er det tredje året vi legger frem en egen Samfunnsansvarsrapport.

MøllerGruppen har akkurat sluttet seg til FN-initiativet Global Compact og støtter Global Compacts ti prinsipper. Dette Samfunnsansvars-initiativet er verdens største med over 8 000 tilsluttede selskaper og organisasjoner i 135 land. Gjennom å jobbe med gode holdninger og målrettet forbedringsarbeid skal MøllerGruppens virksomhet bidra til å fremme menneskerettigheter, gode arbeids- og miljøstandarder og nulltoleranse for korrupsjon. For å styrke dette arbeidet og sørge for at alle våre medarbeidere skal ha et likt grunnlag for å kunne gjøre trygge og riktige valg har

vi utarbeidet vårt eget Code of Conduct som tydeliggjør våre etiske grunnprinsipper og retningslinjer.

Bilvirksomheten i MøllerGruppen har vokst kraftig de siste årene fra i overkant av 2000 medarbeidere i 2003 til over 4000 ved utgangen av 2015. Vi har hatt store forbedringer på flere områder som bidrar til en bedre hverdag for våre medarbeidere, medmennesker og miljøet, noe som også denne Samfunnsansvarsrapporten er et uttrykk for. Vi har her lyst til å trekke frem følgende områder:

MøllerGruppen har valgt å støtte organisasjoner og initiativ som bidrar til et rausere og bedre samfunn. Kirkens Bymisjons prosjekt Lønn som fortjent, SOS-barnebyers arbeid i Baltikum, Røde Kors sitt initiativ Ferie for alle, og Christian Radich, er samarbeidspartnere vi er stolte av. I forbindelse med flyktningkrisen valgte MøllerGruppen, Møller Eiendom, Katalysator og eierfamiliene Møller og Schage Førde også å støtte Røde Kors og SOS-barnebyer med ytterligere to millioner kroner.

Vi er glade for at vår samfunnsansvarsvirksomhet i Sverige og Baltikum utvikler seg positivt. I Sverige har Møller Bil opprettet et barne- og ungdomsfond. Møller Bils Barn- og Ungdomsfond skal støtte lokale initiativ i sine distrikter som bidrar til å forbedre livsvilkår,



***Vi har utarbeidet vårt eget Code of Conduct som tydeliggjør våre etiske grunnprinsipper og retningslinjer.***

Pål Syversen, konsernsjef



***Vi har valgt å støtte organisasjoner og initiativ som bidrar til et rausere og bedre samfunn.***

Paul Hegna, dir. konserninformasjon og samfunnsansvar



forebygger ensomhet og mobbing og gir barn og unge muligheten til fellesskap med andre barn. 10 organisasjoner mottok støtte i 2015.

I Baltikum har MøllerGruppen etablert Baltic Foundation, stiftet i 2014, med formål å rette søkelyset mot barn og ungdom ved å støtte prosjekter og tiltak som har til hensikt å fange opp mennesker som av ulike årsaker lever under vanskelige forhold i Estland, Latvia og Litauen. Fem prosjekter fikk støtte i 2014, og seks nye i 2015; to i hvert land. Interessen var meget stor og det kom inn mange søknader.

Etter at Sjøforsvarets skoler sa opp avtalen med Christian Radich, ga MøllerGruppen løfte om ekstra støtte dersom stiftelsen klarte å skaffe alternativ beskjefligelse i vintermånedene. Fra og med september 2015 ble det klart at Christian Radich ble skoleskip for elever på VG3, maritime fag og seiler nå med 66 elever og fem kadetter. Ekstra støtte ble derfor gitt. I sommersesongen vil driften av Christian Radich gå som vanlig med regatta, fjordturer, skoletokt og sommertokt. Med dette er det sikret helårsdrift for skuta.

MøllerGruppen arbeider kontinuerlig og systematisk med arbeidsmiljøet og med å følge opp hvordan medarbeidere trives, hvordan de får utnyttet sin kompetanse og blir fulgt opp.

Et punkt vi vil trekke frem er arbeidet med å redusere bruken av helseskadelige kjemikalier på verkstedene. Dette arbeidet har pågått i flere år og pågår fortsatt i regi av Kjemikalieutvalget i Møller Bil. Arbeidet med å redusere bruken av helseskadelige kjemikalier på verkstedene er kommet lengst i Norge, men er også godt i gang i Sverige. Arbeidet er nå også påbegynt i Baltikum.

Arbeidet med å utvikle våre ledere og rekruttere nye er et høyt prioritert område. MøllerGruppen har hatt fokus på å utvikle sine egne ledere i over 20 år. Intern rekruttering og kompetanseoverføring mellom selskapene – spesielt mellom importør og forhandler – er vik-

tige bærebjelker for selskapets vekst og utvikling. Siden oppstarten med egne lederprogram i 1989, har ca. 650 ledere og ledertalenter deltatt på ett eller flere interne utviklingsprogram. I 2015 fullførte vi lederprogram for både lederkandidater (talent) og etablerte ledere, samt et eget talentprogram rettet mot selgere som vi forventer kan ta steget opp til markedssjef. Et program rettet mot gruppedaglig ledere fra Møller Auto Baltic i Baltikum ble gjennomført med samlinger i Riga, Tallin og Oslo. Et nytt 'Top Challenger Program' rettet mot 20 av de fremste mellomlederne er startet i første kvartal i 2016.

I 2015 ble det gjennomført flere større jobbotrasjoner hvor mange ledere har fått nye ansvarsområder. Endringene er i tråd med konsernets ønske om å skape en stadig mer handlekraftig og dynamisk organisasjon, blant annet ved at ledere jevnlig får nye oppgaver.

Norge er det landet i verden hvor det selges flest grønne biler, målt i andel av bilparken. Hver fjerde solgte bil er nå en lav- eller nullutslippsbil, og denne utviklingen vil forsterkes frem mot 2020. I følge Transportøkonomisk Institutt sparer 50 000 elbiler klimaet for utslipp tilsvarende ca. 150 000 tonn CO<sub>2</sub> i året. MøllerGruppen er den klart den ledende bilorganisasjonene på ladbare biler og jobber aktivt for å etablere en mer miljøvennlig bilpark i Norge. Det er derfor gledelig å notere at CO<sub>2</sub>-utslippene fra våre merker er betydelig redusert de siste 10 årene. I 2006 var gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp fra Volkswagen på 170 gram per kilometer. I 2015 hadde det falt helt ned til 67 gram. En kraftig reduksjon der den etter hvert høye andelen av elbiler spiller inn.

Det er også en ambisjon om å redusere det totale CO<sub>2</sub>-utslippet i MøllerGruppen ved at medarbeidere i større grad tar i bruk elektroniske verktøy som erstatter flyreiser. Vi jobber også aktivt med å redusere forbruket av drivstoff for våre firmabiler.

Arbeidet med å senke energibruken i våre bygg går også fremover og aktiv

energioppfølging er installert for alle bygg i Norge og Baltikum (ca 70 bygg), mens det i Sverige i 2015 ble installert energioppfølging i totalt 17 bygg. Møller Eiendom har også definert et energispareprosjekt for våre Møller Bil forhandlerne i Norge der målsettingen er på 6 GWH sparing i løpet av de tre årene 2014, 2015 og 2016. Sparemålet for prosjektet er senere justert ned til ca 5,2 GWh. Møller Eiendom har i tillegg til dette (ENOVA-) prosjektet et mer utvidet prosjekt gående med en lengre tidshorisonn enn ut 2017. Energiforbruket skal ned.

God lesning!



Pål Syversen



Paul Hegna

# Organisering av MøllerGruppens samfunnsansvar

MøllerGruppen har i flere år rapportert om miljø og samfunnsansvar som en del av årsrapporten. For 2013 kom vi for første gang med en egen Samfunnsansvarsrapport – samtidig med Årsrapporten.



MøllerGruppens samfunnsansvar er en integrert del av selskapets strategi, og denne rapporten er organisert i tre tema-områder – Medarbeidere, Medmennesker og Miljø.

## Forretningsetiske retningslinjer

MøllerGruppen har utarbeidet en egen Code of Conduct som tydeliggjør våre etiske grunnprinsipper og retningslinjer.

## INTERNASJONALE STANDARDER

I 2011 benyttet MøllerGruppen for første gang den anerkjente GRI-standarden (Global Reporting Initiative) for rapportering av konsernets samfunnsansvarsengasjement. GRI-retningslinjene inneholder prinsipper og indikatorer som organisasjoner kan bruke for å måle og rapportere økonomiske, miljømessige og sosiale resultater.

MøllerGruppen rapporterer i henhold til GRI G3 C, som er format som er mest hensiktsmessig for vår type virksomhet.



MøllerGruppen har også sluttet seg til FN-initiativet Global Compact og støtter Global Compacts ti prinsipper. Gjennom å jobbe med gode holdninger og målrettet forbedringsarbeid skal MøllerGruppens virksomhet bidra til å fremme menneskerettigheter, gode arbeids- og miljøstandarder og nulltoleranse for korrupsjon.

Global Compact er i dag verdens største initiativ for næringslivets samfunnsansvar med mer enn 8 000 deltakere, inkludert mer enn 5 300 bedrifter fra 130 land. Initiativet hjelper kunder, ansatte, investorer og myndigheter å forstå at din virksomhet gjør sitt beste for å skåne miljøet, unngå korrupsjon, ivareta arbeidstaker og menneskerettigheter.

# Historisk tilbakeblikk

*I 1936 etablerte 41-åringen Harald Aars Møller Strømmen Auto og la med det grunnlaget for det som i løpet av 80 år har vokst til et av nord-Europas ledende bilkonsern med over 4000 medarbeidere.*

MøllerGruppens kjernevirksomhet er import, salg og service av de tre sterke merkevarerne Volkswagen, Audi og Skoda. MøllerGruppens mål er å skape verdier for eiere, kunder, medarbeidere og samarbeidspartnere. Helt siden Harald Aars Møller startet egen bilvirksomhet i 1936 har grunnverdiene Åpen og Ærlig, Initiativrik, Omtenksum og Tydelig stått sentralt. I årenes løp har Møller-Gruppen solgt over 1 300 000 biler i Norge, Sverige og Baltikum. Møller-Gruppen har i dag over 750 000 kunder som betjenes av til sammen 65 forhandlere i fem land.

Utgangspunktet for virksomheten var kontrakten som eneforhandler for Dodge i Norge. I 1946 skiftet selskapet navn til Harald A. Møller A/S, og som nummer syv i verden undertegnet Harald

A. Møller importørkontrakt med Volkswagen AG i 1948.

I 1949 blir de første 190 Volkswagen Boller importert. I 1960 ble det slutt på ordningen med kjøpetillatelse for alle bilkategorier i Norge. Møller importerte i dette året 8 630 biler som var en markedsandel på 20 prosent av bilsalget i Norge. Prisen på Bobla var på 13 750 kroner. Samme år ble også Volkswagen nummer tjuefem tusen importert til Norge.

I 1966 skiller Harald A. Møller AS ut bilforhandlervirksomheten i egne aksjeselskaper. Dette er en forløper til dagens Møller Bil Norge. I 1970 innfører Harald A. Møller AS fleksitid for sine medarbeidere. På den tiden var dette banebrytende personalpolitikk.

Audi ble en del av konsernet i 1974, og Volkswagen Golf kommer på markedet samme år. I 1992 blir Harald A. Møller AS også norsk ŠKODA-importør. I 1994 importerer Harald A. Møller AS bil nummer 500 000. Parallelt med veksten i bilvirksomheten, ekspanderte konsernet inn i bil- og næringseiendom og finansielle investeringer.

I 1995 etableres Møller BilEiendom AS og i 1996 Møller BilFinans AS.

I 1997 etablerer MøllerGruppen seg i Baltikum og blir importør og forhandler av Volkswagen og Audi i Litauen. I 2002 blir selskapet importør og forhandler av Audi i Latvia. I 2005 blir MøllerGruppen Volkswagen-importør i Estland og Latvia.





MøllerGruppen lanserer Norges største bilforhandlerkjede under navnet Møller Bil i 2006. Alle Møller-eide bilforhandlere i Norge markedsføres under navnet Møller Bil, pluss stedsnavn. På internett lanseres [www.mollerbil.no](http://www.mollerbil.no).

I 2007 etablerer MøllerGruppen seg i Sverige. Møller Bil Sverige er i dag Sveriges nest største Volkswagen-, Audi, Škoda og Seat-forhandlergruppering med til sammen 12 utsalgssteder i Midt-Sverige.

I 2009 importerer MøllerGruppen bil nummer 1 000 000 til Norge. Det tok 58 år å nå den første halve millionen biler, men bare 15 år å nå den neste halve millionen. Millionbilen er en Golf TDI BlueMotion og tilhører MøllerGruppens bilsamling.

Høsten 2009 etablerer MøllerGruppen og Volkswagen Financial Services AG et nytt finansieringsselskap i Norge og tilbyr finansiering- og forsikringsprodukter for merkene Volkswagen, Audi, Skoda og VW-nyttekjøretøy. Navnet på det nye selskapet blir Volkswagen Møller Bilfinans AS, hvor Volkswagen Financial Services har en eierandel på 51 prosent. Det nye selskapet var operativt mot slutten av 2009.

Familien bak MøllerGruppen omorganiserte sine virksomheter i 2014. Bil-,

eiendoms- og investeringsaktivitetene er nå organisert i tre fokuserte virksomheter, som alle blir heleid av familiens nye holdingselskap Aars AS. Aars AS er et rent holdingselskap med fokus på eierskap, allokering av kapital og forvaltning av overskuddslikviditet. Selskapet vil også yte tjenester til eierne innen rådgivning og kapitalforvaltning.

#### Åpning Møller Bil Oslo Vest

Møller Bil Skøyen ble avviklet helt mot slutten av 2014 og gjenoppstod som Møller Bil Oslo Vest på Lilleaker 5. januar 2015. Det nye todelte bygget, formet som to sylindre i av- og påkjøringsrampene fra Ring 3, er totalt på 26 000 kvadratmeter, fordelt på Volkswagen og Audi. Dette gjør forhandleren til Norges største, i hvert fall for egne merker. Eierskapet er delt med 50 prosent til Mustad Eiendom og 50 prosent til Møller Eiendom.

I dag er MøllerGruppen én av Nord-Europas ledende bilorganisasjoner. Konsernet eies fortsatt av Møllerfamilien og grunnleggerens barnebarn, Harald Møller, er styreleder.



*I dag er MøllerGruppen én av Nord-Europas ledende bilorganisasjoner.*





# Medarbeidere

*MøllerGruppen arbeider kontinuerlig og systematisk med arbeidsmiljøet og med å følge opp hvordan medarbeidere trives, hvordan de får utnyttet sin kompetanse og blir fulgt opp.*

MøllerGruppens grunnverdier er sentrale i konsernets bedriftskultur og viktige veiledere for både ledere og medarbeidere i hvordan man skal behandle hverandre og kundene. Det handler om å leve opp til grunnlegger Harald A. Møllers evig aktuelle motto: «Det gjelder å holde sin sti ren».



*Medarbeidere totalt*

*Ved utgangen av 2015 var det samlede antallet medarbeidere i konsernet 4 107 – en økning på 181 i løpet av året. Sverige hadde 652 medarbeidere, de tre landene i Baltikum til sammen 649 og i Norge er det 2 806 medarbeidere.*



# MEDARBEIDERE

*MøllerGruppen arbeider kontinuerlig og systematisk med arbeidsmiljøet og med å følge opp hvordan medarbeidere trives, hvordan de får utnyttet sin kompetanse og blir fulgt opp.*

Det ble ikke gjennomført noen medarbeiderundersøkelse i 2015. Etter tre år med samme undersøkelse og gjennomgående svært gode resultater, besluttet Konsernledelsen, etter anbefaling fra HR, å ta en kort pause og starte arbeidet med en ny medarbeiderundersøkelse som skal komme i 2016.

Ved utgangen av 2015 var det samlede antallet medarbeidere i konsernet 4 107 – en økning på 181 i løpet av året. Sverige hadde 652 medarbeidere, de tre landene i Baltikum til sammen 649 og i Norge er det 2 806 medarbeidere.

Det er et kulturelt mangfold i konsernet dels gjennom eierskap i Estland, Latvia, Litauen og Sverige, men også ved at mange nasjonaliteter er representert innen forhandlernettet i Norge. Det har ikke vært nødvendig å iverksette noen spesielle tiltak for å hindre diskriminering og forskjellsbehandling i vårt selskap.

## VERDIER OG KULTUR

MøllerGruppens grunnverdier er sentrale i konsernets bedriftskultur og viktige veiledere for både ledere og medarbeidere i hvordan man skal behandle hverandre og kundene. Den etikken som grunnverdiene har vært tuftet på har vært plattformen for vår vekst, utvikling og arbeid helt siden selskapet ble grunnlagt. Verdigrunnlaget står sterkt hos våre medarbeidere, og vi arbeider for at det skal være like relevant i Sverige, Estland, Litauen og Latvia som i Norge.

Det handler om å leve opp til grunnlegger Harald A. Møllers evig aktuelle motto: «Det gjelder å holde sin sti ren». Like viktig som å holde sin sti ren er det også å legge til rette for at det skal være morsomt, engasjerende og krevende å arbeide i MøllerGruppen. Verdigrunnlaget bidrar til gode holdninger og handlinger som gir positive opplevelser for både kolleger og kunder.

Det har i nyere tid vært jobbet med å forankre grunnverdiene i organisasjonen gjennom grunnverdifilmer vist på ledersamlinger og for nyansatte, gjennom omtale i alle lederutviklings- og talentprogrammer, og ikke minst gjennom synliggjøring av grunnverdiene på våre blå grunnverdiplakater som finnes overalt i selskapet.

Helt siden Harald A. Møller etablerte selskapet i 1936 har vårt verdigrunnlag vært en bærebjelke i selskapet. Etter alle disse årene er verdiene fortsatt like aktuelle og viktige for oss.

## CODE OF CONDUCT

I en verden med stadig hyppigere endring av risikobildet, ser vi behovet for økt oppmerksomhet rundt Compliance – etterlevelse av lover, regler og etiske retningslinjer. MøllerGruppen har derfor utarbeidet en egen Code of Conduct som tydeliggjør dette og iverksatt interne prosesser for å spre budskapet. Vi har også etablert tydelige rutiner rundt Varsling. Dersom medarbeidere har mistanke om eller er vitne til kritikkver-

## 2 806

Medarbeidere i Norge

## 652

Medarbeidere i Sverige

## 649

Medarbeidere i Baltikum

**MøllerGruppens fire grunnverdier:**

### ÅPEN OG ÆRLIG

– Basis for våre tanker og holdninger

### TYDELIG

– Mål og retning

### INITIATIVRIK

– Handling og gjennomføring

### OMTENKSOM

– Relasjoner og ressurser

*«Det å være åpen og ærlig, vise initiativ, være tydelig og å være omtenksum ved å bry seg om andre og miljøet, er krevende. Det handler om tillit, langsiktighet og verdiutvikling.»*

Harald Møller,  
styreleder og eier i MøllerGruppen AS

dige forhold, er det viktig at de sier fra om dette. Vi har dessuten valgt intern-revisjonsselskap. Gjennom årlige revisjoner vil vi kontrollere at prosedyrer følges og avdekke eventuelle avvik.

### HMS

Systematisk arbeid med Helse, Miljø og Sikkerhet er et myndighetskrav. Dette arbeidet skal sikre at det i MøllerGruppen – på alle nivåer i virksomheten – benyttes arbeidsmetoder som gjør at Helse, Miljø og Sikkerhet systematisk blir vurdert og tatt hensyn til i planlegging, tilrettelegging og utførelse av arbeidet. Dermed blir dette et verktøy for bedre resultater for bedriften gjennom forebygging av skader og fravær, og ved bedret kvalitet på det arbeidet som utføres.

Det jobbes konkret og systematisk i MøllerGruppen med å få redusert både korttids- og langtidssykefravær samt å unngå skader. Like viktig er det å fremheve den positive siden ved Helse-, Miljø- og Sikkerhets-arbeidet som innebærer at et godt arbeidsmiljø er et gode for alle medarbeidere.

MøllerGruppen har etablert en prosedyresamling som er et praktisk HMS-verktøy i det daglige arbeidet for ledere, verneombud, AMU-utvalg og forøvrig for alle medarbeidere. De forskjellige prosedyrene beskriver hvilket ansvar hver enkelt har og hvordan de som har et lederansvar i HMS-arbeidet skal gå fram.

### Friskvern

Alle selskaper i Norge har en avtale om bedriftshelsetjeneste (BHT) og våre risikogrupper, mekanikere, fagteknikere, lakkerere og opprettere, skal gjennomgå en helsekontroll hvert tredje år. I Oslo leverer Arsana AS bedriftshelsetjeneste til alle risikogrupper i regionen.

I tillegg til Arsana har MøllerGruppen en egen HMS-rådgiver i konsernets HR-avdeling tilgjengelig for alle selskaper i Norge.

### Sykefraværsoppfølging

HR/bedriftshelsetjeneste har arbeidet på individ-, avdelings- og organisasjonsnivå for å bistå virksomhetene med ulike

utfordringer i forbindelse med sykefravær. BHT har vektlagt tett samarbeid med fastleger, NAV og behandlingsinstitusjoner og ellers deltatt på dialogmøter i arbeidsgiver- og i NAV-regi.

- 73 personer i Møller Bil/Harald A. Møller har blitt fulgt opp av HR/BHT der det har vært tverrfaglig samarbeid mellom den sykemeldte, arbeidsgiver, lege og NAV.
- HR/BHT har deltatt på totalt 17 dialogmøter i NAV-regi.
- Tilrettelegging for gravide: Da HMS-rådgiver har jordmorkompetanse, har man tilstrebet tilrettelegging under svangerskap fremfor sykemelding i de tilfeller der BHT har blitt involvert.

### Arbeidsmiljøutvalg (AMU)

BHT Oslo har deltatt på 37 Arbeidsmiljøutvalg. I forkant av AMU er det vanlig å gå vernerunde. HMS-rådgiver deltar på enkelte av disse. Det registreres en god oppmerksomhet rundt HMS-arbeidet og samarbeidet med verneombud og ledelse er god.

### Kurs i BHT Oslo-regi

- HMS-rådgiver har holdt et tredagers grunnopplæringskurs i HMS for til sammen 11 verneombud i Oslo og Stor-Oslo.

- Det er avholdt 17 førstehjelpskurs.
- BHT Oslo har undervist alle første års lærlinger på Østlandet og i Bergen innen HMS.
- I Bergen har det vært avholdt totalt fire kurs om vernerunde, AMU og sykefraværsoppfølging.

I tillegg er det gjennomført veiledning i bedre samarbeid internt i fem avdelinger i selskapet.

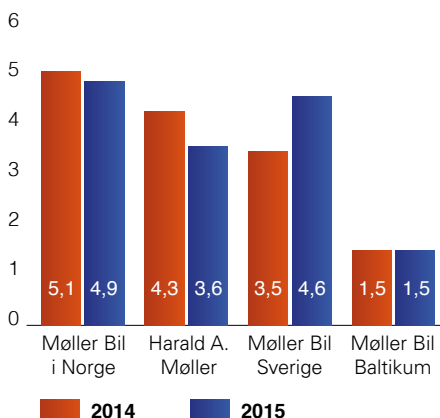
### Støv, støymåling og risikovurdering

Støymåling er foretatt av Arsana på Skadeverkstedet på Romerike over til sammen fire dager. Støv og støymåling er foretatt etter pålegg fra Arbeidstilsynet på Møller Bil Skadesenter Rud. Dette ble utført over to dager. Møller Bil Oslo Vest har gjennomført risikokartlegging, foretatt av Arsana.

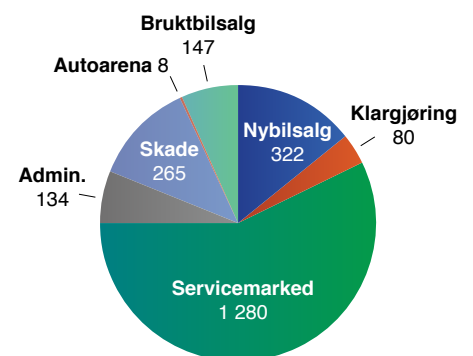
### Ergonomi

Ergonomisk gjennomgang er utført på oppfordring hos Møller Bil Romerike, Møller Bil Romerike Skadesenter, Volkswagen Møller Bilfinans, Møller Synergi, Garantiavdelingen i Harald A. Møller og avdeling Skoda på Frysja.

Utvikling sykefravær 2014–2015, Prosent



2236 medarbeidere (årsverk) i Møller Bil jobber innen disse kategoriene:





## BEDRIFTSDEMOKRATI

Samarbeidsutvalget (SU) i Møller Bil Norge har hatt tre møter i løpet av året og ett møte i Konsernutvalget er gjennomført. Samarbeidet mellom de tillitsvalgte fra Fellesforbundet og ledelsen er preget av åpenhet og et felles syn på de aller fleste områder og er derfor ansett som både fruktbart og nyttig av begge parter. Flere Møller Bil-representanter har deltatt på SU-møtene for å informere om tiltak som det jobbes med sentralt i Møller Bil.

I Sverige er det lov om medbestemmelse i arbeidslivet som blant annet regulerer arbeidsgiverens informasjonsplikt og arbeidstakerorganisasjonenes forhandlingsrett. Informasjonsplikten innebærer at Møller Bil Sverige fortløpende skal informere de tre arbeidstakerorganisasjonene selskapet har en kollektiv avtale med. Informasjonen skal omhandle den økonomiske og produksjonsmessige utviklingen i selskapet og retningslinjene for personalpolitikken. Formålet er å gi medarbeiderne muligheten til å bedømme situasjonen og framtidsutsiktene.

Forhandlingsretten innebærer at arbeidstakerorganisasjonene, under visse forutsetninger, har rett til forhandlinger innen selskapet fatter beslutninger om viktige endringer i selskapet eller beslutninger som har konsekvenser for

den enkelte. Det gir medarbeiderne muligheter for å fremme sine synspunkter innen det fattes en beslutning. Informasjon og forhandlinger har skjedd kontinuerlig gjennom året 2015.

I Baltikum er det ikke etablert noe samarbeid med tillitsvalgte. Nasjonale regler og praksis skiller seg mye fra Norge og Sverige.

*Global Compact / prinsipp nummer 3: Bedrifter skal holde organisasjonsfriheten i hevd og sikre at retten til å føre kollektive forhandlinger anerkjennes i praksis*

## LIKESTILLING OG MANGFOLD

Kvinneandelen i konsernet holder seg relativt konstant. Kvinneandelen i Norge var ved utgangen av 2015 på ca. 17 prosent, det samme som i 2014, og vi har stadig et ønske om å øke denne. MøllerGruppen har et antall dyktige kvinnelige ledere i Norge, Sverige og i Baltikum og det er en bevisst strategi å forsøke å ta vare på disse og gi de aller dyktigste muligheter for utvikling og en spennende karriere i selskapet.

Gjennomsnittsalder i Norge er 41 år for medarbeidere i Harald A. Møller, 39 år for medarbeidere i Møller Bil og 41 år for medarbeidere i konsernet og de øvrige selskapene. Gjennomsnittsalderen for medarbeidere i Sverige er 37 år mens den i Baltikum er 36 år.

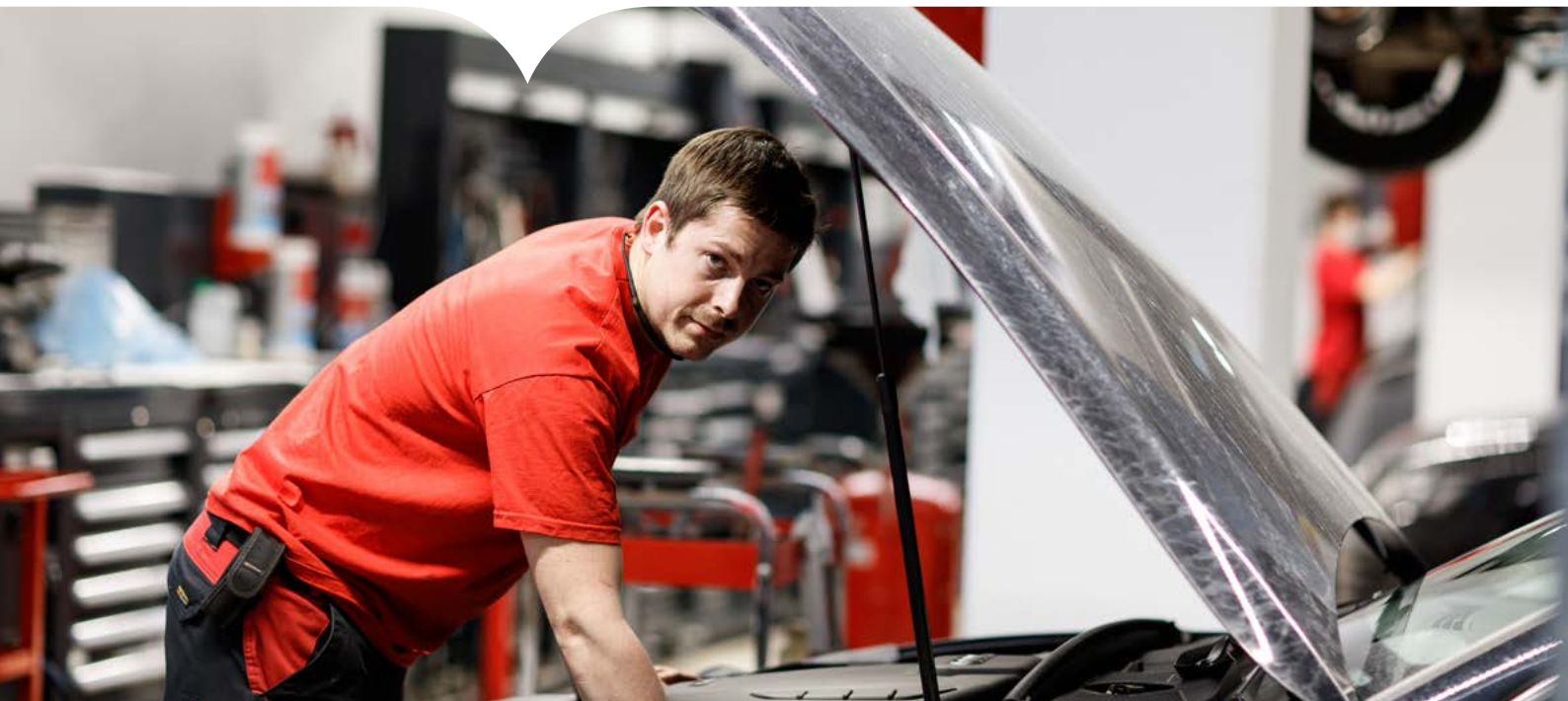
MøllerGruppen er i og utenfor vår bransje kjent for å ha medarbeidere med lang ansiennitet og vi har delt ut gullklokke (25 år) hele 642 ganger.

*Global Compact / prinsipp nr 6: Sikre at diskriminering i arbeidslivet avskaffes*

## LEDERUTVIKLING

Vår virksomhet er preget av mange operative enheter som i stor grad må drives som selvstendige resultatenheter. Vi har også bygget ut velfungerende fellesfunksjoner på noen områder, men erkjennelsen av at vi må ha sterke, kompetente og selvgående ledere, er sterk. Arbeidet med å utvikle våre ledere og rekruttere nye er derfor er høyt prioritert område.

MøllerGruppen har hatt fokus på å utvikle sine egne ledere i over 20 år. Intern rekruttering og kompetanseoverføring mellom selskapene – spesielt mellom importør og forhandler – er viktige bærebjelker for selskapets vekst og utvikling. Siden oppstarten med egne lederprogram i 1989, har ca. 650 ledere og ledertalenter deltatt på ett eller flere interne utviklingsprogram. Programmene er som regel basert på å sette sammen grupper av medarbeidere fra forskjellige enheter som over en periode på 6-8 måneder gjennomfører fem to-dagers intense samlinger rettet mot lederferdigheter og egenutvikling. Programmene innledes av en såkalt tre-





kantsamtale mellom leder, deltaker og kursfasilitator hvor fokus og utviklingsbehov for den enkelte tydeliggjøres og forankres. God lederoppfølging gjennom programmet er en viktig forutsetning, likeledes en avsluttende tre-kantsamtale som tar for seg deltakers utvikling gjennom programmet og hva han/hun fortsatt behøver å ha fokus på.

Et resultat av satsningen på utvikling av egne ledere er at MøllerGruppen i stor grad er selvforsynt og i liten grad behøver å rekruttere eksternt til sentrale lederstillinger – samtidig som vi også ønsker noe påfyll utenfra.

I 2015 fullførte vi lederprogram for både lederkandidater (talent) og etablerte ledere, samt et eget talentprogram rettet mot selgere som vi forventer kan ta steget opp til markedssjef. Et program rettet mot et knippe daglig ledere fra Møller Auto Baltic i Baltikum ble gjennomført med samlinger i Riga, Tallin og Oslo. Et nytt 'Top 20' utviklingsprogram (etter hvert døpt til 'Top Challenger Program') rettet mot 20 av de fremste mellomlederne i alle fem land er designet og forberedt i 2015. Dette programmet, som skal utvikle noen av våre fremtidige toppledere, vil startet opp i 2016 og løpe frem til våren 2017.

### KURS OG OPPLÆRING I REGI AV IMPORTØREN HARALD A. MØLLER AS

Serviceskolen på Skedsmo er vår interne opplæringssskole som ivaretar behovet for oppdatering og videreutdanning for mekanikere, teknikere, lærlinger og opprettere for alle våre forhandlere. Serviceskolen er ansvarlig for all teknisk opplæring for alle modellene til Audi, Škoda, Volkswagen personbiler og Volkswagen nyttekjøretøy som importeres til Norge. I tillegg gjennomfører vi teknisk opplæring for våre kundemottakere og selgere.

I 2012 utførte Serviceskolen 6 608 Training Man Day, i 2013, 5 122. I 2014 var tallet 5 385 TMD og for 2015 var tallet 5 652 TMD.

Serviceskolen har også lagt til en ekstra dag i sin basisopplæring, hvor den ene ekstra dagen er for å styrke kunnskapen omkring servicearbeider.

Serviceskolen har åtte dyktige instruktører. Det kjøres 54 faste opplæringsmoduler med 1-4 dagers varighet. I tillegg kommer opplæring på nye modeller og modellendringer fra merkene. Basisopplæringen, som fordeles på tre moduler og utgjør totalt omlag 1 600 opplæringsdager per år, er den obligatoriske «inngangsporten» til alle våre opplæringsmoduler for nyansatte og lærlinger.



*«Arbeidet med å utvikle våre ledere og rekruttere nye er derfor er høyt prioritert område. Et resultat av satsningen på utvikling av egne ledere er at Møller-Gruppen i stor grad er selvforsynt og i liten grad behøver å rekruttere eksternt til sentrale lederstillinger – samtidig som vi også ønsker noe påfyll utenfra.»*



Serviceskolen består av totalt 3 318 kvadratmeter og hele syv verksteder med topp moderne utstyr og tilhørende klasserom.

#### «IKKE-TEKNISK TRENING»

For Audi, Skoda og Volkswagen salg, selgereledere og «ikke-teknisk trening», dvs. servicemarkedssjefer, delesjefer, kundemottakere, delemedarbeidere, garantisaksbehandlere, ble det i 2015 gjennomført 318 kursdager fordelt på 180 kurs med ca. 1 850 deltakere.

Til sammenligning med året før (2014) som da utgjorde ca. 371 kursdager fordelt på 161 kurs, med ca. 1 800 deltakere, har det vært en nedgang i kursdager, økning i antall kurs tilbudt og en marginal økning i antall deltakere totalt.

2015 ble følgende antall sertifisert: 29 kundemottakere (verksted og karosseri), 39 delemedarbeidere, 10 service-

markedssjefer og delesjefer, 71 selgere totalt, alle merker og 9 selgerledere totalt, alle merker.

(TMD) = Training Man Day (eksempel: 10 deltakere på kurs i to dager gir 20 TMD)

#### MØLLER BIL SKOLEN

MøllerGruppens virksomheter bidrar til satsing på framtidens talenter. Møller Bil Skolen er et offentlig godkjent undervisningsopplegg der elever fra videregående skole inngår en lærekontrakt på normalt 24 måneder. I løpet av denne tiden skal lærlingene forene det teoretiske han eller hun i to år har lært på skolen med den praktiske kunnskapen som skal til for å avlegge fagprøve og dermed bli fagarbeider. Skolen følger en offentlig godkjent lærerplan for biltekniske utdanningsløp som bilmekaniker, bilskadereparatør, lakkerer, og reservedelsfaget.

På Møller Bil Skolen er elevene sikret å jobbe med de nyeste teknikker og utstyr som brukes for å vedlikeholde og diagnostisere biler som er teknisk ledende på områder som sikkerhet, miljø etc.

Møller Bil Skolen hadde ved årsskiftet 131 lærlinger (inntak 2014 og 2015). De beste tilbys fast jobb i Møller Bil etter avlagt fagprøve.

#### MEDARBEIDERSAMTALER

MøllerGruppen har som policy at det skal gjennomføres medarbeidersamtaler på alle nivåer. Det understrekes at gode medarbeidersamtaler må oppleves som meningsfulle for begge parter.

## Oversikt over antall medarbeidere, ledere, gjennomsnittsalder og kjønns sammensetning

– der denne informasjonen finnes (2014 i parentes):

Importør	Norge	Sverige	Baltikum
Antall medarbeidere	335 (320)		62 (61)
Gjennomsnittsalder	41 (42)		40
Kjønnsfordeling i %	75 % menn 25 % kvinner		63 % menn 37 % kvinner

#### Forhandler

Antall medarbeidere	2350 (2276)	652 (614)	587 (579)
Gjennomsnittsalder	37 (39)	37 (38)	36
Kjønnsfordeling i %	88 % menn 12 % kvinner	86 % menn 14 % kvinner	82 % menn 8 % kvinner

#### MøllerGruppen og øvrige Møller-selskaper

Antall medarbeidere	121 (112)
Gjennomsnittsalder	41 (41)
Kjønnsfordeling i %	39 % menn 61 % kvinner



MøllerGruppens grunnverdi **Omtenkksom** handler for oss om å bry seg om medarbeidere, medmennesker, kunder og miljø - og være raus, romslig og inkluderende.

# Medmennesker

MøllerGruppen og Røde Kors har gått sammen om et mentorsprosjekt for ungdom som trenger en likesinnet motivator. MENTOR er et pilotprosjekt for ungdom mellom 13 og 19 år som ønsker en inspirator, en veileder – eller en som kan lytte til deres egne ønsker, interesser og behov.

MøllerGruppen har også støttet «Ferie For Alle» i regi av Røde Kors økonomisk siden 2007. – MøllerGruppen er virkelig med på å gjøre en forskjell, sier Åsne Havnelid, generalsekretær i Norges Røde Kors.

# 20 000

## Glassengler

MøllerGruppen har kjøpt nærmere 20 000 engler fra Lønn som fortjent – et arbeidstilbud i Kirkens Bymisjon.



# MEDMENNESKER

*De fire verdiene Åpen og Ærlig, Initiativrik, Omtenksum og Tydelig har helt siden selskapet ble grunnlagt vært plattformen for vårt arbeid, utvikling og vekst.*

Verdigrunnlaget står sterkt hos våre medarbeidere og er like relevant i Sverige, Estland, Litauen og Latvia som i Norge. Verdien Omtenksum handler for oss om å bry seg om medarbeidere, medmennesker, kunder og miljø – og være raus, romslig og inkluderende.

## SAMARBEIDSPARTNERE

Som en del av vårt samfunnsansvar har vi også valgt å støtte organisasjoner og initiativ som bidrar til et rausere og bedre samfunn. Kirkens Bymisjons prosjekt Lønn som fortjent, Røde Kors sitt initiativ Ferie for alle, samt vårt felles MENTOR-prosjekt, SOS-barnebyers arbeid i Baltikum og Christian Radich, er samarbeidspartnere vi er stolte av.

«Lønn som fortjent» i regi av Kirkens Bymisjon gir rusavhengige en jobb å gå

til og lønnen utbetales kontant samme dag. En del av medarbeiderne i Lønn som Fortjent lager glassengler og binder inn notisbøker, med vakker tapet som ellers ville blitt kastet. MøllerGruppen har støttet dette prosjektet siden 2007 gjennom kjøp av 5 000 glassengler. Partene utvidet i 2013 sin eksisterende avtale. Den nye avtalen omfatter kjøp av inntil 10 000 hengende glassengler per år. Glassenglene benyttes av utvalgte forhandlere som gaver til nybilkjøpere over hele landet. Vi håper at vi gjennom dette arbeidet kan bidra til å gjøre glassenglene enda mer kjent og skape flere arbeidsplasser. Det ble i 2015 delt ut opp mot 6 000 glassengler.

«Ferie For Alle» i regi av Røde Kors gir barn og foreldre fra familier med svak økonomi muligheten til én ukes ferie i

skolens ferier på et av Røde Kors' opplevelsessentre. Konsernet har støttet dette prosjektet økonomisk siden 2007 og 66 medarbeidere har deltatt som frivillige på 62 ferieopphold. Dette har bidratt til at mer enn 9 000 barn og foreldre har fått en ukes ferie. Fire medarbeidere var på opphold på Ferie for Alle i 2015.

## Bøker til barn

I 2015 dukket ideen opp at Lønn som Fortjent i Kirkens Bymisjon kunne lage bøker til barn som er med på Røde Kors-tilbudet, Ferie for Alle. Her kan barna skrive ned sine minner og skrive hilsener til hverandre. Bøkene er årstidsuavhengige og kan brukes både inne og ute. Dette skal være en god bok å bruke og å ha med tilbake fra oppholdet. Ni stykker fra Lønn som Fortjent





har arbeidet med denne leveransen på 1 250 bøker i tre måneder og bøkene er utviklet ut fra en opprinnelig skisse fra Lønn som Fortjent og senere spesiallaget slik Røde Kors ville ha dem. Med et antall på 1 250 bøker har Ferie for Alle dekket så å si hele behovet for 2016.

### Mentor

MøllerGruppen og Røde Kors har også gått sammen om et mentorsprosjekt for ungdom som trenger en likesinnet motivator. MENTOR er et pilotprosjekt for ungdom mellom 13 og 19 år som ønsker en inspirator, en veileder – eller en som kan lytte til deres egne ønsker, interesser og behov – dessuten frivillige mentorer over 22 år. MENTOR gir ungdom mulighet til å videreutvikle sine ressurser og egenskaper på egne premisser. Mentor og ungdommen legger opp sitt eget løp og bestemmer seg for hva de skal bruke timene til ut fra ungdommens ønsker. De møtes opp til seks timer i uka gjennom ett år (fire timer fra sesong to).

I juni 2015 ble 20 ungdommer presentert for sine respektive mentorer. Tilbakemeldingene fra ungdommene og mentorene så langt er veldig gode. Nå jobbes det med å rekruttere nye ungdommer og mentorer til prosjektet. Pilotprosjektet har sin base rundt Røde Kors' byomfattende ressurscenter i Oslo, Café Condio.

MøllerGruppen bidrar med økonomisk støtte og med mentorer, medlemmer i en referansegruppe/styringsgruppe og bidro i oppstarten også med medlemmer i en ressursgruppe/prosjektgruppe som utviklet prosjektet – alle frivillige fra egen organisasjon. Dette er et nybrottsprosjekt og et pilotprosjekt i Røde Kors, og MøllerGruppen er foreløpig eneste samarbeidspartner. MENTOR ble også nominert til Sponsor- og Event-prisen 2016 i kategorien Årets Samfunnsengasjement.

### Baltikum

MøllerGruppen er hovedsamarbeidspartner for SOS-barnebyer. Avtalen bidrar til SOS-barnebyers arbeid for sårbare barn i de tre baltiske landene. Bidragene fra MøllerGruppen går til to hovedformål. Halvparten av midlene skal gå til barn som bor i barnebyer enten fordi de er foreldreløse eller fordi foreldrene ikke er i stand til å ivareta omsorgen for dem, mens resten skal brukes forebyggende til å hjelpe familier i sitt nærmiljø med bolig og ulike tiltak som skal forhindre at familier går i oppløsning. Våre medarbeidere bidrar med frivillig innsats på utvalgte prosjekter. Møller Auto Baltic har også lagt til rette for at ungdom fra SOS-barnebyer kan få sommerjobb og yrkesrettet utdanning. Vi ønsker også å utvikle samarbeidet videre i en retning der vi knytter det tettere opp mot vår kjernevirksomhet og kompetanse og på den måten gir det en sterkere strategisk

forankring. Det konkrete innholdet vil da i sterkere grad utvikles lokalt.

### Christian Radich

Helt siden 2000 har MøllerGruppen også bidratt til å bevare norsk maritim kulturarv gjennom bruk og økonomisk støtte til fullriggeren Christian Radich. Gjennom avtalen får medarbeiderne anledning til å delta på flere av seilase- ne til Christian Radich og skipet er også en viktig del av medarbeidernes 17. mai feiring i Oslo. Hvert år er mellom 500 og 600 medarbeidere om bord på nasjonaldagen. Avtalen er nå fornyet for ytterligere tre år (2013).

Etter at Sjøforsvarets skoler sa opp avtalen med Christian Radich, ga MøllerGruppen løfte om ekstra støtte dersom stiftelsen klarte å skaffe alternativ beskjeftigelse i vintermånedene. Dette kom på plass og ekstra støtte ble gitt. Fra og med september 2015 ble nemlig Christian Radich skoleskip for elever på VG3, maritime fag og seiler nå med 66 elever og fem kadetter. I sommer- sesongen vil driften av Christian Radich gå som vanlig med regatta, fjordturer, skoletokt og sommertokt. Med dette er det sikret helårsdrift for skuta.

### Ekstra støtte til flykninger

MøllerGruppen, Møller Eiendom, Katalysator og eierfamiliene Møller og Schage Førde valgte også i september å støtte Røde Kors og SOS-barnebyer



med to millioner i arbeidet med flyktningekatastrofen.

– Europa opplever den største flyktnin-gekatastrofen siden andre verdenskrig. Vi ser sterke bilder av medmennesker på flukt fra krig og konflikt. Takket være profesjonelle hjelpeorganisasjoner som Røde Kors og SOS-barnebyer er det mulig for enkeltpersoner og selskaper å yte et bidrag og samtidig vite at pengene går til de som virkelig trenger dem mest. Vi har derfor valgt å gi én million kroner til hver av våre hovedsamarbeidspartnere, Røde Kors og SOS-barnebyer, sier eier og styreleder Harald Møller.

#### SERTIFISERING OG KVALITET

Tillit fra kundene er avgjørende for at en virksomhet skal lykkes. MøllerGruppen tar derfor sitt kvalitetsarbeid på det største alvor. En forutsetning for å lykkes med kvalitetsarbeidet er at virksomheten jobber systematisk, involverer medarbeiderne og har fokus på brukeren av produktet eller tjenesten.

Importøren Harald A. Møller AS ble første gang sertifisert i henhold til ISO 9001:ff i 2004. ISO 9001 er basert på prinsippet om Kontinuerlig Forbedring og har et overordnet mål om å møte kundens forventninger. Siden den gangen har selskapet gjennomgått årlige revisjoner på denne standarden og har

hvert eneste år kunnet vise til forbedringer. Harald A. Møller AS er i dag ansett for å være blant de aller beste på dette området innenfor vår bransje.

I 2011 ble selskapet også sertifisert i henhold til ISO 14001:ff som omhandler miljø, men er basert på de samme prinsipper.

#### BEREDSKAPSHÅNDTERING

MøllerGruppen har utarbeidet en beredskapsplan for å kunne håndtere uforutsette og uønskede hendelser på en god måte. I tillegg er det utviklet et program for beredskapsøvelser. Hvert år får flere av ledergruppene i selskapene opplæring i dette programmet i form av krise- og beredskapshåndtering. Det forekom ingen alvorlige hendelser i 2015.

#### FORETAKSBOT LATVIA

MøllerGruppens selskaper i Latvia ble i 2014 ilagt en foretaksbot på tilsammen 7,3 millioner Euro på grunn av påstått ulovlig prissamarbeid. MøllerGruppen er sterkt uenig i grunnlaget for boten, og mener botens størrelse er urimelig og diskriminerende i forhold til de påståtte ulovlighetene. Saken er brakt inn for det latviske rettsvesenet, og det forventes en dom i løpet av 2016.

*Global Compact / prinsipp nr 10: Bedrifter skal bekjempe enhver form for korrupsjon, herunder utpressing og bestikkelser*



*«'Lønn som fortjent' i regi av Kirkens Bymisjon gir rus-avhengige en jobb å gå til og lønnen utbetales kontant samme dag. En del av medarbeiderne i Lønn som Fortjent lager glassengler og binder inn notisbøker, med vakker tapet som ellers ville blitt kastet.»*

## Et samfunnsansvar i støpeskjeen

MøllerGruppen er eiet av Aars AS som er eierselskapet til familien Møller/Schage Førde. Selskapet ivaretar også familiens samfunnsengasjement, som i hovedsak drives av 4. generasjon. Aars ønsker at «dette arbeidet skal reflektere de verdier vi har som eiere, og plikten og ønsket om å bidra og delta, utover samfunnsarbeidet som utføres i regi av MøllerGruppen.» Aars sier at de ønsker å bruke sin kompetanse og økonomiske særstilling til å bidra til å skape varige endringer blant mennesker som kanskje ellers ikke ville hatt en annen

mulighet. «Vi mener at vi best kan bidra til disse endringene gjennom sosialt entreprenørskap, primært i land hvor vi har våre egne virksomheter», sier Mari Schage Førde, daglig leder av familiens samfunnsaktiviteter.

*Global Compact / prinsipp nr 1: Bedrifter skal støtte og respektere vern om internasjonalt anerkjente menneskerettigheter*





## Prosjekter i Sverige

*Som en del av sitt samfunnsansvar har Møller Bil Sverige opprettet et barne- og ungdomsfond.*

Møller Bils Barn- og Ungdomsfond skal støtte lokale initiativ i sine distrikter som bidrar til å forbedre livsvilkår, forebygger ensomhet og mobbing og gir barn og unge muligheten til fellesskap med andre barn. Slik ønsker Møller Bil Sverige å bidra til en bedre hverdag på de stedene der de har virksomhet. Barne- og ungdomsfondet støtter opp til 12 prosjekter i året som kan få en støtte på inntil hundre tusen svenske kroner hver.

### Trening mot kreft hos barn i Sverige

1.oktober lanserte Møller Bil Sverige kampanjen «Minuter som gör skillnad», et prosjekt der Møller Bil-medarbeidere gjennom trening skulle hjelpe kreftsyke barn. Hver gang en medarbeider gjennomførte en fysisk aktivitet på minst 30 minutter, ga Møller Bil Sverige 10 kr til Barncancerfonden. Målsettingen var å samle inn 300 000 kroner i perioden 5. oktober – 30. november. De endte til slutt på en resultatoppnåelse på 46 prosent av målsettingen, dvs. i underkant av 150 000 kroner.



### 10 ORGANISASJONER MOTTOK STØTTE I 2015:

- Here4U, Västerås – får bidrag for å gjennomføre prosjektet «Gul Bil» der åtte unge voksne utdannes for å besøke barne- og ungdomsskoler og snakke om god og dårlig lek og forebygge mobbing.
- Dela Glädje, Västerås – får bidrag for å gjennomføre to vinterleire og en sommerleir for barn som av sosiale eller økonomiske årsaker ikke har mulighet til å være med på de samme opplevelsene som andre barn.
- AGF Örebro får bidrag for sitt prosjekt «Alla kan gympa» som skal tilby gymnastikk for barn med fysiske og psykiske funksjonshindre.
- Örebro SK Ungdom får bidrag til «Prosjekt Vivalla» for å kunne tilby kostnadsfri innebandytrening for barn mellom 7–12 år i et utsatt område.
- Majblomman, Enköpings sommarkolokommitté, får bidrag for å utvide sin leirvirksomhet med en ukes dagleir i Bredsand.
- Redd Barnas lokalforening i Enköping får bidrag til å kjøpe inn ryggsekker med passende innhold til rundt 100 nyankomne flyktningbarn.
- Karlskoga ridklubb får bidrag til ride-skolehest til virksomhetens handikapridning.
- Uppsala Allmänna konståkningsklubb får bidrag til prosjektet «Jämlig ishall» som skal gi barn fra spesialskoler i Uppsala en mulighet til å stå på skøyter.
- Mariefreds ridklubb får bidrag for å gjennomføre prosjektet «Trygg i stallet» for å motarbeide mobbing.
- Eskilstuna Linden hockey får bidrag for å kunne tilby skøyte- og hockeyaktiviteter for barn og unge med nedsatt funksjonsevne.

## Prosjekter i Baltikum

*MøllerGruppen Baltic Foundation ble stiftet i 2014 med formål å rette søkelyset mot barn og ungdom ved å støtte prosjekter og tiltak som har til hensikt å fange opp mennesker som av ulike årsaker lever under vanskelige forhold i Estland, Latvia og Litauen.*

Fondet har til hensikt å bidra til å bedre den humanitære situasjonen, skape en tryggere hverdag, samt bidra til økt læring for barn og ungdom. Fondet støtter årlig minimum tre prosjekter som hver kan motta økonomisk støtte på inntil 15 000 Euro.

Bakgrunnen for opprettelsen av MøllerGruppen Baltic Foundation er Møller-Gruppens engasjement som hovedsamarbeidspartner for SOS-barnebyer i Baltikum.



### FEM PROSJEKTER FIKK STØTTE I 2014, OG SEKS NYE I 2015; TO I HVERT LAND:

#### LITAUEN

- Støtte til litauiske barnehjem for barn med utviklingsvansker. (Aleksandr Gridin's Charity Foundation)
- Støtte til studenter i 2016 (Aleksandr Gridin's Charity Foundation). Støtten muliggjør at 30 studenter kan forberede seg til et nytt akademisk år ved å supplere dem med grunnleggende læremidler.

#### ESTLAND

- Støtte til å gjennomføre første trinn i å anlegge et uteområde for rundt 30 barn over hele Estland, – barn med store og grunnleggende utfordringer (Pärnu Children's Village).
- Støtte til en elektronisk donasjonsboks ved barneavdelingen til Universitetssykehuset i Tartu (Tartu University Hospital Children's Foundation).

#### LATVIA

- Støtte til 'OUR DREAM' – et sosialsenter for barn i Rzekne (Children's Social Care Centre of Rzekne City Council Administration's «Social Service»). Støtten går til installasjon av treningsutstyr og en mobil heis for rullestolbrukere.
- THE HEALING POWER OF SAND AND WATER (Association «Autism Support Centre in Rzekne» )



# Miljø

*MøllerGruppen skal være en ressurs på bil- og miljøspørsmål og legge til rette for at kundene kan foreta gode miljøvalg.*



Møller Eiendom har et prosjekt gående der sparemålet er ambisiøst. Dette prosjektet understreker ambisjonen om satsing på langsiktige sparetiltak på energisiden i hele Møller Bils bygningsmasse.



# 40 %

*Volkswagens markedsandel innen elektriske biler i Norge i 2015.*

*I 2009 lå vannforbruket for Møller Bil Klargjøring per bil på ca 180 liter. Nå er vannforbruket per klargjort bil på 26 liter. Kjemiforbruket har i samme periode blitt redusert fra 1,9 liter per bil i snitt til dagens nivå på 0,8 liter.*



# MILJØ

*Vår klare ambisjon er å bli oppfattet som ledende på miljø i bilbransjen. Vi skal være en ressurs på bil- og miljøspørsmål og legge til rette for at kundene kan foreta gode miljøvalg.*

Både internt i organisasjonen og eksternt har MøllerGruppen gjennom flere år hatt fokus på miljø, gjennom våre produktstrategier, sertifiseringsordninger, opplæring og i samtaler med samfunns-aktører, kunder, samarbeidspartnere og fabrikk.

Vi samarbeider med miljøstiftelsen Zero og våre forhandlere i Norge er sertifisert som Miljøfyrtårn. Dette innebærer at alle Miljøfyrtårn-sertifiserte Møller Bil forhandlere, inkludert bilverkstedet og skadesentrene, må levere en årlig miljørapport til Stiftelsen Miljøfyrtårn. En gang i året arrangeres det en miljødag i Møller Bil for alle Møller Bil forhandlerne som må fornye sitt Miljøfyrtårn-sertifikat inneværende år.

Vår virksomhet skal ha minst mulig negativ påvirkning på miljøet. Harald A. Møller AS, som er Norges største bilimportør, er sertifisert etter ISO 14001. Sammen med Volkswagen-konsernet søker vi å utvikle innovative og bærekraftige løsninger som gir gevinster for alle.

*Global Compact / prinsipp nr 7, 8 og 9: 7 / Bedrifter skal støtte en forevartilnærming til miljøutfordringer; 8 / ta initiativ til fremme av økt miljøansvar, og 9 / oppmuntre til utvikling og spredning av miljøvennlig teknologi.*

## BILER OG TEKNOLOGI

Bilmarkedet i Norge er i endring, skriver Opplysningsrådet for Veitrafikken på sine hjemmesider, (Bilsalget i 2015):

«I 2015 fikk elbilene en markedsandel på 17,1 prosent, en økning på 4,6 prosentpoeng sammenlignet med 2014.

Antall ladbare hybrider opplevde en kraftig økning i 2015 som en følge av at tilbudet av slike biler ble mye større. I 2014 ble det registrert 1 678 ladbare hybrider i Norge, i 2015 økte antallet til 7 964 biler, en økning på 374 prosent.

### Gjennomsnittsutslippet CO<sub>2</sub>-utslipp for nye personbiler sank til 100 g/km

I 2015 ble CO<sub>2</sub>-utslippet for nyregistrerte personbiler 100 g/km, 10 g/km lavere enn i 2014. For personbilene med bensinmotor ble utslippet uforandret fra 2014 – 119 g/km. Utslippet fra personbilene med dieselmotor ble redusert med 1 g/km til 132 g/km.

Hovedårsaken til den store reduksjonen i samlet gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp fra nye personbiler er den store andelen elbiler med nullutslipp og en økende andel lavutslippsbiler (biler med utslipp under 50 g/km CO<sub>2</sub>).»

### Registrerte personbiler fordelt på CO<sub>2</sub>-utslipp

OfV skriver videre: «I 2015 ble det registrert 25 788 biler med nullutslipp, i 2014 var antallet 18 094 personbiler (+42,5 %). Det ble registrert 7 727 personbiler med CO<sub>2</sub>-utslipp i intervallet 1 til og med 50 g/km, i 2014 var det 1 676.

Videre ble det registrert 33 957 personbiler med CO<sub>2</sub>-utslipp med 51 til og med 110 g/km i 2015, tallet for 2014 var 34 922, en endring med -2,8 %.»

### 12,4 % personbiler med hybriddrift

«Det ble registrert 18 711 nye personbiler med hybriddrift i 2015, 59,9 prosent flere enn i 2014. Det ga en markedsandel



*«I 2014 ble det registrert 1678 ladbare hybrider i Norge, i 2015 økte antallet til 7964 biler, en økning på 374 prosent.»*



på 12,4 prosent, mens markedsandelen for personbiler med hybriddrift var 8,1 prosent i 2014.» Og som nevnt over: «7964 av de nye personbilene med hybriddrift som ble registrert i 2015 var ladbare. I 2014 var 1 678 av de nye personbilene med hybriddrift ladbare.»

Så langt Opplysningsrådet for Veitrafikken.

Vi i MøllerGruppen kan konkludere med at Volkswagen er den viktigste driveren i å redusere CO<sub>2</sub>-utslippene fra den norske bilparken. CO<sub>2</sub>-utslippene fra nye Volkswagen ble redusert med 30 prosent i 2015, mens reduksjonen i den samlede bilparken var på kun ni prosent. Gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp fra nye Volkswagen personbiler er nede på 67 gram per kilometer, mens gjennomsnittet for nye personbiler fra andre merker var 107 gram per kilometer i 2015 (se tabell).

## FLEST LADBARE I NORGE

Norge er det landet i verden hvor det selges flest grønne biler, målt i andel av bilparken. For ti år siden var bildet motsatt. Da hadde nye biler solgt i Norge Europas høyeste utslipp av klimagasser. I følge TØI sparer 50 000 elbiler klimaet for utslipp tilsvarende ca. 150 00 tonn CO<sub>2</sub> i året. Når elbilene utgjør 20 prosent av bilparken (i dag er det 20 prosent av nybilsalget), vil utslippsreduksjonen være over én million tonn CO<sub>2</sub> i året. Det tilsvarer utslippet til hele Ekofisk-feltet i Nordsjøen.

Hver fjerde solgte bil er nå en lav- eller nullutslippsbil, og denne utviklingen vil forsterkes frem mot 2020. I følge VISTAs analyse vil bilparken i 2020 være vesentlig renere enn den er i dag.

(Kilde: Fakta om bil, vei og miljø/Bilimportørenes Landsforening)

## CO<sub>2</sub>-utslippet for nye personbiler i prosentandel fordelt på utslippsintervaller

CO <sub>2</sub> -intervall g/km	Desember			Akkumulert 2015		
	2015 Andel %	2014 Andel %	Endring andel 2014–2015 %	2015 Andel %	2014 Andel %	Endring andel 2014–2015 %
0	15,1	12,1	3,0	17,1	12,6	4,5
1–50	6,1	0,9	5,2	5,1	1,2	3,9
51–110	18,2	26,1	–7,9	22,6	24,2	–1,6
111–120	10,8	13,4	–2,6	11,3	13,7	–2,4
121–130	11,1	11,2	–0,1	10,5	11,7	–1,2
131–150	22,5	18,9	3,6	20,3	18,5	1,8
151–170	14,3	15,1	–0,8	11,2	15,0	–3,8
171–190	1,6	1,5	0,1	1,4	2,2	–0,8
191 og mer	0,2	0,8	–0,6	0,4	0,9	–0,5



## UTVIKLING VÅRE MERKER

Våre lavutslippsmodeller har etter hvert fått god kjennskap og posisjon i markedet og er nå blant våre mest populære modeller. CO<sub>2</sub>-utslippene fra våre merker er betydelig redusert de siste 10 årene. I 2006 var gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp fra Volkswagen på 170 gram per kilometer. I 2014 var det tilsvarende tallet nede på 97 gram, mens det i 2015 hadde falt ytterligere, ned til 67 gram. En kraftig reduksjon der den etter hvert høye andelen av elbiler spiller inn.

### Gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp per kjørte kilometer

I tett samarbeid med Bilimportørens Landsforening har MøllerGruppen bidratt til en felles standard for miljøklassifisering av biler. Klassifiseringen benyttes i dag i all markedsføring av våre biler. (Se graf)

For tall om totalutslipp av CO<sub>2</sub> fra transportsektoren i Norge, lokalt og totalt, henviser vi til Opplysningsrådet for veitrafikken.

### Ledende på ladbare biler

Elbilmarkedet i Norge har på bare to år gått fra å være et nisjemarked til å bli en svært betydningsfull del av nybilmarkedet. MøllerGruppen jobber aktivt for å etablere en mer miljøvennlig bilpark i Norge og er helt klart den ledende bilor-

ganisasjonene på ladbare biler. Vi lanserte Volkswagen e-Up! i 2013, i 2014 Volkswagen e-Golf, den elektriske versjonen av bestselgeren Golf og senere de ladbare hybridene Audi A3 Sportback e-tron og Volkswagen GTE. Mot slutten av 2015 kom også Passat GTE plug-in hybrid. Utvalget innen ladbare biler og hybrider vil bare øke fremover.

### VEIEN VIDERE FOR VOLKSWAGEN

I fjorårets Samfunnsansvarsrapport skrev vi om Volkswagen Groups ambisjon om å bli verdens mest bærekraftige bilprodusent og de enorme investeringene de skulle iverksette for å ha de beste og mest bærekraftige produktene. Vi nevnte også miljøprogrammet «Think Blue Factory» der målet er å redusere energiforbruket og CO<sub>2</sub>-utslippet fra alle Volkswagen-fabrikkene over hele verden med 25 prosent.

Volkswagen Group var, som kjent, i medias søkelys i 2015 på grunn av dieselsaken og har kunngjort at de vil offentliggjøre en ny strategi rundt midten av 2016. Under sitt USA-besøk i januar 2016 kom Volkswagen AG med en pressemelding der den nye konsernsjefen, Matthias Müller, blant annet sier dette (vår oversettelse):

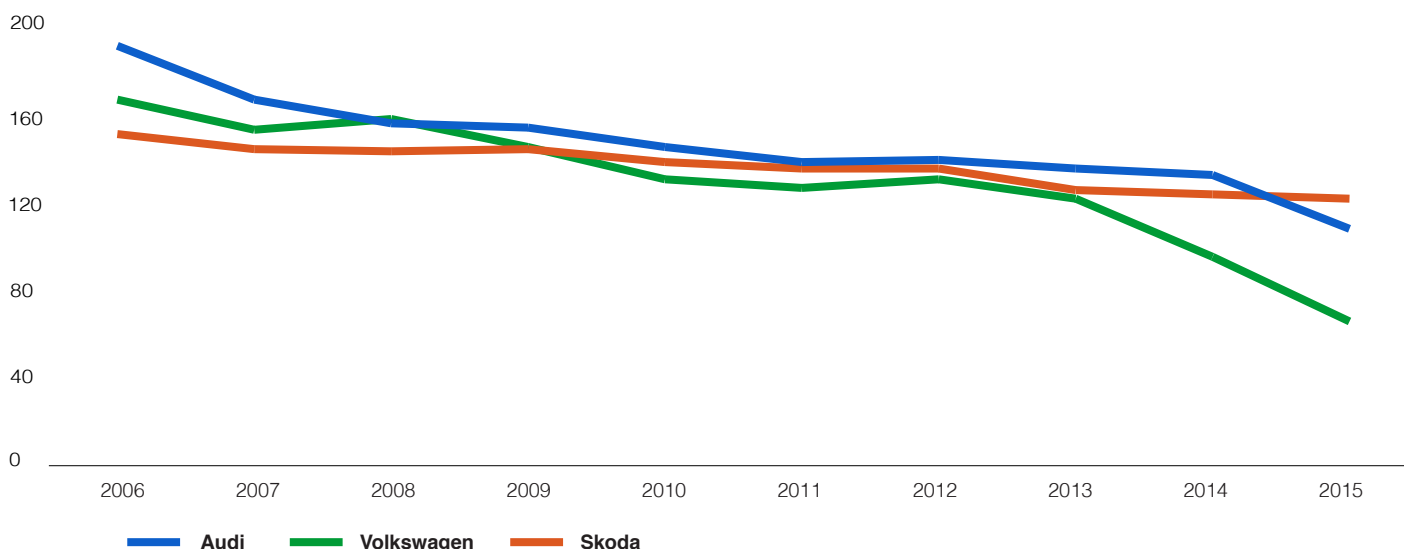
«(...) I tillegg gjentok Müller at Volkswagen-konsernet vil gjennomgå en

grunnleggende omstilling når det gjelder sin struktur og kultur, så vel som sin fremtidige strategi, som blir presentert i midten av 2016, og som vil gi svar på de sentrale utfordringene bransjen står overfor. Volkswagen-konsernet har som mål å bidra til å forme fremtidens mobilitet med mot og beslutsomhet. Dette vil bli assistert av et konsernfelles digitaliseringsinitiativ, blant annet. Konsernet vil også rulle ut totalt 20 flere elbiler og plug-in hybrider innen 2020.»

[http://www.volkswagenag.com/content/vwcorp/info\\_center/en/news/2016/01/VW\\_Group\\_US.html](http://www.volkswagenag.com/content/vwcorp/info_center/en/news/2016/01/VW_Group_US.html)

**«Gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp fra Volkswagen i 2006 var på 170 gram per kilometer. I 2015 var det falt til 67 gram.»**

Gjennomsnittlig CO<sub>2</sub>-utslipp per kjørte km



### Reduksjon i MøllerGruppens CO<sub>2</sub>-utslipp (Norge)

Det er også en ambisjon om å redusere det totale CO<sub>2</sub>-utslippet i MøllerGruppen ved at medarbeidere i større grad tar i bruk elektroniske verktøy som erstatter flyreiser. For de to siste årene er tallene for ordinære tjenestereiser totalt for MøllerGruppen:

2014  
Antall reiser 6 664  
CO<sub>2</sub> (kg) 589 305

2015  
Antall reiser 6 343  
CO<sub>2</sub> (kg) 566 602

For importøren, Harald A. Møller, har vi tall for CO<sub>2</sub>-utslipp, basert på medarbeideres bruk av drivstoff til firmabiler (bensin og diesel) og flyreiser. Også her registrerer vi en positiv trend.

Totalt utslipp CO<sub>2</sub> fra Harald A. Møller (tonn)  
2013 – 1 156  
2014 – 1 145  
2015 – 1 129

For 2016 er Harald A. Møllers ambisjonen en 10 prosent reduksjon i sitt totale drivstoffkjøp (i liter) og en 10 prosent reduksjon i antall flyreiser/10 produsent reduksjon CO<sub>2</sub> knyttet til flyreiser.

### MØLLER BIL KLARGJØRING

Møller Bil Klargjøring har som hoved-

oppgaver utstyrsmontering og teknisk og kosmetisk behandling av alle bilene som ankommer landet. I 2009 investerte Møller Bil Klargjøring i et nytt vask- og klargjøringsanlegg. Før denne investeringen lå vannforbruket per bil på ca 180 liter. Nå er vannforbruket per klargjort bil på 26 liter. Kjemiforbruket har i samme periode blitt redusert fra 1,9 liter per bil i snitt til dagens nivå på 0,8 liter.

Møller Bil Klargjøring utfører oppdrag for alle 42 forhandlere i MøllerGruppen, samt ut fra enkelte storkundeavtaler via Harald A. Møller. De 42 forhandlerne utgjør 60 prosent av totalen for de fire merkene. Møller Bil Klargjøring er også Miljøfyrtårn-sertifisert. I 2015 klargjorde de 29 611 biler (26 764).

### AVFALL – GJENVINNING AV BILER

Den norske bilbransjen har gjennom Autoretur utviklet et svært godt verktøy for innsamling og gjenvinning av vrakede biler. Autoretur har gjenvunnet ca. 145 000 kjøretøy i 2015, og nær 97 prosent av bilenes vekt blir gjenvunnet ved material-/energigjenvinning og ombruk av deler. Det er bilimportørene som har ansvar for innsamling og gjenvinning av kasserte kjøretøy.

Autoretur-ordningen skal sikre forsvarlig gjenvinning og resirkulering av kasserte biler. Dette er viktig for å redusere CO<sub>2</sub>-utslippet og utslipp av miljøgifter og for å øke gjenbruk av metaller som

er en begrenset ressurs. Autoretur-ordningen sparte samfunnet for 173 000 tonn CO<sub>2</sub>-utslipp i 2014. Dette tilsvarer drøyt 1,1 milliard kjøretøy-km, eller knappe 77 000 biler med en årlig kjørelengde på 15 000 kilometer (ref. miljøregnskapet fra Vista Analyse). Autoretur sørger også for at tungmetaller som bly, kadmium og kvikksølv behandles forsvarlig.

I 2015 ble det innlevert 141 316 kjøretøyer for vraking i Norge. Totalt ble 177 522 tonn avfall behandlet. Av dette ble 140 709 tonn materialgjenvunnet (79,3 prosent), 20 468 tonn energigjenvunnet (11,5 prosent) og 10 523 tonn gjenbrukt (5,9 prosent). Dette betyr at 96,7 prosent av bilenes vekt ble gjenvunnet og kun 3,3 prosent gikk til deponi i 2015.

I gjennomsnitt gjenvinnes ca. 850 kg metaller fra en vraket bil. Det er Miljødirektoratet som kontrollerer Autoretur.

### AVFALLSHÅNDTERING, NORGE

Som et ledd i vårt miljøarbeid har MøllerGruppen inngått avtale med Ragn-sells om avfallshåndtering fra våre selskaper i Norge. Avfallsmengden i 2015 var på 3 379 tonn. Dette er på nivå med fjoråret. Sorteringsgraden på 75 prosent var ett prosentpoeng lavere enn i 2014, og betegnes av RagnSells som «svært bra» med bakgrunn i vår bransje.



De mest vesentlige fraksjonene er (2014 i parentes):

- Papp og papir: 15 % (15)
- Trevirke: 5 % (4)
- Metaller: 19 % (19)
- Plastemballasje: 4 % (4)
- Olje og drivstoff: 18 % (21)

### AVFALLSHÅNDTERING SVERIGE

Møller Bil Sverige har avfallsavtaler med selskapene IL Recycling og Nemax der sistnevnte selskap tar hånd om farlig avfall som aerosoler, airbags, batterier, elektronisk avfall, glykol, lysrør, løsemidler, oljefilter, plastforpakninger mm. Alt farlig avfall sorteres.

For ikke farlig avfall hadde Møller Bil Sverige som mål for 2015 at 60 prosent skal være sortert (2014: 50 prosent). Dette målet ble nådd.

I løpet av 2013 ble det igangsatt et arbeid som ser på innkjøp og bruk av kjemikalier. Arbeidet vedvarte i 2014 og i 2015 med løpende møter i en kjemikaliegruppe for å sikre en god håndtering av bruk av kjemikalier på bilverkstedene. Som det ble nevnt i kapitlet Medarbeidere/Helseskedelige kjemikalier har Sverige allerede oppnådd 90 prosent lojalitet til den utarbeidede standardlisten.

Totalt avfallsvolum var på 566,77 tonn for 2015. Avfallet var inndelt i de to kategoriene brennbart og blandings-

avfall. Blandingsavfall består av ulike typer metall, alt fra bremseskiver, lagerinnredninger til skruer og muttere.

Møller Bil Sverige har også gjennomført et tiltak med at alle medarbeidere skal ta miljøkortet. Dette er et kurs som tar fra to til fem timer. 88 % har til nå tatt dette kurset. Kurset er igangsatt for å øke miljøbevisstheten blant medarbeiderne.

### AVFALLSHÅNDTERING BALTIKUM

Forhandlerne i Baltikum følger de krav til avfallshåndtering og rapportering som kreves i Litauen, Estland og Latvia. Det innebærer at alle forhandlere har prosedyrer for avfallshåndtering og også har inngått avtaler med selskaper som utnytter avfallet. Dette gjelder også farlig avfall som batterier og dekk. Det er ennå ikke etablert noen sentral form for rapportering i MøllerGruppen rundt dette.

### ENERGILEDELSE I MØLLERGRUPPEN

Miljøhensyn er godt forankret i Møller Eiendom gjennom mangeårig satsing på Enøk-tiltak. Det ble i 2013 og 2014 foretatt betydelige investeringer for å redusere energiforbruk, slik det fremgår i rapportene for disse årene.

Energiledelse er også godt forankret i toppledelsen hos MøllerGruppen og selskapet etterlever spesifikasjonene i ISO 50001. Energiledelse er jevnlig tema i ledermøter, prosedyrer for årlig rap-

portering og revidering er på plass og rutiner for planlegging, godkjenning og gjennomføring av investeringer er etablert. Dette koordineres med løpende spesifikasjoner og søknad om tilskudd fra Enova.

Aktiv energioppfølging er installert for alle bygg i Norge og Baltikum (ca 70 bygg). I Sverige ble det i 2015 installert energioppfølging i totalt 17 bygg. Det tilkom to nye bygg i Bro og Enköping i 2015. Disse vil bli tatt med i rapporten for 2016. Totalt vil det da bli 19 bygg som vil bli fulgt opp for Sverige i 2016. Aktiv energioppfølging innebærer at alle energikilder som elektrisitet, fjernvarme og gass logges time for time, at ESAVE gir ukentlige kommentar og tips til effektiv energibruk, og at lokalt personell eller tilknyttede serviceselskaper gjennomfører tiltak etter ukentlige råd fra ESAVE.

### ENERGISPARING I NORGE

Møller Eiendom har definert et energispareprosjekt for forhandlerne i Norge der målsettingen var på 6 GWh sparing i løpet av de tre årene 2014, 2015 og 2016. Enova har gitt tilsagn om støtte til prosjektet. Sparemålet for prosjektet er imidlertid justert ned til ca 5,2 GWh etter at Tromsø og Drammensveien er tatt ut av søknaden. 2013 er referanseåret.

I 2014 oppnådde MøllerGruppen en temperaturkorrigert innsparing på





1,6 GWH\* gjennom energioppfølging og enkle tiltak. I 2015 er det gjort en temperaturkorrigert besparelse på ytterligere 779.000 kwh sammenlignet med 2013. Det betyr en total innsparing på rundt 2,3 GWH ved utgangen av 2015. Dette kommer i tillegg til de 7,5 GWH innspart i perioden 2009–2013. Innsparingene er i det vesentligste fremkommet gjennom enkle tiltak med justering av settpunkter og driftstider i SD-anlegg og kontroller av ventilasjonsanlegg.

Sparemålet gjennom enkle tiltak ble opprinnelig beregnet til 2,2 GWh, men faktisk oppnådd er nå 2,8 GWh. Resten, på 2,4 GWh, er beregnet å skulle tas gjennom investeringer med forbedringer på lys, ventilasjon, varme, styrings-systemer og noe byggtknisk.

Møller Eiendom har i tillegg til ENOVA-prosjektet et mer utvidet prosjekt gående med en lengre tidshorison enn ut 2017. I dette prosjektet er alle land medtatt, og alle byggkategorier. Sparemålet er også satt noe mer ambisiøst, ettersom man mener at potensialet innenfor enkle driftsmessige tiltak har et større potensial enn ENOVA-estimatene skulle tilsi. Besparelser på 2,8 GWH i løpet av to år, 0,6 GWH høyere enn ENOVA-estimatet, bekrefter også dette. Dette prosjektet understreker ambisjonen om satsing på langsiktige sparetiltak på energisiden i hele bygningsmassen.

Målt reduksjon i energibruk for Norge fra 2013 til 2015 utgjør en reduksjon i miljøgasser tilsvarende 1 500 tonn CO<sub>2</sub> ekvivalenter. (Temperaturkorrigert reduksjon tilsvarer 1040 tonn CO<sub>2</sub> ekvivalenter)

For 2015 har man videreført og styrket samarbeidet mellom lokalt driftspersonell og supportpersonell hos ESAVE. En erfarer at kombinasjonen av lokal tilstedeværelse og sentral kompetanse på energioppfølging er en suksess. Aktiv og kompetent veiledning fra personell hos ESAVE, kombinert med kunnskap hos det lokale driftspersonellet, gjør at en får en særlig effektiv utnyttelse av systemer for sentral driftskontroll (SD).

En vesentlig faktor for energieffektiv drift av moderne bygg ligger i riktig bruk av installerte SD-anlegg. Møller-Gruppen har inngått avtale med firma Energima for å sikre at SD-anleggene til enhver tid er operative og riktig justert. Det ansees som en styrke å ha sentral kompetanse på dette.

#### MILJØARBEID I MØLLER BIL, SVERIGE

Møller Bil Sverige er sertifisert i henhold til ISO 9001, akkreditert av Swedac på ISO 17020, samt miljøsertifisert i overensstemmelse med ISO 14001. Medarbeidernes kompetanse oppdateres kontinuerlig og kontrolleres ved hjelp av løpende interne og eksterne kontroller.

På energisiden har Møller Bil Sverige i

flere år gjennomført et energispareprogram med selskapet ÅF Infrastructure og det er, som nevnt, 17 bygg som fikk installert energioppfølging fra ESAVE i 2015. Referanseforbruket som er målt for 2013 var på ca 12,5 GWH. Med 80 øre pr kWh utgjør dette en årlig kostnad på ca 10 mill kroner.

Sparemål for Sverige er satt til 3,3 GWh. Oppnådd temperaturkorrigert besparelse med 2013 som referanse er nå på ca 1,2 GWh.

I Sverige er fjernvarme mye mer utbredt enn i Norge, og energioppfølgingen vil derfor i mye større grad være fokusert på en reduksjon i fjernvarmekostnadene.

*\* Tallet 1,6 GWh (2014) var rapportert ut fra en portefølje med 47 forhandlere. Forhandlergruppa i Norge bestod av totalt 55 forhandlere, men åtte stykker var holdt utenfor i rapporten for nærmere kontroll av datagrunnlaget. I årets rapport er det tatt med totalt 55 forhandlere i Norge. Disse bidrog i sum positivt til regnskapet.*

**«Aktiv energioppfølging er installert for alle bygg i Norge og Baltikum. I Sverige ble det i 2015 installert energioppfølging i totalt 17 bygg. Aktiv energioppfølging innebærer logg, oppfølging og tiltak.»**



# Nøkkeltall MøllerGruppen

<b>ANTALL MEDARBEIDERE</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Norge</b>		
Harald A Møller (import)	320	335
Møller Bil (forhandler)	2 276	2 350
MøllerGruppen AS (konsern)	21	22
Møller Synergi AS	34	32
Volkswagen Møller Bilfinans (finansiering)	54	67

<b>Sverige</b>		
Møller Bil Sverige (forhandler)	614	652

<b>Baltikum</b>		
Møller Baltikum Import SE (import)	61	62
Møller Auto Litauen, Latvia, Estland (forhandler)	579	587
	<b>3850</b>	<b>4107</b>

<b>BILMARKEDET</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Totalt bilmarked i Norge, Sverige og Baltikum</b>		
Norge, antall personbiler	144 202	150 686
Norge, antall nyttekjøretøy	29 611	33 254
Sverige, antall personbiler	303 866	345 053
Sverige, antall nyttekjøretøy	41 933	44 797
Baltikum, antall personbiler og nyttekjøretøy	7 891	8 297

<b>ØKONOMI</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<i>Beløp i millioner NOK</i>		
Driftsinntekter	20 601	24 131
Resultat før skatt	671	1 103
Egenkapital pr. 31.12.	2 324	2 624

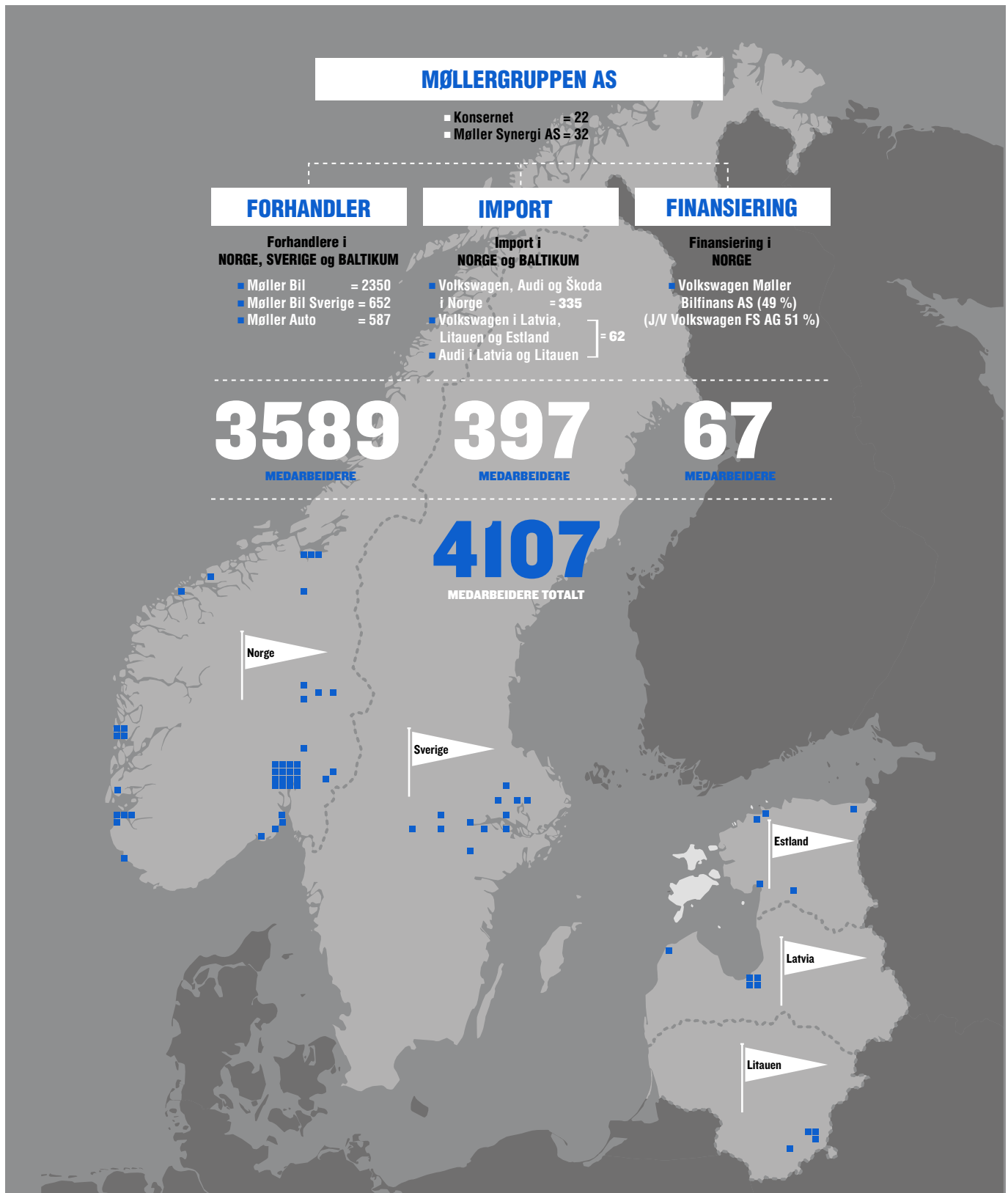
## ANTALL SOLGTE BILER I 2015 – IMPORTØR

	<b>Norge</b>	<b>Sverige</b>	<b>Estland</b>	<b>Latvia</b>	<b>Litauen</b>
Audi	6 690	(ikke importør)	(ikke importør)	298	363
Volkswagen	26 344	(ikke importør)	1 691	1 979	2 542
Volkswagen Nyttkjøretøy	9 716	(ikke importør)	310	655	45
Škoda	7 490	(ikke importør)	(ikke importør)	(ikke importør)	(ikke importør)

## ANTALL SOLGTE BILER I 2015 – FORHANDLER

	<b>Norge</b>	<b>Sverige</b>	<b>Estland</b>	<b>Latvia</b>	<b>Litauen</b>
Nye biler	28 944	10 178	1 830	2 673	2 056
Bruktbiler	17 057	7 513	872	657	804

# Her finner du oss

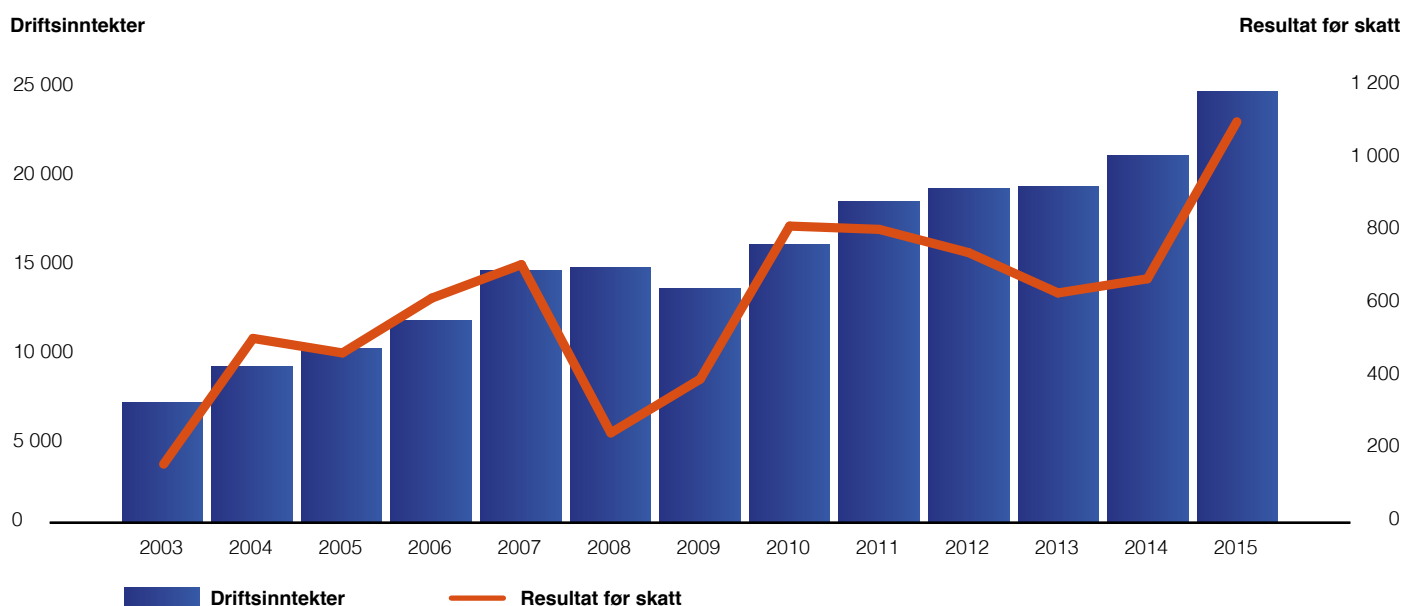




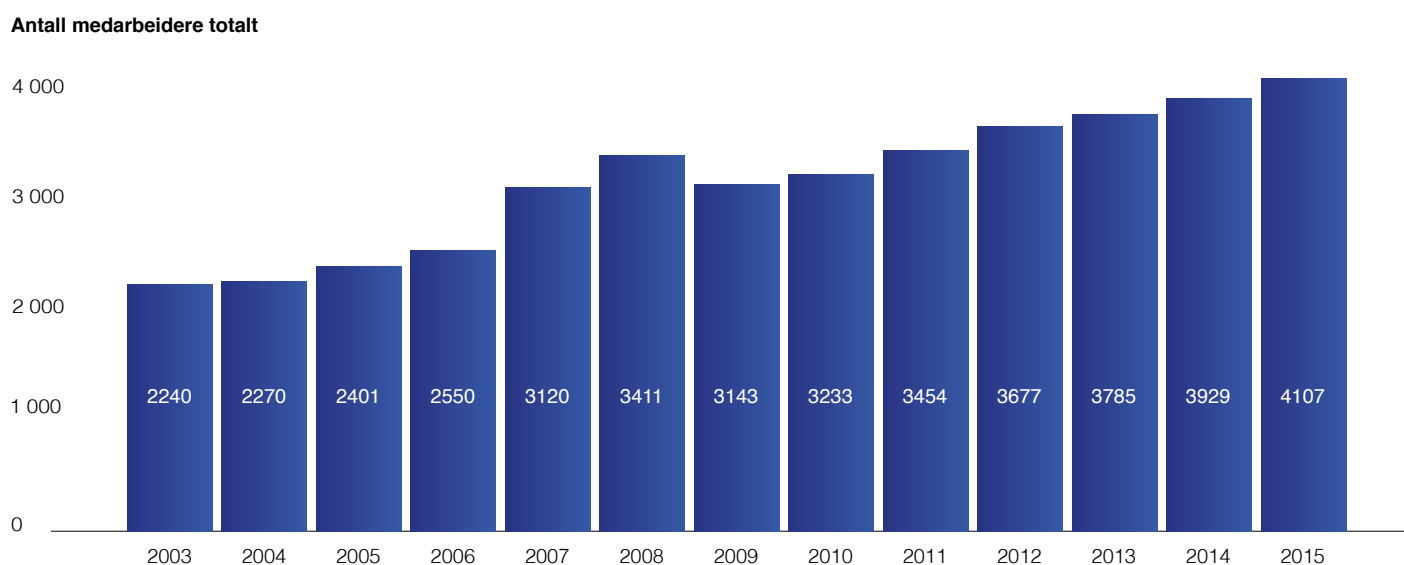
# Utvikling 2003–2015

*MøllerGruppen har hatt en sterk utvikling både i resultater og i antall medarbeidere i perioden 2003–2015.*

## Historisk resultatutvikling



## Antall medarbeidere MøllerGruppen 2003–2015



# MøllerGruppen GRI-indeks 2015

Global Reporting Initiative (GRI) er en nettverksbasert organisasjon som har vært sentral i utviklingen av verdens mest brukte rammeverk for bærekraftrapportering. GRI-retningslinjene inneholder prinsipper og indikatorer som organisasjoner kan bruke for å måle og rapportere økonomiske, miljømessige og sosiale resultater. Se [globalreporting.org](http://globalreporting.org) for mer informasjon om GRI.

Med utgangspunkt i MøllerGruppens grunnverdier bestreber vi oss daglig på å være oss vårt samfunnsansvar bevisst både forretningsmessig, sosialt og i forhold til miljøet. Konsernet har i flere år rapportert om miljø og samfunnsansvar som en del av årsrapporten. Fra 2011 har vi rapportert i henhold til Global Reporting Initiative (GRI) formatet.

MøllerGruppen har for 2015 utarbeidet selskapets tredje Samfunnsansvarsrapport. Denne og selskapets øvrige rapporter finnes på [www.moller.no/årsrapportsenter](http://www.moller.no/årsrapportsenter).

## KONTAKTINFORMASJON

**Paul Hegna**  
 Direktør Kommunikasjon  
 og Samfunnsansvar  
 Frysjaveien 31b  
 Tel: + 47 24 03 33 00  
 Postboks 6671 Etterstad  
 Dir: +47 24 03 33 31  
 N-0609 Oslo  
 Mob: +47 90 75 31 46

G3 Indikator	BESKRIVELSE	PLASSERING	KOMMENTAR
<b>Strategi og analyse</b>			
1.1	En uttalelse fra organisasjonens øverste beslutningstaker	Samfunnsansvarsrapport side 4, 5 og årsrapport side 8	
<b>Organisasjonens profil</b>			
2.1	Organisasjonens navn.	Samfunnsansvarsrapport side 2 og årsrapport side 2	
2.2	De viktigste merkevarerne, produktene og/eller tjenestene.	Samfunnsansvarsrapport side 2 og årsrapport side 4 og 8	
2.3	Operasjonell struktur, inkludert de viktigste forretningsområdene, produksjonsheter, datterselskaper og joint ventures.	Årsrapport side 2, 10 og 11	
2.4	Lokalisering av organisasjonens hovedkontor.		Hovedkontor er i Oslo, Frysjaveien 31.
2.5	Antall land organisasjonen er virksom i, og navn på de land der man har vesentlig virksomhet eller som er særskilt relevante for de samfunnsansvarstemaene rapporten berører.	Samfunnsansvarsrapport side 2	
2.6	Eierskap og juridisk selskapsform.	Årsrapport side 8	

2.7	Beskrivelse av de markedene organisasjonen er opererer i (fordelt på geografi, næringssektorer og type kunder/mottakere).	Årsrapport side 8, 9 og 12	
2.8	Den rapporterende organisasjonens størrelse	Årsrapport side 3 og samfunnsansvarsrapport side 32	
2.9	Vesentlige endringer i rapporteringsperioden mht.størrelse, struktur og eierskap.	Årsrapport side 3	
2.10	Utmerkelse og priser mottatt i perioden.	Samfunnsansvarsrapport side 17	
<b>Rapporteringsparametre</b>			
3.1	Rapporteringsperiode (f.eks. kalenderår)		For kalenderår 2015
3.2	Dato for forrige rapport (om det finnes).		Årsrapportering 2014
3.3	Rapporteringsfrekvens		Årlig
3.4	Kontaktperson for rapporten.		Paul Hegna, direktør Kommunikasjon og Samfunnsansvar
3.5	Prosess for å bestemme innholdet i rapporten		Det er ikke foretatt en grundig ekstern vesentlighetsanalyse, men det foreligger klare interne prioriteringer og fokusområder for rapportering. Det ble i 2014 gjennomført en vesentlighetsanalyse for Møller Bil Sverige, Samfunnsansvarsrapporten besvarer alle relevante områder.
3.6	Avgrensning av rapporten (f.eks. geografi, forretningsområder, datterskaper, joint ventures, leverandørkjede). Se GRIs avgrensningsprotokoll for ytterlige veiledning.		Ingen vesentlige avgrensninger er foretatt i selskapets samfunnsansvarsrapport for 2015. Samfunnsansvarsrapporten er delt inn i tre hovedområder; Medarbeidere, Medmennesker og Miljø
3.7	Beskriv eventuelle spesielle begrensninger i rapportens omfang eller avgrensning.		Ingen vesentlige begrensninger er foretatt i selskapets Samfunnsansvarsrapport for 2015
3.8	Beskriv prinsipper for inkludering av joint ventures, datterselskaper, innleide anlegg, virksomhet som er outsourcet og andre forhold som kan påvirke sammenlignbarhet over tid, og mellom organisasjoner.	Årsrapport side 2	
3.10	Forklar hvorfor man eventuelt har endret historiske data fra tidligere rapporter, og hvilken effekt dette har på fremstillingen. (F.eks. på grunn av fusjoner/ oppkjøp, endring av referanseår/perioder, endrede virksomhetsområder eller målemetoder.)		Det er ikke foretatt vesentlige endringer i selskapets rapporteringsform eller innhold.



3.11	Vesentlige endringer fra forrige rapport med hensyn til innholdets omfang, avgrensning av rapporten eller målemetoder.		Det er ikke vesentlige endringer i selskapets Årsrapport eller Samfunnsansvarsrapport for 2015
3.12	En tabell som viser hvor man kan finne standardopplysningene i rapporten.	GRI indeks, foreligger på WEB, møller.no/årsrapportsenter og indeksbasert PDF av samfunnsansvarsrapport og årsrapport	

### Styring, forpliktelser og engasjement

4.1	Redegjør for organisasjonens styringsstruktur, inkludert eventuelle komiteer direkte underlagt det øverste styringsorganet med spesifikke oppgaver, som f.eks. fastlegging av strategi eller å føre tilsyn med organisasjonen.	Årsrapport side 2, 8 og 9	
4.2	Har styreleder også operative ledelsesfunksjoner (f.eks. konsernsjef, daglig leder)? Hvis dette er tilfellet, gi informasjon om hvilken funksjon styrelederen har i organisasjonens ledelse og begrunnelsen for denne ordningen.		Styreleder har ingen operativ funksjon i selskapet.
4.3	For organisasjoner som bare har ett overordnet ledelsesnivå (ingen konsernledelse eller operativ øverste ledergruppe i tillegg til styre), angi hvor mange, av medlemmene, etter kjønn, som er uavhengige og/eller ikke inngår i virksomhetens operative ledelse.		Ikke relevant
4.4	Redegjør for eieres og ansattes mulighet til å gi styret anbefalinger eller veiledning.	Samfunnsansvarsrapport side 11 og 12	Selskapets eiere er representert i styret.
4.14	Oversikt over hvilke interessenter organisasjonen har kontakt med.	Samfunnsansvarsrapport side 16, 17, 18, 19 og 20	

### LEDELSENS HOLDNING OG PRAKSIS, OG RESULTATINDIKATORER

#### Resultatindikatorer for økonomisk påvirkning

EC1	Direkte økonomisk verdi, skapt og fordelt, inkludert inntekter, driftskostnader, lønn til ansatte, donasjoner og andre samfunnsinvesteringer, tilbakeholdte inntekter og utbetalinger til kapitalinnskyttere og staten.	Årsrapport side 14	
EC3	Omfanget av organisasjonens pensjonsordninger.	Årsrapport note 8	
EC8	Utvikling og følger av investeringer i infrastruktur og tjenester som primært kommer offentligheten til gode, gjennom en forretningsmessig eller vederlagsfri innsats, eller som naturalytelse.	Samfunnsansvarsrapport side 16, 17, 18, 19 og 20	

<b>Resultatindikatorer for miljømessig påvirkning</b>			
EN5	Energibesparing på grunn av sparetiltak og forbedret effektivitet.	Samfunnsansvarsrapport side 26	
EN22	Samlet vekt av avfall, etter type og avhendingsmetode.	Samfunnsansvarsrapport side 25 og 26	
EN27	Prosentandel av solgte produkter og emballasje som gjeninnsamles, etter produktkategori.	Samfunnsansvarsrapport side 26	
<b>Samfunnmessige forhold: Resultatindikatorer for arbeidsvilkår og arbeidsmiljø.</b>			
LA1	Totalt antall ansatte, etter ansettelsestype, ansettelseskontrakt og region, fordelt på kjønn.	Samfunnsansvarsrapport side 10,11 og 14	
LA7	Omfanget av skader, yrkesrelaterte sykdommer, sykefravær og udokumentert fravær og samlet antall arbeidsrelaterte dødsfall, etter region og kjønn, beregnet som prosentandeler (se indikatorprotokollen).	Samfunnsansvarsrapport side 11	
LA11	Program for videreutdanning og livslang læring for å sikre kompetanse hos de ansatte, samt bistand ved karriereslutt.	Samfunnsansvarsrapport side 12,13 og 14	
LA 12	Andel av ansatte som mottar jevnlige vurderinger og oppfølging av prestasjoner og karriereutvikling.	Samfunnsansvarsrapport side 14	
LA13	Sammensetning av styrende organer og ledelsen, samt fordeling av ansatte etter kjønn, aldersgruppe, minoritetstilhørighet og andre mangfoldsparemetre.	Samfunnsansvarsrapport side 14	
<b>Samfunnmessige forhold: Resultatindikatorer for menneskerettigheter</b>			
HR4	Antall tilfeller av diskriminering og korrigerende tiltak som er iverksatt.	Samfunnsansvarsrapport side 11	
<b>Samfunnmessige forhold: Resultatindikatorer for produktansvar</b>			
PR1	Gjeldende praksis når det gjelder kundetilfredshet, inkludert resultater av undersøkelser som måler kundetilfredshet.	Årsrapport side 4 og 5	